

ธุรกิจการขายส่งเคมีภัณฑ์

4 ก.ค. 2568

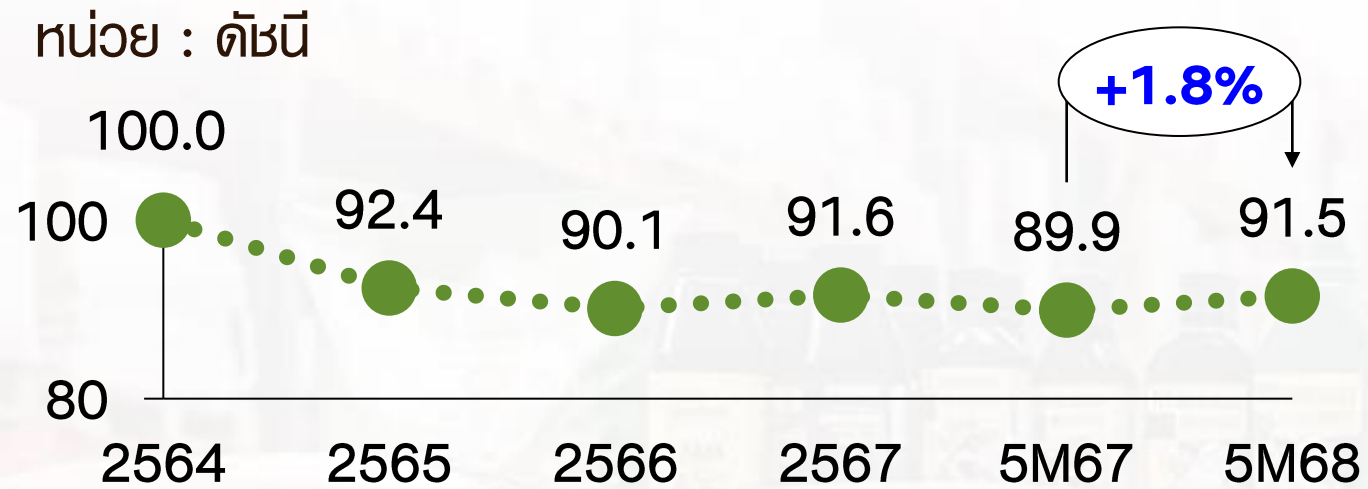
นวัตกรรมเคมีภัณฑ์สีเขียวสู่ความยั่งยืน



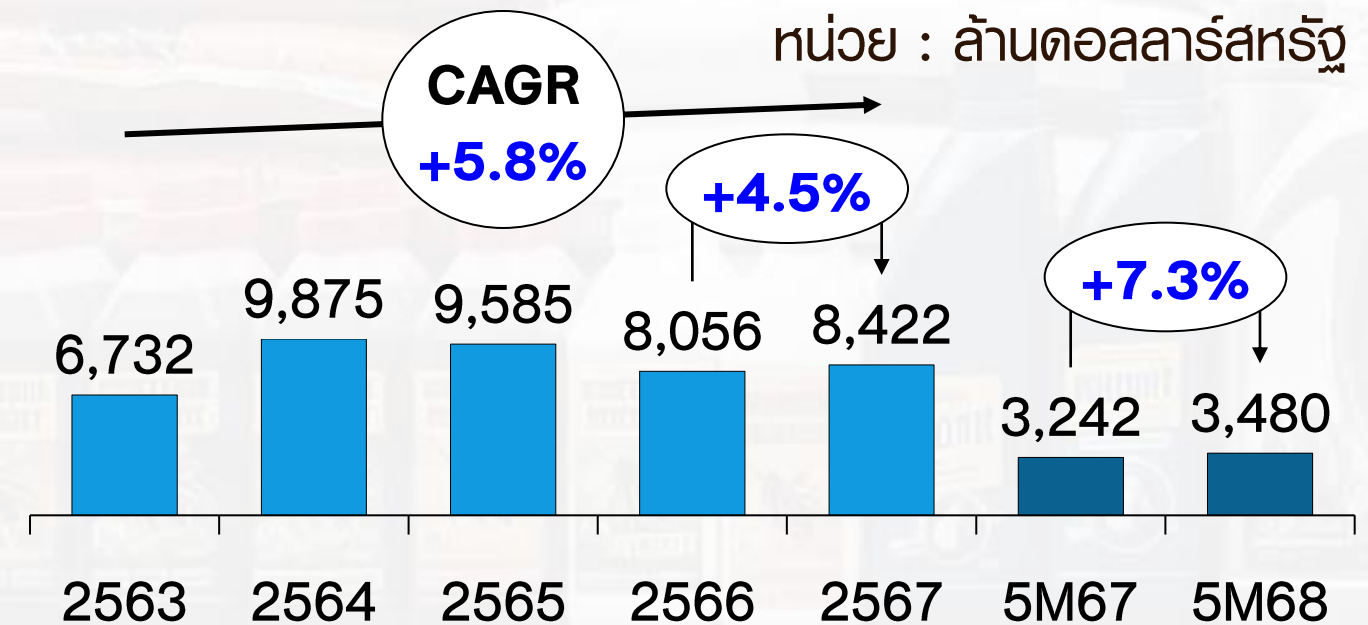
วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์

ภาพรวมธุรกิจ

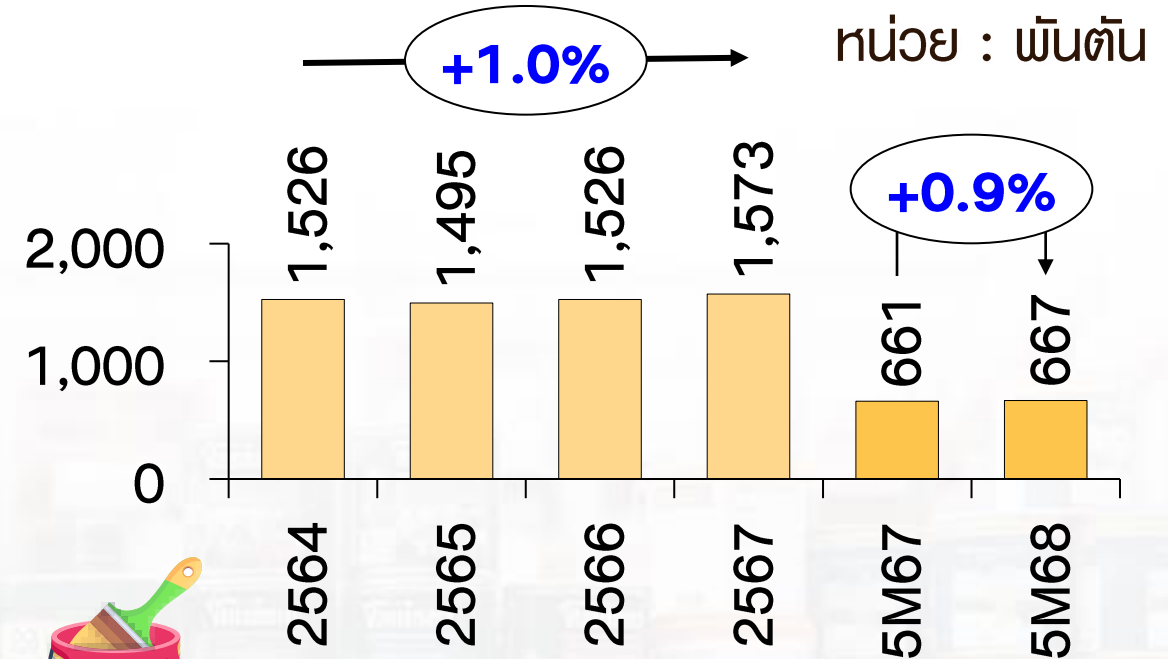
ดัชนีการส่งสินค้า หมวดการผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี



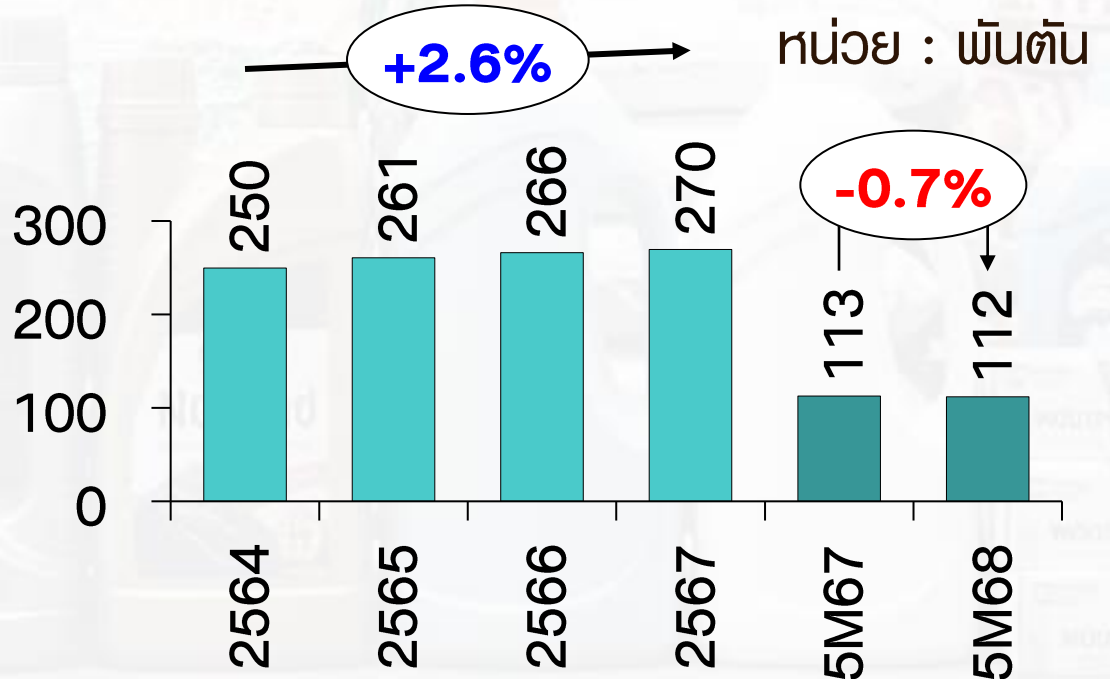
มูลค่าการส่งออกเคมีภัณฑ์ของไทย



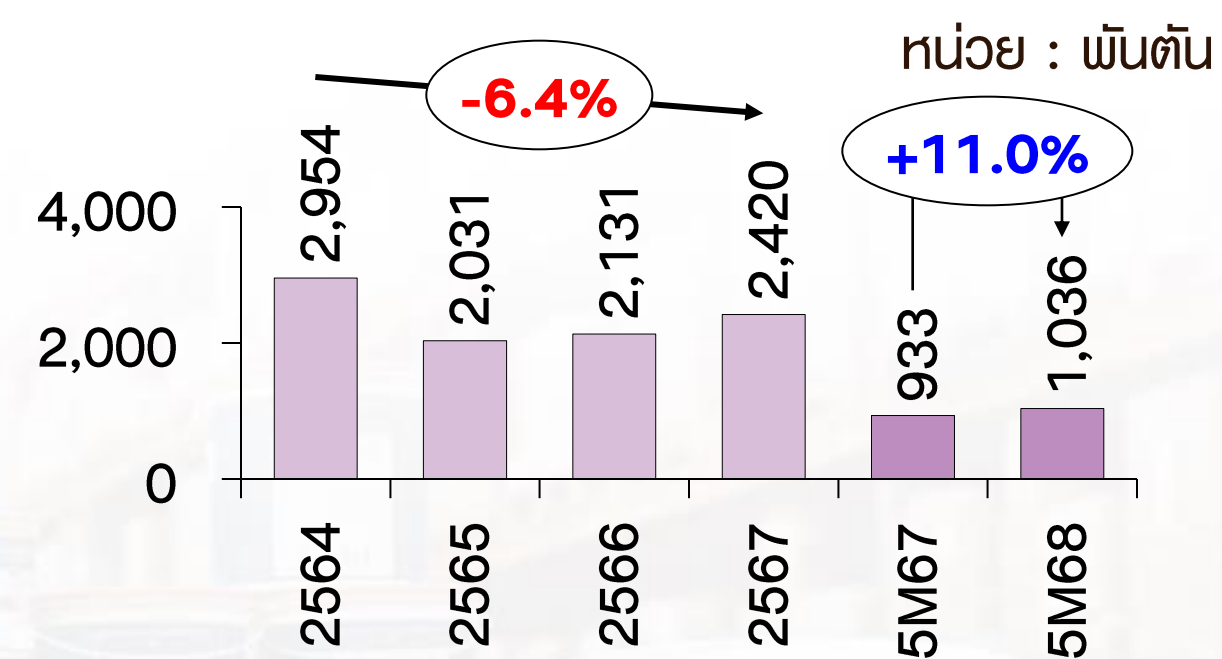
ปริมาณการจำหน่าย เคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและดูแลส่วนบุคคล*



ปริมาณการจำหน่าย เคมีภัณฑ์ประเภทสีและสารเคลือบผิว**



ปริมาณการจำหน่าย ปุ๋ยเคมี



ธุรกิจการขายส่งเคมีภัณฑ์ ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2568 มีแนวโน้มขยายตัว สะท้อนจากมูลค่าการส่งออกที่ขยายตัวราว 7.3% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา รวมทั้งทิศทางการส่งสินค้าหมวดหมวดการผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมีที่เพิ่มขึ้น การเติบโตสะท้อนถึงความต้องการในอุตสาหกรรมปลายน้ำที่เพิ่มขึ้น เช่น ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และอาหาร รวมถึงตลาดส่งออกที่ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง รวมถึงแนวโน้มการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น เช่น เคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและดูแลส่วนบุคคลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หมายเหตุ : * ประกอบด้วย น้ำยาทำความสะอาด, น้ำยาปรับผ้านุ่ม, น้ำยาล้างจาน, พงชั๊กฟอก, ยาสระผม, สบู่และเครื่องบำรุงผิว

** ประกอบด้วย สีน้ำพลาสติก, สีน้ำมัน, สีอุตสาหกรรม

ห่วงโซ่อุปทาน



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ



ปัจจัยบวก



ความต้องการในอุตสาหกรรมปลายน้ำ

เคมีภัณฑ์เป็นฐานสำคัญของอุตสาหกรรมหลัก เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ปิโตรเลียม อิเล็กทรอนิกส์ และภาคก่อสร้าง ทำให้มีตลาดรองรับที่กว้างและต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจขายส่งเคมีภัณฑ์มีโอกาสเติบโตตามความต้องการของแต่ละภาคส่วน



การสนับสนุนจากภาครัฐและนโยบายส่งเสริม

นโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (EEC) และการยกเว้นภาษีสำหรับอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์บางประเภท รวมถึงการสนับสนุนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ



การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เคมีภัณฑ์ชีวภาพ เคมีภัณฑ์สีเขียว และนาโนเทคโนโลยี ช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของตลาดและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ปัจจัยลบ



ความผันผวนของราคาวัตถุดิบและต้นทุน

ธุรกิจเคมีภัณฑ์มีความอ่อนไหวต่อราคาวัตถุดิบ เช่น น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ ซึ่งเป็นต้นทุนหลักในการผลิต เคมีภัณฑ์ ส่งผลให้ต้นทุนสินค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา หากบริหารจัดการไม่ดีอาจนำไปสู่การขาดทุนได้ง่าย



การแข่งขันจากตลาดต่างประเทศ

การนำเข้าสารเคมีจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาสูง ผู้ประกอบการไทยอาจเสียเปรียบด้านต้นทุน ทำให้ต้องลดราคาสินค้าเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ซึ่งอาจกระทบต่ออัตรากำไรและความสามารถในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว



มาตรการลด/เลิกใช้สารเคมี

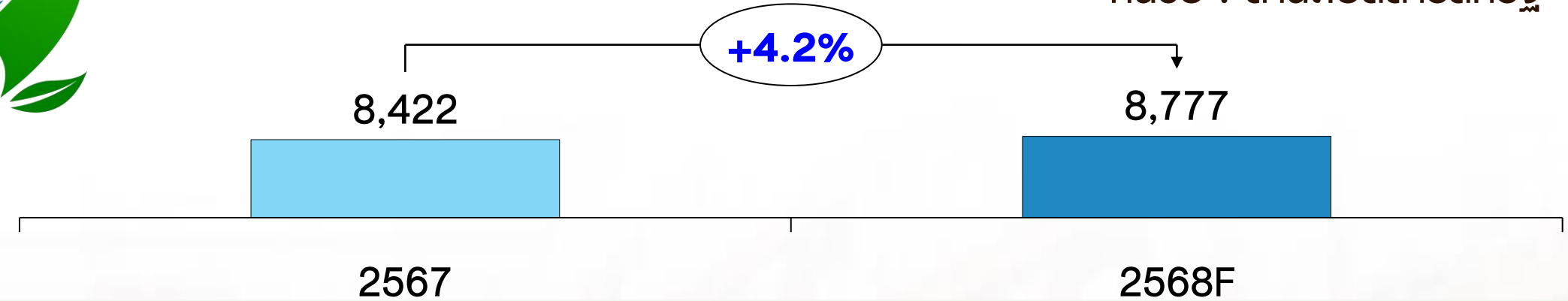
กระแสความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมาตรการลด/เลิกใช้สารเคมีบางชนิด ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและอาจสูญเสียตลาดเดิมหากไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ทัน

แนวโน้มธุรกิจ



แนวโน้มมูลค่าการส่งออกเคมีภัณฑ์ของไทย

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



01

แนวโน้มเติบโตโดยเฉพาะในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหลัก เช่น ปิโตรเคมี อิเล็กทรอนิกส์ และก่อสร้าง

02

การเร่งลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ เช่น นาโนเทคโนโลยี และเคมีชีวภาพ เพื่อสร้างความแตกต่าง ตอบโจทย์ตลาดเฉพาะ

03

การขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ในอาเซียนที่มีความต้องการสารเคมีเพิ่มขึ้น

04

นโยบายสนับสนุนภาครัฐ เช่น BCG Economy และกระแสรักโลกที่ส่งเสริมการใช้เคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจการขนส่งเคมีภัณฑ์ในปี 2568 มีแนวโน้มขยายตัวตามทิศทางการชะลอการส่งสินค้าที่เติบโต โดยประเมินว่าการส่งออกเคมีภัณฑ์จะขยายตัวราว 4.2% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการฟื้นตัวของความต้องการเคมีภัณฑ์ในตลาดโลกและศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของความต้องการในภาคอุตสาหกรรมปลายน้ำ ค่าระวางเรือที่ลดลง ส่งผลให้ต้นทุนโลจิสติกส์ลดลงและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้กับผู้ส่งออกไทย

อย่างไรก็ตาม การส่งออกเคมีภัณฑ์ยังคงเผชิญความท้าทายจากปัจจัยเสี่ยงสำคัญ ได้แก่ ปัญหาความขัดแย้งและข้อพิพาทชายแดน ปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง รวมถึงมาตรการกีดกันทางการค้าและสงครามการค้า และการขยายกำลังการผลิตของประเทศคู่แข่งสำคัญอย่างจีน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อศักยภาพการเติบโตของการส่งออกเคมีภัณฑ์ในระยะยาว

Thank You

LH BANK



「BUSINESS RESEARCH」

Disclaimer

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. รณพล ศรีัญญพงศ์
ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬห์อัสว
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



เชียวชาญ ศรีชัยยา
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วัชรพันธ์ นิยม
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ศรีอำไพ อังคกิตต
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



รัทนล ศรีทองเต็ม
นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วิสันดา ดิสระตติวัฒน์
นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ณวัชร หันสุเวช
นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

ฉับไว

เข้าใจ

ตอบใจทงย



Scan Here

For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>