

อาหารไทย

วัฒนธรรมที่เข้มแข็ง
อัตลักษณ์ที่โดดเด่น
โอกาสธุรกิจสู่ตลาดโลก



"อาหาร" ปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์

ทุกคนต้องบริโภคอาหารเพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อร่างกาย อีกทั้งอาหารยังได้รับอิทธิพลที่ส่งต่อผลลัพธ์ทางด้านวัฒนธรรมและสังคมจากรุ่นสู่รุ่นอีกด้วย โดย "อาหารไทย" **มีภูมิปัญญาถ่ายทอดกันมา ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด และจิตใจ** ในแต่ละยุคสมัยของคนไทยได้อย่างชัดเจน โดยจากการรวบรวมข้อมูลที่ผ่านมา เราสามารถแบ่งวิวัฒนาการของอาหารไทย ได้เป็น **4 ยุคสมัย** ดังนี้

สมัยสุโขทัย จากหลักฐาน ศิลปจารึกและวรรณคดี ได้กล่าวว่า คนไทยนิยมกินข้าวเป็นหลักกับแกงที่ทำด้วยปลาเป็นส่วนใหญ่ และกินผลไม้ตามฤดูกาลเป็นของหวาน

สมัยธนบุรี อาหารมีความคล้ายสมัยอยุธยา และได้รับอิทธิพลจากอาหารจีนมากขึ้น โดยมีวิธีการปรุงอาหารด้วยวิธีการอื่นๆ เพิ่ม เช่น การตุ๋น และการทอด

สมัยรัตนโกสินทร์
แบ่งออกเป็น 2 ยุค
ได้แก่

ยุคที่ 1 รัชกาลที่ 1 – 3 ถือว่าเป็นยุคที่มีศิลปะการประกอบอาหารที่ค่อนข้างสมบูรณ์ มีการกินข้าวร่วมกับ แกง ต้ม คั่ว และยำ ทำให้อาหาร มีทั้งการปรุงรส กลิ่น สี และการตกแต่ง มีการผสมผสานอาหารไทยและนานาชาติได้อย่างกลมกลืน โดยมีทั้งอาหารคาว อาหารหวาน และของว่าง

ยุคที่ 2 รัชกาลที่ 4 – ปัจจุบัน อาหารมีการพัฒนาการไปอย่างมาก มีอาหารจานเดียว อาหารหวาน อาหารนานาชาติ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชาววังและชาวบ้าน รวมถึงวิธีการปรุงอาหารที่แตกต่างไปจากต้นตำหรับ ทำให้มีการบันทึกตำราอาหารไทยแบบดั้งเดิมมากขึ้น ปัจจุบัน อาหารไทยแบบดั้งเดิมก็มีความนิยมมากขึ้น มีการนำเอาไปประยุกต์เข้ากับอาหารนานาชาติ รวมถึงวิธีการเสิร์ฟที่มีการเล่าเรื่องราวของที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการทำ/ปรุง ผสมผสานเข้าไปด้วย สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหาร

สมัยอยุธยา เริ่มมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ จึงได้รับวัฒนธรรมจากประเทศต่างๆ แต่คนไทยก็ยังคงนิยมกินปลาเป็นอาหารหลัก มีวิธีการทำอาหารประเภท ต้ม แกง มีการใช้น้ำมันจากมะพร้าวและกะทิ และยังมีการถนอมอาหารและใช้เครื่องเทศปรุงอาหาร ทั้งนี้ ปลายสมัยอยุธยายังได้รับอิทธิพลจากอาหารจีนเนื่องจากไทยมีการติดสัมพันธ์กับชาติตะวันตก

“อาหารไทย ส่วนใหญ่มี **สมุนไพรเป็นวัตถุดิบ** เช่น “**ต้มยำกุ้ง**” โดยในน้ำของต้มยำนั้น จะประกอบไปด้วยสมุนไพร เช่น ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พริก ซึ่งล้วนเป็นสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา รวมถึงการกินอาหารพร้อมกับเครื่องเคียง ที่มักเป็นผักพื้นบ้าน และเครื่องเทศ อย่างพริกไทย ก็ช่วยเพิ่มรสชาติให้อาหาร มีกลิ่นหอมและรสชาติเผ็ดร้อน จึงมีการกล่าวขานนานานามว่า **“อาหารไทยเป็นยา”** ซึ่งเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่มีสมุนไพรต่างๆ แฝงอยู่ ทั้งในตัวอาหารเองและวิธีการกิน เพื่อช่วยรักษาสุขภาพให้แข็งแรง



“

ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย ที่มีลักษณะต่างกัน ทำให้สภาพดินฟ้าอากาศ และความอุดมสมบูรณ์แตกต่างกันไปด้วย ส่งผลให้พืชผัก ซึ่งเป็นวัตถุดิบประกอบอาหารมีความหลากหลาย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แต่ก็ทำให้อาหารไทยแต่ละภาค มีความแตกต่างกัน มีรสชาติจัดจ้าน ถูกปาก และติดใจสำหรับผู้คนในท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ สามารถแบ่งอาหารได้ 4 ภาค ได้แก่

”

ภาคเหนือ

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา มีอากาศหนาวเย็นกว่าภาคอื่นๆ จึงมีพืชผักมากมาย และมีกะทิรับประทาน ข้าวเหนียว เป็นหลัก มีน้ำพริก เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกน้ำย้อย โดยมีเครื่องเคียงเป็นผักสมุนไพร นานาชนิด และมีอาหารประเภท แกง เช่น แกงโฮะ แกงแค แกงฮังเล ใส่วัว ข้าวซอย น้ำเงี้ยว จุดเด่นของอาหารเหนือนั้น มักจะมีผักเป็นส่วนประกอบ และมีรสชาติที่ไม่จัดจ้าน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างเด่นชัด



ภาคอีสาน

สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่แห้งแล้งเป็นที่ราบสูง มีแม่น้ำสายใหญ่ และมีเทือกเขาสูงในบางแห่ง มักจะแสวงหาสิ่งต่างๆ ที่รับประทานได้ในท้องถิ่นนำมาดัดแปลงรับประทาน หรือประกอบเป็นอาหารทั้งพืชผักจากป่า ธรรมชาติ ปลาจากลำน้ำและแมลงต่างๆ อาหารพื้นบ้านอีสานส่วนมากจะมีรสเผ็ด เค็ม เปรี้ยว ส่วนใหญ่รับประทานข้าวเหนียวกับอาหารพื้นบ้านที่มีรสจัดและน้ำน้อย เช่น ล้มตำ ลาบก้อย ซุปหน่อไม้



ภาคใต้

อาหารพื้นบ้านของชาวภาคใต้ มีรสชาติโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากภูมิศาสตร์ของภาคใต้อยู่ติดกับทะเลทั้งสองด้าน และด้วยมีอาหารทะเลอุดมสมบูรณ์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง อาหารจึงมีปลา อาหารทะเล เป็นส่วนประกอบ เช่น แกงไตปลา แกงส้ม น้ำบูดู คั่วกลิ้ง ผัดสะตอกุ้งสด



ภาคกลาง

พื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นที่ราบลุ่มมีแม่น้ำหลายสาย ข้าวปลาอาหาร จึงมีความอุดมสมบูรณ์ เกือบตลอดทั้งปี รวมทั้งพืชผักผลไม้หลากหลายชนิด มีทั้งรสเค็ม เปรี้ยว เผ็ด หวาน คลุกเคล้ากันไป ตามแต่ละชนิดของอาหาร นอกจากนี้มักนิยมในการใช้เครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส เช่น เครื่องเทศ และมักจะใช้กะทิเป็นส่วนประกอบของอาหาร เช่น แกงเขียวหวาน ห่อหมก น้ำพริกถั่วเน่า กุ้งทอดผัดพริกแกงแห้ง ไข่ช่อมทอด แกงคั่วสับปะรด



สัญลักษณ์ความอร่อยที่ทั่วโลกยอมรับอย่าง “MICHELIN” ซึ่งแต่ละรางวัลก็มีเกณฑ์การพิจารณาที่แตกต่างกันออกไป แต่จุดมุ่งหมายหลักก็คือการยกย่องร้านอาหารที่มีคุณภาพทั้งในด้านรสชาติ วัตถุดิบ บรรยากาศ และบริการ โดยในปี 2566 ประเทศไทยมีร้านอาหารที่ได้รางวัล MICHELIN Guide แล้วกว่า 441 ร้านและยังมีรางวัลอื่นๆ อีก อาทิ LINE MAN Wongnai Users' Choice เซลล์ชวนชิม และเป็บปัสดาร์

(<https://guide.michelin.com>)

“

Tasteatlas Awards 2024 ประกาศให้ ‘อาหารไทย’ ติดอันดับที่ 17 จาก 100 อันดับอาหารที่ดีที่สุดในโลก และเป็นอันดับ 5 อาหารที่ดีที่สุดในเอเชีย (ที่มา www.tasteatlas.com)

”

tasteatlas



THAI SELECT

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ก็ให้ความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการและเพิ่มศักยภาพธุรกิจบริการ โดยการส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการและบริการร้านอาหารในประเทศสู่ระดับสากล โดยการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้แก่ร้านอาหาร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับร้านอาหาร สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาด เป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น รวมถึงกระตุ้นผู้ประกอบการให้เข้าถึงร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทย



Thai SELECT SIGNATURE

ร้านอาหารไทย ที่ให้บริการอาหารไทยแท้คุณภาพยอดเยี่ยม มีการตกแต่งร้านสวยงามและมีการบริการที่เป็นเลิศ เป็นร้านที่มีความโดดเด่นในภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของอาหารไทย



Thai SELECT CLASSIC

ร้านอาหารไทย ที่ให้บริการอาหารรสชาติตามมาตรฐานของอาหารไทยมีคุณภาพดี มีการตกแต่งร้านและให้บริการที่อยู่ในระดับดี



Thai SELECT UNIQUE

ร้านอาหารที่มีเมนูอันเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น

“

ในระหว่างปี 2561 – 2566 มีร้านอาหารที่ได้มอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT แล้ว จำนวน 496 ร้าน (SIGNATURE 19 ร้าน CLASSIC 446 ร้าน UNIQUE 31 ร้าน) และยังมีกิจกรรมให้ประชาชนทั่วไป และเหล่า influencer ร่วมประชาสัมพันธ์ร้านอาหารเพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและช่วยยกระดับเศรษฐกิจด้วยพลังของอาหารไทย ภายใต้แคมเปญ “เที่ยว ฟิน กิน Thai SELECT” โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จัดงานมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้แก่ร้านอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน Thai SELECT ภายในเดือนตุลาคมนี้ สามารถติดตามรายละเอียดได้ที่ Facebook Fanpage “Thai SELECT Thailand”

”

นอกจาก Thai SELECT ที่สนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหารแล้ว กรมฯ ยังมีการสนับสนุนการขยายสาขาแบบแฟรนไชส์ โดยสนับสนุนทั้งผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจและเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ โดยผลักดันให้มีธุรกิจแฟรนไชส์รายใหม่ ยกกระดับธุรกิจสู่มาตรฐาน การบริหารจัดการธุรกิจ และสร้างโอกาสทางการตลาด สามารถติดตามรายละเอียดได้ที่ <https://franchise.dbd.go.th/th>



สำหรับเจ้าของ ธุรกิจแฟรนไชส์

- สร้างความพร้อมให้ผู้ประกอบการ
- ยกกระดับธุรกิจสู่มาตรฐานการบริหารจัดการ
- สร้างโอกาสทางการตลาดนำเสนอ เจริญทางการค้าทั้งในและต่างประเทศ



สำหรับผู้ที่ต้องการเป็น เจ้าของแฟรนไชส์

- สอนเลือกธุรกิจแฟรนไชส์
- คอร์สฝึกอบรมสำหรับมือใหม่สู่มืออาชีพ

“

ปัจจุบันมี จำนวนแฟรนไชส์ประเภทร้านอาหาร ที่ผ่านการพัฒนาตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ จำนวน 248 ราย นอกจากนี้กรมฯ สนับสนุนแฟรนไชส์สู่สากลแล้วจำนวน 27 ราย ใน 31 ประเทศ ทั่วโลก

ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2567

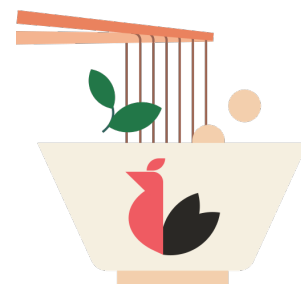
”

สำหรับชาวต่างชาติที่ต้องการประกอบธุรกิจในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 จะประกอบธุรกิจได้ก็ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาต ตามบัญชีท้ายพระราชบัญญัติ บัญชี 3 ธุรกิจที่คนไทยยังไม่มีความพร้อมที่จะแข่งขันในการประกอบกิจการกับคนต่างด้าว คนต่างด้าวจะประกอบธุรกิจได้เมื่อได้รับอนุญาตจากอธิบดีโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว (19) การขายอาหารหรือเครื่องดื่ม

ปัจจุบันมีการอนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบธุรกิจดังกล่าวจำนวน 4 ราย ซึ่งเป็นการให้ขายในพื้นที่ตามที่ระบุเท่านั้น ไม่ได้ขายอาหารเป็นการทั่วไป ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายย่อยของไทย อาทิ ธุรกิจการขายอาหารสแกนดิเนเวียและเครื่องดื่มภายในศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ธุรกิจการขายอาหารและเครื่องดื่มซึ่งนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการอนุญาตในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับธุรกิจการขายอาหารหรือเครื่องดื่ม เช่น ธุรกิจบริการให้ใช้ช่วงสิทธิแฟรนไชส์ เพื่อประกอบธุรกิจการขายอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบริการให้คำปรึกษาแนะนำและบริหารจัดการรวมทั้งฝึกอบรมในด้านการจัดการร้านอาหารและคาเฟ่ภายในร้านจำหน่ายสินค้า เป็นต้น



SWOT Analysis อาหารไทย



Strengths (จุดแข็ง)



เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

อาหารไทยมีภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น และมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ จึงเป็นที่ชื่นชอบทั้งในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุดิบสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ

อาหารไทยหลายชนิดมีสมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบ เช่น ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด ซึ่งช่วยส่งเสริมสุขภาพและเพิ่มคุณค่าให้กับอาหารไทย

ความหลากหลายของอาหารตามภูมิภาค

อาหารไทยมีความหลากหลายตามภูมิภาค ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลากหลายกลุ่ม



Opportunities (โอกาส)

การเติบโตของกระแสสุขภาพ

อาหารไทยที่มีส่วนประกอบจากสมุนไพรและวัตถุดิบธรรมชาติสามารถตอบโจทย์เทรนด์อาหารสุขภาพและ Plant-based ที่กำลังมาแรง

การส่งเสริมจากภาครัฐ

มีการสนับสนุนจากภาครัฐในการผลักดันธุรกิจอาหารไทยผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น Thai SELECT และการส่งเสริมธุรกิจแพรรนโซส์

การเติบโตของตลาดออนไลน์

การสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่และการตลาดออนไลน์ทำให้ร้านอาหารไทยสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นโดยไม่ต้องพึ่งพาทำเล

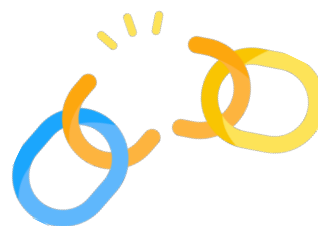
Weaknesses (จุดอ่อน)

การปรุงอาหารที่ต้องใช้ทักษะสูง

อาหารไทยหลายเมนูมีวิธีการทำที่ซับซ้อนและใช้เวลา ทำให้การทำซ้ำหรือนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ยากขึ้น

ความท้าทายในการควบคุมคุณภาพ

รสชาติอาหารไทยมีความละเอียดอ่อนในการปรุง หากไม่ได้มาตรฐานที่ดี อาจทำให้รสชาติแตกต่างกันไปในแต่ละร้านอาหาร



Threats (อุปสรรค)

การแข่งขันสูง

ธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งอาจทำให้ร้านอาหารไทยต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

การเปลี่ยนแปลงของเทรนด์อาหาร

เทรนด์การบริโภคอาหารอาจเปลี่ยนแปลงได้เร็ว ทำให้ร้านอาหารไทยต้องคอยติดตามเทรนด์และปรับตัวให้ทัน





เทรนด์อาหารยุคใหม่ ของคนใส่ใจสุขภาพ

ในยุคที่ทุกคนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น และสื่อโซเชียลมีเดียก็มีส่วนสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลและเทรนด์ใหม่ๆ ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจร้านอาหารจึงต้องปรับตัวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับเทรนด์ เพื่อรักษาฐานลูกค้าและสร้างโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ

เทรนด์อาหารที่น่าสนใจ



อาหาร Plant-based อาหารที่ทำมาจากพืช

ไม่ว่าจะเป็น เนื้อสัตว์จากพืช มีโปรตีนสูง ไขมันต่ำ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นมจากพืช เช่น นมอัลมอนต์ นมอัลมอนต์ นมโอคาโด เป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ไม่แพนมวัวหรือต้องการลดปริมาณคอเลสเตอรอล และอาหารวีแกน มังสวิรัติแบบเข้มงวดที่งดเว้นผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทุกชนิด

อาหาร Low-carb อาหารที่ลดปริมาณคาร์โบไฮเดรต

เช่น ลดปริมาณการกินข้าวขาว เพื่อควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด โดยเน้นโปรตีนและไขมันดี เช่น เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน ปลา โอคาโด ถั่วต่างๆ

อาหาร Gluten-free อาหารที่หลีกเลี่ยงกลูเตน

ซึ่งเป็นโปรตีนชนิดหนึ่งที่พบในข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ซึ่งมีทางเลือกมากมาย ทั้งขนมปัง ขนมเค้ก พาสต้า ที่ทำจากแป้งอื่นๆ เช่น ข้าวเจ้า ข้าวโพด เหมาะสำหรับผู้ที่แพ้กลูเตนหรือมีโรคเซลิแอค

อาหาร Organic

อาหารที่ปลอดสารเคมี ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ เน้นคุณภาพและความปลอดภัย เพื่อไม่ให้มีสารเคมีตกค้างในผัก และยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



Superfood อาหารเสริมที่มีสารอาหารเข้มข้น

เช่น ผักใบเขียวต่างๆ เมล็ดเจีย ช็อคชด โกจิเบอร์รี่ ซึ่งอุดมไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระต่างๆในปริมาณที่มาก มักอยู่ในรูปแบบผง นิยมนำไปรับประทานผสมกับอาหารหลัก หรือใส่ในเมนูต่างๆ นิยมใช้ควบคู่กันไป เพื่อให้ได้สารอาหารที่ครบถ้วน

กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ “ธุรกิจร้านอาหาร”

นิยามตามการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล (TSIC)

อ้างอิงตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552
ของกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน

ประเภทธุรกิจ : 56101 การบริการด้านอาหารใน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

คำอธิบายธุรกิจ: การบริการจัดอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงไอศกรีมและเค้ก จัดเตรียมไว้พร้อมบริโภคมื้อหรือไม่มีที่นั่งก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นบริการแบบให้นั่งโต๊ะหรือแบบบริการตนเองจากชั้นวางอาหาร ไม่ว่าจะเป็นรับประทานอาหารภายในร้านนำกลับบ้าน หรือสั่งให้จัดส่งที่บ้านเช่นร้านอาหาร ภัตตาคาร คาเฟ่ แคนเตอ์ หรือบูธร้านอาหารแบบบริการตนเอง ร้านอาหารจานด่วน ร้านอาหาร/ภัตตาคาร คาเฟ่ แคนเตอ์ หรือบูธในยานพาหนะ เช่น รถไฟ เรือหรือเครื่องบินที่ดำเนินการโดยหน่วยงานอื่นร้านอาหารที่ให้บริการจัดส่ง



ประเภทธุรกิจ : 56102 การบริการด้านอาหาร บนแผงลอยและตลาด

คำอธิบายธุรกิจ: การบริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงไอศกรีมและเค้ก พร้อมบริโภคบนแผงลอยและตลาด ไม่ว่าจะเป็นมีหรือไม่มีความบันเทิง มีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่ง



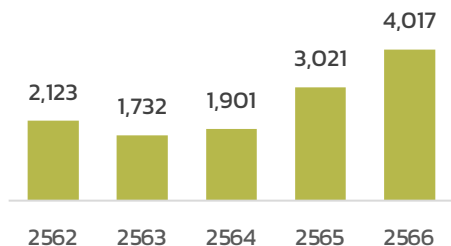
ประเภทธุรกิจ : 56103 การบริการด้านอาหาร โดยร้านอาหารแบบ เคลื่อนที่

คำอธิบายธุรกิจ: การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ไอศกรีมและเค้ก พร้อมบริโภคโดยร้านอาหารแบบเคลื่อนที่ เช่น เร่ขายโดยการเดิน รถยนต์หรือรถเข็นเป็นพาหนะ

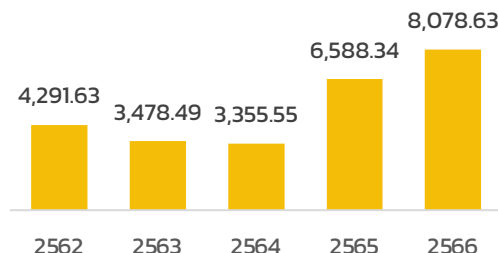
การจัดตั้งธุรกิจ ปี 2562 – 2566

ข้อมูลการจดทะเบียนธุรกิจ ข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจย้อนหลัง

จำนวนการจัดตั้งธุรกิจ (ราย)



มูลค่าทุน (ล้านบาท)



“

การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ 2,559 ราย/ปี โดยในปี 2563 – 2564 เป็นช่วงที่มีการระบาดของ Covid – 19 จึงทำให้การจัดตั้งธุรกิจลดลง ซึ่งลดลงจากค่าเฉลี่ยเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ ปี 2565 สถานการณ์ Covid – 19 เริ่มคลี่คลาย จึงมีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มเติบโตขึ้น โดยในปี 2566 จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ จำนวน 4,017 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน 996 ราย คิดเป็น 32.97% และมีมูลค่าทุนจดทะเบียน จำนวน 8,078.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน 1,490.29 ล้านบาท คิดเป็น 22.62% และค่าโดยเฉลี่ย 1 ประเภทนิติบุคคลมีมูลค่าทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท

”

ข้อมูลจัดตั้งธุรกิจ ปี 2567 (ม.ค. – ส.ค.)

จำนวนจัดตั้งใหม่

2,847 ราย

มูลค่าทุน

5,826.03

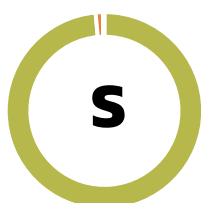
ล้านบาท

ประเภทนิติบุคคล

ประเภทนิติบุคคล	จำนวน (ราย)	มูลค่าทุน (ล้านบาท)
บริษัทจำกัด	2,575	5,238.03
หสน./หจก.	271	283.50
บริษัทมหาชนจำกัด	1	304.50

การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ ในปี 2567 (ม.ค. – ส.ค.) จำนวน 2,847 ราย ลดลงจากปี 2566 จำนวน 60 ราย คิดเป็น 2.06 % (YoY) มูลค่าทุนจดทะเบียน 5,826.03 ล้านบาท ลดลงจากปี 2566 จำนวน 94.72 ล้านบาท คิดเป็น 1.60 % (YoY)

ขนาดธุรกิจ



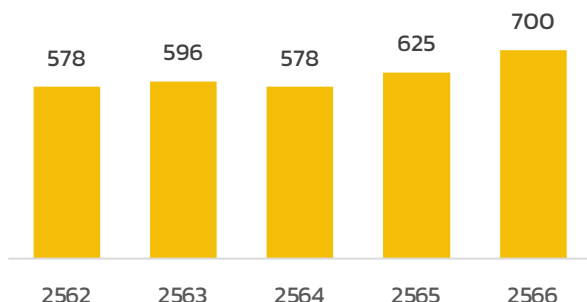
99.89%

จำนวน 2,844 ราย

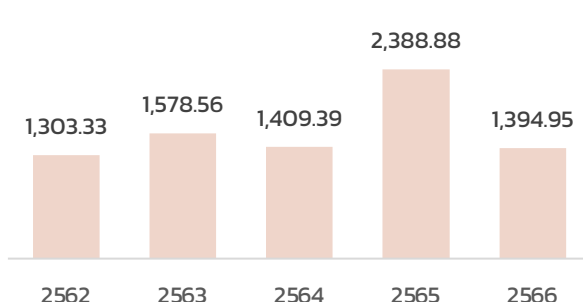
โดยธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) จำนวน 2,844 ราย คิดเป็น 99.89% ธุรกิจขนาดกลาง (M) จำนวน 2 ราย คิดเป็น 0.07% และธุรกิจขนาดใหญ่ (L) จำนวน 1 ราย คิดเป็น 0.04% หากแบ่งตามประเภทนิติบุคคล พบว่า มีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลประเภท บริษัทจำกัด จำนวน 2,575 ราย คิดเป็น 90.45% มูลค่าทุนจดทะเบียน 5,238.03 ล้านบาท ประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 271 ราย คิดเป็น 9.52% มูลค่าทุนจดทะเบียน 283.50 ล้านบาท และประเภทบริษัทมหาชนจำกัด จำนวน 1 ราย คิดเป็น 0.03% มูลค่าทุนจดทะเบียน 304.50 ล้านบาท

การเลือกประกอบธุรกิจ ปี 2562 – 2566

จำนวนการเลือกประกอบธุรกิจ (ราย)



มูลค่าทุน (ล้านบาท)



“

การเลือกประกอบธุรกิจ ในปี 2567 (ม.ค. – ส.ค.) จำนวน 338 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2566 จำนวน 40 ราย คิดเป็น 13.42 % (YoY) มูลค่าทุนจดทะเบียน 774.76 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2566 จำนวน 255.41 ล้านบาท คิดเป็น 49.18 % (YoY)

”

จำนวนนิติบุคคลเลือก
ประกอบธุรกิจ

338 ราย
มูลค่าทุน
774.76 ล้านบาท

ขนาดธุรกิจ



100%
จำนวน 338 ราย

การเลือกประกอบธุรกิจ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ 615 ราย/ปี โดยในปี 2566 มีการเลือกประกอบธุรกิจ จำนวน 700 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน 75 ราย คิดเป็น 12.00% ซึ่งสูงที่สุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

และมูลค่าทุนจดทะเบียน ในปี 2565 มีมูลค่าทุนเลือกประกอบกิจการสูงที่สุด ถึง 2,388.88 ล้านบาท ซึ่งสูงที่สุดในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา

ข้อมูลเลือกธุรกิจ ปี 2567 (ม.ค. – ส.ค.)

ประเภทนิติบุคคล

ประเภทนิติบุคคล	จำนวน (ราย)	มูลค่าทุน (ล้านบาท)
บริษัทจำกัด	280	705.30
หสน./หจก.	58	69.46
บริษัทมหาชนจำกัด	0	0.00

โดยการเลือกประกอบธุรกิจ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) ทั้งหมด หากแบ่งตามประเภทนิติบุคคล พบว่ากว่า 82.84% เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 280 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียน 705.30 ล้านบาท และประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด 17.16% จำนวน 58 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียน 69.46 ล้านบาท

จำนวนนิติบุคคล
44,508 ราย

ข้อมูลนิติบุคคลดำเนินการอยู่ ณ 31 สิงหาคม 2567

มูลค่าทุน
220,916.70
ล้านบาท

ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2567
มีนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่
จำนวน 44,508 ราย มูลค่าทุน
จดทะเบียน 220,916.70 ล้านบาท



S **98.58%**
จำนวน 43,874 ราย

M **1.17%**
จำนวน 521 ราย

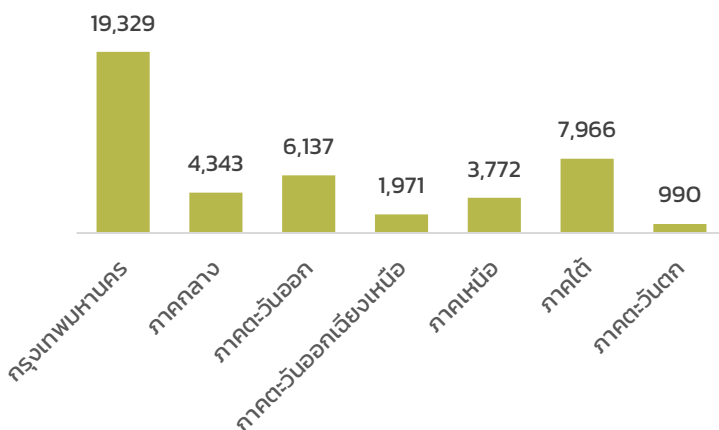
L **0.25%**
จำนวน 113 ราย

ประเภทนิติบุคคล

บริษัทจำกัด
82.06%
จำนวน 36,522 ราย
มูลค่าทุน 192,736.44 ล้านบาท

หจก./หสน.
17.92%
จำนวน 7,977 ราย
มูลค่าทุน 20,921.97 ล้านบาท

ที่ตั้งนิติบุคคล



บริษัทมหาชนจำกัด
0.02%

จำนวน 9 ราย
มูลค่าทุน 7,258.29 ล้านบาท

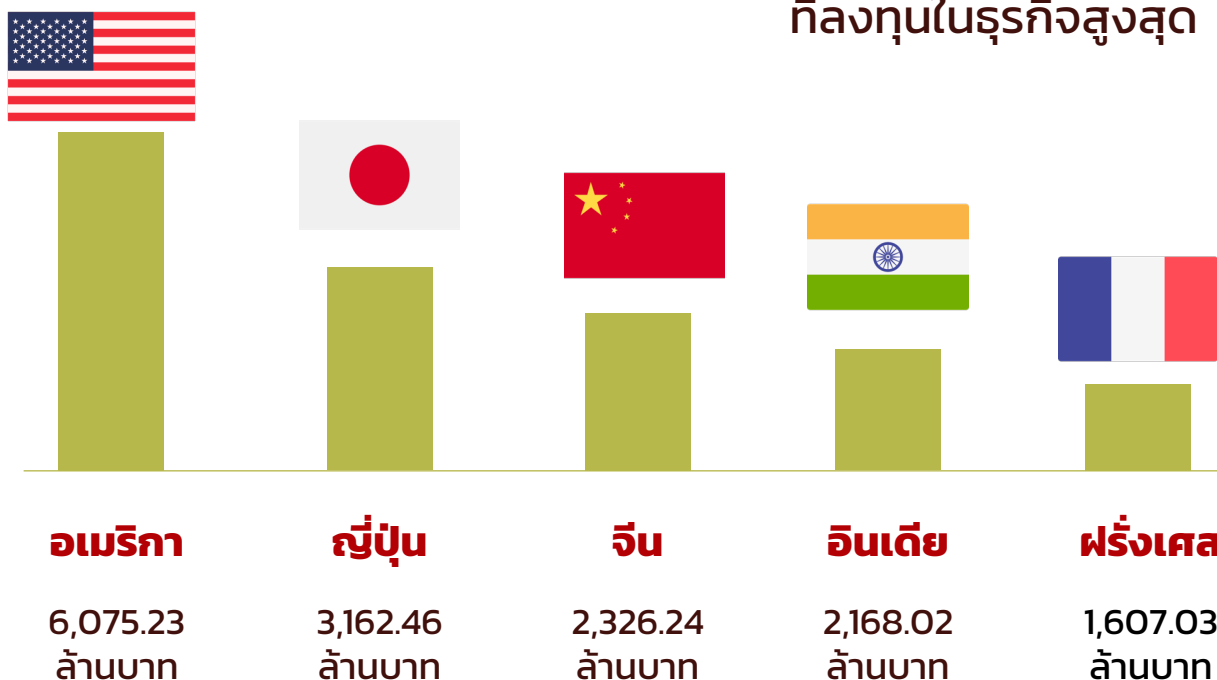
เมื่อแยกตามที่ตั้งนิติบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 19,329 ราย คิดเป็น 43.43% (3 อันดับแรก ตั้งอยู่เขตวัฒนา เขตบางรักและเขตคลองเตย) รองลงมาตั้งอยู่ภาคใต้ จำนวน 7,966 ราย คิดเป็น 17.90% (3 อันดับแรก ตั้งอยู่ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และกระบี่) และภาคตะวันออก จำนวน 6,137 ราย คิดเป็น 13.79% (3 อันดับแรก ตั้งอยู่ชลบุรี ระยอง และตราด) ตามลำดับ

การลงทุนต่างชาติ ในนิติบุคคลไทย

มูลค่าทุนการลงทุนต่างชาติ

29,071.35 ล้านบาท

5 อันดับแรก ของสัญญา
ที่ลงทุนในธุรกิจสูงสุด



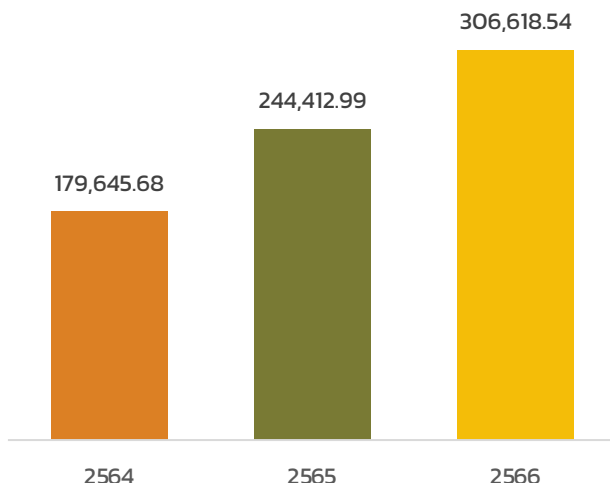
“

มูลค่าการลงทุนของต่างชาติที่ลงทุนในนิติบุคคลไทย จำนวน 29,071.35 ล้านบาท โดยต่างชาติที่มาลงทุนมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อเมริกา มูลค่าการลงทุน 6,075.23 ล้านบาท คิดเป็น 20.90% รองลงมาคือ ญี่ปุ่น มูลค่าการลงทุน 3,162.46 ล้านบาท คิดเป็น 10.88% จีน มูลค่าการลงทุน 2,326.24 ล้านบาท คิดเป็น 8.00% อินเดีย มูลค่าการลงทุน 2,168.02 ล้านบาท คิดเป็น 7.46% และฝรั่งเศส มูลค่าการลงทุน 1,607.03 ล้านบาท คิดเป็น 5.53% ตามลำดับ

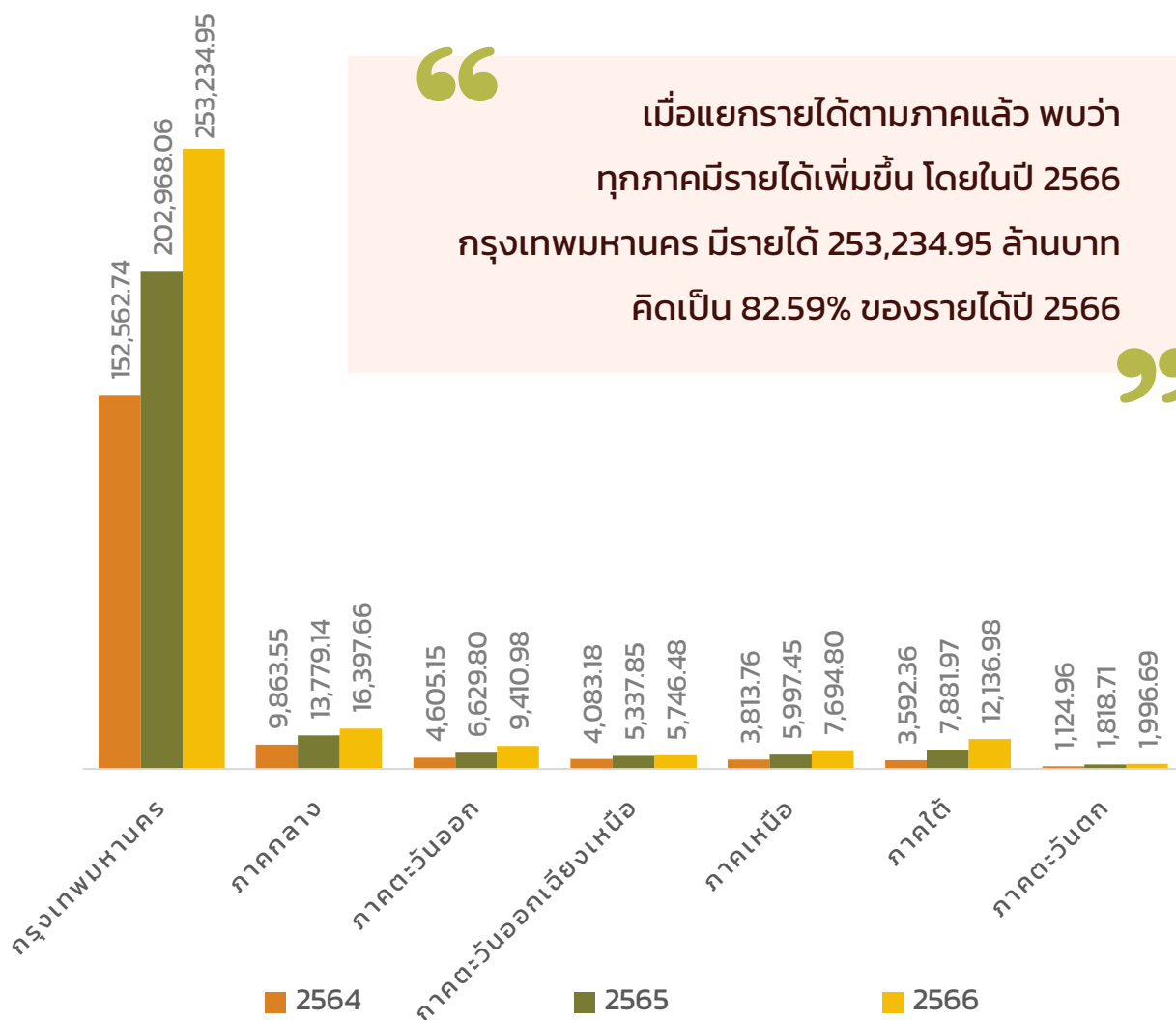
”

ผลประกอบการ ด้านรายได้ (ข้อมูล ณ 31 สิงหาคม 2567)

ภาพรวมของผลประกอบการในธุรกิจ
ร้านอาหาร 3 ปีย้อนหลัง พบว่า ปี 2564
มีรายได้ 179,645.68 ล้านบาท ปี 2565
มีรายได้ 244,412.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น
64,767.31 ล้านบาท คิดเป็น 36.05%
และ ปี 2566 มีรายได้ 306,618.54 ล้าน
บาท เพิ่มขึ้น 62,205.55 ล้านบาท คิดเป็น
25.45% ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วสามารถทำ
รายได้เพิ่มขึ้น ปีละ 63,000 ล้านบาท
และมีแนวโน้มเติบโตขึ้น



รายได้ (ล้านบาท)



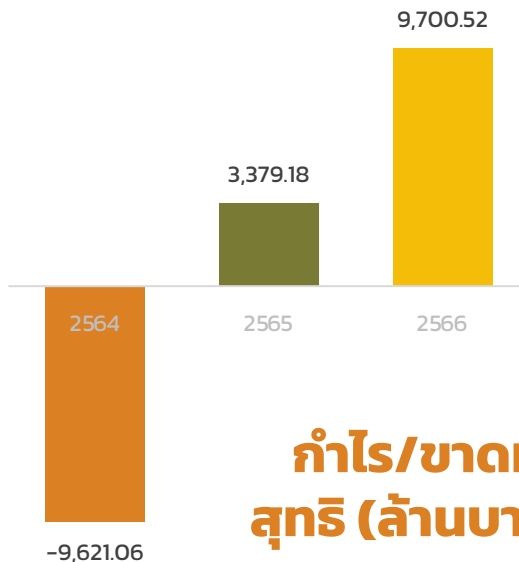
“

เมื่อแยกรายได้ตามภาคแล้ว พบว่า
ทุกภาคมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยในปี 2566
กรุงเทพมหานคร มีรายได้ 253,234.95 ล้านบาท
คิดเป็น 82.59% ของรายได้ปี 2566

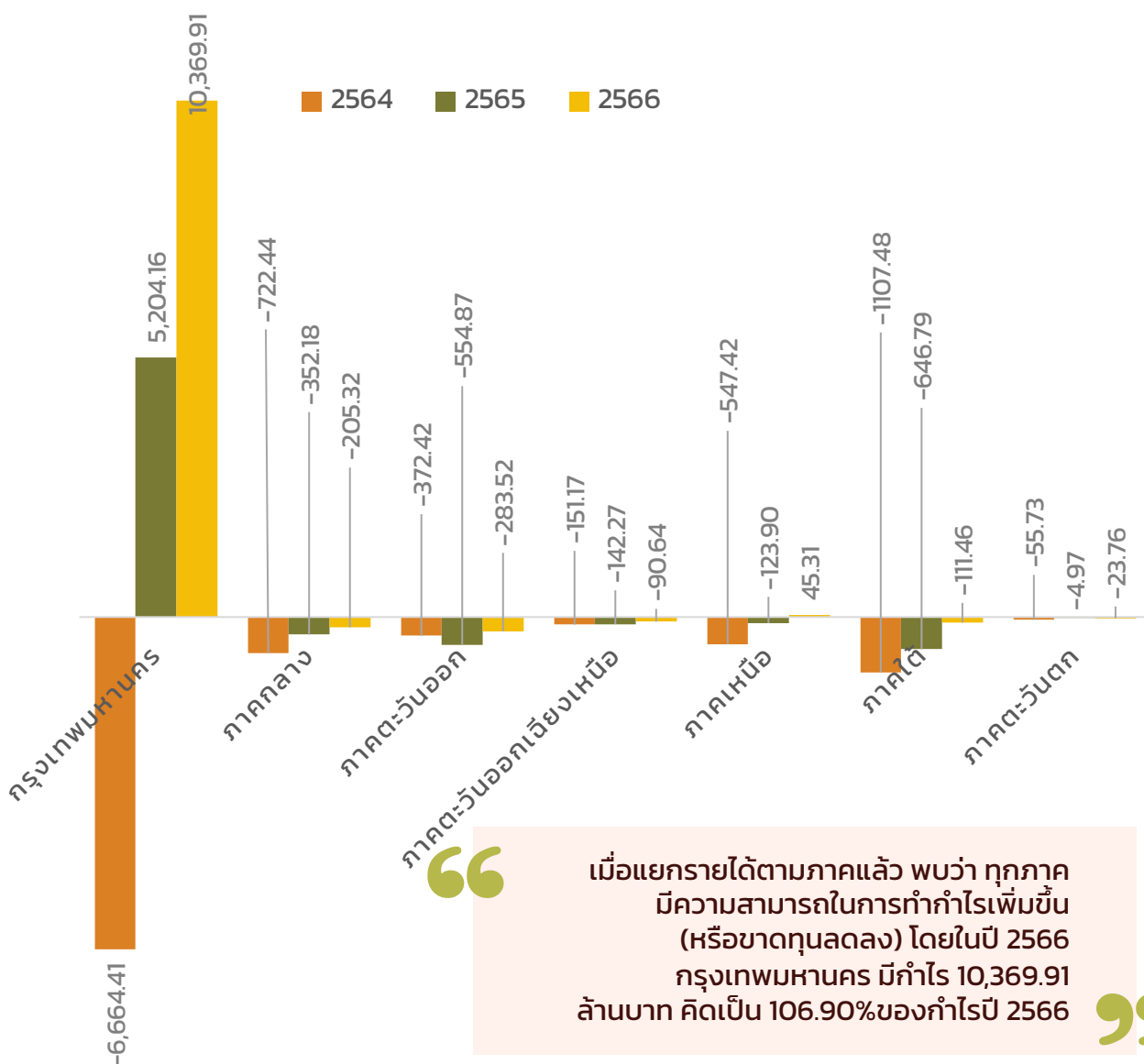
”

ผลประกอบการ ด้านกำไรขาดทุน (ข้อมูล ณ 31 สิงหาคม 2567)

ผลประกอบการ กำไร/ขาดทุนสุทธิ
ในธุรกิจร้านอาหาร 3 ปีย้อนหลัง พบว่า
ปี 2564 ขาดทุน 9,621.06 ล้านบาท
ปี 2565 มีกำไร 3,379.18 ล้านบาท
เพิ่มขึ้น 13,000.25 ล้านบาท คิดเป็น
135.12% และ ปี 2566 มีกำไร 9,700.52
ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6,321.33 ล้านบาท
คิดเป็น 187.07% ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้น
อย่างต่อเนื่อง



กำไร/ขาดทุน สุทธิ (ล้านบาท)



“

เมื่อแยกรายได้ตามภาคแล้ว พบว่า ทุกภาค
มีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น
(หรือขาดทุนลดลง) โดยในปี 2566
กรุงเทพมหานคร มีกำไร 10,369.91
ล้านบาท คิดเป็น 106.90% ของกำไรปี 2566

”



การปรับตัวของ ร้านอาหารในยุคปัจจุบัน

ในโลกแห่งเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคมีความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงตามเทรนด์ ดังนั้น ร้านอาหารจึงต้องปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อกระแสและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยมีปัจจัยสำคัญที่ร้านอาหารควรปรับตัว ได้แก่



ด้านเทคโนโลยี

นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจ เช่น การวางระบบร้าน , ระบบการสั่งอาหารออนไลน์, การชำระเงินแบบไร้เงินสด, เพื่อเป็นการลดต้นทุนด้านพนักงานและมีความแม่นยำมากขึ้น รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดียในการทำตลาด เช่น ใช้อินฟลูเอนเซอร์ในการรีวิวอาหาร เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด เพราะผู้บริโภคมักจะตามเทรนด์ กินตามคนดัง และไม่ว่าร้านจะตั้งอยู่ที่ไหนผู้บริโภคก็ตามไปได้ โดยไม่เน้นทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร และการเก็บข้อมูล data ก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน เพื่อนำไปวิเคราะห์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ด้านการผลิตภัณฑ์

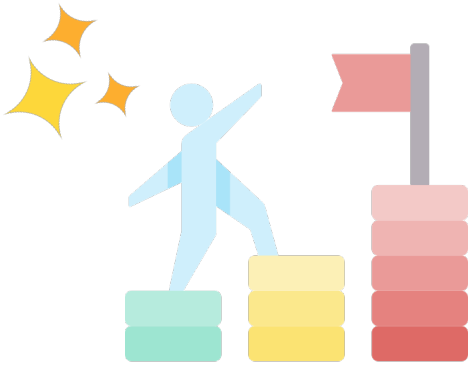
เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สดใหม่ ปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นผักออแกนิก เพื่อสร้างความโดดเด่นให้แก่ร้าน รวมถึงการสร้างสรรค์เมนูใหม่ให้เข้ากับเทรนด์ เช่น เมนูสุขภาพ, เมนูสำหรับผู้ทานมังสวิรัต, เมนูฟิวชั่น เพื่อให้เข้ากับคนทุกกลุ่มทุกวัย

ด้านสถานที่และการบริการ

สร้างบรรยากาศร้านที่น่าสนใจและแตกต่าง เป็นที่น่าจดจำ เพื่อดึงดูดลูกค้า รวมถึงการบริการที่ใส่ใจและรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก โดยสถานที่สวยเพื่อเป็นที่ถ่ายรูปและโพสต์ลงโซเชียลมีเดียก็เป็นการประชาสัมพันธ์ร้านไปในตัว

ปัจจัยทั้ง 3 ข้อ ล้วนมีความสำคัญกับธุรกิจร้านอาหาร ไม่ว่าจะเป็นขาดข้อใดไปก็ไมอาจทำให้ธุรกิจร้านอาหารแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้กัน นั่นก็คือ **"การสร้างแบรนด์"** สร้าง character ให้กับร้านอาหาร ให้เป็นที่น่าจดจำ และมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าตั้งแต่ก้าวแรก และหวังว่าลูกค้าจะกลับมาใช้บริการที่ร้านอีก หากร้านอาหารไม่มีการปรับตัว ก็ยากที่จะอยู่รอดและเติบโตได้ในระยะยาวอย่างสถานการณ์ Covid-19 ที่ผ่านมา รัฐบาลประกาศปิดร้านอาหารทั้งหมด เพื่อไม่ให้เกิดการแพร่ระบาด จึงทำให้ร้านอาหารปรับตัวเข้ามาขายในแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ หรือบางร้านที่ไม่มีหน้าร้านก็สามารถขายในแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ได้เช่นกัน นั่นจึงเป็นการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารในช่วงที่ผ่านมา รวมถึงการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับยุคสมัยจึงจะแข่งขันได้อย่างยั่งยืน





ก้าวต่อไปของ ธุรกิจร้านอาหาร

ปัจจุบันร้านอาหารมีการแข่งขันสูง มีทั้งร้านอาหารที่ปิดตัวลง และร้านอาหารที่เปิดใหม่ต่าง ๆ มากมาย มีทั้งร้านเล็ก ร้านใหญ่ แต่สำหรับร้านอาหารไทยซึ่งเป็นที่รู้จักและชื่นชอบไปทั่วโลก ด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และวัตถุดิบที่หลากหลาย ผสมผสานด้วยสมุนไพร ทำให้มีโอกาสเติบโต โดยเฉพาะในยุคนี้ที่ผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับอาหารสุขภาพและอาหารที่มีเรื่องราวมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสของธุรกิจร้านอาหาร ในการเพิ่มมูลค่า สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า

“

ไม่ว่าจะเป็น **เทรนด์การทานอาหารพรีเมียม** แบบ Fine Dining หรือ Chef's Table ที่เน้นทั้งวัตถุดิบคุณภาพสูง ผ่านการรังสรรค์เมนูจากเชฟมากฝีมือ ยังมีการบริการและบรรยากาศที่ดี ทั้งการตกแต่งภาชนะที่หรูหรา ความพิถีพิถันใส่ใจ และยังมีการเล่าเรื่องราววัตถุดิบ แรงบันดาลใจจากเชฟ นำองค์ประกอบทุกอย่างมาผสมผสานเพื่อเสิร์ฟให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ครองใจลูกค้าที่ยอมจ่ายในราคาที่สูง

”

ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกอย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยีที่ทันสมัย การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการ **ใช้โซเชียลมีเดียโปรโมตร้านอาหาร** ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ในวงกว้างมากขึ้นด้วยต้นทุนที่ถูกลง และ **การสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง** ไม่ว่าจะเป็นการสร้างบรรยากาศร้านอาหารที่น่าสนใจและแตกต่าง จะช่วยดึงดูดลูกค้า รวมถึงการให้บริการที่ประทับใจ ยังสามารถสร้างการบอกต่อได้อีกด้วย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ นับว่าเป็นโอกาสของธุรกิจร้านอาหารที่จะสามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน และสิ่งที่ร้านอาหารควรระวัง นั่นก็คือ **การควบคุมต้นทุนและการบริหารจัดการร้าน** รวมถึงการไม่ปรับปรุงพัฒนาสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ร้านอาหารปิดตัวลง





บทสรุป

สถานะของอาหารไทยในปัจจุบัน

ปัจจุบันอาหารไทยได้รับการยอมรับระดับโลกในฐานะอาหารที่มีรสชาติและคุณค่า โดยติดอันดับอาหารที่ดีที่สุดในโลกจากการจัดอันดับต่าง ๆ เช่น TasteAtlas Awards และ Michelin Guide ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของอาหารไทยในตลาดสากล นอกจากนี้ ความหลากหลายของวัตถุดิบที่ใช้ในอาหารไทยยังเป็นที่สนใจและสำคัญ โดยเฉพาะสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา ทำให้อาหารไทยถูกยกย่องว่าเป็น “อาหารเพื่อสุขภาพ” ที่ให้ประโยชน์ทั้งด้านรสชาติและสุขภาพ

การพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทย

กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้มีการสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารไทยผ่านโครงการ **Thai SELECT** ที่มอบตราสัญลักษณ์ให้แก่ร้านอาหารที่มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและโอกาสในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ ร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์นี้ต้องมีคุณภาพทั้งในด้านรสชาติ วัตถุดิบ การบริการ และบรรยากาศ ซึ่งเป็นการยกระดับมาตรฐานให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ในขณะเดียวกัน ธุรกิจร้านอาหารไทยต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน **เทรนด์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ** เช่น อาหาร Plant-based, Low-carb, Gluten-free, และ Organic กำลังมาแรง ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยจึงต้องสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าหลากหลาย และใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้ระบบการสั่งอาหารออนไลน์ และการชำระเงินแบบไร้เงินสด เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า

ในมุมมองกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เห็นว่าธุรกิจร้านอาหารยังคงมีช่องว่างให้กับผู้ประกอบการอีกมากมาย จากสถิติข้อมูลย้อนหลัง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2562 – 2566) มีจำนวนการจัดตั้งธุรกิจเฉลี่ยอยู่ที่ 2,559 ราย/ปี และมูลค่าทุนจดทะเบียนเฉลี่ยอยู่ 2 ล้านบาท/ราย แม้ว่าในช่วงสถานการณ์ **Covid – 19** การจัดตั้งธุรกิจตั้งธุรกิจและมูลค่าทุนจดทะเบียนจะลดลง เมื่อสถานการณ์คลี่คลาย ยอดการจัดตั้งธุรกิจก็เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

ปัจจุบันมี **นิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่** ในธุรกิจร้านอาหารจำนวน 44,508 ราย มูลค่าทุน 220,916.70 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลประเภท บริษัทจำกัด 82.06% และกว่า 98.58% เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) โดยสัดส่วนการลงทุนของชาวต่างชาติ เป็นสัญชาติอเมริกา มากที่สุด ถึง 20.90% ของมูลค่าการลงทุนของชาวต่างชาติในธุรกิจร้านอาหาร ผลประกอบการของธุรกิจย้อนหลัง 3 ปี ในปี 2566 มีรายได้ถึง 306,618.54 ล้านบาท กำไร 9,700.52 ล้านบาท คิดเป็น 3.16% ของรายได้ นับว่าเป็นสัดส่วนที่ดีของกำไรในธุรกิจร้านอาหาร ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่มีสัดส่วนรายได้และกำไรมากที่สุด ซึ่งรายได้เฉลี่ยแล้วจะเติบโตเพิ่มขึ้นปีละ 63,000 ล้านบาท

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า คาดการณ์ว่า ธุรกิจร้านอาหารจะมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มสูงขึ้น สามารถเติบโตได้ทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากอาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นเฉพาะตัว จึงยากที่จะเลียนแบบ ทั้งนี้ กรมฯ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SME ให้แข่งขันและเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทั้งโครงการฝึกอบรม และส่งเสริมการตลาด สามารถติดตามได้ที่ www.dbd.go.th

