

6 เทรนด์ธุรกิจปี 2026 ... เมื่อโลกไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ในปี 2026 โลกธุรกิจจะเผชิญความผันผวนที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกันกว่าที่เคย ทั้งเศรษฐกิจ เทคโนโลยี ภูมิรัฐศาสตร์ และพฤติกรรมผู้บริโภค กลายเป็นบริบทใหม่ที่ทุกองค์กรต้องเรียนรู้และปรับตัวให้ทัน **ฝ่ายวิจัยธุรกิจ EXIM BANK** รวบรวมและวิเคราะห์เทรนด์ธุรกิจผ่านเครื่องมือ Deep Research จาก AI 6 แพลตฟอร์ม ภายใต้อข้อมูลและงานวิจัยกว่า 1,000 ฉบับทั่วโลก โดยเลือก 6 เทรนด์ธุรกิจสำคัญที่อาจเป็นแรงขับเคลื่อนใหม่ที่ผู้ประกอบการไม่อาจมองข้าม

1. Agentic AI ... วันที่ AI เริ่มตัดสินใจแทนมนุษย์

AI ในปี 2026 จะไม่หยุดอยู่ที่การวิเคราะห์ข้อมูลหรือแนะนำทางเลือกอีกต่อไป แต่จะก้าวสู่ยุคของ Agentic AI หรือ AI ที่สามารถตั้งเป้าหมาย วางแผน ตัดสินใจ และลงมือทำแทนมนุษย์ภายใต้กรอบที่กำหนดไว้ ตั้งแต่การขาย การตลาด การจัดซื้อ การบริหาร Supply Chain ไปจนถึงการบริหารความเสี่ยงและการเงิน World Economic Forum คาดการณ์ว่าอีก 5 ปีข้างหน้า มูลค่าตลาด Agentic AI จะเติบโตจนแตะระดับ 47 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจุบันหลายบริษัทชั้นนำของโลกเดินหน้าสู่โมเดลนี้แล้ว เช่น Amazon ใช้บริหารคลังสินค้า คาดการณ์ความต้องการ และจัดการสต็อกอัตโนมัติ Unilever ใช้ตัดสินใจซื้อวัตถุดิบและบริหาร Supply Chain

2. Autonomous E-commerce ... จากการคลิกซื้อเอง สู่การซื้ออัตโนมัติโดยระบบ

E-commerce กำลังก้าวสู่ยุคที่การซื้อขายไม่ได้เริ่มจากผู้บริโภคค้นหาสินค้า แต่เกิดจาก AI เข้าใจพฤติกรรม ความต้องการ และข้อจำกัดของผู้บริโภค จนทำการซื้อแทนผู้บริโภคด้วยเงื่อนไขที่ตั้งไว้ เช่น งบประมาณ แปรผันที่เชื่อถือได้ ระดับคุณภาพที่ต้องการ รูปแบบนี้ปรากฏชัดใน Agentic E-commerce ที่ AI สามารถเปรียบเทียบและเลือกสินค้าที่เหมาะสม ก่อนดำเนินการซื้อแทนผู้บริโภค หรือ Zero-click Commerce ที่ระบบจะสั่งซื้อและชำระเงินโดยไม่ต้องยืนยันใหม่ นอกจากนี้ เทรนด์การหลอมรวม E-commerce เข้ากับ Content และความบันเทิงที่เรียกว่า Shoppertainment จะเห็นชัดมากขึ้น

3. Longevity ... เมื่ออายุยืน กลายเป็นตลาดใหม่ของธุรกิจ

โลกธุรกิจกำลังก้าวสู่ยุคที่ “อายุยืน” จะเป็นโครงสร้างใหม่ของเศรษฐกิจ World Bank ประเมินอายุเฉลี่ยของประชากรโลกปัจจุบันอยู่ที่ 73 ปี สูงขึ้นจาก 66 ปีในสามทศวรรษก่อน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่ Aging Analytics Agency ผู้เชี่ยวชาญข้อมูล Wellness คาดว่าในปี 2026 Longevity Economy ของโลกจะมีมูลค่า 33 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่า GDP สหรัฐฯ Longevity ครอบคลุมหลายธุรกิจ ตั้งแต่การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน อาหารและโภชนาการเฉพาะบุคคล ที่อยู่อาศัยและเมืองที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตยืนยาว สินค้าและบริการด้าน Wellness ไปจนถึงบริการทางการเงินระยะยาว

4. Ideology-driven Consumers เมื่อผู้บริโภคเลือกจากอุดมการณ์

ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ตัดสินใจซื้อจากมุมมองและอุดมการณ์ เช่น Geo-aligned Consumers ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อสะท้อนการยืนข้างอุดมการณ์ของประเทศที่ตนเชื่อมั่น Substance-Oriented Consumer ผู้บริโภคที่

ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าอย่างแท้จริงมากกว่าชื่อเสียงของแบรนด์ Algorithm-trusting Consumers ผู้บริโภคที่เติบโตมากับ AI เชื่อคำแนะนำและการประเมินของ AI มากกว่าการรีวิวโดย Influencer

5. Regenerative Business ... ธุรกิจยุคใหม่ต้องช่วยฟื้นฟูโลก

Regenerative Business คือก้าวถัดไปของความยั่งยืน โดยมุ่งเน้น “การฟื้นฟูและสร้างกลับคืน” ไม่เพียงตั้งเป้าลดการปล่อยมลภาวะ แต่ต้องช่วยฟื้นฟูธรรมชาติให้กลับมาดีขึ้น แนวคิดนี้ถูกนำไปใช้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น Patagonia ที่ขยับจากการผลิตเสื้อผ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไปสู่การลงทุนใน Regenerative Organic Agriculture โดยสนับสนุนเกษตรกรให้ปรับวิธีเพาะปลูกที่ช่วยฟื้นฟูหน้าดิน ช่วยให้ระบบนิเวศต้นน้ำกลับมาแข็งแรงขึ้น Orsted ผู้ผลิตพลังงาน ออกแบบ Offshore Wind Farm ให้เป็นแหล่งฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเล โดยฐานกันหินจะทำหน้าที่เป็น Artificial Reef เพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ

6. Cybersecurity & Anti-Scam ... ความเสี่ยงไซเบอร์ ตัวแปรที่ไม่อาจมองข้าม

ปี 2026 ความเสี่ยงจากการหลอกลวงและอาชญากรรมไซเบอร์จะเป็นประเด็นเชิงกลยุทธ์ของทุกอุตสาหกรรม การทำอีเมลปลอม ไปถึงซื้อปลอม หรือข้อมูลลูกค้าปลอม สร้างความเสียหายทางการเงินและชื่อเสียงในเวลาอันสั้น ธุรกิจจึงต้องลงทุนป้องกันเชิงรุก ตั้งแต่ระบบยืนยันตัวตนหลายชั้น การตรวจจับ พฤติกรรมผิดปกติ ไปจนถึงการฝึกพนักงานให้รับมือกับกลโกงใหม่ ๆ โดย Fortune Business Insight คาดว่าอีก 7 ปีข้างหน้า บริษัททั่วโลกจะลงทุนด้าน Cybersecurity เพิ่มขึ้นปีละ 14.4% เม็ดเงินลงทุนรวมเกือบ 600 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

เทรนด์ดังกล่าวสะท้อนภาพเดียวกันอย่างชัดเจน โลกธุรกิจกำลังก้าวสู่ยุคของการเติบโตอย่างยั่งยืน ผู้ชนะไม่ใช่ผู้ที่ปรับตัวเร็วที่สุดเพียงอย่างเดียว แต่คือผู้ที่เข้าใจทิศทางเชิงโครงสร้างและออกแบบธุรกิจให้เดินไปกับโลกอนาคตได้อย่างมั่นคง คำถามสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในวันนี้จึงไม่ใช่เพียงว่า “เทรนด์ไหนจะมา” แต่คือธุรกิจของเราพร้อมเปลี่ยนแปลงเพื่ออนาคตแล้วหรือยัง

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดย EXIM BANK จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด