



บทวิเคราะห์ธุรกิจ

Business Analysis Report

ธุรกิจน่าจับตามอง

ปี 2563



Department of Business Development
Ministry of Commerce



ธุรกิจขายเครื่องสำอาง

บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือน กุมภาพันธ์ 2563

▶ ธุรกิจขายเครื่องสำอางถือเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเป็นผลจากกระแสการดูแลสุขภาพ การดูแลตนเอง เพื่อเป็นการเสริมภาพลักษณ์และสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง อีกทั้งมีปัจจัยเรื่องการขายออนไลน์ การเป็นตัวแทนขาย มาช่วยสนับสนุนยอดขายทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในธุรกิจมากขึ้น

▶ ในปี 2561 รายได้จากธุรกิจขายเครื่องสำอาง มีมูลค่าสูงถึง 132,975 ล้านบาท เติบโตกว่าปีที่ผ่านมาถึง 11% โดยรายได้ส่วนใหญ่เกิดจากนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) 50% และนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) ถึง 40% สะท้อนโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก (S) ที่มีความคล่องตัวสูง

▶ การจัดตั้งธุรกิจขายเครื่องสำอาง ในปี 2562 มีจำนวน 1,484 ราย เพิ่มขึ้น 2% จากปีที่ผ่านมา (ปี 2561) โดยในเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2563 มีจำนวนการจัดตั้งใกล้เคียงกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ที่กรุงเทพมหานครถึง 50% ซึ่งเป็นเมืองใหญ่ระบบการขนส่งดีสามารถกระจายสินค้าไปได้ทั่วประเทศ

การจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล

46443 การขายส่งเครื่องสำอาง

47723 ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง

*จัดประเภทธุรกิจ ตามหลักการจัดการมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552 กระทรวงแรงงาน

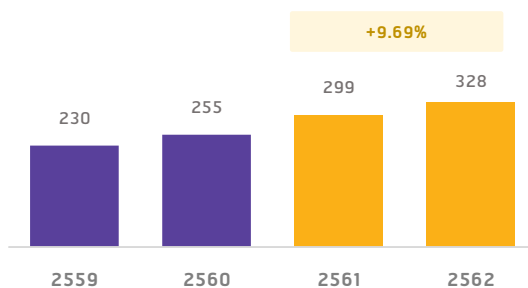


ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันคนให้ความสนใจดูแลตนเองและความสวยงามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง เพศชาย ทุกช่วงวัย โดยเฉพาะในวัย รุ่น ซึ่งเป็นวัยที่ดูแลตัวเองสนใจเรื่องภาพลักษณ์พบว่า มีแนวโน้มการใช้เครื่องสำอางเพิ่มขึ้นแม้แต่ในเพศชายที่เริ่มหันมาสนใจดูแลตัวเอง จะเห็นได้จากกลุ่มเครื่องสำอางที่ออกแบบมาเพื่อผู้ชายเพิ่มขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ For Men โดยเมื่อพิจารณาสถิติจำนวนโรงงานผลิตเครื่องสำอางในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (ปี 2559-2562) มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 มีจำนวนโรงงานผลิตเครื่องสำอางถึง 328 โรงงาน มีการขยายตัวอยู่ที่ 9.69% เป็นเครื่องยืนยันความต้องการเครื่องสำอางที่มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

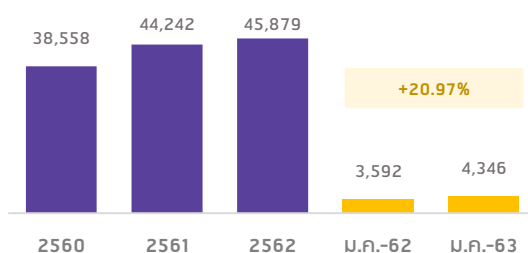
ด้วยกระแสการดูแลสุขภาพลักษณะและการใส่ใจบุคลิกภาพที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง เช่น การผลิตเครื่องสำอาง การขายส่ง-ขายปลีกเครื่องสำอางสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเครื่องสำอางเป็นเสมือนของใช้ในชีวิตประจำวันซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมมาก คือ กลุ่มที่ช่วยให้ผิวขาวและกลุ่มลดริ้วรอย ทำให้สินค้ากลุ่มเครื่องสำอางเป็นที่ต้องการไม่ว่าสภาวะเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร และด้วยเป็นสินค้าที่มีวันหมดอายุเมื่อเปิดใช้ ทำให้ต้องมีการซื้อใช้ซ้ำต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2560-2562) ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยในปี 2563 (ม.ค.) มีมูลค่า 4,346 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาคิดเป็น 20.97% จึงเป็นเครื่องยืนยันให้เห็นว่าธุรกิจขายเครื่องสำอางยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

กราฟที่ 1 จำนวนโรงงานทำเครื่องสำอางหรือสิ่งปรุงแต่งร่างกาย (โรงงาน)



ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม

กราฟที่ 2 มูลค่านำเข้าเครื่องสำอาง (ล้านบาท)



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

การเติบโตของธุรกิจ

การจัดตั้งธุรกิจขายเครื่องสำอาง ในปี 2563 มีจำนวน 235 ราย รวมทุนจดทะเบียน 288 ล้านบาท

จากข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจตั้งแต่ปี 2560 - 2562 พบว่าแนวโน้มมีอัตราสูงขึ้นทุกปี โดยในปี 2563 มีอัตราการลดลงจากปี 2562 คิดเป็น 26.79% แต่ยังคงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการจัดตั้งปี 2562 ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 124 ราย

ตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยยังเป็นตลาดที่มีการเติบโตไม่ว่าสถานการณ์ใด ผู้บริโภคยังคงต้องการสินค้าประเภทนี้เพราะช่วยเสริมความมั่นใจและภาพลักษณ์ให้กับตนเอง โดยรูปแบบของการขายเปลี่ยนจากการขายหน้าร้าน ไปสู่การขายแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพราะเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารงานยังต่ำกว่าการขายแบบมีหน้าร้าน ส่งผลให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จำนวนธุรกิจและมูลค่าทุน ณ 29 กุมภาพันธ์ 2563

ธุรกิจขายเครื่องสำอาง ที่ดำเนินกิจการอยู่ จำนวน 7,972 ราย คิดเป็น 1.05% ของธุรกิจทั้งหมดที่ดำเนินการอยู่ทั้งสิ้น และมีมูลค่าทุน 25,279.99 ล้านบาท คิดเป็น 0.14% ของธุรกิจทั้งหมดที่ดำเนินการอยู่ของประเทศไทย

ธุรกิจส่วนใหญ่ดำเนินกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัด ซึ่งมีจำนวน 6,762 ราย คิดเป็น 84.82% มูลค่าทุน 23,218.58 ล้านบาท และเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) ที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็น 79.94% และไม่เกิน 5 ล้านบาท คิดเป็น 19.23%

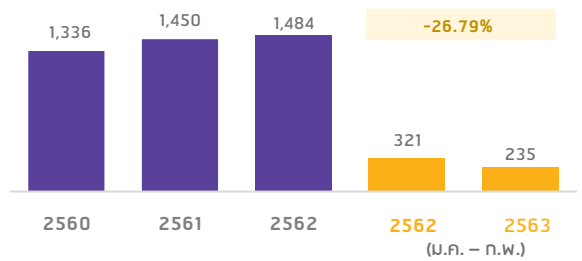
การเพิ่มทุนของธุรกิจมีอัตราการลดลง โดยในปี 2563 (ม.ค.-ก.พ.) ลดลง 22.38% ของช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน

การกระจายตัวของธุรกิจ

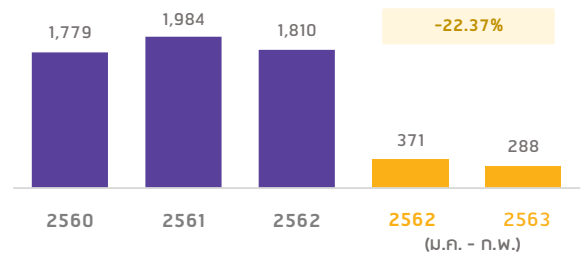
ธุรกิจขายเครื่องสำอาง ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 3,944 ราย คิดเป็น 49.47% และมีทุนจดทะเบียนรวม 17,897.80 ล้านบาท

รองลงมาได้แก่ภาคกลาง 3,944 ราย คิดเป็น 21.70% จะเห็นได้ว่าธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวเป็นจำนวนมาก เพราะมีระบบขนส่งที่รวดเร็ว และหลากหลาย ทำให้ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งสามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งแนวโน้มของธุรกิจนี้จะกระจายตัวไปยังส่วนภูมิภาค และเปลี่ยนทิศทางการขายแบบออนไลน์แทนการขายแบบมีหน้าร้านมากขึ้นในอนาคต เพื่อรองรับไลฟ์สไตล์ ของผู้บริโภคในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

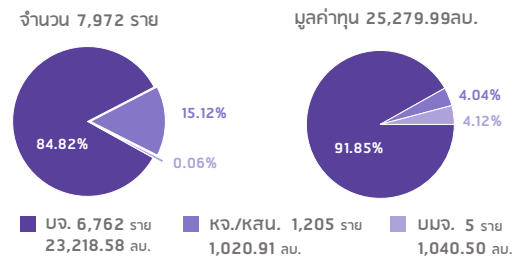
กราฟที่ 3 จำนวนธุรกิจตั้งใหม่ (ราย)



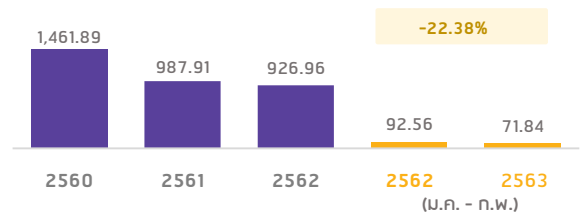
กราฟที่ 4 จำนวนทุนจดทะเบียนตั้งใหม่ (ล้านบาท)



กราฟที่ 5 ธุรกิจดำเนินกิจการอยู่



กราฟที่ 6 การเพิ่มทุนของธุรกิจ (ล้านบาท)



ตารางที่ 1 นิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่แบ่งตามภาค

ที่ตั้งของนิติบุคคล *	จำนวน		ทุน	
	ราย	%	ล้านบาท	%
กรุงเทพมหานคร	3,944	49.47	17,897.80	70.80
กลาง	1,730	21.70	3,308.09	13.09
ตะวันออก	445	5.58	746.02	2.95
ตะวันออกเฉียงเหนือ	631	7.92	785.80	3.11
เหนือ	673	8.44	1,702.22	6.73
ใต้	390	4.89	614.26	2.43
ตะวันตก	159	1.99	225.80	0.89
รวม	7,972		25,279.99	

การลงทุนของต่างชาติในนิติบุคคลไทย

การลงทุนของต่างชาติในนิติบุคคลไทยในปีประกอบกิจการขายเครื่องสำอาง ในปี 2563 (ก.พ.) มีจำนวน 5,543.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน คิดเป็น 11.35%

ต่างชาติที่ลงทุนในนิติบุคคลไทยส่วนใหญ่มาจากประเทศในเอเชีย โดยอันดับ 1 ได้แก่สิงคโปร์ 1,220.92 ล้านบาท คิดเป็น 1.60% รองลงมาญี่ปุ่น 1,171.74 ล้านบาท คิดเป็น 0.12% และฮ่องกง 1,171.74 ล้านบาท คิดเป็น 0.05% ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าผู้จำหน่ายเครื่องสำอางปลีกขนาดใหญ่ ที่มีแบรนด์ร้านค้าที่เปิดสาขาทั่วโลก เข้ามาลงทุนในประเทศไทยและขยายสาขาอย่างรวดเร็ว ซึ่งให้เห็นว่าฐานผู้บริโภคในไทยยังคงเป็นตลาดที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง บวกกับไทยมีศักยภาพด้านการขนส่งสินค้าที่หลากหลาย ทำให้ชาวต่างชาตินิยมมาลงทุนในธุรกิจนี้

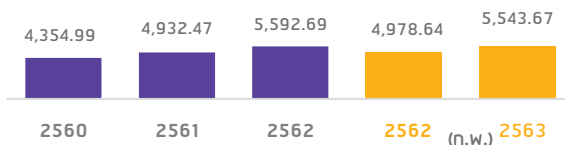
ผลประกอบการกลุ่มธุรกิจ (ปี 2559 - 2561)

รายได้รวมของกลุ่มธุรกิจขายเครื่องสำอางในปี 2559-2561 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย 12% ต่อปี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสัดส่วนรายได้แยกตามขนาดธุรกิจ พบว่าในระหว่างปี 2559-2560 ธุรกิจขนาดใหญ่ (L) มีสัดส่วนรายได้คิดเป็น 50% ขนาดกลาง (M) 10% และขนาดเล็ก (S) 40% ตามลำดับ ในขณะที่ปี 2561 สัดส่วนรายได้เปลี่ยนแปลงเป็น 48% : 5% : 47% สะท้อนโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญสำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่มีความคล่องตัวสูง สามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ยังรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ได้อย่างมั่นคง

เมื่อพิจารณาอัตรากำไร ธุรกิจทุกขนาดมีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสัดส่วนกำไรโดยเฉลี่ยแยกตามขนาดธุรกิจในระหว่างปี 2559-2561 พบว่าธุรกิจขนาดใหญ่ (L) มีสัดส่วนกำไร 80% ขนาดกลาง (M) 3% และขนาดเล็ก (S) 17% ตามลำดับ สะท้อนสภาวะการแข่งขันที่ธุรกิจแบรนด์ร้านขายเครื่องสำอางรายใหญ่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญ จากการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ การได้เปรียบเชิงขนาด (Economy of Scale) ขบประมาณการประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเล็กที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดรวมกันเกือบ 50% กลับมีส่วนแบ่งกำไรเพียง 17% เท่านั้น

ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการขนาดเล็กสามารถปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ได้อย่างเหมาะสม ก็จะสามารถครองใจผู้บริโภคและเพิ่ม Market Share ในตลาดร้านขายเครื่องสำอางในประเทศไทยที่ยังเปิดกว้างอยู่ได้

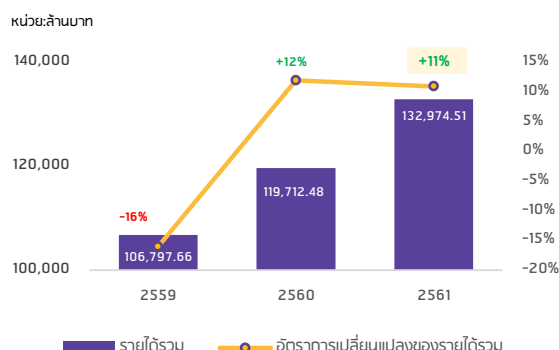
กราฟที่ 7 การลงทุนของต่างชาติในนิติบุคคลไทย (ล้านบาท)



ตารางที่ 2 การลงทุนของต่างชาติในนิติบุคคลไทย

สัญชาติ	มูลค่า (ล้านบาท)	%
ไทย	19,725.30	98.17
สิงคโปร์	1,220.92	1.60
ญี่ปุ่น	1,171.74	0.12
ฮ่องกง	754.10	0.06
สัญชาติอื่นๆ	1,942.96	0.05
รวม	1,224.33	100

กราฟที่ 8 ผลประกอบการ (ปี 2559 - 2561)



ตารางที่ 3 ผลประกอบการแยกขนาดของธุรกิจ

ปีงบการเงิน	2559	2560	2561
รายได้รวม	หน่วย:ล้านบาท		
ขนาดเล็ก (S)	41,643.61	47,687.44	63,123.90
ขนาดกลาง (M)	13,158.68	13,052.39	6,110.24
ขนาดใหญ่ (L)	51,995.37	58,972.65	63,740.37
รวมทุกขนาด	106,797.66	119,712.48	132,974.51
กำไร (ขาดทุน) สุทธิรวม	หน่วย:ล้านบาท		
ขนาดเล็ก (S)	1,368.04	1,300.92	1,527.94
ขนาดกลาง (M)	58.86	216.68	430.41
ขนาดใหญ่ (L)	5,487.57	6,787.45	7,361.96
รวมทุกขนาด	6,914.47	8,305.06	9,320.31

อัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มธุรกิจ

การบริหารจัดการผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ในภาพรวมเติบโตขึ้นสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ โดยสินทรัพย์ของธุรกิจขนาดใหญ่ อาทิเช่น หน้าร้าน ชั้นวาง และสินค้า เครื่องสำอางสามารถสร้างผลตอบแทนในปี 2561 ได้เกือบ 20% สะท้อนศักยภาพและการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพสูง ในขณะที่ธุรกิจขนาดเล็กมีอัตราส่วน ROA ลดลงต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาถึงอัตรากำไรสุทธิ (Net Income Ratio) ที่คำนวณจากกำไรหารด้วยรายได้ พบว่าทั้งธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่มีอัตรากำไรลดลง โดยเฉพาะขนาดเล็กที่ในปี 2561 อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 1.59 คิดเป็นเพียง 50% ของปี 2559 ซึ่งอยู่ที่ 3.37 สะท้อนภาวะการแข่งขันของตลาดที่เข้มข้น (Highly Competitive Market) มีโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับผู้เล่นรายใหม่ (ทั้งรายใหญ่และรายย่อย) (Low Barrier to Entry) และสินค้าเครื่องสำอางเป็นสินค้าที่ไม่มี ความแตกต่าง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงเลือกใช้กลยุทธ์ด้านราคา คือการลดราคา สินค้าทำให้อัตรากำไรสุทธิของตลาดในภาพรวมลดลงอย่างต่อเนื่อง

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) ในภาพรวมมีค่าน้อยกว่า 1 ซึ่งยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมาก แสดงว่าเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ พึ่งพาเงินกู้ยืมต่ำ ทำให้ภาระต้นทุนทางการเงินและความเสี่ยงทางการเงินต่ำไปด้วย ทั้งนี้ D/E Ratio ของธุรกิจเล็กในระหว่างปี 2559 – 2561 อยู่ที่ 0.86 0.85 และ 0.93 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่เกือบ 2 เท่าตัว ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงด้านและภาระทางการเงิน ผู้ประกอบการรายย่อยจึงควรเพิ่มรายได้และลดรายจ่ายโดยการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาการให้บริการที่แตกต่าง การเข้าถึงผู้บริโภค และการลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ จึงจะสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ตารางที่ 4 อัตราส่วนทางการเงินของธุรกิจขายเครื่องสำอาง

ปีงบการเงิน	2559	2560	2561
ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA : Return on Asset)			
ขนาดเล็ก (S)	5.84	4.69	4.48
ขนาดกลาง (M)	1.15	4.27	9.34
ขนาดใหญ่ (L)	16.44	17.77	19.84
รวมทุกขนาด	11.17	11.69	12.29
ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE : Return on Equity)			
ขนาดเล็ก (S)	12.09	9.49	8.92
ขนาดกลาง (M)	6.65	20.76	15.72
ขนาดใหญ่ (L)	22.06	25.44	25.58
รวมทุกขนาด	18.62	20.04	19.16
อัตรากำไรสุทธิ (Net Income Ratio)			
ขนาดเล็ก (S)	3.37	2.77	1.59
ขนาดกลาง (M)	0.45	1.68	4.55
ขนาดใหญ่ (L)	10.85	11.86	8.85
รวมทุกขนาด	6.63	7.09	4.94
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio)			
ขนาดเล็ก (S)	0.86	0.85	0.93
ขนาดกลาง (M)	4.27	3.48	0.59
ขนาดใหญ่ (L)	0.48	0.53	0.49
รวมทุกขนาด	0.69	0.71	0.65



คาดการณ์

คาดการณ์ว่าจำนวนธุรกิจขายเครื่องสำอางจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากกระแสการดูแลสุขภาพ และความสนใจในภาพลักษณ์ของประชากรทุกเพศทุกวัย โดยจะมีโอกาสในการขยายตลาดทางธุรกิจและสถานะการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบการรายใหม่และผู้ประกอบการที่นำแบรนด์จากต่างประเทศเข้ามา และช่องทางการขายออนไลน์ที่เป็นที่นิยม เช่น Facebook Instagram และแพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์ต่างๆ อีกทั้งยังมีระบบการขายแบบตัวแทน ซึ่งทำให้สามารถกระจายสินค้าและทำยอดขายได้เพิ่มขึ้น

แนวโน้มการประกอบธุรกิจขายเครื่องสำอาง คาดว่าจะมุ่งไปที่การขายแบบออนไลน์ ที่ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา ทุกสถานที่ มากกว่าการขายหน้าร้านซึ่งมีต้นทุนในการบริหารจัดการที่สูงกว่า โดยการขายสินค้าแบบออนไลน์นั้นนิยมขายผ่านแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์ที่มีให้บริการอย่างมากมาย ซึ่งมีระบบจัดการด้านต่างๆ เช่น การโฆษณา การรับชำระค่าสินค้า และการดูแลระบบ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายเครื่องสำอางลดต้นทุนในการจัดการดังกล่าวข้างต้นได้ จึงเป็นช่องทางการขายสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดของตนเองได้ ประกอบกับการขนส่งสินค้าในปัจจุบันซึ่งหลากหลายบริการไม่ว่าจะเป็น การนำส่งสินค้าถึงมือภายในวันที่ส่งสินค้า หรือเลือกวันรับสินค้า เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าการซื้อสินค้าที่หน้าร้าน

ถึงแม้ภาวะเศรษฐกิจอาจมีผลต่อพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค แต่เครื่องสำอางยังเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญอยู่ ผู้ประกอบธุรกิจควรวางแผนในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยสร้างการรับรู้และสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้า และการบริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันไม่ว่าจะเป็น การจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้า หรือโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า และขยายตลาดไปยังผู้บริโภครายใหม่ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจไปสู่สากล



๑๐๐ ปี
กระทรวงพาณิชย์
สถาปนา พ.ศ. ๒๔๖๓



อ่านบทวิเคราะห์ธุรกิจ

บทวิเคราะห์ธุรกิจ
Business Analysis Report

โดย

ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ
กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
โทร.0 2547 4513 หรือ 0 2547 4376



 **1570**
Call center
www.dbd.go.th

DBD
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
Department of Business Development