

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

แนวทางการพัฒนา ธุรกิจค้าปลีกของไทย

จัดทำโดย

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์



บทสรุปผู้บริหาร

รายงานข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย “แนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทย”

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2566 ธุรกิจการขายส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ มีมูลค่า GDP อยู่ที่ 2,807,891 ล้านบาท (ณ ราคาปัจจุบัน) มีสัดส่วนเป็นอันดับ 1 ของสาขาธุรกิจบริการทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 25.69 ของมูลค่า GDP ภาคบริการ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.71 ของ GDP ของไทย โดยสำนักงานและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการขับเคลื่อนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการเติบโต ซึ่งจะช่วยยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้ศึกษาถึงสถานการณ์ของธุรกิจค้าปลีก ตลอดจนแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการค้าปลีกของไทย ซึ่งได้สรุปผลการศึกษาในด้านต่าง ๆ อาทิ การจำแนกกลุ่มธุรกิจค้าปลีกศักยภาพของไทย แนวทางการดำเนินธุรกิจค้าปลีกให้ประสบความสำเร็จ โดยผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพ ตลอดจนข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทย ดังนี้

สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกโลก

ในช่วงปี 2566-2571 ตลาดค้าปลีกโลกมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.9 ต่อปี โดยในปี 2566 ตลาดค้าปลีกโลกมีมูลค่าประมาณ 18.16 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเล็กน้อยประมาณร้อยละ 1 แบ่งเป็นค้าปลีกแบบซื้อขายหน้าร้านค้า (ออฟไลน์) ประมาณ 14.18 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ประมาณ 3.98 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งอัตราการเติบโตของการขายผ่านช่องทางออนไลน์ลดน้อยลงเมื่อเทียบกับช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

เอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตของมูลค่าตลาดค้าปลีกสูงสุดในโลก คิดเป็นร้อยละ 37 ของการค้าปลีกทั่วโลก โดยคาดว่า ในช่วงปี 2566-2571 จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 1.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ ตลาดค้าปลีกที่คาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตมากที่สุดในโลกในช่วงปี 2566-2571 ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (2) จีน (3) ญี่ปุ่น (4) อินเดีย (5) สหราชอาณาจักร (6) เกาหลีใต้ (7) เม็กซิโก (8) บราซิล (9) อินโดนีเซีย (10) เวียดนาม

สถานการณ์การค้าปลีกไทย

ในช่วงปี 2566-2571 ตลาดค้าปลีกของไทยมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.8 ต่อปี ในปี 2566 ตลาดค้าปลีกของไทยมีมูลค่าประมาณ 4.32 ล้านล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 7.3 แบ่งเป็นค้าปลีกแบบซื้อขายหน้าร้านค้า (ออฟไลน์) ประมาณ 3.4 ล้านล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 6.0 และซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ ประมาณ 9.24 แสนล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.6

ในปี 2566 ธุรกิจการขายส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ มีมูลค่า GDP อยู่ที่ 2,807,891 ล้านบาท (ณ ราคาปัจจุบัน) มีสัดส่วนเป็นอันดับ 1 ของสาขาธุรกิจบริการทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 25.69 ของมูลค่า GDP ภาคบริการ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.71 ของ GDP ของไทย มีจำนวนนิติบุคคลในธุรกิจค้าปลีกอยู่ที่ 120,862 ราย โดยในแง่ของการจ้างงาน มีแรงงานในธุรกิจค้าปลีกจำนวน 2,892,932 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.56 ของจำนวนแรงงานในธุรกิจสาขาบริการ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.25 ของจำนวนแรงงานในทุกสาขาของทั้งประเทศ จะเห็นว่าธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูง และก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นวงกว้าง

การวิเคราะห์กลุ่มธุรกิจขายปลีกศักยภาพของไทย

หากจัดกลุ่มธุรกิจขายปลีกของไทย โดยพิจารณาจากการเปรียบเทียบรายได้รวมระหว่างปี 2565 และ 2566 และ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ในปี 2566 เทียบกับกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ในปี 2565 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มธุรกิจขายปลีกออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่ม 1 กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น คือกลุ่มธุรกิจที่ในปี 2566 มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านค้าเฉพาะ (2) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ (3) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกบนแผงลอยและตลาด และ (4) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ

กลุ่ม 2 กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ คือกลุ่มธุรกิจที่มีรายได้รวมเพิ่มขึ้นในปี 2566 แต่มีกำไรสุทธิลดลง/ขาดทุนสุทธิเพิ่มขึ้น ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (2) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่ม 3 กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา คือกลุ่มธุรกิจที่มีรายได้รวมลดลง และมีกำไรสุทธิลดลง/ขาดทุนสุทธิเพิ่มขึ้น ในปี 2566 ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ (2) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปั่น (3) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ (4) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ และ (5) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้าแผงลอยหรือตลาด

แนวทางการดำเนินธุรกิจค้าปลีกให้ประสบความสำเร็จโดยผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพ

สนค. ได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพในภูมิภาคต่างๆ ของไทย เพื่อศึกษาการนำมาเป็นต้นแบบข้อมูลแนวทางในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกให้ประสบผลสำเร็จ และถอดบทเรียนแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทย โดยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจศักยภาพ จำนวน 3 ราย ได้แก่ (1) แจ่มฟ้า (จังหวัดลำพูน ภาคเหนือ) (2) Mother Marché (จังหวัดกระบี่ ภาคใต้) และ (3) ยงสงวน (จังหวัดอุบลราชธานี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) สรุปสาระสำคัญและประเด็นร่วมกันได้ ดังนี้

จุดแข็งและกลยุทธ์ที่ทั้ง 3 ราย มีร่วมกัน ได้แก่ (1) การมีธุรกิจค้าส่งช่วยต่อยอดให้เกิดการขายธุรกิจเป็นร้านค้าปลีก (2) การบริหารจัดการคลังสินค้าเป็นของตนเอง และการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ ช่วยในเรื่องการควบคุมต้นทุนของสินค้า (3) การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (4) ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน และ (5) การปรับตัวกับสถานการณ์เศรษฐกิจ ตลอดจนปรับหน้าร้านค้าให้มีความทันสมัยและมีสินค้าหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของไทยที่ประสบความสำเร็จ ไม่ใช่แค่รายที่ดำเนินธุรกิจที่เน้นการจำหน่ายสินค้าราคาถูกเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการที่เน้นจำหน่ายสินค้าพรีเมียม หรือสินค้าที่แตกต่างหลากหลายก็ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์และกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน อาทิ Mother Marché ที่จำหน่ายสินค้าพรีเมียมและสินค้าอุปโภคบริโภคนำเข้า เพื่อกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และอยู่ในจังหวัด/พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

มุมมองต่อธุรกิจค้าปลีกในอนาคต: ผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพมีมุมมองร่วมกันว่า เศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคมีแนวโน้มชะลอตัว การแข่งขันในตลาดค้าปลีกจะรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ และ Modern trade ที่จะเข้ามาแข่งขันในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ: การมีพันธมิตรคู่ค้าที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับผู้จัดหาสินค้า (supplier) และการขนส่งโลจิสติกส์ การมีความสัมพันธ์ที่ดีและเหนียวแน่นกับคนในพื้นที่ชุมชนช่วยให้การดำเนินธุรกิจยั่งยืน การเลือกทำเลที่ตั้งศักยภาพและความเข้าใจตลาดในพื้นที่เป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจ และการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ และปรับปรุงช่องทางการขายออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพัฒนาธุรกิจค้าปลีก ในการรองรับกับพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์

ประเด็นที่ต้องการการสนับสนุนจากรัฐเพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีก: ผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพต้องการความต่อเนื่องของโครงการสนับสนุนเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยที่เป็นประโยชน์ อาทิ โครงการธงฟ้า โครงการสมาร์ทโชห่วย การสนับสนุนการสร้างภาคีเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจและการจับคู่ทางธุรกิจ การเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับ supplier ในการซื้อสินค้ามาจำหน่าย และการพัฒนาแอปพลิเคชันให้ร้านค้าท้องถิ่นขายสินค้าออนไลน์ร่วมกัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทย

เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทยอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานภาครัฐควรดำเนินแนวทางการสนับสนุนธุรกิจขายปลีกตามศักยภาพและความต้องการของแต่ละกลุ่ม โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น (2) กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ และ (3) กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา

กลุ่ม 1 กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น

กลุ่ม 1 กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น ได้แก่ (1) กลุ่มประเภทการขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ (2) กลุ่มประเภทการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ (3) กลุ่มประเภทการขายปลีกบนแผงลอยและตลาด และ (4) กลุ่มประเภทการขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายการดำเนินการของธุรกิจให้มากขึ้น อาทิ การขยายผลิตภัณฑ์ในการจำหน่าย การขยายสาขาในการดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำตลาด และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(2) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการจัดทำฐานข้อมูลของธุรกิจ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลมาวิเคราะห์คาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อวางแผนในการดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ อาทิ การตลาด การจัดการสินค้าคงคลัง การพัฒนาสินค้าและบริการ รวมทั้งมีการติดตามการใช้ข้อมูล ประเมิน และปรับปรุงฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(3) ผลักดันให้ผู้ประกอบการมีการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เพื่อจัดการกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ อาทิ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความต่อเนื่อง สามารถหลีกเลี่ยงและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และทำให้การดำเนินธุรกิจมีความยั่งยืน (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(4) ส่งเสริมและขับเคลื่อนการค้าในนโยบาย Soft Power อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าและบริการของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการได้มากขึ้น (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(5) ผลักดันให้ธุรกิจศักยภาพพัฒนาขยายการลงทุนด้วยการดำเนินธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาธุรกิจที่เป็นมาตรฐาน และผลักดันการส่งออกแฟรนไชส์ไปยังต่างประเทศ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา หน่วยงานอื่นๆ : กระทรวงการต่างประเทศ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(6) สร้างพันธมิตรร่วมกับสถาบันการเงินเพื่อสนับสนุนด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการในการลงทุนขยายและพัฒนาธุรกิจ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่นๆ : สถาบันการเงินต่าง ๆ อาทิ ธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

(7) สร้างภาคีกับแพลตฟอร์มค้าปลีกสำคัญเพื่อช่วยผู้ประกอบการเพิ่มช่องทางและกำไรสุทธิให้มากขึ้น อาทิ การขอลดค่าส่วนแบ่งหรือค่าคอมมิชชันที่ร้านค้าจ่ายให้แก่แอปพลิเคชัน (Gross Profit: GP) (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่น ๆ: ภาคเอกชน อาทิ แพลตฟอร์มค้าปลีก เช่น Shopee Lazada Amazon สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย)

(8) จัดทำแผนการส่งเสริมขยายธุรกิจค้าปลีกในระยะสั้น กลาง ยาว ที่ครอบคลุมการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดชายแดนและจังหวัดหลักในภูมิภาค (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า หน่วยงานอื่น ๆ: หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(9) ส่งเสริมพัฒนาร้านค้าปลีกในพื้นที่ โดยผลักดันให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าภายใน หน่วยงานอื่น ๆ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงมหาดไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

กลุ่ม 2 กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ

กลุ่ม 2 กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ ได้แก่ (1) กลุ่มประเภทการขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (2) กลุ่มประเภทการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมการหาพันธมิตรร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็งขึ้น โดยเฉพาะพันธมิตรในการขนส่ง พันธมิตรในการจัดหาสินค้า (Supplier) คู่ค้าในต่างประเทศ และการพัฒนาสร้างเครือข่าย (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(2) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเพิ่มจุดแข็ง สร้างความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจ เพื่อเพิ่มยอดขาย (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(3) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาระบบสมาชิกเพื่อสร้างความภักดีต่อธุรกิจ ให้เกิดความผูกพันและเกิดการซื้อซ้ำ โดยมีการให้ส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ ในครั้งถัดไป (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(4) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับคนในท้องถิ่น โดยการสร้างประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(5) ผลักดันยกระดับมูลค่าและมาตรฐานธุรกิจขายปลีก เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นกับผู้บริโภค โดยการคัดสรรสินค้าบริการคุณภาพสูง ใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างมาตรฐานความปลอดภัย (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(6) สร้างภาคีกับแพลตฟอร์มค้าปลีกสำคัญเพื่อช่วยผู้ประกอบการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และช่วยลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจ อาทิ การขอลดค่าส่วนแบ่งหรือค่าคอมมิชชันที่ร้านค้าจ่ายให้แก่แอปพลิเคชัน (Gross Profit: GP) (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่น ๆ: ภาคเอกชน อาทิ แพลตฟอร์มค้าปลีก เช่น Shopee Lazada Amazon หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย)

(7) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เช่น Facebook Line Tiktok เพิ่มความใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า และเพิ่มยอดขายในการจำหน่ายสินค้า (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่นๆ : ภาคเอกชน Facebook Line Tiktok หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

กลุ่ม 3 กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา

กลุ่ม 3 กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา ได้แก่ (1) กลุ่มประเภทการขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ (2) กลุ่มประเภทการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปั้ม (3) กลุ่มประเภทการขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ (4) กลุ่มประเภทการขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ และ (5) กลุ่มประเภทขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้มากขึ้น อาทิ การจัดทำโปรโมชั่น การจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งใช้แพลตฟอร์มการจำหน่ายสินค้าให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่แตกต่างกัน (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการอิเล็กทรอนิกส์ไทย)

(2) ผลักดันให้เกิดการลงทุนในการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะแก่ผู้ประกอบการรายเล็ก เพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่ง และการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรโดยรวมของธุรกิจ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปรรษณีย์ไทย)

(3) สนับสนุนช่องทางทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากปัจจุบันค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูงขึ้น ผู้ค้าปลีกออนไลน์ต้องลงทุนในโฆษณาและการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อให้ร้านค้าเข้าถึงผู้บริโภค โดยภาครัฐควรมีความร่วมมือกับภาคีแพลตฟอร์มต่างชาติ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการไทยจำหน่ายสินค้า (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ : กรมประชาสัมพันธ์)

(4) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรม ใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์วางแผนและบริหารจัดการธุรกิจ พัฒนาระบบการจัดการสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ: หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

(5) สนับสนุนองค์ความรู้ด้านกฎระเบียบด้านภาษีและการค้าที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดช่องทางการจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มที่หลากหลายได้ถูกต้องตามกฎหมาย (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ หน่วยงานอื่นๆ: สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สดช.) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการอิเล็กทรอนิกส์ไทย)

(6) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เช่น Facebook Line Tiktok เพิ่มความใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า และเพิ่มยอดขายในการจำหน่ายสินค้า (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หน่วยงานอื่นๆ : ภาคเอกชน Facebook Line Tiktok สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย)

การศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทยในครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงกลุ่มธุรกิจค้าปลีกที่มีศักยภาพแตกต่างกันไปตามลักษณะประเภทธุรกิจ และตามพื้นที่ในแต่ละภูมิภาคของไทย ตลอดจนแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการกลุ่มที่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้เห็นภาพรวมและแนวทางในการปรับตัว ตลอดจนพัฒนาธุรกิจค้าปลีกให้มีความเข้มแข็งขึ้น และภาครัฐสามารถใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนความต้องการของผู้ประกอบการได้ตรงจุด เพื่อส่งเสริมให้มูลค่าของธุรกิจค้าปลีก และเศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร.....	ก
1. ความสำคัญของธุรกิจค้าปลีกต่อเศรษฐกิจไทย	1
2. ข้อมูลทั่วไปธุรกิจค้าปลีก	1
3. สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีก.....	2
4. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพ.....	14
5. การดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของกระทรวงพาณิชย์.....	15
6. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทย.....	18
บรรณานุกรม	24
ภาคผนวก 1 การจัดแบ่งกลุ่มประเภทธุรกิจค้าปลีก.....	25
ภาคผนวก 2 จำนวนผู้ประกอบการ แรงงาน และนิติบุคคลการขายปลีก	28
ภาคผนวก 3 รายได้รวม และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ การขายปลีก.....	74
ภาคผนวก 4 สรุปถอดบทเรียนผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพ.....	113

แนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกศักยภาพ

1. ความสำคัญของธุรกิจค้าปลีกต่อเศรษฐกิจไทย¹

ธุรกิจค้าปลีกเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีจำนวนธุรกิจจำนวนมาก และครอบคลุมจำนวนแรงงานอย่างกว้างขวาง โดยในปี 2566 ธุรกิจการขนส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ มีมูลค่า GDP อยู่ที่ 2,807,891 ล้านบาท (ณ ราคาปัจจุบัน) มีสัดส่วนอันดับ 1 ของสาขาธุรกิจบริการทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 25.69 ของมูลค่า GDP ภาคบริการ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.71 ของ GDP ของไทย โดยมีจำนวนนิติบุคคลในธุรกิจค้าปลีกอยู่ที่ 120,862 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 3.84 และในแง่ของการจ้างงาน มีแรงงานในธุรกิจค้าปลีกจำนวน 2,892,932 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.56 ของจำนวนแรงงานในธุรกิจสาขาบริการ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.25 ของจำนวนแรงงานในทุกสาขาของทั้งประเทศ

2. ข้อมูลทั่วไปธุรกิจค้าปลีก

2.1 ความหมายของธุรกิจค้าปลีก (Retail)²

ธุรกิจค้าปลีก หมายถึงกลุ่มธุรกิจที่จำหน่ายต่อสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้ว (โดยไม่มีการแปรรูป) ให้แก่ประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือใช้ประโยชน์ส่วนบุคคลหรือในครัวเรือน ผ่านช่องทาง อาทิ ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า แผงลอย การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต

การค้าปลีกสามารถทำได้ทั้งแบบมีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน โดยการค้าปลีกแบบมีหน้าร้านแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก จำแนกตามสินค้าที่จำหน่าย คือ (1) การจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น ร้านขายปลีกผักและผลไม้ ร้านขายปลีกเนื้อสัตว์ ร้านขายปลีกเสื้อผ้า และ (2) การจำหน่ายสินค้าทั่วไป ซึ่งมีการขายสินค้าที่หลากหลาย เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ

ในขณะที่การค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้านแบ่งประเภทตามรูปแบบการค้า แบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ (1) การขายปลีกบนแผงลอยและตลาด และ (2) การขายปลีกแบบไม่มีหน้าร้านอื่นๆ เช่น การขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต การขายสินค้าถึงหน้าบ้าน (door-to-door)

2.2 ประเภทธุรกิจค้าปลีก

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้จัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก ตามหลักการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC) ปี 2552 ไว้ในหมวด TSIC 47 การขายปลีก ยกเว้น ยานยนต์ และจักรยานยนต์

ทั้งนี้ รายงานฉบับนี้ ได้คัดเลือกและจัดประเภทธุรกิจขายปลีกออกเป็น 11 ประเภท โดยพิจารณาจากข้อมูลตามรหัสประเภทธุรกิจที่มีนิติบุคคลดำเนินการอยู่ จัดตั้งใหม่ และเลิกกิจการ ได้แก่

¹ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

² UN Statistics Division. <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/Structure/Detail/EN/27/47>

(1) การขายปลีกในร้านค้าทั่วไป อาทิ การขายปลีกในซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาท์สโตร์ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ

- (2) การขายปลีกอาหาร เครื่องดื่ม ในร้านค้าเฉพาะ
- (3) การขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปัม
- (4) การขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านค้าเฉพาะ
- (5) การขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ
- (6) การขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ
- (7) การขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าเฉพาะ
- (8) การขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ
- (9) การขายปลีกบนแผงลอยและตลาด
- (10) การขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด
- (11) การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

รายละเอียดตามภาคผนวกที่ 1

3. สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีก

3.1 สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกโลก³

- ในช่วงปี 2566-2571 ตลาดค้าปลีกโลกมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.9 ต่อปี โดยในปี 2566 ตลาดค้าปลีกโลกมีมูลค่าประมาณ 18.16 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ พ้นตัวจากปีก่อนหน้าเล็กน้อยประมาณร้อยละ 1 แบ่งเป็นค้าปลีกแบบซื้อขายหน้าร้านค้า (ออฟไลน์) ประมาณ 14.18 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ประมาณ 3.98 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งอัตราการเติบโตของการขายผ่านช่องทางออนไลน์ลดน้อยลงเมื่อเทียบกับช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

- ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตของมูลค่าตลาดค้าปลีกสูงสุดของทุกภูมิภาคทั่วโลก คิดเป็นร้อยละ 37 ของการค้าปลีกทั่วโลก โดยคาดว่า ในช่วงระหว่างปี 2566-2571 จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 1.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และเติบโตมากกว่าภูมิภาคอเมริกาเหนือ 3 เท่า

- สหรัฐอเมริกายังคงเป็นผู้นำอันดับ 1 ในตลาดค้าปลีกโลก โดยในปี 2566 สหรัฐอเมริกามีมูลค่าตลาดค้าปลีกมากกว่า 4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะยังรักษาตำแหน่งต่อเนื่องไปจนถึงปี 2571 ในขณะที่ปี 2566 จีนยังมีมูลค่าตลาดค้าปลีกเกือบ 4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจีนจะก้าวขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาดค้าปลีกโลกหลังจากปี 2571 ด้วยยอดขายที่เติบโตต่อเนื่อง เฉลี่ยปีละ 9.28 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 4 ต่อปี

- ในช่วงปี 2566-2571 ตลาดค้าปลีกที่คาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตมากที่สุดในโลก ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (2) จีน (3) ญี่ปุ่น (4) อินเดีย (5) สหราชอาณาจักร (6) เกาหลีใต้ (7) เม็กซิโก (8) บราซิล (9) อินโดนีเซีย (10) เวียดนาม

³ Euromonitor (ข้อมูลปี 2566)

3.2 สถานการณ์การค้าปลีกไทย

ในช่วงปี 2566-2571 ตลาดค้าปลีกของไทยมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.8 ต่อปี ในปี 2566 ตลาดค้าปลีกของไทยมีมูลค่าประมาณ 4.32 ล้านล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 7.3 แบ่งเป็นค้าปลีกแบบซื้อขายหน้าร้านค้า (ออฟไลน์) ประมาณ 3.40 ล้านล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 6.0 และซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ ประมาณ 9.24 แสนล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.6

3.2.1 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีก⁴

ในช่วงปี 2564 - 2566 จำนวนนิติบุคคลในสาขาธุรกิจขายปลีกที่ดำเนินกิจการอยู่ มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 มีจำนวนนิติบุคคลในธุรกิจขายปลีกที่ดำเนินกิจการจำนวน 120,862 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.84 เมื่อเทียบกับปี 2565 มีจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งกิจการใหม่ 10,869 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.25 เมื่อเทียบกับปีก่อน และเลิกกิจการ 3,300 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.93 เมื่อเทียบกับปีก่อน

ในปี 2566 พื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลในสาขาธุรกิจขายปลีกที่ดำเนินกิจการอยู่มากที่สุด คือ กรุงเทพฯ จำนวน 41,196 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.09 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมด รองลงมาคือภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ) 26,576 ราย (ร้อยละ 21.99) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 15,660 ราย (ร้อยละ 12.96) โดยทุกภูมิภาคมีจำนวนนิติบุคคลในสาขาธุรกิจขายปลีกเพิ่มมากขึ้น เมื่อเทียบกับปี 2565

ตารางที่ 1 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีก (TSIC 47)

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) ปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	110,633	116,392	120,862	3.84
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	10,986	10,630	10,869	2.25
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	2,477	3,086	3,300	6.93

ตารางที่ 2 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกแบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) ปี 66/65
1	กรุงเทพมหานคร	38,755	40,376	41,196	2.03
2	ภาคกลาง	24,050	25,322	26,576	4.95
3	ภาคตะวันออก	9,255	9,781	10,215	4.44
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13,958	14,934	15,660	4.86
5	ภาคเหนือ	11,415	12,168	12,719	4.53
6	ภาคใต้	9,600	9,984	10,458	4.75
7	ภาคตะวันตก	3,600	3,827	4,038	5.51
	รวมทั้งประเทศ	110,633	116,392	120,862	3.84

⁴ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

จากการแบ่งประเภทธุรกิจขายปลีก 11 ประเภท พบว่า

- ในปี 2566 ประเภทธุรกิจขายปลีกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด คือ นิติบุคคลประเภทขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าเฉพาะ⁵ จำนวน 33,103 ราย รองลงมาเป็นนิติบุคคลประเภทขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือน ในร้านค้าเฉพาะ⁶ จำนวน 30,399 ราย และนิติบุคคลประเภทขายปลีกในร้านค้าทั่วไป จำนวน 13,517 ราย

- ประเภทธุรกิจขายปลีกที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) นิติบุคคลประเภทขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตเติบโตร้อยละ 26.18 (2) นิติบุคคลประเภทขายปลีกบนแผงลอยและตลาด ร้อยละ 19.02 และ (3) นิติบุคคลประเภทขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ ร้อยละ 14.02

ตารางที่ 3 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีก จำแนกประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564 (ราย)	ปี 2565 (ราย)	ปี 2566 (ราย)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) ปี 66/65
การขายปลีกในร้านค้าทั่วไป	11,340	12,642	13,517	6.92
การขายปลีกอาหาร เครื่องดื่ม ในร้านค้าเฉพาะ	9,169	9,371	9,635	2.82
การขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะสถานี ปิ้ม	7,680	7,806	7,859	0.68
การขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านค้าเฉพาะ	8,972	8,919	8,949	0.34
การขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ	29,438	30,121	30,399	0.92
การขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ	6,329	6,424	6,457	0.51
การขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าเฉพาะ	30,169	31,929	33,103	3.68
การขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ	616	706	805	14.02
การขายปลีกบนแผงลอยและตลาด	827	999	1,189	19.02
การขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด	1,959	2,011	2,081	3.48
การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต	4,033	5,375	6,782	26.18

3.2.2 จำนวนแรงงาน

ในปี 2566 มีแรงงานในธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด 2,892,932 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 1.30 โดยแรงงานในธุรกิจค้าปลีกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ตารางที่ 4 แรงงานในธุรกิจค้าปลีกของไทยปี 2564-2566

	จำนวนแรงงาน (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
ปี 2564	2,834,291	-0.62
ปี 2565	2,855,707	0.76
ปี 2566	2,892,932	1.30

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

⁵ การขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าเฉพาะ อาทิ ร้านขายปลีกเสื้อผ้า ร้านขายปลีกรองเท้า ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง ร้านขายปลีกเครื่องประดับ

⁶ การขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ อาทิ ร้านขายปลีกอุปกรณ์ตัดเย็บ ร้านขายปลีกเครื่องโลหะ ร้านขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน ร้านขายปลีกเครื่องดินเผาเครื่องแก้วและเครื่องครัว ร้านขายปลีกอุปกรณ์

3.2.3 จำนวนผู้ประกอบการ⁷

ในปี 2566 มีผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด (TSIC 47) 919,310 ราย เป็นผู้ประกอบการ MSMEs จำนวน 917,185 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.77 ของผู้ประกอบการทั้งหมด โดยธุรกิจขนาด Micro เป็นธุรกิจที่มีจำนวนผู้ประกอบการมากที่สุด สัดส่วนจำนวนผู้ประกอบการค้าปลีก MSMEs ลดลงเพียงเล็กน้อยจากร้อยละ 99.80 ในปี 2565 เป็นร้อยละ 99.77 ในปี 2566 ทั้งนี้ แบ่งเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 180,178 ราย และผู้ประกอบการในพื้นที่ต่างจังหวัด 739,132 ราย

● จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และจำนวนผู้ประกอบการค้าปลีกในต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2565 แต่ยังมีจำนวนน้อยกว่าปี 2564 แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกได้อีก

ตารางที่ 5 จำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกของไทย (TSIC 47) ปี 2564-2566

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	204,298	706,587	910,885	909,141	99.81
ปี 2565	178,152	736,392	914,544	912,751	99.80
ปี 2566	180,178	739,132	919,310	917,185	99.77
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) ปี 66/65	1.14	0.37	0.52	0.49	-0.04

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3.2.4 สรุปภาพรวมสถานการณ์นิติบุคคลธุรกิจขายปลีกประเภท⁸

● ประเภทขายปลีกในร้านค้าทั่วไป

ในปี 2564 - 2566 จำนวนผู้ประกอบการ แรงงาน และนิติบุคคลดำเนินการอยู่ในร้านค้าทั่วไปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในปี 2566 นิติบุคคลจัดตั้งใหม่มีจำนวน 1,752 ราย ลดลงร้อยละ 10.48 จากปี 2565 โดยนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกทั่วไปส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไปมากที่สุด รองลงมาเป็นภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ นอกจากนี้ ประเภทธุรกิจการขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าทั่วไป (TSIC 47910) เป็นประเภทธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุดในทุกภูมิภาค

● ประเภทขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ

ในปี 2564-2566 จำนวนผู้ประกอบการ แรงงาน และนิติบุคคลในธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันในปี 2566 จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น

⁷ จำนวนผู้ประกอบการ หมายถึง สถิติรวมทั้งนิติบุคคล ส่วนบุคคลและอื่นๆ และวิสาหกิจชุมชน

⁸ รายละเอียดตามภาคผนวก 2

ร้อยละ 2.93 และจำนวนนิติบุคคลเล็กกิจการลดลงร้อยละ 15.69 แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่ม ในร้านค้าเฉพาะ โดยนิติบุคคลส่วนมากเป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก และประเภทธุรกิจร้านขายปลีกอาหารอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นเป็นประเภทธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด อย่างไรก็ตาม แม้ในปี 2566 กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด แต่เป็นเพียงพื้นที่เดียวที่มีจำนวนนิติบุคคลลดลง

- **ประเภทขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม**

ธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม มีจำนวนผู้ประกอบการ MSMEs ลดลงทุกปีตั้งแต่ปี 2564 ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศในปี 2566 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2565 โดยนิติบุคคลขนาดเล็กมีสัดส่วนจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด และภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- **ประเภทขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2566 จำนวนผู้ประกอบการ แรงงาน และนิติบุคคล ในธุรกิจการขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านค้าเฉพาะเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า แต่ยังคงมีจำนวนน้อยกว่าปี 2564 โดยธุรกิจขนาดเล็กมีสัดส่วนจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด และประเภทธุรกิจร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์เป็นประเภทธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด โดยกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านค้าเฉพาะมากที่สุด

- **ประเภทขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2566 จำนวนผู้ประกอบการและแรงงานในธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะเพิ่มขึ้นจากปี 2565 แต่ยังมีน้อยกว่าปี 2564 ในขณะที่จำนวนนิติบุคคลของธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจขนาดเล็กมีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด และธุรกิจร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ เป็นประเภทธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุดในทุกภูมิภาค รวมทั้งกรุงเทพฯ

- **ประเภทขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2566 จำนวนผู้ประกอบการและแรงงานในธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ ยังน้อยกว่าปี 2564 อย่างไรก็ตาม จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 95 เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นที่ตั้งของธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะมากที่สุด โดยประเภทธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานมีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุดในทุกภูมิภาค รวมทั้งกรุงเทพฯ

- **ประเภทขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2566 จำนวนผู้ประกอบการและแรงงานในธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าเฉพาะลดลงเมื่อเทียบกับปี 2564 แต่เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ในขณะที่จำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่เพิ่มขึ้น โดยธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องประดับ เป็นธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุดในทุกภูมิภาค ยกเว้นภาคกลางและกรุงเทพฯ ที่มีจำนวนนิติบุคคลธุรกิจร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์มากที่สุด และโดยมากนิติบุคคลในธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ในร้านค้าเฉพาะเป็นธุรกิจขนาดเล็กและตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นหลัก

- **ประเภทขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2564-2566 จำนวนผู้ประกอบการและนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่จำนวนแรงงานในปี 2566 ของธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2565 แต่ยังมีน้อยกว่าจำนวนแรงงานในปี 2565 โดยนิติบุคคลส่วนมากเป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก และธุรกิจร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นเป็นประเภทธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุดในทุกภูมิภาค และภาคกลางเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนนิติบุคคลขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะมากที่สุด

- **ประเภทขายปลีกบนแผงลอยและตลาด**

จำนวนผู้ประกอบการ แรงงาน และนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 โดยประเภทธุรกิจการขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด เป็นประเภทธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด นิติบุคคลส่วนมากในธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาดเป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก และกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด

- **ประเภทขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด**

ในปี 2564 - 2566 จำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาดลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม จำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่กลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงระหว่างปี 2564 - 2566 โดยส่วนมากเป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก และกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด สำหรับประเภทธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุดคือ การขายตรง

- **ประเภทขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต**

ในปี 2564 - 2566 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจประเภทขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.41 ในปี 2566) เช่นเดียวกับจำนวนแรงงาน และนิติบุคคลที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขายปลีกในประเภทอื่นๆ โดยนิติบุคคลขนาดเล็กมีสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 98.32 ในปี 2566) เมื่อเทียบกับนิติบุคคลทั้งหมด และกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด อย่างไรก็ตาม มีเพียงกรุงเทพฯ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีนิติบุคคลขนาดใหญ่ ในขณะที่ภูมิภาคอื่น ๆ ไม่มีนิติบุคคลขนาดใหญ่ที่ขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

3.2.5 รายได้ และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ

- ในปี 2566 รายได้รวมของธุรกิจขายปลีก มีมูลค่า 7,686,442.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 544,156.67 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.62 จากปี 2565 ในขณะที่กำไรสุทธิ ในปี 2566 ลดลง 8,661.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.21 จากปีก่อนหน้า

- ในปี 2566 ภูมิภาคที่มีรายได้ลดลงจากปี 2565 ได้แก่ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันตก ในขณะที่ภูมิภาคที่มีรายได้เพิ่มขึ้น ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคกลาง และภาคเหนือ อย่างไรก็ตาม มีเพียงภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ที่ธุรกิจขายปลีกได้ผลกำไรเพิ่มขึ้นจากปี 2565 คือร้อยละ 4.31 และร้อยละ 29 ตามลำดับ

- หากพิจารณากำไรสุทธิ ตามขนาดของนิติบุคคล จะพบว่า ในปี 2566 นิติบุคคลธุรกิจขายปลีกขนาดเล็กมีกำไรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 503.27 ในขณะที่นิติบุคคลขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีกำไรน้อยลง ร้อยละ 13.09 และร้อยละ 11.97 ตามลำดับ

- ในปี 2566 มี 2 กลุ่มประเภทธุรกิจที่ดำเนินกิจการและขาดทุน ได้แก่ (1) การขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด และ (2) ธุรกิจการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตที่ขาดทุนสุทธิ 478.04 ล้านบาท และ 3,990.90 ล้านบาท ตามลำดับ

- อย่างไรก็ตาม ในปี 2566 มี 4 ธุรกิจที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ได้แก่ (1) การขายปลีกบนแผงลอยและตลาด (2) การขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ (3) การขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ และ (4) การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ

ตารางที่ 6 รายได้และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจขายปลีกของไทยแบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	รายได้ ปี 2565 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2566 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2565 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2566 (ล้านบาท)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง รายได้ (%) เทียบกับปี 66/65	อัตราการ เปลี่ยนแปลง กำไร (%) เทียบกับปี 66/65
1	กรุงเทพมหานคร	4,700,168.53	5,267,259.69	89,927.43	82,854.62	12.07	-7.87
2	ภาคกลาง	845,621.36	849,967.23	15,168.12	13,907.56	0.51	-8.31
3	ภาคตะวันออก	280,205.97	274,548.37	2,737.43	2,719.86	-2.02	-0.64
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	476,437.74	448,906.01	4,716.22	4,919.65	-5.78	4.31
5	ภาคเหนือ	352,013.51	385,102.38	3,872.11	3,709.15	9.40	-4.21
6	ภาคใต้	300,044.25	278,536.33	1,669.75	2,154.04	-7.17	29.00
7	ภาคตะวันตก	187,794.64	182,122.67	2,025.80	1,190.05	-3.02	-41.26
	รวมทั้งประเทศ	7,142,286.01	7,686,442.68	120,116.86	111,454.93	7.62	-7.21

ตารางที่ 7 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจขายปลีกของไทยแบ่งตามขนาดธุรกิจ

ขนาดธุรกิจ	ปี 2565			ปี 2566			อัตราการเปลี่ยนแปลง กำไร (%) เทียบกับปี 66/65		
	S	M	L	S	M	L	S	M	L
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	1,140.69	13,944.55	105,031.61	6,881.48	12,119.02	92,454.43	503.27	-13.09	-11.97

ตารางที่ 8 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจขายปลีกของไทยแบ่งตามกลุ่มประเภทธุรกิจ

ชื่อกลุ่มประเภทธุรกิจ	รายได้รวม ปี 2565 (ล้านบาท)	รายได้รวม ปี 2566 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2565 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2566 (ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลง ของรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 66/65
1. การขายปลีกในร้านค้า ทั่วไป	1,503,755.48	1,558,062.18	43,034.38	36,729.55	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรลดลง
2. การขายปลีกอาหาร และเครื่องดื่มในร้านค้า เฉพาะ	460,414.63	458,364.35	10,668.79	1,259.81	รายได้ลดลง กำไรลดลง
3. การขายปลีกเชื้อเพลิง ยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีม	1,042,355.10	1,026,449.03	4,640.25	4,483.16	รายได้ลดลง กำไรลดลง
4. การขายปลีกเครื่องมือ สารสนเทศและการสื่อสาร ในร้านเฉพาะ	409,472.50	454,404.32	7,996.00	13,134.39	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น
5. การขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ	882,678.09	828,705.35	16,838.76	13,081.66	รายได้ลดลง กำไรลดลง
6. การขายปลีกสินค้าทาง วัฒนธรรมและนันทนาการ ในร้านค้าเฉพาะ	97,938.11	95,436.03	2,732.61	3,240.61	รายได้ลดลง กำไรเพิ่มขึ้น
7. การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ	2,496,812.96	3,019,203.86	36,551.91	41,455.19	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น
8. การขายปลีกสินค้า มือสองในร้านค้าเฉพาะ	18,533.64	16,170.18	158.90	84.29	รายได้ลดลง กำไรลดลง
9. การขายปลีกบน แผงลอยและตลาด	10,388.03	12,885.79	5.25	116.43	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น
10. การขายปลีกที่ไม่ได้ กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด	34,764.09	29,213.30	1,383.82	-478.04	รายได้ลดลง ขาดทุนเพิ่มขึ้น
11. การขายปลีกทาง อินเทอร์เน็ต	176,107.50	179,836.04	-3,950.03	-3,990.90	รายได้เพิ่มขึ้น ขาดทุนเพิ่มขึ้น

3.2.6 สรุปภาพรวมรายได้ และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจขายปลีกรายประเภท

- **ประเภทขายปลีกในร้านค้าทั่วไป**

ในปี 2564 - 2566 รายได้รวมของธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 1,270,360.96 ล้านบาทในปี 2564 เป็น 1,558,062.18 ล้านบาทในปี 2566 โดยทุกประเภทธุรกิจมีรายได้รวมเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นประเภทธุรกิจการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าทั่วไป อย่างไรก็ตาม ในปี 2566 กำไรสุทธิของธุรกิจประเภทขายปลีกในร้านค้าทั่วไปลดลง เมื่อเทียบกับปี 2565 โดยมีเพียงประเภทธุรกิจร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ทที่มีกำไรเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกปี และกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีรายได้รวมและกำไรสุทธิมากที่สุด

- **ประเภทขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2566 รายได้รวมของธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะมีมูลค่า 458,364.35 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.45 เมื่อเทียบกับปี 2565 โดยมีกำไรสุทธิ 1,259.81 ล้านบาท ลดลงจากปี 2565 เช่นเดียวกัน โดยธุรกิจร้านขายปลีกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เป็นธุรกิจเดียวในปี 2566 ที่ขาดทุนสุทธิ 3,159.95 บาท แม้จะมีรายได้รวมที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 โดยในปี 2566 สร้างรายได้ 131,644.73 ล้านบาท ถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้รวมมากที่สุดของกลุ่มประเภทการขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ โดยกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่เดียวในปี 2566 ที่มีผลประกอบการขาดทุน ขณะที่ภาคใต้เป็นภูมิภาคเดียวที่มีผลกำไรเติบโตมากขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2565

- **ประเภทขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม**

ในปี 2566 รายได้รวมและกำไรสุทธิของธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม ลดลงร้อยละ 1.53 และ 3.39 ตามลำดับ โดยในช่วงปี 2564 - 2566 นิติบุคคลขนาดใหญ่มีกำไรมากขึ้นทุกปี ในขณะที่นิติบุคคลขนาดเล็กขาดทุนสุทธิเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และนิติบุคคลขนาดกลางมีกำไรสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 กรุงเทพฯ มีรายได้รวมและกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปี 2565 อย่างไรก็ตาม ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่มีรายได้รวมเพิ่มมากขึ้นแต่กำไรสุทธิลดลง ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้รวมลดลงแต่กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

- **ประเภทขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ**

ในปี 2564 - 2566 ธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ มีรายได้รวมและกำไรเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี โดยในปี 2566 มีรายได้รวมมูลค่า 454,404.32 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 10.97 เมื่อเทียบกับปี 2565 และมีกำไรสุทธิ 13,134.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5,138.39 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2565 โดยทุกประเภทธุรกิจมีกำไรสุทธิเพิ่มมากขึ้น และธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดิโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูปเป็นธุรกิจที่มีผลประกอบการดีขึ้นอย่างชัดเจน จากที่ขาดทุนสุทธิ 166.37 ล้านบาท ในปี 2565 กลายเป็น มีกำไรสุทธิ 676.86 ล้านบาท ในปี 2566 โดยกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีรายได้รวมและกำไรสุทธิมากที่สุด

- **ประเภทขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2566 รายได้และกำไรสุทธิของธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ มีมูลค่าลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565 โดยรายได้มีมูลค่า 828,705.35 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.11 ในขณะที่กำไรสุทธิลดลงเหลือ 13,081.66 ล้านบาท โดยธุรกิจประเภทขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ มีรายได้และกำไรสุทธิมากที่สุดที่

431,080.54 ล้านบาท และ 6,391.50 ล้านบาท ตามลำดับ แต่หากเทียบกับปี 2565 จะพบว่ารายได้รวมและกำไรสุทธิของธุรกิจดังกล่าวลดลง ทั้งนี้ กรุงเทพฯ มีรายได้รวมมากที่สุด แม้ว่ารายได้รวมจะลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565 และภาคกลางมีกำไรสุทธิมากที่สุด แม้ว่ากำไรสุทธิจะลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565

- **ประเภทขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ**

ในช่วงปี 2564 – 2566 กำไรสุทธิของธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะเพิ่มมากขึ้นในทุกปี แม้รายได้รวมในปี 2566 จะมีมูลค่าลดลงเหลือ 95,436.03 ล้านบาท จากปี 2565 ที่มีมูลค่า 97,938.11 ล้านบาท โดยธุรกิจขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานมีรายได้รวมและกำไรสุทธิสูงสุด และกรุงเทพฯ มีรายได้รวมและกำไรสุทธิมากที่สุดที่ 61,613.36 ล้านบาท และ 2,320.08 ล้านบาท ตามลำดับ

- **ประเภทขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ**

ในช่วงปี 2564-2566 ธุรกิจการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะมีรายได้รวมและกำไรสุทธิเติบโตต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มีรายได้รวม 3,019,203.86 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.92 จากปีก่อนหน้า และมีกำไรสุทธิ 41,455.19 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.41 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ธุรกิจขายปลีกเครื่องประดับมีรายได้รวมมากที่สุด 2,398,435.06 ล้านบาท แต่ธุรกิจขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์เป็นธุรกิจที่มีกำไรสุทธิมากที่สุด 8,411.81 ล้านบาท แม้กำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565 ทั้งนี้ ในปี 2566 กรุงเทพฯ มีรายได้รวมและกำไรสุทธิสูงสุดเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ และมีเพียงภาคเหนือและภาคตะวันตกที่มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

- **ประเภทขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ**

ในปี 2566 ธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ มีรายได้รวม 16,170.18 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2565 และกำไรสุทธิของธุรกิจลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2564 – 2566 เหลือ 84.29 ล้านบาท ในปี 2566 ธุรกิจร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น มีรายได้รวมและกำไรสุทธิมากที่สุด และธุรกิจร้านขายปลีกวัตถุโบราณเป็นธุรกิจเดียวที่ขาดทุนสุทธิ 4.78 ล้านบาท จากเดิมที่มีกำไรสุทธิ 0.38 ล้านบาท ในปี 2565 โดยภาคกลางเป็นภูมิภาคที่มีรายได้รวมและกำไรสุทธิมากที่สุด ถึงแม้รายได้รวมและกำไรสุทธิจะลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565

- **ประเภทขายปลีกบนแผงลอยและตลาด**

ธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2564 -2566 โดยในปี 2566 มีรายได้รวม 12,885.79 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 116.43 ล้านบาท โดยธุรกิจการขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาดมีรายได้รวมมากที่สุดคือ 3,731.92 ล้านบาท และธุรกิจการขายปลีกผลิตภัณฑ์อาหารบนแผงลอยและตลาดมีกำไรสุทธิมากที่สุด คือ 195.54 ล้านบาท โดยกรุงเทพฯ มีรายได้รวมและกำไรสุทธิมากที่สุด และภาคตะวันออกและภาคเหนือเป็นเพียงสองภูมิภาคที่ขาดทุนสุทธิ

- ประเภทขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด

ในปี 2566 รายได้รวมและกำไรสุทธิของธุรกิจขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาดมีมูลค่า 29,213.30 ล้านบาท ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 15.97 และขาดทุน 478.04 ล้านบาท จากเดิมที่ได้กำไรสุทธิ 1,383.82 ล้านบาท โดยกรุงเทพฯ มีรายได้รวมมากที่สุด 25,202.09 ล้านบาท แต่ขาดทุนสุทธิมากที่สุด 847.53 ล้านบาท ขณะที่ภาคกลางมีกำไรสุทธิสูงที่สุด 276.38 ล้านบาท

- ประเภทขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

ในช่วงปี 2564 - 2566 รายได้รวมของการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตขาดทุนสุทธิอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 ขาดทุนสุทธิ 3,990.90 ล้านบาท และทุกขนาดธุรกิจขาดทุนสุทธิจากการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งกรุงเทพฯ มีรายได้รวมมากที่สุด 147,930.64 ล้านบาท แต่ขาดทุนสุทธิมากที่สุด 5,033.32 ล้านบาท ทั้งนี้ มีเพียงภาคใต้และกรุงเทพฯ ที่ธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตขาดทุนสุทธิ

3.3 การวิเคราะห์กลุ่มธุรกิจขายปลีกศักยภาพของไทย

หากจัดกลุ่มธุรกิจขายปลีกของไทย โดยพิจารณาจากการเปรียบเทียบรายได้รวมระหว่างปี 2565 และ 2566 และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ในปี 2566 เทียบกับกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ในปี 2565 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มธุรกิจขายปลีกออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่ม 1 กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น คือกลุ่มธุรกิจที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ (2) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ (3) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกบนแผงลอยและตลาด และ (4) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านเฉพาะ

ชื่อกลุ่มประเภทธุรกิจ	รายได้รวม ปี 2565 (ล้านบาท)	รายได้รวม ปี 2566 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2565 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2566 (ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลง ของรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 66/65
1. การขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ	409,472.50	454,404.32	7,996.00	13,134.39	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น
2. การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ	2,496,812.96	3,019,203.86	36,551.91	41,455.19	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น
3. การขายปลีกบนแผงลอยและตลาด	10,388.03	12,885.79	5.25	116.43	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น
4. การขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านเฉพาะ	97,938.11	95,436.03	2,732.61	3,240.61	รายได้ลดลง กำไรเพิ่มขึ้น

กลุ่ม 2 กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ คือกลุ่มธุรกิจที่มีรายได้รวมเพิ่มมากขึ้นในปี 2566 แต่มีกำไรสุทธิลดลง/ขาดทุนสุทธิเพิ่มขึ้น ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (2) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

ชื่อกลุ่มประเภทธุรกิจ	รายได้รวม ปี 2565 (ล้านบาท)	รายได้รวม ปี 2566 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2565 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2566 (ล้านบาท)	แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
1. การขายปลีกในร้านค้า ทั่วไป	1,503,755.48	1,558,062.18	43,034.38	36,729.55	รายได้เพิ่มขึ้น กำไรลดลง
2. การขายปลีกทาง อินเทอร์เน็ต	176,107.50	179,836.04	-3,950.03	-3,990.90	รายได้เพิ่มขึ้น ขาดทุนเพิ่มขึ้น

กลุ่ม 3 กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา คือกลุ่มธุรกิจที่มีรายได้รวมลดลง และมีกำไรสุทธิลดลง/ขาดทุนสุทธิเพิ่มขึ้น ในปี 2566 ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ (2) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปั่น (3) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ (4) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ และ (5) กลุ่มธุรกิจการขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้าแผงลอยหรือตลาด

ชื่อกลุ่มประเภทธุรกิจ	รายได้รวม ปี 2565 (ล้านบาท)	รายได้รวม ปี 2566 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2565 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2566 (ล้านบาท)	แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
1. การขายปลีกอาหารและ เครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ	460,414.63	458,364.35	10,668.79	1,259.81	รายได้ลดลง กำไรลดลง
2. การขายปลีกเชื้อเพลิง ยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปั่น	1,042,355.10	1,026,449.03	4,640.25	4,483.16	รายได้ลดลง กำไรลดลง
3. การขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ	882,678.09	828,705.35	16,838.76	13,081.66	รายได้ลดลง กำไรลดลง
4. การขายปลีกสินค้ามือ สองในร้านค้าเฉพาะ	18,533.64	16,170.18	158.90	84.29	รายได้ลดลง กำไรลดลง
5. การขายปลีกที่ไม่ได้ กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด	34,764.09	29,213.30	1,383.82	-478.04	รายได้ลดลง ขาดทุนเพิ่มขึ้น

4. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพ

สนค. ได้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพในภูมิภาคต่างๆ ของไทย⁹ เพื่อศึกษารวบรวมข้อมูลแนวทางในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นต้นแบบและถอดบทเรียนแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทย โดยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ 3 ธุรกิจศักยภาพ ได้แก่ (1) แจ่มฟ้า (จังหวัดลำพูนภาคเหนือ) (2) Mother Marché (จังหวัดกระบี่ ภาคใต้) และ (3) ยงสงวน (จังหวัดอุบลราชธานีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้ (รายละเอียดตามภาคผนวก 4)

- ประเด็นสำคัญ

- จุดแข็งและกลยุทธ์ที่ทั้ง 3 รายมีร่วมกัน ได้แก่ (1) การมีธุรกิจค้าส่งช่วยต่อยอดให้เกิดการขยายธุรกิจเป็นร้านค้าปลีก (2) การบริหารจัดการคลังสินค้าเป็นของตนเอง และการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ ช่วยในเรื่องการควบคุมต้นทุนของสินค้า (3) การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (4) ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน และ (5) การปรับตัวกับสถานการณ์เศรษฐกิจ ตลอดจนปรับหน้าร้านค้าให้มีความทันสมัยและมีสินค้าหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

- อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของไทยที่ประสบความสำเร็จ ไม่ใช่แค่รายที่ดำเนินธุรกิจที่เน้นการจำหน่ายสินค้าราคาถูกเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการที่เน้นจำหน่ายสินค้าพรีเมียม หรือสินค้าที่แตกต่างหลากหลาย ก็ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์และกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน อาทิ Mother Marché ที่จำหน่ายสินค้าพรีเมียมและสินค้าอุปโภคบริโภคนำเข้า เพื่อกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และอยู่ในจังหวัด/พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

- มุมมองต่อธุรกิจค้าปลีกในอนาคต

- เศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคชะลอตัว
- การแข่งขันในตลาดค้าปลีกจะรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ และ Modern trade เข้ามาแข่งขันในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการค้าปลีกจะต้องปรับตัว ไม่ว่าจะเป็นปรับหน้าร้านค้าให้มีความทันสมัยและมีสินค้าหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในพื้นที่

- ผู้ประกอบการค้าปลีกต้องปรับรูปแบบร้านค้าให้มีความทันสมัย ในอนาคตต้องมีการขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค

- ผู้ประกอบการค้าปลีกตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการลดการแจกถุงพลาสติก/ใช้พลาสติกที่ย่อยสลายได้ และการใช้ solar cell เป็นต้น

- ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ

- การมีธุรกิจค้าส่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจค้าปลีกประสบผลสำเร็จได้ดี

- ความสัมพันธ์ที่ดีและเหนียวแน่นกับคนในพื้นที่ชุมชนช่วยให้การดำเนินธุรกิจยั่งยืน

⁹ คัดเลือกผู้ประกอบการค้าปลีกไทยที่ประสบความสำเร็จ มีจุดแข็งและกลยุทธ์ที่หลากหลาย และอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของไทย

- การมีพันธมิตรคู่ค้าที่ดีมีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับผู้จัดหาสินค้า (supplier) และการขนส่งโลจิสติกส์
 - การพัฒนาไปสู่ระบบบริษัท ผู้ถือหุ้น แทนการสืบทอดธุรกิจแบบครอบครัวรุ่นสู่รุ่นเป็นแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางธุรกิจและการคงอยู่ของธุรกิจในพื้นที่
 - การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับอนาคต และช่องทางการขายออนไลน์เป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องดำเนินการ เพื่อรองรับกับพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์
 - ความเข้าใจตลาดในพื้นที่เป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยผู้ประกอบการต้องเลือกทำเลที่ตั้งศักยภาพและมีความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่
- ประเด็นที่ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีก
 - การพัฒนาสนับสนุนเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยอย่างต่อเนื่อง
 - การสนับสนุนการสร้างภาคีเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจและการจับคู่ทางธุรกิจ
 - การพัฒนาแอปพลิเคชันให้ร้านค้าท้องถิ่นขายสินค้าออนไลน์ร่วมกัน
 - การเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับ supplier ในการซื้อสินค้ามาจำหน่าย
 - ความต่อเนื่องของโครงการภาครัฐที่เป็นประโยชน์ในการสนับสนุนธุรกิจค้าปลีก อาทิ โครงการธงฟ้าโครงการสมาร์ตโชห่วย

5. การดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของกระทรวงพาณิชย์

5.1 กิจกรรมอบรมผู้ประกอบการ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1. การบ่มเพาะผู้ประกอบการให้มีทักษะต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy: NEA) ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมออนไลน์ (e-Academy) ใน 4 หลักสูตรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ (2) การสร้างช่องทางตลาด (3) การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย และ (4) เศรษฐกิจกระแสใหม่

2. การดำเนินการร่วมกับห้างสรรพสินค้าไทย (บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด) สนับสนุนและพัฒนา นักออกแบบและสินค้าไทยให้สามารถยกระดับขีดความสามารถและเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล โดยในปี 2567 มีการจัดกิจกรรมบ่มเพาะและส่งเสริมการขายสินค้าของนักออกแบบไทย ภายใต้แนวคิดเทศกาลสงกรานต์ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดของสินค้านักออกแบบไทยที่มีนวัตกรรมและการออกแบบดีที่สะท้อนความเป็นไทย

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

1. กิจกรรมยกระดับมาตรฐานและสร้างเครือข่ายร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่น โดยมีการประเมินวิเคราะห์ศักยภาพความพร้อมของร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่นที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรม การลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ณ สถานประกอบการ และลงพื้นที่ตรวจประเมินผลการพัฒนาระบบการบริหารจัดการของร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่น

เพื่อคัดเลือกร้านค้าที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ เข้าร่วมกิจกรรม “พัฒนาร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่น สู่การเป็นร้านค้าต้นแบบ”

ในปี 2566 มีร้านค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 32 ร้านค้า เข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างองค์ความรู้ ศึกษาดูงาน และสร้างเครือข่ายร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่น เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์การบริหารจัดการธุรกิจ นอกจากนี้ มีการจัดทำวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมยกระดับมาตรฐานและสร้างเครือข่ายร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่น และวิดิทัศน์ประมวลผลการดำเนินกิจกรรม ในปี 2566 รวมทั้งจัดพิธีมอบเกียรติบัตรให้แก่ร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่นที่มีผลการพัฒนายอดเยี่ยม โดยจัดทำเกียรติบัตรอิเล็กทรอนิกส์ให้กับทุกร้านค้าที่เข้ารับการพัฒนา ในปี 2566 และจัดพิมพ์เกียรติบัตรเพื่อมอบให้แก่ 10 ร้านค้าที่มีคะแนนสูงสุด ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และจัดกิจกรรมศึกษาดูงานเครื่อง Vending Machine ณ บริษัท เพย์ อิท ฟอว์ เวิร์ด

สำหรับในปี 2567 อยู่ระหว่างดำเนินการโครงการฯ โดยมีเป้าหมายให้มีร้านค้าส่งค้าปลีกท้องถิ่น ได้รับการพัฒนายกระดับตามเกณฑ์มาตรฐานของ พค. เป็นร้านค้าต้นแบบ จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ราย

2. โครงการสมาร์ตโซห่วย พลัส มีการดำเนินการ 2 กิจกรรมหลัก ดังนี้

2.1 กิจกรรมเสริมสร้างองค์ความรู้และสร้างเครือข่ายให้แก่ร้านค้าโซห่วยทั่วประเทศ เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้า เช่น บัญชีและภาษี การตลาด บริหารจัดการร้านค้า การใช้โซเชียลมีเดียในการทำตลาด ฯลฯ ทั้งในรูปแบบ Online และ Onsite ทั้งนี้ ปี 2566 มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 2,981 ราย ประกอบด้วย (1) สัมมนาในรูปแบบ Online ผ่านระบบ Zoom "สัมมนาออนไลน์ by DBD" จำนวน 6 ครั้ง โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม จำนวน 1,005 ราย และ (2) สัมมนาในรูปแบบ Onsite ครอบคลุม 4 ภูมิภาค หัวข้อ “ลดต้นทุน เพิ่มรายได้ สร้างเครือข่าย สู่การเป็นสมาร์ตโซห่วย” จำนวน 10 ครั้ง ทุกภูมิภาค ได้แก่ ปราจีนบุรี นครราชสีมา ยโสธร เชียงราย ลำพูน กาฬสินธุ์ นครราชสีมา อุตรดิตถ์ อุตรธานี และร้อยเอ็ด โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม จำนวน 1,976 ราย

2.2 กิจกรรมการพัฒนาร้านค้าโซห่วยให้เป็น “สมาร์ตโซห่วย” ประกอบด้วยการปรับภาพลักษณ์ร้านค้า ตามหลัก 5ส และการส่งเสริมใช้ระบบ POS ครอบคลุม 4 ภูมิภาค ดำเนินการจัดอบรมออนไลน์ให้กับทีมงานร้านค้า พี่เลี้ยงโซห่วยซึ่งเป็นร้านค้าต้นแบบที่ผ่านการคัดเลือกโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการปรับภาพลักษณ์ร้านค้า พร้อมลงพื้นที่ปรับภาพลักษณ์ร้านค้า ปี 2566 จำนวน 201 ร้านค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านระบบ POS บรรยายให้ความรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมในการลงพื้นที่พัฒนาร้านค้าโซห่วยให้เป็น “สมาร์ตโซห่วย” พร้อมลงพื้นที่ ณ สถานประกอบการร้านค้า เพื่อส่งเสริมให้ร้านค้าใช้ระบบได้จริง ปี 2566 จำนวน 100 ร้านค้า

สำหรับในปี 2567 อยู่ระหว่างดำเนินการโครงการฯ โดยมีเป้าหมาย ดังนี้ (1) ร้านค้าโซห่วยได้รับองค์ความรู้ ในการบริหารจัดการร้านค้า จำนวนไม่น้อยกว่า 2,600 ราย และ (2) ร้านค้าโซห่วยได้รับการพัฒนาเป็นร้านค้า สมาร์ตโซห่วย จำนวนไม่น้อยกว่า 250 ราย ประกอบด้วย การปรับภาพลักษณ์ร้านค้า จำนวนไม่น้อยกว่า 150 ราย และการส่งเสริมการใช้ระบบ POS จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ราย

กรมการค้าภายใน

1. ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น เพิ่มขีดความสามารถให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ธุรกิจ SMEs และคนในชุมชน โดยส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนที่มีเอกลักษณ์พาณิชย์ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน คนในชุมชน

สามารถนำสินค้าที่ผลิตเข้ามาจำหน่ายภายในตลาดต้องชม และเน้นจุดเด่นและวิถีชุมชน รวมทั้งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการและจับจ่ายสินค้าและสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มขึ้น

2. หมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชน กลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน เพื่อให้การประกอบธุรกิจมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินธุรกิจของชุมชนได้อย่างมั่นคง ชุมชนเติบโตขึ้นอย่างแข็งแรงมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้

3. พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) โดยส่งเสริม/สนับสนุนให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น ผลิตสินค้าคุณภาพ รวมทั้งจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน เพื่อใช้เป็นจุดรวบรวมและเชื่อมโยงกระจายผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่

5.2 กิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1. กิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion) ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก อาทิ ห้าง Big C, Tops Market เวียดนาม (เครือเซ็นทรัล รีเทล), ซูเปอร์มาร์เก็ต Towa บราซิล, ห้าง Mega City, City Super ไต้หวัน, ห้าง Henglong Market แวนคูเวอร์ แคนาดา, ห้าง Dream Island อินเดีย, ห้าง Wah Nam Hong Supermarket, ห้าง Westfield Mall of Netherlands เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

2. ความร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ในต่างประเทศ 9 แพลตฟอร์ม 9 ประเทศ ได้แก่ (1) Amazon (สหรัฐฯ) (2) Tmall (จีน) (3) Bigbasket (อินเดีย) (4) Blibli (อินโดนีเซีย) (5) PCHome (ไต้หวัน) (6) Shopee (มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์) (7) Lazada (มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์) (8) Rakuten (ญี่ปุ่น) (9) JD.com (จีน) ส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพันธมิตร และจัดกิจกรรม “Cross Border e-Commerce ขายสนุก บุกตลาดโลก” ในจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา ซึ่งเป็นกิจกรรมฝึกอบรม และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับตลาดศักยภาพ การขายสินค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ และจับคู่ธุรกิจการค้าโดยสินค้าที่ได้รับความนิยม เช่น อาหารแปรรูป สุขภาพและความงาม แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ และอัญมณีและเครื่องประดับ

5.3 กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ ลดภาระค่าครองชีพประชาชน

กรมการค้าภายใน

กรมการค้าภายในมีมาตรการบริหารกำกับดูแลสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการครองชีพให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ปริมาณเพียงพอ รวมทั้งติดตามและประเมินภาวะราคาสินค้าได้ทันต่อสถานการณ์ เพื่อกำหนดมาตรการที่เหมาะสม และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันต่อสถานการณ์ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้ (1) ขอความร่วมมือผู้ประกอบการให้ตรึงราคา หรือชะลอการปรับราคาจำหน่ายสินค้าเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้ผู้บริโภค และจัดส่งสินค้าไปจำหน่ายให้ทั่วถึงและมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ (2) ขอความร่วมมือห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ ห้างท้องถิ่น กำกับดูแลสาขาให้เพิ่มปริมาณสินค้ามากกว่าปกติให้เพียงพอต่อความต้องการ (3) กำชับให้ติดป้ายแสดงราคาสินค้า ณ ชั้นวางสินค้าให้ตรงกับราคาที่จำหน่ายสินค้า

ทั้งนี้ มีกิจกรรม ดังนี้

1. ธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน

1.1 จัดงานธงฟ้า โดยร่วมกับ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้า ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20-40

1.2 ร้านอาหารธงฟ้า โดยรับสมัครร้านอาหารที่อยู่ในหลักเกณฑ์เข้าร่วมโครงการ เพื่อเป็นทางเลือกให้ประชาชนในการบริโภคอาหารปรุงสำเร็จที่มี “คุณภาพดี สะอาด และประหยัด”

2. ร้านธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยรับสมัครร้านค้าปลีก/โชห่วย สหกรณ์ ร้านค้ากองทุนหมู่บ้าน ร้านค้าในตลาดสดเข้าร่วมโครงการฯ สำหรับผู้มีสิทธิสวัสดิการแห่งรัฐ ในการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ

3. พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน ร่วมมือกับภาคเอกชน อาทิ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย สินค้าอุปโภคบริโภค ห้างสรรพสินค้า ห้างท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อ แพลตฟอร์มออนไลน์ และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ลดราคาจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อช่วยเหลือและลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนช่วงเทศกาลสำคัญ (ปีใหม่/ตรุษจีน/กินเจ/ก่อนเปิดเรียน)

6. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทย

เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทยอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานภาครัฐควรดำเนินแนวทางการสนับสนุนธุรกิจขายปลีกตามศักยภาพและความต้องการของแต่ละกลุ่ม โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น (2) กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ และ (3) กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา

กลุ่ม 1 กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น

กลุ่ม 1 กลุ่มธุรกิจขายปลีกดาวเด่น ได้แก่ (1) กลุ่มประเภทการขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ (2) กลุ่มประเภทการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ (3) กลุ่มประเภทการขายปลีกบนแผงลอยและตลาด และ (4) กลุ่มประเภทการขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายการดำเนินการของธุรกิจให้มากขึ้น อาทิ การขยายผลิตภัณฑ์ในการจำหน่าย การขยายสาขาในการดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำตลาด และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(2) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการจัดทำฐานข้อมูลของธุรกิจ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ คาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อวางแผนในการดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ อาทิ การตลาด การจัดการสินค้าคงคลัง การพัฒนาสินค้าและบริการ รวมทั้งมีการติดตามการใช้ข้อมูล ประเมิน และปรับปรุงฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(3) ผลักดันให้ผู้ประกอบการมีการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เพื่อจัดการกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ อาทิ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความต่อเนื่อง สามารถหลีกเลี่ยงและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และทำให้การดำเนินธุรกิจมีความยั่งยืน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(4) ส่งเสริมและขับเคลื่อนการดำเนินนโยบาย Soft Power อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าและบริการของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการได้มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(5) ผลักดันให้ธุรกิจศักยภาพพัฒนาขยายการลงทุนด้วยการดำเนินธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาธุรกิจที่เป็นมาตรฐาน และผลักดันการส่งออกแฟรนไชส์ไปยังต่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา
- หน่วยงานอื่น ๆ : กระทรวงการต่างประเทศ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(6) สร้างพันธมิตรร่วมกับสถาบันการเงินเพื่อสนับสนุนด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการในการขยายการลงทุน และพัฒนาธุรกิจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ : สถาบันการเงินต่างๆ อาทิ ธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

(7) สร้างภาคีกับแพลตฟอร์มค้าปลีกสำคัญเพื่อช่วยผู้ประกอบการเพิ่มช่องทางและกำไรสุทธิให้มากขึ้น อาทิ การเจรจาขอลดค่าส่วนแบ่งหรือค่าคอมมิชชันที่ร้านค้าจ่ายให้แก่แอปพลิเคชัน (Gross Profit: GP)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ: ภาคเอกชน อาทิ แพลตฟอร์มค้าปลีก เช่น Shopee Lazada Amazon สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

(8) จัดทำแผนการส่งเสริมขยายธุรกิจค้าปลีกในระยะสั้น กลาง ยาว ที่ครอบคลุมการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดชายแดนและจังหวัดหลักในภูมิภาค

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ: หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(9) ส่งเสริมพัฒนาร้านค้าปลีกในพื้นที่ โดยผลักดันให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าภายใน
- หน่วยงานอื่น ๆ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงมหาดไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

กลุ่ม 2 กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ

กลุ่ม 2 กลุ่มธุรกิจขายปลีกมีศักยภาพ ได้แก่ (1) กลุ่มประเภทการขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (2) กลุ่มประเภทการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมการหาพันธมิตรร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็งขึ้น โดยเฉพาะพันธมิตรในการขนส่ง พันธมิตรในการจัดหาสินค้า (Supplier) คู่ค้าในต่างประเทศ และการพัฒนาสร้างเครือข่าย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(2) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเพิ่มจุดแข็ง สร้างความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจ เพื่อเพิ่มยอดขาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(3) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาระบบสมาชิกเพื่อสร้างความภักดีต่อธุรกิจ ให้เกิดความผูกพันและเกิดการซื้อซ้ำ โดยมีการให้ส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ ในครั้งถัดไป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(4) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับคนในท้องถิ่น โดยการสร้างประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(5) ผลักดันยกระดับมูลค่าและมาตรฐานธุรกิจขายปลีก เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นกับผู้บริโภค โดยการคัดสรรสินค้าบริการคุณภาพสูง ใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างมาตรฐานความปลอดภัย

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(6) สร้างภาคีกับแพลตฟอร์มค้าปลีกสำคัญเพื่อช่วยผู้ประกอบการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และช่วยลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจ อาทิ การขอลดค่าส่วนแบ่งหรือค่าคอมมิชชันที่ร้านค้าจ่ายให้แก่แอปพลิเคชัน (Gross Profit: GP)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ : ภาคเอกชน อาทิ แพลตฟอร์มค้าปลีก เช่น Shopee Lazada Amazon สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

(7) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เช่น Facebook Line Tiktok เพิ่มความใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า และเพิ่มยอดขายในการจำหน่ายสินค้า

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่น ๆ : ภาคเอกชน Facebook Line Tiktok หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

กลุ่ม 3 กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา

กลุ่ม 3 กลุ่มธุรกิจขายปลีกที่ต้องพัฒนา ได้แก่ (1) กลุ่มประเภทการขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ (2) กลุ่มประเภทการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปั้ม (3) กลุ่มประเภทการขายปลีกเครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ (4) กลุ่มประเภทการขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ และ (5) กลุ่มประเภทขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้มากขึ้น อาทิ การจัดทำโปรโมชั่น การจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งใช้แพลตฟอร์มการจำหน่ายสินค้าให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่แตกต่างกัน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(2) ผลักดันให้เกิดการลงทุนในการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะแก่ผู้ประกอบการรายเล็ก เพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรโดยรวมของธุรกิจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ไปรษณีย์ไทย

(3) สนับสนุนช่องทางทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากปัจจุบันค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูงขึ้น ผู้ค้าปลีกออนไลน์ต้องลงทุนในโฆษณาและการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อให้ร้านค้าเข้าถึงผู้บริโภค โดยภาครัฐอาจมีความร่วมมือกับภาคีแพลตฟอร์มต่างชาติ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการไทยจำหน่ายสินค้า

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : กรมประชาสัมพันธ์

(4) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรม ใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์วางแผนและบริหารจัดการธุรกิจ พัฒนาระบบการจัดการสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ : หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

(5) สนับสนุนองค์ความรู้ด้านกฎระเบียบด้านภาษีและการค้าที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดช่องทางการจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มที่หลากหลายได้ถูกต้องตามกฎหมาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
- หน่วยงานอื่น ๆ: สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สดช.) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

(6) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เช่น Facebook Line Tiktok เพิ่มความใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า และเพิ่มยอดขายในการจำหน่ายสินค้า

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- หน่วยงานอื่นๆ : ภาคเอกชน Facebook Line Tiktok สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (ม.ป.ป.). *DBD Data Warehouse*. เข้าถึงได้จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป.). *Dashboard SME Big Data*. เข้าถึงได้จาก <https://www.smebigdata.com/home>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *รายงานภาวะเศรษฐกิจไตรมาสที่ 2/2567*. เข้าถึงได้จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=QGDP_report

Euromonitor International. (n.d.). *Market Sizes | Historical/Forecast (2022-2028): Retail in Thailand*. [Data set]. Passport.

Euromonitor International. (n.d.). *Market Sizes | Historical/Forecast (2022-2028): Retail World*. [Data set]. Passport.

United Nations. (n.d.). *UNSD - classification detail ISIC, Rev. 4 - Code 47*. United Nations. <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/Structure/Detail/EN/27>

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (ม.ป.ป.). *DBD Data Warehouse*. เข้าถึงได้จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป.). *Dashboard SME Big Data*. เข้าถึงได้จาก <https://www.smebigdata.com/home>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *รายงานภาวะเศรษฐกิจไตรมาสที่ 2/2567*. เข้าถึงได้จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=QGDP_report

Euromonitor International. (n.d.). *Market Sizes | Historical/Forecast (2022-2028): Retail in Thailand*. [Data set]. Passport.

Euromonitor International. (n.d.). *Market Sizes | Historical/Forecast (2022-2028): Retail World*. [Data set]. Passport.

United Nations. (n.d.). *UNSD - classification detail ISIC, Rev. 4 - Code 47*. United Nations. <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/Structure/Detail/EN/27>

ภาคผนวก 1

ตารางที่ 1 การจัดแบ่งกลุ่มประเภทธุรกิจค้าปลีก

ประเภทธุรกิจ	รหัสประเภทธุรกิจ (TSIC)
1. การขายปลีกในร้านค้าทั่วไป	1) 47111:ซูเปอร์มาร์เก็ต 2) 47112:ดีสเคาท์สโตร์/ซูเปอร์เซ็นเตอร์/ไฮเปอร์มาร์เก็ต 3) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท 4) 47114:ร้านขายของชำ 5) 47190:การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป
2. การขายปลีกอาหารและเครื่องดื่ม ในร้านค้าเฉพาะ	1) 47211:ร้านขายปลีกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ 2) 47212:ร้านขายปลีกปลาและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ 3) 47213:ร้านขายปลีกผักและผลไม้ 4) 47214:ร้านขายปลีกข้าวและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการสีข้าว 5) 47215:ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์ขนมอบ 6) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น 7) 47221:ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 8) 47222:ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์
3. การขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะสถานี ปัม	1) 47300:การขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปัม
4. การขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสาร ในร้านเฉพาะ	1) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ 2) 47412:ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวิดีโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป 3) 47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม 4) 47420:การขายปลีกอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับภาพและเสียงในร้านเฉพาะ
5. การขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ	1) 47511:การขายปลีกด้ายและผ้า 2) 47512:ร้านขายปลีกของใช้ในครัวเรือนที่ทำจากสิ่งทอ 3) 47513:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ตัดเย็บ 4) 47521:ร้านขายปลีกเครื่องโลหะ 5) 47522:ร้านขายปลีกสีทาผนังน้ำมันชักเงาและแล็กเกอร์ 6) 47523:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การวางท่อและเครื่องสุขภัณฑ์ 7) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ 8) 47525:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างหลายชนิดรวมถึงวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือชนิดนำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง 9) 47530:การขายปลีกพรมพรมหนาวัสดุปิดฝาผนังและปูพื้นในร้านค้าเฉพาะ

ประเภทธุรกิจ	รหัสประเภทธุรกิจ (TSIC)
	10) 47590:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ ไฟฟ้าแสงสว่างและของใช้ในครัวเรือนชนิดอื่นๆในร้านค้าเฉพาะ 11) 47591:ร้านขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน 12) 47592:ร้านขายปลีกเครื่องดินเผาเครื่องแก้วและเครื่องครัว 13) 47593:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับให้แสงสว่าง 14) 47594:ร้านขายปลีกอุปกรณ์เกี่ยวกับเครื่องดนตรี 15) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดในครัวเรือน 16) 47599:ร้านขายปลีกของใช้อื่นๆในครัวเรือนซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
6. การขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ	1) 47611:ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร 2) 47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน 3) 47620:การขายปลีกสื่อบันทึกเสียงเพลงและสื่อบันทึกวีดิทัศน์ในร้านค้าเฉพาะ 4) 47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ 5) 47640:การขายปลีกเกมและของเล่นในร้านค้าเฉพาะ 6) 47691:ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก 7) 47699:ร้านขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการอื่นๆซึ่งมิได้ จัดประเภทไว้ในที่อื่น
7. การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ	1) 47711:ร้านขายปลีกเสื้อผ้า 2) 47712:ร้านขายปลีกรองเท้า 3) 47713:ร้านขายปลีกเครื่องนุ่งยักเว้นรองเท้า 4) 47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ 5) 47722:ร้านขายปลีกเครื่องหอม 6) 47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง 7) 47731:ร้านขายปลีกนาฬิกาแว่นตาและอุปกรณ์ถ่ายภาพ 8) 47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ 9) 47733:ร้านขายปลีกดอกไม้ต้นไม้อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง 10) 47734:ร้านขายปลีกสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง 11) 47735:ร้านขายปลีกก๊าซและเชื้อเพลิงอื่นๆสำหรับใช้ในครัวเรือน 12) 47739:ร้านขายปลีกสินค้าใหม่อื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
8. การขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ	1) 47741:ร้านขายปลีกวัตถุโบราณ

ประเภทธุรกิจ	รหัสประเภทธุรกิจ (TSIC)
	2) 47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกายรองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว 3) 47743:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมที่ใช้แล้ว 4) 47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนที่ใช้แล้ว 5) 47745:ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสารที่ใช้แล้ว 6) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่น ๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
9. การขายปลีกบนแผงลอยและตลาด	1) 47811:การขายปลีกผลิตภัณฑ์อาหารบนแผงลอยและตลาด 2) 47812:การขายปลีกเครื่องดื่มบนแผงลอยและตลาด 3) 47813:การขายปลีกผลิตภัณฑ์ยาสูบบนแผงลอยและตลาด 4) 47821:การขายปลีกสิ่งทอบนแผงลอยและตลาด 5) 47822:การขายปลีกเสื้อผ้ารองเท้าและเครื่องหนังบนแผงลอยและตลาด 6) 47891:การขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม บนแผงลอยและตลาด 7) 47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด 8) 47893:การขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสารบนแผงลอยและตลาด 9) 47894:การขายปลีกสื่อบันทึกเสียงและภาพบนแผงลอยและตลาด 10) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด 11) 47896:การขายปลีกนาฬิกาแว่นตาเครื่องเพชรพลอยบนแผงลอย และตลาด 12) 47897:การขายปลีกดอกไม้ต้นไม้อัตโนมัติเลี้ยงและอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงบนแผงลอยและตลาด 13) 47899:การขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด
10. การขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอยหรือตลาด	1) 47911:การขายปลีกโดยการรับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรศัพท์ วิทย์ และโทรศัพท์ 2) 47991:การขายตรง 3) 47999:การขายปลีกโดยไม่มีร้านซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
11. การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต	1) 47912:การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

ภาคผนวก 2

จำนวนผู้ประกอบการ แรงงาน และนิติบุคคลการขายปลีก

1. กลุ่มการขายปลีกในร้านค้าทั่วไป

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป

	จำนวน ผู้ประกอบการใน กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (ราย)	จำนวน ผู้ประกอบการใน ต่างจังหวัด (ราย)	จำนวน ผู้ประกอบการ ทั่วประเทศ (ราย)	จำนวน ผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วน ผู้ประกอบการ MSMEs กับ ผู้ประกอบการ ทั้งหมด (%)
ปี 2564	76,769	436,577	513,346	513,109	99.95
ปี 2565	66,250	462,369	528,619	528,395	99.96
ปี 2566	66,747	462,972	529,719	529,489	99.96
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบกับปี 66/65	0.75	0.13	0.21	0.21	0.00

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 2 แรงงานในธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	1,179,131	1.17
ปี 2565	1,231,608	4.45
ปี 2566	1,245,642	1.14

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 3 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไปทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) เทียบกับปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	11,340	12,642	13,517	6.92
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	1,987	1,957	1,752	-10.48
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	270	388	482	24.23

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 4 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47111:ซูเปอร์มาร์เก็ต	633	61	32	667	90	33	789	77	31
2	47112:ดีสเคาท์สโตร์/ซูเปอร์เซ็นเตอร์/ ไฮเปอร์มาร์เก็ต	176	18	13	182	24	13	232	23	13
3	47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	1,076	22	12	1,182	31	11	1,204	21	14
4	47114:ร้านขายของชำ	919	68	25	949	78	24	1,007	67	30
5	47190:การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	7,848	328	109	8,859	366	115	9,491	408	110
	รวม	10,652	497	191	11,839	589	196	12,723	596	198
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (รวมกันทุกขนาด)	11,340			12,624			13,517		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคล ทั้งหมด (%)	93.93			93.78			94.13		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคล ทั้งหมด (%)	4.38			4.67			4.41		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคล ทั้งหมด (%)	1.68			1.55			1.46		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 5 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	3,007	123	54	3,184	3,348	139	54	3,541	3,590	134	58	3,782	7.23	-3.60	7.41
2	ภาคกลาง	2,164	76	17	2,257	2,410	88	20	2,518	2,624	94	20	2,738	8.88	6.82	0.00
3	ภาคตะวันออก	942	39	16	997	1,076	51	15	1,142	1,140	68	18	1,226	5.95	33.33	20.00
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,917	111	42	2,070	2,081	137	43	2,261	2,240	129	38	2,407	7.64	-5.84	-11.63
5	ภาคเหนือ	1,297	66	29	1,392	1,481	78	31	1,590	1,593	81	29	1,703	7.56	3.85	-6.45
6	ภาคใต้	945	59	22	1,026	1,027	64	23	1,114	1,101	67	19	1,187	7.21	4.69	-17.39
7	ภาคตะวันตก	380	23	11	414	416	32	10	458	435	23	16	474	4.57	-28.13	60.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 6 ธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47190: การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	2,181	(1) 47190: การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	891	(1) 47190: การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	1,536
(2) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	180	(2) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	151	(2) 47114:ร้านขายของชำ	315
(3) 47111:ซูเปอร์มาร์เก็ต	171	(3) 47114:ร้านขายของชำ	96	(3) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	276

ภูมิภาค					
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47190: การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	1,259	(1) 47190: การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	758	(1) 47190: การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	280
(2) 47114:ร้านขายของชำ	164	(2) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	196	(2) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	81
(3) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	133	(3) 47114:ร้านขายของชำ	121	(3) 47111:ซูเปอร์มาร์เก็ต	50

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47190: การขายปลีกสินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	3,104
(2) 47113:ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	222
(3) 47114:ร้านขายของชำ	217

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2. กลุ่มการขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	12,034	30,429	42,463	42,250	99.50
ปี 2565	12,625	45,191	52,728	52,520	99.61
ปี 2566	12,754	45,455	53,047	52,799	99.53
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	1.02	0.58	0.60	0.53	-0.08

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 8 แรงงานในธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	186,861	-0.05
ปี 2565	204,822	9.61
ปี 2566	212,606	3.80

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 9 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	9,169	9,371	9,635	2.82
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	1,034	955	983	2.93
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	294	376	316	-15.96

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 10 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามขนาดธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47211: ร้านขายปลีกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์	535	62	26	621	73	31	697	79	35
2	47212: ร้านขายปลีกปลาและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	433	61	18	440	64	23	445	69	30
3	47213: ร้านขายปลีกผักและผลไม้	728	42	13	729	63	10	779	53	21
4	47214: ร้านขายปลีกข้าวและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการสีข้าว	323	43	13	316	47	10	297	54	13
5	47215: ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์ขนมอบ	305	6	3	341	7	3	342	8	4
6	47219: ร้านขายปลีกอาหารอื่น ๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	4,018	215	44	4,055	204	48	4,108	219	58
7	47221: ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	574	91	61	604	88	54	639	98	58
8	47222: ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	1,488	39	28	1,472	42	26	1,459	45	25
	รวม	8,404	559	206	8,578	588	205	8,766	625	244
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ (รวมกันทุกขนาด)	9,169			9,371			9,635		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	91.66			91.54			90.98		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	6.10			6.27			6.49		

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	2.25			2.19			2.53		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 11 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	2,781	154	64	2,999	2,827	158	51	3,036	2,778	175	70	3,023	-1.73	10.76	37.25
2	ภาคกลาง	1,838	130	45	2,013	1,835	138	52	2,025	1,911	136	68	2,115	4.14	-1.45	30.77
3	ภาคตะวันออก	729	36	17	782	752	46	21	819	765	46	16	827	1.73	0.00	-23.81
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	887	70	37	994	976	74	34	1,084	1,029	78	34	1,141	5.43	5.41	0.00
5	ภาคเหนือ	930	79	19	1,028	959	82	20	1,061	1,002	85	23	1,110	4.48	3.66	15.00
6	ภาคใต้	885	65	15	965	865	66	15	946	901	75	23	999	4.16	13.64	53.33
7	ภาคตะวันตก	354	25	9	388	364	24	12	400	380	30	10	420	4.40	25.00	-16.67

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 12 ธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	940	(1) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	361	(1) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	479
(2) 47222: ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	338	(2) 47222: ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	174	(2) 47222: ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	216
(3) 47211:ร้านขายปลีกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์	246	(3) 47213:ร้านขายปลีกผักและผลไม้	85	(3) 47211:ร้านขายปลีกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์	120
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	430	(1) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	428	(1) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	172
(2) 47221:ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	147	(2) 47212:ร้านขายปลีกปลาและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	127	(2) 47222:ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	68
(3) 47222: ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	137	(3) 47222:ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	123	(3) 47213:ร้านขายปลีกผักและผลไม้	54

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47219:ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	1,575
(2) 47222: ร้านขายปลีกเครื่องดื่มน้ำที่ไม่มีแอลกอฮอล์	473
(3) 47221:ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	277

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

3. กลุ่มการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีม

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 13 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีม

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	2,636	26,365	29,001	28,735	99.08
ปี 2565	2,539	25,577	28,116	27,816	98.93
ปี 2566	2,518	25,709	28,227	27,731	98.24
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	-0.83	0.52	0.39	-0.31	-0.70

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 14 แรงงานในธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีม

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	161,616	-1.57
ปี 2565	161,765	0.09
ปี 2566	162,796	0.64

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 15 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีมทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	7,680	7,806	7,859	0.68
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	375	345	344	-0.29
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	116	118	126	6.78

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 16 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม แบ่งตามขนาดธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47300:การขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม	5,004	2,416	260	4,869	2,635	302	4,602	2,749	508
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม (รวมทุกขนาด)	7,680			7,806			7,859		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	65.16			62.38			58.56		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	31.46			33.76			34.98		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	3.39			3.87			6.46		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 17 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปิ้ม แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	683	244	77	1,004	688	245	77	1,010	630	239	104	973	-8.43	-2.45	35.06
2	ภาคกลาง	972	448	48	1,468	945	491	56	1,492	868	492	116	1,476	-8.15	0.20	107.14
3	ภาคตะวันออก	537	286	23	846	524	330	26	880	520	325	54	899	-0.76	-1.52	107.69
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,038	546	44	1,628	1,008	613	60	1,681	994	661	85	1,740	-1.39	7.83	41.67
5	ภาคเหนือ	733	368	25	1,126	693	388	36	1,117	660	407	62	1,129	-4.76	4.90	72.22
6	ภาคใต้	675	321	30	1,026	659	347	33	1,039	606	388	60	1,054	-8.04	11.82	81.82
7	ภาคตะวันตก	366	203	13	582	352	221	14	587	324	237	27	588	-7.95	7.24	92.86

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

4. กลุ่มการขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 18 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	9,897	17,332	27,229	27,136	99.66
ปี 2565	8,903	16,995	25,898	25,811	99.66
ปี 2566	8,867	17,104	25,971	25,872	99.62
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	-0.40	0.64	0.28	0.24	-0.05

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 19 แรงงานในธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	121,219	-5.33
ปี 2565	114,535	-5.51
ปี 2566	115,131	0.52

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 20 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	8,972	8,919	8,949	0.34
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	559	512	567	10.74
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	233	252	239	-5.16

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 21 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ แบ่งตามขนาดธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	4,168	199	45	4,139	212	43	4,070	226	51
2	47412:ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดิโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	600	31	10	578	35	9	534	37	9
3	47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	3,217	181	34	3,211	179	32	3,316	181	38
4	47420:การขายปลีกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียงในร้านเฉพาะ	446	37	4	448	30	3	443	39	5
	รวม	8,431	448	93	8,376	456	87	8,363	483	103
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ (รวมกันทุกขนาด)	8,972			8,919			8,949		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	93.97			93.91			93.45		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	4.99			5.11			5.40		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	1.04			0.98			1.15		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 22 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบกับปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	3,652	263	71	3,986	2,827	158	51	3,036	3,492	278	80	3,850	23.52	75.95	56.86
2	ภาคกลาง	1,869	89	10	1,968	1,835	138	52	2,025	1,832	98	12	1,942	-0.16	-28.99	-76.92
3	ภาคตะวันออก	551	18	1	570	752	46	21	819	571	16	3	590	-24.07	-65.22	-85.71
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	843	29	3	875	976	74	34	1,084	872	37	4	913	-10.66	-50.00	-88.24
5	ภาคเหนือ	752	26	4	782	959	82	20	1,061	805	29	3	837	-16.06	-64.63	-85.00
6	ภาคใต้	588	18	3	609	959	82	20	1,061	601	20	1	622	-37.33	-75.61	-95.00
7	ภาคตะวันตก	176	5	1	182	364	24	12	400	380	30	10	420	4.40	25.00	-16.67

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 23 ธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	973	(1) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	284	(1) 47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	491
(2) 47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	755	(2) 47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	262	(2) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	379
(3) 47420:การขายปลีกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียงในร้านเฉพาะ	109	(3) 47412:ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวิดีโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	26	(3) 47420:การขายปลีกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียงในร้านเฉพาะ	23
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47420:การขายปลีกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียงในร้านเฉพาะ	424	(1) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	309	(1) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	99
(2) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	361	(2) 47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	272	(2) 47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	88
(3) 47412:ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวิดีโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	32	(3) 47412:ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวิดีโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	23	(3) 47420:การขายปลีกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียงในร้านเฉพาะ	6

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	1,942
(2) 47412:ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดีโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	372
(3) 47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	1,243

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

5. กลุ่มการขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 24 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	29,489	54,275	83,764	83,383	99.55
ปี 2565	27,033	53,870	80,903	80,492	99.49
ปี 2566	27,217	54,153	81,370	80,294	98.68
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	0.68	0.53	0.58	-0.25	-0.82

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 25 แรงงานในธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะปี 2564-2566

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	449,305	-2.83
ปี 2565	437,897	-2.54
ปี 2566	443,780	1.34

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 26 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	29,438	30,121	30,399	0.92
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	2,156	1,920	1,927	0.36
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	450	585	577	-1.37

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 27 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47511:การขายปลีกด้ายและผ้า	798	37	3	808	31	4	776	41	5
2	47512:ร้านขายปลีกของใช้ในครัวเรือนที่ทำจากสิ่งทอ	346	7	0	361	6	0	360	5	1
3	47513:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ตัดเย็บ	63	3	0	68	3	0	66	4	0
4	47521:ร้านขายปลีกเครื่องโลหะ	1,170	94	25	1,157	104	26	1,130	95	30
5	47522:ร้านขายปลีกสีทาผนังน้ำมันชักเงาและแล็กเกอร์	404	30	4	415	33	4	398	39	4
6	47523:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การวางท่อและเครื่องสุขภัณฑ์	816	102	15	791	92	19	755	100	19
7	47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	10,811	952	193	10,884	971	229	10,698	1,043	241
8	47525:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างหลายชนิด รวมถึงวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือชนิดนำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	3,003	98	15	3,327	109	26	3,615	124	27
9	47530:การขายปลีกพรมพรมหนาวัสดุปิดฝาผนังและปูพื้นในร้านค้าเฉพาะ	391	13	1	423	12	1	419	16	1
10	47590:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เฟอร์นิเจอร์อุปกรณ์ ไฟฟ้าแสงสว่างและของใช้ในครัวเรือนชนิดอื่นๆในร้านค้าเฉพาะ	2	0	0	2	0	0	1	0	0
11	47591:ร้านขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน	1,961	79	11	2,003	81	11	2,023	89	10

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
12	47592:ร้านขายปลีกเครื่องดินเผาเครื่องแก้วและเครื่องครัว	330	19	3	330	18	1	327	24	4
13	47593:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับให้แสงสว่าง	1,693	122	17	1,704	121	22	1,753	131	22
14	47594:ร้านขายปลีกอุปกรณ์เกี่ยวกับเครื่องดนตรี	254	11	0	270	8	1	274	11	1
15	47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดในครัวเรือน	4,114	226	59	4,184	239	50	4,274	237	56
16	47599:ร้านขายปลีกของใช้อื่นๆในครัวเรือนซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	1,077	53	13	1,095	63	14	1,078	60	12
	รวม	27,233	1,846	359	27,822	1,891	408	27,947	2,019	433
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ (รวมกันทุกขนาด)	29,438			30,121			30,399		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	92.51			92.37			91.93		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	6.27			6.28			6.64		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	1.22			1.35			1.42		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 28 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566			อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	9,098	675	151	9,921	913	232	9,719	962	278	-2.04	5.37	19.83
2	ภาคกลาง	6,862	458	92	7,898	987	155	7,916	1,021	229	0.23	3.44	47.74
3	ภาคตะวันออก	2,465	184	31	3,036	516	69	3,050	532	101	0.46	3.10	46.38
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3,215	190	36	4,382	811	103	4,362	869	120	-0.46	7.15	16.50
5	ภาคเหนือ	2,598	130	26	3,405	512	69	3,416	540	87	0.32	5.47	26.09
6	ภาคใต้	2,233	145	18	2,913	503	59	2,918	538	91	0.17	6.96	54.24
7	ภาคตะวันตก	761	64	5	1,136	284	23	1,168	306	35	2.82	7.75	52.17

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 29 ธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	2,907	(1) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	1,209	(1) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	1,934
(2) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดในครัวเรือน	1,189	(2) 47525:ร้านขายปลีกวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือชนิดนำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	464	(2) 47525:ร้านขายปลีกวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือชนิดนำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	599

TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(3) 47525:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างหลาย ชนิดรวมถึงวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือชนิด นำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	869	(3) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า ชนิดในครัวเรือน	430	(3) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า ชนิดในครัวเรือน	439
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	1,289	(1) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	1,144	(1) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	482
(2) 47525:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างหลาย ชนิดรวมถึงวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือชนิด นำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	559	(2) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า ชนิดในครัวเรือน	344	(2) 47525:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง หลายชนิดรวมถึงวัสดุอุปกรณ์และ เครื่องมือชนิดนำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	134
(3) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า ชนิดในครัวเรือน	391	(3) 47525:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง หลายชนิดรวมถึงวัสดุอุปกรณ์และ เครื่องมือชนิดนำไปใช้ทำงานได้ด้วย ตัวเอง	331	(3) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า ชนิดในครัวเรือน	117

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	3,017
(2) 47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดในครัวเรือน	1,657
(3) 47591:ร้านขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน	812

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

6. กลุ่มการขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 30 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	12,495	23,810	36,305	36,268	99.90
ปี 2565	9,610	22,137	31,747	31,716	99.90
ปี 2566	9,617	22,187	31,804	31,773	99.90
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	0.07	0.23	0.18	0.18	0

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 31 แรงงานในธุรกิจขายปลีกธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ
ปี 2564-2566

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	115,298	-4.01
ปี 2565	104,326	-9.46
ปี 2566	104,804	0.46

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 32 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ ทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	6,329	6,424	6,457	0.51%
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	460	405	420	3.70%
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	122	150	143	-4.67%

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 33 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47611: ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร	679	29	7	673	27	5	653	28	6
2	47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	3,136	160	16	3,249	154	13	3,243	165	14
3	47620:การขายปลีกสื่อบันทึกเสียงเพลงและสื่อบันทึกวีดิทัศน์ในร้านค้าเฉพาะ	68	0	1	62	0	1	60	0	1
4	47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	1,043	34	6	1,037	39	9	1,055	45	9
5	47640:การขายปลีกเกมและของเล่นในร้านค้าเฉพาะ	314	14	3	325	15	4	351	16	2
6	47691: ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก	744	14	1	748	10	0	733	15	0
7	47699: ร้านขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการอื่นๆซึ่งมิได้ จัดประเภทไว้ในที่อื่น	60	0	0	52	1	0	60	1	0
	รวม	6,044	251	34	6,146	246	32	6,155	270	32
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ (รวมกันทุกขนาด)	6,329			6,424			6,457		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	95.50			95.67			95.32		

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	4.08			4.00			4.18		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	13.82			11.85			0.50		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 34 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	2,686	139	28	2,853	2,690	140	26	2,856	2,590	150	24	2,764	-3.72	7.14	-7.69
2	ภาคกลาง	1,255	49	6	1,310	1,308	46	6	1,360	1,345	57	7	1,409	2.83	23.91	16.67
3	ภาคตะวันออก	374	11	0	385	380	12	0	390	392	13	1	406	3.16	8.33	-
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	621	22	0	643	656	18	0	674	664	18	0	682	1.22	0.00	-
5	ภาคเหนือ	530	12	0	542	530	12	0	542	564	12	0	576	6.42	0.00	-
6	ภาคใต้	463	17	0	480	456	18	0	474	467	19	0	486	2.41	5.56	-
7	ภาคตะวันตก	115	1	0	116	2	0	0	2	133	1	0	134	6,550.00	-	-

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 35 ธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	787	(1) 47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	246	(1) 47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	480
(2) 47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	241	(2) 47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	80	(2) 47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	80
(3) 47691:ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก	136	(3) 47691:ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก	41	(3) 47611:ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร	73
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	335	(1) 47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	227	(1) 47612:ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	81
(2) 47691:ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก	72	(2) 47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	112	(2) 47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	23
(3) 47630:การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	80	(3) 47691:ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก	93	(3) 47691:ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก และ 47611:ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร	12

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47612: ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	1,276
(2) 47630: การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	501
(3) 47691: ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก	351

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

7. กลุ่มการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 36 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	54,927	109,012	163,939	163,486	99.72
ปี 2565	44,000	104,860	149,260	148,805	99.70
ปี 2566	44,911	105,429	150,340	149,825	99.66
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	2.07	0.54	0.72	0.69	-0.04

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 37 แรงงานในธุรกิจขายปลีกธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ ปี 2564-2566

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	551,399	-2.20
ปี 2565	517,672	-6.12
ปี 2566	523,313	1.09

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 38 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ ทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	30,169	31,929	33,103	3.68
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	2,250	2,351	2,331	-0.85
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	751	894	972	8.72

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 39 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47711:ร้านขายปลีกเสื้อผ้า	2,872	51	25	3,205	54	26	3,407	70	30
2	47712:ร้านขายปลีกรองเท้า	221	15	1	244	13	1	251	17	1
3	47713:ร้านขายปลีกเครื่องหนังยกเว้นรองเท้า	332	13	5	332	11	4	318	14	6
4	47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	5,855	314	89	6,396	357	108	6,638	373	116
5	47722:ร้านขายปลีกเครื่องหอม	203	9	2	231	8	1	254	13	2
6	47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	4,760	93	21	5,053	109	22	5,232	127	26
7	47731:ร้านขายปลีกนาฬิกาแว่นตาและอุปกรณ์ถ่ายภาพ	641	37	22	668	33	22	675	36	23
8	47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	8,163	552	196	8,440	518	200	8,540	661	224
9	47733:ร้านขายปลีกดอกไม้ต้นไม้และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	1,594	136	36	1,535	149	41	1,473	150	47
10	47734:ร้านขายปลีกสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	456	32	6	555	39	4	714	41	10
11	47735:ร้านขายปลีกก๊าซและเชื้อเพลิงอื่นๆ สำหรับใช้ในครัวเรือน	691	113	11	723	130	13	745	147	23

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
12	47739:ร้านขายปลีกสินค้าใหม่อื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	2,488	93	21	2,563	102	19	2,567	108	24
	รวม	28,276	1,458	435	29,945	1,523	461	30,814	1,757	532
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ (รวมกันทุกขนาด)	30,169			31,929			33,103		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคล ทั้งหมด (%)	93.73			93.79			93.09		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคล ทั้งหมด (%)	4.83			4.94			5.31		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคล ทั้งหมด (%)	1.44			26.24			1.61		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 40 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	11,082	572	234	11,888	11,650	597	249	12,496	11,889	663	281	12,833	2.05	11.06	12.85
2	ภาคกลาง	5,613	273	56	5,942	5,958	303	65	6,326	6,204	335	78	6,617	4.13	10.56	20.00
3	ภาคตะวันออก	2,265	102	23	2,390	2,361	105	20	2,486	2,429	126	28	2,583	2.88	20.00	40.00
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3,264	156	21	3,441	3,528	161	22	3,711	3,638	183	29	3,850	3.12	13.66	31.82
5	ภาคเหนือ	2,814	171	70	3,055	3,016	162	65	3,243	3,098	199	76	3,373	2.72	22.84	16.92
6	ภาคใต้	2,407	134	14	2,555	2,541	142	18	2,701	2,633	172	20	2,825	3.62	21.13	11.11
7	ภาคตะวันตก	831	50	17	898	891	53	22	966	923	79	20	1,022	3.59	49.06	-9.09

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 41 ธุรกิจขายปลีกสินค้าขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	1,548	(1) 47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	1,045	(1) 47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	1,468
(2) 47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	1,326	(2) 47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	409	(2) 47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	789
(3) 47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	1,235	(3) 47739:ร้านขายปลีกสินค้าใหม่อื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	233	(3) 47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	556

ภูมิภาค					
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	1,073	(1) 47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	1,338	(1) 47732:ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	392
(2) 47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	630	(2) 47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	453	(2) 47721:ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	162
(3) 47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	555	(3) 47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	311	(3) 47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	128

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47721: ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	3,136
(2) 47732: ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	2,783
(3) 47723: ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	2,247

8. กลุ่มการขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 42 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	1,846	4,993	6,839	6,834	99.93
ปี 2565	1,579	5,359	6,938	6,930	99.88
ปี 2566	1,600	5,399	6,999	6,988	99.84
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	1.33	0.75	0.88	0.84	-0.04

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 43 แรงงานในธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	17,208	-89.52
ปี 2565	16,891	-1.84
ปี 2566	17,330	2.60

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 44 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	616	706	805	14.02
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	72	76	91	19.74
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	16	19	20	5.26

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 45 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47741:ร้านขายปลีกวัสดุโบราณ	34	0	0	53	1	0	77	2	0
2	47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกายรองเท้าและ เครื่องหนังที่ใช้แล้ว	71	3	0	87	4	0	109	4	1
3	47743:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสาร โทรคมนาคมที่ใช้แล้ว	30	1	0	39	2	0	37	2	1
4	47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ชนิดใช้ในครัวเรือนที่ใช้แล้ว	59	5	0	62	3	0	78	3	0
5	47745:ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและ นิตยสารที่ใช้แล้ว	5	0	0	6	0	0	9	0	0
6	47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภท ไว้ในที่อื่น	382	21	5	416	25	8	443	29	10
	รวม	581	30	5	663	35	8	753	40	12
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (รวมกัน ทุกขนาด)	616			706			805		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	94.32			93.91			93.54		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	4.87			4.96			4.97		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.81			1.13			1.49		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 46 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	160	12	0	172	181	10	1	192	217	9	2	228	19.89	-10.00	100.00
2	ภาคกลาง	159	11	3	173	195	13	3	211	216	16	5	237	10.77	23.08	66.67
3	ภาคตะวันออก	92	4	1	97	96	7	3	106	103	8	4	115	7.29	14.29	33.33
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	59	2	0	61	61	3	0	64	75	4	0	79	22.95	33.33	0
5	ภาคเหนือ	61	0	0	61	71	1	0	72	74	2	0	76	4.23	100.00	0
6	ภาคใต้	34	1	0	35	42	1	0	43	50	1	0	51	19.05	0	0
7	ภาคตะวันตก	16	0	1	17	17	0	1	18	18	0	1	19	5.88	0	0

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 47 ธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	155	(1) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	81	(1) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	40
(2) 47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือน ที่ใช้แล้ว	30	(2) 47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกาย รองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว	21	(2) 47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนที่ใช้ แล้ว	11

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(3) 47741:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง	22	(3) 47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนที่ใช้แล้ว	6	(3) 47741:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง (3) 47743:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และ อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมที่ใช้แล้ว	9 9
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้ว อื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	41	(1) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	23	(1) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	13
(2) 47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่ง กายรองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว	15	(2) 47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกาย รองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว	16	(2) 47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกาย รองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว	3
(3) 47741:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง	8	(3) 47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนที่ ใช้แล้ว	6	(3) 47741:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง (3) 47743:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และ อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมที่ใช้แล้ว (3) 47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนที่ใช้แล้ว	1 1 1

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	129
(2) 47741:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง	33
(3) 47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกายรองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว	30

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

9. กลุ่มการขายปลีกบนแผงลอยและตลาด

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 48 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาด

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	522	556	5,742	1,074	99.63
ปี 2565	605	386	6,266	987	99.60
ปี 2566	645	414	6,558	1,054	99.53
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	6.61	7.25	4.66	6.79	-0.07

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 49 แรงงานในธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาด

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	5,742	60.84
ปี 2565	6,266	9.13
ปี 2566	6,558	4.66

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 50 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาดทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	827	999	1,189	19.02
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	91	96	122	27.08
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	19	19	21	10.53

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 51 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาดแบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47811:การขายปลีกผลิตภัณฑ์อาหารบนแผงลอยและตลาด	50	0	0	49	1	0	54	0	0
2	47812:การขายปลีกเครื่องดื่มบนแผงลอยและตลาด	22	1	0	21	0	0	23	0	0
3	47813:การขายปลีกผลิตภัณฑ์ยาสูบบนแผงลอยและตลาด	5	1	0	6	1	0	9	0	0
4	47821:การขายปลีกสิ่งทอบนแผงลอยและตลาด	16	0	0	11	0	0	12	0	0
5	47822:การขายปลีกเสื้อผ้ารองเท้าและเครื่องนุ่งบนแผงลอยและตลาด	65	0	0	79	2	0	106	3	0
6	47891:การขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม บนแผงลอยและตลาด	67	2	1	87	1	0	115	2	1
7	47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	155	2	1	162	5	2	207	8	1
8	47893:การขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร บนแผงลอยและตลาด	4	0	0	7	0	0	10	0	0
9	47894:การขายปลีกสื่อบันทึกเสียงและภาพบนแผงลอยและตลาด	3	0	0	11	0	0	5	0	0
10	47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	121	5	1	230	8	3	275	8	3
11	47896:การขายปลีกนาฬิกาแว่นตาเครื่องเพชรพลอยบนแผงลอย และตลาด	27	2	0	33	3	0	49	3	0
12	47897:การขายปลีกดอกไม้ต้นไม้อัตโนมัติสัตว์เลี้ยงและอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงบนแผงลอยและตลาด	24	2	0	44	0	0	51	2	0
13	47899:การขายปลีกสินค้าอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	241	7	1	223	10	0	234	6	2

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
	รวม	800	22	4	963	31	5	1,150	32	7
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (รวมกันทุกขนาด)	826			999			1,189		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	96.74			96.40			96.72		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	2.66			3.10			2.69		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.48			0.50			0.59		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 52 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาด แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบกับปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	341	13	3	357	381	18	4	403	437	15	7	459	14.70	-16.67	75.00
2	ภาคกลาง	174	6	0	180	228	7	1	236	284	10	0	294	24.56	42.86	-100.00
3	ภาคตะวันออก	52	1	1	54	67	0	0	67	77	0	0	77	14.93	0	0
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	103	1	0	104	116	1	0	117	142	2	0	144	22.41	100.00	0
5	ภาคเหนือ	65	1	0	66	80	5	0	85	87	3	0	90	8.75	-40.00	0
6	ภาคใต้	51	0	0	51	67	0	0	67	100	1	0	101	49.25	0	0
7	ภาคตะวันตก	14	0	0	14	24	0	0	24	23	1	0	24	-4.17	0	0

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 53 ธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาดที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	84	(1) 47899:การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	21	(1) 47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	48
(2) 47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	59	(2) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	16	(2) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	25
(3) 47899:การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	57	(3) 47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	12	(3) 47899:การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	20
ภูมิภาค					
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47899:การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	26	(1) 47899:การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	19	(1) 47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	7
(2) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	19	(2) 47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	17	(2) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	5

ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(3) 47891:การขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมบนแผงลอยและตลาด	13	(2) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	17	(3) 47811:การขายปลีกผลิตภัณฑ์อาหารบนแผงลอยและตลาด (3) 47891:การขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมบนแผงลอยและตลาด	3 3

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47895:การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	120
(2) 47899:การขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	97
(3) 47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	63

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

10. กลุ่มการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ ที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 54 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกที่มิได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด

	จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ราย)	จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ MSMEs กับผู้ประกอบการทั้งหมด (%)
ปี 2564	1,246	1,278	2,524	2,503	99.17
ปี 2565	1,266	1,074	2,340	2,319	99.10
ปี 2566	1,247	1,053	2,300	2,281	99.17
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	-1.50	-1.96	-1.71	-1.64	0.07

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 55 แรงงานในธุรกิจขายปลีกที่มิได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด ปี 2564-2566

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	16,382	-0.29
ปี 2565	16,090	-1.78
ปี 2566	16,099	0.06

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 56 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกที่มิได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด ทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	1,959	2,011	2,081	3.48
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	90	55	78	41.82
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	44	56	63	12.50

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 57 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47911:การขายปลีกโดยการรับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรทัศนวิทย์ และโทรศัพท์	154	6	5	176	5	6	217	9	6
2	47991:การขายตรง	1,180	20	11	1,189	21	11	1,181	22	10
3	47999:การขายปลีกโดยไม่มีร้านซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	563	15	5	586	12	5	616	16	4
	รวม	1,897	41	21	1,951	38	22	2,014	47	20
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด (รวมกันทุกขนาด)	1,959			2,011			2,081		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	96.84			97.02			96.78		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	2.09			1.89			2.26		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	1.07			1.09			0.96		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 58 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบกับปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	745	29	20	794	783	29	20	832	796	34	19	849	1.66	17.24	-5.00
2	ภาคกลาง	414	6	1	421	442	5	0	447	463	7	0	470	4.75	40.00	-
3	ภาคตะวันออก	149	2	0	151	143	1	0	144	161	2	0	163	12.59	100.00	-
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	185	0	0	185	176	0	1	177	191	0	1	192	8.52	-	0.00
5	ภาคเหนือ	163	4	0	167	157	2	1	160	153	3	0	156	-2.55	50.00	-100.00
6	ภาคใต้	203	0	0	203	206	1	0	207	201	1	0	202	-2.43	0.00	-
7	ภาคตะวันตก	38	0	0	38	44	0	0	44	49	0	0	49	11.36	-	-

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 59 ธุรกิจขายปลีกขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ปี 2566 รายภาค

ภูมิภาค					
ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวน นิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47991:การขายตรง	248	(1) 47991:การขายตรง	77	(1) 47991:การขายตรง	129
(2) 47999:การขายปลีกโดยไม่มี ร้านซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	176	(2) 47999:การขายปลีกโดยไม่มีร้าน ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	58	(2) 47999:การขายปลีกโดยไม่มี ร้านซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	48
(3) 47911:การขายปลีกโดยการ รับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์ โทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์	46	(3) 47911:การขายปลีกโดยการรับสั่ง สินค้าทางไปรษณีย์โทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์	28	(3) 47911:การขายปลีกโดยการ รับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์ โทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์	15

ภูมิภาค					
ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันตก	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน	TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน
(1) 47991:การขายตรง	103	(1) 47991:การขายตรง	152	(1) 47991:การขายตรง	23
(2) 47999:การขายปลีกโดยไม่มีร้านซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	47	(2) 47999:การขายปลีกโดยไม่มีร้านซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	35	(2) 47999:การขายปลีกโดยไม่มีร้านซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	16
(3) 47911:การขายปลีกโดยการรับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรทัศน์ วิทยุ และโทรศัพท์	6	(3) 47911:การขายปลีกโดยการรับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรทัศน์วิทยุ และโทรศัพท์	15	(3) 47911:การขายปลีกโดยการรับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรทัศน์ วิทยุ และโทรศัพท์	10

กรุงเทพฯ	
TSIC 3 อันดับแรกที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ปี 2566	จำนวน (ราย)
(1) 47991:การขายตรง	481
(2) 47999:การขายปลีกโดยไม่มีร้านซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	256
(3) 47911:การขายปลีกโดยการรับสั่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรทัศน์วิทยุ และโทรศัพท์	112

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

11. กลุ่มการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

1. จำนวนผู้ประกอบการ

ตารางที่ 60 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

	จำนวน ผู้ประกอบการใน กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (ราย)	จำนวน ผู้ประกอบการใน ต่างจังหวัด (ราย)	จำนวน ผู้ประกอบการ ทั่วประเทศ (ราย)	จำนวน ผู้ประกอบการ MSMEs (ราย)	สัดส่วน ผู้ประกอบการ MSMEs กับ ผู้ประกอบการ ทั้งหมด (%)
ปี 2564	2,397	1,854	4,251	4,231	99.53
ปี 2565	3,301	3,521	6,822	6,792	99.56
ปี 2566	3,990	4,156	8,146	8,110	99.56
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65	20.87	18.03	19.41	19.41	0.00

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. แรงงาน

ตารางที่ 61 แรงงานในธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต ปี 2564-2566

	จำนวนแรงงาน (คน)	% การเปลี่ยนแปลง
ปี 2564	28,056	35.39
ปี 2565	41,307	47.23
ปี 2566	49,515	19.87

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. นิติบุคคล

ตารางที่ 62 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต ทุกขนาด

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) เทียบปี 66/65
จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)	4,033	5,375	6,782	26.18
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ (ราย)	1,404	1,459	1,713	17.41
จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ (ราย)	161	225	336	49.33

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 63 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
		S	M	L	S	M	L	S	M	L
1	47912:การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต	3,967	44	22	5,282	69	24	6,668	86	28
	จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต (รวมกันทุกขนาด)	4,033			5,375			6,782		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	98.36			98.27			98.32		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	1.09			1.28			1.27		
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.55			0.45			0.41		

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 64 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) เทียบกับปี 66/65		
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L
1	กรุงเทพฯ	1,517	31	18	1,566	1,938	48	20	2,006	2,347	56	24	2,427	21.10	16.67	20.00
2	ภาคกลาง	872	7	3	882	1,180	11	3	1,194	1,568	1,568	1,568	1,568	32.88	14,154.55	52,166.67
3	ภาคตะวันออก	295	0	0	295	419	2	0	421	536	3	0	539	27.92	50.00	-
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	499	5	1	505	676	5	1	682	885	7	1	893	30.92	40.00	0.00
5	ภาคเหนือ	432	1	0	433	603	1	0	604	743	2	0	745	23.22	100.00	-
6	ภาคใต้	239	0	0	239	323	1	0	324	422	2	0	424	30.65	100.00	-
7	ภาคตะวันตก	113	0	0	113	143	1	0	144	186	0	0	186	30.07	-100.00	-

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ภาคผนวก 3

รายได้รวม และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ การขายปลีก

1. กลุ่มการขายปลีกในร้านค้าทั่วไป

ตารางที่ 1 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป (รวมทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบกับปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47111:ซูเปอร์มาร์เก็ต	104,704.02	1,823.45	108,088.18	1,310.40	108,856.22	897.04	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47112:ดีสเคาท์สโตร์/ ซูเปอร์เซ็นเตอร์/ ไฮเปอร์มาร์เก็ต	489,989.74	15,000.68	553,338.62	14,151.88	574,210.12	12,282.74	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47113:ร้านสะดวกซื้อ/ มินิมาร์ท	390,761.21	9,008.60	475,412.41	11,509.93	538,128.04	17,708.50	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรมากขึ้น
47114:ร้านขายของชำ	39,840.62	719.24	42,716.69	693.72	44,574.04	756.71	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรมากขึ้น
47190:การขายปลีก สินค้าอื่นๆในร้านค้าทั่วไป	245,065.38	-3,130.28	324,199.58	15,368.45	292,293.76	7,345.91	รายได้ลดลงกำไรลดลง
รวม	1,270,360.96	23,421.69	1,503,755.48	43,034.38	1,558,062.18	36,729.55	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 2 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47111:ซูเปอร์มาร์เก็ต	-107.06	94.99	1,835.52	14.72	90.19	1205.49	46.39	67.90	782.75
47112:ดีสเคาท์สโตร์/ ซูเปอร์เซ็นเตอร์/ ไฮเปอร์มาร์เก็ต	-39.73	53.45	14,986.95	9.48	51.37	14,091.02	1.94	54.61	12,226.19
47113:ร้านสะดวกซื้อ/ มินิมาร์ท	322.37	12.87	8,673.36	414.36	-121.58	11,217.15	460.04	-626.32	17,874.77
47114:ร้านขายของชำ	50.59	52.18	616.47	77.63	85.89	530.20	105.60	90.73	560.38
47190:การขายปลีก สินค้าอื่นๆในร้านค้า ทั่วไป	63.66	418.88	-3,612.82	-140.26	769.32	14,739.38	54.40	673.46	6,618.05

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 3 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกในร้านค้าทั่วไป แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	1,264,103.15	25,397.60	1,532,082.95	45,056.43	1,637,733.44	45,557.95	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	137,410.78	1,231.22	150,460.30	2,260.25	153,198.09	2,773.39	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
3	ภาคตะวันออก	29,908.08	243.35	33,796.42	331.48	33,840.23	329.19	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	78,800.38	1,194.90	72,717.86	1,262.33	73,753.70	1,231.31	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
5	ภาคเหนือ	59,916.38	1,205.23	59,420.24	1,453.82	59,111.91	1,463.82	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
6	ภาคใต้	46,849.04	295.15	47,776.40	398.35	38,360.40	478.68	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
7	ภาคตะวันตก	14,741.37	158.11	16,973.80	267.72	16,468.73	290.95	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2. กลุ่มการขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ

ตารางที่ 4 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ (รวมทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบกับปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47211: ร้านขายปลีก เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ เนื้อสัตว์	99,229.63	-158.58	129,993.94	6,005.61	131,644.73	-3,159.95	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น
47212: ร้านขายปลีกปลา และผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	27,882.37	18.84	31,049.31	-14.75	28,254.44	70.37	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47213: ร้านขายปลีกผัก และผลไม้	18,577.98	179.96	24,899.83	271.54	19,211.47	84.44	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47214: ร้านขายปลีกข้าว และผลิตภัณฑ์ที่ได้จาก การสีข้าว	16,624.91	121.98	20,207.71	243.79	22,341.79	257.03	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47215: ร้านขายปลีก ผลิตภัณฑ์ขนมอบ	5,360.67	35.56	5,972.10	78.19	6,108.58	101.66	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47219: ร้านขายปลีกอาหาร อื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ ในที่อื่น	91,179.96	1,933.95	108,055.27	2,303.37	102,058.23	1,886.48	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47221: ร้านขายปลีก เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	88,853.85	1,086.45	94,443.82	951.92	102,495.56	1,473.90	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47222: ร้านขายปลีก เครื่องดื่มที่ไม่มี แอลกอฮอล์	75,344.26	2,852.06	45,792.66	829.12	46,249.55	545.90	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
รวม	423,053.63	6,070.23	460,414.63	10,668.79	458,364.35	1,259.81	รายได้ลดลงกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 5 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47211: ร้านขายปลีกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์	55.22	40.94	-237.38	-18.97	66.68	5,957.90	70.71	64.51	-3,295.17
47212: ร้านขายปลีกปลาและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	1.96	15.17	-1.25	-6.12	3.98	-12.61	-3.34	-16.18	89.89
47213: ร้านขายปลีกผักและผลไม้	6.51	50.78	114.15	-0.97	82.95	189.56	-20.25	51.13	53.55
47214: ร้านขายปลีกข้าวและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการสีข้าว	-11.28	54.97	58.20	-5.43	177.08	72.15	-15.00	189.53	82.49
47215: ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์ขนมอบ	-58.34	5.66	85.43	-30.53	15.41	93.31	7.28	21.64	72.75
47219: ร้านขายปลีกอาหารอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	-322.18	267.54	1,999.00	-271.60	557.13	2,017.84	-137.57	308.12	1,715.93

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47221: ร้านขายปลีก เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	-75.23	56.01	1,090.22	-13.42	142.06	823.28	-56.03	183.75	1,346.18
47222: ร้านขายปลีก เครื่องดื่มที่ไม่มี แอลกอฮอล์	2,262.05	89.60	522.49	34.57	-27.42	821.97	161.98	-77.93	461.85

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 6 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	211,666.78	4,218.27	222,495.81	7,368.65	235,767.82	-890.12	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	72,885.78	1,279.72	85,838.02	1,615.52	72,763.05	1,125.84	รายได้ลดลงกำไรลดลง
3	ภาคตะวันออก	27,214.55	288.31	26,612.29	250.63	28,735.61	223.88	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	39,743.77	289.69	36,940.33	290.15	34,663.30	263.98	รายได้ลดลงกำไรลดลง
5	ภาคเหนือ	29,207.51	175.85	31,395.79	156.70	32,799.39	146.35	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
6	ภาคใต้	20,664.23	-85.37	33,018.17	116.75	30,938.91	221.48	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
7	ภาคตะวันตก	21,671.00	-96.24	24,114.23	870.39	22,696.28	168.40	รายได้ลดลงกำไรลดลง

3. กลุ่มการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีม

ตารางที่ 7 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีม (รวมทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47300: การขาย ปลีกเชื้อเพลิง ยานยนต์ในร้านค้า เฉพาะ สถานี ปีม	791,850.19	3,684.18	1,042,355.10	4,640.25	1,026,449.03	4,483.16	รายได้ลดลงกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 8 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปีม แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47300: การขายปลีก เชื้อเพลิง ยานยนต์ในร้านค้า เฉพาะ สถานี ปีม	-27.16	1,160.72	2,550.62	-29.64	652.72	4,017.16	-53.10	489.62	4,046.63

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 9 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปั้น แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบกับปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	283,776.88	1,437.12	393,258.68	2,485.42	399,435.52	2,887.61	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	119,133.16	354.75	150,879.26	639.60	150,341.40	287.97	รายได้ลดลงกำไรลดลง
3	ภาคตะวันออก	62,032.24	198.81	79,572.97	227.20	79,602.31	193.44	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	127,410.65	728.07	156,256.20	196.79	146,390.25	455.56	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
5	ภาคเหนือ	79,152.51	448.39	104,370.37	470.82	103,464.22	333.03	รายได้ลดลงกำไรลดลง
6	ภาคใต้	82,641.73	375.53	108,134.81	463.35	100,873.90	280.75	รายได้ลดลงกำไรลดลง
7	ภาคตะวันตก	37,703.01	141.50	49,882.80	157.07	46,341.43	44.79	รายได้ลดลงกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

4. กลุ่มการขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ

ตารางที่ 10 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ (รวมทุกภาค ทุกขนาด)

	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47411:ร้านขายปลีก คอมพิวเตอร์และ อุปกรณ์ต่อพ่วง คอมพิวเตอร์	246,862.49	6,939.88	285,451.86	6,137.02	270,293.98	8,041.78	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47412:ร้านขายปลีก เครื่องเล่นวีดีโอเกม และซอฟต์แวร์ สำเร็จรูป	19,641.28	-582.59	24,064.20	-166.37	22,938.07	676.86	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47413:ร้านขายปลีก อุปกรณ์การสื่อสาร โทรคมนาคม	87,990.05	-62.49	90,956.81	1,767.66	151,595.24	4,089.51	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47420:การขายปลีก อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพ และเสียงในร้านเฉพาะ	6,874.40	9.09	8,999.63	257.69	9,577.03	326.24	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
รวม	361,368.22	6,303.89	409,472.50	7,996.00	454,404.32	13,134.39	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 11 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47411:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	775.90	912.36	5,324.94	403.28	936.77	4,796.98	607.39	889.29	6,545.10
47412:ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดีโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	56.46	54.89	-692.37	97.59	397.86	-661.82	134.26	327.80	214.80
47413:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม	122.33	-744.04	612.76	57.80	547.68	1,162.18	232.58	513.06	3,343.87
47420:การขายปลีกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียงในร้านเฉพาะ	-86.32	83.22	14.14	2.10	149.53	106.06	108.19	172.12	45.94

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 12 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเครื่องมือสารสนเทศและการสื่อสารในร้านเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	273,723.05	4,334.45	325,470.18	6,604.71	374,062.69	11,501.19	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	52,183.48	1,142.22	52,362.67	782.38	50,502.68	1,102.81	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
3	ภาคตะวันออก	5,800.51	118.95	5,767.37	155.74	5,256.61	105.57	รายได้ลดลงกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	9,494.17	158.17	8,655.78	122.52	8,177.31	121.18	รายได้ลดลงกำไรลดลง
5	ภาคเหนือ	11,115.53	365.29	9,499.68	247.81	8,885.70	173.76	รายได้ลดลงกำไรลดลง
6	ภาคใต้	7,177.71	153.95	6,168.29	55.78	5,806.86	104.70	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
7	ภาคตะวันตก	1,873.76	30.86	1,548.52	27.06	1,712.47	25.19	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

5. กลุ่มการขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ

ตารางที่ 13 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามรหัสประเภทธุรกิจ (รวมหมดทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47511:การขายปลีกด้ายและผ้า	8,591.06	-55.65	15,069.69	120.12	14,212.80	66.60	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47512:ร้านขายปลีกของใช้ใน ครัวเรือนที่ทำจากสิ่งทอ	2,790.48	-13.23	2,057.74	9.98	2,370.95	22.99	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47513:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ตัดเย็บ	702.00	25.21	950.92	35.50	803.21	38.61	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47521:ร้านขายปลีกเครื่องโลหะ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการสีข้าว	46,250.47	1,295.91	47,828.68	1,488.01	37,711.56	879.84	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47522:ร้านขายปลีกสีทาน้ำมันชักเงา และแล็กเกอร์	11,611.11	537.62	12,635.68	385.35	12,886.66	428.17	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47523:ร้านขายปลีกอุปกรณ์การวาง ท่อและเครื่องสุขภัณฑ์	26,025.50	552.51	25,025.13	612.45	24,564.09	672.72	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47524:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่นๆ	419,741.51	8,412.67	466,361.56	8,244.24	431,080.54	6,391.50	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47525:ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง หลายชนิดรวมถึงวัสดุอุปกรณ์และ เครื่องมือชนิดนำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	67,172.64	2,497.65	76,357.93	1,165.23	78,978.00	965.00	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47530:การขายปลีกพรมพรมหนาวัสดุ ปิดฝาผนังและปูพื้นในร้านค้าเฉพาะ	3,366.74	43.68	4,158.54	134.79	4,603.57	118.61	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47591:ร้านขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ชนิด ใช้ในครัวเรือน	44,533.67	913.61	44,634.51	1,334.15	41,827.09	664.22	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47592:ร้านขายปลีกเครื่องดินเผา เครื่องแก้วและเครื่องครัว	4,725.67	101.49	7,001.57	182.44	7,423.99	141.01	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47593:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ไฟฟ้า สำหรับให้แสงสว่าง	40,120.64	905.36	41,133.40	1,079.14	41,488.80	988.92	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47594:ร้านขายปลีกอุปกรณ์เกี่ยวกับ เครื่องดนตรี	3,158.94	82.48	3,171.29	108.61	3,441.95	109.26	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47595:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า ชนิดในครัวเรือน	103,749.54	1,115.39	115,561.01	2,239.07	104,356.10	1,843.46	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47599:ร้านขายปลีกของใช้อื่นๆใน ครัวเรือนซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	20,624.94	-453.48	20,730.44	-300.32	22,956.04	-249.25	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนลดลง
รวม	803,164.91	15,961.22	882,678.09	16,838.76	828,705.35	13,081.66	รายได้ลดลงกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 14 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47511:การขายปลีกด้ายและผ้า	-110.79	44.08	11.05	-12.53	41.93	90.72	-4.92	3.67	67.85
47512:ร้านขายปลีกของใช้ใน ครัวเรือนที่ทำจากสิ่งทอ	-16.06	1.02	1.80	5.01	2.79	2.19	-1.13	22.64	1.47
47513:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ ตัดเย็บ	-0.37	25.58	0.00	11.41	24.10	0.00	17.41	21.20	0.00
47521:ร้านขายปลีกเครื่องโลหะ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการสีข้าว	195.35	352.91	747.66	133.68	393.67	960.66	144.74	310.19	424.90
47522:ร้านขายปลีก สีทาน้ำมันชักเงาและแล็กเกอร์	39.29	5.03	493.30	52.02	63.95	269.38	-14.56	89.62	353.11
47523:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ การวางท่อและเครื่องสุขภัณฑ์	-2.25	222.50	332.26	9.73	297.23	305.49	87.97	296.42	288.33
47524:ร้านขายปลีกวัสดุ ก่อสร้างอื่นๆ	1070.51	1,810.55	5,531.61	776.30	2350.91	5117.03	1179.76	1844.10	3,367.64

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47525:ร้านขายปลีกวัสดุ ก่อสร้างหลายชนิดรวมถึงวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือชนิด นำไปใช้ทำงานได้ด้วยตัวเอง	308.38	143.33	2,045.94	363.16	151.66	650.41	527.37	154.96	282.67
47530:การขายปลีกพรมพรม หนาวัสดุปิดฝาผนังและปูพื้น ในร้านค้าเฉพาะ	6.07	21.10	16.51	24.18	63.43	47.18	19.37	59.29	39.95
47591:ร้านขายปลีก เฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน	-193.57	141.00	966.19	-111.12	91.21	1354.06	244.84	84.89	334.49
47592:ร้านขายปลีกเครื่องดิน เผาเครื่องแก้วและเครื่องครัว	4.88	-0.20	96.80	7.62	77.82	97.01	8.45	49.69	82.86
47593:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ ไฟฟ้าสำหรับให้แสงสว่าง	3.35	275.38	626.62	183.81	348.96	546.37	276.91	334.73	377.28
47594:ร้านขายปลีกอุปกรณ์ เกี่ยวกับเครื่องดนตรี	-4.08	62.76	23.80	35.98	68.02	4.60	28.75	74.61	5.90
47595:ร้านขายปลีก เครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดในครัวเรือน	183.43	492.23	439.73	362.85	431.74	1444.48	420.34	448.72	974.40
47599:ร้านขายปลีกของใช้ อื่นๆในครัวเรือนซึ่งมิได้จัด ประเภทไว้ในที่อื่น	56.70	-312.17	-198.02	76.57	-83.97	-292.92	64.58	-241.83	-72.00

ตารางที่ 15 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือนในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบกับปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	309,854.02	4,253.92	355,878.55	5,564.20	324,698.61	4,438.88	รายได้ลดลงกำไรลดลง
2	ภาคกลาง	219,597.26	6,031.58	243,917.48	6,623.11	234,599.40	4,701.29	รายได้ลดลงกำไรลดลง
3	ภาคตะวันออก	65,669.29	1,365.41	70,816.46	1,682.20	66,697.69	1,057.75	รายได้ลดลงกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	96,156.66	2,989.87	98,569.33	1,738.20	91,364.60	1,487.59	รายได้ลดลงกำไรลดลง
5	ภาคเหนือ	49,655.43	771.43	49,117.25	752.38	49,977.56	792.19	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
6	ภาคใต้	46,074.81	259.04	47,560.37	167.95	46,714.21	346.24	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
7	ภาคตะวันตก	16,157.45	289.96	16,818.67	310.73	14,653.27	257.71	รายได้ลดลงกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

6. กลุ่มการขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ

ตารางที่ 16 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามรหัสประเภทธุรกิจ (รวมหมดทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47611: ร้านขายปลีกหนังสือ หนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร	10,140.64	156.42	10,353.42	-13.45	10,791.38	318.20	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47612:ร้านขายปลีกเครื่อง เขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	50,435.50	1,855.61	55,150.62	2,383.84	50,364.60	1,765.33	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47620:การขายปลีกสื่อ บันทึกเสียงเพลงและสื่อบันทึก วีดิทัศน์ในร้านค้าเฉพาะ	880.25	36.56	750.31	-4.84	861.50	30.68	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47630:การขายปลีกเครื่องกีฬา ในร้านค้าเฉพาะ	20,369.11	-618.65	24,023.15	446.86	25,403.33	988.46	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47640:การขายปลีกเกมและ ของเล่นในร้านค้าเฉพาะ	4,625.33	88.76	3,851.49	97.34	4,468.38	100.99	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47691: ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์ งานฝีมือคนไทยและของที่ระลึก	2,935.40	-322.98	3,621.25	-149.81	3,271.33	48.52	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47699: ร้านขายปลีกสินค้าทาง วัฒนธรรมและนันทนาการอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	291.89	-2.29	187.86	-27.33	275.51	-11.58	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนลดลง
รวม	89,678.12	1,193.42	97,938.11	2,732.61	95,436.03	3,240.61	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 17 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47611: ร้านขายปลีกหนังสือ หนังสือพิมพ์วารสารและ นิตยสาร	-7.21	87.89	98.10	-89.75	67.57	8.73	53.93	64.05	200.22
47612:ร้านขายปลีกเครื่อง เขียนและเครื่องใช้สำนักงาน	476.32	587.73	965.57	437.46	626.33	1,320.05	608.15	622.46	534.72
47620:การขายปลีกสื่อ บันทึกเสียงเพลงและสื่อบันทึก วีดิทัศน์ในร้านค้าเฉพาะ	2.08	0.45	34.48	-17.25	0.00	12.41	17.66	0.00	13.02
47630:การขายปลีกเครื่องกีฬา ในร้านค้าเฉพาะ	-123.23	77.01	-549.96	-103.03	59.12	490.77	7.68	-15.92	996.70
47640:การขายปลีกเกมและ ของเล่นในร้านค้าเฉพาะ	5.47	40.03	48.83	-0.95	52.80	45.48	-13.02	51.55	62.47
47691: ร้านขายปลีก ผลิตภัณฑ์งานฝีมือคนไทย และของที่ระลึก	-270.26	-65.63	0.00	-173.66	23.85	0.00	17.35	31.16	0.00
47699: ร้านขายปลีกสินค้า ทางวัฒนธรรมและ นันทนาการอื่นๆซึ่งมิได้ จัด ประเภทไว้ในที่อื่น	-13.69	0.06	11.51	-24.33	-3.00	0.00	-13.06	1.47	0.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 18 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกขายปลีกสินค้าทางวัฒนธรรมและนันทนาการในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	57,557.11	400.21	63,995.71	1,920.59	61,613.36	2,320.08	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	15,661.34	346.40	16,796.21	467.59	16,767.99	420.44	รายได้ลดลงกำไรลดลง
3	ภาคตะวันออก	3,564.11	58.44	3,625.61	33.42	3,441.22	73.78	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5,064.99	199.18	5,395.62	213.11	5,200.28	185.31	รายได้ลดลงกำไรลดลง
5	ภาคเหนือ	3,725.20	143.26	3,848.89	111.11	4,036.59	147.62	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
6	ภาคใต้	3,432.90	59.24	3,710.68	37.48	3,734.49	80.53	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
7	ภาคตะวันตก	672.47	-13.31	565.39	-50.69	642.09	12.84	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

7. กลุ่มการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ

ตารางที่ 19 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามรหัสประเภทธุรกิจ (รวมหมดทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบกับปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47711:ร้านขายปลีกเสื้อผ้า	55,948.07	1,189.20	77,491.58	6,756.11	80,807.95	6,452.80	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47712:ร้านขายปลีกรองเท้า	2,882.65	-91.47	4,175.34	-23.36	3,760.56	53.81	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47713:ร้านขายปลีกเครื่องนุ่ง ยกเว้นรองเท้า	9,625.97	-416.84	24,621.69	3,954.94	29,691.09	5,401.76	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47721:ร้านขายปลีกสินค้าทาง เภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	193,223.86	11,049.51	200,256.74	9,364.36	200,539.91	8,411.81	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47722:ร้านขายปลีกเครื่องหอม	3,642.38	108.82	4,527.45	341.87	5,461.78	363.03	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47723:ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	62,286.38	2,230.32	72,110.33	3,025.27	82,986.08	5,229.33	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47731:ร้านขายปลีกนาฬิกา แว่นตาและอุปกรณ์ถ่ายภาพ	32,083.18	1,237.15	40,415.76	3,414.85	37,536.63	3,351.81	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47732:ร้านขายปลีก เครื่องประดับ	1,420,526.41	2,535.45	1,896,058.89	2,906.17	2,398,435.06	4,949.96	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47733:ร้านขายปลีกดอกไม้ต้นไม้ม และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	61,292.19	1,467.25	70,157.18	1,924.47	67,890.74	2,230.17	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47734:ร้านขายปลีกสัตว์เลี้ยง และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	10,891.19	225.14	17,789.71	268.06	17,664.92	940.37	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47735:ร้านขายปลีกก๊าซและ เชื้อเพลิงอื่นๆสำหรับใช้ใน ครัวเรือน	32,135.26	706.64	42,606.87	342.39	41,300.46	723.16	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47739:ร้านขายปลีกสินค้าใหม่ อื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	38,407.77	2,466.45	46,601.43	4,276.78	53,128.69	3,347.18	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
รวม	1,922,945.31	22,707.62	2,496,812.96	36,551.91	3,019,203.86	41,455.19	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 20 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47711:ร้านขายปลีกเสื้อผ้า	-238.53	-554.35	2,014.09	-143.43	249.00	6,650.54	-171.68	84.31	6,540.17
47712:ร้านขายปลีกรองเท้า	-83.78	31.99	-32.39	-56.45	64.62	-31.53	-36.04	51.06	38.79
47713:ร้านขายปลีกเครื่อง หนังยกเว้นรองเท้า	-375.27	-830.15	792.50	-99.84	20.88	4,033.91	-55.78	95.21	5,362.33
47721:ร้านขายปลีกสินค้า ทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	501.26	2,244.63	8,369.33	18.32	1,452.99	7,893.06	206.28	1,672.52	6,533.00
47722:ร้านขายปลีก เครื่องหอม	-82.97	70.95	124.22	19.69	103.72	218.45	19.78	135.36	207.88
47723:ร้านขายปลีก เครื่องสำอาง	-609.30	450.54	2,458.20	-398.03	278.13	3,145.17	106.25	207.49	4,915.60
47731:ร้านขายปลีกนาฬิกา แว่นตาและอุปกรณ์ถ่ายภาพ	-203.05	-233.93	1,667.65	-59.02	54.59	3,419.28	-32.13	82.23	3,301.71
47732:ร้านขายปลีก เครื่องประดับ	773.94	927.64	1,182.04	-230.95	667.74	2,469.39	1,049.47	873.68	3,026.81
47733:ร้านขายปลีกดอกไม้ ต้นไม้อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	184.77	250.22	1,017.84	69.61	605.07	1,249.79	88.13	894.27	1,247.77

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47734:ร้านขายปลีกสัตว์เลี้ยง และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	-218.70	100.31	345.34	-577.75	147.80	698.01	-10.93	112.55	838.75
47735:ร้านขายปลีกก๊าซ และเชื้อเพลิงอื่นๆสำหรับใช้ใน ครัวเรือน	54.81	87.84	567.13	40.79	120.57	181.03	10.03	98.23	614.90
47739:ร้านขายปลีกสินค้า ใหม่อื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภท ไว้ในที่อื่น	365.11	447.38	1,698.35	331.61	515.21	3,429.96	646.83	485.23	2,215.12

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 21 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	1,482,230.27	19,504.74	1,941,444.12	30,850.76	2,423,360.70	34,302.65	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	134,184.05	1,765.72	165,557.84	2,988.30	187,514.11	3,374.25	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
3	ภาคตะวันออก	43,849.07	-602.24	58,920.26	102.07	55,651.98	764.91	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	75,992.53	790.08	99,069.28	883.30	89,253.81	1,143.87	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
5	ภาคเหนือ	80,503.72	680.82	99,118.87	877.06	130,363.94	751.61	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
6	ภาคใต้	50,953.05	96.29	57,227.10	407.61	55,179.61	695.56	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
7	ภาคตะวันตก	55,232.63	472.22	75,475.47	442.81	77,879.70	422.34	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

8. กลุ่มการขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ

ตารางที่ 22 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ (รวมทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47741:ร้านขายปลีกวัสดุโบราณ	153.24	-0.61	245.07	0.38	266.22	-4.78	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น
47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกาย รองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว	695.69	-8.88	1,025.97	20.66	1,275.80	27.53	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47743:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และ อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมที่ใช้แล้ว	275.36	4.45	1,366.27	17.88	464.42	17.53	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือน ที่ใช้แล้ว	404.10	13.78	573.61	8.58	656.26	7.42	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47745:ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์ วารสารและนิตยสารที่ใช้แล้ว	4.93	-0.09	32.52	1.51	38.51	2.83	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	13,322.39	100.14	15,290.20	109.89	13,468.97	33.76	รายได้ลดลงกำไรลดลง
รวม	14,855.71	108.79	18,533.64	158.90	16,170.18	84.29	รายได้ลดลงกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 23 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47741:ร้านขายปลีกวัตถุโบราณ	-1.40	0.79	0.00	-2.11	2.49	0.00	-2.04	-2.74	0.00
47742:ร้านขายปลีกเครื่องแต่งกายรองเท้าและเครื่องหนังที่ใช้แล้ว	-0.94	-15.54	7.60	1.57	6.07	13.02	-0.79	17.23	11.09
47743:ร้านขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมที่ใช้แล้ว	4.26	0.19	0.00	5.29	1.69	10.90	6.23	11.30	0.00
47744:ร้านขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือนที่ใช้แล้ว	9.96	3.81	0.00	1.46	7.11	0.00	-1.15	8.57	0.00
47745:ร้านขายปลีกหนังสือหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสารที่ใช้แล้ว	-0.09	0.00	0.00	1.51	0.00	0.00	2.83	0.00	0.00
47749:ร้านขายปลีกสินค้าใช้แล้วอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	3.11	4.15	92.87	-23.92	23.37	110.45	-20.10	-14.70	68.56

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 24 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	2,132.25	- 50.32	2,839.29	-18.97	2,403.55	-29.16	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	6,940.77	69.05	8,741.54	81.31	6,937.20	56.25	รายได้ลดลงกำไรลดลง
3	ภาคตะวันออก	2,357.39	22.45	3,729.20	51.80	3,303.95	28.50	รายได้ลดลงกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	838.62	20.08	856.45	16.27	1,397.60	22.49	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
5	ภาคเหนือ	310.93	9.17	478.05	-0.07	507.09	6.67	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
6	ภาคใต้	281.31	8.58	253.81	5.24	336.33	3.80	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
7	ภาคตะวันตก	1,994.45	29.76	1,635.30	23.32	1,284.48	-4.26	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

9. กลุ่มการขายปลีกบนแผงลอยและตลาด

ตารางที่ 25 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาด (รวมทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบกับปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47811:การขายปลีกผลิตภัณฑ์อาหาร บนแผงลอยและตลาด	182.87	-47.97	151.57	1.55	1,432.68	195.54	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47812:การขายปลีกเครื่องดื่ม บนแผงลอยและตลาด	26.59	0.85	31.13	1.31	122.44	0.82	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47813:การขายปลีกผลิตภัณฑ์ยาสูบ บนแผงลอยและตลาด	152.16	1.15	82.75	-0.38	59.99	-3.88	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น
47821:การขายปลีกสิ่งทอ บนแผงลอยและตลาด	27.81	-1.85	44.00	-1.10	48.54	0.67	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47822:การขายปลีกเสื้อผ้ารองเท้า และเครื่องหนังบนแผงลอยและตลาด	405.07	-10.17	754.59	-40.17	829.19	16.95	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
47891:การขายปลีกคอมพิวเตอร์และ อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม บนแผงลอยและตลาด	456.77	12.33	955.29	17.94	442.49	16.49	รายได้ลดลงกำไรลดลง
47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือน บนแผงลอยและตลาด	3,713.62	61.49	2,132.46	-0.06	3,372.03	-117.87	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47893:การขายปลีกหนังสือ หนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร บนแผงลอยและตลาด	2.15	0.14	42.23	-5.49	36.45	-0.26	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47894:การขายปลีกสื่อบันทึกเสียง และภาพบนแผงลอยและตลาด	23.73	0.25	9.31	-1.16	26.96	-6.60	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น
47895:การขายปลีกสินค้าทาง เภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอม และเครื่องสำอางบนแผงลอยและตลาด	2,316.10	154.42	3,165.48	89.37	3,731.92	23.10	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
47896:การขายปลีกนาฬิกาแว่นตา เครื่องเพชรพลอยบนแผงลอยและตลาด	477.68	-53.05	542.95	-10.79	517.32	-19.81	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น
47897:การขายปลีกดอกไม้ต้นไม้อัตโนมัติ เลี้ยงและอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงบน แผงลอยและตลาด	233.09	5.59	453.89	-1.53	399.11	1.68	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
47899:การขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัด ประเภทไว้ในที่อื่นบนแผงลอยและตลาด	2,117.92	-25.16	2,022.38	-44.25	1,866.66	9.60	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
รวม	10,135.57	98.02	10,388.03	5.25	12,885.79	116.43	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 26 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาด แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47811:การขายปลีกผลิตภัณฑ์อาหาร บนแผงลอยและตลาด	2.05	-1.85	-48.16	1.55	0.00	0.00	-0.17	0.00	195.71
47812:การขายปลีกเครื่องดื่มบนแผงลอยและตลาด	0.85	0.00	0.00	1.31	0.00	0.00	0.82	0.00	0.00
47813:การขายปลีกผลิตภัณฑ์ยาสูบบนแผงลอยและตลาด	1.15	0.00	0.00	-0.38	0.00	0.00	-3.88	0.00	0.00
47821:การขายปลีกสิ่งทอ บนแผงลอยและตลาด	-1.85	0.00	0.00	-1.10	0.00	0.00	0.67	0.00	0.00
47822:การขายปลีกเสื้อผ้า รองเท้าและเครื่องหนัง บนแผงลอยและตลาด	-7.58	-2.58	0.00	-16.17	-23.99	0.00	-0.84	17.79	0.00
47891:การขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม บนแผงลอยและตลาด	12.07	0.26	0.00	5.99	1.52	10.43	16.49	0.00	0.00

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47892:การขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ใน ครัวเรือนบนแผงลอยและตลาด	7.12	41.44	12.93	17.50	15.81	-33.36	30.09	5.66	-153.63
47893:การขายปลีกหนังสือ หนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสาร บนแผงลอยและตลาด	0.14	0.00	0.00	-5.49	0.00	0.00	-0.26	0.00	0.00
47894:การขายปลีกสื่อบันทึกเสียง และภาพบนแผงลอยและตลาด	0.25	0.00	0.00	-1.16	0.00	0.00	-6.60	0.00	0.00
47895:การขายปลีกสินค้าทาง เภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ เครื่องหอมและเครื่องสำอางบน แผงลอยและตลาด	-2.67	30.60	126.49	-43.45	34.57	98.26	-43.96	-6.67	73.72
47896:การขายปลีกนาฬิกา แว่นตาเครื่องเพชรพลอย บนแผงลอย และตลาด	-57.78	4.73	0.00	4.36	-15.14	0.00	-2.85	-16.96	0.00
47897:การขายปลีกดอกไม้ต้นไม้ สัตว์เลี้ยงและอาหารสำหรับสัตว์ เลี้ยงบนแผงลอยและตลาด	4.23	1.36	0.00	-0.72	-0.82	0.00	-0.03	1.71	0.00
47899:การขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ซึ่ง มิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นบน แผงลอยและตลาด	106.14	-32.15	-99.15	-3.04	0.12	-41.33	-2.20	-1.86	13.66

ตารางที่ 27 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกบนแผงลอยและตลาด แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	6,781.62	- 3.91	6,731.55	-38.03	8,740.78	88.20	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	1,751.83	63.27	1,801.56	28.37	2,355.60	38.29	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
3	ภาคตะวันออก	209.99	16.08	173.93	-5.80	225.62	-0.93	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	442.93	12.27	491.39	11.03	344.32	0.15	รายได้ลดลงกำไรลดลง
5	ภาคเหนือ	705.52	12.88	629.86	1.01	718.54	-13.06	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น
6	ภาคใต้	93.30	2.69	386.25	6.32	357.85	2.32	รายได้ลดลงกำไรลดลง
7	ภาคตะวันตก	150.39	-5.25	173.50	2.35	143.09	1.45	รายได้ลดลงกำไรลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

10. กลุ่มการขายปลีกสินค้าอื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ ที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด

ตารางที่ 28 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด แบ่งตามรหัสประเภทธุรกิจ (รวมหมดทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47911:การขายปลีกโดย การรับสั่งสินค้าทาง ไปรษณีย์โทรศัพท์ศน์วิทยุ และโทรศัพท์	8,216.01	-261.36	8,319.08	66.57	6,400.26	-296.53	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น
47991:การขายตรง	19,626.55	1,205.82	19,880.47	1,358.24	15,818.03	-1,140.18	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น
47999:การขายปลีกโดย ไม่มีร้านซึ่งมิได้จัด ประเภทไว้ในที่อื่น	5,750.55	-324.37	6,564.54	-40.98	6,995.00	958.67	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
รวม	33,593.11	620.09	34,764.09	1,383.82	29,213.30	-478.04	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 29 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47911:การขายปลีก โดยการรับสั่งสินค้า ทางไปรษณีย์ โทรทัศนวิทย์ และ โทรศัพท์	17.03	-69.80	-202.80	52.06	-25.39	39.90	9.05	-86.20	-219.38
47991:การขายตรง	135.27	142.75	989.54	89.67	-14.20	1,282.77	24.58	-72.29	-1,092.47
47999:การขายปลีก โดยไม่มีร้านซึ่งมิได้ จัดประเภทไว้ในที่อื่น	25.41	-61.01	-287.58	4.10	35.13	-80.21	-21.07	322.80	656.94

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 30 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกที่ไม่ได้กระทำในร้านค้า แผงลอย หรือตลาด แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบกับปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	28,568.02	467.60	29,986.38	1,204.13	25,202.09	-847.53	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	1,987.99	7.67	2,090.43	53.46	1,829.02	276.38	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
3	ภาคตะวันออก	614.76	30.80	633.33	34.32	591.07	24.45	รายได้ลดลงกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	736.43	-5.41	750.01	11.49	381.76	22.60	รายได้ลดลงกำไรเพิ่มขึ้น
5	ภาคเหนือ	984.93	57.18	593.30	28.90	563.97	17.38	รายได้ลดลงกำไรลดลง
6	ภาคใต้	520.11	46.89	486.26	55.03	493.19	30.98	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
7	ภาคตะวันตก	180.87	15.34	224.38	-3.51	152.19	-2.30	รายได้ลดลงขาดทุนลดลง

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

11. กลุ่มการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 31 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต (รวมหมดทุกภาค ทุกขนาด)

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
47912:การขายปลีก ทางอินเทอร์เน็ต	143,203.65	-2,830.79	176,107.50	-3,950.03	179,836.04	-3,990.90	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 32 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต แบ่งตามขนาด

ประเภทธุรกิจ	ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดเล็ก)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดกลาง)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท) (ขนาดใหญ่)
47912:การขายปลีก ทางอินเทอร์เน็ต	-87.49	-513.71	-2,223.45	-408.88	-151.70	-3,389.45	-306.84	-601.86	-3,082.20



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 33 รายได้รวมและกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		แนวโน้มรายได้/ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ เทียบปี 66/65
		รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	
1	กรุงเทพฯ	120,959.15	-2,907.29	149,758.53	-4,508.95	147,930.64	-5,033.32	รายได้ลดลงขาดทุนเพิ่มขึ้น
2	ภาคกลาง	17,297.05	13.08	18,679.86	411.42	21,960.77	854.81	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
3	ภาคตะวันออก	860.90	5.54	1,369.79	28.78	1,775.87	24.07	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรลดลง
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,434.92	48.06	3,627.91	89.09	4,564.52	103.70	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
5	ภาคเหนือ	936.37	-0.57	1,335.81	17.67	2,039.76	61.54	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
6	ภาคใต้	430.54	10.34	954.28	10.68	1,107.48	13.23	รายได้เพิ่มขึ้นกำไรเพิ่มขึ้น
7	ภาคตะวันตก	284.73	0.04	381.32	1.29	457.00	-14.95	รายได้เพิ่มขึ้นขาดทุนเพิ่มขึ้น

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ภาคผนวก 4
สรุปถอดบทเรียนผู้ประกอบการค้าปลีกศักยภาพ

ประเด็น	ร้านค้าปลีกศักยภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
ข้อมูลภาพรวมธุรกิจ			
โลโก้			
ความเป็นมา	<ul style="list-style-type: none"> ปี 2495 เริ่มต้นธุรกิจ ห้างแจ่มฟ้า อาคาร ประกอบกิจการตัดเย็บเสื้อผ้าให้ข้าราชการและคนทั่วไปในจังหวัดลำพูน ปี 2510 เปลี่ยนเป็นจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปและของชำ ปี 2526 จัดตั้ง บริษัท แจ่มฟ้าเซฟมาร์ท จำกัด ได้รวบรวมสินค้าหลากหลายมาจำหน่ายภายใต้ชื่อ “สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า” ถือเป็นธุรกิจค้าปลีกภายใต้แบรนด์ “แจ่มฟ้า” แห่งแรกของจังหวัดลำพูน 	<ul style="list-style-type: none"> ปี 2524 Mother Marché เริ่มต้นจากการเป็นธุรกิจโชห่วย “เกียรติพานิช” เป็นธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นจังหวัดกระบี่ ปี 2535 พัฒนาเปลี่ยนผ่านสู่ซูเปอร์มาร์เก็ต “Mother Supermarket” ปี 2538 ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท มาเธอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2554 มีการขยายธุรกิจไปสู่แบรนด์ “Mother Marché” ที่มีการวางตำแหน่งทางการตลาดเน้นซูเปอร์มาร์เก็ตพรีเมียม 	<ul style="list-style-type: none"> ปี 2498 ยงสงวนเป็นธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี เริ่มต้นจากการเป็นธุรกิจโชห่วย “ไคว่ย่งง่วน” ต่อมาปี 2525 เปลี่ยนชื่อเป็น “ยงสงวน” โดยได้มีการพัฒนาธุรกิจสู่การเป็นร้านสะดวกซื้อ (ยงสงวนเซฟแลนด์ 22 สาขา) และมีศูนย์ค้าส่งยงสงวน

ประเด็น	ร้านค้าปลีกศักยภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
	<ul style="list-style-type: none"> ● ปัจจุบัน ธุรกิจเครื่องแจ่มฟ้า กรู๊ป ได้แก่ 1.บริษัท แจ่มฟ้าเซฟมาร์ท จำกัด 2.บริษัท แจ่มฟ้าซ้อปปี้ง มอลล์ จำกัด และ 3.บริษัท แจ่มฟ้า พลาซ่า สรรพสินค้า จำกัด โดยมี ร้าน 21 สาขา (ลำพูน 7 สาขา และ เชียงใหม่ 14 สาขา) ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต 3 สาขา มินิ ซูเปอร์มาร์เก็ต 7 สาขา และร้าน สะดวกซ้อ 1 สาขา 	<p>จำหน่ายสินค้านำเข้า เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าชาวไทยที่นิยมสินค้านำเข้าหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ปัจจุบัน ดำเนินการ 2 รูปแบบคือ Mother Supermarket และ Mother Marché สำหรับ Mother Marché 18 สาขา แบ่งออกเป็น กระจบี่ 15 สาขา จังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ สุราษฎร์ธานี 2 สาขา และพังงา 1 สาขา 	
ลักษณะธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● มีศูนย์ค้าส่งและร้านขายปลีกจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าที่ลูกค้าในพื้นที่ต้องการ เน้นจำหน่ายสินค้านำเข้า ● มีระบบสมาชิกให้ราคาพิเศษ 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีศูนย์ค้าส่งและร้านขายปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคพรีเมียม สินค้าอุปโภคบริโภคนำเข้า ทั้งแบรนด์ไทยและต่างประเทศ ● สำหรับ Mother Supermarket จะเน้นกลุ่มลูกค้าทั่วไป และ Mother Marché มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวในกระจบี่และชาวต่างชาติที่มีกำลังซ้อ 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีศูนย์ค้าส่งและร้านขายปลีกสินค้า โดยมีการใช้ระบบสมาชิก เพื่อสะสมแต้มแลกเป็นส่วนลดราคาสินค้าได้ ● บริเวณพื้นที่ร้านขายปลีกสินค้ามีการให้เข้าพื้นที่โดยรอบเพื่อให้นักช้อที่สนใจมาดำเนินการประกอบธุรกิจ

ประเด็น	ร้านค้าปลีกค้าปลีกภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
		<ul style="list-style-type: none"> มีการใช้ระบบสมาชิก เพื่อสะสมแต้ม แลกเป็นส่วนลดราคาสินค้าได้ 	
จุดแข็งทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> มีศูนย์ค้าส่ง (10% ดำเนินการขายส่งให้กับร้านค้าในชุมชน) และร้านขายปลีก (90% ดำเนินการขายปลีก) และมีคลังสินค้า สำหรับกระจายสินค้า และช่วยควบคุมต้นทุนสินค้า ใกล้ชิดกับชุมชนในพื้นที่ ทำธุรกิจมานาน บริหารต้นทุนได้ในราคาถูก มีความหลากหลายของสินค้า ปรับเปลี่ยนร้านค้าให้มี ความทันสมัย 	<ul style="list-style-type: none"> ปรับเปลี่ยนร้านค้าให้มี ความทันสมัย เข้าใจในความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ เลือกคัดสรรและจัดวางสินค้าแตกต่างกันในแต่ละสาขา เช่น บริเวณชุมชน สถานที่ท่องเที่ยว ปรับตัวได้เร็วทันต่อสถานการณ์การแข่งขัน โดยเป็นค้าปลีกแรกในท้องถิ่นที่จำหน่ายสินค้าพรีเมียม 	<ul style="list-style-type: none"> มีสินค้าราคาถูก สินค้าหลากหลายทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค มีธุรกิจการค้าส่งและการมีระบบการจัดส่งสินค้าที่ดี ปรับเปลี่ยนร้านค้าให้มี ความทันสมัย เป็นสากล มีสินค้าลิขสิทธิ์ไลฟ์สไตล์จำหน่าย มีพื้นที่สำหรับนั่งทดลอง/ชิมสินค้า มีความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ (Unilever, Nestle สหพัฒน์)
กลยุทธ์ทางทำเลที่ตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> ตั้งสาขาในพื้นที่ชุมชน เช่น บริเวณใกล้มหาวิทยาลัย และตลาด มีที่จอดรถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> รู้จักพื้นที่เป็นอย่างดี โดยเลือกตั้ง Mother Marché ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว รองรับการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 	<ul style="list-style-type: none"> มีที่จอดรถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า มีพื้นที่ให้เช่าสำหรับร้านค้าต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในพื้นที่มากขึ้น เลือกใช้พื้นที่ที่ตนเป็นเจ้าของแทนการเช่าพื้นที่ เพื่อลดต้นทุน
กลยุทธ์สำคัญในการแข่งขันในตลาดค้าปลีก	<ul style="list-style-type: none"> แข่งขันกับ Modern Trade โดยมีคลังสินค้าและระบบขนส่งสินค้าเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> ขายสินค้าพรีเมียมโดดเด่นแตกต่างจากตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> การได้กำไรน้อย เน้นปริมาณสินค้า ราคาถูก

ประเด็น	ร้านค้าปลีกศักยภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
	<p>ของตัวเองในบางสาขา และบริหารจัดการ/ต่อรองราคากับ supplier ทำให้กระจายสินค้าได้ไวขึ้น และควบคุมต้นทุนได้ดีขึ้น รวมทั้งเพื่อให้มีความสามารถในการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) และปรับราคาให้แข่งขันได้</p>		<ul style="list-style-type: none"> ● เป็นพันธมิตรที่ดีกับ supplier ในการนำสินค้ามาวางจำหน่าย ● ควบคุมต้นทุนทั้งสินค้าที่นำมาวางขาย ต้นทุนการบริหารจัดการธุรกิจ และเพิ่มรายได้จากการให้เช่าพื้นที่
<p>ช่องทางการให้บริการ (ออฟไลน์/ออนไลน์)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● จำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (E-commerce) ได้แก่ Lazada, Shopee แต่ไม่มีการทำเว็บไซต์ หรือมีช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ของตนเอง ● การประชาสัมพันธ์โฆษณา ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> ● จำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อเพิ่มยอดขายและทางเลือกให้กับผู้บริโภค โดยช่องทางการขายออนไลน์ อาทิ Line Official Account, Shopee foodpanda โดยหากเป็นลูกค้าในพื้นที่จะมีบริการส่งฟรี ● การประชาสัมพันธ์ โฆษณา จัดแคมเปญลดราคาผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line และผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> ● ดำเนินธุรกิจค้าปลีกผ่านทางช่องทางออฟไลน์เป็นหลัก โดยใช้ช่องทางออนไลน์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ โฆษณา ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line ● มีบริการจัดส่งฟรีให้กับลูกค้าชายส่ง

ประเด็น	ร้านค้าปลีกศักยภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
ความร่วมมือกับชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> ● จำหน่ายสินค้า OTOP และสินค้าชุมชน ● ส่งเสริมให้คนในชุมชนนั้นเข้ามาทำงานด้วย ● มีความสัมพันธ์ที่ดีใกล้ชิดกับชุมชน และจัดกิจกรรมร่วมกับท้องถิ่น เช่น งานประกวด งานวิ่ง 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสัมพันธ์ที่ดีใกล้ชิดกับชุมชน บริจาคและสนับสนุนเงินและจัดกิจกรรมร่วมกับท้องถิ่น เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ● มีพื้นที่สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> ● เป็นที่รู้จักในชุมชน บริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือชุมชน เช่น พัฒนาโรงเรียน โรงพยาบาลในพื้นที่ ● แบ่งพื้นที่ขายสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชนท้องถิ่น
การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> ● ลงทุนในการใช้ solar cell ● งดแจกถุงพลาสติก 	<ul style="list-style-type: none"> ● ลงทุนในการใช้ solar cell ● งดแจกถุงพลาสติก ● ใช้รถไฟฟ้าในการขนส่งสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ● ใช้หลอดไฟ LED ประหยัดพลังงาน ● ใช้ถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้ ● ปลุกป่าทดแทน ● จัดทำ carbon credit
แนวคิดในการขยายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● ปี 2567 มีแผนขยายสาขาเพิ่ม 2 สาขาในเชียงใหม่ และมีเป้าหมายขยายสาขาให้ถึง 30 สาขา ภายใน 5 ปี ● ไม่มีแผนขยายสาขาไปนอกภูมิภาค เนื่องจากแต่ละจังหวัด/ภูมิภาคมีร้านค้าที่เติบโตอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ อยู่แล้ว 	<ul style="list-style-type: none"> ● ขยายสาขาไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ภูเก็ต สมุย ● นำเข้า-ส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศ ● ผลักดันจากธุรกิจครอบครัวเป็นธุรกิจมหาชน 	<ul style="list-style-type: none"> ● การเพิ่มช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ ● การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการธุรกิจ ● การต่อยอดธุรกิจให้เป็นแฟรนไชส์ โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างการศึกษเพื่อพัฒนาและควบคุมคุณภาพธุรกิจ

ประเด็น	ร้านค้าปลีกศักยภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
การบริหารบุคลากร/แรงงาน	<ul style="list-style-type: none"> จ้างแรงงานในพื้นที่เป็นหลัก และมี การอบรมทักษะการบริการให้ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> แรงงานในพื้นที่ขาดแคลน ต้องจ้าง แรงงานต่างชาติเพิ่มเติม แรงงานขาดทักษะเฉพาะ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ (IT) การทำตลาด ออนไลน์ (Online Marketing) 	<ul style="list-style-type: none"> จ้างแรงงานในพื้นที่เป็นหลัก โดยแรงงาน ทักษะเฉพาะทาง เช่น บัญชี เทคโนโลยี สารสนเทศ (IT) จะจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เข้ามาดำเนินการและถ่ายทอดความรู้ ให้กับพนักงานของตน
แนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกภูมิภาคในอนาคต			
มุมมองธุรกิจค้าปลีกในอนาคต	<ul style="list-style-type: none"> เศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภค ชะลอตัว การแข่งขันในตลาดค้าปลีกจะรุนแรง มากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีก ขนาดใหญ่ และ Modern trade เข้ามาแข่งขันในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น โดยแต่ละเจ้าจะมีการทำโปรโมชั่น และแข่งขันด้านราคา คนรุ่นใหม่/ทายาทรุ่นใหม่ ไม่ ต้องการสืบทอดกิจการ ร้านค้าปลีกมีการทำเทคโนโลยีเข้า มาช่วยบริหารจัดการร้านค้ามากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการค้าปลีกต้องปรับ รูปแบบร้านค้าให้มีความทันสมัย และ ในอนาคตต้องมีการขายสินค้าทาง ช่องทางออนไลน์เพื่อรองรับความ ต้องการของผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> การแข่งขันในตลาดค้าปลีกในพื้นที่ ท้องถิ่นจะรุนแรงมากขึ้น โดยธุรกิจค้า ปลีกขนาดใหญ่ได้เข้ามาดำเนินการใน ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

ประเด็น	ร้านค้าปลีกศักยภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
พฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต	<ul style="list-style-type: none"> ● ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มากขึ้น ● ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารแบบ ready-to-eat มากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มากขึ้น ● ซื้อสินค้าตามความสะดวกของตน โดยนิยมซื้อสินค้าในพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่เป็นหลัก 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้บริโภคในพื้นที่ที่ยังนิยมซื้อสินค้าหน้าร้านเป็นหลัก เนื่องจากต้องการจับจ่ายเลือกซื้อสินค้า และใช้เวลาในการทำกิจกรรมหลากหลาย รวมทั้งต้องการพักผ่อนและรับประทานอาหาร/เครื่องดื่ม
ปัจจัยสำคัญในการตั้งธุรกิจค้าปลีกรายใหม่	<ul style="list-style-type: none"> ● ความเข้าใจตลาดในพื้นที่ ● ขาดเงินทุน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ความเข้าใจตลาดในพื้นที่ ● ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และคนในพื้นที่มีกำลังซื้อ ● มีพันธมิตรกับคนในท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> ● ธุรกิจค้าปลีกรายใหม่อาจต้องเผชิญกับการขาดแรงงาน ไม่มีความรู้ที่เพียงพอ และขาดเงินทุน ● ไม่มีผู้รับช่วงกิจการต่อ
การพัฒนาและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของภาครัฐ			
นโยบาย/การสนับสนุนจากภาครัฐที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● โครงการบัตรประชาชนรัฐ ● โครงการพัฒนาร้านค้าโชห่วยให้เป็นสมาร์ทโชห่วย ● โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน และร้านธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> ● โครงการคนละครึ่ง ● โครงการบัตรประชาชนรัฐ ● โครงการพัฒนาร้านค้าโชห่วยให้เป็นสมาร์ทโชห่วย ● โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน และร้านธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> ● โครงการบัตรประชาชนรัฐเป็นแหล่งรายได้ให้กับธุรกิจร้อยละ 30-40 ของยอดขายทั้งหมด และเป็นการช่วยเหลือประชาชนได้อย่างทั่วถึง และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ● โครงการคนละครึ่ง ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น ● โครงการพัฒนาร้านค้าโชห่วยให้เป็นสมาร์ทโชห่วย

ประเด็น	ร้านค้าปลีกศักยภาพ		
	แจ่มฟ้า	Mother Mache	ยงสงวน
การสนับสนุนจากรัฐเพิ่มเติม	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาร้านค้ารายย่อยอย่างต่อเนื่อง และเจรจากับ supplier เพื่อลดราคา 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาแอปพลิเคชันให้ร้านค้าท้องถิ่นขายสินค้าออนไลน์ร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> การปกป้องธุรกิจของคนท้องถิ่นจากผู้ประกอบการต่างชาติและนอกพื้นที่
ข้อจำกัดในการสนับสนุนธุรกิจค้าปลีกไทยไปยังต่างประเทศ	-	<ul style="list-style-type: none"> การขาดพันธมิตรในการร่วมดำเนินธุรกิจ ขาดองค์ความรู้ในการไปเปิดสาขา 	<ul style="list-style-type: none"> การควบคุมคุณภาพธุรกิจ ขาดองค์ความรู้
อื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> สำหรับร้านค้าปลีกท้องถิ่น ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้เทคโนโลยีมาปรับปรุงประสิทธิภาพของร้านค้า เช่น ระบบคลังสินค้า และระบบจ่ายเงิน แต่ร้านค้าเหล่านี้ก็ต้องอาศัยความเข้าใจ และการให้บริการที่เข้าถึงลูกค้าในพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> การมีความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และเพิ่มอำนาจต่อรองกับร้านค้าท้องถิ่นในภูมิภาคอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> การขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของต่างประเทศถูกหักค่าขายสินค้ามาก ทำให้ผู้ประกอบการได้รับกำไรที่น้อยกว่าที่ควรจะได้ ไม่สนใจที่จะทำ house brand เห็นว่าต้นทุนอาจไม่คุ้มค่า



ที่ปรึกษา

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

นางสาววรพัทธ์ ชีตะดิolk
ผู้อำนวยการกองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

คณะผู้จัดทำ

นางสาวปัญชาน เล่ห์มงคล นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
นางสาวดวงมน สุขสมาน นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
นางสาวณัฐนรี เกษา นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์



กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2507 7023



www.tpsa.go.th



สำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



คิดค้า.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์