

# UPS Asia Business Monitor 2010

## Thailand

Survey conducted by



# ยูพีเอส เอเชีย ประจำปี 2553



• การสำรวจประจำปีของยูพีเอสเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกล่าสุดเกี่ยวกับความต้องการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจเอสเอ็มอี ซึ่งเป็นภาคธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียแปซิฟิก

• จัดทำขึ้นเป็นปีที่ 6

• สำรวจระหว่าง 11 มีนาคม – 20 เมษายน 2553

• วิธีการสำรวจ: สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

• ระยะเวลาการสัมภาษณ์: 36 นาทีต่อราย

• จำนวนผู้ตอบทั้งหมด: 1,351 ราย

• กลุ่มบุคคลที่สำรวจ: บริษัทเอกชนในประเทศ มีพนักงานไม่เกิน 250 คน ผู้บริหารระดับสูง ผู้มีอำนาจตัดสินใจ

ออสเตรเลีย	จีน	ฮ่องกง	อินเดีย	อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น
100	150	100	101	100	100

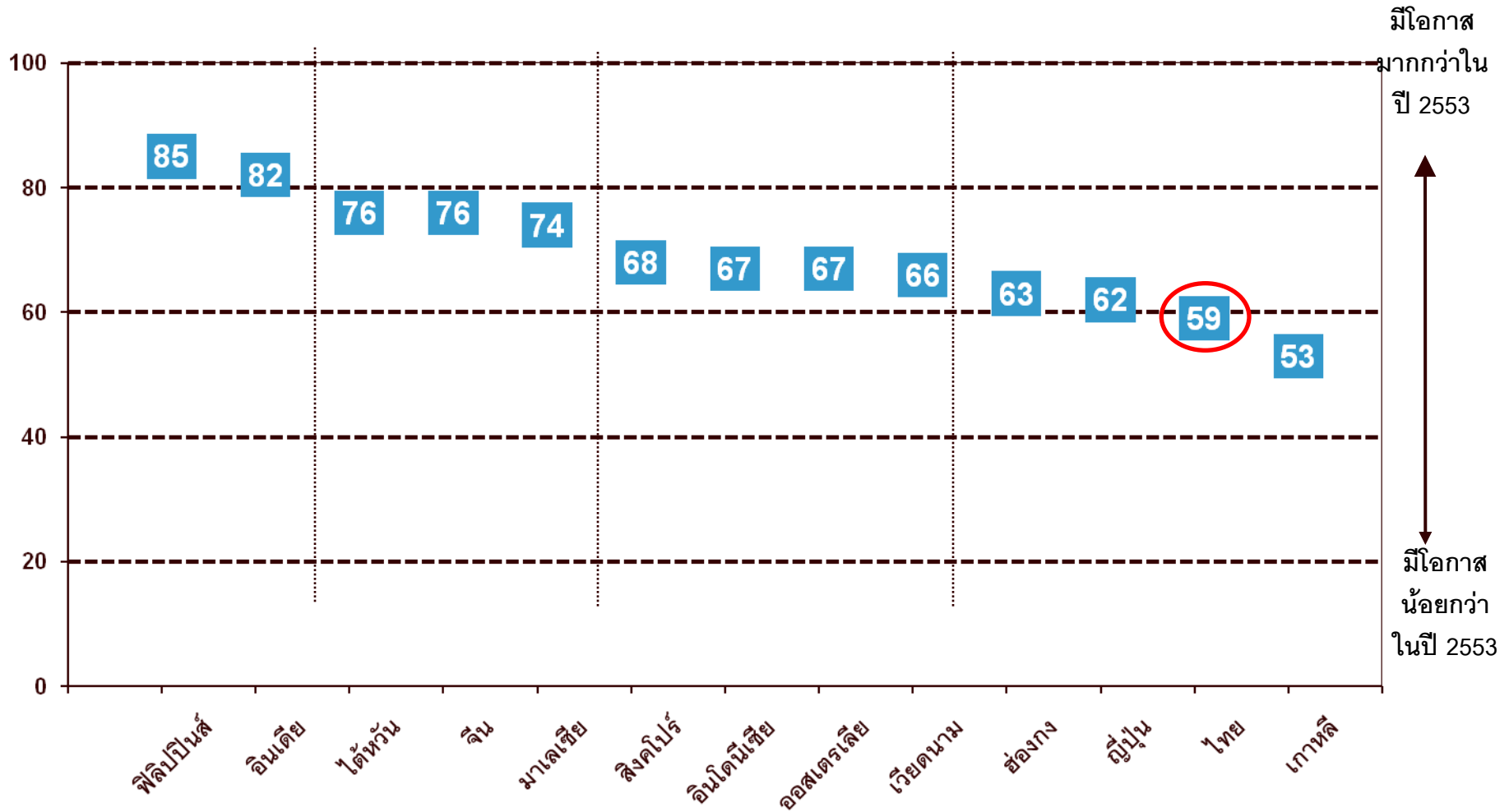
เกาหลี	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	ไต้หวัน	ไทย	เวียดนาม
100	100	100	100	100	100	100



**Post-meltdown, SMEs opportunities  
are lying ahead...**



# ดัชนีโอกาสการเติบโตทางธุรกิจของ SME - ทุกประเทศ





# ปัจจัยอะไรที่มีอิทธิพลต่อโอกาสทางธุรกิจของ SME

ประเทศ/ตลาด	ฟิลิปปินส์	อินเดีย	ไต้หวัน	จีน	มาเลเซีย	สิงคโปร์	อินโดนีเซีย	ออสเตรเลีย	เวียดนาม	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	ไทย	เกาหลี
ดัชนีโอกาสทางธุรกิจ	85	82	76	76	74	68	67	67	66	63	62	59	53

ปัจจัยภายใน \*\*\* \*\* \*\*\* \*\* \*\*\* \*\*\* \*\* \*\*\* \*\*\* \*\* \*\*\* \*\* \*\*\*

ปัจจัยภายนอก \*\* \*\*\* \*\* \*\*\*\* \*\*\* \*\* \*\*\* \* \*\*\* \*\*\* \*\* \*\*\*

ปัจจัยภูมิภาค \* \* \* \*\* \* \*\*\* \*\* \* \* \* \*\* \*

ปัจจัยเศรษฐกิจโลก \*\* \*\*\* \*\*\* \*\* \* \*\* \*\*\* \* \*\*\* \*\*\* \*\*

หมายเหตุ: 45% หรือมากกว่า \*\*\* 30%-44% \*\* 16%-29% \* 15% หรือน้อยกว่า \* สีเขียว คือปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด

ปัจจัยภายใน: สิ่งที่ SME ให้ความสำคัญภายในองค์กรของตน

ปัจจัยภายนอก: ปัจจัยต่าง ๆ ภายในประเทศ

ปัจจัยภูมิภาค: ผลกระทบจากแนวโน้มเศรษฐกิจในภูมิภาค

ปัจจัยเศรษฐกิจโลก: ผลกระทบจากการค้าโลกและการมุ่งเน้นขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศ



# ปัจจัยภายในหลักที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจ

บริษัทของคุณให้ความสำคัญกับสิ่งต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด ให้คะแนนตั้งแต่ระดับ 1 ถึง 5

ประเทศ/ตลาด	ทุกตลาด	ออสเตรเลีย	จีน	ฮ่องกง	อินเดีย	อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น	เกาหลี	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	ไต้หวัน	ไทย	เวียดนาม
มาตรฐานคุณภาพที่สูงขึ้น	79%	78%	85%	67%	87%	79%	79%	63%	73%	88%	69%	82%	83%	85%
การบริหารจัดการที่ดีขึ้น	73%	73%	82%	54%	93%	72%	76%	46%	79%	81%	61%	73%	79%	76%
การปรับแต่งผลิตภัณฑ์และบริการตามความต้องการของลูกค้า	68%	62%	64%	63%	90%	79%	58%	44%	63%	79%	54%	67%	76%	87%
การมุ่งใช้ไอทีและเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด	67%	68%	73%	64%	75%	68%	57%	45%	68%	75%	66%	61%	76%	75%
นวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบริการ	66%	60%	84%	49%	81%	71%	51%	42%	67%	72%	53%	78%	71%	71%
ปรับปรุงประสิทธิภาพซัพพลายเชนเข้าสู่ตลาดได้เร็วขึ้น	63%	53%	75%	52%	79%	60%	33%	39%	69%	66%	56%	78%	78%	73%
ลดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน	61%	51%	77%	58%	73%	48%	77%	35%	45%	64%	39%	82%	74%	65%
เพิ่มความสามารถในการรับความเสี่ยงและความเป็นผู้ประกอบการ	56%	40%	57%	48%	81%	67%	37%	34%	53%	66%	41%	75%	70%	64%
ขยายธุรกิจสู่ตลาดอื่น ๆ	53%	33%	57%	49%	72%	59%	34%	37%	62%	51%	45%	66%	61%	65%

จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก

หมายเหตุ: - สีเขียวหมายถึงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค สีแดงหมายถึงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

- ตัวหนา/ขีดเส้นใต้ หมายถึงตลาดที่มีคะแนนสูงสุดและต่ำสุด

- คำถามใหม่ในปี 2553

# ปัจจัยภายนอกหลักที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจ



คุณคิดว่าปัจจัยภายนอกใดต่อไปนี้จะเกิดขึ้นในประเทศของคุณในปี 2553 ให้คะแนนตั้งแต่ระดับ 1 ถึง 5

ประเทศ/ตลาด	ทุกตลาด	ออสเตรเลีย	จีน	ฮ่องกง	อินเดีย	อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น	เกาหลี	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	ไต้หวัน	ไทย	เวียดนาม
การเข้าถึงข่าวสารทางการตลาดและข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจอื่นๆ	61%	54%	64%	53%	79%	66%	64%	42%	58%	66%	59%	49%	59%	77%
การเข้าถึงตลาดต่างประเทศ	59%	50%	47%	46%	80%	68%	48%	62%	60%	76%	71%	42%	48%	74%
โครงสร้างพื้นฐานทางการขนส่ง	55%	40%	63%	48%	69%	48%	28%	49%	56%	69%	69%	45%	43%	78%
เศรษฐกิจแบบตลาดเสรี/ ข้อตกลงการค้าเสรี	51%	31%	48%	45%	69%	65%	23%	48%	43%	58%	63%	45%	53%	74%
การมีแรงงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสม	51%	31%	48%	41%	75%	60%	32%	35%	55%	77%	52%	39%	59%	56%
การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	48%	34%	44%	43%	74%	59%	19%	22%	51%	56%	59%	47%	51%	62%
ค่าแรง	42%	34%	55%	26%	63%	62%	14%	31%	47%	48%	36%	14%	36%	74%
การเข้าสถานที่และต้นทุนในการบริหารจัดการ	42%	32%	37%	37%	77%	64%	16%	22%	52%	53%	43%	23%	44%	53%
การสนับสนุนของรัฐบาล	38%	20%	47%	12%	45%	42%	26%	24%	49%	33%	59%	29%	45%	54%
ข้อกฎหมาย	35%	18%	42%	27%	50%	42%	10%	25%	42%	31%	46%	25%	32%	55%

จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก

หมายเหตุ: - สีเขียวหมายถึงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค สีแดงหมายถึงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

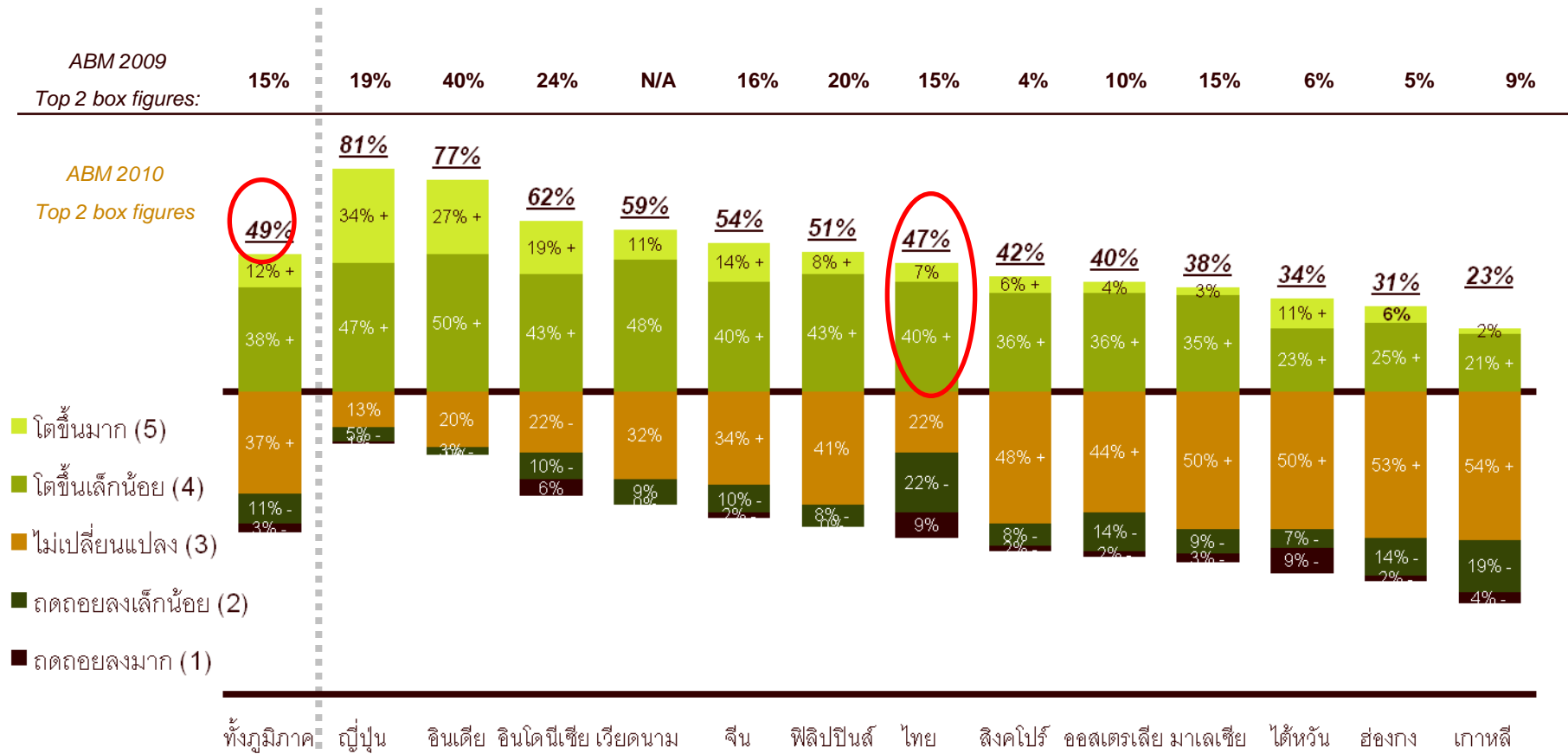
- ตัวหนา/ขีดเส้นใต้ หมายถึงตลาดที่มีคะแนนสูงสุดและต่ำสุด

- คำถามใหม่ในปี 2553



# ปัจจัยภูมิภาค

คุณคิดว่าแนวโน้มเศรษฐกิจในภูมิภาคในปี 2553 เป็นอย่างไร ให้คะแนนตั้งแต่ระดับ 1 ถึง 5 โดย 1 หมายถึง “ตกต่ำอย่างมาก” และ 5 หมายถึง “เติบโตอย่างมาก”



Rated by SMEs in..

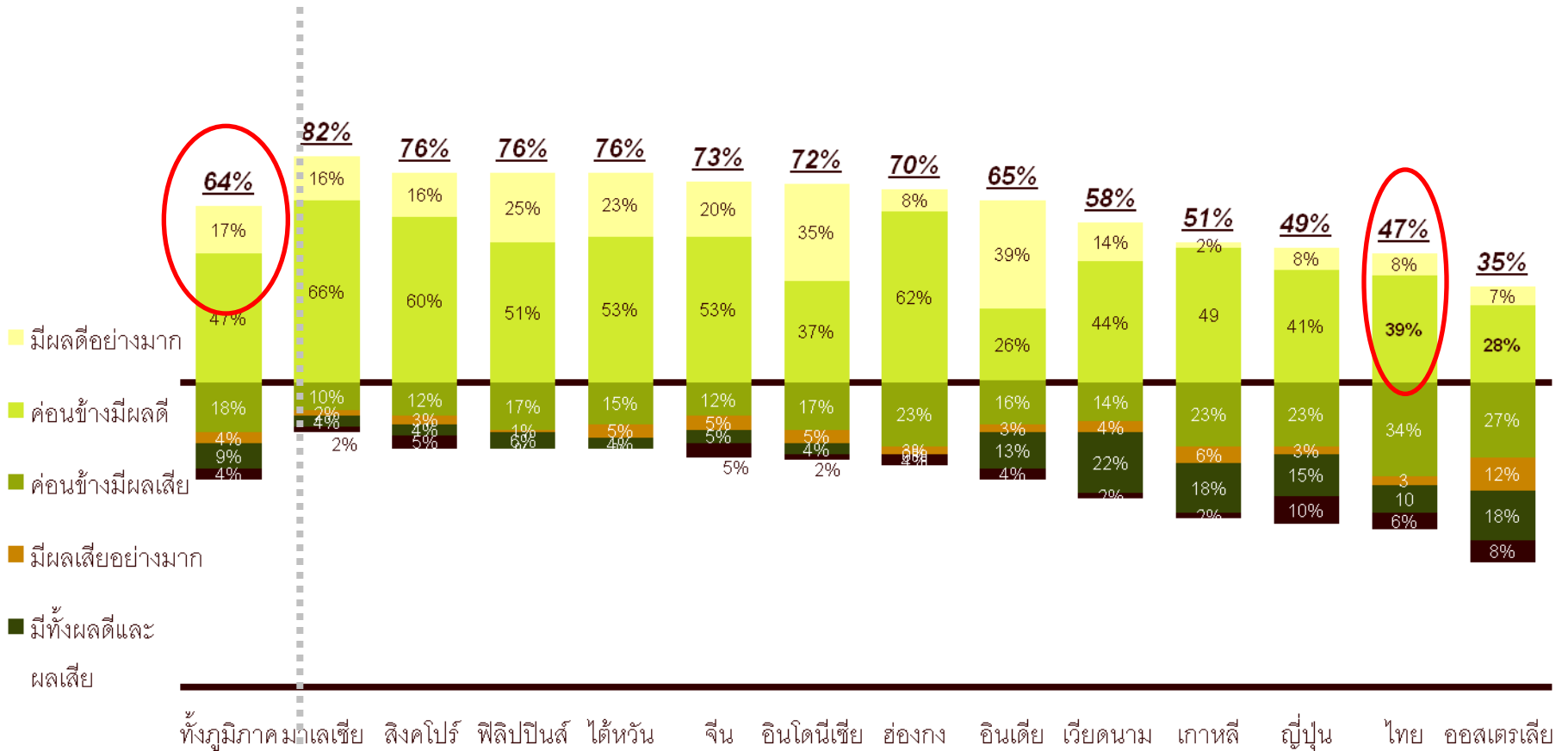
จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก

\* เวียดนามคือตลาดใหม่ที่สำรวจในปี 2553

# ปัจจัยเศรษฐกิจโลก



เมื่อมองในภาพรวม การค้าโลกมีผลดีหรือผลเสียต่อการเติบโตทางธุรกิจของคุณ



จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก

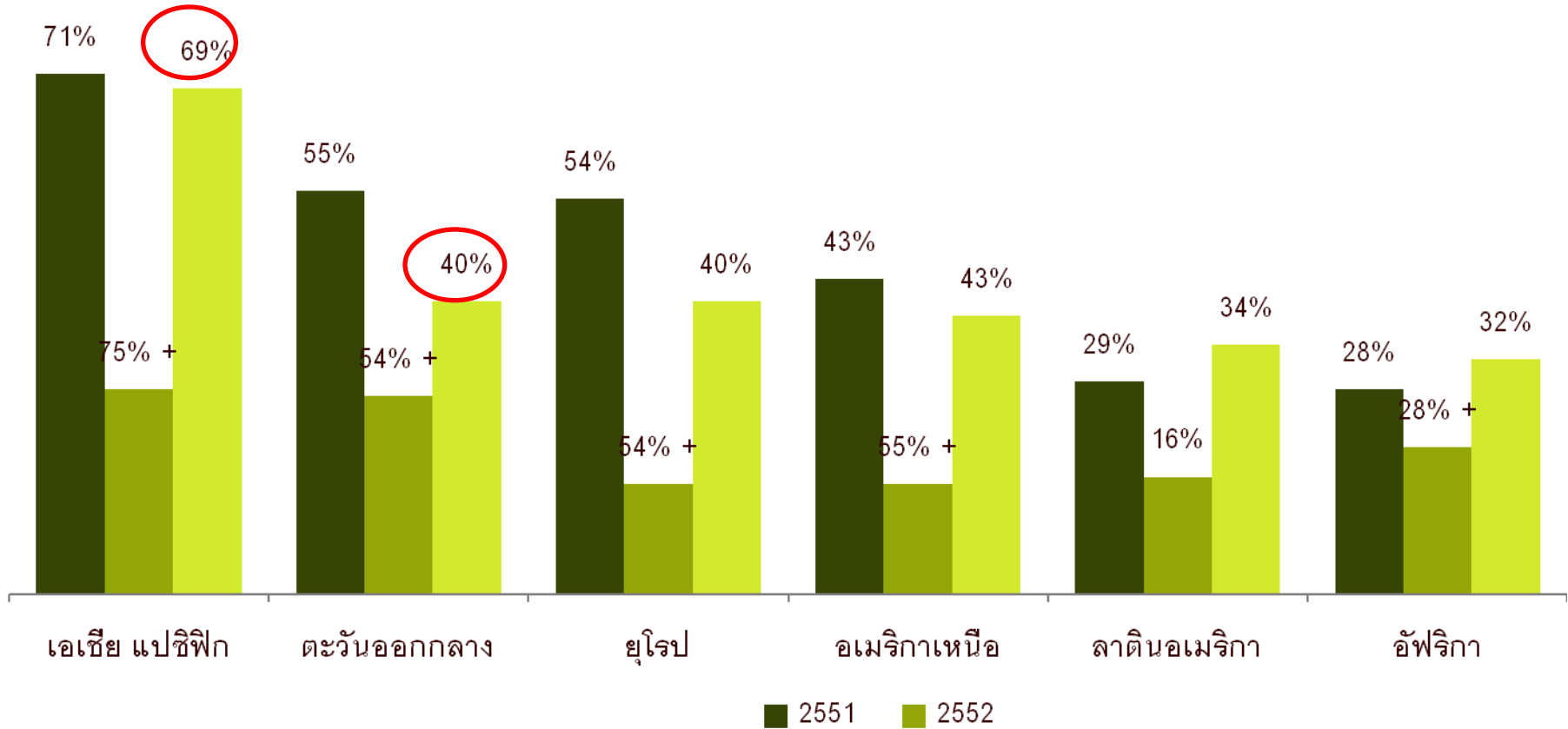
+/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับทั้งหมด (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)

\* คำถามใหม่ในปี 2553



# ปัจจัยเศรษฐกิจโลก

คุณประเมินแนวโน้มการเติบโตทางการค้าระหว่างประเทศของคุณและภูมิภาคเหล่านี้อย่างไรในปี 2553



\* ตัวเลขในอดีตของอเมริกาเหนือมาจากสหรัฐฯ และแคนาดา

จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก ในปี 2551, 2552 และ 2553

\* เวียดนามคือตลาดใหม่ในปี 2553

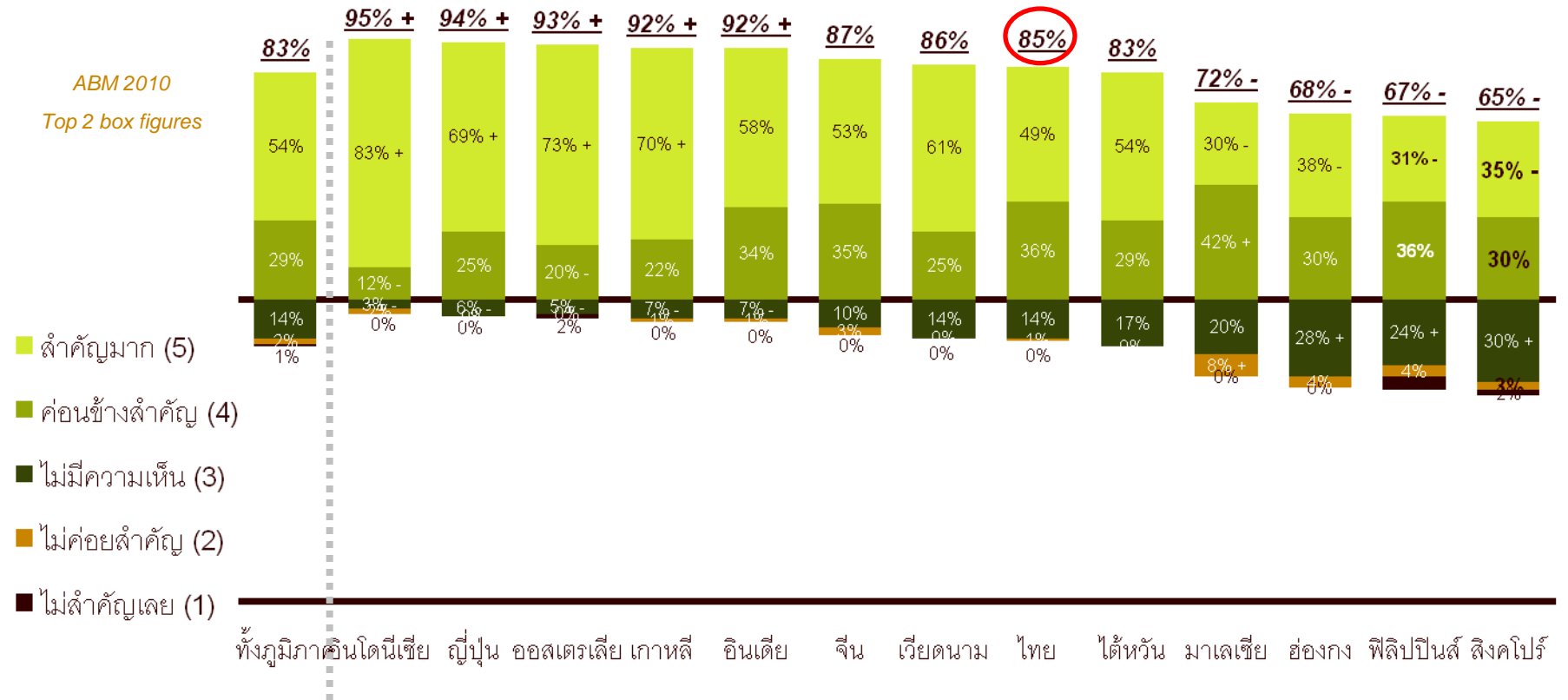
+/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)



**There is a growing sense of confidence among SMEs...**



# คุณคิดว่า SME มีความสำคัญต่ออนาคตของเศรษฐกิจของประเทศมากน้อยเพียงใด



จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก ในปี 2553

+/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับทั้งหมด (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)

\* คำถามใหม่ในปี 2553



# Q18a. What can SMEs offer that big enterprises can't?

## All Markets (n=1351)

### Top 5 Mentions

More flexible/ flexibility	20%
Better services/ better quality/ Quality service	14%
Offer better prices/ cheaper rates	11%
Local/ Personalised/ Tailored service	8%
Faster services/ prompt services/ quicker services	8%

## Australia (n=100)

### Top 5 Mentions

Local/ Personalised/ Tailored service	36%
Better services/ better quality/ Quality service	33%
More flexible/ flexibility	27%
Faster services/ prompt services/ quicker services	15%
Offer better prices/ cheaper rates	14%

## China (n=150)

### Top 5 Mentions

More employment opportunity	30%
More flexible/ flexibility	19%
SME business helps the economy to improve better	17%
Target a niche market / Less Red Tape	13%
Offer better prices/ cheaper rates	11%

## Hong Kong (n=100)

### Top 5 Mentions

More flexible/ flexibility	45%
Faster services/ prompt services/ quicker services	17%
Better services/ better quality/ Quality service	13%
Offer better prices/ cheaper rates	9%
Target a niche market / Less Red Tape	7%

## India (n=101)

### Top 5 Mentions

Better services/ better quality/ Quality service	24%
Offer better prices/ cheaper rates	19%
Local/ Personalised/ Tailored service	14%
More efficient than large company	12%
Faster services/ prompt services/ quicker services	11%

## Indonesia (n=100)

### Top 5 Mentions

More efficient than large company	10%
Offer better prices/ cheaper rates	9%
More employment opportunity	8%
Better services/ better quality/ Quality service	7%
Able to give credit/ Longer Credit terms	6%

## Japan (n=100)

### Top 5 Mentions

More flexible/ flexibility	40%
Faster services/ prompt services/ quicker services	20%
Target a niche market / Less Red Tape	17%
Artisan skills	15%
Better services/ better quality/ Quality service	13%

## Korea (n=100)

### Top 5 Mentions

Using higher technology/ following the latest technology	10%
Target a niche market / Less Red Tape	10%
Better services/ better quality/ Quality service	6%
Local/ Personalised/ Tailored service	6%
Offer better prices/ cheaper rates	5%

## Malaysia (n=100)

### Top 5 Mentions

Offer better prices/ cheaper rates	18%
Better services/ better quality/ Quality service	12%
Local/ Personalised/ Tailored service	6%
Give you innovative/ creative ideas/ solutions	6%
Target a niche market / Less Red Tape	5%

## Philippines (n=100)

### Top 5 Mentions

Offer better prices/ cheaper rates	15%
Better services/ better quality/ Quality service	10%
More flexible/ flexibility	9%
Local/ Personalised/ Tailored service	7%
Give you innovative/ creative ideas/ solutions	4%

## Singapore (n=100)

### Top 5 Mentions

More flexible/ flexibility	27%
Better services/ better quality/ Quality service	20%
Local/ Personalised/ Tailored service	16%
Faster services/ prompt services/ quicker services	14%
Offer better prices/ cheaper rates	12%

## Taiwan (n=100)

### Top 5 Mentions

More flexible/ flexibility	40%
More employment opportunity	8%
Give you innovative/ creative ideas/ solutions	7%
Local/ Personalised/ Tailored service	5%
Available of new product/ new product development/ has own patent	3%

## Thailand (n=100)

### Top 5 Mentions

More flexible/ flexibility	26%
Better services/ better quality/ Quality service	17%
More efficient than large company	9%
SME business helps the economy to improve better	7%
Faster services/ prompt services/ quicker services	7%

## Vietnam (n=100)

### Top 5 Mentions

Better services/ better quality/ Quality service	31%
Offer better prices/ cheaper rates	26%
More flexible/ flexibility	11%
Faster services/ prompt services/ quicker services	8%
With lower operational cost, SMEs are able to produce more	8%

Base : Asia Pacific in 2010

Note: - Green text indicates higher than regional average

- Red text indicates lower than regional average

- Bold/underline indicates the country with the highest and lowest scores

\* New question in 2010

# อะไรที่ SME สามารถทำได้ ในขณะที่บริษัทใหญ่ ๆ ไม่สามารถทำได้

ทุกประเทศ/ตลาด  
(ผู้ตอบ = 1351)

## 5 เหตุผลหลัก

มีความยืดหยุ่นมากกว่า	20%
บริการดีกว่า / คุณภาพดีกว่า	14%
ราคาถูกกว่า	11%
ปรับเปลี่ยนบริการตามความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้	8%
บริการรวดเร็วกว่า ทันใจกว่า	8%

ไทย (ผู้ตอบ = 100)

## 5 เหตุผลหลัก

มีความยืดหยุ่นมากกว่า	26%
บริการดีกว่า / คุณภาพดีกว่า	17%
มีประสิทธิภาพกว่าบริษัทใหญ่	9%
ธุรกิจ SME ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจมากกว่า	7%
บริการรวดเร็วกว่า ทันใจกว่า	7%



# Q18b. How can SMEs outcompete the big corporations?

All Markets (n=1351)	Australia (n=100)	China (n=150)	Hong Kong (n=100)	India (n=101)
<b>Top 5 Mentions</b> Better services/ better quality/ Quality service <b>18%</b> Offer better prices/ cheaper rates 14% More flexible/ flexibility 9% Give you innovative/ creative ideas/ solutions 7% Faster services/ prompt services/ quicker services 5%	<b>Top 5 Mentions</b> Better services/ better quality/ Quality service 45% Local/ Personalised/ Tailored service 34% Offer better prices/ cheaper rates 20% More flexible/ flexibility 16% Faster services/ prompt services/ quicker services 12%	<b>Top 5 Mentions</b> More flexible/ flexibility 25% Offer better prices/ cheaper rates 23% Better services/ better quality/ Quality service 22% Give you innovative/ creative ideas/ solutions 15% Target a niche market / Less Red Tape 12%	<b>Top 5 Mentions</b> Better services/ better quality/ Quality service 19% Offer better prices/ cheaper rates 15% More flexible/ flexibility 13% Give you innovative/ creative ideas/ solutions 10% Faster services/ prompt services/ quicker services 10%	<b>Top 5 Mentions</b> Better services/ better quality/ Quality service 13% Can't be better than big enterprises 12% Better Customer service 6% More efficient than large company 6% Offer better prices/ cheaper rates 5%
Indonesia (n=100)	Japan (n=100)	Korea (n=100)	Malaysia (n=100)	
<b>Top 5 Mentions</b> Better services/ better quality/ Quality service 18% Give you innovative/ creatives ideas/ solutions 13% Offer better prices/ cheaper rates 10% More efficient than large company 8% Opportunity for partnership/ United together/ Form union and association 6%	<b>Top 5 Mentions</b> More specialised in specific area 24% Artisan skills 13% Better services/ better quality/ Quality service 12% Give you innovative/ creative ideas/ solutions 12% Can't be better than big enterprises 12%	<b>Top 5 Mentions</b> Using higher technology/ following the latest technology 22% Offer better prices/ cheaper rates 14% Available of new product/ new product development/ has own patent 10% Better services/ better quality/ Quality service 9% Give you innovative/ creative ideas/ solutions 7%	<b>Top 5 Mentions</b> Offer better prices/ cheaper rates 21% Better services/ better quality/ Quality service 14% More flexible/ flexibility 6% Faster services/ prompt services/ quicker services 5% Target a niche market / Less Red Tape 5%	
Philippines (n=100)	Singapore (n=100)	Taiwan (n=100)	Thailand (n=100)	Vietnam (n=100)
<b>Top 5 Mentions</b> Offer better prices/ cheaper rates 18% Better services/ better quality/ Quality service 12% More efficient than large company 6% Give you innovative/ creative ideas/ solutions 6% Can't be better than big enterprises 3%	<b>Top 5 Mentions</b> Offer better prices/ cheaper rates 19% Better services/ better quality/ Quality service 13% More flexible/ flexibility 11% Faster services/ prompt services/ quicker services 9% Target a niche market / Less Red Tape 9%	<b>Top 5 Mentions</b> Can't be better than big enterprises 24% Available of new product/ new product development/ has own patent 22% More flexible/ flexibility 11% More specialised in specific area 4% Better services/ better quality/ Quality service 3%	<b>Top 5 Mentions</b> Better services/ better quality/ Quality service <b>22%</b> With lower operational cost, SMEs are able to produce more 9% More flexible/ flexibility 8% Offer better prices/ cheaper rates 7% Able to give credit/ Longer Credit terms 4%	<b>Top 5 Mentions</b> Better services/ better quality/ Quality service 31% Opportunity for partnership/ United together/ Form union and association 29% Offer better prices/ cheaper rates 17% SME could penetrate the lower market 6% With lower operational cost, SMEs are able to produce more 5%

Base : Asia Pacific in 2010

Note: - Green text indicates higher than regional average

- Red text indicates lower than regional average

- Bold/underline indicates the country with the highest and lowest scores

\* New question in 2010

## SME สามารถแข่งขันกับบริษัทใหญ่ ๆ ได้อย่างไร

ทุกประเทศ/ตลาด  
(ผู้ตอบ = 1351)

### 5 เหตุผลหลัก

บริการดีกว่า / คุณภาพดีกว่า	18%
ราคาถูกกว่า	14%
มีความยืดหยุ่นมากกว่า	9%
มีนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์	7%
บริการรวดเร็วกว่า ทุ่มใจกว่า	5%

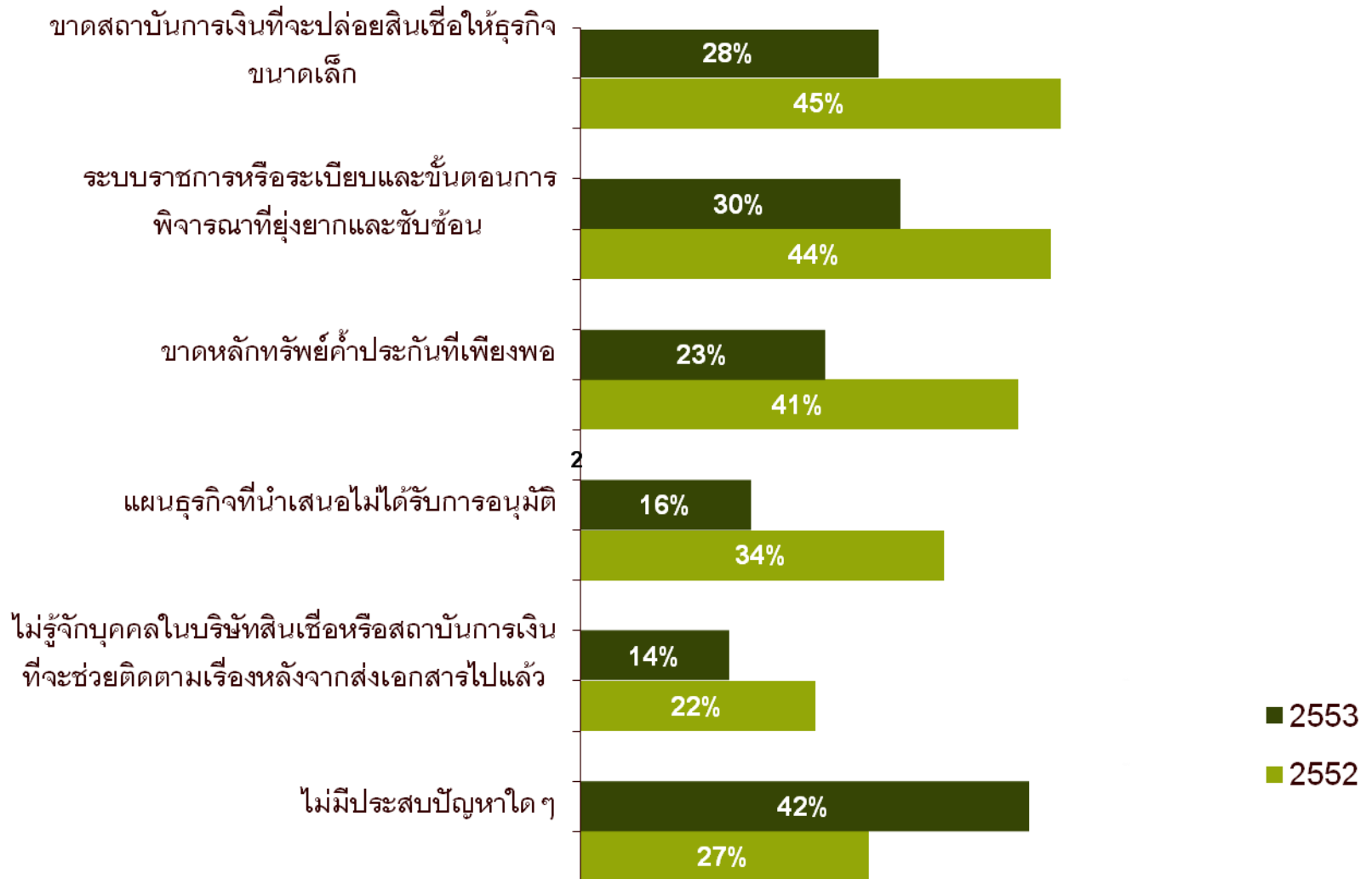
ไทย (ผู้ตอบ = 100)

### 5 เหตุผลหลัก

บริการดีกว่า / คุณภาพดีกว่า	22%
SME ผลิตได้มากกว่า ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า	9%
มีความยืดหยุ่นมากกว่า	8%
ราคาถูกกว่า	7%
ให้เครดิตนานกว่า	4%



# คุณสมบัติปัญหาด้านใดในการหาแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจ

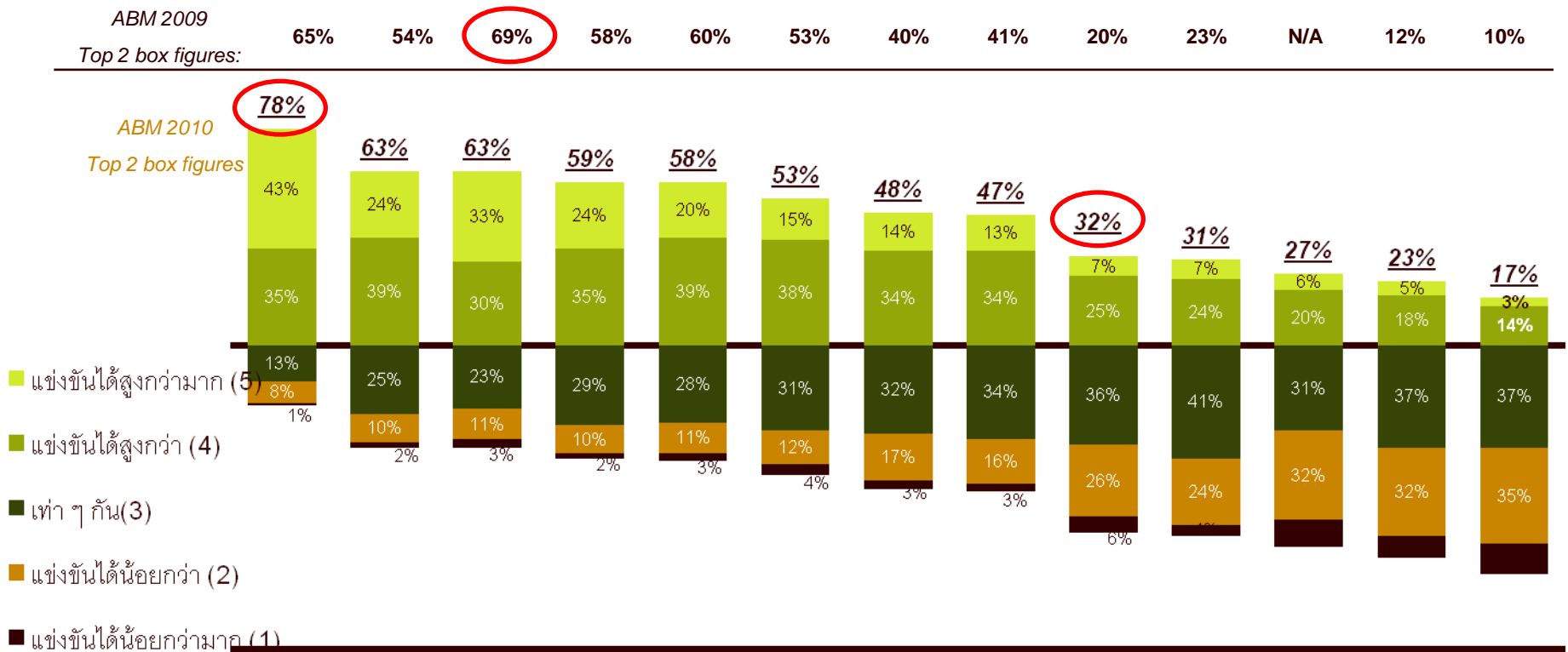




**Mirror, mirror on the wall,  
who is the most competitive of them all?**



# คุณจัดลำดับความสามารถในการแข่งขันของ SME ในประเทศเหล่านี้ เมื่อเทียบกับ SME ในประเทศของคุณอย่างไร



จีน เกาหลี ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ ไต้หวัน อินเดีย ออสเตรเลีย ไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์

จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก ในปี 2553 การให้คะแนนของประเทศต่าง ๆ

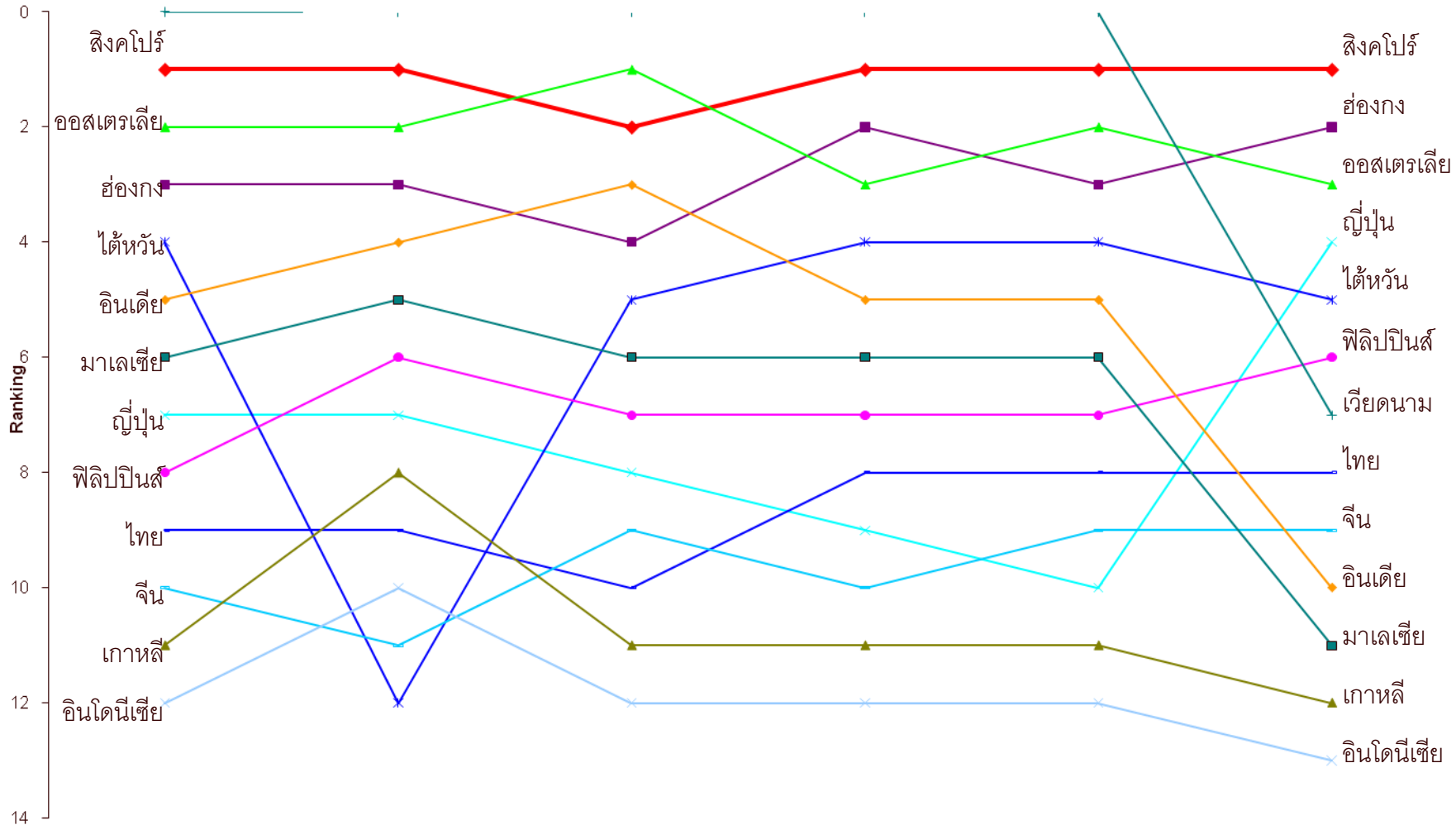
+/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับปี 2552 (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)

เวียดนามคือตลาดใหม่ในปี 2553



# ความสามารถในการแข่งขันของ SME ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

การจัดลำดับดัชนีความสามารถในการแข่งขันของ SME ตั้งแต่ปี 2548



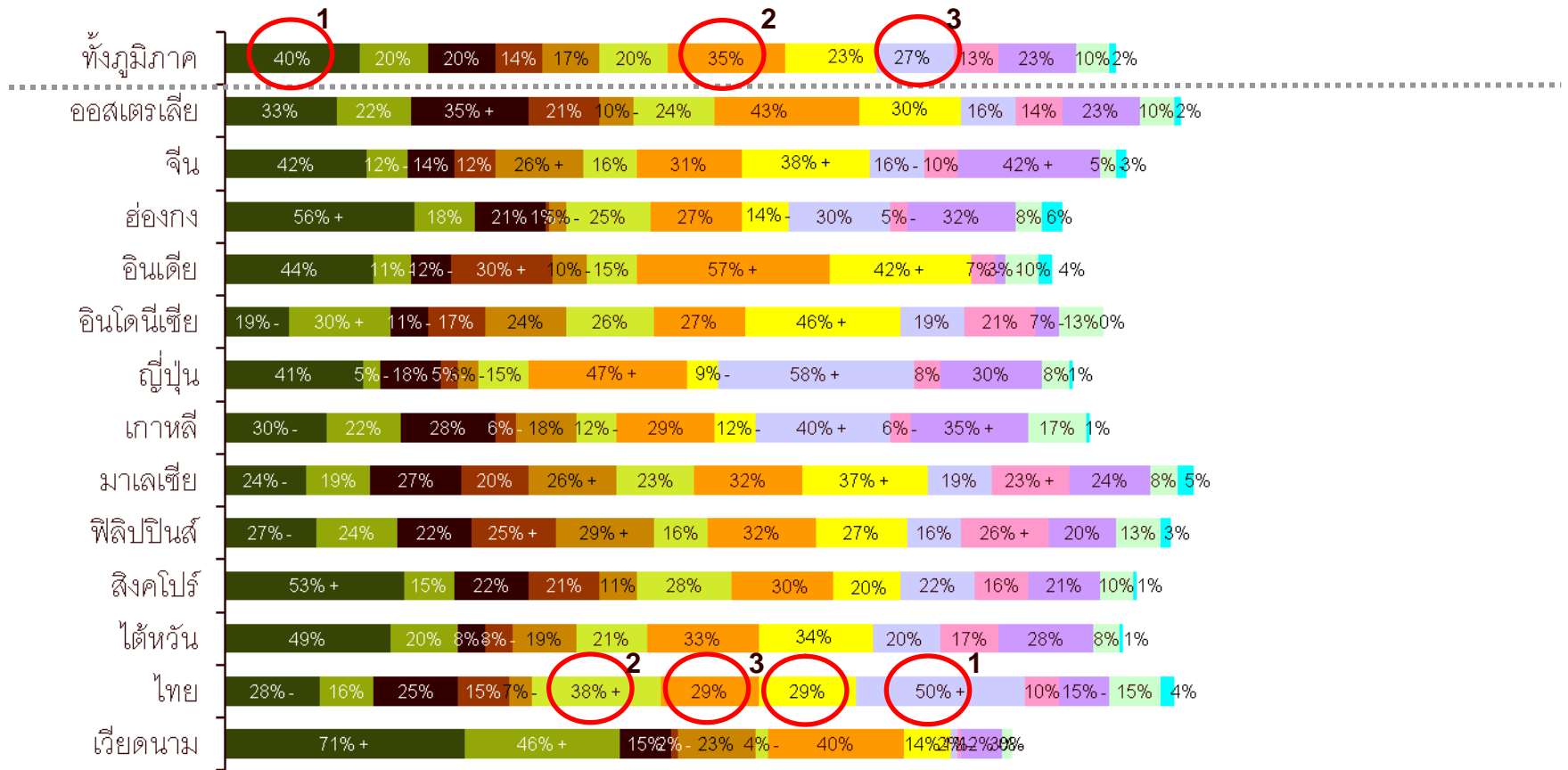
\* เวียดนามคือตลาดใหม่ในปี 2553



**Despite the surer footing,  
money is still an issue**



# อะไรคือข้อกังวลทางธุรกิจที่สำคัญที่สุดในปี 2553



- ต้นทุน
- การขาดเงินสด
- การแข่งขัน
- การขาดแคลนทักษะ
- การให้ผลตอบแทนและการคงไว้ซึ่งพนักงาน
- การกระจายและนโยบายภาษีของรัฐบาล
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด
- การขาดเงินสด

จากข้อมูลที่สำคัญในเอเชียแปซิฟิก ในปี 2553

+/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับทั้งหมด (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)

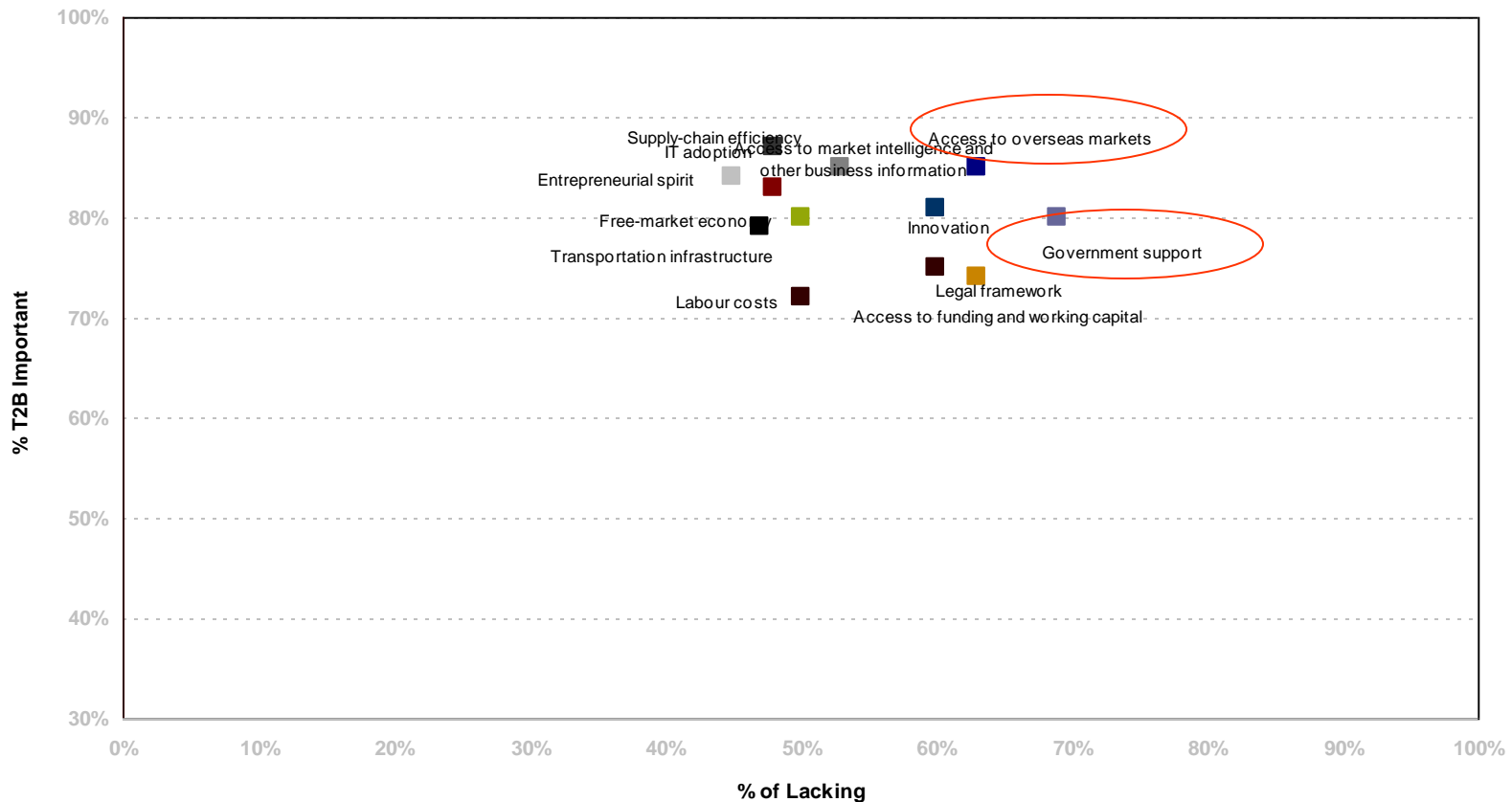
\* คำถามใหม่ในปี 2553

# ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันของ SME ในประเทศไทย



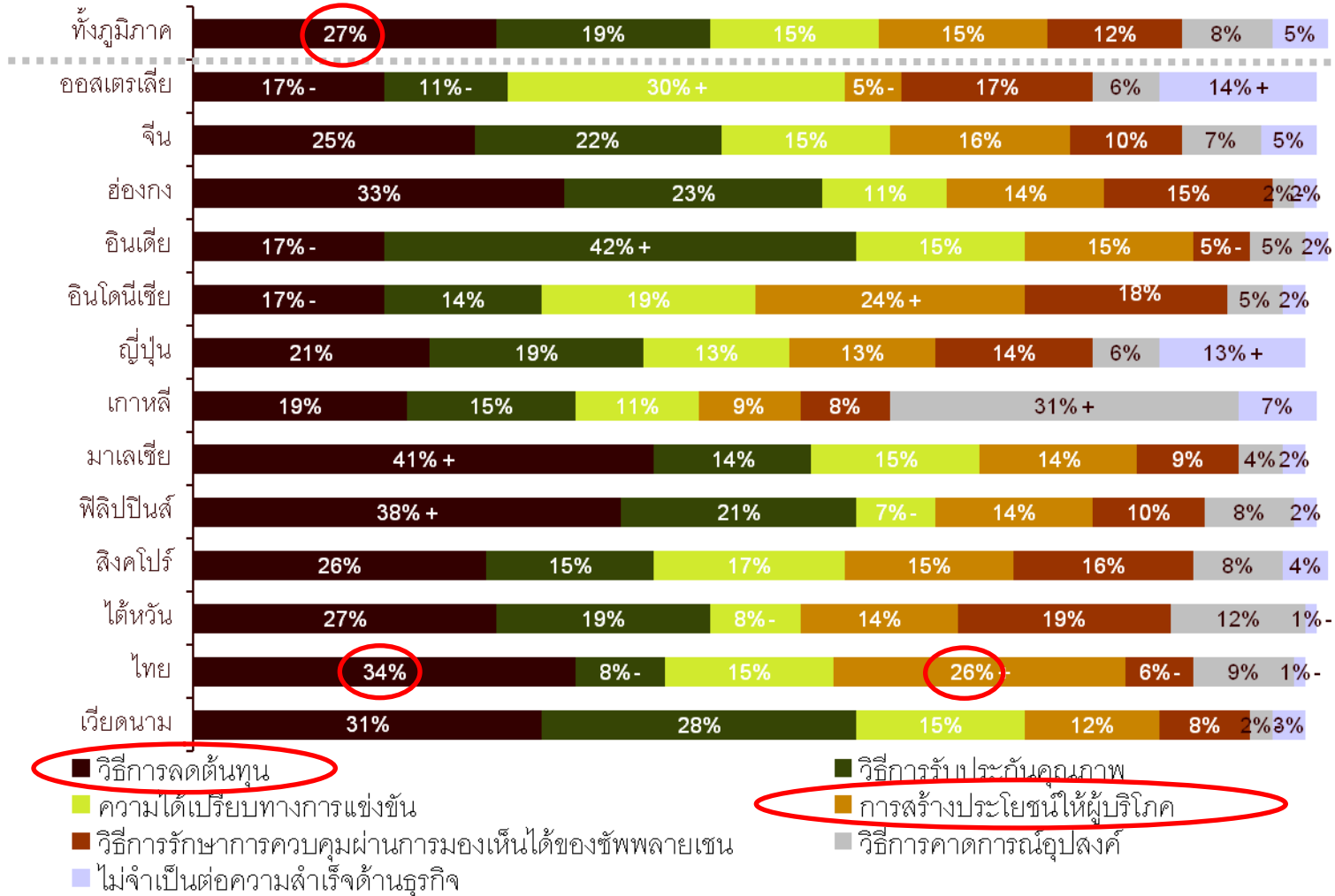
ปัจจัยต่อไปนี้มีผลสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของ SME ในประเทศไทยอย่างไร

ปัจจัยใดต่อไปนี่ที่คุณคิดว่ายังขาดแคลนและเป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SME ในประเทศไทย





# คุณมองว่าการบริหารซัพพลายเชนเป็น:



จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก ในปี 2553

+/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบทั้งหมด (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)

เวียดนามคือตลาดใหม่ในปี 2553



**Still feeling the heat, SMEs are  
looking for new options...**



# ภาคอุตสาหกรรมสามภาคใดที่มีโอกาสเติบโตมากที่สุดสำหรับ SME ในเอเชีย ในปี 2553

%	ไอที	โรงงานผลิต	ยานยนต์	อาคารและ การก่อสร้าง	เกษตรกรรม ป่าไม้ ประมง	บันเทิง ท่องเที่ยว	บริการ ด้าน การเงิน	บริการทาง ธุรกิจ	สุขภาพ เภสัช กรรม	ทรัพยากร หมุนเวียน พลังงาน ทดแทน	เทคโนโลยี ชีวภาพ	สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม	สาธารณูปโภค พลังงาน	ขนส่ง โลจิสติกส์	เหมืองแร่	ค้าปลีก	สื่อ
ทุกตลาด (2553)	37%	26%	20%	20%	17%	16%	15%	14%	12%	11%	11%	10%	10%	9%	8%	7%	3%
(2552)	27%	23%	7%	18%	26%	14%	10%	17%	23%	N/A	13%	6%	19%	7%	5%	13%	4%
ออสเตรเลีย	14%	19%	4%	19%	10%	16%	13%	18%	7%	18%	3%	1%	2%	6%	54%	3%	3%
จีน	42%	32%	10%	23%	5%	21%	14%	14%	6%	14%	5%	9%	14%	11%	5%	5%	1%
ฮ่องกง	20%	15%	2%	10%	2%	24%	53%	17%	8%	11%	11%	6%	3%	17%	1%	23%	4%
อินเดีย	52%	37%	35%	33%	28%	1%	12%	13%	25%	0%	3%	25%	6%	18%	3%	3%	3%
อินโดนีเซีย	22%	7%	29%	9%	57%	21%	8%	5%	5%	6%	1%	37%	2%	7%	17%	5%	1%
ญี่ปุ่น	33%	35%	45%	10%	8%	4%	5%	5%	9%	25%	13%	3%	8%	3%	2%	9%	2%
เกาหลี	62%	23%	29%	17%	5%	6%	6%	4%	5%	19%	24%	3%	11%	3%	1%	0%	9%
มาเลเซีย	41%	35%	15%	22%	14%	20%	16%	27%	16%	5%	20%	0%	15%	7%	2%	4%	3%
ฟิลิปปินส์	48%	39%	8%	26%	21%	11%	3%	27%	13%	11%	6%	5%	9%	11%	3%	14%	5%
สิงคโปร์	19%	38%	6%	24%	8%	26%	20%	16%	38%	10%	19%	2%	19%	11%	3%	11%	3%
ไต้หวัน	67%	17%	14%	12%	9%	17%	18%	21%	12%	19%	43%	4%	10%	6%	2%	1%	3%
ไทย	22%	14%	36%	5%	40%	13%	1%	5%	8%	5%	1%	23%	30%	8%	2%	5%	0%
เวียดนาม	36%	22%	26%	53%	18%	28%	19%	10%	9%	1%	3%	14%	4%	4%	6%	4%	5%

หมายเหตุ: - สีเขียว หมายถึงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค  
 - สีแดง หมายถึงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค  
 - ตัวหนา / ขีดเส้นใต้ หมายถึงประเทศที่มีคะแนนสูงสุดและต่ำสุด



# ธุรกิจของคุณที่มีกับภูมิภาคเหล่านี้คิดเป็นสัดส่วนเป็นเท่าไร

% การเติบโต	เอเชียแปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกาเหนือ	ตะวันออกกลาง	ลาตินอเมริกา	แอฟริกา
<b>ทุกตลาด</b>	<b>80.6</b>	<b>8.1</b>	<b>6</b>	2.9	1.5	0.9
ออสเตรเลีย	92.1	3.9	2.5	0.6	0.2	0.8
จีน	78.2	9.7	6	2.8	1.3	2
ฮ่องกง	65.5	19.2	10.7	1.4	2.3	1
อินเดีย	79.6	6.3	6.3	5.6	1.2	1
อินโดนีเซีย	76.5	12.1	5.9	2.1	2.3	1.1
ญี่ปุ่น	95.4	1.1	2.9	0.2	0.5	0
เกาหลี	85.3	4.3	3.4	3.7	2.3	1
มาเลเซีย	75.2	9.2	7.9	5.4	1.1	1.2
ฟิลิปปินส์	69.1	11.8	12.6	3.3	2.2	1
สิงคโปร์	80.4	7.3	4.7	5.5	1.4	0.8
ไต้หวัน	74.1	9.8	8.8	3.6	3.3	0.4
ไทย	84.6	7.3	3.3	3.2	0.9	0.8
เวียดนาม	93.3	2.1	3.3	0.5	0.3	0.5

หมายเหตุ: - สีเขียว หมายถึงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค สีแดง หมายถึงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค

- ตัวหนา / ชิดเส้นใต้ หมายถึงประเทศที่มีคะแนนสูงสุดและต่ำสุด

- ตัวเลขในอดีตของอเมริกาเหนือมาจากสหรัฐฯและแคนาดา



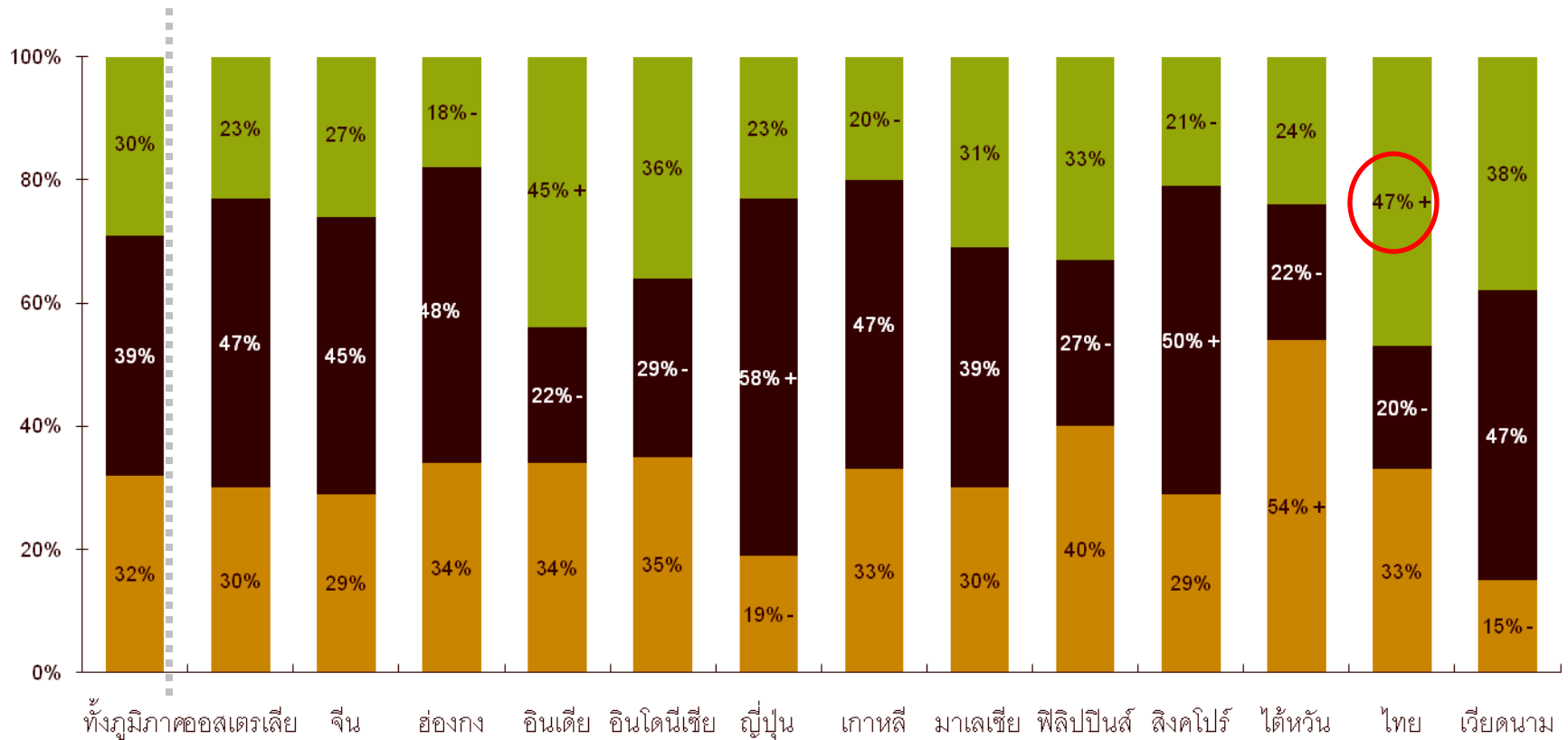
# คุณคาดว่าจะขยายธุรกิจสู่ภูมิภาคใดต่อไปนี้ในช่วง 3 ปีข้างหน้า

%	เอเชียแปซิฟิก	ยุโรป	ตะวันออกกลาง	อเมริกาเหนือ	แอฟริกา	ลาตินอเมริกา
ทุกตลาด	56%	20%	19%	14%	12%	11%
ออสเตรเลีย	29%	5%	5%	5%	1%	1%
จีน	19%	13%	7%	13%	9%	6%
ฮ่องกง	41%	12%	19%	10%	7%	14%
อินเดีย	35%	16%	8%	13%	9%	4%
อินโดนีเซีย	86%	42%	47%	27%	25%	22%
ญี่ปุ่น	68%	3%	7%	6%	4%	8%
เกาหลี	50%	5%	18%	5%	17%	11%
มาเลเซีย	80%	30%	37%	15%	15%	8%
ฟิลิปปินส์	77%	35%	18%	25%	8%	16%
สิงคโปร์	81%	12%	23%	4%	9%	7%
ไต้หวัน	47%	30%	16%	27%	5%	17%
ไทย	78%	49%	45%	21%	41%	31%
เวียดนาม	57%	8%	2%	9%	1%	1%

หมายเหตุ: - สีเขียว หมายถึงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค สีแดง หมายถึงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค  
 - ตัวหนา / ขีดเส้นใต้ หมายถึงประเทศที่มีคะแนนสูงสุดและต่ำสุด



# ข้อใดต่อไปนี้จะสะท้อนถึงความคิดที่คุณมีต่อบริษัทของคุณและสิ่งแวดล้อม

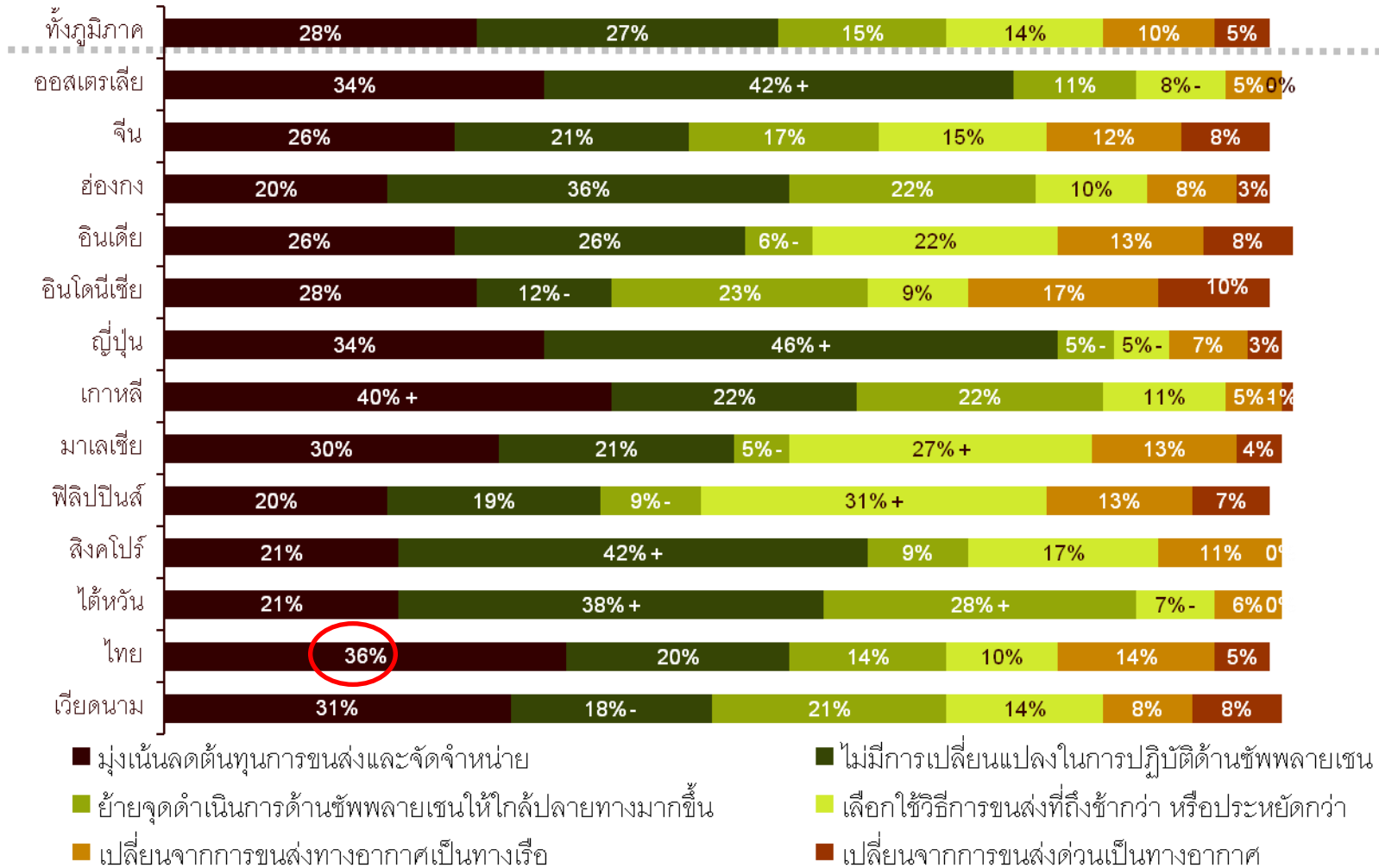


- การลงทุนด้านกลไกเพื่อสิ่งแวดล้อมน่าจะเป็นเรื่องของรัฐบาลและธุรกิจขนาดใหญ่ ไม่ใช่ SME
- มีความสนใจในการลงทุนในกลไกเพื่อสิ่งแวดล้อม แต่ไม่อยู่ในแผนปี 2553
- คิดว่าจะสามารถประหยัดต้นทุนได้ในระยะยาวโดยการลงทุนในกลไกเพื่อสิ่งแวดล้อมในวันนี้

จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก ในปี 2553  
 +/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบทั้งหมด (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)  
 คำถามใหม่ในปี 2553



# การเปลี่ยนแปลงใดที่มีความจำเป็นต่อแนวทางการปฏิบัติด้านซัพพลายเชนของคุณ เพื่อส่งเสริมการเติบโตในอนาคต



จากข้อมูลที่สำรวจในเอเชียแปซิฟิก ในปี 2553

+/- : หมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบทั้งหมด (ที่ระดับความมั่นใจ 95%)

คำถามใหม่ในปี 2553

Thank you

