



แผนบริหารธุรกิจ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

สำนักทรัพย์สินและรายได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทสรุปผู้บริหาร

สำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดหา จัดสรร รายได้ และหรือผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตามระเบียบสภาประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ว่าด้วยการจัดหา จัดสรร รายได้และหรือผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พ.ศ. 2543 โดยได้ดำเนินงานภายใต้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ว่าด้วยการบริหารและการดำเนินงานสำนักทรัพย์สินและรายได้ พ.ศ. 2558 เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการรายได้ ปัจจุบันสำนักทรัพย์สินและรายได้ มีหน่วยงานที่อยู่ในการกำกับดูแลแบ่งออกเป็น 5 ฝ่าย 1 สำนักงาน ได้แก่

1. ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
2. ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
3. ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา
4. ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
5. ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า
6. สำนักงานทรัพย์สินและรายได้

สำนักทรัพย์สินและรายได้ ได้จัดทำแผนบริหารธุรกิจ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อปรับทิศทางการพัฒนาของสำนักทรัพย์สินและรายได้ ให้สามารถรองรับกับความต้องการความคาดหวังของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความท้าทายต่างๆ ของการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย วางแผนการดำเนินงานการบริหารจัดการให้เกิดมีผลกำไร เป็นไปตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

ประมาณการรายรับ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566

รหัส ERP	ชื่อหน่วยงาน	รายรับ
40100	สำนักทรัพย์สินและรายได้	2,000,000.00
40102	ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา	20,000,000.00
40110	ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา	89,450,000.00
40114	ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	12,000,000.00
40115	ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	14,000,000.00
40117	ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า	10,000,000.00
รวมงบประมาณ		147,450,000.00

งบกำไรขาดทุน

ประมาณการรายได้	147,450,000.00
หัก ต้นทุนการผลิต/ต้นทุนขาย	57,930,000.00
กำไรขั้นต้น	89,520,000.00
ค่าใช้จ่าย	
หัก ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	36,305,020.00
หัก ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	4,022,700.00
หัก ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	23,639,400.00
กำไรสุทธิ	25,552,880.00

ทั้งนี้ สำนักทรัพย์สินและรายได้ ได้กำหนดแนวทางการนำแผนธุรกิจ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566 ไปสู่การปฏิบัติด้วยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ การประชุม เว็บไซต์ และเอกสารเผยแพร่ เพื่อสร้างการรับรู้ ถ่ายทอดภารกิจ เป้าหมาย โครงการและกิจกรรมของหน่วยงานถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในทางที่จะสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ รวมถึงการกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ ให้บรรลุเป้าหมายตามภารกิจที่กำหนดไว้

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
สารบัญ	ง

ส่วนที่ 1 ความเป็นมา

1.1 ประวัติความเป็นมา	1
1.2 ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา	3

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตลาด

2.1 แนวโน้มทางการตลาด	4
2.2 ตลาดเป้าหมาย / ลักษณะทั่วไปของลูกค้า	20
2.3 สภาพการแข่งขัน / คู่แข่ง	21
2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ SWOT Analysis	28
2.4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	29
2.4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	29

ส่วนที่ 3 แผนการบริหารจัดการ

3.1 ข้อมูลธุรกิจ	31
3.2 วิสัยทัศน์	34
3.3 พันธกิจ	34
3.4 แผนผังองค์กร	35
3.5 เป้าหมายทางธุรกิจ	36
3.6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	37
3.7 แผนการดำเนินงานอื่น ๆ ของธุรกิจ	38

ส่วนที่ 4 แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายทางการตลาด	39
4.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย	40
4.3 กลยุทธ์ทางการตลาด	40
4.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ	40
4.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา	40
4.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	41
ส่วนที่ 5 แผนการบริการ	
5.1 สถานประกอบการในการบริการ	42
5.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบริการ	44
5.3 ข้อมูลการบริการ	51
5.4 รายละเอียดบุคลากร ผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ใช้ในการบริการ	55
ส่วนที่ 6 แผนการเงิน	
6.1 ประมาณการในการลงทุน	58
6.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน	58
6.3 ประมาณการในการบริการ	62
6.4 ประมาณการรายได้จากการบริการ	65
6.5 ประมาณการต้นทุนสินค้า ต้นทุนบริการ และต้นทุนขาย	68
6.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	69
6.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	70
6.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	71
ส่วนที่ 7 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง	
7.1 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง	72

ส่วนที่ 1

ความเป็นมา

1.1 ประวัติความเป็นมา

สำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดตั้งขึ้นโดยความเห็นชอบของสภาประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดหา จัดสรร รายได้ และหรือผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตามระเบียบสภาประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ว่าด้วยการจัดหา จัดสรร รายได้และหรือผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พ.ศ. 2543 โดยได้ดำเนินงานภายใต้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ว่าด้วยการบริหารและการดำเนินงานสำนักทรัพย์สินและรายได้ พ.ศ. 2558 การจัดตั้งสำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการรายได้ และหรือผลประโยชน์ ทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบเรื่องดังกล่าวอย่างจริงจัง ซึ่งภาระงานของสำนักทรัพย์สินและรายได้ จะเริ่มตั้งแต่จัดหา จัดสรร รายได้และผลประโยชน์ตลอดจนประเมินผลรายการจัดหารายได้และผลประโยชน์ สำนักทรัพย์สินและรายได้ จะเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทในการบริหารจัดการด้านรายได้และผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาโดยตรง จากโครงการต่าง ๆ เป็นไปด้วยดี

แนวคิดในการดำเนินงานสำนักทรัพย์สินและรายได้ มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการจัดหารายได้และผลประโยชน์ต่าง ๆ จากทรัพยากรของมหาวิทยาลัยที่มีอยู่ให้คุ้มค่าเพิ่มพูนมากขึ้น การดำเนินโครงการต่าง ๆ สำนักทรัพย์สินและรายได้ยังมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 1) การบริหารสินทรัพย์ ทรัพย์สิน จัดหารายได้ และลงทุน เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อมหาวิทยาลัย
- 2) เป็นโครงการจัดหารายได้เพื่อสนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- 3) การจัดหารายได้ควบคุมการให้บริการประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษา
- 4) จัดทำนโยบาย แผนงาน ถ่ายทอดไปยังฝ่ายธุรกิจในรูปแบบของการจัดหารายได้

ปัจจุบันสำนักทรัพย์สินและรายได้ มีหน่วยงานที่อยู่ในการกำกับดูแลแบ่งออกเป็น 1 สำนักงาน 5 ฝ่ายธุรกิจ ได้แก่

- 1) สำนักงานทรัพย์สินและรายได้
- 2) ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
- 3) ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
- 4) ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา
- 5) ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
- 6) ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า

ปรัชญา (Philosophy)

บริหารสินทรัพย์ เพิ่มมูลค่าทรัพย์สิน สร้างเสริมรายได้ ให้ประสบการณ์วิชาชีพ สนับสนุนวิชาการ สำนักงานในอนาคตด้วยหลักธรรมาภิบาล

พันธกิจ (Mission)

- 1) การจัดระบบการจัดการคุณภาพ เพื่อบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ทรัพย์สินและรายได้ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ให้มีประสิทธิภาพ
- 2) ส่งเสริมกิจกรรมจัดหารายได้ ให้บริการวิชาการแก่สังคม พร้อมสนับสนุนการฝึกประสบการณ์ วิชาชีพแก่นักศึกษาและผู้ประกอบการอย่างมีคุณภาพ
- 3) ให้คำปรึกษาเพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ แก่บุคลากร และให้บริการด้านวิชาการแก่ชุมชนและสังคมเพื่อพัฒนาอาชีพและยกระดับมาตรฐานชีวิต ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ค่านิยมหลัก (Core Value)

S : SERVICE MIND	บริการด้วยใจ
E : EMPOWERMENT	การกระจายอำนาจให้การตัดสินใจ
R : RESULTS	เน้นผลลัพธ์ที่ตรงผู้รับบริการ
V : VALUE ADDED	การสร้างมูลค่าเพิ่ม
I : INNOVATION	การพัฒนานวัตกรรม
C : CONCIIOUS	จิตสำนึกในการพัฒนาองค์กร
E : ETHICAL BEHAVIOR	ดำเนินการอย่างมีจริยธรรม

อัตลักษณ์

เป็นหน่วยงานจัดหารายได้ที่ให้บริการและครบวงจรอย่างมืออาชีพ

เอกลักษณ์

เน้นความเป็นวัง ปู่ก่ฝ่งวัฒนธรรม เป็นผู้นำด้านสินค้าและบริการ

1.2 ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

รายการ	ผลการดำเนินงาน				
	2561	2562	2563	2564	2565*
รายได้จากการดำเนินงาน	260,349,853.94	207,829,877.46	226,223,266.47	278,943,466.91	127,138,704.06
รายได้อื่น	465,428.70	41,240.11	126,101.81	580,218.36	
รวมรายได้	260,815,282.64	207,871,117.57	226,349,368.28	279,523,685.27	127,138,704.06
หัก ต้นทุนขาย	198,266,004.95	154,075,708.97	179,948,846.48	242,332,964.30	104,487,217.50
กำไรขั้นต้น	62,549,277.69	53,795,408.60	46,400,521.80	37,190,720.97	15,829,855.25
หัก ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	50,578,338.02	53,014,974.10	41,477,847.47	35,775,924.24	17,789,819.47
กำไรสุทธิ	11,970,939.67	780,434.50	4,922,674.33	1,414,796.73	4,861,667.09

หมายเหตุ :

- 1.รายงานและงบการเงิน ประจำปีงบประมาณ 2561-2564 ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบบัญชี
- 2.รายงานและงบการเงิน ประจำปีงบประมาณ 2565 รอบ 9 เดือน (1 ตุลาคม 2564 – 20 มิถุนายน 2565)

ส่วนที่ 2

การวิเคราะห์ตลาด

2.1 แนวโน้มทางการตลาด

ภาพรวมแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย ปี 2565-2567 ในระยะ 3 ปีข้างหน้าจะพิจารณาครอบคลุมทั้งปัจจัยด้านความท้าทายและโอกาสที่สะท้อนความน่าสนใจ (Attractiveness) ในการทำธุรกิจของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค และปัจจัยภายในเฉพาะด้านของอุตสาหกรรมนั้น

ปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค

เศรษฐกิจโลกปี 2565-2567 พื้นตัวค่อยเป็นค่อยไป เศรษฐกิจโลกในระยะ 3 ปีข้างหน้ามีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ย 4% ต่อปี หลังจากที่อยู่ต่ำกว่าการเติบโตอยู่ในระดับสูงในปี 2564 ที่ 5.9% จากมาตรการกระตุ้นขนาดใหญ่และการเปิดเมืองของประเทศชั้นนำของโลก แนวโน้มเศรษฐกิจยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ปัจจัยสนับสนุนมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภาคเอกชน ทั้งการฟื้นตัวในภาคบริการและการขยายตัวต่อเนื่องในภาคการผลิต อันเป็นผลจากการฉีดวัคซีนที่แพร่หลายมากขึ้น การผ่อนคลายมาตรการควบคุมการระบาด และการทยอยเปิดเมืองในหลายประเทศ รวมถึงมาตรการการเงินการคลังที่ยังเอื้อต่อการเติบโตแม้จะทยอยลดลงจากช่วงวิกฤต อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนยังคงมีอยู่ อาทิ การกลายพันธุ์ของ COVID-19 ประสิทธิภาพของวัคซีน และภาวะคอขวดของอุปทานภาคการผลิตที่อาจยืดเยื้อ นอกจากนี้ การปรับนโยบายการเงินให้เป็นปกติ (Policy normalization) โดยการทยอยขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเพื่อลดแรงกดดันเงินเฟ้อ จะส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นในระยะต่อไป

เทคโนโลยีสมัยใหม่กำลังเข้ามาปฏิรูปโครงสร้างภาคอุตสาหกรรมการผลิตและบริการอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ปัจจุบันโลกกำลังอยู่บนคลื่น Digital technology ที่เข้ามาขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคการผลิตและบริการ โดยนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความยั่งยืนในการเติบโตและเสริมความมั่นคงในห่วงโซ่อุปทาน เทคโนโลยีหลักที่จะเข้ามามีบทบาทต่อภาคธุรกิจในช่วง 3 ปีหน้า ได้แก่

The Internet of Things (IoT): มีบทบาทมากขึ้นในการเชื่อมโยงข้อมูลของอุปกรณ์ในชีวิตประจำวันผ่านระบบ Sensors ที่ฝังตัวในผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องมือแพทย์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์ ปัจจุบันมีการใช้ในธุรกิจบริการมากขึ้น อาทิ ห้องพักรักษาตัวของธุรกิจโรงแรมที่ใช้ IoT ควบคุมไฟฟ้าทุกอย่างในห้องพักโดยใช้อุปกรณ์มือถือ หรือธุรกิจขนส่งที่ใช้ IoT ติดตามพัสดุและจัดการระบบการเคลื่อนย้ายสินค้า เป็นต้น

Robotics: สามารถทำงานได้โดยอัตโนมัติและมีความแม่นยำสูง ช่วยลดความเสียหายในการผลิตและเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานผ่านโปรแกรมที่ตั้งไว้ร่วมกับระบบเซนเซอร์หรือ Microprocessor โดยตัวอย่าง Robotics ที่ใช้ในการผลิตงานซ้ำๆ จำนวนมาก เช่น หุ่นยนต์ขนถ่ายวัสดุ อันตรายในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจก่อสร้าง หุ่นยนต์ต้อนรับในโรงแรม หุ่นยนต์ช่วยการเพาะปลูก และหุ่นยนต์ให้อาหารสัตว์ในภาคเกษตร เป็นต้น

Artificial intelligence (AI): การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในภาคอุตสาหกรรมมักใช้ร่วมกับเทคโนโลยีอื่น เช่น Cloud และ IoT เพื่อประมวลผล Big data สำหรับการพัฒนาระบบอัตโนมัติทำงานร่วมกับมนุษย์ (Cobot) โดยการใช้ในสายการผลิต เช่น กลุ่ม อุตสาหกรรมยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ใช้ AI สำหรับการควบคุมกระบวนการผลิตเพื่อลดส่วนสูญเสีย และคาดการณ์อุปกรณ์ที่ต้องซ่อมบำรุง กลุ่มธุรกิจการแพทย์ใช้ AI ในการวินิจฉัยโรคหรือจดจำรูปแบบเพื่อติดตามการระบาดของ COVID-19 ส่วนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นำ AI มาใช้ในการออกแบบโครงสร้างอาคาร เป็นต้น

5G technology: เครือข่าย 5G ช่วยสนับสนุนกระบวนการควบคุมเครื่องจักรให้สามารถทำงานเชื่อมต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนด้านแรงงาน เวลา และข้อผิดพลาดในกระบวนการผลิต ตัวอย่างเช่น HIROTEC Corp. (ญี่ปุ่น) ใช้ 5G ควบคุมระบบการทำงานของเครื่องจักรแบบระยะไกลในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ หรือ MTU Aero Engines (เยอรมนี) ใช้ 5G ในกระบวนการออกแบบเครื่องยนต์เครื่องบิน ทำให้สามารถลดต้นทุนด้านการออกแบบได้ถึง 75% เป็นต้น

Drone: อากาศยานไร้คนขับที่ควบคุมได้จากระยะไกล ช่วยลดการพึ่งพาแรงงาน ลดเวลาในการเข้าสำรวจพื้นที่จริงโดยเฉพาะในภาคเกษตร ตั้งแต่ขั้นตอนวางแผนก่อนเพาะปลูกจนถึงเก็บเกี่ยว รวมทั้งใช้ติดตามและค้นหาสัตว์ในฟาร์ม รวมถึงการพ่นสารเคมี หรือการใช้ในธุรกิจก่อสร้างเพื่อประเมินขนาดพื้นที่หรือสำรวจพื้นที่ในเขตอันตราย เป็นต้น

Blockchain: ระบบการเก็บและบันทึกข้อมูลโดยกระจายฐานข้อมูลให้ผู้ที่อยู่ในเครือข่ายแบ่งปันข้อมูลกันได้ แต่จำกัดการเข้าถึงด้วยการเข้ารหัส จึงมีความปลอดภัยสูง มักใช้ในธุรกรรมการเงินผ่านการใช้สินทรัพย์ดิจิทัล ปัจจุบันถูกนำไปใช้ในภาคเกษตรมากขึ้น เช่น การตรวจสอบย้อนกลับเพื่อสร้างความโปร่งใสของที่มาผลผลิต รวมทั้งใช้ร่วมกับ Cloud computing ในธุรกิจโลจิสติกส์เพื่อติดตามและประเมินผลระบบการจัดส่งสินค้า เป็นต้น

Edge computing: ระบบประมวลผล Big data ที่เชื่อมโยงข้อมูลด้านความต้องการของผู้บริโภคไปสู่การปรับเปลี่ยนสายการผลิตหรือรูปแบบธุรกิจแบบทันเวลา (Real time) เพื่อสนองตอบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ส่วนใหญ่ใช้ในธุรกิจด้านสุขภาพ นันทนาการ และขนส่ง รวมถึงใช้ประเมินสภาพอากาศและโอกาสเกิดอุบัติเหตุเพื่อวางแผนในธุรกิจโลจิสติกส์ เป็นต้น

Quantum computing: การพัฒนาระบบประมวลผลของคอมพิวเตอร์ผ่านอนุภาคย่อยของอะตอมแทนการใช้เลขฐานสอง ช่วยเพิ่มความรวดเร็วและเพิ่มความสามารถในการเรียนรู้ของ AI

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์ในการผลิตอุปกรณ์อัจฉริยะ เช่น รถยนต์ไร้คนขับ หุ่นยนต์ เป็นต้น

3D printing: เทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติช่วยควบคุมการออกแบบและผลิตสินค้าด้วยต้นทุนต่ำ และมีความรวดเร็ว ปัจจุบันมีบทบาทมากขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของภาคอุตสาหกรรม ทั้งด้านการพัฒนาชิ้นส่วนอุปกรณ์และการนำวัสดุกลับมาใช้ในการพิมพ์ใหม่อีกครั้ง (Recycle bot) อาทิ การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนอากาศยาน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์เครื่องมือแพทย์และการผลิตฟิล์มพลาสติก รวมถึงใช้ในโครงการก่อสร้าง เช่น การออกแบบสร้างอาคารที่ทำได้เร็วขึ้น

Synthetic biology: ส่วนใหญ่ประยุกต์ใช้เพื่อผลิตเนื้อสังเคราะห์ประเภท Cultured meat ซึ่งผลิตเนื้อสัตว์จากสเต็มเซลล์ของสัตว์ต้นแบบทั้งเนื้อวัว ไก่ หมู และปลาทูน่า และ Plant-based meat เป็นการผลิตเนื้อสัตว์จากพืชที่มีลักษณะและรสชาติเหมือนเนื้อจริง ช่วยลดการบริโภคเนื้อสัตว์จริงและลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนอาหารกรณีเกิดโรคระบาดในสัตว์ รวมถึงช่วยตอบโต้ภัยความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น

Data analytics: เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) อย่างเป็นระบบเพื่อช่วยผู้ประกอบการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังตัวอย่างการนำไปใช้ในธุรกิจท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในอดีตเพื่อคาดการณ์การเติบโตของอุปสงค์และเสนอแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ตรงใจนักท่องเที่ยวรายบุคคล

ห่วงโซ่มูลค่าโลกหดสั้นลง เพิ่มแรงกดดันด้านการแข่งขัน ทิศทางการกีดกันทางการค้าที่ยังมีต่อเนื่อง และการหันมาพึ่งพาตนเองของประเทศมหาอำนาจโดยแข่งขันกันพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมต้นน้ำของตน ตลาดจนผลจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้เกิดการหยุดชะงักในห่วงโซ่การผลิต เช่นกรณีที่โรงงานประกอบรถยนต์หลายแห่งต้องหยุดผลิตชั่วคราวจากปัญหาการขาดแคลนชิป เหตุเหล่านี้นับเป็นปัจจัยเสี่ยงที่เร่งให้ผู้ประกอบการหันมาพึ่งพาแหล่งวัตถุดิบในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น ทำให้ห่วงโซ่มูลค่าโลกมีทิศทางหดสั้นลงเร็วขึ้น และกดดันให้การแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงขึ้นจากช่องทางการค้าที่แคบลง กลุ่มประเทศที่ยังมีโอกาสทางการค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เน้นการผลิตสินค้าต้นน้ำ (ส่วนเริ่มต้นที่เป็นฐานการผลิต) หรือปลายน้ำ (ส่วนสุดท้ายของขั้นตอนการผลิต) ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงบนห่วงโซ่มูลค่าโลก ได้แก่ สหรัฐฯ ยุโรป และจีน (World Bank, 2020) ส่วนประเทศที่ยังเน้นผลิตในส่วนกลางน้ำ ซึ่งมักเป็นการรับจ้างประกอบสินค้าในบางอุตสาหกรรมเช่น อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และรถยนต์ จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้น้อยลงจากการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในกลุ่มหลังนี้จึงต้องปรับตัวโดยเปลี่ยนตำแหน่งยืนบนห่วงโซ่อุปทานโลกไปสู่การผลิตในส่วนต้นน้ำหรือปลายน้ำมากขึ้น จากการประเมินของวิจัยกรุงศรีพบว่าอุตสาหกรรมสำคัญของไทยที่ควรขยับไปต้นน้ำมากขึ้น เช่น รถยนต์ คอมพิวเตอร์ ปีโตรเลียม เป็นต้น ส่วนอุตสาหกรรมที่ควรมุ่งผลิตสินค้าปลายน้ำมากขึ้น เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรม

เครื่องจักร เป็นต้น โดยควรเน้นใช้ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างพันธมิตรกับประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงบนเวทีโลก เพื่อให้อุตสาหกรรมข้างต้นของไทยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและรักษาตำแหน่งบนห่วงโซ่อุปทานของโลกได้อย่างยั่งยืน

เศรษฐกิจไทยปี 2565-2567 พึ่งตัวจากภาคส่งออกและการเข้าสู่วัฏจักรการลงทุน

เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 3.7% ต่อปี โดยทยอยฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปจากไตรมาสสุดท้ายของปี 2564 ปัจจัยสนับสนุนได้แก่

1) การฉีดวัคซีนที่มีความคืบหน้าทำให้สถานการณ์ COVID-19 คลี่คลายลง ส่งผลบวกต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศ เมื่อประกอบกับการปรับตัวและดำเนินชีวิตแบบวิถีใหม่ (New normal) รวมถึงการก้าวไปสู่โลกดิจิทัลมากขึ้น จะช่วยกระตุ้นความต้องการสินค้าและบริการในกลุ่มที่เกี่ยวข้อง

2) การฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยวเป็นลำดับหลังจากไทยเริ่มเปิดประเทศตั้งแต่ช่วงปลายปี 2564 แต่นโยบายของประเทศไทยด้านที่เข้มงวดและความไม่แน่นอนของการระบาดจะยังเป็นข้อจำกัดต่อไป คาดว่าอาจต้องใช้เวลาจนถึงปี 2568 กว่าที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะกลับสู่ระดับก่อนการระบาดได้

3) ภาคส่งออกเติบโตต่อเนื่องและยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจ เนื่องจากการฟื้นตัวของอุปสงค์โลกและประเทศคู่ค้า กอปรกับผลบวกจากการรวมกลุ่มระหว่างประเทศภายในภูมิภาคเดียวกัน (Regionalization) โดยเฉพาะ RCEP ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ช่วงต้นปี 2565 น่าจะมีส่วนเสริมภาคการค้าในระยะต่อไป อย่างไรก็ตาม การส่งออกอาจเผชิญแรงกดดันจากปัญหาด้านอุปทาน ทั้งการขาดแคลนวัตถุดิบและต้นทุนที่อาจปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงมาตรการกีดกันทางการค้าที่ยังมีอยู่เป็นระยะๆ

4) การลงทุนของภาคเอกชนมีแนวโน้มเติบโตตามวัฏจักรการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและไทย ผสมกับแรงหนุนจากการยกระดับการผลิตเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล รวมทั้งความคืบหน้าของการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่

5) มาตรการกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจ ซึ่งรวมทั้งการเบิกจ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปี และการใช้เงินกู้ที่เหลืออยู่จาก พ.ร.ก.กู้เงิน 5 แสนล้านบาท ด้านนโยบายการเงิน คาดว่าธนาคารแห่งประเทศไทยจะยังคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 0.5% ต่อเนื่องอย่างน้อยจนถึงสิ้นปี 2565 อีกทั้งยังดำเนินมาตรการด้านการเงินเพื่อช่วยเหลือลูกหนี้รายย่อยและภาคธุรกิจ ด้วยการเสริมสภาพคล่องและการปรับโครงสร้างหนี้ การผ่อนคลายนโยบายเพื่อสนับสนุนการให้ความช่วยเหลือของสถาบันการเงินแก่ลูกหนี้ และการผ่อนคลายนโยบาย LTV เป็นการชั่วคราวเพื่อช่วยกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

แม้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวแต่ยังมีปัจจัยที่จำกัดการเติบโตในระยะข้างหน้า อาทิ ความเปราะบางของตลาดแรงงาน การเพิ่มขึ้นของภาระหนี้ทั้งในภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ ซึ่งทำให้การใช้จ่ายในประเทศอาจเติบโตในอัตราต่ำ สำหรับปัจจัยเสี่ยงและความไม่แน่นอนอื่นๆ อาทิ การกลายพันธุ์ของไวรัส COVID-19 ความตึงเครียดทางการเมืองอาจกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของภาครัฐ นอกจากนี้ ตลาดการเงินโลกและไทยอาจเผชิญความผันผวนและประสบปัญหาต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นอันเป็นผลข้างเคียงจากการที่ประเทศแกนหลักของโลกทยอยปรับลดแรงกระตุ้นทางการเงินให้เข้าสู่ภาวะปกติมากขึ้น

ในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า การเร่งตัวของการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่จะเป็นอีกปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ที่จะช่วยดึงดูดการลงทุนโดยตรง (FDI) จากต่างประเทศ โดยโครงการสำคัญ ได้แก่ โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน โครงการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภาและเมืองการบินภาคตะวันออก โครงการท่าเรือแหลมฉบังระยะที่ 3 และโครงการพัฒนาท่าเรือมาบตาพุดระยะที่ 3 ล่าสุดทางการตั้งเป้าหมายลงทุนใน EEC ระยะที่ 2 ในช่วง 5 ปีข้างหน้า (ปี 2565-2569) วงเงิน 2.2 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากระยะแรกที่ตั้งเป้าไว้ 1.7 ล้านล้านบาท (2561-2564) นอกจากนี้ ในปี 2565 ภาครัฐจะเร่งขับเคลื่อนโครงการสำคัญให้เกิดเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะโครงการเชื่อมระหว่างอ่าวไทยและอันดามัน (แลนด์บริดจ์) ซึ่งจะเชื่อมระบบการขนส่ง (Logistic) ระหว่าง EEC กับพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้ (Southern Economic Corridor: SEC)

นอกจากนี้ โครงการคมนาคมอื่นๆ ที่คาดว่าจะเริ่มก่อสร้างได้ในช่วงปี 2565-2567 ตามแผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่งระยะเร่งด่วนฉบับล่าสุด พ.ศ. 2561 ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนา ระบบคมนาคมขนส่งของไทยระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้แก่

1) **โครงการระบบราง** เช่น โครงการรถไฟความเร็วสูง กรุงเทพฯ-นครราชสีมา (รถไฟไทย-จีน ช่วงกรุงเทพฯ-นครราชสีมา) รวม 4 สัญญา ระยะทางรวมประมาณ 80 กม. โครงการรถไฟทางคู่ ช่วงขอนแก่น-หนองคาย ระยะที่ 2 ระยะทาง 167 กม. รวมถึงโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายสีม่วงใต้ ช่วงเตาปูน-ราษฎร์บูรณะ ระยะทาง 23.6 กม.

2) **โครงการระบบถนน** อาทิ ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (Motorway) สายบางขุนเทียน-บ้านแพ้ว (M82) ช่วงเอกชัย-บ้านแพ้ว ระยะทาง 16.4 กม.

3) **โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำคัญอื่น ๆ** เช่น โครงการพัฒนาอาคารผู้โดยสารส่วนต่อขยายด้านทิศเหนือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Terminal 2) คาดเปิดประมูลและดำเนินการก่อสร้างปี 2565 แล้วเสร็จปี 2567 สามารถรองรับผู้โดยสารได้ 30 ล้านคน/ปี โครงการพัฒนาขยาย

ท่าอากาศยานดอนเมืองระยะที่ 3 คาดได้ผู้รับเหมาไม่เกินสิ้นปี 2564 ใช้เวลาก่อสร้าง 2 ปี เปิดให้บริการปี 2567

หากการลงทุนสามารถดำเนินการได้ตามแผน คาดว่าจะช่วยหนุนโอกาสการลงทุนในอุตสาหกรรมต่อเนื่องให้กระจายสู่ภูมิภาค โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า (EV) การแพทย์สมัยใหม่ สมาร์ทอิเล็กทรอนิกส์ ดิจิทัล อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารสมัยใหม่ เป็นต้น

แนวโน้มธุรกิจเครื่องดื่ม

ตลาดในประเทศ ปี 2565-2567 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มมีแนวโน้มเติบโตในอัตราไม่สูงมากนัก สอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยตลาดเครื่องดื่ม อาทิ น้ำอัดลม เบียร์ และสุรา จะเผชิญแรงกดดันจากกระแสใส่ใจในสุขภาพมากขึ้นของผู้บริโภค ขณะที่ทางการยังคงมาตรการเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มกลุ่มที่มีผลข้างเคียงต่อสุขภาพ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มที่ผสมน้ำตาลปริมาณมาก

ตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์มีแนวโน้มเติบโตกระเตื้องขึ้น หลังจากหดตัวในปี 2564 จากกำลังซื้อที่คาดว่าจะฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจและการขยายตัวของชุมชนเมือง ดังนี้

น้ำดื่มบรรจุขวด: ความต้องการบริโภคในประเทศมีแนวโน้มเติบโตในระดับ 2-3% ต่อปี เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์จำเป็นและเป็นเครื่องดื่มที่ตอบสนอง Life Style ของผู้บริโภคปัจจุบันที่คำนึงถึงความสะอาดและปลอดภัยของเครื่องดื่มมากขึ้น โดยเฉพาะน้ำดื่มบรรจุขวดที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน อาทิ ISO 9001 และ HACCP ทั้งนี้ คาดว่าตลาดน้ำดื่มจะเติบโตทั้งกลุ่มน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภคทั่วไป และน้ำดื่มบรรจุขวดกลอนซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือครัวเรือนและสำนักงาน นอกจากนี้ ผลกระทบจากสภาวะโลกร้อน ทำให้ระดับน้ำทะเลสูงขึ้นจากน้ำแข็งขั้วโลกละลาย ส่งผลให้การผลิตน้ำประปาในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำชายทะเลมีรสชาติเค็มช่วงหน้าแล้ง (เดือนมกราคม-เมษายน) ของทุกปี จะหนุนให้มีการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในช่วงดังกล่าวมากขึ้น ด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นจากผลิตภัณฑ์น้ำดื่มเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะน้ำดื่มผสมวิตามิน จึงคาดว่าจะมีการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายช่องทางจำหน่ายซึ่งจะผลักดันให้ต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้น

น้ำอัดลม: การบริโภคในประเทศมีแนวโน้มเติบโตผันผวน โดยปี 2565 คาดว่าจะขยายตัว 1-2% ผลจากร้านอาหารจะเริ่มทยอยกลับมาเปิดให้บริการหลังมีการฉีดวัคซีนครบคลุมทั่วประเทศ ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจกระเตื้องขึ้น ขณะที่ผู้บริโภคและผู้ค้าส่ง-ค้าปลีกบางส่วนจะเร่งสะสมสต็อกก่อนมีการปรับขึ้นอัตราภาษีความหวานระยะที่ 3 (เดือนตุลาคม 2565 อัตราภาษีจะเพิ่มขึ้น 3 เท่าจากระยะที่ 2) ซึ่งจะส่งผลให้ปี 2566 ความต้องการน้ำอัดลมจะหดตัว 1-2% ก่อนกลับมาขยายตัว 1-2% ในปี 2567 ซึ่งคาดว่าจะมีการเร่งสะสมสต็อกน้ำอัดลมเพิ่มขึ้นตามแผนปรับขึ้นภาษีความหวานระยะที่ 4 (ภาษีเพิ่มขึ้น 3 เท่าจากระยะที่ 3) ประกอบกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง

ทำให้ร้านอาหารและสถานบันเทิงเปิดให้บริการได้เต็มที่มากขึ้น รวมถึงสภาพอากาศที่คาดว่าจะมี อุณหภูมิสูงขึ้นจากภาวะโลกร้อน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังมีความเสี่ยงด้านการแข่งขันที่รุนแรง จากความต้องการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและตอบรับมาตรการด้านภาษี โดยการออกผลิตภัณฑ์รสชาติ ใหม่ (อาทิ เป๊ปซี่โลม์ เป๊ปซี่แมกซ์เทสต์ กลิ่นราสเบอร์รี่ และกลิ่นครีมโซดา โค้กพลัสคอปฟี โค้กซีโร่ กลิ่นออเรนจ์ และเอสเพลย์ สูตรผสมวิตามิน B6 และ B12) และสินค้าทดแทนที่จะเข้ามาแข่งขันมากขึ้น เช่น เครื่องดื่มฟังก์ชันน้ำตาลคาร์บอนेट เครื่องดื่มสปาร์คกลิ้ง และชาพร้อมดื่ม รวมถึงผู้ผลิตบางกลุ่มที่ ปรับตัวออกผลิตภัณฑ์ใหม่รับกระแสใส่ใจสุขภาพ อาทิ เครื่องดื่มสูตรหวานน้อย และสูตรสารทดแทน ความหวาน

การส่งออกน้ำอัดลมไปยังเมียนมา (ตลาดส่งออกอันดับ 2 ของไทย) มีแนวโน้มหดตัว เนื่องจาก รัฐบาลเมียนมาห้ามนำเข้าเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ผ่านด่านชายแดนทางบกซึ่งใช้เวลาขนส่งเพียง 1 วัน ถึงเมืองย่างกุ้งและจังหวัดต่างๆ ของเมียนมา (ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2564 เป็นต้นไป) ทำให้ต้อง เปลี่ยนมาขนส่งสินค้าผ่านแดนทางท่าเรือซึ่งใช้เวลาขนส่งนานเกือบ 1 สัปดาห์ ส่งผลให้ต้นทุนค่าขนส่ง สูงขึ้น จนทำให้ราคาจำหน่ายน้ำอัดลมนำเข้าจากไทยอาจมีราคาแพงขึ้น

ผู้ประกอบการไทยขยายการลงทุนในกลุ่มอาเซียนแล้วหลายประเทศ อาทิ บจก.โคคา-โคล่า (ประเทศไทย) (ลงทุนในเมียนมา กัมพูชา มาเลเซีย และฟิลิปปินส์) บจก.เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรคดิง (ลงทุนในเมียนมาและเวียดนาม) เพื่อตอบสนองของความต้องการบริโภคน้ำอัดลมที่มีแนวโน้มเติบโตดี ต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากรายได้ประชากรในประเทศอาเซียนมีแนวโน้มสูงขึ้น มีการขยายตัวของ สังคมเมือง และนิยมบริโภคเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์แบรนด์ไทย นอกจากนี้ ยังเป็นการลดต้นทุนของผู้ประกอบการทั้งด้านแรงงานและค่าขนส่ง ทั้งนี้ แม้แนวโน้มการนำเข้าโดยตรงจากไทยจะลดลง แต่ ผู้ผลิตจะทยอยรับรู้รายได้จากฐานผลิตในต่างประเทศทดแทน

แนวโน้มธุรกิจอาหารพร้อมทาน

อาหารพร้อมทานโดยรวมของไทยในปี 2564-2566 มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยความ ต้องการบริโภคสำเร็จรูปในประเทศคาดว่าจะเติบโตได้อย่างจำกัด และมีแนวโน้มแข่งขันสูง อย่างไรก็ตาม ภาวะเศรษฐกิจที่เปราะบาง ทำให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายและเลือกซื้อของสำเร็จรูปซึ่งถือเป็นอาหารอีกทางเลือกหนึ่งเพื่อลดภาระค่าครองชีพ ในขณะที่ตลาดส่งออกยังมี แนวโน้มเติบโตได้ ส่วนอาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกคาดว่าจะ ยังเติบโตดี ตามทิศทางการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ภายในประเทศ และความนิยมบริโภค อาหารไทยในต่างแดน

คาดว่ารายได้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารพร้อมทานโดยรวมในปี 2564-2566 จะยังเติบโตต่อเนื่อง โดยอาหารพร้อมทานแช่แข็งจะยังมีแนวโน้มเติบโตดีทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกตามการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และการขยายตัวของชุมชนเมือง ส่วนตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศน่าจะขยายตัวได้ไม่มากนัก เนื่องจากตลาดใกล้เข้าสู่ภาวะอิ่มตัว ขณะที่ตลาดส่งออกยังเติบโตดี อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตยังมีความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐที่อาจจัดเก็บภาษีตามปริมาณโซเดียมซึ่งอาจเพิ่มภาระต้นทุนและมีผลกดดันความสามารถในการทำกำไรของผู้ผลิตได้

ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป: คาดว่ารายได้ของผู้ประกอบการจะเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างช้าๆ ซึ่งจะช่วยหนุนความต้องการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเพื่อลดภาระค่าครองชีพ อย่างไรก็ตาม อัตราการขยายตัวอาจอยู่ในระดับต่ำต่อเนื่อง เนื่องจากตลาดในประเทศซึ่งเป็นตลาดหลักใกล้ถึงภาวะอิ่มตัว การแข่งขันจึงรุนแรง ผลักดันให้ผู้ผลิตพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดผู้บริโภค อีกทั้งยังมีความเสี่ยงจากอาหารพร้อมทานประเภทอื่น และสินค้าทดแทนที่มีอยู่หลากหลายเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด นอกจากนี้ ภาครัฐอาจพิจารณาจัดเก็บภาษีตามปริมาณโซเดียมซึ่งคาดว่าอาจมีผลบังคับใช้ในช่วงปี 2565-2566 อาจมีผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและกดดันความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ ด้านการส่งออกคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง ปัจจัยหนุนจากเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าเริ่มฟื้นตัว และตลาดยังมีอัตราการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปค่อนข้างต่ำ อาทิ กัมพูชา และเมียนมา (ตลาดส่งออกอันดับ 1 และ 2 ของไทย สัดส่วน 23.2% และ 11.1% ตามลำดับ) จึงอาจเป็นโอกาสในการส่งออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของไทย

ผู้ผลิตอาหารแช่แข็ง: คาดว่ารายได้จะเติบโตดี ปัจจัยหนุนจากตลาดในประเทศที่เติบโตต่อเนื่องตามการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การขยายตัวของชุมชนเมือง เมนูที่หลากหลาย และการจัดโปรโมชั่น ส่วนลด ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพื่อจูงใจผู้บริโภค ส่วนตลาดส่งออกคาดว่าจะขยายตัวตามทิศทางเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ประกอบกับ อาหารที่ผลิตจากไทยได้รับการยอมรับจากต่างชาติทั้งด้านคุณภาพ และรสชาติ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนี้ยังมีปัจจัยที่ทำนายจากความเข้มงวดด้านการตรวจสอบสินค้าของประเทศคู่ค้า อาทิ การผลิตภายใต้การควบคุมคุณภาพและการรับรองตามมาตรฐานต่างๆ อาทิ ระบบ HACCP, GMP, ISO 9001-2000 และ HALAL รวมถึงข้อกำหนดการติดฉลาก และระบบการตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับไปยังแหล่งผลิตวัตถุดิบ ซึ่งอาจกระทบต้นทุนการผลิตได้

อาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็ง: คาดว่าความต้องการบริโภคในประเทศปี 2564-2566 จะมีมูลค่าเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ย 12-14% ต่อปี โดยอาหารพร้อมทานแช่เย็น และอาหารพร้อมทานแช่แข็งจะเติบโตเฉลี่ย 13-14% ต่อปี และ 12-13% ต่อปี ตามลำดับ ปัจจัยหนุนจาก

(1) การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ ซึ่งมีสาขาจำนวนมากและกระจายไปยังแหล่งชุมชน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งจำหน่ายได้ง่าย และสะดวกในการรับประทาน

(2) การขยายตัวของชุมชนเมือง ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีชีวิตของสังคมเมืองที่เร่งรีบและต้องการความสะดวกสบาย

(3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายเมนู และหลากหลายสัญชาติ อาทิ อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหารอิตาเลียน

(4) คุณค่าทางโภชนาการมากกว่าอาหารพร้อมทานแบบแห้งจึงดึงดูดผู้บริโภค

(5) เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านรุ่นใหม่เอื้อให้การซื้ออาหารแช่เย็น-แช่แข็งมาบริโภคสะดวกขึ้น เช่น ตู้เย็นสมัยใหม่มีช่องแช่แข็งขนาดใหญ่ และไมโครเวฟมีราคาถูกลง

(6) การจัดโปรโมชั่น ส่วนลด ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่จูงใจผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของอาหารพร้อมทานประเภทอื่น อาทิ อาหารพร้อมทานแบบจัดวางชั้น และอาหารพร้อมทานปรุงสดใหม่ รวมถึงอาหารทดแทนอื่น อาทิ เบเกอรี่ ขนมขบเคี้ยว ธัญพืชอบกรอบ (ซีเรียล) ที่ออกสู่ตลาดมากขึ้น อาจยังเป็นปัจจัยเสี่ยงกดดันการแข่งขัน

มูลค่าส่งออกในช่วงปี 2564-2566 คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 11-12% ต่อปี

1) ทิศทางเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป หลังการฉีดวัคซีน COVID-19 ครอบคลุมจำนวนประชากรมากขึ้น

2) แนวโน้มนวัตกรรมการเก็บรักษาอาหารพร้อมทานให้คงรสชาติและรูปลักษณ์เสมือนอาหารปรุงสดใหม่มีการพัฒนามากขึ้น

3) การคิดค้นเมนูแปลกใหม่ที่มีความหลากหลายเพื่อดึงดูดผู้บริโภค

4) อาหารที่ผลิตจากไทยได้รับการยอมรับจากต่างชาติในด้านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย สะอาด และปลอดภัย จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคท่ามกลางภาวะโรคระบาด อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนี้ยังมีปัจจัยที่ท้าทายจากมาตรการเข้มงวดของประเทศคู่ค้าในด้านการตรวจสอบสินค้า อาทิ การผลิตภายใต้มาตรการควบคุมคุณภาพและการรับรองต่างๆ อาทิ ระบบ HACCP, GMP, ISO 9001-2000 และ HALAL รวมถึงข้อกำหนดการติดฉลาก และระบบการตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับไปยังแหล่งผลิตวัตถุดิบ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนการผลิตปรับสูงขึ้นได้

แนวโน้มธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมปี 2564 มีแนวโน้มซบเซาต่อเนื่องจากปี 2563 แต่จะทยอยฟื้นตัวในปี 2565-2566 โดยคาดว่าจะต้องใช้เวลาอย่างน้อย 4 ปี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงจะฟื้นตัวกลับมาเท่ากับระดับช่วงก่อน COVID-19 ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยจะฟื้นตัวเร็วกว่า จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การฟื้นตัวอย่างช้าๆ ของจำนวนนักท่องเที่ยว ขณะที่

ผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่ยังคงขยายการลงทุนต่อเนื่อง แต่อาจล่าช้ากว่าแผนเดิม ส่งผลให้อัตราเข้าพักทั่วประเทศมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำเฉลี่ยที่ 40% ในปี 2564 ก่อนจะปรับขึ้นเป็น 50-53% ในปี 2565 และ 60-63% ในปี 2566 ตามลำดับ

ภาวะการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นจาก

- 1) คู่แข่งในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน เนื่องจากผู้ประกอบการโรงแรมยังคงขยายการลงทุนในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักและเมืองศูนย์กลางของภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ทั้งการลงทุนเองและการรับบริหาร
- 2) การแข่งขันจากสินค้า/บริการทดแทน อาทิ อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และคอนโดมิเนียม โดยยังมีการเปิดให้เช่าเป็นรายวัน (ซึ่งถือว่าเป็นผิดกฎหมายตาม พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2547) และส่วนใหญ่มีราคาเช่าเฉลี่ยต่ำกว่า ส่งผลให้อัตราเข้าพักของธุรกิจโรงแรมในภาพรวมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ อีกทั้งสร้างแรงกดดันต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs เนื่องจากต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาดึงดูดลูกค้า

สำหรับมุมมองในด้านบวก วิกฤต COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจให้บริการที่พักอื่น ๆ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าธุรกิจโรงแรมทั่วไป อาทิ Airbnb โดยก่อนหน้าการแพร่ระบาด Airbnb มีอัตราการเติบโตสูงและถือเป็นปัจจัยคุกคามธุรกิจโรงแรมอย่างแท้จริง เนื่องจากมีราคาต่ำกว่าและมีรูปแบบที่พักหลากหลายให้เลือกสรร ทว่าในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความสะอาดมาเป็นอันดับแรก ซึ่งธุรกิจแบบแบ่งปัน หรือ Sharing economy ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นได้เทียบเท่าโรงแรม นอกจากนี้ โรงแรมที่ไม่ได้จดทะเบียนตามกฎหมายซึ่งมีอยู่จำนวนมาก มีแนวโน้มประสบภาวะขาดทุนและขาดสภาพคล่องกระทั่งปิดกิจการในที่สุด ประเด็นดังกล่าวจะช่วยบรรเทาปัญหาอุปทานล้นตลาดได้ระดับหนึ่ง

ธุรกิจท่องเที่ยวจะยังซบเซาในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า ก่อนจะทยอยฟื้นตัวภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New normal) หลังวิกฤต COVID-19 เช่น การรักษาระยะห่าง การลดการสัมผัสโดยตรง ด้วยเหตุนี้ การดำเนินธุรกิจแบบเดิมอาจไม่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมจึงควรเร่งปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน อาทิ

- 1) ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้งานมากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและรักษาความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ยังช่วยยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (Tourism value chain) ซึ่งมีความซับซ้อน เนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจจำนวนมาก อาทิ โรงแรม บริษัทนำเที่ยว การขนส่ง ธุรกิจอาหาร ค้าปลีก ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่น ฯลฯ ช่วยให้ผู้ประกอบการในห่วงโซ่สามารถเชื่อมโยงกัน

ผ่าน Platform ต่างๆ รวมถึงพัฒนาต่อยอดธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลาย

2) ควรเน้นการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างและหลากหลาย เพื่อเสนอบริการที่ตอบโจทย์รายบุคคล ไม่ว่าจะเป็นแบบแผนการเดินทาง กิจกรรมที่สนใจ และงบประมาณที่เหมาะสม โดยใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้กระบวนการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลมีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละรายมากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดเจาะนักท่องเที่ยวตามกลุ่มวัย เน้นดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ เป็นต้น

3) ควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพและอนามัยมากขึ้น ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ผู้คนหันมาสนใจดูแลสุขภาพ เห็นได้จากกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา เช่น การปั่นจักรยาน วิ่งมาราธอน รวมถึงความนิยมการออกกำลังกาย หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นกับนโยบายด้านสาธารณสุขของจุดหมายปลายทางและสุขภาพอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว ขณะที่กิจกรรมกลางแจ้งจะได้รับความนิยมมากขึ้น (เพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีคนหนาแน่น แออัด หรือพื้นที่ปิด) ผู้ประกอบการจึงควรร่วมมือกับชุมชนรอบข้าง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้มีความปลอดภัย สะอาด ปราศจากความเสี่ยงต่อโรค

ธุรกิจโรงแรมเผชิญภาวะซบเซาต่อเนื่องในปี 2564 ผลจากวิกฤต COVID-19 ทำให้มีการเลิกจ้างแรงงานภาคท่องเที่ยวสูงเป็นประวัติการณ์ ผลจากการปิดกิจการของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมจะทยอยฟื้นตัวได้ในปี 2565-2566 หลังวิกฤต COVID-19 คลี่คลาย คาดว่าจะมีการใช้วัคซีนอย่างแพร่หลายช่วงครึ่งหลังปี 2564 ซึ่งจะหนุนความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวก่อนปัจจัยหนุนจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของภาครัฐ ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อยๆ ฟื้นตัว เนื่องจากประเทศต่างๆ มีแนวโน้มจะส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศเป็นลำดับแรก ด้านผู้ประกอบการ รายใหญ่ยังมีศักยภาพในการลงทุนต่อเนื่อง แต่อาจล่าช้ากว่าแผนเดิม ขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ยังเผชิญกับการแข่งขันรุนแรงและมีโอกาสสูงที่จะปิดกิจการ

โรงแรมในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก (กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต) ยังคงซบเซาจากการลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2564 แม้จะกระเตื้องขึ้นในปี 2565-2566: คาดรายได้ทยอยฟื้นตัวตามทิศทางการท่องเที่ยวในอีก 2-3 ปีข้างหน้า แต่โดยรวมยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงก่อน COVID-19 โดยอัตราเข้าพักเฉลี่ยจะอยู่ที่ 50-55%

โรงแรมในจังหวัดศูนย์กลางความเจริญของภูมิภาคและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีแนวโน้มฟื้นตัวไม่เต็มที่: ส่วนใหญ่เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย จึงได้อานิสงส์จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ในระยะ 3 ปีข้างหน้า

โรงแรมในจังหวัดทั่วไป รายได้มีแนวโน้มลดลงแม้จะได้รับแรงหนุนจากมาตรการกระตุ้นท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่รองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเพื่อไปจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค ทำให้อัตราการเข้าพักมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำกว่าเมื่อเทียบกับ 2 พื้นที่ดังกล่าวข้างต้น

ธุรกิจโรงแรมทุกพื้นที่ยังคงแข่งขันรุนแรง จากภาวะอุปทานส่วนเกิน ทั้งจากธุรกิจเดียวกันและธุรกิจบริการที่พักรูปแบบอื่น และเมื่อผนวกกับอุปสงค์ที่ฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ทำให้การปรับราคาห้องพักทำได้ค่อนข้างยาก โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวหลักที่พึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติ

แนวโน้มธุรกิจให้เช่า

ธุรกิจอาคารสำนักงานให้เช่ามีแนวโน้มซบเซาในปี 2564 ต่อเนื่องจากปี 2563 ผลจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่รุนแรง ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้ภาคธุรกิจมีการปรับลดขนาดองค์กร ควบคุมค่าใช้จ่ายด้วยการลดจำนวนพนักงาน รวมไปถึงการลดพื้นที่เช่าของอาคารสำนักงาน อย่างไรก็ตาม คาดว่าความต้องการเช่าพื้นที่สำนักงานจะทยอยปรับดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปในปี 2565-2566 เมื่อการฉีดวัคซีนครอบคลุมทั่วประเทศ ขณะที่เศรษฐกิจไทยทยอยฟื้นตัว และภาครัฐเร่งลงทุนโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะด้านการคมนาคมขนส่งจะช่วยหนุนให้ผู้ประกอบการลงทุน/ปรับปรุงอาคารสำนักงานให้เช่าในพื้นที่ CBD และ Non-CBD เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม อุปทานพื้นที่สำนักงานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามแผนธุรกิจ ขณะที่ความต้องการขยายตัวช้ากว่า ส่งผลให้อัตราการเช่าพื้นที่ปี 2564-2566 มีทิศทางปรับลดลงจากปี 2563

ด้านอุปทานอาคารสำนักงานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

อัตราค่าเช่าในพื้นที่ CBD และพื้นที่ Grade A ใน Non-CBD มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ ตามการฟื้นตัวของอุปสงค์โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตเร็ว อาทิ กลุ่มธุรกิจบริการ การค้าและกลุ่มเทคโนโลยี ขณะที่ต้นทุนการดำเนินโครงการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะอาคารสำนักงานใหม่ซึ่งเน้นลงทุนด้านการออกแบบให้สวยงามใช้ระบบเทคโนโลยีเพิ่มความสะดวก และมีระบบบริหารจัดการที่ดี ส่วนอาคารสำนักงานเก่าจะมีการปรับปรุง (Renovation) ให้ทันสมัย อย่างไรก็ตาม อัตราค่าเช่าของพื้นที่ Grade B ใน Non-CBD อาจปรับลดลงในปี 2564 ก่อนกระเตื้องขึ้นในปี 2565-2566 เนื่องจากผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายกลาง-เล็ก รวมถึงร้านค้าและผู้เช่าเพื่อการพาณิชย์ต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบด้านรายได้ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2563 ซึ่งน่าจะเริ่มกลับมาดำเนินธุรกิจได้เต็มที่เมื่อการแพร่ระบาดของไวรัสคลี่คลาย

สำหรับประเด็นท้าทายที่ธุรกิจต้องปรับตัวในระยะอันใกล้

(1) หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 บรรเทาลง พนักงานบางส่วนมีโอกาสดำเนินงานที่บ้านต่อเนื่องไปอีก 1-2 ปี อาจลดทอนความต้องการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานบางส่วน

(2) การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น จากแผนการลงทุนโครงการอาคารสำนักงานที่เพิ่มขึ้นถึง 2 เท่าในช่วงปี 2564-2566 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ขณะที่อุปสงค์การเช่าพื้นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทำให้การปรับขึ้นค่าเช่าทำได้จำกัด

ตลาดอาคารสำนักงานให้เช่าในประเทศไทยจัดว่ายังมีความน่าสนใจเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจาก

(1) ประเทศไทยอยู่ในทำเลที่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคซึ่งสามารถเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวก

(2) อัตราค่าเช่าสำนักงานยังไม่สูงมากเมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์

(3) ภาครัฐออกมาตรการที่เอื้อประโยชน์แก่ธุรกิจสำนักงานให้เช่า เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการจัดตั้งสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค (Regional Operating Headquarters: ROH) ปัจจุบันข้างต้นจะช่วยให้ตลาดอาคารสำนักงานของไทยมีโอกาสเติบโตได้ต่อเนื่องในระยะข้างหน้า

ธุรกิจอาคารสำนักงานเพื่อขาย/ ให้เช่าพื้นที่ (Prime Area ในกทม.)

รายได้คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง ผลจากการเข้ามาแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ยาก เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูงและพื้นที่เพื่อก่อสร้างอาคารสำนักงานใหม่ในย่าน Prime Area

ตลาดส่วนใหญ่จึงเป็นของผู้ประกอบการรายเดิมที่มีความได้เปรียบทั้งด้านเงินทุนและการสะสมที่ดินในทำเลศักยภาพ อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ที่ฟื้นตัวช้า ขณะที่อุปทานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากแผนการลงทุนต่อเนื่องของผู้ประกอบการ อาจส่งผลให้อัตราการเช่ามีทิศทางลดลงและค่าเช่าปรับขึ้นได้ไม่มาก แต่ยังคงอยู่ในระดับสูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ

ธุรกิจอาคารสำนักงานในพื้นที่กรุงเทพฯ ย่านรอบนอกและพื้นที่ปริมณฑล

รายได้มีแนวโน้มทรงตัว เนื่องจากอุปทานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของเมืองตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยาย รวมทั้งทำเลย่านรอบนอกและแถบปริมณฑลซึ่งราคาที่ดินยังไม่สูงมาก จึงจูงใจนักลงทุนรายใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ขณะที่อุปสงค์ในการเช่าพื้นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นช้ากว่า ส่งผลให้การแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ทำให้ค่าเช่าพื้นที่อาจปรับขึ้นได้ยาก

แนวโน้มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

จากรายงานของพริ้นท์มีเดียโกลบอลมาเก็ต กล่าวว่าตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วโลกจะเติบโตจาก 287.87 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2563 มาเป็น 313.28 พันล้านเหรียญ ในปี 2564 โดยมีอัตราเพิ่มถึง 8.8% การขยายตัวนี้เกิดจากการปรับปรุงการบริหารจัดการและการฟื้นตัวจากผลกระทบของโรคโควิด-19 คาดว่าตลาดสื่อสิ่งพิมพ์จะเติบโตไปถึง 302 พันล้านเหรียญในปี 2568 ตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใหญ่ที่สุดอยู่ที่เอเชียแปซิฟิก รองลงมาคืออเมริกาเหนือ ในขณะที่แอฟริกาเป็นตลาดที่มีมูลค่าต่ำที่สุด

การเติบโตของสื่อสิ่งพิมพ์มาจากหลายสาเหตุ

จากการสำรวจพบว่าความต้องการในการส่งเสริมการขายสินค้าปลีก อาหาร และเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น มีการจัดทำโฆษณาสินค้าขายปลีกผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้น โดยถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการตลาดโดยรวม และผลสำรวจที่สำคัญคือ บริษัท Adobe ได้ทำแบบสอบถามลูกค้า 1,250 ราย พบว่าโฆษณาทางสื่อดิจิทัลไม่สามารถดึงความสนใจของผู้อ่านได้มากนัก แต่โฆษณาที่เป็นสิ่งพิมพ์กลับสร้างความสนใจให้ผู้อ่านได้ดีกว่า

ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาการพิมพ์มีการพัฒนาการในแนวทางคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมีการใช้หมึกที่ทำจากน้ำมันพืช ช่วยลดการปล่อยสารระเหยสู่บรรยากาศ (VOC Volatile Organic Compounds) และมีการนำกระดาษรีไซเคิลคุณภาพสูงมาใช้ในงานพิมพ์แมกกาซีน แคตตาล็อก ไตรเวิกเมลล์ ฯลฯ

การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นอกจากกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ แล้ว ยังทำให้ความต้องการของสื่อสิ่งพิมพ์ลดลง ตัวอย่างตามรายงานจากบริษัทไฮเดลเบิร์กว่า ยอดผลิตสิ่งพิมพ์โดยรวม (ทั้งการพิมพ์ทั่วไปและการพิมพ์บรรจุภัณฑ์) ในประเทศจีนลดลงกว่า 80% ช่วงโควิดระบาด แต่ก็สามารถฟื้นฟูภาวะปกติเมื่อเชื้อไวรัสโควิดสามารถถูกควบคุมได้

ความต้องการในการโฆษณาเพื่อผลักดันให้ตลาดสินค้าเติบโตมีส่วนทำให้เพิ่มยอดการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้บริษัทที่มียอดจำหน่ายสินค้าสูง ๆ และมีสาขามากมาย จะสามารถสั่งผลิตสิ่งพิมพ์ในปริมาณที่มากซึ่งจะทำให้ต้นทุนการผลิตสิ่งพิมพ์ลดลง

ในส่วนการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลก็มีการเติบโตและก็มีผลกระทบต่อยอดโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น มีการสร้างป้ายโฆษณาดิจิทัลขนาด 18,000 ตารางฟุตที่ตึก Circa ในใจกลางเมือง Los Angeles

ในการพิมพ์แผ่นขนาดใหญ่ก็มีการผลิตเครื่องพิมพ์ที่มีหน้ากว้างขึ้น มีการทำป้ายที่มีหน้ากว้างถึง 5 เมตร ซึ่งต่อไปก็จะเป็นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ใช้ระบบการพิมพ์มากขึ้น

การเพิ่มค่าแรงและค่าครองชีพในประเทศจีน ทำให้อุตสาหกรรมการพิมพ์ขยายตัวตามไปด้วย การพิมพ์บรรจุภัณฑ์จะเพิ่มประมาณ 50% ของมูลค่าสิ่งพิมพ์ทั้งหมด ในขณะที่การพิมพ์เพื่อการเผยแพร่เพิ่มประมาณ 30% ต่างจากสิ่งพิมพ์เพื่อการเผยแพร่ในโลกตะวันตกจะถดถอยลงจากการหันไปใช้สื่อดิจิทัล แต่ที่จีนกลับยังคงเติบโตต่อเนื่อง

ในประเทศอินเดีย Confederation of Indian Industry (CII) คาดหวังว่าในปี 2568 ประเทศอินเดียจะมีการบริโภคใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก All India Federation of Master Printers (AIFMP) ประมาณไว้ว่าการพิมพ์ทั่วไปไม่รวมสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์จะเติบโตปีละ 10%

ที่ญี่ปุ่น ผู้ผลิตเครื่องพิมพ์ต่างได้มีการนำเสนอเครื่องพิมพ์ดิจิทัลรุ่นใหม่ ๆ ที่มีความเร็วสูงพิมพ์ได้ทั้งกระดาษหนาและบางสำหรับงานพิมพ์ทั่วไปและงานพิมพ์บรรจุภัณฑ์ บริษัทหลายแห่งเริ่มผลิต

เครื่องพิมพ์ใช้หมึก Inkjet พิมพ์ได้คมชัดสวยงามขึ้นด้วยความเร็วที่สูงขึ้น คาดว่าหลังจากหมดวิกฤตโควิด-19 แล้ว การเติบโตของธุรกิจการพิมพ์จะดีขึ้น

แนวทางการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในยุคดิจิทัล

สิ่งพิมพ์ออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มากขึ้นเพราะการพัฒนาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ และระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้แนวโน้มของผู้อ่านมีพฤติกรรมการอ่านสิ่งพิมพ์ออนไลน์แทนสิ่งพิมพ์ฉบับพิมพ์มากขึ้น ผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์หลายรายจึงต้องปรับตัวด้วยวิธีการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้อ่าน โดยบทความฉบับนี้ได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ 8 ประเด็น ได้แก่ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้รับสาร ความสะดวกในการเข้าถึงสื่อ เนื้อหาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ การพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์ควบคู่กับสิ่งพิมพ์ฉบับพิมพ์ การรับจ้างผลิตเนื้อหา การสร้างประสบการณ์ใหม่ในสิ่งพิมพ์ออนไลน์ความสามารถในการสร้างประโยชน์ให้กับผู้อ่าน และการสร้างช่องทางซื้อสินค้าให้กับผู้อ่าน

แนวโน้มธุรกิจเบเกอรี่

ธุรกิจเบเกอรี่เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้คนเป็นจำนวนมาก เป็นธุรกิจที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ ทั้งในด้านผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่ชอบความ สะดวกสบาย ใช้ชีวิตเร่งรีบ และเนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ธุรกิจเบเกอรี่ในสังคมจึงปัจจุบันเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในหมู่สังคม วัยรุ่น วัยกลางคน และนักเรียนนักศึกษา เลือกรับประทานขนมเบเกอรี่กันมากขึ้นในปัจจุบัน การเปิดร้านเบเกอรี่เริ่มมีมากขึ้น ตามจำนวนความต้องการของผู้ซื้อ สิ่งที่สำคัญที่สุดของผู้ผลิตก็คือการรักษาร้านให้อยู่ต่อไปได้อย่าง มั่นคง ผู้ประกอบการจะต้องมีความใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ การตกแต่ง ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม รวมถึงการจะเลือกใช้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

สภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวในทุกธุรกิจ อาจมีผลกระทบต่อการบริหารโอกาสและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค จากความผันผวนและความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ และค่าแรงที่ปรับตัวขึ้น ทำให้ผู้ผลิตต้องแบกรับภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้น รวมถึงภาระรายจ่ายที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้อัตราราคาส่งจำหน่ายต่อรายได้ของครัวเรือนทั่วประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อกำลังการซื้อของผู้บริโภคที่ลดน้อยลง และผู้บริโภคยังคงต้องประหยัดและใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง ทำให้ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการโดยรวมของธุรกิจ แม้ว่าธุรกิจจะได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจจึงทำให้ธุรกิจต้องดำเนินไปด้วยความรอบคอบ พร้อมกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นยอดขาย ทำให้ธุรกิจเบเกอรี่ไม่ได้มีผลกระทบมากนัก

ในปัจจุบันมีการใช้เวลาว่างในการเล่นอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย มีการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการกันมากขึ้น โดยจะมีการแชร์ การรีวิวสินค้าและบริการ แชร์กิจกรรม

รูปภาพต่าง ๆ เช่น รูปภาพเบเกอรี่ รูปภาพบรรยากาศในร้านผ่าน ช่องทางโซเชียลมีเดีย สื่อให้เห็นถึงความชอบและรสนิยมของผู้แชร์ ในส่วนของวิธีการกินอาหารของคนไทยที่ถูกสุขลักษณะตามแบบวัฒนธรรมไทย คือการสร้างค่านิยมการกิน ให้เลือกกินอาหารที่มีคุณภาพที่ดีต่อร่างกาย เมื่อรับประทานของหวานแล้วจะต้อง รับประทานของหวานเป็นลำดับถัดไป ดังนั้นสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นโอกาสที่ธุรกิจเบเกอรี่เพื่อสุขภาพโฆษณาสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและบริการผ่าน ช่องทางออนไลน์ และอัปเดตสินค้าใหม่ๆ ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้ยังมีการแชร์ กิจกรรมต่าง ๆ ส่งต่อไปยังผู้บริโภคใหม่ ๆ ทำให้รับรู้กันอย่างกว้างขวางในสังคมออนไลน์

แนวโน้มสถานการณ์ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบปรับเพิ่มขึ้น หลังตลาดกังวลอุปทานที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มโอเปคพลัสจะยังไม่เพียงพอและสามารถชดเชยกำลังการผลิตที่หายไปจากรัสเซียได้ รวมถึงอุปสงค์ที่มีแนวโน้มฟื้นตัวขึ้นต่อเนื่องจากสหรัฐฯ ที่ตลาดแรงงานเติบโตอย่างแข็งแกร่งในเดือน พ.ค. และจีนที่เริ่มทยอยคลายมาตรการล็อกดาวน์ที่เมืองเซี่ยงไฮ้และกรุงปักกิ่งซึ่งจะส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ของจีนคาดว่าจะเริ่มกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง

กลุ่มโอเปคพลัสมีมติปรับเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นราว 648,000 บาร์เรลต่อวันในเดือน ก.ค. และ ส.ค. ซึ่งมากกว่าข้อตกลงเดิม ที่จะเพิ่มกำลังการผลิตน้ำมันเพียง 432,000 บาร์เรลต่อวัน จนถึงเดือน ก.ย. อย่างไรก็ตาม นักวิเคราะห์หลายแห่งคาดว่าปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นจริงจะค่อนข้างจำกัด เนื่องจากกำลังการผลิตสำรอง (Spare Capacity) ของกลุ่มมีจำกัดและส่วนใหญ่อยู่ที่ซาอุดีอาระเบียและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ปริมาณการขุดเจาะน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติของสหรัฐฯ ทรงตัวจากสัปดาห์ก่อนหน้า แม้ว่าราคาจะปรับตัวขึ้นต่อเนื่อง โดย Baker Hughes รายงานปริมาณการขุดเจาะน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติทรงตัวที่ระดับ 727 แท่นสำหรับสัปดาห์สิ้นสุด ณ วันที่ 3 มิ.ย.2565

ราคาน้ำมันเบนซิน

ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าราคาน้ำมันดิบดูไบ หลังได้รับแรงหนุนจากปริมาณน้ำมันเบนซินคงคลังสิงคโปร์ที่ปรับลดลงแตะระดับต่ำสุดในรอบ 2 สัปดาห์ ประกอบกับ อุปสงค์ในภูมิภาคโดยเฉพาะจากอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ที่ยังคงอยู่ในระดับสูง

ราคาน้ำมันดีเซล

ปรับตัวเพิ่มขึ้นกว่าราคาน้ำมันดิบดูไบ หลังได้รับแรงหนุนจากปริมาณน้ำมันดิบดีเซลคงคลังสิงคโปร์ที่ปรับลดลงและระดับต่ำสุดในรอบ 4 สัปดาห์ ประกอบกับ การส่งออกจากเอเชียและตะวันออกกลางไปยังตลาดยุโรปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หลังยุโรปประกาศลดการนำเข้าน้ำมันจากรัสเซียภายใน 8 เดือน

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ OR ประกาศปรับลดราคาน้ำมันในกลุ่มเบนซิน แก๊สโซฮอล์ โดยน้ำมันเบนซินปรับลดราคา 3.00 บาท/ลิตร แก๊สโซฮอล์ E85 ลดราคา 1.80 บาท/ลิตร ส่วนดีเซลราคาคงเดิม มีผลวันที่ 8 กรกฎาคม 2565 ตั้งแต่เวลา 05:00 น. เป็นต้นไป

โดยบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ OR ประกาศปรับลดราคาน้ำมันในกลุ่มเบนซิน แก๊สโซฮอล์ โดย "น้ำมันเบนซิน" ปรับลดราคา 3.00 บาท/ลิตร "แก๊สโซฮอล์ E85" ลดราคา 1.80 บาท/ลิตร ส่วน "ดีเซล" ราคาคงเดิม มีผลวันที่ 8 กรกฎาคม 2565 ตั้งแต่เวลา 05:00 น. เป็นต้นไป *ราคาที่ประกาศเป็นราคาขายปลีกในกรุงเทพมหานคร ที่ยังไม่รวมภาษีบำรุงท้องถิ่น

2.2 ตลาดเป้าหมาย / ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

สำนักทรัพย์สินและรายได้ มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการจัดหารายได้และผลประโยชน์ต่าง ๆ จากทรัพยากรของมหาวิทยาลัยที่มีอยู่ให้คุ้มค่าเพิ่มพูนมากขึ้น การดำเนินโครงการต่าง ๆ สำนักทรัพย์สินและรายได้ยังมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานสินค้าและบริการของหน่วยงาน ลักษณะของสินค้า จะประกอบ อาหาร เครื่องดื่ม น้ำดื่ม สื่อสิ่งพิมพ์ วัสดุ สื่ออุปกรณ์การเรียนการสอน ลักษณะของงานบริการ ประกอบด้วย ห้องพัก ห้องประชุม สระว่ายน้ำ นวดแผนไทย ร้านถ่ายเอกสาร ร้านถ่ายรูป ฝึกอบรม สัมมนา และการเช่าสถานที่ โดยแบ่งแยกตามฝ่ายธุรกิจ

กลุ่มเป้าหมายลูกค้าของสำนักทรัพย์สินและรายได้

1	บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย	25%
2	นักเรียน/นักศึกษา	20%
3	หน่วยงานภาครัฐ	25%
4	หน่วยงานภาคเอกชน	10%
5	ประชาชนทั่วไป	20%

จากการข้อมูลของรายได้ของสำนักทรัพย์สินและรายได้ รายได้ส่วนมากที่เกิดขึ้นจากข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี ได้จากการทำความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ลักษณะของการจัดจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และการจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรของกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น ถัดมาเป็นกลุ่มหน่วยงานภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ที่เข้ามาใช้บริการห้องพัก อาหาร เครื่องดื่ม และการเช่าสถานที่ในการ

ประกอบกิจการภายในมหาวิทยาลัย และสุดท้ายจะเป็นนักเรียน นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ศึกษาและปฏิบัติงานหน้าอยู่ในมหาวิทยาลัยฯ

2.3 สภาพการแข่งขัน / คู่แข่ง

ในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีจำนวนมากหลายราย ซึ่งแต่ละราย ก็มีผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนทางการตลาดที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นที่รู้จักแก่คนส่วนใหญ่ แต่คู่แข่งของสำนักทรัพย์สินและรายได้ อยู่ในย่านเขตดุสิต ถนนสามเสน และถนนราชวิถี มีการประกอบธุรกิจมานาน จึงขอแสดงรายละเอียด ดังนี้

2.3.1 สวนดุสิตโฮมเบเกอรี่

โครงการสวนดุสิตโฮมเบเกอรี่ หรือที่คนส่วนใหญ่รู้จัก และเรียก คือ โฮมเบเกอรี่ เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ.2528 มีความเก่าแก่และเป็นเอกลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะขนมท็อฟฟี่เค้ก ได้รับการยอมรับ และยังคงครองใจสินค้า Best seller ที่ขายดีที่สุดในปัจจุบัน สูตรของขนมท็อฟฟี่เค้กถูกพัฒนาตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า มีทั้งสูตรดั้งเดิม สูตรน้ำผึ้ง หน้าอัลมอนด์ หรือหน้าแมคคาเดเมีย ปัจจุบัน โฮมเบเกอรี่ เติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การบริการ และรสชาติของขนมอบ ถือเป็นเครื่องการันตีความยาวนานของโฮมเบเกอรี่ เพราะสวนดุสิตได้พัฒนารสชาติและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกจำหน่ายเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้ามากกว่า 250 ชนิด ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย อาทิ ท็อฟฟี่เค้ก เค้กฟลอยทอง คุณก็ พายไส้ต่างๆ ขนมไทย รวมถึงอาหารสุขภาพด้วย แต่ในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2563 ทางโฮมเบเกอรี่ ได้ผลิตขนมท็อฟฟี่เค้ก (สูตรคุณยาย) จัดจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าเลือกเป็นของขวัญมอบแก่คนพิเศษ ซึ่งคุณยายในที่นี้ คือ คุณยายอารยา สุขวงศ์ อดีตผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตละอออุทิศ ชอบทานท็อฟฟี่ แบบหน้าเยิ้มๆ เนื้อเค้กนุ่มละเอียด ท่านจะเป็นผู้มาสั่งเฉพาะแบบที่ท่านต้องการ ทางโฮมเบเกอรี่ทำให้ชิม จนท่านถูกใจ จึงกลายมาเป็นสูตรใหม่ ที่มีจุดเด่น คือ หน้าเยิ้ม เนื้อนุ่มละเอียด เม็ดถั่วแน่น เพราะได้เพิ่มส่วนผสมที่เพิ่มขึ้นมากกว่าสูตรดั้งเดิม โดยสามารถหาซื้อเป็นของฝากปีใหม่ได้ แต่สูตรดั้งเดิม ก็ยังมีให้บริการเป็นปกติและที่อร่อยไม่แพ้กัน

2.3.2 โรงแรมสวนดุสิต เพลส

โครงการอาคารอเนกประสงค์ปฏิบัติการวิชาชีพธุรกิจ (โรงแรมสวนดุสิต เพลส) มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มีระบบการจัดการและการให้บริการมาตรฐาน ISO 9001 : 2015 และยังได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ เป็นเครื่องหมายการันตี ถึงคุณภาพการให้บริการที่ดีของโรงแรมสวนดุสิต เพลส เป็นอย่างดี

- 1) บริการห้องพัก ทั้งหมด 80 ห้อง เป็นห้องคู่ 60 ห้องและห้องเดี่ยว 20 ห้อง
- 2) บริการห้องประชุม สัมมนาและห้องจัดเลี้ยงรองรับจำนวนลูกค้าได้ตั้งแต่ 20 – 1,000 คน
- 3) บริการห้องอาหารดุสิตา อาคาร 1 ชั้น 1 เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00 – 22.00 น.

4) คู่มือตรวจแผนไทย มีบริการที่หลากหลายดังนี้

- | | |
|------------------|--------------|
| - นวดคอ ป่า ไหล่ | - นวดไทย |
| - นวดไทยน้ำมัน | - นวดฝ่าเท้า |
| - นวดน้ำมัน | - นวดอโรมา |
| - นวดสลายไขมัน | - สตรีบำบัด |

5) บริการซัก อบ รีด อาคาร 1 ชั้น 1 เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 7.00 – 17.00 น.

2.3.3 สำนักงานคณะกรรมการ สกสค.

ปี พ.ศ. 2557 สำนักงานคณะกรรมการ สกสค. ได้ดำเนินการปรับปรุงห้องพัก ตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2557 แล้วเสร็จเมื่อเดือนตุลาคม 2558 โดยมีการปรับปรุงห้องพักทั้งหมด ปรับปรุงระบบ น้ำประปา ระบบไฟฟ้า และระบบสื่อสารต่าง ๆ เพิ่มเติมระบบดับเพลิง และทางหนีไฟ ให้เป็น หอพัก สกสค. "ยุคใหม่" ที่พร้อมจะบริการครูและบุคลากรทางการศึกษาทั่วประเทศ เปิดให้บริการในวันที่ 29 มิถุนายน 2559 เป็นต้นมา มีจำนวน 2 อาคาร ได้แก่

อาคาร 1 จำนวน 240

ห้องพิเศษ พัก 3 ท่าน ราคา 750 บาท/ห้อง

ห้องธรรมดา พัก 2 ท่าน ราคา 490 บาท/ห้อง

อาคาร 2 จำนวน 60 ห้อง

ห้องพิเศษ พัก 3 ท่าน ราคา 490 บาท/ห้อง

ห้องธรรมดา พัก 2 ท่าน ราคา 380 บาท/ห้อง

2.3.4 เซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven)

เซเว่น อีเลฟเว่น ในประเทศไทยในบ้านเราได้มีบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัทในเครือ เจริญโภคภัณฑ์ ได้ลงนามสัญญา ซื้อสิทธิการประกอบกิจการ มาเมื่อ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2531 โดย เปิดให้บริการสาขาแรกที่ ถนนพัฒนาพงศ์ กรุงเทพมหานคร และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ที่ดำเนินกิจการและบริหารโดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่มีสโลแกนคั่นหัวว่า "หิวเมื่อไหร่ก็แวะมา" ซึ่งชื่อก็บอกอยู่แล้วว่า เป็นกิจการค้าปลีกในลักษณะร้านอิมสะดวก ดำเนินธุรกิจ จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค การให้บริการต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ค่ายนี้ อย่งที่ใครๆ ก็ทราบกันดีว่า มีเครือเจริญโภคภัณฑ์ซึ่งเป็นบริษัทแม่ เป็นคนคอยให้การสนับสนุน ดังนั้น เรื่องอาหารการกิน สุดครีเอทแล้ว ไม่ต้องพูดถึงกันเลยทีเดียว เรียกได้ว่า มีครบเครื่อง ทั้งของดาวของ หวาน ของทานเล่น ทุกสัญชาติ เกาะติดตามทุกกระแสความนิยมของคนเมือง ปัจจุบันร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ที่มีอยู่โดยรอบมหาวิทยาลัย มีจำนวน 5 ร้าน

2.3.5 สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา (สคร.)

ระเบียบว่าด้วยการดำเนินงานและการบริหารงานทั่วไปของสำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา พ.ศ. 2549 กำหนดให้สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษาเป็นหน่วยบริการรูปแบบพิเศษ เป็นกิจการและเป็นส่วนหนึ่งของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี มีชื่อเรียกโดยย่อว่า “สคร.” ใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า “Cabinet and Royal Gazette Publishing Office” เรียกโดยย่อว่า “CGPO” โดยมีวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. ให้บริการแก่สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งปวงในการจัดทำราชกิจจานุเบกษา
2. ให้บริการแก่สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับการจัดพิมพ์ประกาศนียบัตรกำกับเครื่องราชอิสริยาภรณ์ สัญญาบัตรยศ สัญญาบัตรสมณศักดิ์
3. ให้บริการแก่สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น
4. รับผิดชอบสมาชิกสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับราชกิจจานุเบกษา
5. ให้บริการแก่ส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐแห่งอื่นหรือประชาชน เช่น จัดพิมพ์หนังสือวารสาร กฎหมายรายงานประจำปี กำหนดการต่าง ๆ เป็นต้น

ดำเนินการผลิตสิ่งพิมพ์ทุกประเภท

- 1) **งานรับต้นฉบับ** ให้บริการด้านการรับงาน คิดคำนวณราคางานพิมพ์ในราคาขอมเยารวมทั้งการให้คำแนะนำด้านการจัดพิมพ์
- 2) **งานเรียงพิมพ์** ดำเนินการเรียงพิมพ์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ PC และเครื่องเรียงพิมพ์ Macintosh โดยช่างผู้ชำนาญงานและจัดทำต้นฉบับในทุกรูปแบบตามความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นไฟล์ข้อมูลหรือตัวพิมพ์ เพื่อให้พร้อมที่จะเข้าสู่กระบวนการก่อนพิมพ์ (Prepress) และการพิมพ์ (Printing) โดยลำดับ
- 3) **งานจัดหน้า** มีระบบการจัดหน้าด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยพร้อมช่างผู้ชำนาญงานพร้อมที่จะสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าในทุกลักษณะของงานพิมพ์
- 4) **การตรวจพิสูจน์อักษร** มีทีมงานตรวจพิสูจน์อักษรที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์พร้อมที่จะผลิตงานพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพ
- 5) **งานทำเพลท และพิมพ์ดิจิทัล** สำนักพิมพ์ฯ มีเครื่องคอมพิวเตอร์เฉพาะด้านสำหรับ เครื่อง Imagesetter เพื่อการจัดวาง Lay-out ทำเพลทที่มีคุณภาพ และจัดทำแม่พิมพ์ เพื่อให้พร้อมเข้าสู่กระบวนการการพิมพ์ พร้อมให้บริการงานพิมพ์ยอดจำหน่ายน้อยด้วยเครื่องพิมพ์ดิจิทัล
- 6) **การควบคุมคุณภาพของสิ่งพิมพ์** มีระบบการควบคุมคุณภาพงานพิมพ์ในทุกขั้นตอนการผลิต โดยมุ่งเน้นคุณภาพเป็นสำคัญมีขั้นตอนการตรวจสอบจนกว่างานพิมพ์จะจัดส่งถึงมือลูกค้า

7) **งานการพิมพ์** รับพิมพ์หนังสือเล่ม วารสาร เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย โบรชัวร์ หัวจดหมาย ของ ใบปลิว บิล การ์ดเชิญต่างๆ นามบัตร และรับพิมพ์งานด่วน เช่น นามบัตร เข้าเล่มรายงาน สามารถรองรับได้ทันที สำนักพิมพ์ฯ จัดพิมพ์ด้วยแท่นพิมพ์ระบบออฟเซททั้งงานพิมพ์ขาว-ดำ และงานพิมพ์สี พร้อมทั้งการตรวจสอบคุณภาพอย่างละเอียดเพื่อให้ได้งานพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพ

8) **งานเข้าเล่ม** เราให้บริการด้านงานพับ เก็บเล่ม เข้าเล่มหนังสือและงานพิมพ์ทุกประเภท ในหลายลักษณะ ทั้งการเข้ารูปเล่มด้วยการเข้าห้วงกระดูกงู เย็บลวด ไสสันทากาว เย็บกึ่ง ทั้งปกอ่อนและปกแข็ง ด้วยความประณีต สวยงาม

9) **การบริการแก่ลูกค้าและสมาชิก** สำนักพิมพ์ฯ พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ สำหรับลูกค้ามารับงานพิมพ์ด้วยตนเอง หรือการจัดส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับงานพิมพ์ที่มีคุณภาพและรวดเร็ว

10) **งานบริการพิเศษอื่น ๆ** สำนักพิมพ์ฯ สามารถให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้าทั้งในส่วนเนื้อหาและรูปแบบของสิ่งพิมพ์เมื่อลูกค้าได้สั่งพิมพ์งานกับเราแล้ว ยังสามารถที่จะนำงานพิมพ์เดิมมาพิมพ์ซ้ำ พิมพ์เพิ่มเติม หรือปรับปรุงแก้ไขได้โดยมีระบบการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของลูกค้าในการจัดพิมพ์ครั้งต่อไป

2.3.6 ร้านถ่ายรูป

โดยรอบมหาวิทยาลัย เป็นร้านถ่ายรูปที่เป็นที่รู้จัก มีความพร้อมทางด้านเครื่องมือและบุคลากรที่เชี่ยวชาญ เช่น ไฟศาลไฟโต้ จักรวาลไฟโต้ เป็นต้น

เปรียบเทียบคู่แข่งทางธุรกิจทางตรง

ด้านที่พัก

ด้าน	โรงแรมวังสวนสุนันทา	โรงแรมสวนดุสิตเพลส	หอพัก สกสค.
สินค้า	มีจำนวนห้องพัก 67 ห้อง ห้องประชุม 4 ห้อง ห้องอาหาร 2 ห้อง	มีจำนวนทั้งหมด 80 ห้อง เป็นห้องคู่ 60 ห้อง ห้องเดี่ยว 20 ห้อง ห้องประชุม รับได้ 20-1,000 คน และห้องอาหาร	มีจำนวนห้องพัก 300 ห้อง มี 2 อาคาร
ด้านราคา	1,000 – 1,300 บาท	800 – 1,500 บาท	ราคา 380,490, 750 บาท
การให้บริการ	เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง บุคลากรภายใน นักเรียน นักศึกษามีส่วนลด 100 บาท พร้อมอาหารเช้า	เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมอาหารเช้า	เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมอาหารเช้า
ช่องทางการจำหน่าย	-จองผ่านโทรศัพท์ -หน้าเคาน์เตอร์	-จองผ่านโทรศัพท์ -หน้าเคาน์เตอร์ -ผ่านระบบออนไลน์	-จองผ่านโทรศัพท์ -หน้าเคาน์เตอร์ -ผ่านระบบออนไลน์
การประชาสัมพันธ์	-ระบบเว็บไซต์ -Facebook	-ระบบเว็บไซต์ -Facebook	-ระบบเว็บไซต์
ลูกค้า	ทุกกลุ่มเป้าหมาย	ทุกกลุ่มเป้าหมาย	ทุกกลุ่มเป้าหมาย

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ด้าน	เบเกอร์รี่แก้วเจ้าจอม	สวนดุสิตโฮมเบเกอร์รี่	ร้านสะดวกซื้อ
สินค้า	ท็อปปี้เค้ก เค้กฝอยทอง คุกกี้ พายไส้ ต่าง ๆ	ท็อปปี้เค้ก เค้กฝอยทอง คุกกี้ พายไส้ ต่าง ๆ ขนมไทย รวมถึงอาหารสุขภาพด้วย	ขนมปัง ขนมขบเคี้ยว อาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน
ด้านราคา	ราคา 15 บาท ขึ้นไป	ราคา 15 บาทขึ้นไป	มีหลากหลายราคาให้เลือก
การให้บริการ	เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-16.00 น.	เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-16.00 น.	เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง
ช่องทางการจำหน่าย	-หน้าร้าน	-หน้าร้าน -ผ่านระบบออนไลน์	-หน้าร้าน -ระบบ delivery
การประชาสัมพันธ์	-ระบบเว็บไซต์ -Facebook	-ระบบเว็บไซต์ -Facebook	-ระบบเว็บไซต์ -ระบบโทรทัศน์ -ระบบสื่อออนไลน์
ลูกค้า	ทุกกลุ่มเป้าหมาย	ทุกกลุ่มเป้าหมาย	ทุกกลุ่มเป้าหมาย

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์

ด้าน	ฝ่ายผลิตมีเดียเพื่อการศึกษา	สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา
สินค้า	สื่อสิ่งพิมพ์ ตำรา หนังสือ ไลน์ส ป้ายโฆษณา	ผลิตสิ่งพิมพ์ทุกประเภท
ด้านราคา	ราคาปานกลาง	ราคาปานกลาง
การให้บริการ	เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00 – 16,00 น.	เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00 – 16,00 น.
ช่องทางการจำหน่าย	-หน้าร้าน -ทางโทรศัพท์	-หน้าร้าน -ทางโทรศัพท์
การประชาสัมพันธ์	-ระบบเว็บไซต์ -Facebook	-ระบบเว็บไซต์
ลูกค้า	หน่วยงานภาครัฐและเอกชน	เน้นหน่วยงานภาครัฐ

2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค

สภาพแวดล้อมทางการเมือง

ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัญหาหลักมาจากระดับน้ำมันดิบคงคลังที่น้อยกว่าระดับปกติ กำลังการผลิตสำรองของ OPEC+ ที่อยู่ในระดับต่ำ การลดการลงทุนของบริษัทผลิตและสำรวจปิโตรเลียมในช่วงที่ผ่านมา และ Geopolitical Risk ของกลุ่มประเทศตะวันออกกลางและปัญหารัสเซีย-ยูเครน (ซึ่งปัญหายูเครน หากเกิดสงครามและไม่ขยายวงกว้าง คาดว่าจะมีผลกระทบกับตลาดหุ้นในระยะสั้นเท่านั้นแต่จะส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าโภคภัณฑ์มากกว่า) ส่งผลให้ Supply ของน้ำมันไม่เพียงพอต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งหากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มขึ้นเกิน 110 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯต่อบาร์เรล คาดว่าจะเริ่มส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่นำเข้าน้ำมันจำนวนมาก ปัจจัยเสี่ยงสุดท้ายคือการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 กลายพันธุ์หรือโรคระบาดใหม่ ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนอกเหนือจาก Covid-19 สายพันธุ์ Omicron ที่ถึงแม้จะมีความสามารถในการแพร่ได้เร็วขึ้น แต่มีความรุนแรงที่น้อยกว่าสายพันธุ์อื่น ๆ ประกอบกับอัตราการฉีดวัคซีนของประเทศไทยที่รวดเร็วกว่าหลาย ๆ ประเทศในกลุ่มประเทศ Emerging ทำให้สถานการณ์ไม่น่ากังวลเหมือนช่วงปี 2565

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ

สภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวในทุกธุรกิจ อาจมีผลกระทบต่อการบริหารโภคและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค จากความผันผวนและความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ส่งผลกระทบต่อการค้าเงิน ธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ และค่าแรงที่ปรับตัวขึ้น ทำให้ผู้ผลิตต้องแบกรับภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้น รวมถึงภาระรายจ่ายที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ของครัวเรือนทั่วประเทศ เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อกำลังการซื้อของผู้บริโภคที่ลดน้อยลง และผู้บริโภคยังคงต้องประหยัดและใช้จ่าย อย่างระมัดระวังทำให้ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการโดยรวมของธุรกิจ แม้ว่าธุรกิจจะได้รับผลกระทบ จากสภาวะเศรษฐกิจจึงทำให้ธุรกิจต้องดำเนินไปด้วยความรอบคอบ พร้อมกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นยอดขาย ทำให้ธุรกิจเบเกอรี่ไม่ได้มีผลกระทบมากนัก

สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม

สภาพแวดล้อมด้านสังคมในปัจจุบันมีการใช้เวลาว่างในการเล่นอินเทอร์เน็ต และ โซเชียลมีเดีย มีการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการกันมากขึ้น โดยจะมีการแชร์ การรีวิว สินค้าและบริการ แชร์กิจกรรมรูปภาพต่าง ๆ เช่น รูปภาพเบเกอรี่ รูปภาพบรรยากาศในร้านผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย สื่อให้เห็นถึงความชอบและรสนิยมของผู้แชร์

สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นโอกาสที่ธุรกิจโฆษณาสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและบริการผ่าน ช่องทางออนไลน์ และอัปเดตสินค้าใหม่ ๆ ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้ยังมีการแชร์ กิจกรรมต่าง ๆ ส่งต่อไปยังผู้บริโภคใหม่ ๆ ทำให้รับรู้กันอย่างกว้างขวางในสังคมออนไลน์

2.4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง (Strengths)

1. เป็นหน่วยงานในกำกับของมหาวิทยาลัยที่มีการจัดหารายได้ด้วยตนเอง
2. มีฝ่ายธุรกิจที่มีสินค้าและบริการหลากหลายให้บริการหน่วยงานภายในและภายนอก
3. ตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
4. มีนโยบายการบริหารงานที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ขาดการพัฒนาให้ทันสมัย
2. การประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้บุคลากรภายในและภายนอกรับรู้ไม่ครอบคลุม
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการยังไม่มี ความทันสมัย
4. บุคลากรยังขาดทักษะ ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเฉพาะตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ

2.4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส (Opportunities)

1. นโยบายภาครัฐมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการใช้จ่าย
2. ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัลส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

1. การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาส่งผลให้เศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัวและการประกาศนโยบายของภาครัฐทำให้มีผลกระทบต่อแผนงานที่กำหนดไว้
2. มีคู่แข่งทางตรงและทางอ้อมเพิ่มมากขึ้น
3. มีการปรับตัวของต้นทุนน้ำมันตลาดโลก ส่งผลให้สินค้ามีต้นทุนสูง

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจเพื่อให้หน่วยงานสามารถขับเคลื่อนได้ตามเป้าหมายและกรอบเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งสามารถแบ่งออกมาได้เป็น 3 ระดับของการออกแบบกลยุทธ์

ได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ โดยแต่ละระดับจะใช้ สำหรับการวางแผนในแต่ละส่วน เพื่อให้ครอบคลุมกับการทำงานของทั้งองค์กรแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1) กลยุทธ์ระดับองค์กร

กลยุทธ์ที่สำนักทรัพย์สินและรายได้เลือกใช้ คือ กลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า ด้วยสำนักทรัพย์สินและรายได้มีฝ่ายธุรกิจที่ดำเนินงานหลากหลาย อาทิ ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการฝึกอบรม ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน การสื่อมวลชน ทีเดียว และด้านการให้เช่าพื้นที่ เป็นต้น มีความแตกต่างและหลากหลาย แต่ยังคงเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ภายใต้ตราสินค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นผู้ที่ให้บริการได้เลือกซื้อผ่านฝ่ายธุรกิจต่าง ๆ

2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

กลยุทธ์ที่สำนักทรัพย์สินและรายได้เลือกใช้ คือ

2.1) มีฝ่ายธุรกิจที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับ ติดตาม ตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและบริการ

2.2) กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยการบริหารวัตถุดิบการพัฒนาประสิทธิภาพของอุปกรณ์เพื่อลดการสูญเสียกระดาษในกระบวนการผลิตให้เกิดน้อยที่สุด

3) กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

เป็นการสร้างงานบริการและการขายให้เกิดความคุ้มค่าแก่ผู้มารับบริการ โดยหน่วยงานจะต้องปรับปรุง พัฒนา กลยุทธ์ของฝ่ายธุรกิจขึ้นมาเองภายใต้การกำกับของสำนักทรัพย์สินและรายได้ แบ่งออกเป็นฝ่าย ดังนี้

- 3.1) ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
- 3.2) ฝ่ายธุรกิจมวลชนศึกษาเพื่อการศึกษา
- 3.3) ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
- 3.4) ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
- 3.5) ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า
- 3.6) ฝ่ายบริหารงานบุคคล
- 3.7) ฝ่ายแผนงานและประกันคุณภาพ
- 3.8) ฝ่ายการเงิน
- 3.9) ฝ่ายบัญชี
- 3.10) ฝ่ายพัสดุ
- 3.11) ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

ส่วนที่ 3

แผนการบริหารจัดการ

3.1 ข้อมูลธุรกิจ

สำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดตั้งขึ้นโดยความเห็นชอบของสภาประจํามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดหา จัดสรร รายได้ และหรือผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตามระเบียบสภาประจํามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ว่าด้วยการจัดหา จัดสรร รายได้และหรือผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พ.ศ. 2543 โดยได้ดำเนินงานภายใต้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ว่าด้วยการบริหารและการดำเนินงานสำนักทรัพย์สินและรายได้ พ.ศ. 2558 การจัดตั้งสำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการรายได้

3.1.1 ชื่อหน่วยงาน : สำนักทรัพย์สินและรายได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ที่อยู่/ที่ตั้ง : เลขที่ 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร 0 2160 1367

เว็บไซต์ : www.bamssru.ac.th

รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ : สำนักทรัพย์สินและรายได้ มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการ จัดหารายได้และผลประโยชน์ต่าง ๆ จากทรัพยากรของมหาวิทยาลัยที่มีอยู่ให้คุ้มค่าเพิ่มพูนมากขึ้น การ ดำเนินโครงการต่าง ๆ ในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) การบริหารสินทรัพย์ ทรัพย์สิน จัดหารายได้ และลงทุน เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อมหาวิทยาลัย
- 2) เป็นโครงการจัดหารายได้เพื่อสนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- 3) การจัดหา รายได้ควบคุมการให้บริการประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษา
- 4) จัดทำนโยบาย แผนงาน ถวายทอดไปยัง ฝ่ายธุรกิจในรูปแบบของการจัดหารายได้

ระยะเวลาในการดำเนินงาน : ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543 – ปัจจุบัน

ปัจจุบันสำนักทรัพย์สินและรายได้ มีหน่วยงานที่อยู่ในการกำกับดูแลแบ่งออกเป็น 1 สำนักงาน 5 ฝ่ายธุรกิจ ได้แก่

1. สำนักงานทรัพย์สินและรายได้
2. ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
3. ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
4. ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา
5. ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
6. ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า

3.1.2 ชื่อหน่วยงาน : สำนักงานทรัพย์สินและรายได้
ที่อยู่/ที่ตั้ง : เลขที่ 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร 0 2160 1367
อาคาร : อาคาร 54 ชั้น 3 โรงแรมวังสวนสุนันทา
เว็บไซต์ : www.bamssru.ac.th

รูปแบบการดำเนินงาน : สำนักงานทรัพย์สินและรายได้ เป็นหน่วยงานในการสนับสนุน ส่งเสริมกิจกรรมการดำเนินงาน การบริหารงาน จัดการเกี่ยวกับข้อมูล ที่คอยสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานของฝ่ายธุรกิจ ได้แก่ งานแผนงานและประกันคุณภาพ งานบัญชี งานการเงิน งานสารบรรณ งานประชาสัมพันธ์ งานบริหารงานทั่วไป งานบริหารงานบุคคล เพื่อให้การทำงานบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกัน ซึ่งสำนักงานฯ เป้าหมายในการทำงานต่าง ๆ ในการสนับสนุนให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานตามพันธกิจ

3.1.3 ชื่อฝ่ายธุรกิจ : ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
ที่อยู่/ที่ตั้ง : เลขที่ 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร 0 2160 1480
อาคาร : อาคาร 54 โรงแรมวังสวนสุนันทา
เว็บไซต์ : www.ssrhotel.ssr.ac.th/

รูปแบบการดำเนินงาน : โรงแรมวังสวนสุนันทาเป็นแหล่งฝึกอบรมประสบการณ์วิชาชีพให้กับนักศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ ด้านการจัดการโรงแรมและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กำกับ ติดตาม และประเมินผลโดยสำนักทรัพย์สินและรายได้ นอกจากนี้ให้บริการห้องพัก มีสถานที่สำหรับการจัดประชุม การฝึกอบรมสัมมนาต่าง ๆ งานเลี้ยงอาหารและเครื่องครบวงจร

3.1.4 ชื่อฝ่ายธุรกิจ : ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
ที่อยู่/ที่ตั้ง : เลขที่ 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร 0 2160 1473, 0 2160 1474
อาคาร : อาคาร 24 และ อาคาร 55
เว็บไซต์ : www.fbp.bam.ssr.ac.th

รูปแบบการดำเนินงาน : ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม เป็นฝ่ายธุรกิจที่ตั้งขึ้นโดยไม่มุ่งผลกำไรตั้งอยู่ในสถานการศึกษา เพื่อเป็นสวัสดิการให้กับบุคลากร นักเรียน และนักศึกษา โดยทางสำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นผู้กำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน การดำเนินการในสถานศึกษาไม่เน้นผลกำไรเป็นสำคัญ รายการสินค้าและบริการจะมีให้เลือกไม่มากนัก คุณภาพ และรสชาติอาหารจะอยู่ในระดับพอใช้ เป็นธุรกิจสำคัญธุรกิจหนึ่ง ที่สามารถสร้างรายได้ เนื่องจากสินค้า

และบริการ ภายใต้การดำเนินงานถือเป็นหนึ่งในสี่ปัจจัยสำคัญที่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย การดำเนินงานกิจกรรมดังกล่าว สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้แก่หน่วยงานพอสมควร สินค้าและบริการอยู่ภายใต้การดำเนินงานของฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

- 3.1.5 ชื่อฝ่ายธุรกิจ** : ฝ่ายธุรกิจมัธยมศึกษาเพื่อการศึกษา
ที่อยู่/ที่ตั้ง : เลขที่ 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร 02-160-1263,02-160-1309
อาคาร : อาคาร 34
อาคาร 21 ศูนย์สุขภาพ (กองพัฒนานักศึกษา)
เว็บไซต์ : www.dmb.bam.ssru.ac.th

รูปแบบการดำเนินงาน : ฝ่ายธุรกิจมัธยมศึกษาเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักทรัพย์สินและรายได้ ก่อตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เป็นหน่วยงานฝึกทักษะการปฏิบัติการของนักเรียน นักศึกษา ต่อมาได้พัฒนาเป็นหน่วยงานจัดหา เป็นฝ่ายธุรกิจในการให้บริการสินค้าและบริการ ภาพถ่าย บริการ สื่อสิ่งพิมพ์ และวัสดุอุปกรณ์เพื่อการศึกษา เพื่อให้บริการแก่ นักเรียน นักศึกษา บุคลากรภายใน มหาวิทยาลัย รวมถึงหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจจัดหา รายได้

- 3.1.6 ชื่อฝ่ายธุรกิจ** : ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
ที่อยู่/ที่ตั้ง : เลขที่ 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร 02-160-1358,02-160-1359
อาคาร : อาคาร 54 ชั้น 3 โรงแรมวังสวนสุนันทา
เว็บไซต์ : www.tte.bam.ssru.ac.th

รูปแบบการดำเนินงาน : ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา สำนักทรัพย์สินและรายได้ เห็นความสำคัญของการพัฒนาองค์กรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ให้มีความพร้อมในการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการให้ความรู้ ฝึกอบรม เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน เปิดโอกาสให้บุคลากรทั้งในระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการ ได้เพิ่มพูนความรู้จากการอบรม แล้วนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปกลับไปยกระดับการ พัฒนาชุมชนของตนเองให้มีขีดความสามารถด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้าน เกษตรกรรม เป็นต้น นำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนสืบไป

- 3.1.7 ชื่อฝ่ายธุรกิจ** : ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า
- ที่อยู่/ที่ตั้ง** : เลขที่ 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร 02-160-1362,02-160-1412
- อาคาร** : อาคาร 17 หอประชุมสวนสุนันทานุสรณ์
- เว็บไซต์** : www.rbd.bam.ssru.ac.th
- รูปแบบการดำเนินงาน** : ให้บริการ งาน Food plaza เกี่ยวข้องกับการขายอาหารและเครื่องดื่ม และพื้นที่เช่าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายนอกเหนือจากการกิจกรรมของนักศึกษา หรือกิจกรรมของมหาวิทยาลัยฯ โดยเพื่อจำหน่ายสินค้าและบริการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมอื่น เช่น สนามสอบวัดผลประเมินผลของหน่วยงานภายนอก

3.2 วิสัยทัศน์

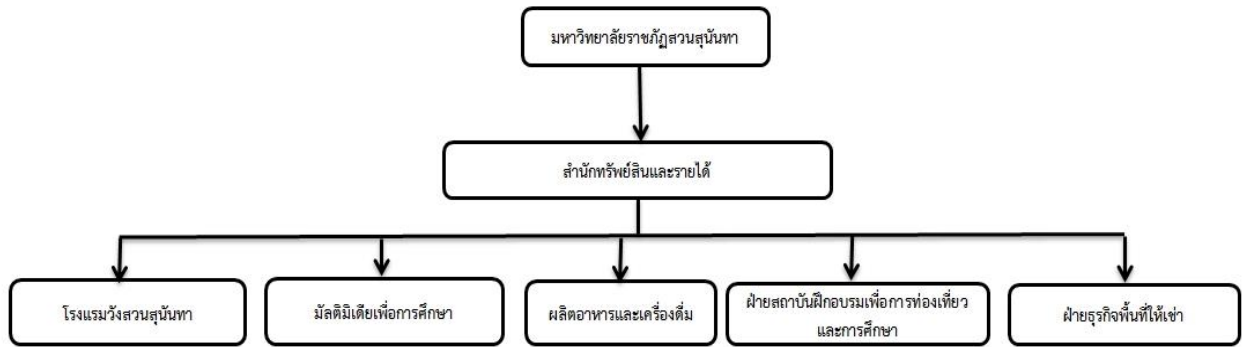
เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศของสินค้าและบริการ

3.3 พันธกิจ

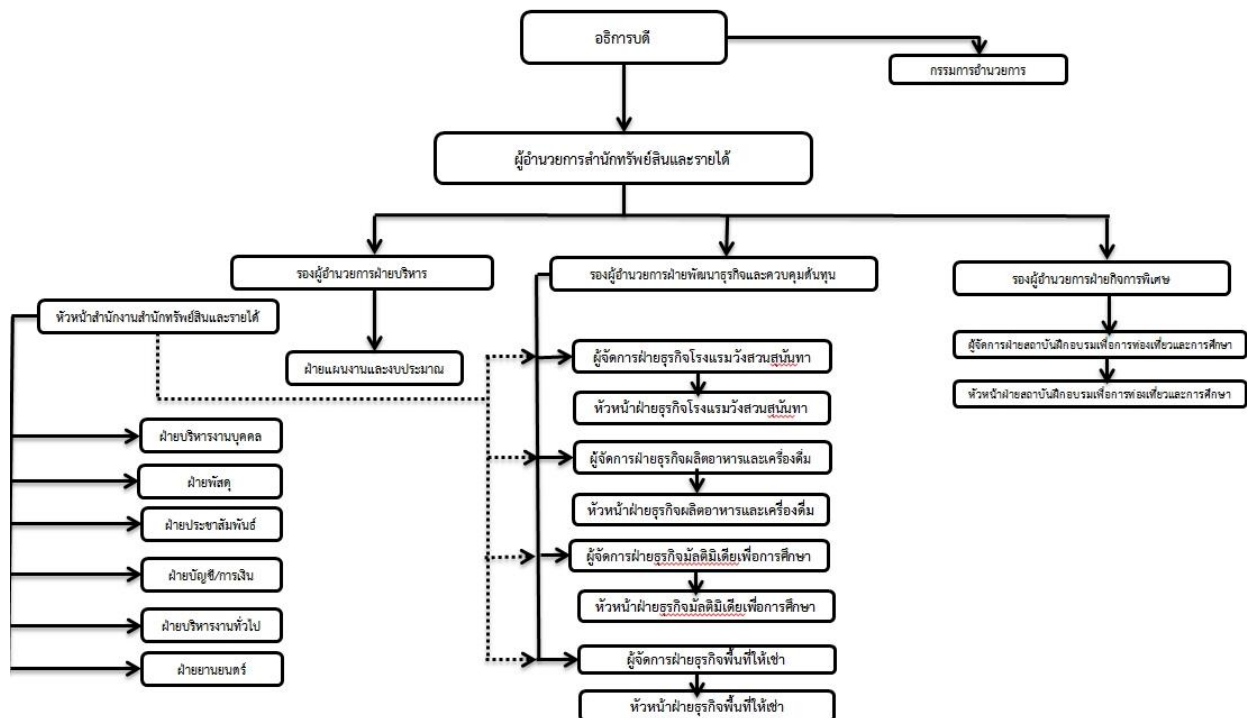
- 1) การจัดระบบการจัดการคุณภาพ เพื่อบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ทรัพย์สินและรายได้ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ให้มีประสิทธิภาพ
- 2) ส่งเสริมกิจกรรมจัดหารายได้ ให้บริการวิชาการแก่สังคม พร้อมสนับสนุนการฝึกประสบการณ์ วิชาชีพแก่นักศึกษาและผู้ประกอบการอย่างมีคุณภาพ
- 3) ให้คำปรึกษาเพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ แก่บุคลากร และให้บริการด้านวิชาการแก่ชุมชนและสังคมเพื่อพัฒนาอาชีพและยกระดับมาตรฐานชีวิต ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3.4 แผนผังองค์กร

3.4.1 โครงการองค์กร



3.4.2 โครงสร้างการบริหาร



3.5 เป้าหมายทางธุรกิจ

ปัจจุบันธุรกิจด้านการบริการ อาหารเครื่องดื่ม ที่พัก สื่อสิ่งพิมพ์ และการฝึกอบรม มีการแข่งขันสูง โดยมุ่งเน้นคุณภาพ ความรวดเร็ว ความพึงพอใจ และความคุ้มค่า และการแข่งขันทางด้านราคา พัฒนาการของเทคโนโลยีที่ผ่านมา ปรับเปลี่ยนพัฒนาไปแบบก้าวกระโดด เพื่อให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม แผนธุรกิจนี้ ได้กำหนดกำหนดผลลัพธ์ที่ได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งจะต้องสอดคล้องภารกิจที่ได้รับนโยบายมาจากมหาวิทยาลัย ได้แก่ การบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ทรัพย์สินและรายได้ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา การจัดหารายได้ ให้บริการวิชาการ และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษา โดยสำนักทรัพย์สินและรายได้ ได้วางเป้าหมายทางธุรกิจในปีงบประมาณ พ.ศ.2566 ดังนี้

1) มีระบบการขายออนไลน์	2 ระบบ
2) เพิ่มปริมาณการซื้อจากลูกค้ากลุ่มเดิม	10%
3) มีปริมาณการซื้อจากลูกค้ากลุ่มใหม่	20%
4) มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	10%

3.5.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

- 1) ด้านห้องพัก เน้นการดูแลรักษาห้องพักให้มีความสะอาด อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกครบทุกอย่างพร้อมให้บริการตลอดเวลา
- 2) ด้านเบเกอรี่ มีการว่าจ้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเฉพาะเข้ามาเป็นที่ปรึกษาในการผลิตเบเกอรี่
- 3) ด้านเครื่องดื่ม จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาพัฒนาเป็นแบรนด์ของตนเอง
- 4) ด้านสื่อสิ่งพิมพ์และการฝึกอบรม ดำเนินการบันทึกข้อตกลงกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในการจัดทำจ้าง และการจัดโครงการ/กิจกรรมร่วมกัน
- 5) ด้านการบริการถ่ายภาพ สร้างระบบออนไลน์ในการจองคิวถ่ายภาพ บริการส่งภาพถ่ายออนไลน์

3.5.2 การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

- 1) สมัคร LINE OA เพื่อเป็นช่องทางการขายสินค้าและบริการของฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
- 2) จำหน่ายอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอป foodpanda ของฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
- 3) สร้างเว็บไซต์ในการขายสินค้าออนไลน์ ของฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา ชื่อร้าน SSRU-BAMSHOP ชื่อออนไลน์

3.5.3 การสื่อสารทางการตลาด

- 1) ผ่านหน้าเว็บไซต์ และ facebook ของสำนักทรัพย์สินและรายได้
- 2) ผ่านหน้าเว็บไซต์ และ facebook ของฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา
- 3) ผ่านหน้าเว็บไซต์ และ facebook ของฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา
- 4) ผ่านหน้าเว็บไซต์ และ facebook ของฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
- 5) ผ่านหน้าเว็บไซต์ และ facebook ของฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
- 6) ผ่านหน้าเว็บไซต์ และ facebook ของฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า
- 7) ผ่านสื่อออนไลน์ youtube
- 8) บัญชีโฆษณาประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยและบริเวณใกล้เคียง

3.5.4 การพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ

- 1) อบรมพนักงานให้มีทักษะและเหมาะสมกับหน้าที่และตำแหน่งงาน
- 2) การปรับปรุงโครงสร้างองค์กร
- 3) พัฒนาระบบการวัดผลงาน โดยการประเมินผลจากคุณลักษณะงาน
- 4) พัฒนาระบบผลตอบแทน โดยพิจารณาจากผลงานของพนักงานเป็นหลัก

3.6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

3.6.1 ทำเลที่ตั้ง

การเปิดธุรกิจอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ถึงจะอยู่ใจกลางเมือง แต่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักส่วนใหญ่อยู่ภายในมหาวิทยาลัย และโดยรอบมหาวิทยาลัย อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน โรงพยาบาล โรงเรียนรัฐ และโรงเรียนเอกชน เป็นต้น สามารถเข้าถึงได้ง่ายเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี

3.6.2 การให้บริการ

การให้บริการที่ดีและเอาใจใส่แก่ผู้บริโภค ถ้าเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะมีราคาสวัสดิการส่วนลด เช่น ส่วนลดจากห้องพัก ส่วนลดจากการใช้บริการสระว่ายน้ำ การรับฝากขายสินค้า เป็นต้น สำหรับบุคคลภายนอก มีการจัดโปรโมชั่นร้านบริการเครื่องดื่ม ซื้อมักรับ 10 แก้ว แอมฟรี 1 แก้ว บริการอาหารเดลิเวอรี่ (Delivery) และการบริการสินค้าออนไลน์

3.6.3 ราคาสินค้า

ราคาสินค้าและบริการ ตามฝ่ายธุรกิจมีราคาที่สามารถจับต้องได้ หลากหลายราคา เช่น ราคาห้องพัก มีตั้งแต่ราคา 1,000-1,200 บาท ราคาเครื่องดื่ม มีตั้งแต่ราคา 5 บาท ขึ้นไป ราคาอาหาร

มีตั้งแต่ 20 บาท ขึ้นไป ราคาเบเกอร์รี่ มีตั้งแต่ 15 บาท ขึ้นไป อุปกรณ์การเรียนการสอน ราคาไม่แพงไป
กว่าตลาดทั่วไป มีสินค้าและบริการให้ลูกค้าสามารถเลือกบริโภคได้ตามความต้องการ

3.6.4 ตราของสินค้า

ตราของสินค้าของฝ่ายธุรกิจ มีความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งเป็น
สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงได้เป็นที่รู้จักกันมานาน ทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในตัวสินค้าและบริการ
นอกจากนี้ทางฝ่ายธุรกิจมีการพัฒนาธุรกิจอยู่เสมอ ไม่ว่าจะผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ จัด
โปรโมชั่น สร้างความน่าสนใจด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ กลุ่มเป้าหมายใหม่หันมาสนใจได้มากขึ้น

3.7 แผนการดำเนินงานอื่น ๆ ของธุรกิจ

ลำดับที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	งบประมาณ
1	โครงการพัฒนาระบบลงทะเบียนอบรม ออนไลน์	เพื่อความสะดวกรวดเร็วและ ลดการใช้กระดาษ	1,000,000.00
2	โครงการพัฒนาระบบบริหารการขาย หน้าร้าน	เพื่อใช้ในการบริหารจัดการ ระบบคลังสินค้า	1,000,000.00
รวม			2,000,000.00

ส่วนที่ 4

แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป็นการกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ

4.1.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด

- 1) เพื่อมุ่งเน้นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย
- 2) เพื่อสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4.1.2 เป้าหมายทางการตลาดระยะสั้น 1 ปี

1.มีระบบการขายออนไลน์	2 ระบบ
2.เพิ่มปริมาณการซื้อจากลูกค้ากลุ่มเดิม	10%
3.มีปริมาณการซื้อจากลูกค้ากลุ่มใหม่	20%
4.มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	10%

4.1.3 เป้าหมายทางการตลาดระยะยาว 5 ปี

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570
1.มีระบบการขายออนไลน์	2 ระบบ	3 ระบบ			
2.เพิ่มปริมาณการซื้อจากลูกค้ากลุ่มเดิม	10%	15%	20%	25%	30%
3.มีปริมาณการซื้อจากลูกค้ากลุ่มใหม่	20%	25%	30%	35%	40%
4.มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	10%	15%	20%	25%	30%

4.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

สำนักทรัพย์สินและรายได้ เลือกที่จะทำการตลาดกลุ่มบุคลากร นักเรียน และนักศึกษา ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเป็นหลัก เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีเป็นจำนวนมากอาศัยอยู่ในมหาวิทยาลัย กลุ่มเป้าหมายเป็นคนที่อาศัยอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัย ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังนี้

1	บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย	25%
2	นักเรียน/นักศึกษา	20%
3	หน่วยงานภาครัฐ	25%
4	หน่วยงานภาคเอกชน	10%
5	ประชาชนทั่วไป	20%

4.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

4.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

- 1) การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ One Stop Service
- 2) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ เช่น การจองห้องพัก การสั่งอาหารออนไลน์

4.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

- 1) ราคาสอดคล้องกับสินค้าและบริการ
- 2) ราคาอยู่ใกล้เคียง หรือ ถูกกว่าคู่แข่งทางธุรกิจ
- 3) มีการจัดโปรโมชั่นการขาย

4.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

1) มีการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้าน เช่น ชุมจำหน่าย เคาน์เตอร์ ร้านค้าภายในมหาวิทยาลัย เป็นต้น ลูกค้าสามารถเดินทางมารับบริการได้ด้วยตนเอง และมีช่องทางในการชำระเงินให้ เลือกหลายช่องทาง เช่น การชำระเงินสด การโอนเงินผ่านธนาคาร เพื่อเพิ่มความสะดวก ให้ลูกค้าในการชำระเงิน

2) การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แพลตฟอร์มออนไลน์ จองห้องพักออนไลน์ ลูกค้าสามารถสอบถาม รายละเอียดและราคาของสินค้าและบริการได้ สะดวกในการเลือกซื้อสินค้าเข้าถึงได้ง่าย

3) มีการออกนิทรรศการโชว์สินค้าและบริการ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น งานกาชาดประจำปี งานเพื่อนพ้อง และงานตามห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

4.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) การโฆษณา เป็นการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านช่องทางการสื่อสาร เช่น เว็บไซต์ Facebook แผ่นปลิวเพื่อเป็นการโฆษณาสินค้าและบริการให้ลูกค้ารู้จัก
- 2) การส่งเสริมการขาย ใช้หลักการขายเพื่อจัดเป็นสวัสดิการให้กับบุคลากร นักศึกษา และนักเรียน เช่น การลดค่าห้องพัก 100 บาท ต่อห้องพัก 1 คืน
- 3) การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการออกแบบและดำเนินการปรับปรุงรักษาภาพลักษณ์ของร้าน ส่งผลในทางบวกต่อสินค้าและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับหน่วยงาน

ส่วนที่ 5

แผนการบริการ

5.1 สถานประกอบการในการบริการ

5.1.1 ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา

สถานที่ตั้ง

อาคาร 54 โรงแรมวังสวนสุนันทา ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

สินค้าและบริการ

โรงแรมวังสวนสุนันทาเป็นสถานที่ฝึกอบรมประสบการณ์วิชาชีพให้กับนักศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ ด้านการบริหารและการจัดการโรงแรมและด้านอื่น ๆ เกี่ยวข้อง บริหารงานโดยสำนักทรัพย์สินและรายได้ นอกจากนี้ให้บริการห้องพัก มีสถานที่สำหรับการจัดประชุม งานเลี้ยง และฝึกอบรมสัมมนาต่าง ๆ เพราะมีทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญพร้อมให้บริการอย่างเต็มที่ รายละเอียดโรงแรมวังสวนสุนันทา

5.1.2 ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

สถานที่ตั้ง

อาคาร 24 และอาคาร 55 ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

สินค้าและบริการ

ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม เป็นฝ่ายที่ตั้งขึ้นโดยไม่มุ่งผลกำไรตั้งอยู่ในสถานศึกษา เพื่อเป็นสวัสดิการให้กับบุคลากร นักเรียน และนักศึกษา โดยทางสำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นผู้บริหารควบคุมการดำเนินงาน เพราะการดำเนินการในสถานศึกษาไม่เน้นผลกำไรเป็นสำคัญ รายการสินค้าและบริการจะมีให้เลือกไม่มากนัก คุณภาพ และรสชาติอาหารจะอยู่ในระดับพอใช้ เป็นธุรกิจสำคัญธุรกิจหนึ่ง ที่สามารถสร้างรายได้ เนื่องจากสินค้าและบริการ ภายใต้การดำเนินงานถือเป็นหนึ่งในสี่ปัจจัยสำคัญที่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ การดำเนินงานกิจกรรมดังกล่าว สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้แก่หน่วยงานพอสมควร สินค้าและบริการอยู่ภายใต้การดำเนินงานของฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.3 ฝ่ายธุรกิจมัดตมิเดียวเพื่อการศึกษา

สถานที่ตั้ง

อาคาร 34 และอาคาร 21 ศูนย์สุขภาพ (กองพัฒนานักศึกษา) ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

สินค้าและบริการ

ฝ่ายธุรกิจมัดตมิเดียวเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นฝ่ายธุรกิจในการให้บริการสินค้าและบริการ ภาพถ่าย บริการสื่อสิ่งพิมพ์ และวัสดุอุปกรณ์เพื่อการศึกษา เพื่อให้บริการแก่นักเรียน นักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย รวมถึงหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจจัดหารายได้ โดยมีสำนักงานและสถานที่ผลิตอยู่ที่อาคาร 34 ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

5.1.4 ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

สถานที่ตั้ง

อาคาร 54 โรงแรมวังสวนสุนันทา ชั้น 3 ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

สินค้าและบริการ

ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา สำนักทรัพย์สินและรายได้ เห็นความสำคัญของการพัฒนาองค์กรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ให้มีความพร้อมในการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการให้ความรู้ ฝึกอบรม เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน เปิดโอกาสให้บุคลากรทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการได้เพิ่มพูนความรู้จากการอบรม แล้วนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปกลับไปยกระดับการพัฒนาชุมชนของตนเอง

5.1.5 ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า

สถานที่ตั้ง

อาคาร 17 หอประชุมสวนสุนันทานุสรณ์ ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

สินค้าและบริการ

ให้บริการ งาน Food plaza เกี่ยวข้องกับการขายอาหารและเครื่องดื่ม และพื้นที่เช่าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายนอกเหนือจากภารกิจกรรมของนักศึกษา หรือกิจกรรมของมหาวิทยาลัย โดยเพื่อจำหน่ายสินค้าและบริการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมอื่น เช่น สนามสอบวัตผลประเมินผลของหน่วยงานภายนอก

5.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบริการ

5.2.1 ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	รวม(บาท)
1	กล้องถ่ายภาพดิจิตอล	1	29,960.00
2	กล้องวงจรปิด	22	350,960.00
3	เครื่องบันทึกภาพจากกล้องวงจรปิด	2	55,640.00
4	เก้าอี้	4	20,000.00
5	कुलเลอร์ไฟฟ้า	4	41,184.30
6	เครื่อง/ตู้ควบคุมไฟฟ้า	1	91,913.00
7	เครื่องขยายเสียง	1	30,495.00
8	เครื่องคอมพิวเตอร์	17	445,414.60
9	เครื่องฉายสัญญาณภาพวัตถุ 3 มิติ (Visaulizer)	1	21,293.00
10	เครื่องซักผ้า	4	104,600.00
11	เครื่องดูดควัน	4	326,350.00
12	เครื่องดูดฝุ่น	4	86,469.00
13	เครื่องปรับอากาศ	106	3,781,788.93
14	เครื่องปั่น	2	17,087.90
15	เครื่องผสมสัญญาณเสียง	1	63,665.00
16	เครื่องพิมพ์ใบเสร็จ	2	17,120.00
17	เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์	5	181,688.00
18	เครื่องสำรองกระแสไฟฟ้า	4	58,743.00
19	เครื่องสูบน้ำ/ปั้มน้ำ	5	124,345.00
20	เครื่องอบผ้า	2	135,000.00
21	เครื่องอ่านและบันทึกข้อมูล	3	24,610.00
22	โคมไฟ	2	20,330.30
23	จอร์ับภาพมอเตอร์ไฟฟ้า	1	9,095.00
24	ชั้นวางของ	41	284,881.50
25	ตู้	6	184,759.00
26	ตู้เย็น ตู้แช่อาหาร	2	70,800.00
27	เครื่องป้องกันมั้งไฟฟ้า	2	51,643.00
28	เตาอบ	1	150,000.00

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	รวม(บาท)
29	เตาอุ่นอาหาร	7	118,181.50
30	เตาจีน	2	93,699.00
31	เตา	9	47,732.70
32	เตารีด	4	53,290.00
33	เตียง	37	222,000.00
34	โต๊ะ	4	67,500.00
35	โทรทัศน์	73	1,279,143.35
36	โปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือซอฟต์แวร์	1	35,310.00
37	โซฟา	1	40,000.00
38	ไมโครโฟน/เครื่องช่วยสอน	4	69,229.00
39	รถเข็น	17	217,547.15
40	รถยนต์โดยสาร(ตู้)	1	1,204,400.00
41	สว่านเจาะแผ่นเหล็ก	1	13,000.00
42	หม้อ/ถัง	2	28,890.00
43	อุปกรณ์สำรองข้อมูล	1	31,030.00
รวม		414	10,381,124.43

5.2.2 ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
1	กล้องถ่ายภาพรูปดิจิทัล	7	338,013.00
2	กล้องวงจรปิด	9	105,170.00
3	เครื่องบันทึกภาพจากกล้องวงจรปิด	2	68,170.00
4	ชุดฝึกการถ่ายภาพสตูดิโอระบบดิจิทัล	2	117,700.00
5	ระบบกล้องวงจรปิด	1	11,770.00
6	เลนส์	2	131,610.00
7	เครื่อง/ตู้ควบคุมไฟฟ้า	4	60,000.00
8	เครื่องคอมพิวเตอร์	14	477,286.00
9	เครื่องเคลือบบัตร	1	9,913.55
10	เครื่องเจาะกระดาษ เครื่องเจาะไข	1	16,500.00
11	เครื่องเจาะเข้าเล่ม	1	6,420.00

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
12	เครื่องตัดกระดาษ/สติ๊กเกอร์	2	2,982,956.00
13	เครื่องทำ/พิมพ์บัตร	7	193,772.00
14	เครื่องทำลายเอกสาร	1	8,025.00
15	เครื่องบันทึกเงินสด	3	95,765.00
16	เครื่องปรับอากาศ	16	760,454.00
17	เครื่องพิมพ์	3	306,960.00
18	เครื่องพิมพ์/ทำสำเนา	4	254,660.00
19	เครื่องวัดแสงสว่าง	1	8,025.00
20	เครื่องสำรองกระแสไฟฟ้า	1	26,750.00
21	เคาน์เตอร์	1	68,000.00
22	ชั้นวางของ	20	333,530.00
23	ตู้	3	111,922.00
24	โต๊ะ	2	24,599.00
25	โทรทัศน์	1	38,355.00
26	โปรแกรมบริหารร้านค้า	1	35,310.00
27	โปรแกรมระบบทำบัตรแข็งนักศึกษา	1	674,100.00
28	ผ้า màn	2	13,910.00
29	พัดลม	1	5,671.00
30	ไฟแฟลช	2	117,700.00
31	ลำโพง	1	27,044.25
32	อุปกรณ์ต่อพ่วงสำหรับพิมพ์บัตรสองด้าน	2	74,900.00
รวม		119	7,504,960.80

5.2.3 ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
1	ระบบกล้องวงจรปิด	1	104,860.00
2	เก้าอี้ (อาคาร 24) มีที่วางแขน สีดำ มีล้อเลื่อน	40	278,200.00
3	เก้าอี้ Armchair Armchair หลุยส์โซลส์ใหญ่	2	30,000.00
4	เก้าอี้ไม้สักหลุยส์แกะลายกุหลาบ	30	450,000.00
5	เก้าอี้ หลุยส์เบาะเต็ม บุสน้ำตาล ลงขลิบทอง	1	17,000.00

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
6	เครื่อง/ตู้ควบคุมไฟฟ้า	7	1,564,875.00
7	เครื่องกรองน้ำ	4	29,516.00
8	เครื่องขยายเสียง	1	199,662.00
9	เครื่องคอมพิวเตอร์	4	265,574.00
10	เครื่องฉาย	1	99,938.00
11	เครื่องดูดควัน	15	2,755,300.00
12	เครื่องตีแป้ง	2	123,050.00
13	เครื่องทำน้ำเย็น-ร้อน	1	31,565.00
14	เครื่องซีลสุญญากาศ	1	298,000.00
15	เครื่องบรรจุ/แพ็ค	1	1,177,000.00
16	เครื่องบรรจุน้ำดื่ม	2	2,354,000.00
17	เครื่องบันทึกเงินสด	6	125,190.00
18	เครื่องแบ่งแป้งปั้นกลม	1	310,086.00
19	เครื่องปรับอากาศ	24	1,506,601.72
20	เครื่องเป่าลม	1	64,906.20
21	เครื่องผสมอาหาร	1	212,930.00
22	เครื่องพิมพ์บาร์โค้ด/บัตร	2	160,445.00
23	เครื่องรีดแป้ง	1	286,760.00
24	เครื่องอ่านบันทึกข้อมูลด้วยบาร์โค้ด	6	50,076.00
25	เครื่องสูบน้ำ/ปั้มน้ำ	1	6,955.00
26	เคาน์เตอร์	2	46,000.00
27	ชั้นวางสแตนเลส (ใช้ที่ศูนย์อาหาร)	1	36,500.00
28	ชั้นวางสแตนเลส 4 ชั้น (อาคาร 24)	4	115,560.00
29	ชั้นวางสแตนเลส 4 ชั้น (อาคาร 24)	6	224,700.00
30	ชั้นสต็อก EAGLE 120*60*216/5ชั้น	12	62,488.00
31	ตู้	13	294,785.00
32	ตู้เย็น ตู้แช่อาหาร	4	922,260.00
33	เตา/เครื่องอบ	10	2,637,810.00
34	โซฟาหลุยส์แกะลายกุหลาบ 3 ที่นั่ง	1	50,000.00

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
35	โต๊ะสแตนเลส 2 ชั้น (อาคาร 24)	2	55,640.00
36	โต๊ะสแตนเลส ขนาด 1.50 ม. (ในห้องอบ)	1	19,500.00
37	โต๊ะกลางแกะลายหลุยส์ หนังสือน้ำตาลเข้ม	1	7,500.00
38	โต๊ะเตรียม	7	204,370.00
39	โต๊ะทำงาน	13	313,617.00
40	โต๊ะประชุม	16	428,220.00
41	โต๊ะอาหาร	20	200,000.00
42	ถังเก็บน้ำสแตนเลส	4	100,000.00
43	ถังน้ำแบบไฟเบอร์กลาส	2	12,840.00
44	โปรแกรมคอมพิวเตอร์	1	6,955.00
45	ผ้าม่าน	10	250,000.00
46	พัดลมระบายอากาศ	3	15,165.00
47	รถเข็น	4	103,080.00
48	รถเข็น (การแพทย์)	2	18,243.50
49	TOYOTA Revo B-cab 2.4 J สีขาว	1	499,000.00
50	TOYOTA Revo B-cab 2.4 J สีขาว 1 คัน	1	499,000.00
51	อ่างล้างจาน	5	191,530.00
รวม		302	19,817,253.42

5.2.4 ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
1	กล่องวงจรปิด	11	86,135.00
2	เก้าอี้	1	5,700.00
3	เครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย	19	440,342.50
4	เครื่องคอมพิวเตอร์(Notebook)	29	785,090.02
5	เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย	1	99,510.00
6	เครื่องบันทึกเงินสด	1	12,733.00
7	เครื่องพิมพ์แบบเลเซอร์	14	136,924.99
8	เครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิตอล	2	48,578.00
9	เครื่องสำรองกระแสไฟฟ้า	1	16,050.00

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
10	ตู้เก็บอุปกรณ์	1	16,050.00
11	โต๊ะทำงาน	1	8,453.00
12	มอนิเตอร์ LED	2	48,150.00
รวม		83	1,703,716.51

5.2.5 ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
1	กล่องวงจรปิด	40	315,008.00
2	เครื่องบันทึกภาพจากกล้องวงจรปิด	3	75,970.00
3	พลาสติกชุด 4ที่นั่ง Epoxy Power Coated	2	19,260.00
4	เก้าอี้สนาม (ชุดโต๊ะ+ม้านั่งยาวติดกัน 2 ด้าน)	15	378,459.00
5	เครื่องคอมพิวเตอร์	5	120,482.00
6	เครื่องปรับอากาศ	1	19,795.00
7	เครื่องสำรองกระแสไฟฟ้า	2	42,372.00
8	ตู้เก็บอุปกรณ์/ตู้แร็ค	2	32,100.00
9	ตู้ล็อกเกอร์	2	29,960.00
10	โต๊ะทำงาน	1	6,200.00
11	โต๊ะพร้อมเก้าอี้	27	265,000.00
12	แผงพาร์ทิชัน/ฉาก	10	58,700.00
รวม		110	1,363,306.00

5.2.6 สำนักงานทรัพย์สินและรายได้

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
1	เครื่องคอมพิวเตอร์	11	251,130.70
2	เครื่องคอมพิวเตอร์ TAB LET	1	20,800.00
3	เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา(Notebook)	3	91,966.50
4	เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย	1	86,670.00
5	เครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย	3	89,024.00
6	เครื่องพิมพ์แบบเลเซอร์	2	34,935.50
7	เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์	1	24,824.00

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาทรัพย์สิน
8	เครื่องสแกนลายนิ้วมือ	1	10,700.00
9	เครื่องสำรองกระแสไฟฟ้า	1	18,725.00
10	เครื่องอ่านลายนิ้วมือ	1	17,013.00
11	ฮาร์ดดิสก์	2	22,470.00
12	กล้องถ่ายรูป	2	84,958.00
13	กล้องถ่ายรูปดิจิทัล	2	54,891.00
14	เลนส์	5	95,640.00
15	คอมพิวเตอร์ (สปอร์ตไลท์)	1	10,000.00
16	รถจักรยาน	1	19,300.00
17	รถบรรทุกกระบะ	1	1,118,150.00
18	รถไฟฟ้า (Golf)	1	499,900.00
19	รถยนต์โดยสาร(ตู้)	3	3,991,400.00
20	เก้าอี้ทำงาน	1	14,999.26
21	เก้าอี้ผู้บริหาร	1	5,029.00
22	เครื่องถ่ายเอกสาร	4	120,000.00
23	เครื่องนับธนบัตร	1	24,075.00
24	เครื่องบันทึกเงินสด	2	68,480.00
25	เครื่องบันทึกเวลา	4	151,918.60
26	เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนชนิดแขวน	5	183,392.00
27	ฉากกั้น	1	7,499.63
28	ชุดรับแขก	10	144,999.48
29	ตู้เก็บแฟ้มงาน/เอกสาร	4	31,997.28
30	โต๊ะ	13	69,000.00
31	โต๊ะทำงาน	2	38,081.30
รวม		91	7,401,969.25

5.3 ข้อมูลการบริการ

5.3.1 ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ความสามารถในการบริการสูงสุด	วัน	365
อัตราประมาณการในการบริการ		
งานบริการนวดเพื่อสุขภาพ	คน/ปี	200
งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม	คน/ปี	1000
งานบริการสระว่ายน้ำ	คน/ปี	3200
งานบริการห้องพัก		
-ห้อง Duplex	ห้อง/ปี	1200
-ห้อง Standard	ห้อง/ปี	1000
-ห้องเช่ารายเดือน	ห้อง/เดือน	10
เป้าหมายการบริการ	บาท/ปี	20,000,000.00
เวลาการบริการต่อวัน		
งานบริการนวดเพื่อสุขภาพ	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม	ชั่วโมง	13/วัน
งานบริการสระว่ายน้ำ	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการห้องพัก	ชั่วโมง	24
	เดือน	12
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการต่อวัน	คน	37
อัตราค่าแรงในการบริการ	บาท/ปี	6,350,700.00

5.3.2 ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ความสามารถในการบริการสูงสุด	วัน	290
อัตราประมาณการในการบริการ		
งานบริการการขายสินค้า	บาท/เดือน	416,666.67
งานบริการการถ่ายภาพ	คน/ปี	16,667
งานบริการถ่ายเอกสาร	คน/ปี	3,500
งานบริการทำบัตรนักเรียน	คน/ปี	10,000
งานบริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	งาน/ปี	800
งานบริการฝากขาย	งาน/ปี	100
เป้าหมายการบริการ	บาท/ปี	89,450,000.00
เวลาการบริการต่อวัน		
งานบริการการขายสินค้า	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการการถ่ายภาพ	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการถ่ายเอกสาร	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการทำบัตรนักเรียน	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการฝากขาย	ชั่วโมง	8/วัน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการต่อวัน	คน	24
อัตราค่าแรงในการบริการ	บาท/ปี	5,533,200.00

5.3.3 ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ความสามารถในการบริการสูงสุด	วัน	290
อัตราประมาณการในการบริการ		
งานบริการผลิตจำหน่ายสินค้า	คน/ปี	75,000
งานบริการจำหน่ายน้ำดื่ม	ขวด/ปี	371,430
งานบริการการฝากขาย	งาน/ปี	100
เป้าหมายการบริการ	บาท/ปี	12,000,000.00
เวลาการบริการต่อวัน		
งานบริการผลิตจำหน่ายสินค้า	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการจำหน่ายน้ำดื่ม	ชั่วโมง	8/วัน
งานบริการการฝากขาย	ชั่วโมง	8/วัน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการต่อวัน	คน	15
อัตราค่าแรงในการบริการ	บาท/ปี	2,475,600.00

5.3.4 ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ความสามารถในการบริการสูงสุด	วัน	290
อัตราประมาณการในการบริการ		
งานค่าลงทะเบียนอบรม	คน/ปี	2,800
เป้าหมายการบริการ	บาท/ปี	14,000,000.00
เวลาการบริการต่อวัน		
งานค่าลงทะเบียนอบรม	วัน/ปี	250
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการต่อวัน	คน	22
อัตราค่าแรงในการบริการ	บาท/ปี	4,753,200.00

5.3.5 ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ความสามารถในการบริการสูงสุด	วัน	290
อัตราประมาณการในการบริการ		
งานบริการเติมเงินค่าอาหาร	ครั้ง	600
งานบริการเช่าสถานที่	งาน	120
เป้าหมายการบริการ	บาท/ปี	10,000,000.00
เวลาการบริการต่อวัน		
งานบริการเติมเงินค่าอาหาร	ครั้ง/ปี	600
งานบริการเช่าสถานที่	งาน/ปี	120
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการต่อวัน	คน	12
อัตราค่าแรงในการบริการ	บาท/ปี	1,665,600.00

5.3.6 สำนักงานทรัพย์สินและรายได้

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ความสามารถในการบริการสูงสุด	วัน	290
อัตราประมาณการในการบริการ		
งานโครงการจัดหารายได้ด้วยการบริการวิชาการ	โครงการ	1,000
งานแผนงานและประกันคุณภาพ	วัน	290
งานการเงินและบัญชี	วัน	290
งานพัสดุ	วัน	290
งานบริหารบุคคล	วัน	290
งานบริหารงานทั่วไป	วัน	290
เป้าหมายการบริการ	บาท/ปี	2,000,000.00
เวลาการบริการต่อวัน		
งานโครงการจัดหารายได้ด้วยการบริการวิชาการ	โครงการ/ปี	1,000
งานแผนงานและประกันคุณภาพ	วัน	290
งานการเงินและบัญชี	วัน	290
งานพัสดุ	วัน	290
งานบริหารบุคคล	วัน	290
งานบริหารงานทั่วไป	วัน	290

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการต่อวัน	คน	23
อัตราค่าแรงในการบริการ	บาท/ปี	3,063,900.00

5.4 รายละเอียดบุคลากร ผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ใช้ในการบริการ

5.4.1 ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา

ตำแหน่ง	จำนวน	รวมเงินเดือน
ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา	1	216,000.00
หัวหน้าฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา	1	204,000.00
หัวหน้าเซฟ	1	264,600.00
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	8	1,553,400.00
นักวิชาการพัสดุ	1	204,000.00
พนักงานบริการทั่วไป	6	1,089,900.00
ช่างเทคนิค	2	288,000.00
พนักงานขาย	2	408,000.00
พ่อบ้าน	2	322,800.00
แม่ครัว	4	634,800.00
แม่บ้าน	11	1,165,200.00
รวม	37	6,350,700.00

5.4.2 ฝ่ายธุรกิจมัธยมศึกษาเพื่อการศึกษา

ตำแหน่ง	จำนวน	รวมเงินเดือน
ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจมัธยมศึกษาเพื่อการศึกษา	1	324,000.00
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	4	891,480.00
ช่างพิมพ์	3	1,161,000.00
ช่างภาพ	1	247,140.00
ช่างออกแบบ	1	324,000.00
นักวิชาการเงินและบัญชี	1	213,000.00
นักวิชาการพัสดุ	2	447,000.00
พนักงานขาย	5	907,440.00
พนักงานบริการทั่วไป	4	701,340.00
พนักงานเรียงพิมพ์	2	316,800.00
รวม	24	5,533,200.00

5.4.3 ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

ตำแหน่ง	จำนวน	รวมเงินเดือน
ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	1	216,000.00
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	1	180,000.00
พนักงานขาย	5	727,200.00
พนักงานฝ่ายผลิต	7	1,194,900.00
พนักงานบริการทั่วไป	1	157,500.00
รวม	15	2,475,600.00

5.4.4 ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า

ตำแหน่ง	จำนวน	รวมเงินเดือน
ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า	1	-
หัวหน้าฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า	1	-
นักวิชาการพัสดุ	1	204,000.00
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	1	224,280.00
นักวิชาการเงินและบัญชี	1	229,320.00
พนักงานขาย	2	288,000.00
แม่บ้าน	5	720,000.00
รวม	12	1,665,600.00

5.4.5 ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

ตำแหน่ง	จำนวน	รวมเงินเดือน
ผู้จัดการฝ่าย	1	-
นักวิชาการเงินและบัญชี	1	-
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	20	4,753,200.00
รวม	22	4,753,200.00

5.4.6 สำนักงานทรัพย์สินและรายได้

ตำแหน่ง	จำนวน	รวมเงินเดือน
ผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินและรายได้	1	360,000.00
รองผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินและรายได้	1	300,000.00
นักวิชาการเงินและบัญชี	6	720,600.00
นักวิชาการพัสดุ	2	37,800.00
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	2	-
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	6	876,900.00
เจ้าหน้าที่บริหารงานบุคคล	1	36,000.00
นักประชาสัมพันธ์	1	214,200.00
แม่บ้าน	1	163,800.00
พนักงานขับรถ	2	327,600.00
รวม	23	3,063,900.00

ส่วนที่ 6

แผนการเงิน

6.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับที่	รายการ	เจ้าของทุน	รวม(บาท)
1*	เงินสะสมคงคลัง	สำนักทรัพย์สินและรายได้	76,513,444.28
2*	ประมาณการรายรับในปี พ.ศ.2566	สำนักทรัพย์สินและรายได้	147,450,000.00
รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น			223,963,444.28

หมายเหตุ

ลำดับที่ 1 เงินสะสมคงคลัง ข้อมูล ณ วันที่ 20 มิถุนายน 2565

ลำดับที่ 2 ประมาณการรายรับ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566

6.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

6.2.1 ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา

รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
ที่ดิน	พื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	
อาคาร	อาคาร 54 โรงแรมวังสวนสุนันทา	
ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-
อุปกรณ์/เครื่องใช้	ครุภัณฑ์ก่อสร้าง	13,000.00
	ครุภัณฑ์การเกษตร	124,345.00
	ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	137,345.00
	ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	1,927,779.35
	ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	1,545,392.20
	ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	275,632.30
	ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์การแพทย์	94,090.35
	ครุภัณฑ์สำนักงาน	4,503,921.43
ยานพาหนะ	รถยนต์โดยสาร(ตู้)	1,204,400.00
สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ		405,750.33
ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
รายการอื่น ๆ	-	-

6.2.2 ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา

รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
ที่ดิน	พื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	
อาคาร	อาคาร 34 อาคาร 21 ศูนย์สุขภาพ	
ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-
อุปกรณ์/เครื่องใช้	ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	1,520,406.00
	ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	936,513.00
	ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	13,910.00
	ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	87,044.25
	ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์การแพทย์	16,500.00
	ครุภัณฑ์สำนักงาน	4,930,587.55
ยานพาหนะ	-	-
สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ		6,945,754.84
ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
รายการอื่น ๆ	-	-

6.2.3 ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
ที่ดิน	พื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	
อาคาร	อาคาร 24อาคาร 55	
ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-
อุปกรณ์/เครื่องใช้	ครุภัณฑ์การเกษตร	6,955.00
	ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	483,050.00
	ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	204,798.00
	ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	10,207,887.00
	ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	1,764,537.00
	ครุภัณฑ์โรงงาน	1,241,906.20
	ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์การแพทย์	316,243.50
	ครุภัณฑ์สำนักงาน	4,593,876.72
ยานพาหนะ	รถบรรทุกกระบะ	499,000.00
สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ		507,069.15

รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
รายการอื่น ๆ	-	-

6.2.4 ฝ่ายธุรกิจสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
ที่ดิน	พื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	
อาคาร	อาคาร 54 ชั้น 3	
อุปกรณ์/เครื่องใช้	ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	1,526,067.51
	ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	86,135.00
	ครุภัณฑ์สำนักงาน	91,514.00
ยานพาหนะ	-	-
สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
รายการอื่น ๆ	-	-

6.2.5 ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า

รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
ที่ดิน	พื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	
อาคาร	อาคาร 17	
ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-
อุปกรณ์/เครื่องใช้	ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	162,854.00
	ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	390,978.00
	ครุภัณฑ์สำนักงาน	809,474.00
ยานพาหนะ	-	-
สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
รายการอื่น ๆ	-	-

6.2.6 สำนักงานทรัพย์สินและรายได้

รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
ที่ดิน	พื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	
อาคาร	อาคาร 54 ชั้น 3	
ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-
อุปกรณ์/เครื่องใช้	ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	668,258.70
	ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	235,489.00
	ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	10,000.00
	ครุภัณฑ์ยานพาหนะและขนส่ง	5,628,750.00
	ครุภัณฑ์สำนักงาน	859,471.55
ยานพาหนะ	-	-
สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
รายการอื่น ๆ	-	-

6.3 ประมาณการในการบริการ

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน/ปี	ค่าบริการ (บาท)	รายได้จากการบริการ (บาท)
ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา			32,460.00	20,000,000.00
งานบริการนวดเพื่อสุขภาพ	คน	200	300.00	60,000.00
งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม	คน	1000	6,100.00	6,100,000.00
งานบริการสระว่ายน้ำ				300,000.00
- สมาชิก (600 บาท)	คน	100	600.00	60,000.00
-รายเดือน (400 บาท)	คน	100	400.00	60,000.00
-รายวัน	คน	3000	60.00	180,000.00
งานบริการห้องพัก				13,440,000.00
-ห้อง DUPLEX	ห้อง	1200	2,400.00	2,880,000.00
-ห้อง STANDARD	ห้อง	1000	9,600.00	9,600,000.00
-ห้องเช่ารายเดือน	ห้อง	10/เดือน	8,000.00	960,000.00
งานเช่าห้องประชุม	วัน	24	5,000.00	100,000.00

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน/ปี	ค่าบริการ (บาท)	รายได้จากการบริการ (บาท)
ฝ่ายธุรกิจมัธยมศึกษาเพื่อการศึกษา				89,450,000.00
งานบริการการขายสินค้า	บาท	12	416,666.67	5,000,000.00
งานบริการการถ่ายภาพ	คน	16,667	120.00	2,000,000.00
งานบริการถ่ายเอกสาร	คน	3,500	100.00	350,000.00
งานบริการทำบัตรนักศึกษา	คน	10,000	200.00	2,000,000.00
งานบริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	งาน	800	100,000.00	80,000,000.00
งานบริการฝากขาย	งาน	100	1,000.00	100,000.00

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน/ปี	ค่าบริการ (บาท)	รายได้จากการบริการ (บาท)
ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม			3,327.00	12,000,000.00
งานบริการผลิตจำหน่ายสินค้า	คน	75,000	120	9,080,000.00
งานบริการจำหน่ายน้ำดื่ม	ขวด	371,430	7	2,600,000.00
งานบริการการฝากขาย	งาน	100	3,200	320,000.00

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน/ปี	ค่าบริการ (บาท)	รายได้จากการบริการ (บาท)
ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา			5,000.00	14,000,000.00
งานค่าลงทะเบียนอบรม	คน	2,800	5,000.00	14,000,000.00

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน/ปี	ค่าบริการ (บาท)	รายได้จากการบริการ (บาท)
ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า			73,500.00	10,000,000.00
งานบริการเติมเงินค่าอาหาร	ครั้ง	600	2500	1,500,000.00
งานบริการเช่าสถานที่	งาน	120	71,000.00	8,500,000.00

6.4 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570
ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา	20,000,000.00	21,000,000.00	22,050,000.00	23,152,200.00	24,309,300.00
งานบริการนวดเพื่อสุขภาพ	60,000.00	63,000.00	66,150.00	69,500.00	72,900.00
งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม	6,100,000.00	6,405,000.00	6,725,250.00	7,061,500.00	7,414,500.00
งานบริการสระว่ายน้ำ	300,000.00	315,000.00	330,750.00	347,100.00	364,300.00
- สมาชิก (600 บาท)	60,000.00	63,000.00	66,150.00	69,400.00	72,800.00
- รายเดือน (400 บาท)	60,000.00	63,000.00	66,150.00	69,400.00	72,800.00
- รายวัน	180,000.00	189,000.00	198,450.00	208,300.00	218,700.00
งานบริการห้องพัก	13,440,000.00	14,112,000.00	14,817,600.00	15,558,400.00	16,336,100.00
- ห้อง DUPLEX	2,880,000.00	3,024,000.00	3,175,200.00	3,333,900.00	3,500,500.00
- ห้อง STANDARD	9,600,000.00	10,080,000.00	10,584,000.00	11,113,200.00	11,668,800.00
- ห้องเช่ารายเดือน	960,000.00	1,008,000.00	1,058,400.00	1,111,300.00	1,166,800.00
งานเช่าห้องประชุม	100,000.00	105,000.00	110,250.00	115,700.00	121,500.00

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570
ฝ่ายธุรกิจมัธยมศึกษาเพื่อการศึกษา	89,450,000.00	93,922,500.00	98,618,500.00	103,538,800.00	108,715,500.00
งานบริการการขายสินค้า	5,000,000.00	5,250,000.00	5,512,500.00	5,788,000.00	6,077,400.00
งานบริการการถ่ายภาพ	2,000,000.00	2,100,000.00	2,205,000.00	2,315,000.00	2,430,700.00
งานบริการถ่ายเอกสาร	350,000.00	367,500.00	385,800.00	405,000.00	425,200.00
งานบริการทำบัตรนักเรียน	2,000,000.00	2,100,000.00	2,205,000.00	2,315,000.00	2,430,700.00
งานบริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	80,000,000.00	84,000,000.00	88,200,000.00	92,600,000.00	97,230,000.00
งานบริการฝากขาย	100,000.00	105,000.00	110,200.00	115,800.00	121,500.00

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570
ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	12,000,000.00	12,600,000.00	13,230,000.00	13,891,500.00	14,585,900.00
งานบริการผลิตจำหน่ายสินค้า	9,080,000.00	9,534,000.00	10,010,700.00	10,511,200.00	11,036,700.00
งานบริการจำหน่ายน้ำดื่ม	2,600,000.00	2,730,000.00	2,866,500.00	3,009,800.00	3,160,200.00
งานบริการการฝากขาย	320,000.00	336,000.00	352,800.00	370,500.00	389,000.00

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570
ฝ่ายสถาบันฝึกอบรม และการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	14,000,000.00	14,700,000.00	15,435,000.00	16,206,700.00	17,017,000.00
งานค่าลงทะเบียนอบรม	14,000,000.00	14,700,000.00	15,435,000.00	16,206,700.00	17,017,000.00

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570
ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า	10,000,000.00	10,500,000.00	11,024,900.00	11,576,000.00	12,154,700.00
งานบริการเติมเงินค่าอาหาร	1,500,000.00	1,575,000.00	1,653,700.00	1,736,300.00	1,823,100.00
งานบริการเช่าสถานที่	8,500,000.00	8,925,000.00	9,371,200.00	9,839,700.00	10,331,600.00

6.5 ประมาณการต้นทุนสินค้า ต้นทุนบริการ และต้นทุนขาย

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)					
ค่าเงินเดือนพนักงาน					
ฝ่ายธุรกิจโรงแรมวังสวนสุนันทา	6,350,700.00	6,668,300.00	7,001,700.00	7,351,700.00	7,719,200.00
ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา	5,330,400.00	5,597,000.00	5,876,900.00	6,170,700.00	6,479,200.00
ฝ่ายธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	2,475,600.00	2,599,400.00	2,729,400.00	2,865,800.00	3,009,100.00
ฝ่ายสถาบันฝึกอบรมฯ	4,753,200.00	4,990,900.00	5,240,500.00	5,502,500.00	5,777,600.00
ฝ่ายธุรกิจพื้นที่ให้เช่า	1,665,600.00	1,748,900.00	1,836,400.00	1,928,200.00	2,024,600.00
สำนักงานทรัพย์สินและรายได้	3,063,900.00	3,217,100.00	3,378,000.00	3,546,900.00	3,724,200.00
รวมค่าเงินเดือนพนักงาน	23,639,400.00	24,821,600.00	26,062,900.00	27,365,800.00	28,733,900.00
ค่าจัดจ้างผลิต	28,500,000.00	29,925,000.00	31,421,200.00	32,992,300.00	34,641,900.00
ค่าวัสดุเครื่องครัว	1,050,000.00	1,102,500.00	1,157,600.00	1,215,500.00	1,276,300.00
ค่าวัสดุต้นทุนในการบริการ	20,380,000.00	21,399,000.00	22,468,900.00	23,592,300.00	24,771,900.00
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการบริการ	8,000,000.00	8,400,000.00	8,820,000.00	9,261,000.00	9,724,000.00
รวมต้นทุนการบริการ	57,930,000.00	60,826,500.00	63,867,700.00	67,061,100.00	70,414,100.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนของการบริการ					
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือ	4,848,976.62	4,848,976.62	549,401.69	13,147.53	1,253.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	214,251.00	171,402.00	11.00	11.00	11.00
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ	5,063,227.62	5,020,378.62	549,412.69	13,158.53	5,063,227.62
รวมต้นทุนสินค้า ต้นทุนบริการ และต้นทุนขาย	81,569,400.00	85,648,100.00	89,930,600.00	94,426,900.00	99,148,000.00

6.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	36,305,020.00
ค่าประกันสังคม	1,066,500.00
ค่าพัฒนาบุคลากร	5,438,000.00
ค่าตอบแทน	4,313,000.00
ค่าซ่อมแซม/ปรับปรุง	4,470,000.00
ค่าวัสดุสำนักงาน	4,274,620.00
ค่าวัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	430,000.00
ค่าจ้างเหมาบริการ	2,151,000.00
ค่าประกันภัย	200,000.00
ค่าภาษีโรงเรือน	200,000.00
ค่ารายจ่ายอื่นๆ	160,000.00
ค่าสาธารณูปโภค	2,693,400.00
ค่าประชาสัมพันธ์	3,468,000.00
ค่าพัฒนาผลิตภัณฑ์	50,000.00
ค่าพัฒนางานวิจัย R2R	118,000.00
ค่าแผนสำรอง	7,272,500.00
งบลงทุน	4,022,700.00
ครุภัณฑ์	4,022,700.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนของการบริการ	5,063,227.62
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือ	4,848,976.62
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	214,251.00

6.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	
ประมาณการรายได้	147,450,000.00
หัก ต้นทุนขาย	57,930,000.00
กำไรขั้นต้น	89,520,000.00
<hr/>	
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	23,639,400.00
ค่าจ้างเงินเดือน	23,040,000.00
ค่ากองทุนสมทบสำรองเลี้ยงชีพ	599,400.00
<hr/>	
ประมาณการต้นทุนขาย/ต้นทุนการผลิต	57,930,000.00
ค่าจัดจ้างผลิต	28,500,000.00
ค่าวัสดุเครื่องครัว	1,050,000.00
ค่าวัสดุต้นทุนในการบริการ	20,380,000.00
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการบริการ	8,000,000.00
<hr/>	
ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	36,305,020.00
ค่าประกันสังคม	1,066,500.00
ค่าพัฒนาบุคลากร	5,438,000.00
ค่าตอบแทน	4,313,000.00
ค่าซ่อมแซม/ปรับปรุง	4,470,000.00
ค่าวัสดุสำนักงาน	4,274,620.00
ค่าวัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	430,000.00
ค่าจ้างเหมาบริการ	2,151,000.00
ค่าประกันภัย	200,000.00
ค่าภาษีโรงเรือน	200,000.00
ค่ารายจ่ายอื่นๆ	160,000.00
ค่าสาธารณูปโภค	2,693,400.00
ค่าประชาสัมพันธ์	3,468,000.00
ค่าพัฒนาผลิตภัณฑ์	50,000.00
ค่าพัฒนางานวิจัย R2R	118,000.00

ค่าแผนสำรอง	7,272,500.00
งบลงทุน	4,022,700.00
ครุภัณฑ์	4,022,700.00
ค่าใช้จ่าย	
หัก ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	36,305,020.00
หัก ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	4,022,700.00
หัก ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	23,639,400.00
กำไรสุทธิ	25,552,880.00

6.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	การวิเคราะห์		
	2562	2563	2564
อัตรากำไรขั้นต้น	25.88	20.50	13.31
อัตรากำไรสุทธิ	0.38	2.17	0.51

ส่วนที่ 7

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

7.1 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

วัตถุประสงค์ ในการเตรียมแผนฉุกเฉินหรือแผนสำรองของสำนักทรัพย์สินและรายได้ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการแก้ปัญหาที่เกิดจากสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด หรือการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ แผนฉุกเฉินนั้นจะทำให้ธุรกิจสามารถป้องกัน ลดความเสี่ยงจากสถานการณ์ต่าง ๆ ปรับตัวได้ทันกับสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งได้จัดการวางแผนฉุกเฉิน ในแต่ละสถานการณ์ จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น และเป็น การเตรียมความพร้อมสำหรับความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้น ทางสำนักฯ ได้กำหนดแผนสำรองขึ้น เพื่อลดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด โดยทางหน่วยงานได้แบ่งแผนฉุกเฉินเป็น 4 ส่วนด้วยกันคือ แผนสำรองด้านบุคลากร แผนสำรองด้านการตลาด แผนสำรองด้านการดำเนินงาน และแผนสำรองด้านการเงิน

7.1.1 แผนสำรองด้านบุคลากร

กรณีขาดแคลนกำลังคน เนื่องจากพนักงานลาหยุดหรือลาป่วยกระทันหัน

สำนักทรัพย์สินและรายได้ เปิดทำการ 6 วัน หยุด 1 วัน จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งทางหน่วยงานได้วางแผนกำลังคนในส่วนของการทำงาน แต่แต่ละฝ่ายธุรกิจ จะต้องผู้จัดการ หัวหน้างาน โดยกำหนดเวลาการทำงานเท่ากัน คือ 6 วันๆ ละ 8 ชั่วโมง ซึ่งหากมีบุคลากรคนใดลาหยุดงาน อาจทำให้บางช่วงเวลามีบุคลากรไม่เพียงพอ หรือไม่มีอยู่ประจำสำนักงาน/ร้าน หน่วยงานได้เตรียมแก้ไขปัญหา ดังนี้

- 1) ต้องให้บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในวันนั้น ปฏิบัติงานแทน
- 2) ถ้ามีความจำเป็นปริมาณงานมาก ต้องให้บุคลากรปฏิบัติงานล่วงเวลา โดยจ่ายค่าล่วงเวลาให้
- 3) นักศึกษาช่วยงาน/เนื่องจากเราเป็นศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษา โดยตรง

กรณีขาดแคลนกำลังคน เนื่องจากลาออกของบุคลากร

การลาออกของบุคลากรอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของหน่วยงาน เนื่องจากมีไม่เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า และการรับผู้เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ใหม่นั้น จะต้องใช้ระยะเวลาในการสรรหา และฝึกอบรมใหม่ ทางหน่วยงานได้เตรียมการแก้ไขปัญหา ดังนี้

- 1) ทางหน่วยงานมีประกาศว่า บุคลากรคนใดมีความประสงค์จะลาออก ต้องยื่นใบลาออกก่อนล่วงหน้า 1 เดือนเป็นอย่างน้อย
- 2) กรณีที่บุคลากรลาออกโดยไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบตามระยะเวลาที่กำหนด หน่วยงานจะไม่คืนเงินค่าประกัน จำนวน 5,000 บาท ให้กับบุคลากรนั้น

กรณีเกิดปัญหาทางโรคระบาด

เนื่องจากสำนักทรัพย์สินและรายได้ เป็นหน่วยงานจัดการรายได้ บริหารจัดการงบประมาณด้านงบประมาณด้วยการเลี้ยงตัวเอง ไม่มีงบประมาณสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยฯ หากเกิดโรคระบาดซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการ ต้องมีแผนสำรองฉุกเฉิน ดังนี้

- 1) ปรับลดอัตรากำลังบุคลากรตามความเหมาะสม
- 2) สลับผลัดเปลี่ยนบุคลากรเข้ามาทำงาน
- 3) ปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานล่วงเวลา

7.1.2 แผนสำรองด้านการตลาด

กรณียอดขายต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้

ทางสำนักทรัพย์สินและรายได้ จะทำการประเมินยอดขายที่เกิดขึ้นจริงเปรียบเทียบกับที่ประมาณการไว้ทุกเดือน และหากยอดขายที่เกิดขึ้นจริงต่ำกว่าที่ประมาณการไว้อย่างมีสาระสำคัญ จะต้องวิเคราะห์พิจารณาหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุดที่สุด ดังนี้

- 1) จะต้องปรับแผนการสื่อสารทางการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์ โฆษณา
- 2) มีกล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม หรือเว็บไซต์ เพื่อให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็น และสำรวจความต้องการของลูกค้า
- 3) ปรับผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย/ตรงตามความต้องการรูปแบบและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า

กรณีดำเนินการประสพผลขาดทุนอย่างต่อเนื่องจนไม่สามารถดำเนินการธุรกิจต่อไปได้

หน่วยงานจะทำการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานจริงกับที่ประมาณการไว้ทุก ๆ เดือน หากพบว่าการดำเนินธุรกิจในช่วงปีแรกประสพภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่องทุกเดือน เป็นผลให้ขาดสภาพคล่องทางการเงิน และมีแนวโน้มที่จะขาดทุนต่อไปเรื่อย ๆ จนทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการในรูปแบบเดิมต่อไปได้อีกจะดำเนินการ ดังนี้

- 1) วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนว่าสาเหตุของปัญหาเกิดจากปัญหาการจัดการในด้านต่าง ๆ ภายในหน่วยงานเอง

2) นำเสนอต่อคณะกรรมการประจำหน่วยงาน เพื่อหาทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น

กรณีเกิดการชะงักการเติบโตของเศรษฐกิจ

ในกรณีที่เกิดปัญหาสภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความต้องการของตลาดลดลง จนทำให้การเติบโตของธุรกิจเกิดการชะงัก หน่วยงานจะพิจารณาปรับลดงบประมาณทางการตลาดและค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ยอดขายได้คุ้มกับต้นทุนและสามารถอยู่รอดได้

7.1.3 แผนสำรองด้านการดำเนินงาน

กรณีต้นทุนของสินค้าที่นำเข้ามาจำหน่ายมีราคาสูงขึ้น

หน่วยงานพยายามตรึงราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ขายให้กับลูกค้าในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จากนั้นหน่วยงานจะต้องปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกันหน่วยงานต้องตรวจสอบราคาสินค้าและคู่ค้ารายอื่น ๆ และจัดหาสินค้าทดแทนที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน แต่ต้นทุนต่ำกว่ามาจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่า เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า

กรณีค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด

ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน ได้แก่ ค่าพาหนะ ค่าวัสดุอุปกรณ์ สำนักงาน ค่าเช่าสถานที่ เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น เพิ่มขึ้นจากปัจจัยภายนอกไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลก หรือ ค่าแรงขั้นต่ำที่รัฐบาลกำหนดเพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น ทำให้ค่าใช้จ่ายสูงกว่าความเป็นจริงเล็กน้อย นอกจากนี้ หน่วยงานจะต้องพยายามรณรงค์ให้บุคลากรช่วยกันประหยัดพลังงาน ค่าสาธารณูปโภค เฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น

กรณีสินค้าที่จำหน่ายในร้านมีมากเกินไป ทำให้มีสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมาก

ในกรณีที่มีการประมาณการยอดขายคลาดเคลื่อน และทำให้สินค้าที่สั่งซื้อมาจำหน่ายมีมากเกินไปความต้องการของลูกค้า ทำให้มีสินค้าคงเหลือมาก หน่วยงานจะพิจารณาว่าสินค้าที่เหลือนั้นมากเพียงไร หากสินค้านั้นจำเป็นต้องจำหน่ายออกไปอย่างเร่งด่วน

กรณีไม่สามารถให้บริการได้ทันตามความต้องการของลูกค้า

ในช่วงระยะเวลาที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก จนกระทั่งไม่สามารถให้บริการได้ทันกับความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้ารอนาน หน่วยงานต้องวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าในการลงทุนจัดหาอุปกรณ์เพิ่มเติม

7.1.4 แผนสำรองด้านการเงิน

**กรณียอดจำหน่ายสินค้าไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้จนทำให้เงินสด หมุนเวียน
ขาดสภาพคล่อง**

กรณีที่หน่วยงานประสบปัญหาเงินสดหมุนเวียนขาดสภาพคล่องได้หากเกิดเหตุการณ์
ที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ หน่วยงานจะทำการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการยืมเงิน
มหาวิทยาลัยฯ ในระยะเวลาสั้น ๆ

**กรณีการดำเนินงานประสบผลขาดทุนอย่างต่อเนื่อง จนไม่สามารถดำเนินการ
ธุรกิจต่อไปได้**

หน่วยงานจะทำการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานจริงกับที่ประมาณการไว้ทุก ๆ เดือน
หากพบว่าการดำเนินธุรกิจในช่วงปีแรกประสบภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่องทุกเดือน เป็นผลให้ขาดสภาพ
คล่องทางการเงิน และมีแนวโน้มที่จะขาดทุนต่อไปเรื่อย ๆ จนทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการในรูปแบบเดิม
ต่อไปได้อีก จะดำเนินการ ดังนี้

- 1) วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนว่าสาเหตุของปัญหาเกิดจากปัญหาการ
จัดการในด้านต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน
- 2) นำเสนอต่อคณะกรรมการประจำหน่วยงาน เพื่อหาทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น

7.1.5 แผนสำรองด้านการลงทุนทางธุรกิจ

กรณีมีความสนใจการการลงทุน/ประกอบธุรกิจใหม่ในระหว่างมีงบประมาณ

ในหลักเกณฑ์ของการจัดสรรงบประมาณของสำนักทรัพย์สินและรายได้ ประมาณการ
รายรับ 100% หักเป็นค่าบริหารจัดการให้กับสำนักงานทรัพย์สินและรายได้ 5% และหักเป็นแผนสำรอง
ในการดำเนินธุรกิจระหว่างปีงบประมาณ 5% เพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยการขยายกิจการให้
ใหญ่ขึ้น มีพนักงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดความมั่นคงทั้งทางการเงิน สำนักทรัพย์สินและรายได้ ได้มีเงิน
งบประมาณจากการประมาณการรายจ่ายประจำ เป็นแผนสำรองในการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาความ
เจริญก้าวหน้าและความเติบโตทางธุรกิจให้มีความมั่นคง เป็นจำนวนเงิน 7,272,500.00 บาท โดย
กระบวนการในการจัดทำธุรกิจมีขั้นตอนดังนี้

- 1) วิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจใหม่
- 2) นำเสนอโครงการ/กิจกรรมต่อคณะกรรมการประจำหน่วยงาน
- 3) นำเสนอโครงการต่อผู้บริหารสูงสุดของมหาวิทยาลัย