

ธุรกิจบัตรเครดิต

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

ISIC : 60649240 การบริการบัตรเครดิต

ในระยะ 1 ปีข้างหน้าธุรกิจบัตรเครดิตมีแนวโน้ม "Neutral (-)" จากทิศทางตลาดของทั้งจำนวนบัญชีบัตรเครดิตและปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ทั้งยังมีความเสี่ยงของปัจจัยท้าทายด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ยังคงฟื้นตัวช้า ประกอบกับภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้อัตราการผิดนัดชำระหนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันการแข่งขันก็ทวีความรุนแรงมากขึ้น จากการเข้ามาของผู้ให้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบัตรเครดิตยังคงมีโอกาสขยายตัวได้ จากการที่ผู้บริโภคใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ทั้งนี้ จากมาตรการชะลอขึ้นดอกเบี้ยบัตรเครดิตล่าสุด ธปท. ยังคงผ่อนปรนอัตราการผ่อนชำระขั้นต่ำของบัตรเครดิตไว้ที่ 8% ของยอดสินเชื่อคงค้าง ออกไปจนถึงสิ้นปี 2568 ทั้งนี้ เพื่อช่วยลดภาระหนี้และรักษาสภาพคล่องให้กับครัวเรือน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตจึงควรปรับกลยุทธ์โดยเน้นการขยายฐานลูกค้าไปยังลูกค้าในกลุ่มรายได้ปานกลางถึงสูง พร้อมทั้งเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าผ่านสิทธิประโยชน์ใหม่ๆ และการหันมาลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ เพื่อช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ภาพรวมธุรกิจ

ปัจจุบันผู้ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตในไทยจำแนกตามประเภทผู้ให้บริการได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มธนาคารพาณิชย์ (Bank) และกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีใบอนุญาตการเงิน (Non-bank) โดยเมื่อพิจารณาจำนวนบัญชีบัตรเครดิตล่าสุดในเดือน มี.ค. 2568 พบว่า กลุ่ม Bank มีจำนวนราว 9.37 ล้านบัญชี และ Non-Bank มีจำนวน 16.78 ล้านบัญชี โดยเหตุผลที่กลุ่ม Non-bank มีส่วนแบ่งตลาดราว 2 ใน 3 ของจำนวนบัตรทั้งหมด เป็นผลมาจากการดำเนินธุรกิจของ Non-bank ที่เน้นปล่อยสินเชื่อแก่กลุ่มผู้มีรายได้น้อย จึงต้องขยายฐานลูกค้าจำนวนมากเพื่อกระจายความเสี่ยงและลดต้นทุนการดำเนินการ โดยอาจมีขั้นตอนและความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อน้อยกว่าธนาคารพาณิชย์ ทำให้การให้บริการแก่ลูกค้ารวดเร็วและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้มีรายได้น้อยได้ดีกว่า

สำหรับปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต พบว่า กลุ่ม Bank มีปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสูงกว่ากลุ่ม Non-bank ทั้งในแง่ของปริมาณการใช้จ่ายรวมและยอดใช้จ่ายเฉลี่ยต่อบัญชี เนื่องจากลูกค้าของ Bank ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง ส่งผลให้มีกำลังซื้อและศักยภาพในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากกว่ากลุ่ม Non-bank ซึ่งแม้จะมีจำนวนบัญชีมากกว่า แต่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจ ทำให้วงเงินอนุมัติและการใช้จ่ายต่อบัตรต่ำกว่า โดยในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2568 ปริมาณการใช้จ่ายของกลุ่ม Bank อยู่ที่ 0.43 ล้านล้านบาท ในขณะที่ปริมาณการใช้จ่ายของกลุ่ม Non-bank อยู่ที่ราว 0.26 ล้านล้านบาท

ตารางที่ 1 การให้บริการบัตรเครดิตจำแนกตามประเภทผู้ให้บริการ

ประเภทผู้ให้บริการ	จำนวนบัญชี (ล้านบัญชี)			ปริมาณการใช้จ่าย (ล้านล้านบาท)			ยอดใช้จ่ายเฉลี่ยต่อบัญชี (บาท)		
	2566	2567	มี.ค.-68	2566	2567	3M68	2566	2567	3M68
Bank	9.76	9.38	9.37	1.64	1.69	0.43	167,953	180,709	179,451
%YoY	-0.23	-3.95	-3.28	4.16	3.34	-3.14	4.40	7.59	3.98
Non-bank	16.51	16.67	16.78	0.97	1.05	0.26	58,478	63,070	63,067
%YoY	3.56	0.91	0.34	36.99	8.84	2.81	32.28	7.85	6.89
รวมทั้งหมด	26.28	26.04	26.15	2.61	2.75	0.68	99,156	105,433	104,764
%YoY	2.12	-0.90	-0.99	14.31	5.38	-0.97	11.94	6.33	4.08

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

เมื่อพิจารณายอดคงค้างสินเชื่อบัตรเครดิต ในเดือน มี.ค. 2568 พบว่า ยอดสินเชื่อบัตรเครดิตในกลุ่ม Bank (คิดเป็น 47.5% ของสินเชื่อรวม) ลดลง 3.17%YoY ขณะที่ยอดสินเชื่อบัตรเครดิตในกลุ่ม Non-bank (คิดเป็น 52.5% ของสินเชื่อรวม) ลดลง 2.26%YoY ส่งผลให้ยอดคงค้างสินเชื่อบัตรเครดิตโดยรวม หดตัวอยู่ราว 2.69%YoY ซึ่งเป็นผลมาจากเศรษฐกิจโดยรวมฟื้นตัวในวงจำกัด ส่งผลให้ความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายของผู้บริโภคลดลง ประกอบกับความระมัดระวังในการก่อหนี้ใหม่ ทำให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ทั้งนี้ ผลจากการที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิตโดยเฉพาะในกลุ่ม Bank เพิ่มความเข้มงวดในการขยายสินเชื่อใหม่เพื่อดูแลคุณภาพสินเชื่อและลดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ทำให้ภาพรวมของจำนวนบัญชีบัตรเครดิตใหม่มีแนวโน้มลดลง

สำหรับยอดสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ณ เดือน มี.ค. 2568 อยู่ที่ระดับ 2.74% ของสินเชื่อรวม (ขยายตัวเมื่อเทียบกับ 2.62% ณ สิ้นปี 2567) โดย NPL ของกลุ่ม Bank และกลุ่ม Non-bank อยู่ที่ระดับ 3.06% และ 2.46% ของสินเชื่อรวม เพิ่มขึ้นจาก 2.86% และ 2.40% ณ สิ้นปี 2567 ตามลำดับ ทั้งนี้ แมื่อยอด %NPL ต่อสินเชื่อรวมของกลุ่ม Bank จะเพิ่มขึ้นจากฐานของสินเชื่อคงค้างที่ลดลง แต่เมื่อพิจารณาในแง่ของมูลค่า NPL พบว่า มีมูลค่าลดลงราว 6.46%YoY จากมาตรการบริหารความเสี่ยงและการปรับโครงสร้างหนี้ ส่วนยอด %NPL ของกลุ่ม Non-bank ที่อยู่ในระดับต่ำกว่านั้น เป็นผลจากการบริหารความเสี่ยงของกลุ่ม Non-bank มีความยืดหยุ่นกว่า อาทิ การจำกัดวงเงินที่ต่ำกว่า ระบบการติดตามหนี้เข้มงวดกว่า รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนนโยบายและขั้นตอนการทำงานได้เร็วกว่า ประกอบกับฐานสินเชื่อที่ใหญ่กว่า อย่างไรก็ตาม มูลค่า NPL ของกลุ่ม Non-bank มีอัตราการขยายตัวสูงกว่ากลุ่ม Bank เนื่องจากฐานลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยซึ่งมีฐานะการเงินเปราะบางจากค่าครองชีพ ทั้งยังมีภาระหนี้ในระดับสูง (ณ สิ้นปี 2567 หนี้ครัวเรือนอยู่ที่ 88.4% ของ GDP) ทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ลดลง

ตารางที่ 2 สินเชื่อและคุณภาพสินเชื่อบัตรเครดิต

ประเภทผู้ให้บริการ	สินเชื่อคงค้าง (พันล้านบาท)			NPL (พันล้านบาท)			% NPL ต่อสินเชื่อรวม		
	2566	2567	มี.ค.-68	2566	2567	มี.ค.-68	2566	2567	มี.ค.-68
Bank	247	238	219	6.80	6.81	6.69	2.75%	2.86%	3.06%
%YoY	1.99	-3.53	-3.17	19.54	0.16	-6.46			
Non-bank	266	259	242	5.86	6.21	5.93	2.20%	2.40%	2.46%
%YoY	4.52	-2.82	-2.26	55.60	5.87	18.08			
รวมทั้งหมด	513	497	460	12.66	13.01	12.62	2.47%	2.62%	2.74%
%YoY	3.29	-3.16	-2.69	33.91	2.80	3.67			

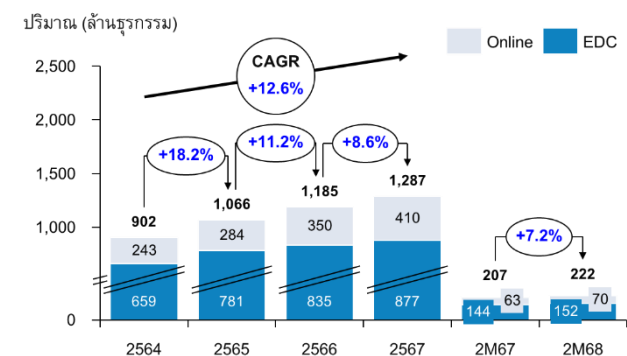
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

สถานการณ์ด้านความต้องการใช้บัตรเครดิต

สำหรับยอดสินเชื่อบัตรเครดิตในปัจจุบันมาจากความต้องการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในชีวิตประจำวัน เช่น การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค การชำระค่าสาธารณูปโภค การเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงค่าใช้จ่ายฉุกเฉินต่างๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยจากความสะดวกในการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านเทคโนโลยีฟินเทค การส่งเสริมการตลาดจากสถาบันการเงิน และการขยายตัวของธุรกิจ E-Commerce ที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตมากขึ้น โดยตั้งแต่สถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย คนไทยมีความคุ้นชินและนิยมใช้จ่ายผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเดบิตและบัตรเครดิต) ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

จากข้อมูลปริมาณธุรกรรมการใช้จ่ายด้วยบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเดบิตและบัตรเครดิต) ผ่านเครื่องรูดบัตร และช่องทางออนไลน์ ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 พบว่า ปริมาณการใช้บัตรชำระผ่านช่องทางออนไลน์ขยายตัวที่ 11.0%YoY ส่วนการชำระผ่านเครื่องรูดบัตร (Electronic Data Capture: EDC) ขยายตัว 5.6%YoY และจากแนวโน้มของการเติบโตของปริมาณการชำระเงินด้วยบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ย้อนหลังตั้งแต่ปี 2564-2567 ที่ขยายตัวราว 12.6% เฉลี่ยต่อปี สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคไทยยังคงปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยมีการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจับจ่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่หนุนให้ยอดสินเชื่อบัตรเครดิตยังคงมีโอกาสขยายตัวได้

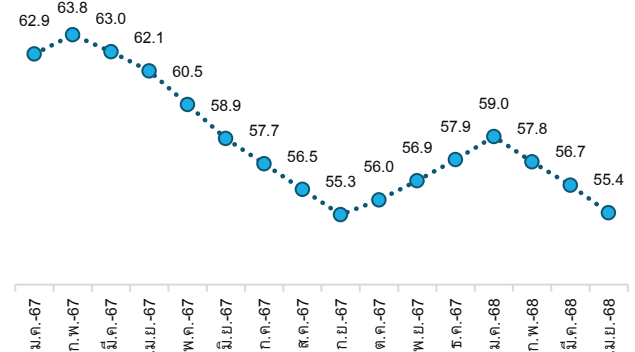
รูปที่ 1 ปริมาณธุรกรรมการชำระเงินด้วยบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเดบิตและบัตรเครดิต) ผ่านเครื่องรูดบัตรและช่องทางออนไลน์



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคซึ่งสะท้อนทิศทางการใช้จ่ายของผู้บริโภคในอนาคต พบว่า ในเดือนเมษายน 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือน นับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2567 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับสงครามการค้าจากนโยบาย Trump 2.0 และแม้ว่ารัฐบาลจะออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงไตรมาสแรกของปี 2568 แต่ผู้บริโภคยังกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงฟื้นตัวช้า ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น

รูปที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI)



ที่มา: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

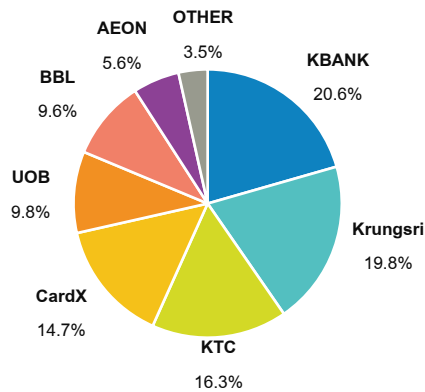
สถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจ

การแข่งขันในธุรกิจบัตรเครดิตของไทยทวีความรุนแรงและซับซ้อนยิ่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะเมื่อมีผู้เล่นรายใหม่จากกลุ่มฟินเทคและผู้ให้บริการสินเชื่อออนไลน์เข้ามาเติมเต็มช่องว่างในตลาดสินเชื่อรายย่อยที่ธนาคารพาณิชย์มักเข้าถึงได้ยาก โดยกลุ่มผู้ให้บริการเหล่านี้มีจุดแข็งสำคัญในด้านความยืดหยุ่นของกระบวนการอนุมัติสินเชื่อเงื่อนไขที่ผ่อนปรนกว่า ไม่ต้องใช้หลักประกัน และสามารถอนุมัติวงเงินได้รวดเร็วผ่านช่องทางดิจิทัล ส่งผลให้สามารถขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง รวมถึงกลุ่มผู้ที่ไม่มีเอกสารรายได้ชัดเจนหรือประกอบอาชีพอิสระ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ธนาคารพาณิชย์มักประเมินความเสี่ยงและอนุมัติสินเชื่อได้ยาก ในขณะที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตรายเดิมทั้งกลุ่ม Bank และ Non-bank ยังคงแข่งขันกันอย่างดุเดือดผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อออกแบบโปรโมชั่นที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย และการรักษาลูกค้าที่มีไว้

สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดของมูลค่าธุรกรรมการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ในปี 2566 พบว่า ตลาดมีการแข่งขันสูงและกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้นำไม่กี่ราย ซึ่งผู้นำตลาดยังเป็นกลุ่มธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) ที่ยังคงครองสัดส่วนสูงที่สุด อยู่ที่ 20.6% รองลงมา คือ บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด (KCC) 19.8%, บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KTC) 16.3% และ บริษัท การ์ด เอกซ์ จำกัด (CardX) 14.7% ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและกลยุทธ์ทางการตลาดที่แข็งแกร่งของผู้นำตลาดในการรักษาลูกค้าและขยายบริการ โดยผู้เล่นอย่าง KCC, KTC และ CardX เป็นผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตภายใต้การกำกับธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีใช้สถาบันการเงิน (Non-Bank)

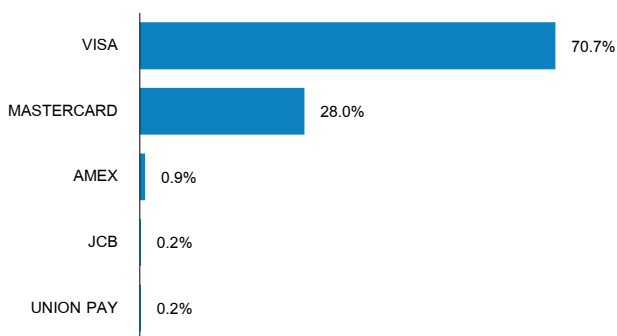
เมื่อพิจารณาในส่วนของการขยายระบบชำระเงินที่นิยมในประเทศไทย พบว่า VISA เป็นเครือข่ายที่นิยมใช้มากที่สุด คิดเป็น 70.7% ขณะที่ MASTERCARD มีส่วนแบ่ง 28.0% ส่วน AMEX, JCB และ UNION PAY มีส่วนแบ่งรวมกันไม่ถึง 1.5% สะท้อนถึงแนวโน้มการรวมศูนย์ของเครือข่ายชำระเงินในประเทศไทยและความนิยมที่ผู้บริโภคมีต่อแบรนด์สากลหลัก โดยเฉพาะ VISA และ MASTERCARD

รูปที่ 3 ส่วนแบ่งทางการตลาดของมูลค่าธุรกรรมการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตในประเทศไทย ปี 2566



ที่มา: รวบรวมข้อมูลโดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

รูปที่ 4 ส่วนแบ่งการตลาดเครือข่ายระบบชำระเงินในประเทศไทยของปี 2566



ที่มา: รวบรวมข้อมูลโดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ในระยะ 1 ปีข้างหน้า ธุรกิจบัตรเครดิตมีแนวโน้มชะลอตัวจากทิศทางการลดลงของทั้งจำนวนบัญชีบัตรเครดิตและด้านปริมาณการใช้ผ่านบัตรเครดิต โดยเฉพาะกลุ่ม Bank ที่มีความเข้มงวดในการอนุมัติบัตรใหม่ ทั้งนี้ ธุรกิจยังเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ทั้งจากปัจจัยเศรษฐกิจที่ยังไม่เอื้อต่อการเติบโต โดยเฉพาะอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าและความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ลดลง ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงไม่แข็งแกร่ง ประกอบกับภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้อัตราการผิดนัดชำระหนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ขณะเดียวกันการแข่งขันในธุรกิจก็ทวีความรุนแรงมากขึ้น จากทั้งการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการบัตรเครดิตรายเดิม และการเข้ามาของผู้ให้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่อย่างกลุ่มฟินเทคและผู้ให้บริการสินเชื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม รวมถึงมาตรการกำกับดูแลที่เข้มงวดจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เช่น การกำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมต่างๆ สำหรับบัตรเครดิต ที่กำหนดให้เรียกเก็บจากลูกหนี้ได้ไม่เกิน 16% ต่อปี ซึ่งเป็นการจำกัดศักยภาพในการสร้างรายได้ของผู้ประกอบการบัตรเครดิต

อย่างไรก็ตาม แม้จะเผชิญความท้าทายหลายด้าน แต่ธุรกิจบัตรเครดิตยังคงมีโอกาสขยายตัวได้ จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ทั้งนี้ จากมาตรการชำระหนี้บัตรเครดิตล่าสุดที่ประกาศใช้ในปี 2568 ธปท. ยังคงผ่อนปรนอัตราการผ่อนชำระขั้นต่ำของบัตรเครดิตไว้ที่ 8% ของยอดคงค้าง ออกไปจนถึงสิ้นปี 2568 ซึ่งจะส่งผลดีต่อคุณภาพหนี้ของบัตรเครดิตไม่ให้อัตราหนี้เสียเพิ่มสูงขึ้น (จากเดิมที่กำหนดจะกลับไปใช้อัตราปกติ 10% ตั้งแต่นั้นปี 2568) ทั้งนี้ เพื่อช่วยลดภาระหนี้และรักษาสภาพคล่องให้กับครัวเรือน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยซึ่งมีฐานะการเงินเปราะบางจากค่าครองชีพ

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตจึงควรปรับกลยุทธ์โดยเน้นการขยายฐานลูกค้าไปยังลูกค้าในกลุ่มรายได้ปานกลางถึงสูง พร้อมทั้งเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าเดิมผ่านสิทธิประโยชน์ใหม่ๆ เช่น คะแนนสะสม เครดิตเงินคืน โปรโมชั่นเฉพาะกลุ่ม หรือการวางแผนขยายความร่วมมือกับพันธมิตรในหมวดร้านอาหาร และแผนการผ่อนชำระสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ อาจพิจารณาด้านการลงทุนในเทคโนโลยี AI และระบบ Customer Relationship Management (CRM) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการอนุมัติสินเชื่อและการให้บริการลูกค้า เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความสำคัญกับความสะดวกและความปลอดภัย การลงทุนในนวัตกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ยังช่วยขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์
ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬห์อัสว
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรรตล ศรีทองเต็ม
นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชียวชาญ ศรีชัยยา
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิสันดา ดิสรเตตวิวัฒน์
นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นียม
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/>