

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

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

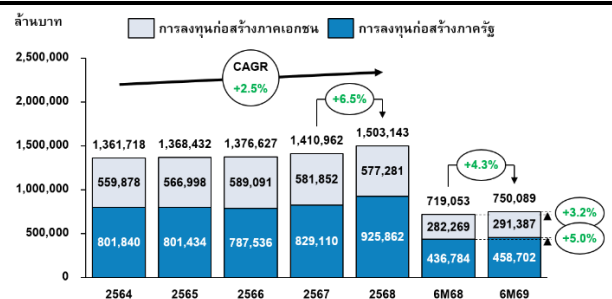
ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้ม “Neutral (+)” คาดว่าจะเติบโตในกรอบจำกัด โดยมีแรงหนุนหลักจากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐและการลงทุนภาคอุตสาหกรรม โดยการก่อสร้างภาครัฐยังช่วยหนุนความต้องการวัสดุก่อสร้างในกลุ่มงานโครงสร้าง เช่น ปูนซีเมนต์ เหล็ก คอนกรีต และผลิตภัณฑ์คอนกรีต จากโครงการโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม ระบบราง ถนน และระบบบริหารจัดการน้ำที่อยู่ระหว่างดำเนินการ ขณะที่การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้น ตามโครงการที่ได้รับอนุมัติให้ส่งเสริมการลงทุน อาทิ กลุ่มดิจิทัล Data Center อีเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า โลจิสติกส์ และสาธารณูปโภค ซึ่งจะส่งผลให้ความต้องการก่อสร้างทยอยปรับเพิ่มขึ้น เมื่อโครงการเข้าสู่ช่วงการก่อสร้างจริง นอกจากนี้ ตลาดซ่อมแซมและปรับปรุงอาคารยังช่วยประคองความต้องการวัสดุก่อสร้างในกลุ่มตกแต่งบางประเภท

อย่างไรก็ดี ธุรกิจยังมีแนวโน้มฟื้นตัวไม่ทั่วถึง โดยตลาดที่อยู่อาศัยยังเป็นข้อจำกัดสำคัญจากกำลังซื้อครัวเรือนที่ฟื้นตัวช้า ภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูง และความเข้มงวดในการพิจารณาสินเชื่อ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ระดับกลางถึงล่าง ประกอบกับอุปทานที่อยู่อาศัยคงเหลือในบางพื้นที่ยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้พัฒนาโครงการระมัดระวังการเปิดโครงการใหม่ และจำกัดความต้องการวัสดุก่อสร้างในกลุ่มกระเบื้อง สุขภัณฑ์ สี และวัสดุตกแต่ง ขณะที่ตัวกันแรงสนับสนุนจากภาครัฐในปี 2570 จะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายและความต่อเนื่องของโครงการ ส่วนการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมยังมีความเสี่ยงจากระยะเวลาระหว่างการอนุมัติกับการเริ่มก่อสร้างจริง นอกจากนี้ ความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบ พลังงาน และค่าขนส่ง อาจกดดันเงินทุนหมุนเวียนและอัตรากำไรของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในภาวะที่การแข่งขันด้านราคายังรุนแรง ประกอบกับการขยายสาขาและช่องทาง Omnichannel ของผู้ประกอบการ Modern Trade ที่มีข้อได้เปรียบด้านขนาด อำนาจต่อรอง การบริหารสต็อก และระบบโลจิสติกส์ จะเพิ่มแรงกดดันต่อผู้ประกอบการ SMEs ดังนั้น ธุรกิจโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยผู้ประกอบการที่สามารถกระจายฐานลูกค้าไปสู่ฐานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรม พร้อมบริหารสต็อก ต้นทุน และเงินทุนหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพ จะมีความได้เปรียบในการรักษาฐานรายได้และความสามารถในการทำกำไร ท่ามกลางการแข่งขันที่มีแนวโน้มเข้มข้นขึ้น

ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 เติบโตชะลอลง โดยมีลักษณะขยายตัวไม่ทั่วถึงในแต่ละกลุ่มสินค้า ตามมูลค่าการลงทุนก่อสร้างภาพรวมที่เพิ่มขึ้น 4.3%YoY โดยการก่อสร้างภาครัฐยังเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก ขยายตัว 5.0%YoY ขณะที่ภาคเอกชนเพิ่มขึ้น 3.2%YoY อย่างไรก็ดี แรงส่งของภาคก่อสร้างเริ่มชะลอลงในไตรมาส 2 โดยการก่อสร้างภาครัฐหดตัว 0.3%YoY จากการลดลงของงานก่อสร้างรัฐวิสาหกิจและการชะลอตัวของงานภาครัฐ ส่วนการก่อสร้างภาคเอกชนขยายตัวเพียง 1.1%YoY โดยเฉพาะการก่อสร้างโรงงานที่ลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 13 ไตรมาส ภาวะดังกล่าวส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างฟื้นตัวแตกต่างกัน โดยปริมาณจำหน่ายเหล็กก่อสร้างเพิ่มขึ้นชัดเจน 19.2%YoY และเสาเข็มคอนกรีตเพิ่มขึ้น 2.5%YoY สอดคล้องกับความต้องการวัสดุในงานโครงสร้าง ขณะที่ปูนซีเมนต์ คอนกรีตผสมเสร็จ พื้นสำเร็จรูปคอนกรีต และกระเบื้องปูพื้น-บุผนังยังหดตัว 0.8%, 4.9%, 1.1% และ 11.7%YoY ตามลำดับ ขณะที่ตัวกันพื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตทั่วประเทศในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 ลดลง 7.5%YoY โดยเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมที่หดตัวสูง แม้พื้นที่ก่อสร้างที่อยู่อาศัยพื้นที่ค้าปลีก และโรงแรมจะปรับเพิ่มขึ้น สะท้อนว่าความต้องการวัสดุก่อสร้างในปัจจุบันยังกระจุกตัวในวัสดุก่อสร้างบางประเภทที่เกี่ยวข้องกับงานโครงสร้าง ขณะที่วัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งหลายรายการยังฟื้นตัวจำกัด

รูปที่ 1 มูลค่าการลงทุนด้านการก่อสร้างในประเทศ (ณ ราคาตลาด)



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางที่ 1 ปริมาณการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างภายในประเทศ

รายการ	หน่วย	ปี 2567	ปี 2568	1H2569
กระเบื้องปูพื้น-บุผนัง	พัน ตร.ม.	133,021	117,490	56,052
	%YoY	-11.0	-11.7	-11.7
ปูนซีเมนต์	พัน ตัน	32,200	31,450	16,603
	%YoY	-5.3	-2.3	-0.8
คอนกรีตผสมเสร็จ	พัน ลบ.ม.	20,433	20,403	9,621
	%YoY	-1.2	-0.1	-4.9
เสาเข็มคอนกรีต	พัน ลบ.ม.	955	961	525
	%YoY	-6.9	+0.6	+2.5
พื้นสำเร็จรูปคอนกรีต	พัน ตร.ม.	4,863	4,095	2,078
	%YoY	-28.5	-15.8	-1.1
เหล็กก่อสร้าง	พัน ตัน	4,190	4,219	2,310
	%YoY	-4.5	+0.7	+19.2

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ตารางที่ 2 พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตทั่วประเทศ

ประเภท	พื้นที่ (พัน ตร.ม.)		สัดส่วน 4M69 (%)	%YoY	
	2568	4M69		2568	4M69
ที่อยู่อาศัย	28,432	10,470	65.2	-18.0	+13.3
โรงงานอุตสาหกรรม	25,737	2,860	17.8	+57.8	-56.0
พื้นที่ค้าปลีก	3,736	1,896	11.8	-17.5	+134.8
โรงแรม	1,466	485	3.0	-20.1	+13.1
อาคารสำนักงาน	1,700	351	2.2	+39.4	-9.8
รวม	61,071	16,061	100.0	+4.3	-7.5

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC)

ตารางที่ 3 จำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ทั่วประเทศ*

ภูมิภาค	จำนวนหน่วย		%YoY		
	2568	1H69	2567	2568	1H69
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	33,955	14,101	-36.0	-45.4	-20.9
เหนือ	2,351	501	-3.5	-21.3	-51.4
กลาง	1,034	-	+0.1	-33.6	-
ตะวันออก	9,610	463	-25.1	-45.3	-88.6
ตะวันออกเฉียงเหนือ	1,775	-	-30.7	-46.7	-
ตะวันตก	407	163	+46.8	-76.1	+328.9
ใต้	8,020	505	+62.2	-55.4	-85.5
รวม	57,152	15,733	-24.6	-46.7	-44.8

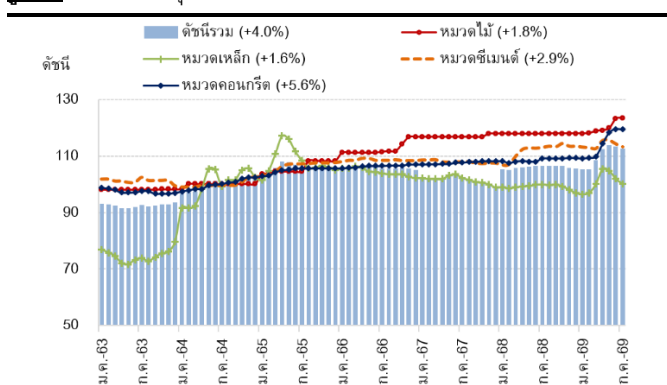
หมายเหตุ: *เป็นข้อมูลการสำรวจเฉพาะจังหวัดหลักในแต่ละภูมิภาค

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC)

สถานการณ์ด้านราคาวัสดุก่อสร้าง

ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ราคาวัสดุก่อสร้างปรับสูงขึ้นชัดเจน สะท้อนจากดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น 4.0%YoY โดยมีแรงกดดันหลักจากต้นทุนวัตถุดิบ พลังงาน และค่าขนส่งที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะหมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีตที่เพิ่มขึ้น 5.6%YoY ตามราคาซีเมนต์ หิน ทรา และต้นทุนขนส่งที่สูงขึ้น เช่นเดียวกับหมวดซีเมนต์ที่เพิ่มขึ้น 2.9%YoY ส่วนหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กเพิ่มขึ้น 1.6%YoY ตามราคาวัตถุดิบสำคัญ เช่น บิลเล็ตและเศษเหล็ก ภาวะดังกล่าวสะท้อนว่าแรงกดดันด้านต้นทุนของวัสดุก่อสร้างในปี 2569 เพิ่มขึ้นจากปัจจัยฝั่งอุปทานมากขึ้น แม้อุปสงค์ก่อสร้างโดยรวมจะยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง ซึ่งอาจจำกัดความสามารถในการรักษาอัตรากำไรของผู้ประกอบการค้าวัสดุก่อสร้างในระยะต่อไป

รูปที่ 2 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

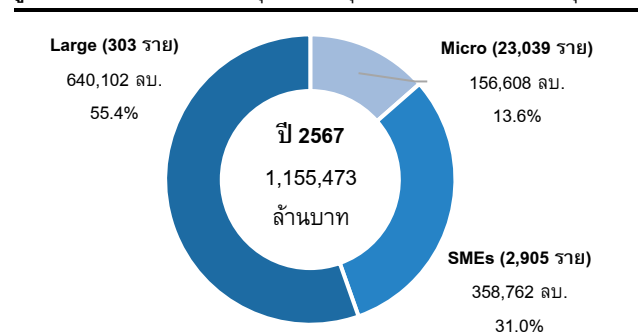


ที่มา: วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์, ตัวเลขใน () คือ %YoY ในช่วง 7M2569 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

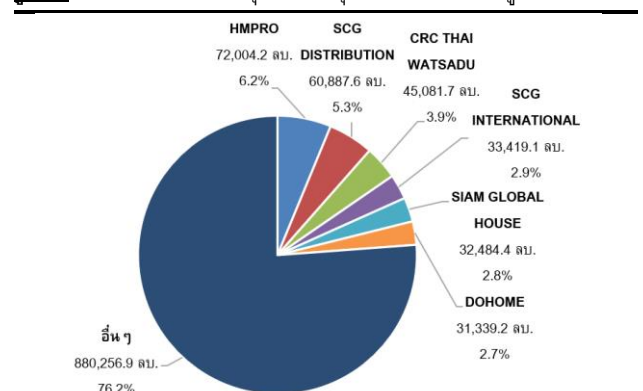
สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการและการแข่งขัน

จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่าในปี 2567 ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างมีผู้ประกอบการนิติบุคคลที่ยังดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 26,247 ราย แบ่งเป็นกลุ่มร้านค้าส่ง 9,082 ราย และกลุ่มร้านค้าปลีก 17,165 ราย สะท้อนโครงสร้างอุตสาหกรรมที่มีผู้เล่นจำนวนมากและมีการกระจายตัวสูง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กในรูปแบบร้านค้าแบบดั้งเดิมหรือร้านค้าสินค้าเฉพาะทางที่มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าในพื้นที่เป็นหลัก ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จะอยู่ในรูปแบบร้านค้าสมัยใหม่ที่มีดำเนินธุรกิจในลักษณะศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างครบวงจร (Home Center) สามารถนำเสนอสินค้าได้หลากหลายครอบคลุมหมวดวัสดุหลักและงานตกแต่ง พร้อมทั้งให้บริการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เช่น งานออกแบบ งานติดตั้ง งานซ่อมแซม และงานตกแต่งภายใน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมยิ่งขึ้นและสร้างความแตกต่างจากร้านค้าแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการกลุ่ม Home Center ยังมีเครือข่ายสาขากระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ โดยเฉพาะในจังหวัดใหญ่ที่เป็นเมืองศูนย์กลางของแต่ละภูมิภาค ส่งผลให้มีความได้เปรียบด้านการเข้าถึงลูกค้า การบริหารจัดการสต็อก และระบบโลจิสติกส์ เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายย่อยที่ยังพึ่งพาฐานลูกค้าในท้องถิ่นและใช้ราคาเป็นเครื่องมือแข่งขันหลัก

รูปที่ 3 ส่วนแบ่งรายได้รวมในธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ



รูปที่ 4 ส่วนแบ่งรายได้รวมในธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกรายผู้ประกอบการ



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

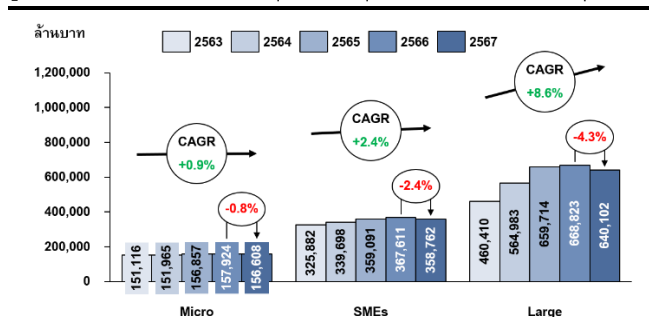
2) ผู้ประกอบการขนาดเล็ก (Micro) มีรายได้ น้อยกว่า 50 ล้านบาท, ผู้ประกอบการ SMEs มีรายได้มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 500 ล้านบาท และ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (Large) มีรายได้ มากกว่า 500 ล้านบาท

ที่มา: วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากฐานข้อมูล Enlite

สำหรับรายได้รวมของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในปี 2567 มีมูลค่าอยู่ที่ราว 1.15 ล้านล้านบาท โดยกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีจำนวน 303 ราย ครองส่วนแบ่งรายได้มากที่สุด 55.4% ขณะที่กลุ่ม SMEs มีจำนวน 2,905 ราย มีส่วนแบ่งรายได้ 31.0% และกลุ่ม Micro ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด 23,039 ราย แต่มีส่วนแบ่งรายได้เพียง 13.6% โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 5 อันดับแรก มีส่วนแบ่งรายได้รวมกัน 23.8% นำโดยบริษัทในเครือ SCG (SCG Distribution และ SCG International) มีส่วนแบ่งรายได้รวมกัน 8.2% รองลงมา คือ บมจ.โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ 6.2% บจ.ซีอาร์ซี ไทวัสดุ 3.9% บมจ.สยามโกลบอลเฮาส์ 2.8% และ บมจ.คูโฮม 2.7% ตามลำดับ

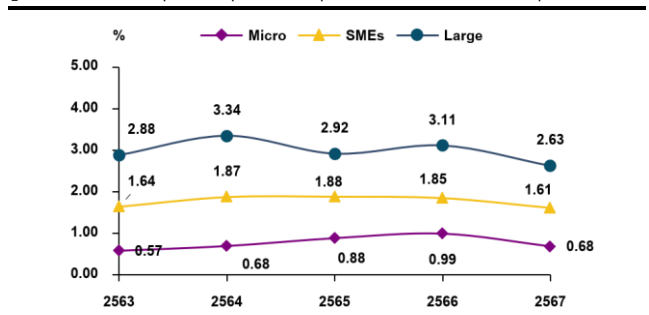
เมื่อพิจารณาการเติบโตของรายได้ในช่วงที่ผ่านมา พบว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่ยังเติบโตได้ดีกว่ากลุ่มอื่น โดยรายได้ในช่วงปี 2563-2567 เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 8.6% ต่อปี เทียบกับ SMEs ที่ 2.4% และ Micro ที่ 0.9% อย่างไรก็ตาม ในปี 2567 รายได้ของทุกกลุ่มปรับลดลง โดยผู้ประกอบการรายใหญ่, SMEs และ Micro ลดลง 4.3%, 2.4% และ 0.8% YoY ตามลำดับ สอดคล้องกับภาวะตลาดที่อยู่อาศัยที่ซบเซา จากยอดโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยทั่วประเทศในปี 2567 ที่ลดลง 5.2% และจำนวนหน่วยโครงการเปิดใหม่ที่หดตัว 24.6% ส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างจากภาคที่อยู่อาศัยอ่อนแรงลง ขณะเดียวกันอัตรากำไรสุทธิของผู้ประกอบการทุกขนาดลดลงเช่นกัน โดยผู้ประกอบการรายใหญ่อยู่ที่ 2.63% ส่วน SMEs 1.61% และ Micro 0.68% แต่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ยังรักษาความสามารถในการทำกำไรได้สูงกว่า สะท้อนความได้เปรียบด้านขนาดและความสามารถในการรองรับภาวะตลาดที่ชะลอตัวได้มากกว่า

รูปที่ 5 การเติบโตของรายได้รวมธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ



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

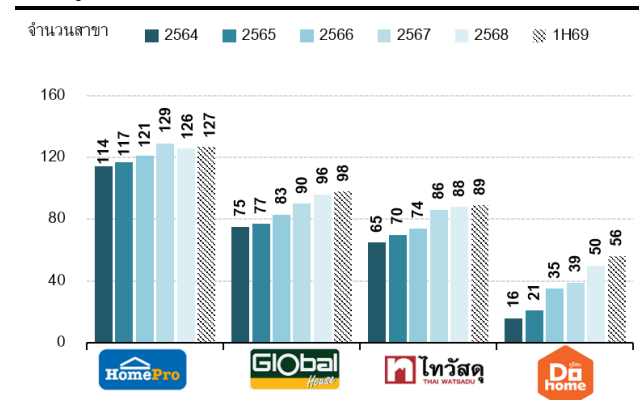
รูปที่ 6 อัตรากำไรสุทธิของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ



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

นอกจากนี้ การแข่งขันมีแนวโน้มเข้มข้นขึ้นจากการขยายเครือข่ายของผู้ประกอบการ Modern Trade โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 จำนวนสาขาในประเทศของโฮมโปร อยู่ที่ 127 สาขา, โกลบอล เฮาส์ 98 สาขา, ไทวัสดุ 89 สาขา และคูโฮม 56 สาขา ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปี 2564 ในหลายราย นอกจากการขยายพื้นที่ตลาดแล้วผู้ประกอบการรายใหญ่ยังยกระดับการแข่งขันผ่านร้านแบบครบวงจรช่องทาง Omnichannel และระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น โกลบอล เฮาส์ ใช้ระบบคลังสินค้าอัตโนมัติและระบบบริหารสต็อกแบบ Real-time เพื่อช่วยลดต้นทุนโลจิสติกส์และสนับสนุนเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ ขณะที่ไทวัสดุ มีสินค้ามากกว่า 50,000 รายการและเชื่อมต่อช่องทางร้านค้ากับออนไลน์และบริการจัดส่ง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมทุกช่องทาง ส่วนโฮมโปร และคูโฮม ยังดำเนินกลยุทธ์ร้านแบบครบวงจรและขยายการเข้าถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ภาวะดังกล่าวทำให้การแข่งขันไม่ได้จำกัดเฉพาะด้านราคา แต่ครอบคลุมถึงความหลากหลายของสินค้า ความพร้อมของสต็อก ความรวดเร็วในการจัดส่ง และบริการหลังการขาย ซึ่งเพิ่มแรงกดดันต่อผู้ประกอบการ SMEs และ Micro ที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนและการลงทุนในระบบบริหารจัดการ

รูปที่ 7 จำนวนสาขาของร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการ Modern Trade รายใหญ่



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

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มเติบโตได้ในการอบจำกัดจากแรงสนับสนุนของการลงทุนก่อสร้างภาครัฐและการลงทุนภาคอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ ทั้งนี้ การก่อสร้างภาครัฐยังมีบทบาทหนุนความต้องการวัสดุก่อสร้างในกลุ่มงานโครงสร้าง โดยเฉพาะปูนซีเมนต์ เหล็ก คอนกรีต และผลิตภัณฑ์คอนกรีต จากโครงการโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม ระบบราง ถนน และระบบบริหารจัดการน้ำที่อยู่ระหว่างดำเนินการ แม้กรอบงบลงทุนภาครัฐในปี 2570 จะมีข้อจำกัดมากขึ้น แต่โครงการเดิมที่ยังอยู่ระหว่างก่อสร้าง รวมถึงการลงทุนผ่านรัฐวิสาหกิจ และ PPP จะยังช่วยรักษาระดับกิจกรรมก่อสร้างได้ต่อเนื่อง ขณะเดียวกันการลงทุนภาคอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญมากขึ้นในปี 2570 ตามยอดขอรับการส่งเสริมการลงทุนที่ยังอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มดิจิทัล Data Center อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า

โลจิสติกส์ และสาธารณูปโภค ซึ่งจะทยอยส่งผลให้ความต้องการก่อสร้างโรงงาน คลังสินค้า อาคาร และโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องหลังโครงการเข้าสู่ขั้นตอนก่อสร้างจริง นอกจากนี้ ตลาดซ่อมแซมและปรับปรุงอาคารยังมีส่วนช่วยหนุนความต้องการวัสดุตกแต่งบางประเภท

อย่างไรก็ดี แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจยังเผชิญปัจจัยเสี่ยงหลายด้าน ซึ่งทำให้การฟื้นตัวมีลักษณะไม่ทั่วถึงและจำกัดศักยภาพการขยายตัวของรายได้และความสามารถในการทำกำไร โดยตลาดที่อยู่อาศัยยังเป็นข้อจำกัดสำคัญ จากกำลังซื้อของครัวเรือนที่ฟื้นตัวช้า ภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูง และความเข้มงวดในการพิจารณาสินเชื่อ โดยเฉพาะผู้ซื้อที่มีรายได้ระดับกลางถึงล่าง ประกอบกับอุปทานที่อยู่อาศัยคงเหลือในบางพื้นที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้พัฒนาโครงการยังมีความระมัดระวังการเปิดโครงการใหม่และส่งผลกระทบต่อความต้องการวัสดุก่อสร้างในกลุ่มกระเบื้อง สุขภัณฑ์ สี และวัสดุตกแต่งอื่นๆ ฟื้นตัวได้จำกัด ทั้งนี้ ภายใต้ข้อจำกัดด้านฐานะการคลัง แรงสนับสนุนจากโครงการก่อสร้างของภาครัฐในปี 2570 จะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณและความต่อเนื่องของโครงการเป็นสำคัญ ส่วนการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม แม้จะมีโครงการก่อสร้างที่อยู่ในแผนดำเนินงานหลายโครงการ แต่ยังมีความเสี่ยงจากระยะเวลาระหว่างการอนุมัติและการเริ่มก่อสร้างจริง ซึ่งอาจทำให้แรงส่งที่มีต่อความต้องการวัสดุก่อสร้างเกิดขึ้นช้ากว่าที่คาด นอกจากนี้ ต้นทุนวัตถุดิบ พลังงาน และค่าขนส่งที่ผันผวนยังเพิ่มความเสี่ยงต่อเงินทุนหมุนเวียนและอัตรากำไร โดยเฉพาะในภาวะที่ผู้ประกอบการส่งผ่านต้นทุนไปยังราคาขายได้จำกัดจากการแข่งขันที่รุนแรง ประกอบกับการขยายสาขาและช่องทาง Omnichannel ของผู้ประกอบการ Modern Trade ที่มีข้อได้เปรียบด้านขนาด อำนาจต่อรองการบริหารสต็อก และระบบโลจิสติกส์ จะเพิ่มแรงกดดันต่อผู้ประกอบการ SMEs มากขึ้น ดังนั้น ในภาพรวมการเติบโตของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างจะขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยผู้ประกอบการที่สามารถกระจายฐานลูกค้าไปสู่ฐานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรม พร้อมบริหารสต็อก ต้นทุน และเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะมีความได้เปรียบในการรักษารายได้และความสามารถในการทำกำไรในระยะต่อไป

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. อนุปอง ศรีอุทัยวงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สาขานโยบายธุรกิจ



เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิสรเตตวิวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นิยม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



อณยาพร เล้าโสภาริรมย์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ภราดร หิมมูเต็น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์



Scan Here
For More Articles

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