



krungsri
กรุงศรี

A member of  MUFG
a global financial group

Global Megatrends, Economic Outlook, and Business Opportunities

เมกะเทรนด์โลก แนวโน้มเศรษฐกิจ และโอกาสทางธุรกิจ

Aug 2024

Global Megatrends

เมกะเทรนด์โลกและผลกระทบ

Macro
Picture



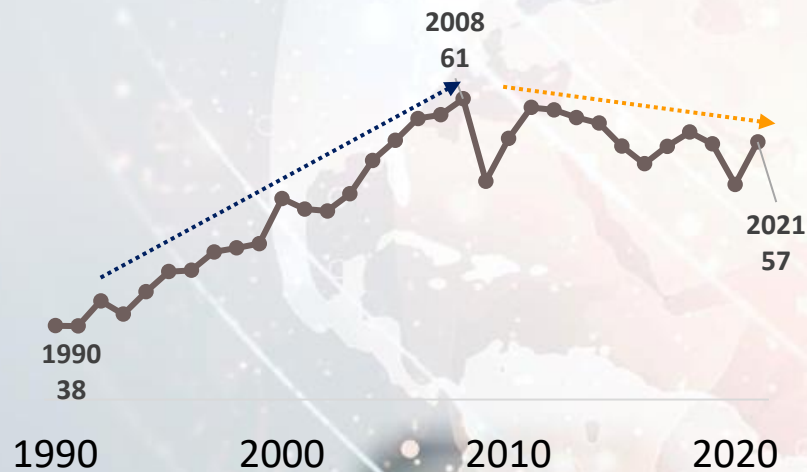
People

External
Backdrop

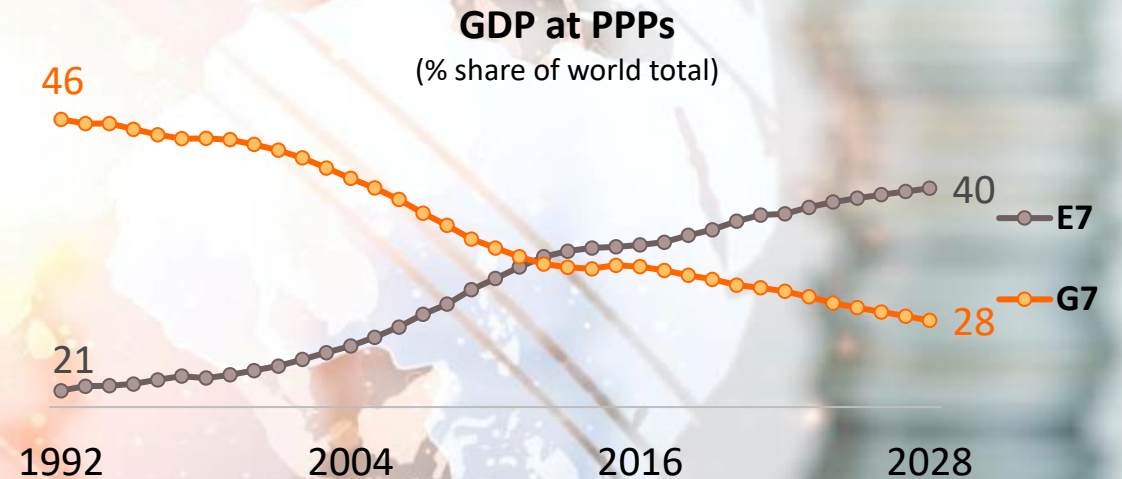


Macro Picture

สัดส่วนการค้าโลกค่อยๆ ลดลง



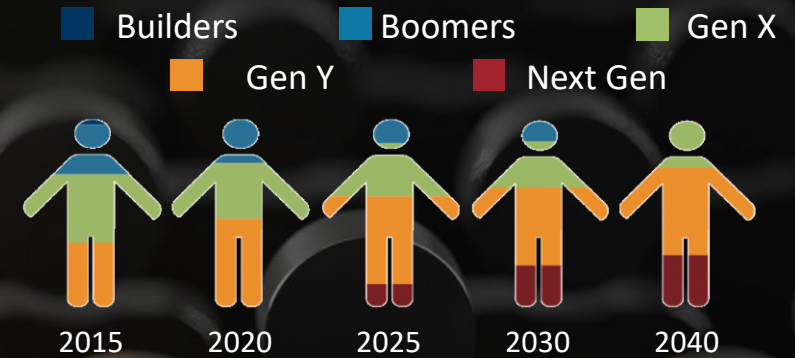
E7 มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากขึ้น



- กระแสโลกาภิวัตน์ย้อนกลับ
- การเปลี่ยนขั้วอำนาจทางเศรษฐกิจ

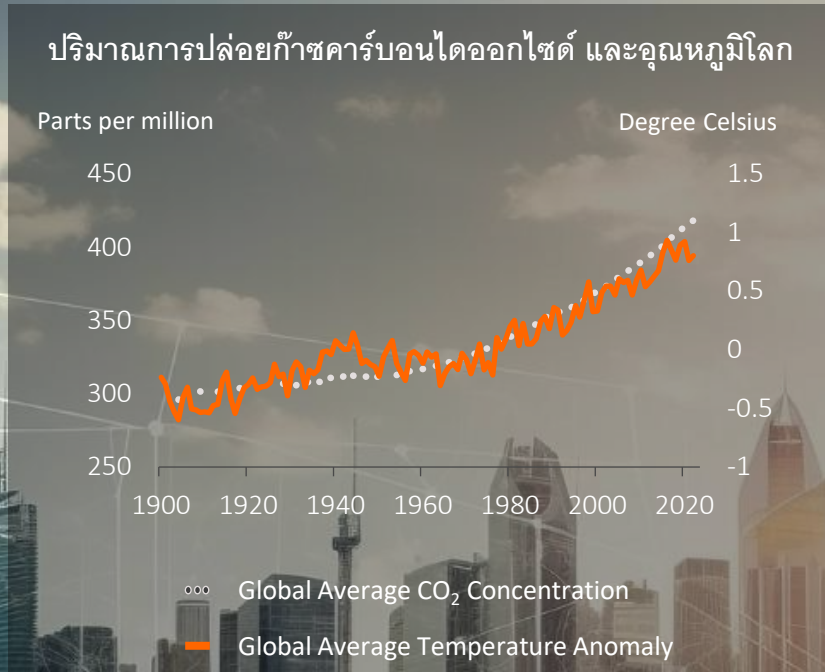
People

สัดส่วนประชากรโลก ตาม Generation



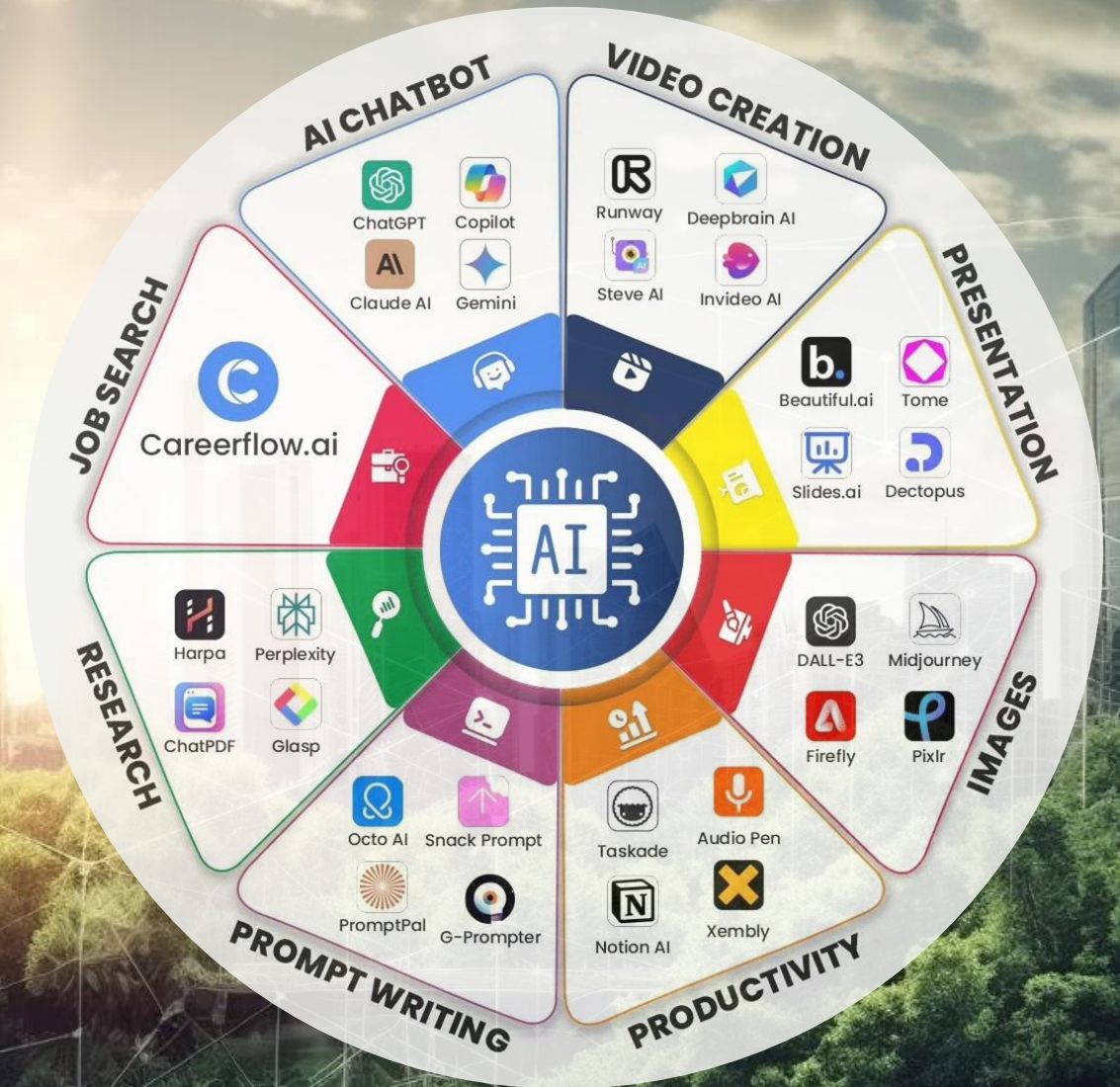
- โครงสร้างประชากร
- การเข้าสู่สังคมเมือง
- พลังแห่งปัจเจกบุคคล
- เทรนด์รักสุขภาพ

External Backdrop



● สิ่งแวดล้อม

● เทคโนโลยี



Source: Careerflow

Global Megatrends

โลกาภิวัตน์ย้อนกลับ

การเปลี่ยนชั่วอำนาจทางเศรษฐกิจ

โครงสร้างประชากร

การเข้าสู่สังคมเมือง

พลังของปัจเจก

เทรนด์รักสุขภาพ

สิ่งแวดล้อม

เทคโนโลยี

Macro picture

People

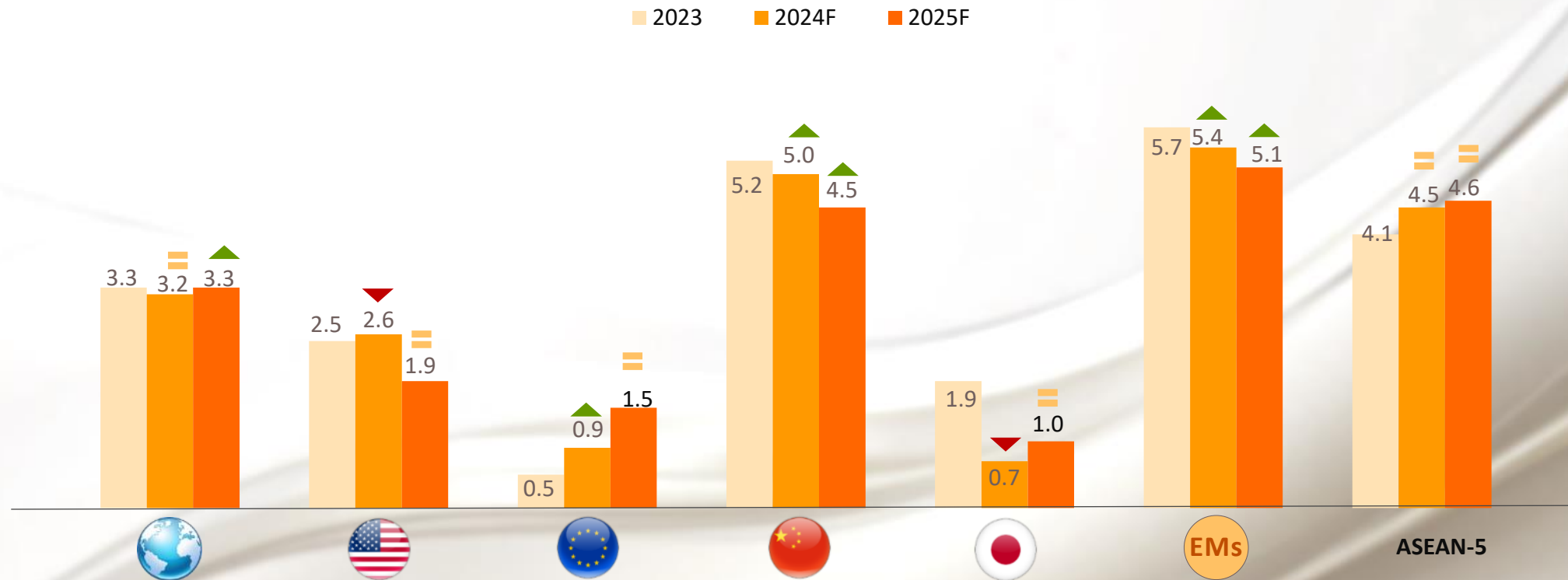
External backdrop

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกและไทย

Economic Outlook

IMF คาดเศรษฐกิจโลก โตในระดับ 3.2% ปี 2024 และ 3.3% ในปี 2025

คาดการณ์เศรษฐกิจโลกโดย IMF (July 2024)



Notes: EMs: Emerging and Developing Asia
Source: IMF, World Economic Outlook (July 2024), Krungsri Research

สหภาพยุโรป

- เศรษฐกิจฟื้นจากจุดต่ำสุด แต่ยังอ่อนแอ
- เงินเฟ้อลดลง แต่ยังสูงกว่าเป้า โดยเฉพาะในภาคบริการ
- สงครามการค้ากับจีนอาจกระทบการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในอนาคต
- คาค **ECB** ลดดอกเบี้ยอีก 2 ครั้งปีนี้ สู่ 3.25% ภายในสิ้นปี

สหรัฐฯ

- เศรษฐกิจเติบโตต่อเนื่องแต่เริ่มชะลอลง
- ดอกเบี้ยสูง กดดันมากขึ้น
- การเลือกตั้ง ส่งผลต่อนโยบายเศรษฐกิจและการกีดกันทางการค้า
- คาค **Fed** เริ่มลดดอกเบี้ย ก.ย. นี้

จีน

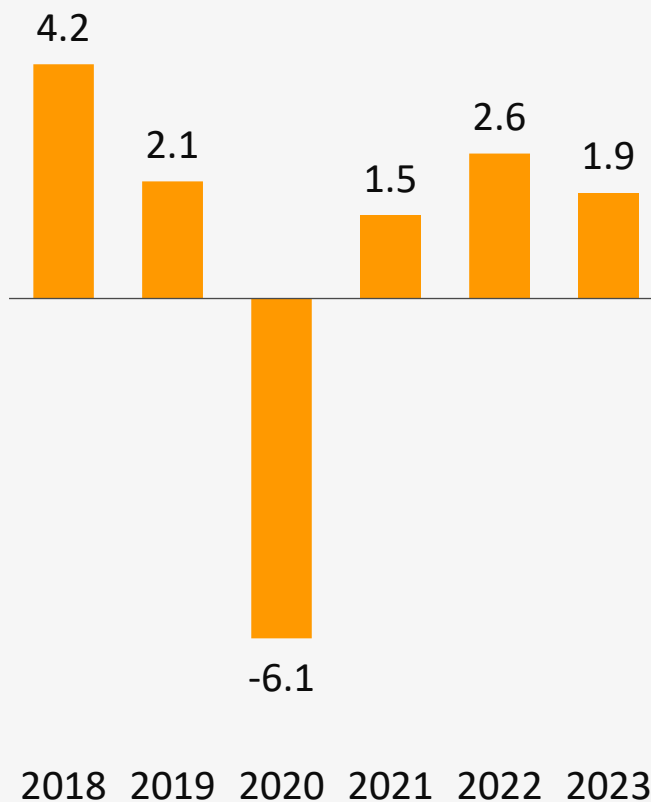
- การส่งออกและมาตรการกระตุ้น ช่วยหนุนการเติบโต
- ภาคอสังหาริมทรัพย์กระเตื้องเล็กน้อย ขณะที่สต็อกบ้านยังท่วมท้น ปัญหายังอาจลุกลามสู่ภาคการเงิน
- ภาคการผลิตฟื้นตัวเปราะบาง สินค้าล้นตลาด
- การกีดกันทางการค้าที่รุนแรงขึ้นอาจกระทบส่งออก

ญี่ปุ่น

- การส่งออกและการท่องเที่ยว ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
- การปรับขึ้นค่าจ้างหนุนการบริโภค
- เงินเยนอ่อนค่าสุดในรอบ 34 ปี กระตุ้นภาคการเงิน
- คาค **BOJ** ปรับขึ้นดอกเบี้ยช้าๆ ในปีนี้และต่อเนื่องถึงต้นปีหน้า

คาดการณ์เศรษฐกิจไทย ปี 2024

อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (%)



Source: MOTS, CEIC, Krungsri Research



ปัจจัยสนับสนุน

- การเบิกจ่ายงบประมาณ
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติม
- การท่องเที่ยว

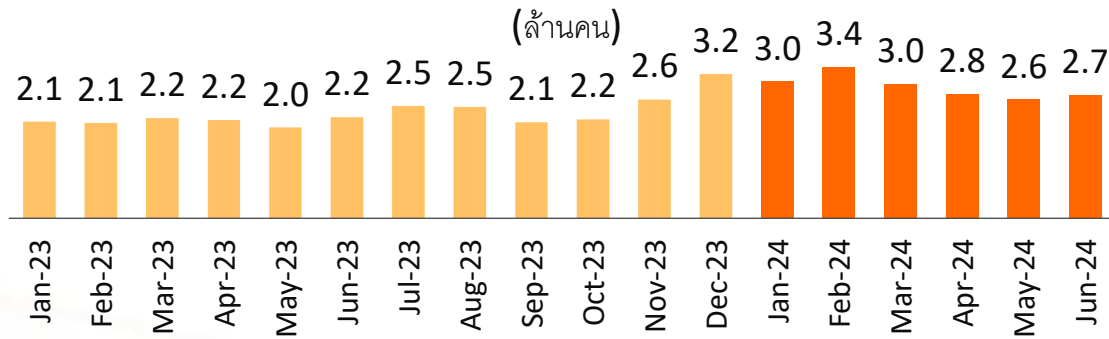


ปัจจัยเสี่ยง

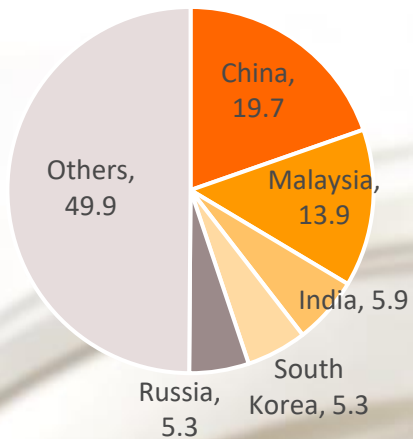
- แนวโน้มการกีดกันการค้า
- เศรษฐกิจโลกเปราะบาง
- ผลกระทบภัยแล้ง/น้ำท่วม
- ปัจจัยเชิงโครงสร้าง (สังคมสูงอายุ ชีดความสามารถในการแข่งขัน ฯลฯ)

ภาคการท่องเที่ยว จะเป็นแรงหนุนสำคัญ

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 17.5 ล้านคน

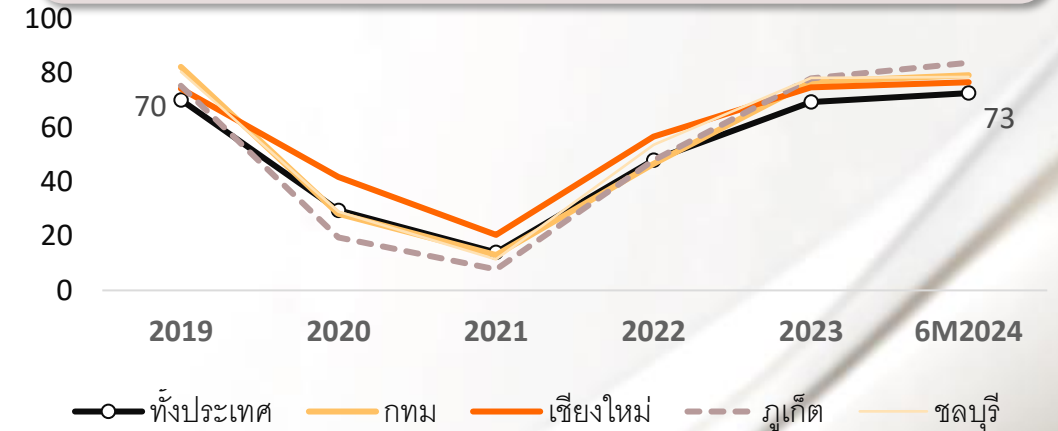


นักท่องเที่ยวต่างชาติ Top 5 (1H2567)

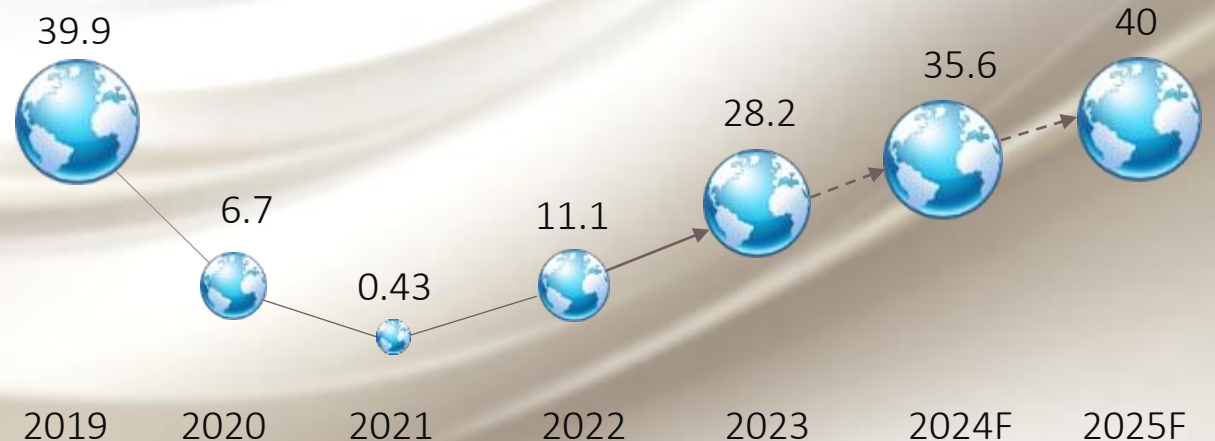


Source: MOTS, Krungsri Research

อัตราการเข้าพักโรงแรมกลับมาใกล้เคียงระดับก่อนโควิดแล้ว



คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)



โอกาสทางธุรกิจ

Business Opportunities

จากเมกะเทรนด์และแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ทำให้เห็นโอกาสทางธุรกิจระยะยาว ใน 3 กลุ่มสำคัญ

ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี



- ยานยนต์สมัยใหม่
- Smart electronics
- เคมีภัณฑ์ชีวภาพ
- อาหารเพื่อสุขภาพและอาหารเสริม

ภาคบริการสมัยใหม่



- ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและ Wellness
- บริการเชิงสุขภาพ แบบ personalized
- โลจิสติกส์อัจฉริยะ และโกดังสินค้าสมัยใหม่

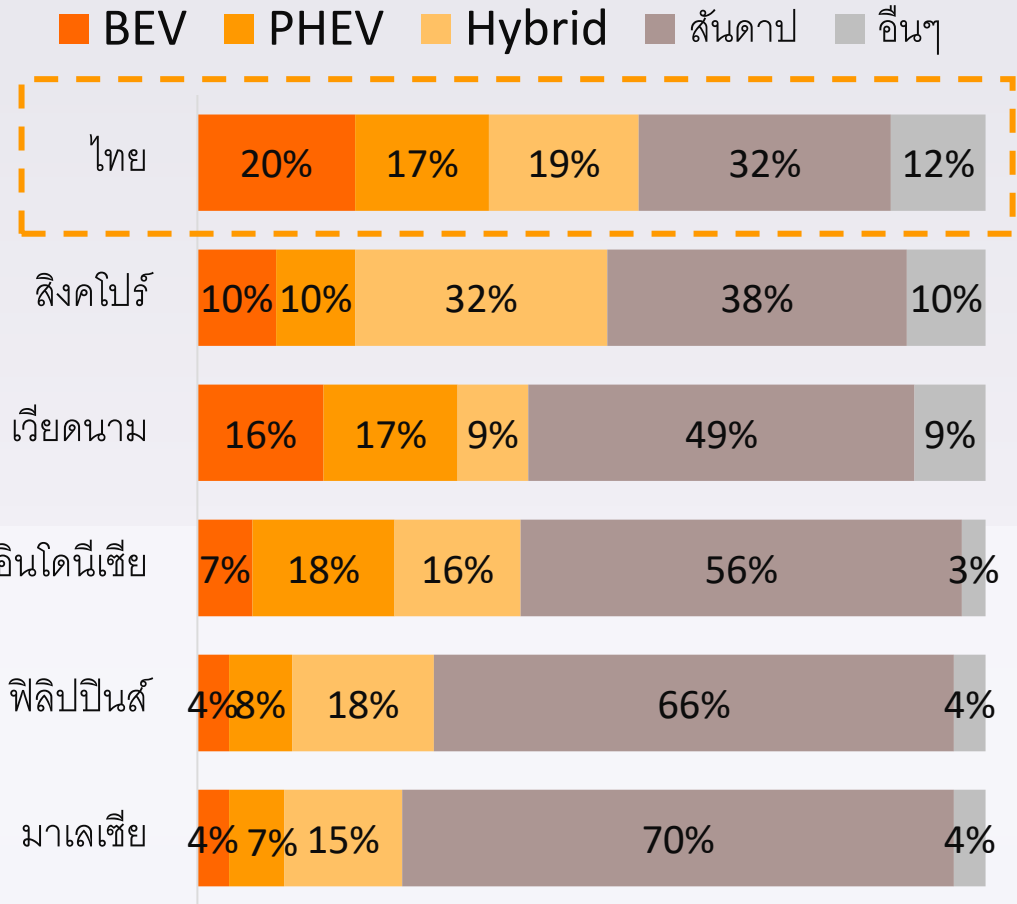
ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



- พลังงานสะอาด
- อุปกรณ์อัจฉริยะ
- กรีนพลาสติก
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

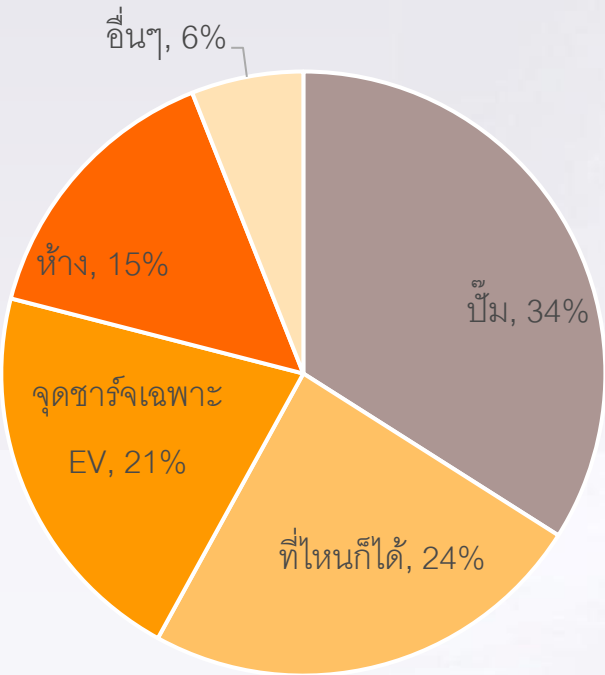
ผลสำรวจโดย Deloitte (2024) บ่งชี้ว่า คนไทยยังคงเปิดใจรับ xEV สูงสุดในอาเซียน

รถคันต่อไปที่สนใจซื้อ



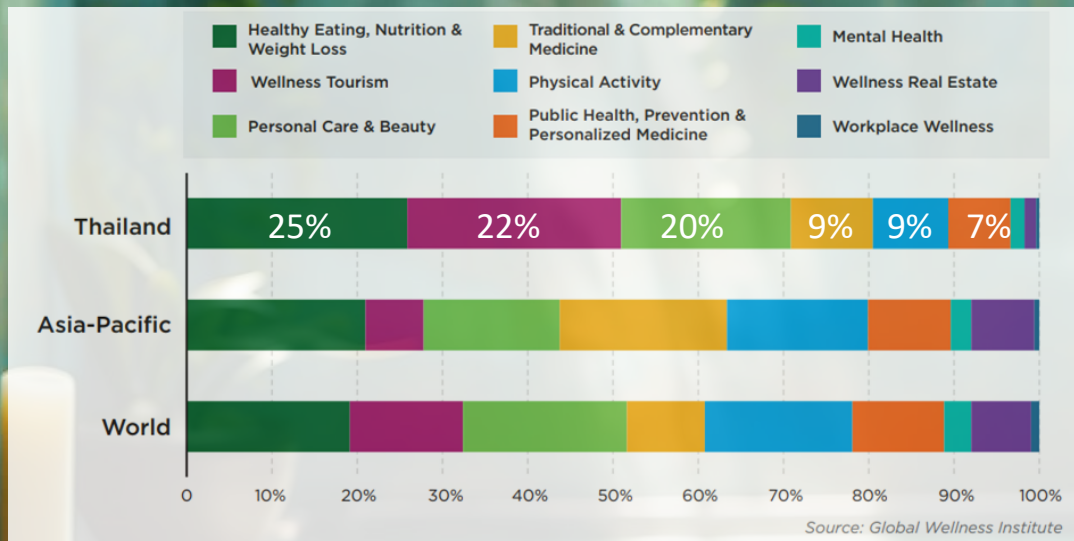
Source: Deloitte

จุดชาร์จสาธารณะที่คนไทย
อยากใช้



ไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพใน Wellness tourism

เปรียบเทียบโครงสร้าง Wellness economy ของไทยและภูมิภาค (2022)



สถิติการท่องเที่ยวเชิง Wellness ของไทย (2022)

นักท่องเที่ยวไทย	จำนวนทริป	8.11	ล้านครั้ง
	ค่าใช้จ่าย	2.06	พันล้าน USD
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	จำนวนทริป	2.29	ล้านครั้ง
	ค่าใช้จ่าย	5.72	พันล้าน USD

ผู้บริโภคใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

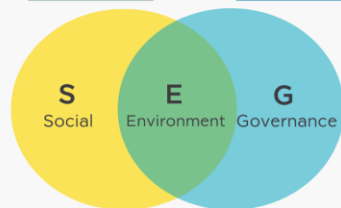




Baby Boomer และ Gen X แสดงออกว่ารักโลกมากที่สุด

Baby Boomer
อยากอุดหนุน-ลงทุน
ธุรกิจใส่ใจสังคม
และสิ่งแวดล้อม

Gen X
อยากอุดหนุน-ลงทุน
ธุรกิจใส่ใจสิ่งแวดล้อม
และธรรมาภิบาล



Baby Boomer
มีโอกาสอุดหนุน-ลงทุน
ธุรกิจสายกรีน
มากกว่า Gen Y **2** เท่า

Gen X
มีโอกาสอุดหนุน-ลงทุน
ธุรกิจสายกรีน
มากกว่า Gen Y **1.4** เท่า

ผู้บริโภคยินดีจ่ายพรีเมียมรักโลกสูงที่สุดที่บาท

ค่าเฉลี่ย
พรีเมียมที่ยินดีจ่าย
(บาท)

ราคาสินค้า
(บาท)

12.50



100

47.00



500

85.50



1,000



3

Analytics and Intelligence Research

Krungsri Research



เพศและระดับรายได้มีอิทธิพลต่อ Brand Loyalty ต่อสินค้ารักโลก



เพศหญิงมี Brand loyalty
มากกว่าเพศอื่นๆ
แม้ว่าจะต้องเผชิญต้นทุนที่เพิ่มขึ้น



กลุ่มผู้มีรายได้
น้อยกว่า 30,000 บาท/เดือน
มี Brand loyalty น้อยที่สุด



กลุ่มผู้มีรายได้
มากกว่า 100,000 บาท/เดือน
มีโอกาส เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น
ที่ให้ข้อเสนอดีกว่า

และมีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรม
ของแบรนด์น้อยกว่ากลุ่มอื่น



อ่านบทวิเคราะห์ฉบับเต็ม
◀ Scan QR Code
และเว็บไซต์
<https://www.krungsri.com/th/research>

4

Analytics and Intelligence Research

Krungsri Research



Thank you