



UTCC
Institute of
Trade Strategies
สถาบันยุทธศาสตร์การค้า

"10
ดาวรุ่ง-ดาวร่วง
ปี 2567

กรอบการพิจารณาธุรกิจเด่น



UTCC

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

พิจารณาจากข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจหอการค้าไทย
(Chamber Business Poll)



ผลการสำรวจผู้ประกอบการรายสาขา



ผลการสำรวจสถานภาพธุรกิจไทย



ผลการสำรวจปัจจัยเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจ



พิจารณาจากข้อมูลทุติยภูมิ
(Secondary Data)



ข้อมูลด้านการนำเข้าและส่งออก



ข้อมูลสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์



ข้อมูลดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมและอัตราการใช้กำลังการผลิต



ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม และดัชนีความเชื่อมั่นภาคธุรกิจ



ตารางปัจจัยการผลิต I-O Table



ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย และประเทศคู่ค้าที่สำคัญ



ดัชนีตลาดหลักทรัพย์



ข้อมูลอื่นๆ



5

เกณฑ์การ ให้
คะแนนธุรกิจ
ดาวรุ่ง

01



ด้านยอดขาย

20 คะแนน

02



ด้านต้นทุน

20 คะแนน

03



ส่วนต่างของยอดขายต่อต้นทุน (กำไรสุทธิ)

20 คะแนน

04



ผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงและภาวะการแข่งขัน

20 คะแนน

05



ความต้องการ/ความสอดคล้องกับกระแสนิยม 20 คะแนน

รวม 100 คะแนน



แนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2566-2567

ปัจจัยสนับสนุน-บั่นทอน

ตารางสรุปประมาณการภาวะเศรษฐกิจมหภาคในปี 2563-2566

เครื่องบ่งชี้ทางเศรษฐกิจ	หน่วย	2563	2564	2565	2566F	
					(ณ ธ.ค. 65)	(ณ ก.ย. 66)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)	%YoY	-6.1	1.5	2.6	3.6	3.0
- GDP ภาคเกษตร	%YoY	-3.3	2.3	2.4	1.1	2.6
- GDP นอกภาคเกษตร	%YoY	-6.4	1.5	2.6	3.6	3.0
การอุปโภคบริโภคของภาคเอกชน	%YoY	-0.8	0.6	6.3	3.1	5.8
การอุปโภคบริโภคของรัฐบาล	%YoY	1.4	3.7	0.2	-0.3	-2.8
การลงทุนรวม	%YoY	-4.8	3.1	2.3	3.0	1.6
- การลงทุนของภาคเอกชน	%YoY	-8.1	3.0	5.1	3.2	1.5
- การลงทุนของภาครัฐ	%YoY	5.1	3.4	-4.9	2.4	1.8
การส่งออกสินค้าในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ	%YoY	-6.5	19.2	5.5	1.2	-2.0
การนำเข้าสินค้าในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ	%YoY	-13.6	27.7	15.3	2.2	-2.5
รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	ล้านบาท	332,013.0	21,395.0	589,833.0	1,100,900.0	1,218,000.0
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	%	-0.8	1.2	6.1	3.0	1.8
อัตราการว่างงาน	%	1.69	1.93	1.32	1.02	1.02
สัดส่วนหนี้สินภาคครัวเรือนต่อจีดีพี	% ต่อ GDP	94.2	94.7	91.4	N/A	89.5

ประมาณการภาวะเศรษฐกิจ ปี 2566

เครื่องบ่งชี้ทางเศรษฐกิจ	หน่วย	กรณีที่แย่กว่า (Worse Case)	กรณีฐาน (Base Case)	กรณีที่ดีกว่า (Better Case)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)	%YoY	2.6	3.0	3.2
- GDP ภาคเกษตร	%YoY	2.2	2.6	2.6
- GDP นอกภาคเกษตร	%YoY	2.6	3.0	3.2
การอุปโภคบริโภคของภาคเอกชน	%YoY	5.6	5.8	5.9
การอุปโภคบริโภคของรัฐบาล	%YoY	-2.8	-2.8	-2.8
การลงทุนรวม	%YoY	1.5	1.6	2.0
- การลงทุนของภาคเอกชน	%YoY	1.4	1.5	2.1
- การลงทุนของภาครัฐ	%YoY	1.8	1.8	1.8
การส่งออกสินค้าในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ	%YoY	-2.5	-2.0	-2.0
การนำเข้าสินค้าในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ	%YoY	-2.6	-2.5	-2.2
รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ล้านบาท	1,197,000.0	1,218,000.0	1,260,000.0
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	%YoY	1.6	1.8	1.9
อัตราการว่างงาน	%	1.10	1.02	0.98
สัดส่วนหนี้สินภาคครัวเรือนต่อจีดีพี	% ต่อ GDP	89.9	89.5	89.3



ปัจจัยสนับสนุนและบั่นทอนการดำเนินธุรกิจและเศรษฐกิจไทยในปี 2567



ปัจจัยสนับสนุน



มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ ได้แก่ มาตรการฟรีวีซ่า โครงการดิจิทัลวอลเล็ต 10,000 บาท ช่วยหนุนการบริโภคภายในประเทศและดึงดูดนักท่องเที่ยว



การลงทุนทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่จะกลับมาฟื้นตัว ตามการเร่งรัดการเบิกจ่ายในโครงการลงทุนของภาครัฐ



ภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัวต่อเนื่องโดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ในทิศทางที่เติบโตเพิ่มขึ้น



การส่งออกกลับมาขยายตัว สอดคล้องกับแนวโน้มปริมาณการค้าโลกที่เริ่มมีสัญญาณฟื้นตัว



ปัจจัยบั่นทอน



ความขัดแย้งทางภูมิศาสตร์โลกในภูมิภาคต่างๆ เช่น การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับกลุ่มฮามาส ได้ส่งผลกระทบต่อราคากำลังงานให้ปรับตัวสูงขึ้น



ความผันผวนของตลาดการเงินโลก จากการดำเนินนโยบายการเงินที่เข้มงวดของประเทศคู่ค้าหลัก โดยเฉพาะประเทศสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป



การชะลอตัวลงของเศรษฐกิจจีน ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวและการส่งออกของไทย



ปัญหาภัยแล้งและปรากฏการณ์เอลนีโญ มีแนวโน้มรุนแรงสูงขึ้นกว่าที่คาดไว้ และจะทำให้รายได้เกษตรกรลดลง

BUSINESS SUCCESS



ประเมินผล 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง ปี 2567

10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง ปี 2567

หน่วย : คะแนน (Score)

ลำดับ	ธุรกิจดาวรุ่ง	รวม	ลำดับ	ธุรกิจดาวรุ่ง	รวม
1	ธุรกิจ E-commerce (ธุรกิจที่ทำการซื้อขายผ่านอิเล็กทรอนิกส์)	96.1	6	ธุรกิจอาหารเสริม	92.9
	ธุรกิจจัดทำคอนเทนต์ ธุรกิจ YouTuber การรีวิวสินค้า และ Influencer				
2	ธุรกิจการแพทย์และความงาม	95.7		7	
	ธุรกิจโฆษณาและสื่อออนไลน์		ธุรกิจเกี่ยวกับน้ำตาล		
	ธุรกิจโทรคมนาคมสื่อสาร เช่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต หรือสัญญาณสื่อสารต่างๆ		ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)		92.0
3	Social Media และ Online Entertainment	95.2	8	ธุรกิจโลจิสติกส์ Delivery และคลังสินค้า	
	ธุรกิจด้านการเงินธนาคาร Fintech และการชำระเงินผ่านระบบเทคโนโลยี			ธุรกิจเงินด่วน โรงรับจำนำ	
	ธุรกิจ Cloud Service และธุรกิจบริการ Cyber Security			ธุรกิจสัตว์เลี้ยง	91.2
4	งานคอนเสิร์ต มหกรรมจัดแสดงสินค้า ธุรกิจ Event	94.5	9	ธุรกิจบันเทิงยามค่ำคิน ผับ บาร์ คาราโอเกะ	
	ธุรกิจความเชื่อ (สายมู, หมอดู,ฮวงจุ้ย)			ธุรกิจ E-sport เกมส์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	90.6
	ธุรกิจอัญมณี เช่น ทอง			ธุรกิจตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	
5	ธุรกิจประกันภัย ประกันชีวิต	93.8	10	ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ทัวร์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	90.1
	ธุรกิจ EV และธุรกิจเกี่ยวข้อ			ธุรกิจพลังงานทดแทน	
	ธุรกิจ Soft Power ไทย เช่น ซีรีย์ ภาพยนตร์			ธุรกิจยานยนต์	
				ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง	



ธุรกิจเด่นอันดับ 1 ธุรกิจ E-Commerce

(ธุรกิจที่ทำการซื้อขายผ่านอิเล็กทรอนิกส์)

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมปรับลดการใช้จ่ายผ่านหน้าร้าน เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต มาเป็นการใช้จ่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบายและสามารถเปรียบเทียบราคาและบริการของแต่ละร้านค้าออนไลน์ได้
- 2) เทรนด์การค้าผ่านออนไลน์ (Social Commerce) ได้รับความนิยมมากขึ้น
- 3) การตลาดรูปแบบวิดีโอสั้น (Short Video Commerce) เทรนด์การตลาดใหม่ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความผสมผสานระหว่างการซื้อขายสินค้าและความบันเทิง
- 4) การรีวิวสินค้าของบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้มีอิทธิพล (ดารา, YouTuber และ Influencer) ช่วยในการโปรโมทสินค้าและประชาสัมพันธ์
- 5) ผู้ประกอบการหันมาทำธุรกิจ E-commerce มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีแนวทางการเลือกสินค้าได้ และมีรูปแบบการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย
- 6) กระแสการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) ช่วยให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าได้ง่าย และหนุนผู้ประกอบการมีรายได้มากขึ้น

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ปัญหาการหลอกขายสินค้า สินค้าไม่ตรงปก สินค้าปลอมและสินค้าไม่ได้คุณภาพ
- 2) การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในการแข่งขันฐานลูกค้าของธุรกิจ และค่าครองชีพที่สูงขึ้น ยังคงกดดันกำลังซื้อของผู้บริโภค
- 3) การแข่งขันทางด้านราคาและต้นทุนการให้บริการ ทำให้กำไรของธุรกิจค่อนข้างต่ำสวนทางกับต้นทุนที่สูงขึ้นตามราคาน้ำมันและความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก
- 4) ระบบโลจิสติกส์ หรือการจัดส่งสินค้าที่อาจล่าช้าและมีต้นทุนที่สูงขึ้น
- 5) ราคาสินค้าและหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคไม่ฟื้นตัว

ธุรกิจ E-Commerce	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	19.5	19.0	19.2	18.9	19.5	96.1



ธุรกิจเด่นอันดับ 1 ธุรกิจทำคอนเทนต์ ธุรกิจ YouTuber การรีวิวสินค้า และ Influencer

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมดิจิทัลของคนในปัจจุบันที่มีการรับรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น และโน้มน้าวให้เกิดความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ
- 2) การเติบโตของสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ โดยมีผู้ประกอบการหันมาพัฒนาและส่งเสริมแพลตฟอร์ม เพื่อรองรับการให้บริการผู้บริโภคที่มีความต้องการที่หลากหลาย
- 3) หลังวิกฤต COVID-19 คลื่นคลายลง ทำให้คนหันมาใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์กันมากขึ้น ส่งผลให้การเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจที่อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ทั้ง YouTube, TikTok แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการทำตลาดออนไลน์
- 4) ต้นทุนในการประกอบธุรกิจต่ำ
- 5) เทรนด์การทำคอนเทนต์ ส่งผลให้เกิดคอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Content Creator) หรือ นักสร้างคอนเทนต์ที่ผลิตเนื้อหาและช่วยธุรกิจในการนำเสนอสินค้าและบริการ รวมถึงโน้มน้าวใจผู้บริโภค

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต้องมีสิ่งใหม่ๆ มาอัปเดตอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบัน และเพื่อให้เป็นที่รู้จักและมีผู้ติดตามมากขึ้น
- 2) เมื่อเกิดความผิดพลาดบนโลกออนไลน์ ธุรกิจอาจถึงขั้นต้องปิดกิจการ
- 3) ธุรกิจมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ และมีความโดดเด่นเฉพาะทาง
- 4) กฎหมาย กฎระเบียบเกี่ยวกับธุรกิจที่ยังไม่มีความชัดเจน

ธุรกิจทำคอนเทนต์ ธุรกิจ YouTuber การรีวิวสินค้า
และ Influencer

ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
19.4	19.2	19.4	19.0	19.1	96.1



ธุรกิจเด่นอันดับ 2 ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) ที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการใช้บริการด้านการแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้น
- 2) การสนใจในการดูแลสุขภาพและความงามของคนในปัจจุบันมีมากขึ้น โดยเฉพาะกระแสของกลุ่มเด็กรุ่นใหม่ (Gen Alpha)
- 2) การใช้โซเชียลมีเดียในปัจจุบัน เช่น TikTok, Facebook และ YouTube ช่วยสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้และเป็นแหล่งความรู้ในการหาข้อมูล ซึ่งสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมทางการแพทย์เติบโตมากขึ้น
- 3) จากการดำเนินนโยบายการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) และกระแสการเติบโตของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลักดันให้ไทยยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ โดยเฉพาะค่ารักษาพยาบาลจากต่างชาติที่ทำรายได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) สถานการณ์เศรษฐกิจและรายได้ของประชาชนที่ยังไม่ฟื้นตัว เมื่อเทียบกับหนี้ครัวเรือนที่เร่งตัวสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของคนในประเทศ
- 2) ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และการขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ โดยเฉพาะสาขาพยาบาลและแพทย์เฉพาะทางที่มีจำนวนจำกัด รวมถึงมาตรการควบคุมราคา ยา เวชภัณฑ์ และบริการทางการแพทย์ ที่ยังคงเป็นข้อจำกัดส่งผลให้ธุรกิจเติบโตต่ำกว่าที่คาดการณ์
- 3) การปลอมแปลงเวชภัณฑ์ การหลอกล่อเสริมความงาม และการแอบอ้างตัวเป็นแพทย์หลอกล่อเสริมความงาม ทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง
- 4) ความไม่เพียงพอของบุคลากรด้านการแพทย์

ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม

ยอดขาย

19.2

ต้นทุน

19.0

กำไร

19.1

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

19.0

ความต้องการ

19.4

รวม

95.7



ธุรกิจเด่นอันดับ 2 ธุรกิจโฆษณาและสื่อออนไลน์

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) การฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้เวลากับโลกออนไลน์กันมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในยุคดิจิทัล
- 2) แพลตฟอร์มออนไลน์กว่า 10 ช่องทาง เช่น Facebook , YouTube และ TikTok เป็นต้น ช่วยเพิ่มเกิดการรับรู้ของแบรนด์และเป็นที่พูดถึง
- 3) การใช้จ่ายของผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น
- 4) ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และต้องการสร้างการรับรู้มีจำนวนมากขึ้น และหลากหลาย
- 5) คนดังหรือผู้ที่มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์อย่าง Influencer ช่วยกระตุ้นแรงจูงใจให้ซื้อสินค้าและเกิดการรับรู้ของแบรนด์
- 6) ต้นทุนการผลิตสื่อออนไลน์ต่ำ และจะขึ้นมาเป็นสื่อหลักที่ใช้ในเชิงพาณิชย์มากขึ้น
- 7) พฤติกรรมการอยากลองใช้ของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม GEN Y และ Z

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้เล่นรายใหม่ๆ ที่เข้าสู่ตลาด รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
- 2) กฎหมายคุ้มครองความเป็นส่วนตัว ทำให้มีความกังวลในเรื่องของการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว
- 3) ความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจ กำลังซื้อชะลอตัวและหนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้น
- 4) ความนิยมใน platform การโฆษณามีการเปลี่ยนแปลงเร็ว

ธุรกิจโฆษณาและสื่อออนไลน์	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	19.6	18.9	19.1	18.9	19.2	95.7



ธุรกิจเด่นอันดับ 2 ธุรกิจโทรคมนาคมสื่อสาร เช่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต หรือสัญญาณสื่อสารต่างๆ

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) เมกะเทรนด์ของธุรกิจในอนาคต มีการใช้เทคโนโลยี IoT และมีการปรับเปลี่ยนสู่ระบบ Smart Solutions มากขึ้น เช่น Smart Platform, Smart Logistics, Smart Farming เป็นต้น
- 2) นโยบายภาครัฐในการสนับสนุนโครงการต่างๆ เช่น เศรษฐกิจดิจิทัล โครงการสมาร์ทซิตี้ โครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
- 3) มีการขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมไปหลายพื้นที่มากขึ้น ทำให้กระตุ้นความต้องการใช้งานจากผู้บริโภคในพื้นที่ใหม่ๆมากขึ้น
- 4) มีการใช้ AI และเทคโนโลยี 5G เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น เช่นการผลิต การแพทย์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
- 5) มีการใช้งานข้อมูลต่างๆ ทางออนไลน์มากขึ้น ทั้งด้านความบันเทิง โซเชียลมีเดีย ธุรกิจทางการเงิน และการซื้อขายสินค้าออนไลน์
- 6) ผู้ประกอบการภาคเอกชนมีแนวโน้มลงทุนขยายโครงข่ายและพัฒนาการบริการเพื่อตอบสนองฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น
- 7) จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศเพิ่มสูงขึ้น และถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ กฎระเบียบ ข้อบังคับของหน่วยงานที่กำกับดูแล
- 2) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ระบบสารสนเทศ และภัยคุกคามทางไซเบอร์
- 3) ตลาดของธุรกิจโทรคมนาคมค่อนข้างอิ่มตัว และมีการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด
- 4) ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักหรือขัดข้องในการให้บริการ เช่น การเกิดภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ เหตุการณ์ความผิดพลาดที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้
- 5) ต้นทุนของการดำเนินงานสูง

ธุรกิจโทรคมนาคมสื่อสาร เช่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต
หรือสัญญาณสื่อสารต่างๆ

ยอดขาย
19.5

ต้นทุน
19.0

กำไร
18.9

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง
19.0

ความต้องการ
19.3

รวม
95.7



ธุรกิจเด่นอันดับ 3 ธุรกิจ Social Media และ Online Entertainment

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ทั้งการซื้อสินค้า การให้ความบันเทิงและการศึกษาหาข้อมูลต่างๆ ผลักดันให้เกิดธุรกิจออนไลน์กันมากขึ้น
- 2) ความสะดวกสบายและการเข้าถึงง่ายของโลกอินเทอร์เน็ต พร้อมกับมอบคุณประโยชน์แปลกใหม่ ทำให้ธุรกิจสื่อบันเทิงออนไลน์และแพลตฟอร์มออนไลน์ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ได้
- 3) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล พร้อมกับการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ช่วยให้ธุรกิจสามารถให้บริการเฉพาะเจาะจงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน
- 4) การใช้สมาร์ทโฟนในปัจจุบันเพื่อเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 5) แพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ในทั่วทุกมุมโลก
- 6) การพัฒนาของระบบเทคโนโลยีในรูปแบบ On Demand

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ความกังวลด้านความน่าเชื่อถือของแต่ละแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น การเข้ามาของมิจฉาชีพ
- 2) การแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น จากการใช้กลยุทธ์การตลาดต่างๆ ส่งผลให้ต้นทุนธุรกิจสื่อออนไลน์สูงขึ้น
- 3) ข้อจำกัดในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้คนต่างจังหวัด
- 4) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลที่ยังไม่ครอบคลุม
- 5) เทคโนโลยีหรือรูปแบบของสื่อ Social มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

ธุรกิจ Social Media และ Online Entertainment	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	19.3	19.1	19.1	18.5	19.2	95.2



ธุรกิจเด่นอันดับ 3 ธุรกิจด้านการเงินการธนาคาร Fintech และการชำระเงินฝากรบบเทคโนโลยี

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง
1) พฤติกรรมการชำระเงินด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ 2) โครงการของภาครัฐในการส่งเสริมให้ผู้คนหันมาชำระเงินด้วยช่องทางออนไลน์ และยังช่วยลดความเสี่ยงจากการพกเงินสดจำนวนมาก 3) การปรับตัวของธนาคารพาณิชย์ในยุคสังคมไร้เงินสด โดยการเพิ่มระบบการเงินดิจิทัลเพื่อให้การทำธุรกรรมทางการเงินสะดวกยิ่งขึ้น 4) ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งการจัดทำ Digital Wallet, Blockchain เพื่อที่จะตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายขึ้น 5) การสั่งซื้อสินค้า และการทำธุรกรรมผ่านออนไลน์มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง 6) ภาคธุรกิจต่างๆ หันมาใช้เครื่องมือออนไลน์และนำฟินเทคเข้ามาพัฒนาบริการทางการเงินหรือต่อยอดธุรกิจ เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน 7) นโยบาย Digital Wallet ของรัฐบาลที่จะออกมาในช่วงปี 2567	1) ภัยคุกคามทางไซเบอร์และการก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ที่เพิ่มสูงขึ้น ได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในการใช้บริการทางการเงินออนไลน์ 2) การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการเงิน และความปลอดภัยทางไซเบอร์ 3) คู่แข่งทางด้านธุรกิจเพิ่มขึ้นจำนวนมาก 4) เทคโนโลยีมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา 5) ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย หรือมีฉ้อโกงที่หลอกให้โอนเงิน หรือดูดเงินจากระบบ ทำให้ผู้บริโภคอาจชะลอการใช้งาน หรือไม่เต็มประสิทธิภาพ

ธุรกิจด้านการเงินการธนาคาร Fintech และการชำระเงินฝากรบบเทคโนโลยี	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	19.2	18.9	19.3	18.7	19.1	95.2



ธุรกิจเด่นอันดับ 3 Cloud service และ Cyber Security

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) อัตราการเติบโตของ Digital Economy ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทำให้ต้องใช้ธุรกรรมผ่าน Internet มากขึ้นเป็นโอกาสให้ธุรกิจ Cloud Service เติบโต เพื่อรองรับ Platform เทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2) เนื่องจากเกิดภัยคุกคามทางไซเบอร์มากขึ้น เช่น การโจรกรรมข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเรียกค่าไถ่ หรือนำข้อมูลส่วนบุคคลไปขาย การหลอกลวงทางไซเบอร์ เป็นต้น หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ จึงมีการใช้บริการ Cyber Security มากขึ้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงอาชญากรรมทางไซเบอร์
- 3) เมกะเทรนด์ของธุรกิจในอนาคต มีการใช้เทคโนโลยี AI และ IoT มากขึ้น และมีการปรับเปลี่ยนสู่ระบบ Smart Solutions มากขึ้น ทำให้ต้องมีการนำบริการ Cloud Service มาใช้ในการประมวลผล และจัดเก็บข้อมูลจำนวนมาก
- 4) กฎหมาย PDPA เป็นกฎหมายปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ครอบคลุมตั้งแต่เรื่องการขอข้อมูล จัดเก็บ ประมวลผลข้อมูล ทำให้องค์กรต้องเพิ่มมาตรการการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลให้แน่นหนามากยิ่งขึ้น พร้อมกับจ้าง Specialist ที่สามารถปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับแนวทางของนโยบาย

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญและมีทักษะด้าน Cyber Security ในประเทศ เนื่องจากยังมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการ และจากปัญหาสมองไหลออกนอกประเทศ เพราะได้รับค่าตอบแทนการทำงานที่สูงกว่าในประเทศไทย
- 2) กฎหมายที่ใช้รองรับเกี่ยวกับธุรกิจและขอบเขตอำนาจของหน่วยงานที่กำกับดูแลในบางประเทศยังไม่มีหรือมีแต่ยังไม่ชัดเจน เนื่องจากการบริหารจัดการของระบบ Cloud ยากต่อการตรวจสอบ
- 3) เทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทำให้เกิดภัยคุกคามและอาชญากรรมในรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา จึงเป็นธุรกิจที่มีความท้าทายอยู่เสมอ หากปรับตัวไม่ทันจะเสียโอกาสในการทำธุรกิจได้
- 4) ความเสี่ยงในด้านลิขสิทธิ์ของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่วนใหญ่เป็นของบริษัทข้ามชาติ อาจทำให้ต้องใช้ต้นทุนหรือค่าบริการที่สูงในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น หากเป็นธุรกิจ SMEs อาจมีปัญหาในการเข้าไปแข่งขันในธุรกิจนี้
- 5) ความเสี่ยงในการควบคุมดูแลข้อมูลของลูกค้า ในกรณีที่ เป็นธุรกิจ หากมีบุคลากรที่เป็นเจ้าหน้าที่ในองค์กรโจรกรรมข้อมูลไปขาย อาจทำให้ธุรกิจถูกฟ้องและมีความผิดตามกฎหมาย

ธุรกิจ Cloud service และ Cyber Security

ยอดขาย

19.0

ต้นทุน

19.0

กำไร

19.0

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

19.0

ความต้องการ

19.2

รวม

95.2



ธุรกิจเด่นอันดับ 4 ธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต มหกรรมจัดแสดงสินค้า ธุรกิจ Event

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง
1) ภาครัฐฯ สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่างๆ โดยมีเป้าหมายที่จะจัดเทศกาล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ 2) ความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ การคมนาคมที่สะดวกสบาย สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย 3) แนวโน้มผู้ประกอบการมีการจัดคอนเสิร์ต ทั้งศิลปินไทย และต่างชาติเพิ่มขึ้น 4) รูปแบบการจัดงานเน้นการกระจายพื้นที่มากกว่าการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ขนาดใหญ่เพียงอย่างเดียว 5) ศิลปะและวัฒนธรรมไทยที่ดึงดูดสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย	1) ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ การเมืองและการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ 2) การแข่งขันที่รุนแรงในสถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน ผู้ว่าจ้างจัดงานมีหลายตัวเลือกในการจ้าง รวมถึงการแข่งขันทางด้านราคาของธุรกิจอีเวนต์ขนาดใหญ่ 3) การขาดแคลนบุคลากรที่มีประสบการณ์ โดยเฉพาะผู้เชี่ยวชาญด้านครีเอทีฟ 4) ต้นทุนการดำเนินงานมีแนวโน้มสูงขึ้นจากหลายสาเหตุ เช่น การปรับขึ้นแรงงานขั้นต่ำปี 2567 ทั่วประเทศ ต้นทุนค่าพลังงานต่างๆ สูงขึ้น เป็นต้น 5) ระดับรายได้และค่าครองชีพของประชาชนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต มหกรรมจัดแสดงสินค้า	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจ Event	19.3	18.4	19.0	18.6	19.2	94.5



ธุรกิจเด่นอันดับ 4 ธุรกิจความเชื่อ (สายบุญ, หมอดู, ฮวงจุ้ย)

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ถูกผลักดันเป็น Soft Power ที่ใช้ในการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและเผยแพร่วัฒนธรรม
- 2) เป็นธุรกิจสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น ชุมชน สร้างโอกาสในการหารายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่พัก อาหาร บริการนำเที่ยว การขายของที่ระลึก
- 3) ประเทศไทยมีสถานที่ที่มีประวัติความเป็นมาเชิงประวัติศาสตร์ที่ยาวนานซึ่งได้รับความสนใจจากทั้งคนไทยและคนต่างชาติเป็นจำนวนมาก
- 4) ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) หรือผู้มีชื่อเสียง สร้างความน่าเชื่อถือและประสบการณ์ร่วมด้านอารมณ์กับกลุ่มลูกค้าทำให้ธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว
- 5) ความไม่มั่นคงด้านสังคม เศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนหันไปพึ่งพาสิ่งที่เป็นความเชื่อ ศรัทธามากขึ้น
- 6) เป็นธุรกิจที่ยังได้รับความนิยมและความเชื่อจากชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะชาวเอเชีย ที่เข้ามาสักการะขอพรในช่วงต่างๆ จำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอ

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) เสี่ยงต่อการถูกโกง หรือถูกฉ้อโกงหลอกได้ง่าย เช่น การถูกนำเข้าสู่มูลส่วนตัว เบอร์โทร เลขบัตรประชาชนไปใช้
- 2) ยังไม่มีการประกาศใช้กฎหมายควบคุมชัดเจนเกี่ยวกับธุรกิจดังกล่าว ทั้งในด้านการควบคุมการโฆษณา และราคาสินค้า
- 3) ความคิดที่เป็นเสรีนิยมมากขึ้น ทำให้เกิดความเชื่อที่หลากหลายมากขึ้นซึ่งยากต่อการที่จะควบคุม
- 4) เป็นธุรกิจที่ขึ้นอยู่กับกระแสนิยมของกลุ่มลูกค้า
- 5) ธุรกิจที่มีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลง และรับผลกระทบทางด้านลบได้น้อย
- 6) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบความเชื่อของประชาชนในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงเร็ว

ธุรกิจความเชื่อ (สายบุญ, หมอดู, ฮวงจุ้ย)

ยอดขาย

19.0

ต้นทุน

19.0

กำไร

19.1

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

18.4

ความต้องการ

19.0

รวม

94.5



ธุรกิจเด่นอันดับ 4 ธุรกิจอัญมณี

เช่น ทอง เครื่องประดับ

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) วิกฤตโควิด-19 และความผันผวนทางเศรษฐกิจของโลกในช่วงที่ผ่านมา ทำให้รูปแบบการบริโภคและธุรกิจสินค้าฟุ่มเฟือยกลับสู่รูปแบบอนุรักษ์นิยมมากขึ้น มีการสะสมอัญมณี เช่น ทองคำ เพชร พลอย มากขึ้น
- 2) การเกรงกำไรของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะ GEN Y และ Z มีมากขึ้น
- 3) รูปแบบการซื้อและเก็บสะสมมีการเปลี่ยนแปลงเป็นรูปแบบออนไลน์ ทำให้คนสามารถเข้าถึงทองได้มากขึ้น
- 4) ทองคำเป็นสินทรัพย์ปลอดภัยและเปลี่ยนเป็นเงินได้ง่ายกว่าสินทรัพย์อื่นๆ
- 5) การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตดีขึ้น ทักษะฝีมือช่างทอง-เครื่องประดับไทยได้รับการยอมรับจากลูกค้าต่างชาติ มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- 6) กระแสเม็ดเงินมีมากขึ้น มีการใช้อัญมณีเป็นสินค้ามงคลเสริมดวง
- 7) มีการลุยเปิดตลาดส่งออกใหม่ โดยเฉพาะในตะวันออกกลาง
- 8) คนรุ่นใหม่หันมาใช้เครื่องประดับที่ทำจากอัญมณีแท้มากขึ้น โดยเฉพาะเครื่องประดับที่มีการออกแบบสวยงามทันสมัย ขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป
- 9) การเกิดความไม่แน่นอนของโลก โดยเฉพาะสงคราม

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวน ประกอบกับราคาทองคำมีระดับสูง อาจทำให้ผู้บริโภคจับต้องได้น้อยลงในแง่ของปริมาณ
- 2) อัญมณีเพชร พลอย มีข้อจำกัดที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้ามาเพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณวัตถุดิบที่ขุดพบในประเทศมีปริมาณลดลง
- 3) ทักษะฝีมือของช่างที่มีความชำนาญจะต้องใช้เวลาในการสะสมประสบการณ์ค่อนข้างมาก อาจเกิดภาวะขาดแคลนช่างฝีมือ
- 4) ภาวะเศรษฐกิจและข้อพิพาทของประเทศคู่ค้าอัญมณีของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา จีน สหภาพยุโรป
- 5) ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ชะลอตัวลง ส่งผลต่อระดับรายได้ของประชาชนที่ลดลง

ธุรกิจธุรกิจอัญมณี เช่น ทอง เครื่องประดับ	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	19.2	18.8	19.1	18.2	19.2	94.5



ธุรกิจเด่นอันดับ 5 ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ผู้คนตระหนักถึงความจำเป็นในการซื้อประกันเพื่อความปลอดภัยของชีวิตและคนในครอบครัวมากขึ้น รวมทั้งมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินมากขึ้น
- 2) บริษัทประกันปรับตัวและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตอบสนองกับประชาชนในยุคปัจจุบัน ทั้งการใช้ AI และการวิเคราะห์ข้อมูล มาช่วยวิเคราะห์ความเสี่ยง
- 3) ค่าครองชีพที่สูงขึ้น โดยเฉพาะการรักษา หรือการซ่อมบำรุงต่างๆ
- 4) ผลกระทบเกี่ยวกับประกันภัยมีจำนวนมากขึ้น และหลากหลาย
- 5) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้ใส่ใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น
- 6) นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐ ผ่านมาตรการส่งเสริมทางด้านภาษี ช่วยให้มีการทำประกันภัยและการประกันชีวิตมากขึ้น

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) การเกิดโรคอุบัติใหม่ และภัยอันตรายที่เกิดกับประชาชน
- 2) การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งระหว่างบริษัทประกันชีวิตด้วยกันเองบริษัทประกันภัยรวมถึงธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน
- 3) หนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้น และภาวะรายได้ไม่ทันรายจ่าย ขาดเงินออม
- 4) อัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์อยู่ในช่วงของขาขึ้น
- 5) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน
- 6) ความเชื่อมั่นต่อธุรกิจประกัน (การให้ข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือเกินจริงของตัวแทน/การบังคับทำประกันของธนาคาร/ระบบความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า)
- 7) ความเสี่ยงจากภัยพิบัติต่างๆ หรือภัยธรรมชาติที่มีโอกาสเกิดขึ้น

ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	18.9	18.6	18.9	18.5	18.9	93.8



ธุรกิจเด่นอันดับ 5 ธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้า EV และธุรกิจเกี่ยวข้อ

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) พฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อม และหันมาให้ความสำคัญกับรถ EV มากขึ้น
- 2) ราคาพลังงานเชื้อเพลิงฟอสซิลมีระดับสูงและผันผวน ผู้บริโภคจึงหันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น
- 3) นโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์พลังงานทางเลือก การให้สิทธิพิเศษทางภาษีแก่ผู้ผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่จะเข้ามาลงทุนตั้งโรงงานในไทย
- 4) ผู้บริโภคมีตัวเลือกมากขึ้น จากการเข้ามาแข่งขันของค่ายรถยนต์ไฟฟ้า อีกทั้งรถ EV มีราคาถูกลง และมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นส่วนประกอบ/ชิ้นส่วนอำนวยความสะดวกในรถยนต์มากขึ้น
- 5) กระแสนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการบังคับใช้คาร์บอนเครดิตมีมากขึ้น
- 6) สถานีชาร์จไฟฟ้าและอุปกรณ์ชาร์จมีมากขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค
- 7) ตลาดรถยนต์มีแนวโน้มเติบโตจากการเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ของผู้บริโภคที่ได้รับนโยบายลดภาษีในช่วงปี 56-57 ที่จะมีอายุเกิน 10 ปี

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) โครงสร้างพื้นฐานทางถนนเพื่อรองรับการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าไม่เพียงพอในประเทศกำลังพัฒนา เพราะรถยนต์ไฟฟ้ายังจำกัดในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล
- 2) ความสะดวกสบายในการใช้งานและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่คุ้นชินกับการใช้งานรถเครื่องยนต์สันดาป เช่น การชาร์จไฟ ระยะทางในการใช้งานรถ EV
- 3) จำนวนพื้นที่ในการชาร์จไฟ มีจำนวนน้อย และต้องใช้เวลานานในการชาร์จต่อครั้ง
- 4) ความกังวลต่อราคาขายต่อรถยนต์ไฟฟ้ามือสอง
- 5) ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะแบตเตอรี่ การรับประกัน และความเสถียรของเทคโนโลยี EV
- 6) การแข่งขันตลาดรถ EV กำลังเข้าสู่ภาวะ Red Ocean มีการแข่งขันด้านราคามากขึ้น โดยเฉพาะรถ EV จากจีน

ธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้า EV และธุรกิจเกี่ยวข้อ

ยอดขาย

18.8

ต้นทุน

18.8

กำไร

18.9

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

19.1

ความต้องการ

18.2

รวม

93.8



ธุรกิจเด่นอันดับ 5 ธุรกิจ Soft Power ไทย

เช่น ซีรีส์ ภาพยนตร์

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ประเทศไทยมีวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์อันเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น ประวัติศาสตร์ ศิลปะ ดนตรี อาหาร เป็นต้น
- 2) โลกาภิวัตน์ ส่งผลทำให้ผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกมีโอกาสดำเนินสัมผัสกับวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น
- 3) กระแสความนิยมของวัฒนธรรมไทยในต่างประเทศ เช่น อาหารไทย ดนตรีไทย และ ภาพยนตร์ไทย ส่งผลให้ซีรีส์ไทยได้รับความสนใจจากแฟน ๆ ทั่วโลก
- 4) ผู้บริโภคมีความต้องการความบันเทิงที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย ซีรีส์ไทยจึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้
- 5) สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้ และเป็นที่ชื่นชอบโดยเฉพาะตลาดจีน
- 6) การผลิตงานซีรีส์ Y มีมากขึ้น และรองรับผู้ชมที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิงและเพศทางเลือก
- 7) มีแพลตฟอร์มดูหนัง ซีรีส์ เช่น WeTV และ Viu ที่ช่วยทำให้ซีรีส์ไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมไปทั่วโลก

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) อุตสาหกรรมซีรีส์/ภาพยนตร์ไทย มีการแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากผู้ผลิตซีรีส์ในประเทศและต่างประเทศ ทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพของผลงานและหาแนวทางใหม่ๆ ในการเข้าถึงผู้ชม
- 2) ความนิยมหรือพฤติกรรมการรับชมของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- 3) นโยบายของภาครัฐซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมซีรีส์/ภาพยนตร์ไทย เช่น นโยบายกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อ เป็นต้น
- 4) ต้นทุนการผลิตที่สูง และต้องทรัพยากรจำนวนมาก เช่น ค่าจ้างนักแสดง ค่าถ่ายทำ ค่าตัดต่อ เป็นต้น
- 5) ความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์ ที่ผลงานของคนไทยอาจถูกละเมิดลิขสิทธิ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต การดัดแปลงโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น
- 6) ความเสี่ยงด้านกระแสนิยม ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ผลิตซีรีส์ต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อผลิตสื่อที่ตรงกับความต้องการของผู้ชม

ธุรกิจ Soft Power ไทย เช่น ซีรีส์ ภาพยนตร์	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	19.0	18.5	18.9	18.5	18.9	93.8



ธุรกิจเด่นอันดับ 6 ธุรกิจอาหารเสริม

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) พฤติกรรมของประชาชนในปัจจุบันเน้นการดูแลสุขภาพ
- 2) การผลิตอาหารเสริมปัจจุบันมีนวัตกรรมใหม่ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพที่มีสรรพคุณหลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น
- 3) มลพิษและสภาพอากาศแปรปรวน เช่น ฝุ่น PM 2.5 รังสีจากแสงอาทิตย์ ล้วนส่งผลต่อสุขภาพและการใช้ชีวิตของผู้คนมากขึ้น ทำให้ผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับการป้องกันโรคและดูแลสุขภาพ
- 4) พฤติกรรมการบริโภคปัจจุบันนิยมสินค้าที่มีสรรพประโยชน์และช่วยเสริมสมรรถภาพ ส่งผลให้สินค้ากลุ่มที่ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันเป็นที่ต้องการมากขึ้น เช่น สมรรถภาพการทำงานของสมอง สายตา เป็นต้น
- 5) ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลที่ง่ายและรวดเร็วผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย สร้างกระแสสุขภาพขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง (Healthy Trend)
- 6) อาหารเสริมปัจจุบันสามารถรับประทานหรือใช้งานง่ายขึ้นกว่าในอดีต เนื่องมีการแต่งกลิ่น สี และรสชาติ ให้ง่ายต่อการบริโภค

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) คู่แข่งขันรายใหม่ทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีโรงงานรับจ้างผลิตจำนวนมาก ทำให้ไม่จำเป็นต้องลงทุนสร้างโรงงานผลิตที่ใช้ทุนสูงเหมือนในอดีต
- 2) การแข่งขันทางด้านราคา การทำโปรโมชั่นลดแลกแจกแถม
- 3) การจดลิขสิทธิ์ผลงานคิดค้นและวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทั้งภายในและนอกประเทศ เช่นกรณีที่ญี่ปุ่นนำกวาวเครือขาวไปจดลิขสิทธิ์
- 4) อาหารเสริมต้องลงทุนในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์สูง และอาจต้องใช้ผู้มีเสียง เช่น ดารา นักแสดง เน็ตไอดอล เป็นพรีเซนเตอร์
- 5) การถูกฟ้องร้องเรื่องสรรพคุณ หรือการโฆษณาสรรพคุณเกินจริง อาจทำให้เป็นกระแสเชิงลบต่อผลิตภัณฑ์หรือถูกฟ้องร้องได้

ธุรกิจอาหารเสริม

ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
18.8	18.8	19.0	18.1	18.2	92.9



ธุรกิจเด่นอันดับ 6 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (ไม่มีแอลกอฮอล์)

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) พฤติกรรมการบริโภค โดยการสั่งอาหารผ่านออนไลน์ หรือ Application บริการส่งถึงที่ ยังคงเป็นพฤติกรรมต่อเนื่องจากช่วงโควิด-19
- 2) กิจกรรมนันทนาการ เช่น งานเลี้ยง คอนเสิร์ต เทศกาลดนตรี การรับจัดเลี้ยงในงานประชุม/งานสังสรรค์แบบปรุงสำเร็จ มีมากขึ้น
- 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีมากขึ้น และการพัฒนาอาหารแช่แข็ง ทำให้สามารถเก็บรักษาอาหารได้นาน มีความนิยมมากขึ้น
- 4) การเปิดตลาดส่งออกใหม่ เช่น ซาอุดีอาระเบีย ส่งผลดีต่อการส่งออก
- 5) การเกิดภาวะโลกเดือด สภาพอากาศแปรปรวน และสงคราม ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนอาหาร ส่งผลดีต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหาร
- 6) กระแส Soft Power และความนิยมอาหารไทยในตลาดโลกมีมากขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวฟื้นตัวต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) คู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมากขึ้น
- 2) ปัญหาภัยธรรมชาติ อาจทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบสำหรับผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม
- 3) วัตถุดิบที่มีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยทางธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม และอื่นๆ
- 4) การเข้ามาแข่งขันของธุรกิจต่างชาติที่มีทุนหนากว่าคนไทย มีการแข่งขันด้านราคา และการเช่า/ซื้อสถานที่ประกอบกิจการ
- 5) กระแสบริโภค/ความนิยมสินค้าใดสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงเร็ว
- 6) มาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษี รวมถึงข้อตกลง FTA ที่ไทยยังด้อยกว่าคู่แข่ง

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (ไม่มีแอลกอฮอล์)

ยอดขาย

18.9

ต้นทุน

18.2

กำไร

18.7

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

18.2

ความต้องการ

18.9

รวม

92.9



ธุรกิจเด่นอันดับ 6 ธุรกิจเกี่ยวกับน้ำตาล

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ความต้องการน้ำตาลปรับตัวสูงขึ้นทั่วโลก ทั้งเพื่อบริโภคโดยตรงและเป็นสารปรุงแต่งรสในผลิตภัณฑ์ต่างๆ
- 2) การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตน้ำตาลที่ก้าวหน้าขึ้น ทำให้สามารถผลิตน้ำตาลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลดต้นทุนการผลิตลง
- 3) การขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งต้องใช้น้ำตาลเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต ส่งผลให้ความต้องการบริโภคน้ำตาลเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
- 4) ไทยมีศักยภาพในการส่งออกน้ำตาลไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดประเทศเพื่อนบ้านและตลาดอาเซียน ซึ่งมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก
- 5) ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมน้ำตาล เช่น การให้เงินอุดหนุนเกษตรกรชาวไร่อ้อย ซึ่งจะช่วยเพิ่มผลิตผลและศักยภาพของอุตสาหกรรมน้ำตาลไทย

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ภาวะเอลนีโญ (ก่อให้เกิดภัยแล้ง) ส่งผลให้ผลผลิตอ้อยลดลง และส่งผลให้ผู้ผลิตน้ำตาลไม่สามารถผลิตได้ทันกับความต้องการ
- 2) ต้นทุนการเพาะปลูกอ้อยที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะราคาปุ๋ยที่แพงขึ้นถึงสามเท่าตัว อีกทั้งต้นทุนด้านพลังงาน ยาปราบศัตรูพืช และค่าเก็บเกี่ยวที่ปรับขึ้นในทิศทางเดียวกัน
- 3) ปัญหาด้านแรงงานขาดแคลน และค่าจ้างที่สูงขึ้น
- 4) ราคาผลผลิตทางการเกษตรชนิดอื่นๆ ปรับตัวสูงกว่าอ้อย ส่งผลทำให้ผู้เพาะปลูกอ้อยเริ่มหันไปเพาะปลูกพืชชนิดอื่นทดแทน
- 5) การปรับขึ้นภาษีความหวานของไทยและประเทศคู่ค้าหลายประเทศ
- 6) กระแสรักสุขภาพทั่วโลกที่จะลดการบริโภคน้ำตาล
- 7) อ้อยบางส่วนถูกนำไปผลิตเอทานอล ส่งผลทำให้ปริมาณอ้อยเข้าไปยังสายการผลิตน้ำตาลลดลง
- 8) การควบคุมปริมาณน้ำตาลส่งออกของภาครัฐ

ธุรกิจเกี่ยวกับน้ำตาล	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	18.8	18.3	18.5	18.4	18.9	92.9



ธุรกิจเด่นอันดับ 7 ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) รัฐบาลมีนโยบาย Digital wallet ซึ่งจะทำให้ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการมีระดับรายได้สูงขึ้น
- 2) การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ที่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทาง Modern Trade มากขึ้น เพราะสะดวก รวดเร็ว และสามารถเปรียบเทียบราคา สินค้าและบริการได้ง่ายกว่า
- 3) การกลับมาขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวส่งผลทำให้ร้านค้าปลีกสามารถแข่งขันกับธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้
- 4) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
- 5) ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงคุณภาพสินค้าและบริการ ณ ร้านค้า ง่ายต่อการตัดสินใจ
- 6) ต้นทุนในการประกอบการสูงขึ้น จากค่าพลังงานที่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ธุรกิจอีคอมเมิร์ซมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว จากปัจจัยต่างๆ เช่น การพัฒนาเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้คนหันมาซื้อของทางออนไลน์มากกว่าออฟไลน์
- 2) การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ และการขยายตัวของธุรกิจข้ามชาติที่เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อร้านค้าปลีกในประเทศไทย
- 3) ต้นทุนด้านการโฆษณาที่อาจเพิ่มสูงขึ้นจากการแข่งขันกับช่องทางการสั่งซื้ออื่นๆ เพื่อสร้างตัวให้กับร้านค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ

ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	18.5	18.4	18.5	18.0	18.6	92.0



ธุรกิจเด่นอันดับ 7 ธุรกิจโลจิสติกส์ Delivery และคลังสินค้า

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) มีการพัฒนาเส้นทางการขนส่งเพื่อเชื่อมต่อพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญระหว่างเศรษฐกิจในภูมิภาค ซึ่งจะเป็ปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจขนส่งสินค้า รวมทั้งการเปิดพรมแดนการค้าระหว่างประเทศที่ครอบคลุมมากขึ้น ทำให้มีการขนส่งที่กระจายพื้นที่มากขึ้น
- 2) พฤติกรรมการซื้อผ่านออนไลน์ของผู้บริโภคสูงขึ้น ทำให้ความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าเพิ่มสูงขึ้นตาม
- 3) ธุรกิจขนส่งมีแพลตฟอร์มการบริการที่หลากหลายยิ่งขึ้น ทั้งการรับส่งเอกสารเดินทาง ส่งอาหาร ส่งสินค้า เป็นต้น
- 4) การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการขนส่งสินค้า และมีผู้ให้บริการมีมากขึ้น อาทิ Kerry Grab Lineman Shopee เป็นต้น
- 5) รูปแบบ Delivery ที่พร้อมทั้งส่งตรงสินค้าถึงมือผู้บริโภคภายในวันเดียว (Same Day Delivery) ทำให้ความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้ามากขึ้น
- 6) ปริมาณการส่งออกสินค้าของไทยในปีหน้าคาดว่าจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) การแข่งขันที่รุนแรง และมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น จากการเติบโตของธุรกิจ E-commerce
- 2) ธุรกิจคลังสินค้าขนาดใหญ่ และคลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิใช้เงินลงทุนสูง และใช้เวลาคืนทุนค่อนข้างนาน
- 3) ข้อจำกัดด้านเงินทุน ทำให้มีความเสี่ยงของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
- 4) ต้นทุนการประกอบการมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อาทิ ราคาพลังงาน ค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น
- 5) ความผันผวนของราคาน้ำมัน และราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลก ส่งผลต่อต้นทุนด้านการขนส่ง

ธุรกิจโลจิสติกส์ Delivery และคลังสินค้า	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	18.6	17.9	18.4	18.4	18.7	92.0



ธุรกิจเด่นอันดับ 7 ธุรกิจเงินด่วน โรงรับจํานํา

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) รัฐบาลมีนโยบายการแก้หนี้ในระบบของภาคประชาชน
- 2) ภัยธรรมชาติ ส่งผลต่อความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน
- 3) ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
- 4) ธุรกิจโรงรับจํานําในปัจจุบันมีการปรับตัวด้วยการให้บริการที่สะดวกมากขึ้น เช่น เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เปิดให้บริการสาขาครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น รวมถึงเพิ่มบริการประเมินราคาผ่านช่องทางออนไลน์
- 5) ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของการฝากทรัพย์สิน (จํานํา) ของลูกค้า
- 6) ความรวดเร็วในการได้รับเงิน หลังประเมินราคา

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) การแข่งขันที่สูง ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันกับความต้องการของตลาด และคู่แข่ง และต้องบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน
- 2) ต้นทุนทางการเงิน เช่น ดอกเบี้ยของสถาบันการเงินที่ปรับตัวสูงขึ้น
- 3) การบริหารจัดการสินทรัพย์อาจเกิดข้อผิดพลาด เช่น สูญหาย เสียหาย
- 4) รายได้ของประชาชนที่ลดลง อาจส่งผลทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ลดลง โอกาสที่ลูกค้าจะไม่กลับมาเอาทรัพย์สินที่ฝากไว้คืนสูง

ธุรกิจเงินด่วน โรงรับจํานํา	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	18.7	18.0	18.5	18.2	18.6	92.0



ธุรกิจเด่นอันดับ 8 ธุรกิจสัตว์เลี้ยง

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) พฤติกรรมของประชาชนที่หันมาให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น
- 2) กระแสการเลี้ยงสัตว์ในฐานะสมาชิกของครอบครัว ได้รับความนิยมมากขึ้น เกิดเมกะเทรนด์ที่มาแรง คือ Pet Humanization ทำให้มีความยินดีที่จะใช้จ่ายเพื่อสัตว์เลี้ยงมากขึ้น
- 3) รูปแบบสินค้าและบริการสัตว์เลี้ยงมีความหลากหลาย เช่น โรงแรม/สปา สระว่ายน้ำสำหรับสุนัข คาเฟ่สัตว์เลี้ยง เสื้อผ้า เพอร์รีเจอร์ เป็นต้น รวมไปถึงการเสนอขายที่พักอาศัยแนวตั้งที่สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ หรือแม้กระทั่งบริการจัดงานศพสำหรับสัตว์เลี้ยง
- 4) ความต้องการฝึกสัตว์เลี้ยงให้มีระเบียบและเชื่อฟังคำสั่ง ส่งผลให้เกิดความต้องการโรงเรียนและครูฝึกสัตว์เลี้ยงมากขึ้น
- 5) แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้ผู้คนสามารถเลือกซื้อสัตว์เลี้ยง หรือสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงได้ง่ายขึ้น

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) วัตถุดิบผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงหลายรายการต้องพึ่งพาการนำเข้า อาจเสี่ยงต่อราคาวัตถุดิบที่ปรับสูงขึ้นและค่าเงินมีความผันผวน
- 2) อาหารสัตว์เลี้ยงแม้จะมีราคาแพง แต่สามารถทำกำไรได้ไม่มาก เนื่องจากต้นทุนสูง มีคู่แข่งชันมาก ทำให้เกิดการตัดราคาขาย
- 3) ลิขสิทธิ์ยาและผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรมที่ใช้กับสัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่เป็นของบริษัทต่างชาติ ทำให้มีราคาสูงและต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นส่วนใหญ่
- 4) หากมีบังคับใช้กฎหมาย/ระเบียบในการขึ้นทะเบียนสัตว์เลี้ยง อาจทำให้มีคนตัดสินใจเลี้ยงสัตว์เลี้ยงน้อยลง เนื่องจากมีความยุ่งยากในการเลี้ยงสัตว์มากขึ้น
- 5) การเลือกประเภทสัตว์เลี้ยงมีความหลากหลายของชนิดสัตว์ หากธุรกิจร้านขายสินค้าสัตว์เลี้ยงมีประเภทสินค้าที่ขายไม่ครอบคลุม อาจสร้างยอดขายได้น้อยกว่าคู่แข่งที่มีทุนมากกว่า

ธุรกิจสัตว์เลี้ยง

ยอดขาย

18.4

ต้นทุน

17.9

กำไร

18.6

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

17.9

ความต้องการ

18.4

รวม

91.2



ธุรกิจเด่นอันดับ 8 ธุรกิจบันเทิงยามค่ำคืน ผับ บาร์ คาราโอเกะ

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมใช้เวลาว่างไปกับการสังสรรค์และบันเทิงมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจสถานบันเทิงมีแนวโน้มเติบโตตามไปด้วย
- 2) การพัฒนาของแพลตฟอร์มช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านทางโซเชียลมีเดียได้กว้างขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 3) ภาครัฐบาลมีนโยบายผ่อนปรนและสนับสนุนธุรกิจสถานบันเทิง เช่น การขยายเวลาเปิดถึงตี 4 สำหรับสถานประกอบการในสถานที่กำหนด (Zoning Area)
- 4) การเติบโตของเขตเมืองและชุมชน การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร และการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของไลฟ์สไตล์ ส่งผลทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้มากขึ้น
- 5) นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น
- 6) ภาครัฐดำเนินมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) การเข้ามาแข่งขันของนักลงทุนต่างชาติ รวมถึงมีบริการที่แตกต่างออกไป
- 2) ภาครัฐมีกฎระเบียบและข้อบังคับที่เข้มงวดต่อธุรกิจสถานบันเทิง
- 3) ปัญหาอาชญากรรมและความรุนแรงอาจเกิดขึ้นได้ภายในสถานบันเทิง
- 4) ปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น มลพิษทางเสียง โดยเฉพาะสถานประกอบการที่อยู่ใกล้เขตที่อยู่อาศัย
- 5) ค่าครองชีพที่มีแนวโน้มของการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 6) ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจที่อาจมีแนวโน้มปรับตัวไม่สูง

ธุรกิจบันเทิงยามค่ำคืน ผับ บาร์ คาราโอเกะ

ยอดขาย

18.7

ต้นทุน

17.6

กำไร

18.3

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

18.2

ความต้องการ

18.4

รวม

91.2



ธุรกิจเด่นอันดับ 9 ธุรกิจ E-Sport เกมส์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) จำนวนนักแคสต์เกม หรือสตรีมเมอร์ เพิ่มขึ้นทำให้คนสนใจตลาดเกมมากขึ้น เกิดผู้เล่นรายใหม่ในตลาดมากขึ้น
- 2) มีรายการจัดแข่งขันต่างๆ ทั่วโลกมีมากขึ้น ทั้งแพลตฟอร์มสมาร์โฟน และคอมพิวเตอร์ ผู้คนสามารถเข้าร่วมการรับชมการแข่งขันผ่านสื่อดิจิทัลได้ง่าย
- 3) ภาควิทยาศาสตร์ไทยมีการสนับสนุนการสร้างทักษะแรงงานด้าน E-sport มากขึ้น หลายสถานศึกษาเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนด้าน E-sport
- 4) ภาครัฐกิจมีเข้าไปมีส่วนร่วมลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากขึ้น หรือ เป็นการสนับสนุนเงินรางวัลในการแข่งขัน
- 5) การพัฒนาเทคโนโลยี และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเล่นเกมที่ดึงดูดผู้เล่นมากขึ้น รวมทั้งผู้บริโภคยังเข้าถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้ง่ายขึ้น
- 6) มีการส่งเสริม Ecosystem ที่เหมาะสมให้กลุ่ม Start-up เพื่อสร้างกลุ่มธุรกิจแห่งอนาคต (Future Business Cluster)

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ปัญหาด้านการพนันที่เกิดจากการแข่งขัน หรือตัวเกมส์ต่างๆ
- 2) เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และมีผู้เล่นรายใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 3) ปัญหาการถูกโกง และมิจอาชีพที่เข้ามาในรูปแบบของนักแคสต์เกมส์ หรือสตรีมเมอร์ และการถูกนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้
- 4) เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงเร็ว และต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา
- 5) ความชำนาญด้านการประกอบธุรกิจเกมส์ในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก
- 6) ต้นทุนในการพัฒนาเกมส์และเทคโนโลยีสูง

ธุรกิจ E-Sport เกมส์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
18.5	18.1	18.1	17.8	18.1	90.6



ธุรกิจเด่นอันดับ 9 ธุรกิจตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ได้รับปัจจัยสนับสนุนจาก กระแสการผลักดันเรื่อง Soft Power และนโยบาย กระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐฯ
- 2) พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมเดินตลาด เพื่อซื้ออาหาร หรือใช้จ่ายเล็กๆ น้อยๆ เพื่อเป็นการพักผ่อน
- 3) การโฆษณา หรือได้รับปัจจัยสนับสนุนจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) ในการเดินทางไปท่องเที่ยว รีวิว ตลาดส่งผลให้คนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น
- 4) สื่อโฆษณาออนไลน์ที่เข้าถึงประชาชนในทุกพื้นที่
- 5) จำนวนผู้ประกอบการที่ต้องการเริ่มธุรกิจมีเพิ่มขึ้น

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) การบริหารจัดการต้นทุน และการจัดการของเสียที่เกิดจากตลาด เพื่อไม่ให้ เกิดผลกระทบต่อพื้นที่อยู่อาศัยใกล้เคียง
- 2) ปัญหาระหว่างผู้เช่า กับผู้ให้เช่าพื้นที่ค้าขายภายในตลาด เช่น สัญญาเช่า ค่าเช่า และกฎระเบียบต่างๆ ของตลาด
- 3) จำนวนตลาดเพื่อการท่องเที่ยวมีจำนวนมาก
- 4) ต้นทุนการบริหารจัดการตลาดสูง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสาธารณูปโภค หรือเรื่องของสุขอนามัย
- 5) ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

ธุรกิจตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

ยอดขาย

18.4

ต้นทุน

17.9

กำไร

18.2

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

17.8

ความต้องการ

18.3

รวม

90.6



ธุรกิจเด่นอันดับ 9 ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ทัวร์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) รัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การยกเลิกวีซ่าในประเทศต่างๆ
- 2) มาตรการกระตุ้นการเดินทางมาไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผ่านรูปแบบ Digital Marketing แคมเปญต่างๆ เช่น Amazing Thailand การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)
- 3) มาตรการ LTR Visa ที่ดึงดูดต่างชาติให้อยู่ที่ไทยได้เป็นระยะเวลานานยิ่งขึ้น
- 4) การจัดกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ของประเทศไทย
- 5) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ถึงสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 6) การมีวัดหยุดยาว ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยว

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางในประเทศไทยอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- 2) ปัญญาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่น
- 3) ต้นทุนของธุรกิจเพิ่มขึ้นจากปัจจัยด้านต้นทุน เช่น ต้นทุนแรงงาน และต้นทุนทางการเงินที่เกิดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงขึ้น
- 4) การแข่งขันจากธุรกิจทดแทน เช่น คอนโดมิเนียมที่ให้เช่ารายวัน และที่พักเปิดใหม่ที่เพิ่มขึ้น
- 5) ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจโลก ปัญหาเงินเฟ้อ และราคาพลังงานที่สูงขึ้น รวมทั้ง ปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศ ส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ถือเป็นรายได้หลักของไทย

ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ทัวร์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
18.5	17.9	18.3	17.7	18.2	90.6



ธุรกิจเด่นอันดับ 10 ธุรกิจพลังงานทดแทน

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) แนวโน้มความต้องการใช้พลังงานจากแผงโซลาร์เซลล์ในประเทศ จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะสถานการณ์ความผันผวนด้านราคาพลังงาน โดยเฉพาะก๊าซธรรมชาติ และก๊าซแอลเอ็นจี ที่ต้องใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้าในไทย ทำให้คนไทยต้องแบกรับภาระค่าไฟฟ้าที่สูงขึ้น
- 2) นโยบายการขับเคลื่อนด้านพลังงานจากภาครัฐ ในการสนับสนุนให้ประชาชนใช้พลังงานสะอาด พลังงานทางเลือกมากขึ้น เช่น ธุรกิจโซลาร์เซลล์ (Solar Cell) ที่มีการส่งเสริมครัวเรือนให้ผลิตพลังงานไฟฟ้าใช้เองและสามารถขายไฟฟ้า (PPA) คืนให้ภาครัฐได้
- 3) มีนโยบายสนับสนุนจากสถาบันการเงินต่างๆ เช่น สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการด้านพลังงานทางเลือก กองทุนเกี่ยวกับพลังงานสะอาด พลังงานทางเลือก เป็นต้น
- 4) สร้างความได้เปรียบในการส่งออกอุตสาหกรรมที่มีการใช้พลังงานทดแทน หรือพลังงานสะอาด เนื่องจากต่างประเทศให้ความสำคัญกับมาตรการปรับคาร์บอน (CBAM) มากขึ้น

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ความสามารถในการติดตั้งมีวงจำกัด
- 2) การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ
- 3) ต้นทุนในการดำเนินกิจการที่สูง
- 4) เทคโนโลยีมีการพัฒนาและมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

ธุรกิจพลังงานทดแทน เช่น โซลาร์เซลล์

ยอดขาย

18.2

ต้นทุน

17.5

กำไร

18.5

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

17.8

ความต้องการ

18.1

รวม

90.1



ธุรกิจเด่นอันดับ 10 ธุรกิจยานยนต์

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ความต้องการรถยนต์มีจำนวนมากขึ้น
- 2) ไทยยังพื้นฐานการผลิตสำคัญของยานยนต์เครื่องยนต์สันดาป
- 3) แนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ฟื้นตัวได้ดีจะเป็นกลุ่มรถบรรทุกและกลุ่มรถจักรยานยนต์ ขณะที่กลุ่มรถยนต์นั่งและรถโดยสารฟื้นตัวดีขึ้นอย่างช้า ๆ ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและภาคการท่องเที่ยว
- 4) มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ระบบประหยัดพลังงาน ระบบการขับเคลื่อนด้วยความปลอดภัย ระบบการถอยจอดอัตโนมัติ เป็นต้น จูงใจความต้องการซื้อของผู้บริโภค
- 5) ยอดขายรถยนต์ในประเทศมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ตามภาวะเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัว

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ระดับรายได้และกำลังซื้อของผู้บริโภคชะลอตัว ความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดจากปัญหาเงินเฟ้อ
- 2) มาตรการเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
- 3) ราคาพลังงานเชื้อเพลิงฟอสซิล มีราคาสูงและมีความผันผวน
- 4) กระแสรักษาสิ่งแวดล้อม และกฎระเบียบทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับเครดิตคาร์บอน
- 5) กระแสนิยมของการใช้ยานยนต์พลังงานทางเลือกมีมากขึ้น เช่น ยานยนต์ไฟฟ้า ทำให้มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้น
- 6) ความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก จากทั้งภัยทางธรรมชาติ และข้อพิพาทการเมืองระหว่างประเทศ

ธุรกิจยานยนต์

ยอดขาย

18.1

ต้นทุน

17.7

กำไร

18.2

การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง

17.9

ความต้องการ

18.2

รวม

90.1



ธุรกิจเด่นอันดับ 10 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง

ปัจจัยสนับสนุน

- 1) การขายอสังหาริมทรัพย์ระดับไฮเอนด์ (ยูนิตละ 60-150 ล้านบาท) ยังเติบโตได้ โดยเฉพาะการเจาะตลาดลูกค้าต่างชาติที่มีกำลังทรัพย์สูง
- 2) นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจและสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น การออกโครงการเพื่อซื้อบ้านหรือเงินกู้อัตราดอกเบี้ยพิเศษของผู้มีรายได้น้อย
- 3) การใช้กลยุทธ์ในการขายของผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เช่น การทำโปรโมชั่นลดราคาหรือของแถม เพื่อลดสต็อกบ้านที่ค้างอยู่ในระบบ
- 4) โครงการก่อสร้างสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานยังมีต่อเนื่อง เช่น โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน โครงการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบัง เฟส 3 โครงการรถไฟฟ้าสีม่วงใต้ (เตาปูน-ราษฎร์บูรณะ) เป็นต้น ซึ่งส่งผลดีต่อผู้รับเหมาก่อสร้าง รวมถึงเป็นการขยายตัวเส้นทางคมนาคมที่เอื้อต่อธุรกิจการก่อสร้างและขายที่อยู่อาศัยที่จะขยายตัวไปตามแนวเส้นทางคมนาคม

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) สถาบันการเงินมีความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ เนื่องจากปริมาณหนี้เสียในระบบมีระดับที่สูง ประกอบกับหนี้ครัวเรือนต่อจีดีพียังมีอัตราสูงทำให้ผู้ซื้อในกลุ่มรายได้น้อยขอสินเชื่อได้ยาก
- 2) อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่อยู่อาศัยยังมีอัตราสูง โดยดอกเบี้ยถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในซื้ออสังหาริมทรัพย์
- 3) ค่าวัสดุอุปกรณ์สำหรับสร้างบ้านมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนค่าก่อสร้างมีระดับสูง ในขณะที่กำลังซื้อระดับกลางลงมาชะลอตัว
- 4) แนวโน้มค่าจ้างขั้นต่ำปรับสูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนราคาขาย เช่น หากปรับค่าแรงเป็น 450 บาท/วัน อาจทำให้ต้นทุนปรับขึ้นประมาณ 4%
- 5) พฤติกรรมคนรุ่นใหม่ มีแนวคิดในการเช่ามากกว่าการซื้อที่อยู่อาศัย เนื่องจากมีระดับรายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย
- 6) แนวนโยบายเรื่องการลงทุนของรัฐบาล

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
	18.5	17.7	18.1	17.8	18.0	90.1



UTCC
Institute of
Trade Strategies
สถาบันยุทธศาสตร์การค้า



10 ระวัง 2567
ธุรกิจ



10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง ปี 2567

อันดับที่	ธุรกิจดาวรุ่ง	คะแนน
1	โทรศัพท์พื้นฐาน	7.8
	ธุรกิจร้านเช่าหนังสือ CD หรือ VDO	7.8
2	ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่มี platfrom online	8.6
	ธุรกิจผลิต CD DVD ที่จัดเก็บข้อมูลฮาร์ดไดรฟ์ หรือ เมมโมรี่ การ์ด	8.6
	บริการส่งหนังสือพิมพ์	8.6
3	ธุรกิจคนกลาง	9.9
	ธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา และเซรามิก	9.9
4	ธุรกิจผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	11.5

อันดับที่	ธุรกิจดาวรุ่ง	คะแนน
5	ผลิตสารเคมี	12.2
6	ธุรกิจร้านถ่ายภาพ	13.7
7	ร้านขายเครื่องเล่นเกม, แผ่นเกม, ตลับเกม	14.8
	ธุรกิจการทอผ้าจากธรรมชาติ	14.8
8	ธุรกิจถ่ายเอกสาร	15.3
9	ธุรกิจเฟอनीเจอร์ไม้	16.5
10	ธุรกิจร้านโซห่วย	17.2
	ธุรกิจผลิตกระดาษ	17.2



เปรียบเทียบ 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2566 และ 2567

ธุรกิจ	59	60	61	62	63	64	65	66	67
ธุรกิจ E-commerce	-	3	3	1	2	1	1	2	1
ธุรกิจจัดทำคอนเทนต์ ธุรกิจ YouTuber การรีวิวสินค้า และ Influencer	-	-	-	-	-	-	-	4	1
ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม	1	1	2	2	5	1	1	1	2
ธุรกิจโฆษณาและสื่อออนไลน์	-	-	-	-	-	-	-	4	2
ธุรกิจเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ	2	4	1	4	2	-	-	-	2
ธุรกิจด้าน Fintech และการชำระเงินผ่านระบบเทคโนโลยี	-	7	6	5	8	8	3	3	3
Social Media และ Online Entertainment	-	-	-	-	-	-	-	3	3
ธุรกิจ Cloud Service และธุรกิจบริการ Cyber Security	-	-	-	-	-	-	-	-	3
งานคอนเสิร์ต มหกรรมจัดแสดงสินค้า ธุรกิจ Event	-	-	-	-	-	-	-	3	4
ธุรกิจความเชื่อ (สายมู, หมอดู, ฮวงจุ้ย)	-	-	-	-	-	-	-	10	4
ธุรกิจอัญมณี เช่น ทอง	-	-	-	-	-	-	-	-	4
ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต	5	8	9	8	5	3	4	6	5
ธุรกิจ Soft Power ไทย เช่น ซีรีส์ ภาพยนตร์	-	-	-	-	-	-	-	10	5
ธุรกิจ EV และธุรกิจเกี่ยวข้อง	-	-	-	-	-	-	-	-	5
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	6	9	6	7	6	6	-	9	6
ธุรกิจอาหารเสริม	-	-	-	-	-	-	-	9	6
ธุรกิจเกี่ยวกับน้ำตาล	-	-	-	-	-	-	-	-	6
ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	-	-	6	-	-	-	8	7	7
ธุรกิจโลจิสติกส์ Delivery และคลังสินค้า	-	-	-	-	-	-	-	8	7
ธุรกิจเงินด่วน โรงรับจำนำ	-	-	-	-	-	-	-	-	7

เปรียบเทียบ 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2566 และ 2567 (ต่อ)

ธุรกิจ	59	60	61	62	63	64	65	66	67
ธุรกิจบันเทิงยามค่ำคืน ผับ บาร์ คาราโอเกะ	-	-	-	-	-	-	-	6	8
ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น อาหารสำเร็จรูป การดูแลสุขภาพสัตว์	-	-	-	-	-	-	7	-	8
ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจ Hostel Modern Tourism และ Lifestyle Tourism	4	4	8	6	10	-	10	7	9
ธุรกิจ E-sport เกมส์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	-	-	-	-	-	-	-	8	9
ธุรกิจตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	-	-	-	-	-	-	-	-	9
ธุรกิจยานยนต์	-	-	-	-	-	-	-	9	10
ธุรกิจพลังงาน	-	-	-	-	8	9	-	-	10
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง	-	-	-	-	-	-	-	-	10
ธุรกิจแพลตฟอร์ม (ธุรกิจตัวกลางทางด้านอิเล็กทรอนิกส์)	-	-	-	-	1	2	2	5	-
ธุรกิจตู้ยอดเหรียญ เช่น น้ำ เครื่องซักผ้า อาหาร อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	8	-
ธุรกิจเกี่ยวกับกัญชา ใบกระท่อม	-	-	-	-	-	-	-	10	-
ธุรกิจขายตรง	-	-	-	-	-	-	5	-	-
ธุรกิจแปรรูป เช่น ถู่มือยาง เป็นต้น	-	-	-	-	-	-	6	-	-
ธุรกิจอาหารสำเร็จรูป	-	-	-	-	-	-	6	-	-
ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน	-	-	-	-	-	-	9	-	-

เปรียบเทียบ 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2566 และ 2567

ธุรกิจเด่น ปี 66 ที่ไม่โดดเด่นติด 1 ใน 10 ปี 67
(ธุรกิจ ปี 66 ที่ไม่ติด 1 ใน 10 ในปี 67)

- ธุรกิจแพลตฟอร์ม (ธุรกิจตัวกลางทางด้านอิเล็กทรอนิกส์)
- ธุรกิจตู้ยอดเหรียญ เช่น น้ำ เครื่องซักผ้า อาหาร อื่นๆ
- ธุรกิจเกี่ยวกับกัญชา ใบกระท่อม

ธุรกิจดาวรุ่ง ปี 67 ที่ไม่ติด 1 ใน 10 ปี 66
(ธุรกิจใหม่ที่เข้ามาติด 1 ใน 10 ในปี 67)

- ธุรกิจเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ธุรกิจ Cloud Service และธุรกิจบริการ Cyber Security
- ธุรกิจอัญมณี เช่น ทอง
- ธุรกิจ EV และธุรกิจเกี่ยวข้อ
- ธุรกิจเกี่ยวกับน้ำตาล
- ธุรกิจเงินด่วน โรงรับจำนำ
- ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น อาหารสำเร็จรูป การดูแลสุขภาพสัตว์
- ธุรกิจตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
- ธุรกิจพลังงาน
- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง



UTCC *Next Step Towards
Sustainability*



UTCC
**Institute of
Trade Strategies**
สถาบันยุทธศาสตร์การค้า

