

# UOB Business Outlook Study 2026

(ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม)

ฉบับครึ่งปีแรก ปี 2026

 ประเทศไทย



บทนำ

ผลสำรวจ UOB Business Outlook Study ซึ่งจัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 นำเสนอภาพรวมของภาคธุรกิจในประเทศไทย ครอบคลุมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

ตั้งแต่ปีนี้เป็นต้นไป การสำรวจจะจัดทำขึ้นทุกๆ 6 เดือน เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและภูมิรัฐศาสตร์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจได้รับข้อมูลเชิงลึกที่ทันต่อสถานการณ์

รายงานฉบับครึ่งปีแรก ปี 2026 นี้ ประกอบด้วยหัวข้อหลักและหัวข้อเฉพาะช่วงเวลา โดยหัวข้อหลัก ได้แก่ ความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ความยั่งยืน การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ซึ่งมีการติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อประเมินพัฒนาการของสภาพแวดล้อมและการตอบสนองของภาคธุรกิจ

ส่วนหัวข้อเฉพาะช่วงเวลา เช่น การนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ การบริหารจัดการพลังงาน และความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน มุ่งเน้นประเด็นใหม่ที่คาดว่าจะมีความสำคัญเพิ่มขึ้นต่อภาคธุรกิจ โดยนำเสนอภาพเชิงคาดการณ์ในอนาคต เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถคาดการณ์ความต้องการและเตรียมความพร้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากกรณีวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ดังกล่าว การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจให้มีข้อมูลเชิงลึกที่จำเป็นในการรับมือกับความท้าทาย และสามารถคว้าโอกาสทางธุรกิจในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

สิ่งที่ดำเนินการ



สัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 265 ราย โดยเป็นการสัมภาษณ์ออนไลน์ ใช้เวลาประมาณ 15 นาทีต่อราย จัดเก็บข้อมูลในเดือนมกราคม 2026

การจัดประเภท



ผู้ประกอบการขนาดย่อม: รายได้ตั้งแต่ 30 ล้านบาท ถึงน้อยกว่า 400 ล้านบาท



ผู้ประกอบการขนาดกลาง: รายได้ตั้งแต่ 400 ล้านบาท ถึงน้อยกว่า 7,500 ล้านบาท

กลุ่มตัวอย่าง



เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหารระดับจัดการ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นทางธุรกิจ



ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาคธุรกิจ



การผลิต วิศวกรรม และ อุตสาหกรรม



การก่อสร้างและ อสังหาริมทรัพย์



บริการวิชาชีพและ บริการทางธุรกิจ



สินค้าอุปโภคบริโภคและ การค้าปลีก



สุขภาพ บริการชุมชน และ บริการส่วนบุคคล



เทคโนโลยี สื่อ และ โทรคมนาคม



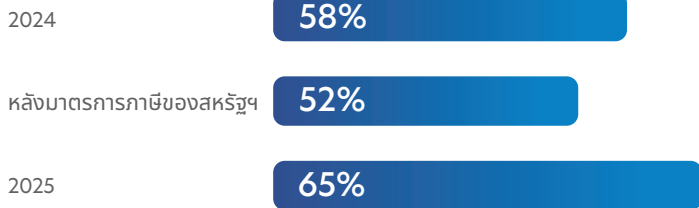
“ท่ามกลางสภาพภูมิรัฐศาสตร์และเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยได้เริ่มเสริมสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ โดยมีการลงทุนเพื่อการเปลี่ยนผ่านองค์กร การแสวงหาตลาดใหม่ๆ รวมถึงการนำนวัตกรรมมาใช้ เพื่อรองรับการเติบโตในระยะถัดไป ในขณะที่เดียวกัน ผู้ประกอบการจำนวนมากมองว่าภูมิภาคาอาเซียนยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจ สะท้อนถึงความตั้งใจที่จะคว้าโอกาสทางธุรกิจข้ามพรมแดน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว”

วีระอนงค์ จิระนคร ภูตระกูล

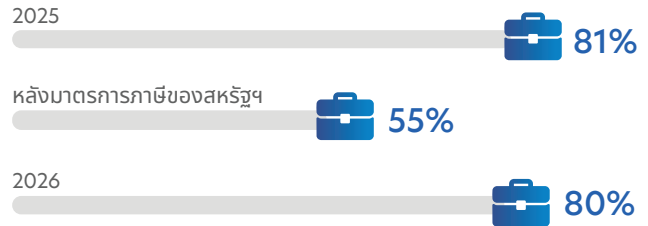
กรรมการผู้จัดการ Deputy CEO และ Wholesale Banking ธนาคารยูโอบี ประเทศไทย

ความเชื่อมั่นทางธุรกิจและแนวโน้มการดำเนินธุรกิจในปีนี้เริ่มฟื้นตัว โดยระดับความเชื่อมั่นปรับตัวสูงกว่าปี 2024

มีมุมมองเชิงบวกต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน



มีมุมมองเชิงบวกต่อแนวโน้มการดำเนินธุรกิจในอนาคต



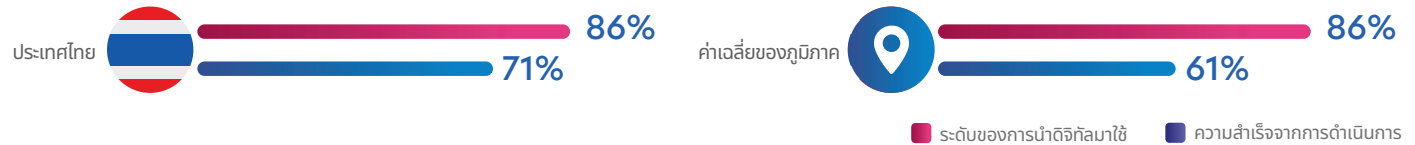
ภาคธุรกิจให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มากกว่าการขยายฐานลูกค้าใหม่ การลดต้นทุน และการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ลำดับความสำคัญทางธุรกิจในช่วง 1-3 ปีข้างหน้า



ประเทศไทยมีการนำโซลูชันดิจิทัลมาใช้ทัดเทียมกับประเทศอื่นในภูมิภาค และสามารถต่อยอดสู่ผลลัพธ์ได้ดีกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

ระดับของการนำดิจิทัลมาใช้และความสำเร็จจากการดำเนินการดังกล่าว

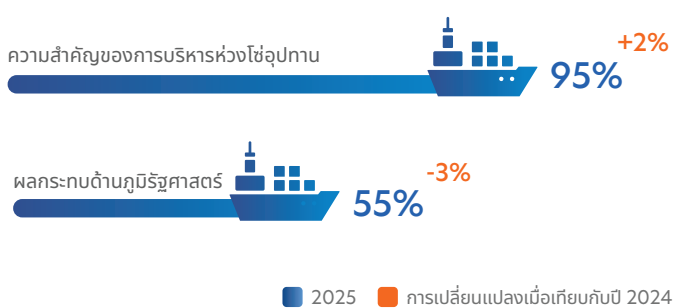


ความยั่งยืนมีแนวโน้มทรงตัว ทั้งในด้านการรับรู้ถึงความสำคัญและการนำไปปฏิบัติจริง

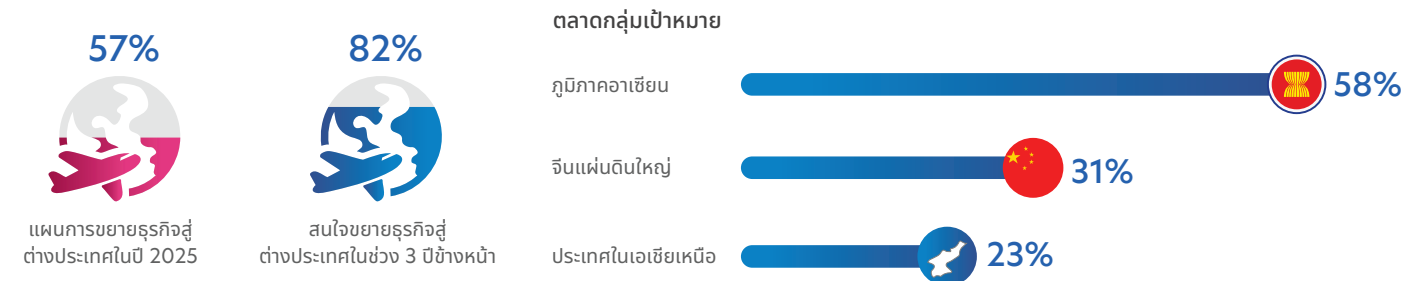
การดำเนินการด้านความยั่งยืน



แรงกดดันด้านภูมิรัฐศาสตร์มีแนวโน้มทรงตัว ขณะที่ภาคธุรกิจยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

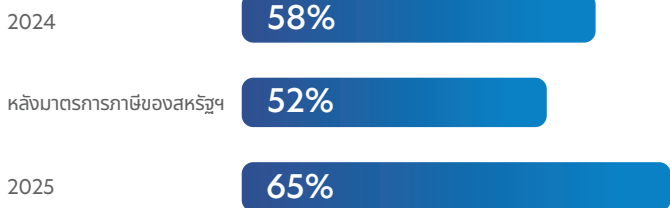


แผนการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศในช่วง 3 ปีข้างหน้าอยู่ในระดับสูงกว่าการขยายธุรกิจที่เกิดขึ้นในปี 2025

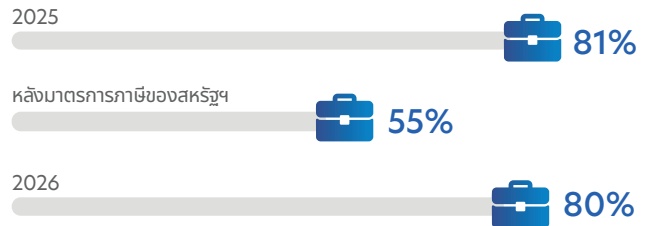


ความเชื่อมั่นทางธุรกิจและแนวโน้มการดำเนินธุรกิจในปีนี้เริ่มฟื้นตัว โดยระดับความเชื่อมั่นปรับตัวสูงกว่าระดับในปี 2024

มีมุมมองเชิงบวกต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน



มีมุมมองเชิงบวกต่อแนวโน้มการดำเนินธุรกิจในอนาคต



ภาคธุรกิจเผชิญกับต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นและความไม่แน่นอนในอนาคต ขณะที่ยังอยู่ในช่วงฟื้นตัวจากภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยระดับมหภาคหลักที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจในปี 2025



ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มากกว่าการขยายฐานลูกค้าใหม่ การลดต้นทุน และการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ลำดับความสำคัญทางธุรกิจในช่วง 1-3 ปีข้างหน้า



การสนับสนุนด้านการทรานส์ฟอร์มองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการลดภาระภาษี เป็นสิ่งที่ภาคธุรกิจต้องการมากที่สุดในปี 2026

การสนับสนุนที่ภาคธุรกิจต้องการเพื่อประสบความสำเร็จในปี 2026 และในอนาคต



45% ของธุรกิจในกลุ่มบริการวิชาชีพและบริการทางธุรกิจให้ความสำคัญกับการทรานส์ฟอร์มองค์กร ขณะที่ 44% ของกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคและการค้าส่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน



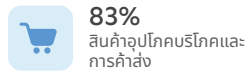
ประเทศไทยมีการนำโซลูชันดิจิทัลมาใช้ทัดเทียมกับประเทศอื่นในภูมิภาค และสามารถต่อยอดสู่ผลลัพธ์ได้ดีกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

ระดับของการนำดิจิทัลมาใช้และความสำเร็จจากการดำเนินการดังกล่าว

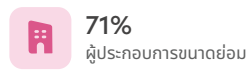


กลุ่มธุรกิจที่มีผลลัพธ์โดดเด่นจากการนำดิจิทัลมาใช้ในปี 2025

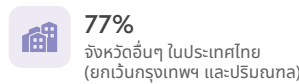
แบ่งตามภาคธุรกิจ



แบ่งตามขนาดธุรกิจ



แบ่งตามที่ตั้ง



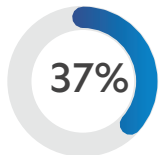
ระดับของการนำดิจิทัลมาใช้ (Red bar) ความสำเร็จจากการดำเนินการ (Blue bar)

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลช่วยขยายการเข้าถึงผู้บริโภค เพิ่มผลิตภาพ และยกระดับผลการดำเนินงานธุรกิจ

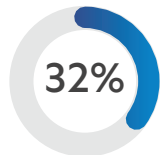
ผลลัพธ์จากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล



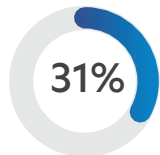
เพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภค



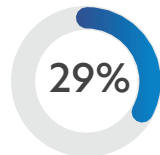
เพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพการดำเนินงาน



ขับเคลื่อนผลการดำเนินงานธุรกิจ



ยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการ



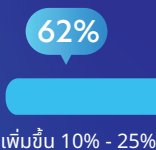
ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานและสายงานต่างๆ

ราว 4 ใน 5 ของธุรกิจมีแผนลงทุนเพิ่มขึ้นในปี 2026

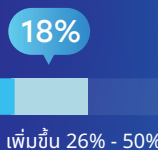
แนวโน้มการใช้จ่ายด้านโซลูชันดิจิทัลในปี 2026 เมื่อเทียบกับปี 2025



อัตราที่เพิ่มขึ้นรวม



เพิ่มขึ้น 10% - 25%



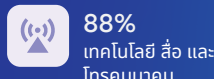
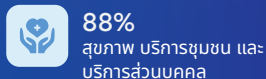
เพิ่มขึ้น 26% - 50%

ภาคธุรกิจที่มีแผนการลงทุนในอนาคตสูงสุด ได้แก่ กลุ่มธุรกิจสุขภาพ บริการชุมชน และบริการส่วนบุคคล (88%) กลุ่มเทคโนโลยี สื่อ และโทรคมนาคม (88%) และผู้ประกอบการขนาดย่อม (85%)

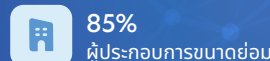


กลุ่มธุรกิจที่มีแผนลงทุนสูงสุด

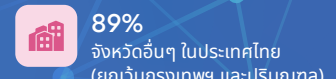
แบ่งตามภาคธุรกิจ



แบ่งตามขนาดธุรกิจ



แบ่งตามที่ตั้ง



7 ใน 10 ของธุรกิจเริ่มนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ โดยประเทศไทยมีการใช้งานสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

การใช้ AI



71%

ประเทศไทย



65%

ค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

กลุ่มที่นำ AI มาใช้สูงสุด

แบ่งตามภาคธุรกิจ



78%

เทคโนโลยี สื่อ และโทรคมนาคม

แบ่งตามขนาดธุรกิจ



73%

ผู้ประกอบการขนาดย่อม

แบ่งตามที่ตั้ง

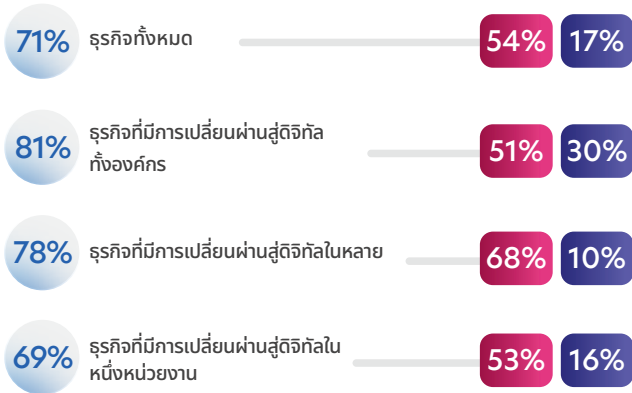


76%

จังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑล)

ธุรกิจที่ได้เริ่มใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงลึกและครอบคลุมหลายหน่วยงาน จะมีความได้เปรียบในการต่อยอดไปใช้ AI ทั้งในระยะเริ่มต้นและขั้นสูง

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลมีความเชื่อมโยงกับความเร็วในการนำ AI มาใช้



■ การนำ AI มาใช้โดยรวม ■ การนำ AI มาใช้ในระยะเริ่มต้น ■ การนำ AI มาใช้ในระดับขั้นสูง

“เราใช้ AI หลักๆ เพื่อช่วยประหยัดเวลาและลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยนำมาช่วยตอบรีวิวดอนไลน์และศึกษาข้อมูลของลูกค้าที่จองห้องกับเรา ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ แทนที่จะต้องใช้เวลาหลายชั่วโมงในการรวบรวมและวิเคราะห์รายงาน เราใช้เวลาที่ประหยัดได้ไปมุ่งเน้นที่การบริหารจัดการการดำเนินงาน และยกระดับประสบการณ์ของผู้เข้าพักได้ดียิ่งขึ้น”

**ผู้อำนวยการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม**

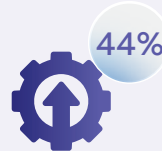
กลุ่มธุรกิจการบริการ

AI สร้าง ROI ที่ชัดเจน โดยเพิ่มผลิตภาพ ลดต้นทุน และขับเคลื่อนรายได้พร้อมทั้งเสริมการมีส่วนร่วมของลูกค้า

ROI ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้ AI



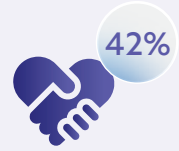
ลดต้นทุน



เพิ่มผลิตภาพ



เพิ่มรายได้



เพิ่มความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของลูกค้า

ภาคธุรกิจระบุว่าช่องว่างด้านบุคลากรเป็นอุปสรรคหลักต่อการนำ AI มาใช้ รองลงมาคือข้อจำกัดด้านการเงิน

ความท้าทายสำคัญในการนำ AI มาใช้



ช่องว่างด้านทักษะและขีดความสามารถของบุคลากร



ต้นทุนและข้อจำกัดด้านการเงิน



ความพร้อมของข้อมูลและระบบ



ข้อจำกัดด้านผู้ให้บริการโซลูชัน AI หรือพันธมิตรในระบบนิเวศ



ข้อจำกัดขององค์กรและผู้นำ

ความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนและการนำไปปรับใช้จริงมีแนวโน้มทรงตัว

การดำเนินการด้านความยั่งยืน

การรับรู้ถึงความสำคัญ



การนำไปปฏิบัติจริง



■ 2025 ■ การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2023

3 ใน 4 ของธุรกิจในกลุ่มการผลิต วิศวกรรม และอุตสาหกรรม เป็นผู้นำด้านการนำแนวปฏิบัติ ESG มาใช้ โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนผ่านการเงินเพื่อความยั่งยืน



ความยั่งยืนถือเป็นวาระเชิงกลยุทธ์ระยะยาว โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอนาคตที่มีความยั่งยืนยิ่งขึ้นทั้งในมิติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

ปัจจัยหลักที่ทำให้ความยั่งยืนมีความสำคัญ



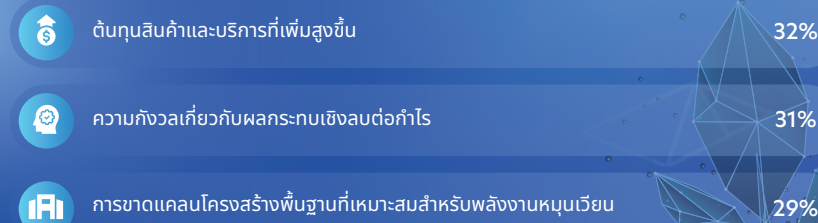
การลดปริมาณของเสียและการกำหนดกระบวนการดำเนินงานที่ชัดเจนนับเป็นแนวปฏิบัติด้าน ESG ที่มีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายที่สุด

แนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่นำมาปรับใช้

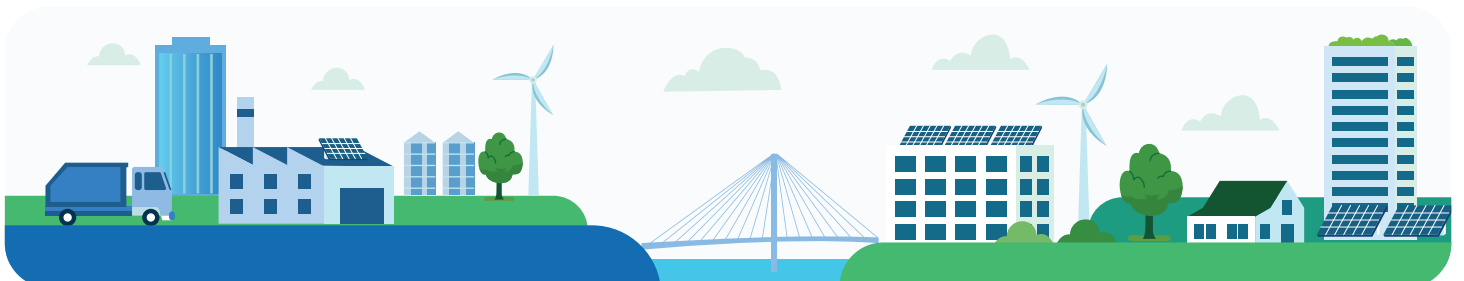


ผลกระทบด้านการเงิน และการขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับด้าน ESG ถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการปรับใช้แนวทาง ESG

อุปสรรคหลัก

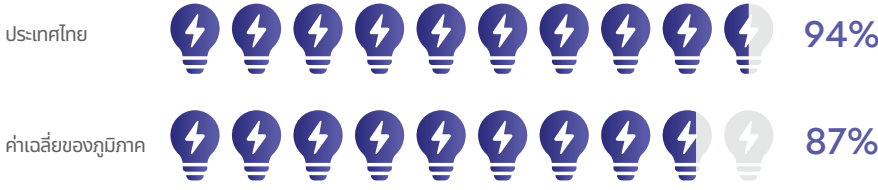


47% ของธุรกิจในกลุ่มก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์กังวลเรื่องต้นทุนสินค้าและบริการที่เพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ 37% ของผู้ประกอบการขนาดย่อมกังวลเรื่องผลกระทบต่อกำไร



ประเทศไทยเป็นผู้นำระดับภูมิภาค ทั้งในด้านการตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการพลังงาน และความตั้งใจในการนำระบบการบริหารจัดการพลังงานมาใช้

สำคัญมากหรือค่อนข้างสำคัญ

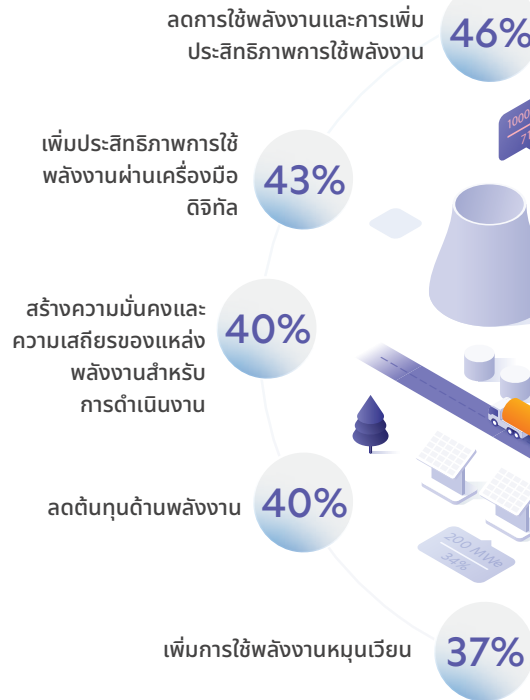


ทุกภาคธุรกิจให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพลังงานและการประหยัดพลังงาน นำโดยกลุ่มธุรกิจการผลิต วิศวกรรม และอุตสาหกรรม

ธุรกิจจำนวนมากให้ความสนใจต่อการลดการใช้พลังงานและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานผ่านเครื่องมือดิจิทัล

ประเด็นที่ได้รับความสนใจสูงสุด

ขณะที่กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยี สื่อ และโทรคมนาคมให้ความสนใจถึงการลดการใช้พลังงาน (53%) และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานผ่านการนำเทคโนโลยีมาใช้ (47%) แต่กลุ่มธุรกิจก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ (51%) กลับให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นหลัก



แผงโซลาร์เซลล์เป็นตัวเลือกที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย รองลงมาคือระบบไฟ LED โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากนโยบายของภาครัฐที่มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี ค.ศ. 2050

โซลูชันด้านการบริหารจัดการพลังงานที่มีการนำมาใช้



ภาคธุรกิจต้องการการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี การจัดหาพลังงานที่มีความยืดหยุ่น และการเพิ่มประสิทธิภาพด้วย AI ในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อขับเคลื่อนการบริหารจัดการพลังงานให้บรรลุผล

ด้านการสนับสนุนที่สำคัญ



แรงกดดันด้านภูมิรัฐศาสตร์มีแนวโน้มทรงตัว ขณะที่ภาคธุรกิจยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

ความสำคัญของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน



ผลกระทบด้านภูมิรัฐศาสตร์



■ 2025 ■ การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2024

ประสบการณ์โดยตรงต่อการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลให้ความสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานยังคงอยู่ในระดับสูง

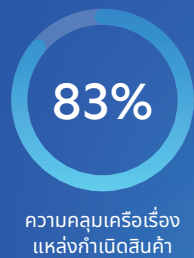


ภาคธุรกิจยังคงเผชิญกับแรงกดดันที่หลากหลายในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ ไปจนถึงความท้าทายด้านการคาดการณ์อุปสงค์และการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ

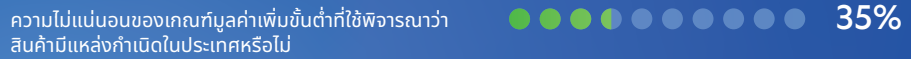
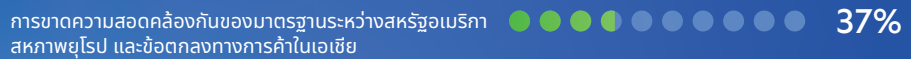
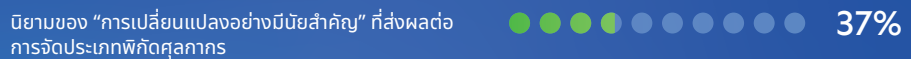
ความท้าทายหลักในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



ราว 8 ใน 10 ของธุรกิจ ยังเผชิญความคลุมเครือในเรื่องการตีความกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin) อันเป็นผลจากนิยามที่ยังไม่ชัดเจน ความแตกต่างของมาตรฐานระหว่างประเทศคู่ค้า และความไม่แน่นอนของเกณฑ์มูลค่าเพิ่มที่ใช้พิจารณาสถานะสินค้าในประเทศ

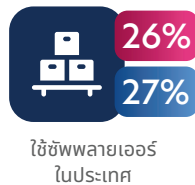


ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคลุมเครือ



แนวปฏิบัติในการกระจายแหล่งจัดหาซัพพลายเออร์ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการรักษาเสถียรภาพอย่างต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทานของภาคธุรกิจ

แนวทางในการเสริมสร้างเสถียรภาพของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



■ 2024 ■ 2025



ภาคธุรกิจมุ่งกระจายฐานซัพพลายเออร์เป็นหลัก ควบคู่กับการขยายกำลังการผลิตภายในภูมิภาคอาเซียนหรือภายในประเทศ

แผนการกระจายซัพพลายเออร์



การขยายกำลังการผลิต



จุดประสงค์หลักในการขยายกำลังการผลิต

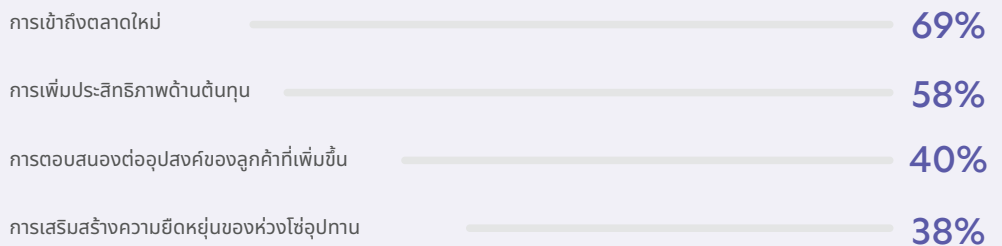


■ ซัพพลายเออร์ ■ การผลิต

การเข้าถึงตลาดใหม่และการเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนเป็นเหตุผลสำคัญที่ภาคธุรกิจส่วนใหญ่นำมาใช้พิจารณาในการจัดตั้งฐานการผลิตและแหล่งซัพพลายเออร์ใหม่

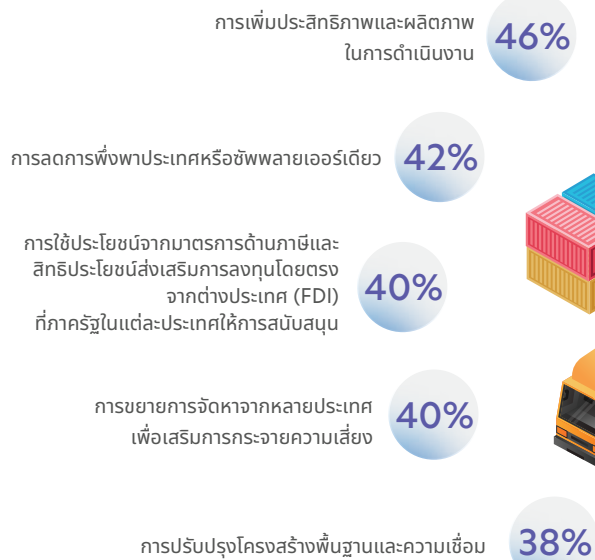
กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและการค้าส่งมีความต้องการในการตอบสนองต่ออุปสงค์ (59%) และการเสริมสร้างความยืดหยุ่นของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (57%) สูงกว่าภาคธุรกิจอื่น

เหตุผลในการขยายห่วงโซ่อุปทาน



ภาคธุรกิจกำลังขับเคลื่อนความเป็นเลิศในการดำเนินงานผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพและการกระจายฐานซัพพลายเออร์

กลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน



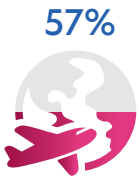
ภาคธุรกิจไทยมองว่านวัตกรรมดิจิทัลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทานมากกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

นวัตกรรมดิจิทัลในการเสริมสร้างความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน

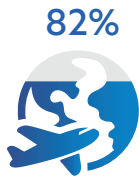


77% ของธุรกิจในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคและการค้าส่งเห็นว่านวัตกรรมดิจิทัลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน

แผนการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศในช่วง 3 ปีข้างหน้าอยู่ในระดับสูงกว่าการขยายธุรกิจที่เกิดขึ้นในปี 2025



แผนการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศในปี 2025



สนใจขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศในช่วง 3 ปีข้างหน้า

ตลาดกลุ่มเป้าหมาย

ภูมิภาคอาเซียน



จีนแผ่นดินใหญ่



ประเทศในเอเชียเหนือ



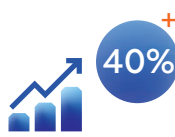
การกระจายความเสี่ยงส่งผลทำให้ธุรกิจให้ความสำคัญกับการขยายตลาดและการผลิต มากกว่ารายได้และกำไร

ปัจจัยหลักที่ผลักดันการขยายธุรกิจไปต่างประเทศ



การเติบโตของรายได้

-11%



การลดความเสี่ยงทางธุรกิจผ่านการกระจายตลาด

+13%



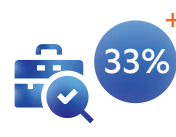
การเพิ่มความสามารถในการทำกำไร

-13%



การขยายฐานการผลิตของบริษัท

+24%



การใช้ประโยชน์จากโอกาสในตลาดต่างประเทศ

+3%

■ 2025 ■ การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2023

แนวโน้มความต้องการการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) โดยรวมอยู่ในระดับแข็งแกร่ง โดยมากกว่าครึ่งของภาคธุรกิจมีแผนที่จะลงทุนในภูมิภาคอาเซียน

แผนการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI)

จุดหมายปลายทางสำคัญ

มีแนวโน้มสูง / มีแนวโน้ม



ภูมิภาคอาเซียน



จีนแผ่นดินใหญ่



ประเทศในเอเชียเหนือ (เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น)

มูลเหตุจูงใจหลักในการพิจารณาการลงทุน ได้แก่ การลดความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทานและมาตรการยกเว้นภาษี รองลงมาคือการลดต้นทุน

มูลเหตุจูงใจในการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI)



การลดความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน และกลยุทธ์ China+1



นโยบายภาครัฐที่เอื้อต่อภาคธุรกิจ รวมถึงสิทธิประโยชน์และการยกเว้นภาษี



โครงสร้างต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำกว่า เช่น ค่าแรงและค่าสาธารณูปโภค



ความมีเสถียรภาพทางการเมืองและกฎระเบียบ



การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและตลาดทุนในประเทศ

