

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

ISIC : 56466300 การขายส่งวัสดุก่อสร้าง เครื่องโลหะ เครื่องอุปกรณ์ และวัสดุสำหรับระบบท่อและระบบทำความร้อน และ 56475200 ร้านขายปลีกเครื่องโลหะ สี และกระจก

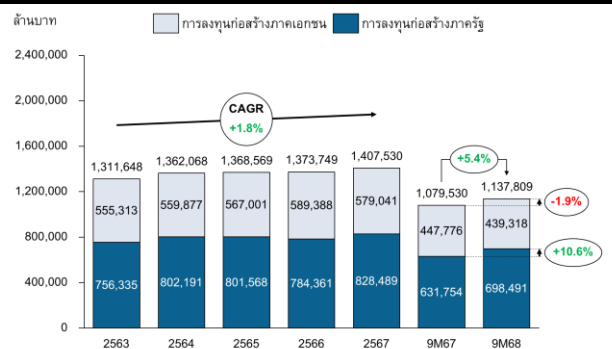
ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้ม “Neutral (+)” โดยยังได้รับแรงหนุนสำคัญจากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐ โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างต่อเนื่อง และโครงการใหม่ที่จะเปิดประมูลและเริ่มก่อสร้างในปี 2569 แม้ว่างบลงทุนภาครัฐในปีงบประมาณ 2569 จะปรับลดลงราว 7.6%YoY แต่ยังคงเพียงพอที่จะรักษาระดับความต้องการใช้วัสดุก่อสร้าง โดยเฉพาะวัสดุก่อสร้างโครงสร้าง ขณะเดียวกันการลงทุนก่อสร้างภาคเอกชนบางสาขายังขยายตัวได้ โดยเฉพาะการก่อสร้างในภาคอุตสาหกรรม สะท้อนจากยอดขายพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมและยอดขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง รวมถึงมาตรการ Thailand Fast Pass ที่ช่วยปลดล็อกเงื่อนไขด้านกฎระเบียบสำหรับโครงการที่ได้รับการอนุมัติจาก BOI และมาตรการภาษีสนับสนุนการปรับปรุงโรงแรม ซึ่งเอื้อต่อการเร่งลงทุนก่อสร้างและปรับปรุงอาคารในภาคการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มดังกล่าวยังเผชิญกับหลายปัจจัยกดดัน โดยเฉพาะตลาดที่อยู่อาศัยที่มีแนวโน้มหดตัวต่อเนื่อง เนื่องจากสถาบันการเงินยังคงเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ ขณะที่กำลังซื้อผู้บริโภคบางกลุ่มยังเปราะบางจากภาระหนี้ครัวเรือนที่สูงและคุณภาพสินเชื่อที่ปรับลดลง ประกอบกับอุปทานคงเหลือสะสมของที่อยู่อาศัยในตลาด โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่อยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่ ส่งผลให้ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างสำหรับที่อยู่อาศัยใหม่เติบโตจำกัด นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนด้านเสถียรภาพการเมืองและความล่าช้าในการพิจารณา พ.ร.บ.งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2570 ทำให้การเบิกจ่ายงบลงทุนในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2569 อาจมีความล่าช้า ส่วนด้านโครงสร้างการแข่งขัน ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างยังเผชิญการแข่งขันรุนแรงภายใต้ตลาดที่เติบโตอย่างจำกัด จากทั้งผู้เล่นรายใหม่และผู้ประกอบการเดิมที่ขยายไปสู่รูปแบบร้านครบวงจร ขณะที่ผู้เล่นรายใหญ่ในรูปแบบ Home Center มีข้อได้เปรียบด้านขนาด เครือข่ายสาขา อำนาจต่อรอง และเทคโนโลยี ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ถูกกดดันทั้งด้านราคา ต้นทุน และข้อจำกัดด้านเงินทุน ขณะเดียวกันยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพรวมการค้าวัสดุก่อสร้าง อาทิ ทิศทางอัตราดอกเบี้ยที่จะมีผลต่อต้นทุนทางการเงิน แนวโน้มมาตรการสิ่งแวดล้อม และอาคารเขียว รวมถึงการเปลี่ยนผ่านสู่ช่องทางออนไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ปรับตัวได้เร็ว บริหารพอร์ตลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มยกระดับประสิทธิภาพต้นทุน และการบริหารสต็อกด้วยข้อมูลจะสามารถรักษาศักยภาพการแข่งขันได้ในระยะยาว

ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 ยังคงขยายตัวได้ดี สอดคล้องกับมูลค่าการลงทุนก่อสร้างภาพรวมที่เพิ่มขึ้น 5.4%YoY โดยแรงขับเคลื่อนหลักมาจากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐที่เร่งตัวขึ้นชัดเจน โดยขยายตัวถึง 10.6%YoY ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างพื้นฐานหลักที่ใช้ในงานโครงสร้างมีทิศทางฟื้นตัวตามไปด้วย โดยเฉพาะปูนซีเมนต์ที่ปริมาณจำหน่ายเพิ่มขึ้น 2.0%YoY และเหล็กก่อสร้างที่เติบโตโดดเด่น 18.6%YoY สะท้อนผลบวกจากโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและโครงการก่อสร้างภาครัฐประเภทงานโยธาที่ทยอยเดินหน้าอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การก่อสร้างในภาคเอกชนกลับหดตัว 1.9%YoY โดยได้รับผลกระทบหลักจากการชะลอตัวของการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ภายใต้แรงกดดันจากยอดขายอสังหาริมทรัพย์ที่หดตัวต่อเนื่องและการเปิดตัวโครงการใหม่ที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนผ่านพื้นที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างประเภทที่อยู่อาศัยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2568 ที่หดตัวถึง 25.3%YoY ภาวะดังกล่าวส่งผลให้การจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในหมวดที่ใช้ในงานก่อสร้างอาคารที่อยู่อาศัยปรับตัวลดลงในหลายกลุ่มสินค้า อาทิ พื้นคอนกรีตสำเร็จรูปหดตัว 19.7%YoY กระเบื้องปูพื้นและบุผนังลดลง 12.3%YoY และคอนกรีตผสมเสร็จปรับลดลง 1.1%YoY ตามลำดับ

รูปที่ 1 มูลค่าการลงทุนด้านการก่อสร้างในประเทศ



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางที่ 1 ปริมาณการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างภายในประเทศ

รายการ	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	9M2568
กระเบื้องปูพื้น-บุผนัง	พัน ตร.ม.	149,534	132,632	91,020
	%YoY	-4.8	-11.3	-12.3
ปูนซีเมนต์	พัน ตัน	38,316	36,654	27,991
	%YoY	-0.8	-4.3	+2.0
คอนกรีตผสมเสร็จ	พัน ลบ.ม.	16,988	16,639	12,235
	%YoY	+0.4	-2.1	-1.1
เสาเข็มคอนกรีต	พัน ลบ.ม.	965	861	687
	%YoY	+3.6	-10.8	+6.2
พื้นสำเร็จรูปคอนกรีต	พัน ตร.ม.	6,760	4,783	3,040
	%YoY	-3.3	-29.2	-19.7
เหล็กก่อสร้าง	พัน ตัน	6,192	6,187	5,424
	%YoY	-0.00	-0.07	+18.6

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ตารางที่ 2 พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตทั่วประเทศ

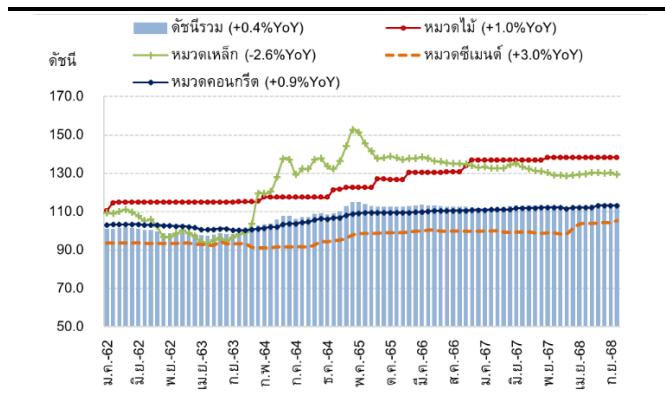
ประเภท	พื้นที่ (พัน ตร.ม.)		สัดส่วนพื้นที่ (%)	%YoY	
	2567	7M2568		2567	7M2568
ที่อยู่อาศัย	34,669	15,739	66.7	-16.1	-25.3
โรงงานอุตสาหกรรม	16,312	3,932	16.7	+27.5	-56.2
พื้นที่ค้าปลีก	4,529	2,615	11.1	-12.9	-5.9
โรงแรม	1,835	749	3.2	+40.6	+28.3
อาคารสำนักงาน	1,220	554	2.3	-2.5	-27.1
รวม	58,565	23,589	100.0	-5.4	-31.0

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC)

สถานการณ์ด้านราคาวัสดุก่อสร้าง

จากข้อมูลในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 พบว่า ภาพรวมราคาวัสดุก่อสร้างในประเทศทรงตัวใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนจากดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.4%YoY โดยการสูงขึ้นของดัชนีราคาเกิดขึ้นในหลายหมวด ได้แก่ หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้เพิ่มขึ้น 1.0%YoY จากความต้องการใช้ไม้แปรรูปขยายตัวเพิ่มขึ้น หมวดซีเมนต์และหมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีตปรับเพิ่มขึ้น 3.0%YoY และ 0.9%YoY ตามลำดับ จากการปรับราคาของผู้ผลิต รวมทั้งมีความต้องการใช้ในโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและโครงการก่อสร้างในภาคอุตสาหกรรมที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น สำหรับดัชนีราคาในหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กปรับลดลง 2.6%YoY สาเหตุจากอุปทานเหล็กส่วนเกินในตลาดโลกยังสูงและเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นส่งผลให้ราคานำเข้าปรับลดลง

รูปที่ 2 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง



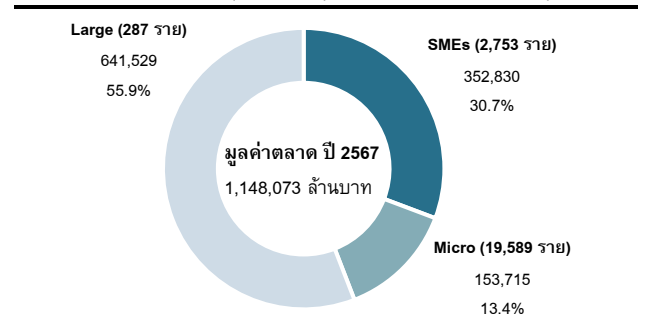
ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการและการแข่งขัน

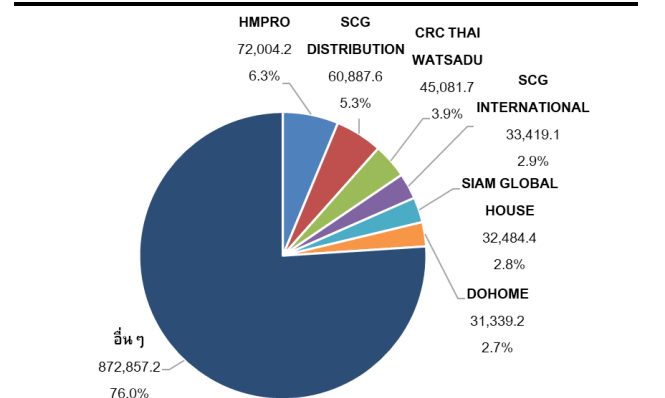
จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่าในปี 2567 ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างมีผู้ประกอบการนิติบุคคลที่ยังดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 22,629 ราย แบ่งเป็นกลุ่มร้านค้าส่ง 7,873 ราย และกลุ่มร้านค้าปลีก 14,756 ราย สะท้อนโครงสร้างอุตสาหกรรมที่มีผู้เล่นจำนวนมากและมีการกระจายตัวสูง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กในรูปแบบร้านค้าแบบดั้งเดิมหรือร้านค้าสินค้าเฉพาะทางที่มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าในพื้นที่เป็นหลัก ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จะอยู่ในรูปแบบร้านค้าสมัยใหม่ที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างครบวงจร (Home Center) สามารถ

นำเสนอสินค้าได้หลากหลายครอบคลุมหมวดวัสดุหลักและงานตกแต่ง พร้อมทั้งให้บริการเกี่ยวเนื่องเพิ่มเติม เช่น งานออกแบบ งานติดตั้ง งานซ่อมแซม และงานตกแต่งภายใน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากร้านค้าแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการกลุ่ม Home Center ยังมีเครือข่ายสาขากระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ โดยเฉพาะในจังหวัดใหญ่ที่เป็นเมืองศูนย์กลางของแต่ละภูมิภาค ส่งผลให้มีความได้เปรียบด้านการเข้าถึงลูกค้า การบริหารจัดการสต็อก และระบบโลจิสติกส์ เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายย่อยที่ยังพึ่งพารานลูกค้าในท้องถิ่นและการแข่งขันด้านราคามากกว่า

รูปที่ 3 ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ



รูปที่ 4 ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามผู้ประกอบการ



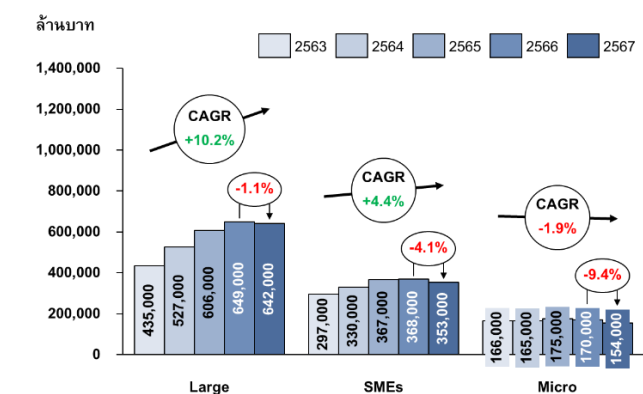
หมายเหตุ: 1) รวมรวมข้อมูลผู้ประกอบการใน TSIC 466300 (ค้าส่ง) และ 475200 (ค้าปลีก) เฉพาะบริษัทที่ส่งงบการเงินในปี 2567

2) ผู้ประกอบการขนาดย่อย (Micro) มีรายได้ น้อยกว่า 50 ล้านบาท, ผู้ประกอบการ SMEs มีรายได้มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 500 ล้านบาท และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (Large) มีรายได้ มากกว่า 500 ล้านบาท
ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ BOL Enlite

สำหรับมูลค่าตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในปี 2567 มีมูลค่าอยู่ที่ราว 1.15 ล้านล้านบาท โดยกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีจำนวน 287 ราย ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด 55.9% ขณะที่กลุ่ม SMEs มีจำนวน 2,753 ราย มีส่วนแบ่งตลาด 30.7% และกลุ่ม Micro ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด 19,589 ราย แต่มีส่วนแบ่งตลาดเพียง 13.4% โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 5 อันดับแรก มีส่วนแบ่งตลาดรวมกัน 24.0% นำโดยบริษัทในเครือ SCG (SCG Distribution และ SCG International) มีส่วนแบ่งตลาดรวมกัน 8.2% รองลงมา คือ บมจ.โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ 6.3% บจ.ซีอาร์ซี ไทวัสดุ 3.9% บมจ.สยามโกลบอลเฮาส์ 2.8% และ บมจ.ดูโฮม 2.7% ตามลำดับ

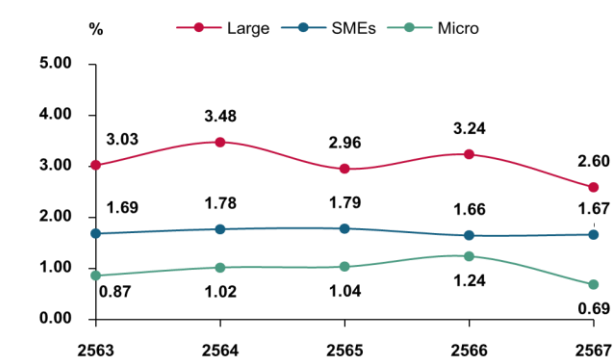
เมื่อพิจารณาการเติบโตของรายได้ในช่วงที่ผ่านมา พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีศักยภาพในการเติบโตมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ สะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีของรายได้รวมในช่วง 5 ปี (2563-2567) อยู่ที่ 10.2% ซึ่งสูงกว่ากลุ่ม SMEs ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีที่ 4.4% ขณะที่กลุ่ม Micro เผชิญกับการแข่งขันรุนแรงทั้งจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีจำนวนสาขาต่อเนื่อง และผู้เล่นรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีทิศทางปรับลดลงต่อเนื่อง สอดคล้องกับความสามารถในการทำกำไรที่กลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ยังคงทำได้ดีที่สุด สะท้อนจากอัตรากำไรสุทธิที่ 2.60% ส่วนกลุ่ม SMEs อยู่ที่ 1.67% ขณะที่ความสามารถในการทำกำไรของกลุ่ม Micro ปรับลดลงมาอยู่ที่ 0.69% ผลจากแรงกดดันของการแข่งขันในธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น และแรงกดดันด้านต้นทุนที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะต้นทุนค่าสินค้าที่ปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุนการผลิต รวมถึงต้นทุนพลังงานและค่าจ้างแรงงาน ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กแข่งขันได้ยากขึ้น

รูปที่ 5 การเติบโตของรายได้รวมธุรกิจค้าปลีกก่อสร้าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ BOL Enlite

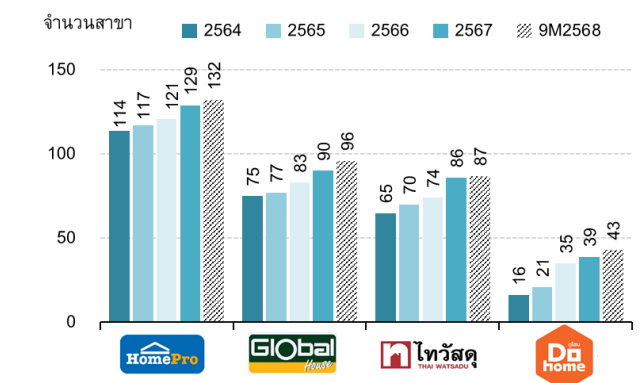
รูปที่ 6 อัตรากำไรสุทธิของธุรกิจค้าปลีกก่อสร้าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ BOL Enlite

นอกจากนี้ หากพิจารณาการแข่งขันจากกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ กลุ่มผู้นำตลาดอย่าง บมจ.โฮมโปร, บมจ.สยามโกลบอลเฮาส์, บจ.ซีอาร์ซี ไทวัสดุ และ บมจ.ทูโฮม ที่มีการลงทุนเพิ่มจำนวนสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพื้นที่เมืองหลักในแต่ละภูมิภาค และเมืองรองที่มีศักยภาพ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเดิมในแต่ละจังหวัด ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ SMEs และ Micro มีแนวโน้มสูญเสียส่วนแบ่งตลาด หรือบางรายอาจเลิกกิจการไป เนื่องจากผู้เล่นรายใหญ่ที่เป็นร้านค้าสมัยใหม่มีความได้เปรียบด้านต้นทุน การจัดการสต็อกสินค้า และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมมากกว่า

รูปที่ 7 จำนวนสาขาของร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการ Modern Trade รายใหญ่



หมายเหตุ: โฮมโปร รวม เมกาโฮม, ไทวัสดุ รวม บ้าน แอนด์ บียอนด์/บีเอ็นบี
ที่มา : เอกสารเผยแพร่สำหรับผู้ลงทุนและนักวิเคราะห์, นักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทฯ

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มเติบโตชะลอลง โดยแรงขับเคลื่อนหลักยังคงมาจากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐ แม้ว่าการบว่งเงินงบประมาณรายจ่ายด้านการลงทุนในปีงบประมาณ 2569 จะปรับลดลงราว 7.6%YoY แต่ยังมีแรงหนุนจากโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ที่อยู่ระหว่างการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับโครงการใหม่ที่กำลังจะเปิดประมูลและเริ่มก่อสร้างได้ในปี 2569 จำนวนหลายโครงการ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างในภาพรวม โดยเฉพาะวัสดุในกลุ่มงานโครงสร้าง ขณะที่การลงทุนก่อสร้างภาคเอกชนในบางสาขามีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่อง โดยเฉพาะการก่อสร้างในภาคอุตสาหกรรม สะท้อนจากยอดขายพื้นที่ในนิคมอุตสาหกรรมที่ยังเติบโตดี และยอดขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมาตรการ Thailand Fast Pass ที่คาดว่าจะช่วยปลดล็อกเงื่อนไขด้านกฎระเบียบสำหรับโครงการที่ได้รับการอนุมัติส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ซึ่งจะช่วยให้ภาคเอกชนสามารถเดินหน้าโครงการก่อสร้างและการลงทุนได้รวดเร็วขึ้น รวมถึงมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนการปรับปรุงและยกระดับมาตรฐานโรงแรม ซึ่งเปิดโอกาสให้สามารถนำค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงมาหักลดหย่อนภาษีได้ คาดว่าจะเป็นอีกแรงหนุนสำคัญให้ความต้องการก่อสร้างและปรับปรุงอาคารของโรงแรมเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ดี แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างโดยรวมยังเผชิญปัจจัยท้าทายหลายด้านที่กดดันศักยภาพการขยายตัวของตลาด โดยเฉพาะการก่อสร้างในตลาดที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มจะหดตัวต่อเนื่อง สาเหตุจากความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย กำลังซื้อของผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังเปราะบางและฟื้นตัวช้า ภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และคุณภาพสินเชื่อที่ยังมีทิศทางปรับตัวลดลง ขณะเดียวกันอุปทานคงเหลือสะสมของที่อยู่อาศัยยังอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ทำให้ผู้พัฒนาโครงการมีแนวโน้มชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่ ส่งผลให้ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ขยายตัวได้จำกัด นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนด้านเสถียรภาพทางการเมืองและทิศทางการนโยบายของรัฐบาลใหม่ ภายหลังจากเลือกตั้งในปีหน้า โดยเฉพาะความเสี่ยงจากความล่าช้าในการพิจารณาและประกาศใช้ พ.ร.บ.งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2570 ซึ่งอาจส่งผลให้การเบิกจ่ายงบลงทุนในช่วงปลายปี 2569 ล่าช้ากว่ากำหนด

ในด้านโครงสร้างการแข่งขัน ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงภายใต้ภาวะตลาดที่เติบโตอย่างจำกัด ทั้งจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดและผู้ประกอบการรายเดิมที่ปรับตัวจากการจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างไปสู่การเป็นร้านจำหน่ายสินค้าแบบครบวงจร รวมถึงการขยายสาขาของผู้เล่นรายใหญ่ในรูปแบบ Home Center ที่มีความได้เปรียบด้านขนาด เครือข่ายสาขา อำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ และการลงทุนด้านระบบโลจิสติกส์และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญแรงกดดันด้านราคา ต้นทุน และข้อจำกัดด้านเงินทุนในการปรับตัว ภายใต้บริบทดังกล่าว ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ขาดการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ และการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ จะมีความเสี่ยงต่อการถูกกดดันความสามารถในการทำกำไรและสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพรวมการดำเนินธุรกิจในปี 2569 อาทิ ทิศทางอัตราดอกเบี้ยและต้นทุนทางการเงินที่จะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของทั้งผู้พัฒนาโครงการและผู้บริโภครายย่อย แนวโน้มมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการก่อสร้างอาคารประหยัดพลังงานหรืออาคารเขียว ซึ่งอาจเปลี่ยนโครงสร้างความต้องการไปสู่วัสดุก่อสร้างที่มีมาตรฐานสูงขึ้น และการเปลี่ยนผ่านสู่ช่องทางจำหน่ายแบบออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อาจเพิ่มแรงกดดันด้านราคา ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่ปรับตัวได้เร็วสามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ ดังนั้น ในภาพรวมจึงสะท้อนว่าแม้ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในปี 2569 ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการลงทุนภาครัฐและการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม แต่โครงสร้างความต้องการที่ฟื้นตัวไม่สม่ำเสมอ ความไม่แน่นอนด้านนโยบาย และการแข่งขันที่เข้มข้น จะทำให้การเติบโตเป็นไปอย่างจำกัด ผู้ประกอบการที่สามารถบริหารพอร์ตลูกค้าระหว่างงานภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม และตลาดที่อยู่อาศัยได้อย่างสมดุล ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพต้นทุนและการใช้ข้อมูลในการวางแผนสต็อก จะมีความได้เปรียบในการรักษาเสถียรภาพของรายได้และผลกำไรในระยะต่อไป

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. อนนท ศรีธัญพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬห์อัสว

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรรตพล ศรีทองเต็ม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิสันดา ดิสรเตตวิวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นิยม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์

Scan Here
For More Articles<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>