

ภาพรวมธุรกิจ

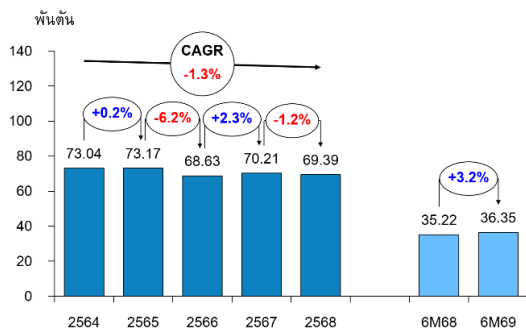
- ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสีอุตสาหกรรมเป็นอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ปลายน้ำที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานหลายระดับ ตั้งแต่วัตถุดิบปิโตรเคมี เรซิน เม็ดสี ไทเทเนียมไดออกไซด์ (TiO₂) ตัวทำละลาย และสารเติมแต่ง ไปจนถึงธุรกิจซ่อมรถยนต์ ภาคก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ และการผลิตภาคอุตสาหกรรม โดยผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) สีพ่นรถยนต์ ซึ่งเน้นสำหรับงานซ่อมรถยนต์ (Automotive Refinish) และมีอีกส่วนหนึ่งเป็นสีสำหรับรถยนต์ใหม่จากโรงงาน (OEM Coatings) 2) สีทาอาคารหรือสีตกแต่ง (Architectural / Decorative Paints) สำหรับบ้าน อาคาร และงาน Renovation/Repainting และ 3) สีสำหรับงานอุตสาหกรรม (Industrial Coatings) เช่น สีเคลือบโลหะ สีป้องกันสนิมและการกัดกร่อน สีสำหรับเครื่องจักร ชิ้นส่วน สีพื้น สีฝุ่น สีสำหรับไม้และพลาสติก รวมถึงสีเฉพาะทาง ซึ่งมุ่งตอบโจทย์ด้านการปกป้องพื้นผิว อายุการใช้งาน และความทนทานต่อสภาพแวดล้อม มากกว่าคุณสมบัติด้านความสวยงามเพียงอย่างเดียว
- สำหรับสีซ่อมรถยนต์ อุปสงค์มีความเชื่อมโยงกับฐานรถจดทะเบียนสะสมที่ยังอยู่ในระบบ อายุรถ งานซ่อมตัวถัง การเกิดอุบัติเหตุ และการเคลมประกัน มากกว่ายอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่โดยตรง จึงมีความต้องการที่ค่อนข้างต่อเนื่องจากอู่ซ่อมสีและตัวถัง ศูนย์บริการ และเครือข่ายงานซ่อมของบริษัทประกัน โดยผลิตภัณฑ์ครอบคลุมตั้งแต่สีรองพื้น สีจริง สีเคลียร์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ประกอบงานซ่อม ขณะที่สี OEM มีอุปสงค์ผันผวนตามปริมาณการผลิตรถยนต์และแผนการลงทุนของค่ายรถยนต์มากกว่า และมีข้อกำหนดด้านคุณภาพและการรับรองผลิตภัณฑ์ในระดับสูง
- เมื่อพิจารณาสีทาอาคารและสีสำหรับงานอุตสาหกรรม พบว่ามีฐานอุปสงค์กระจายอยู่ในหลายกิจกรรมเศรษฐกิจ โดยสีทาอาคารได้รับแรงหนุนจากทั้งการก่อสร้างใหม่และการซ่อมแซม/ทาสีใหม่ ขณะที่สีอุตสาหกรรมเชื่อมโยงกับกิจกรรมการผลิต การลงทุนในเครื่องจักรและโรงงาน การผลิตชิ้นส่วนโลหะ เครื่องใช้ไฟฟ้า ตลอดจนงานโครงสร้างพื้นฐานและการซ่อมบำรุงสินทรัพย์อุตสาหกรรม ทั้งนี้ การกระจายตัวของฐานอุปสงค์ดังกล่าวช่วยลดการพึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่ง และทำให้ธุรกิจมีรายได้จากทั้งการก่อสร้าง/การลงทุนใหม่และความต้องการซ่อมบำรุงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมมีความยืดหยุ่นต่อความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจในระดับหนึ่ง

สถานการณ์ด้านการผลิต

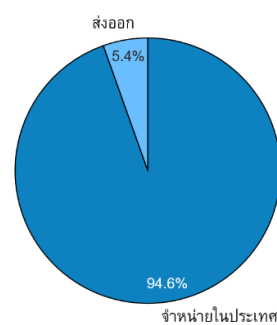
- สำหรับปริมาณการผลิตสีอุตสาหกรรมของไทย จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่าในช่วงปี 2564-2568 ปริมาณการผลิตสีอุตสาหกรรมมีแนวโน้มลดลงเฉลี่ยราว 1.3% ต่อปี โดยปริมาณการผลิตลดลงจาก 73.04 พันตันในปี 2564 มาอยู่ที่ 69.39 พันตันในปี 2568 สะท้อนว่าภาพรวมการผลิตสีอุตสาหกรรมในช่วงที่ผ่านมาอยู่ในภาวะทรงตัวถึงอ่อนตัว และยังไม่ได้กลับเข้าสู่ช่วงการขยายตัวอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการฟื้นตัวที่ไม่ทั่วถึงของอุตสาหกรรมปลายน้ำที่ใช้สีอุตสาหกรรมเป็นวัตถุดิบ เช่น ยานยนต์ ก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม ในช่วง 6 เดือนแรกปี 2569 ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น 3.2% YoY มาอยู่ที่ 36.35 พันตัน ซึ่งเป็นสัญญาณบวกในระยะสั้นว่าคำสั่งซื้อและกิจกรรมการผลิตของผู้ใช้สีอุตสาหกรรมบางกลุ่มเริ่มปรับตัวดีขึ้น แต่ยังคงต้องติดตามความต่อเนื่องของการฟื้นตัวดังกล่าว โดยหากการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมปลายน้ำสามารถดำเนินต่อเนื่อง คาดว่าจะช่วยหนุนความต้องการใช้สีอุตสาหกรรมและทำให้แนวโน้มการผลิตทยอยปรับตัวดีขึ้นในระยะข้างหน้า

- ด้านโครงสร้างตลาด ธุรกิจสีอุตสาหกรรมของไทยพึ่งพาอุปสงค์ภายในประเทศเป็นหลัก โดยในปี 2568 ปริมาณการจำหน่ายในประเทศมีสัดส่วนสูงถึง 94.6% ขณะที่การส่งออกมีสัดส่วนเพียง 5.4% สะท้อนว่า แนวโน้มธุรกิจสีอุตสาหกรรมของไทยมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการลงทุนภายในประเทศ โดยเฉพาะการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วน การก่อสร้างและซ่อมบำรุงอาคาร ตลอดจนการผลิตโลหะ เครื่องจักร และสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากกว่าการพึ่งพาตลาดต่างประเทศ ดังนั้น แม้การผลิตในช่วง 6 เดือนแรกปี 2569 จะเริ่มกลับมาขยายตัว แต่การฟื้นตัวในระยะถัดไปยังขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของคำสั่งซื้อจากอุตสาหกรรมปลายน้ำและการลงทุนภายในประเทศเป็นสำคัญ ขณะที่สัดส่วนการส่งออกที่อยู่ในระดับต่ำช่วยจำกัดความเสี่ยงโดยตรงจากความผันผวนของอุปสงค์ต่างประเทศ แต่ในอีกด้านหนึ่งทำให้ผู้ประกอบการมีความอ่อนไหวต่อภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจและภาคการผลิตในประเทศค่อนข้างสูง

รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตสีอุตสาหกรรมของไทย



รูปที่ 2 สัดส่วนการจำหน่ายสีอุตสาหกรรม ปี 2568



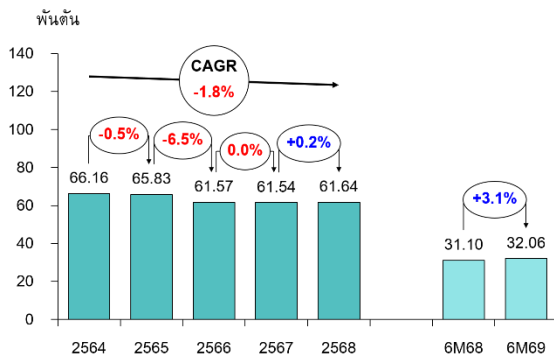
ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : อ้างอิง TSI 20221 สีอุตสาหกรรม

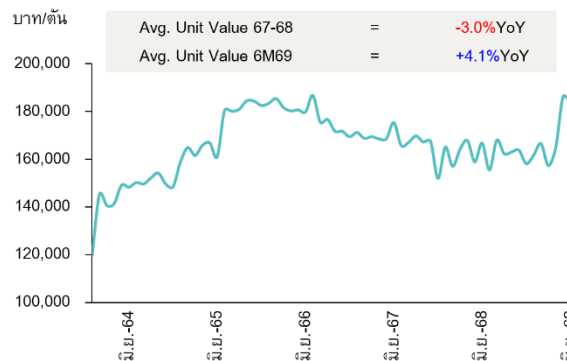
สถานการณ์ด้านการจำหน่ายและความต้องการใช้สีอุตสาหกรรมปลายน้ำ

- สำหรับปริมาณการจำหน่ายสีอุตสาหกรรม พบว่า ในช่วงปี 2564-2568 ปริมาณการจำหน่ายลดลงเฉลี่ยราว 1.8% ต่อปี สะท้อนว่าอุปสงค์สีอุตสาหกรรมในประเทศในช่วงที่ผ่านมายังฟื้นตัวค่อนข้างจำกัด ตามภาวะการผลิตและการลงทุนของอุตสาหกรรมปลายน้ำที่ยังไม่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะยานยนต์ ก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงภาคการผลิตบางประเภท อย่างไรก็ตาม ช่วง 6 เดือนแรกปี 2569 ปริมาณจำหน่ายเพิ่มขึ้น 3.1% YoY เป็น 32.06 พันตัน สะท้อนการฟื้นตัวของคำสั่งซื้อในบางกลุ่มอุตสาหกรรม โดยการลงทุนภาคเอกชนช่วงครึ่งปีแรกปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ ขณะที่การก่อสร้างมีทิศทางแตกต่างกันตามประเภท ซึ่งช่วยสนับสนุนความต้องการสีอุตสาหกรรมในบางกลุ่ม
- ด้านมูลค่าจำหน่ายต่อหน่วยเฉลี่ย พบว่า มูลค่าจำหน่ายต่อหน่วยเฉลี่ยสีอุตสาหกรรมของไทยในปี 2568 ลดลง 3.0% YoY ก่อนกลับมาเพิ่มขึ้น 4.1% YoY ในช่วง 6 เดือนแรกปี 2569 โดยการลดลงในปี 2568 สอดคล้องกับอุปสงค์บางภาคส่วนที่ยังอ่อนแอและการแข่งขันที่ทำให้ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการปรับขึ้นราคา ขณะที่การเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งแรกปี 2569 มีแนวโน้มสะท้อนทั้งการปรับราคาขายและการเปลี่ยนแปลงของ Product Mix มากกว่าแรงหนุนจากอุปสงค์เพียงอย่างเดียว ขณะที่ต้นทุนปิโตรเคมี พลังงาน และการขนส่งยังมีความผันผวนจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ซึ่งเป็นความเสี่ยงด้านต้นทุนที่ต้องติดตาม อย่างไรก็ตาม การที่ทั้งปริมาณจำหน่ายและมูลค่าจำหน่ายต่อหน่วยเฉลี่ยปรับตัวเพิ่มขึ้น นับเป็นปัจจัยบวกต่อรายได้ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายสีอุตสาหกรรม แต่ผลต่ออัตรากำไรขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการในการส่งผ่านต้นทุนไปยังราคาจำหน่าย

รูปที่ 3 ปริมาณการจำหน่ายสีอุตสาหกรรมในประเทศไทย



รูปที่ 4 มูลค่าจำหน่ายต่อหน่วยเฉลี่ยสีอุตสาหกรรมของไทย



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : อ้างอิง TSIC 20221 สีอุตสาหกรรม, มูลค่าจำหน่ายต่อหน่วยเฉลี่ยคำนวณจากข้อมูลสถิติอุตสาหกรรม

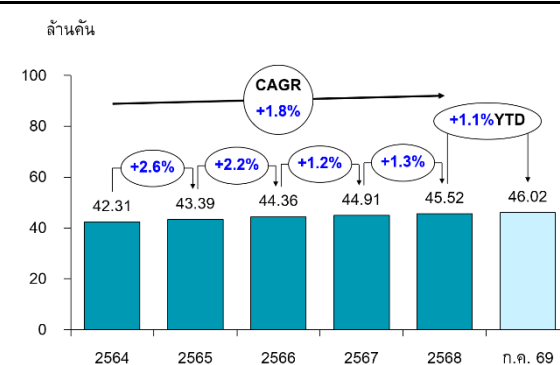
- สำหรับอุปสงค์ของสีอุตสาหกรรม พิจารณาจากกิจกรรมของอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยเฉพาะภาคก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเชื่อมโยงกับความต้องการสีทาอาคารและสีเคลือบสำหรับงานก่อสร้าง รวมถึงจำนวนรถยนต์ที่ใช้งาน ซึ่งเป็นฐานความต้องการสีซ่อมรถยนต์ (Automotive Refinish) โดยภาพรวมอุปสงค์ยังมีทิศทางฟื้นตัวแบบไม่ทั่วถึง ทั้งนี้ พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตทั่วประเทศในปี 2568 เพิ่มขึ้น 4.3% YoY แต่ในช่วง 4 เดือนแรกปี 2569 หดตัวราว 7.5% YoY สะท้อนว่ากิจกรรมก่อสร้างโดยรวมยังคงมีทิศทางผันผวน อย่างไรก็ตาม พื้นที่ก่อสร้างที่อยู่อาศัย พื้นที่ค้าปลีก และอาคารสำนักงานเพิ่มขึ้น 13.3% YoY, 134.8% YoY และ 13.1% YoY ตามลำดับ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนความต้องการใช้สีในบางกลุ่ม และช่วยชดเชยแรงกดดันจากกิจกรรมก่อสร้างประเภทอื่นที่ยังหดตัว
- ด้านอุปสงค์สีซ่อมรถยนต์มีปัจจัยสนับสนุนจากฐานจำนวนรถจดทะเบียนสะสมที่ขยายตัวต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2564-2568 จำนวนรถจดทะเบียนสะสมเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 1.8% ต่อปี และขยายตัว 1.3% YoY ในปี 2568 ขณะที่ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2569 จำนวนรถจดทะเบียนสะสมอยู่ที่ 46.02 ล้านคัน เพิ่มขึ้น 1.1% จากสิ้นปี 2568 ซึ่งสะท้อนฐานรถยนต์ในประเทศที่ยังเติบโตและเอื้อต่อความต้องการงานซ่อมบำรุงและสีซ่อมรถยนต์ โดยเฉพาะรถยนต์ที่มีอายุการใช้งานยาวนาน

ตารางที่ 1 พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตทั่วประเทศ

ประเภท	พื้นที่ (พัน ตร.ม.)		สัดส่วนพื้นที่ (%)	%YoY	
	2568	4M2569		2568	4M2569
ที่อยู่อาศัย	28,432	10,470	46.6	-18.0	+13.3
โรงงานอุตสาหกรรม	25,737	2,860	42.1	+57.8	-56.0
พื้นที่ค้าปลีก	3,736	1,896	6.1	-17.5	+134.8
โรงแรม	1,700	351	2.8	+39.4	-9.8
อาคารสำนักงาน	1,466	485	2.4	-20.1	+13.1
รวม	61,071	16,062	100.0	+4.3	-7.5

ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC)

รูปที่ 5 จำนวนรถจดทะเบียนสะสมทั่วประเทศ

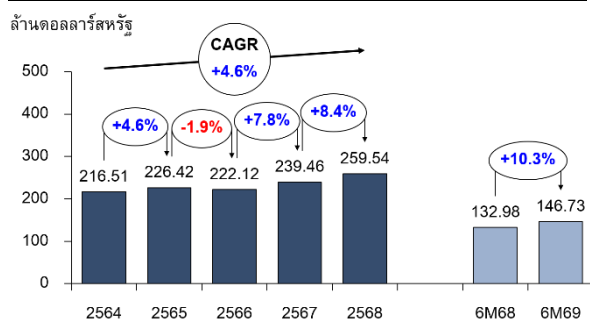


ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของกรมขนส่งทางบก

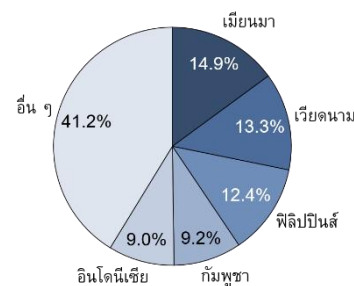
สถานการณ์ด้านการส่งออก

- สำหรับทิศทางการส่งออกผลิตภัณฑ์สีอุตสาหกรรมในช่วงปี 2564-2568 มีแนวโน้มขยายตัวในภาพรวมคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 4.6% ต่อปี และในปี 2568 มูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 259.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 8.4%YoY ขณะที่ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 มูลค่าส่งออกอยู่ที่ 146.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 10.3%YoY สะท้อนว่าอุปสงค์จากตลาดต่างประเทศมีส่วนช่วยสนับสนุนธุรกิจผลิตและจำหน่ายสีของไทย โดยเฉพาะตลาดในภูมิภาคอาเซียนที่มีความต้องการสีและสารเคลือบสำหรับภาคก่อสร้าง การซ่อมแซมอาคาร และกิจกรรมการผลิตภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้ การขยายตัวของการส่งออกช่วยเพิ่มโอกาสระบายผลผลิตและกระจายฐานรายได้ของผู้ประกอบการ ท่ามกลางอุปสงค์ในประเทศบางส่วนที่ยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง
- ในด้านตลาดส่งออกมีการกระจายตัวไปยังประเทศในอาเซียนค่อนข้างมาก โดยในปี 2568 เมียนมาเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่ง มีสัดส่วน 14.9% รองลงมา คือ เวียดนาม 13.3% ฟิลิปปินส์ 12.4% กัมพูชา 9.2% และอินโดนีเซีย 9.0% ตามลำดับ สะท้อนว่าการส่งออกของไทยพึ่งพาตลาดในภูมิภาคเป็นสำคัญ ดังนั้น ทิศทางเศรษฐกิจ กิจกรรมก่อสร้าง และการผลิตของประเทศคู่ค้าหลัก รวมถึงการแข่งขันด้านราคาและความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน จะมีผลโดยตรงต่อคำสั่งซื้อและรายได้จากการส่งออกของผู้ประกอบการไทย

รูปที่ 6 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สีอุตสาหกรรมของไทย



รูปที่ 7 ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สีอุตสาหกรรมของไทย ปี 2568



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ MOC

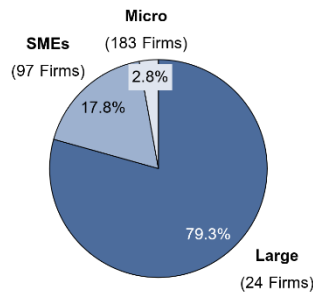
หมายเหตุ : ผลิตภัณฑ์สีอุตสาหกรรม อ้างอิง HS Code 3208, 3209 และ 3210 สีทาและวาร์นิช (รวมถึงเอนาเมลและแล็กเกอร์) และผลิตภัณฑ์อื่นๆ

สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการและการแข่งขัน

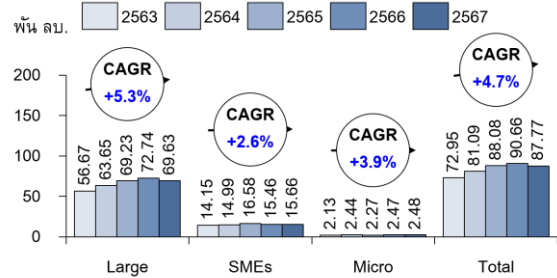
- จากข้อมูลของ BOL Enlite พบว่า ในปี 2567 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสีอุตสาหกรรมมีรายได้รวมประมาณ 87.77 พันล้านบาท โดยมีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนในรูปแบบนิติบุคคลทั้งสิ้น 304 ราย อย่างไรก็ตาม โครงสร้างการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมมีลักษณะกระจุกตัวอย่างชัดเจน โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 24 ราย หรือราว 8% ของจำนวนผู้เล่นทั้งหมด แต่ครองสัดส่วนรายได้สูงถึง 79.3% สะท้อนถึงความได้เปรียบเชิงโครงสร้างของผู้ประกอบการรายใหญ่ ทั้งด้านขนาดการผลิตและการจัดซื้อวัตถุดิบ ความสามารถในการบริหารต้นทุนและสต็อก ตลอดจนความพร้อมด้านเทคโนโลยี คุณภาพผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายลูกค้า ขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs มีจำนวน 97 ราย หรือราว 32% ของผู้เล่นทั้งหมด และมีสัดส่วนรายได้ 17.8% ส่วนผู้ประกอบการ Micro อีกราว 60% ของผู้เล่นทั้งหมด แต่มีสัดส่วนรายได้เพียง 2.8% สะท้อนว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กมีแนวโน้มมีข้อจำกัดด้านการลงทุนในเทคโนโลยีการผลิต ประกอบกับอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบและฐานลูกค้าที่แคบกว่า ส่งผลให้มีความเปราะบางต่อการแข่งขันและความผันผวนของต้นทุนเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่

- เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจระหว่างปี 2563-2567 พบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่มีรายได้เติบโตเฉลี่ย 5.3% ต่อปี สูงกว่า SMEs ที่เติบโต 2.6% ต่อปี ขณะที่ Micro เติบโต 3.9% ต่อปี ส่งผลให้รายได้รวมของธุรกิจเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 4.7% ต่อปี อย่างไรก็ตาม การเติบโตของรายได้ยังไม่ได้ส่งผ่านไปสู่กำไรในระดับเดียวกัน โดยกำไรสุทธิรวมลดลงเฉลี่ย 1.4% ต่อปี ขณะที่ปี 2567 ผู้ประกอบการรายใหญ่มี Net Profit Margin อยู่ที่ 7.3% สูงกว่า SMEs ที่ 3.1% ส่วนผู้ประกอบการ Micro ยังคงขาดทุนต่อเนื่อง สะท้อนว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความเปราะบางต่อความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบและการแข่งขันมากกว่า ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่มิมีความสามารถในการรองรับแรงกดดันด้านต้นทุนและรักษาความสามารถในการทำกำไรได้ดีกว่า

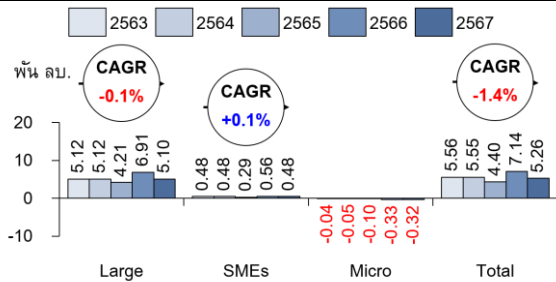
รูปที่ 8 โครงสร้างตลาดธุรกิจการผลิตสีและผลิตภัณฑ์ ปี 2567



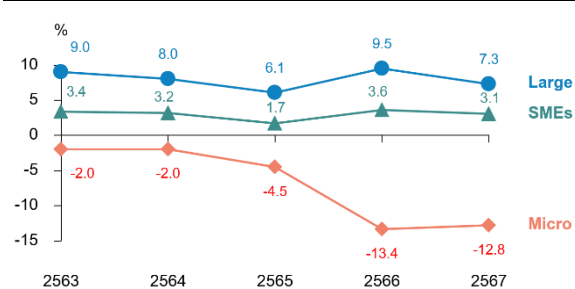
รูปที่ 9 รายได้รวมของธุรกิจการผลิตสีและผลิตภัณฑ์



รูปที่ 10 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจการผลิตสีและผลิตภัณฑ์



รูปที่ 11 Net Profit Margin ของธุรกิจการผลิตสีและผลิตภัณฑ์



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

หมายเหตุ : 1) อ้างอิง TSIC 20221 การผลิตสี น้ำมันชักเงาและสารเคลือบที่คล้ายกัน และน้ำมันทาไม้

2) ขนาดธุรกิจจำแนกตามรายได้ ตามนิยามของ LH Bank (Large > 500 ลบ., SMEs 50-500 ลบ., Micro < 50 ลบ.)

แนวโน้มธุรกิจ

- แนวโน้มธุรกิจผลิตและจำหน่ายสีอุตสาหกรรมของไทยในระยะ 1 ปีข้างหน้า คาดว่าจะทรงตัวถึงขยายตัวเล็กน้อย โดยได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์ภายในประเทศที่ทยอยฟื้นตัวในบางกลุ่ม โดยเฉพาะงานก่อสร้างที่อยู่อาศัย พื้นที่คาบปลีกและอาคารสำนักงาน รวมถึงความต้องการซ่อมแซมและทาสีใหม่ ซึ่งมีลักษณะเป็นอุปสงค์ต่อเนื่องและช่วยประคองความต้องการใช้สีในช่วงที่การลงทุนก่อสร้างใหม่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ขณะเดียวกัน ตลาดสีซ่อมรถยนต์ ยังมีฐานอุปสงค์ค่อนข้างต่อเนื่องจากจำนวนรถจดทะเบียนสะสมที่เพิ่มขึ้นและความต้องการซ่อมบำรุงตามอายุการใช้งานของรถ นอกจากนี้ การที่ปริมาณการผลิตและจำหน่ายสีอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัวในช่วงครึ่งแรกปี 2569 ยังเป็นสัญญาณว่าคำสั่งซื้อจากอุตสาหกรรมปลายน้ำบางกลุ่มเริ่มปรับดีขึ้น อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของอุปสงค์ยังมีลักษณะไม่ทั่วถึง เนื่องจากพื้นที่ก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรมและโรงแรมยังหดตัว ประกอบกับกิจกรรมการผลิตในบางอุตสาหกรรมยังฟื้นตัวจำกัด ส่งผลให้ความต้องการใช้สี

สำหรับงานก่อสร้างและงานอุตสาหกรรมบางประเภทมีแนวโน้มฟื้นตัวช้ากว่ากลุ่มอื่น ดังนั้น แม้ธุรกิจจะมีแรงสนับสนุนจากหลายตลาดปลายทาง แต่ข้อจำกัดด้านอุปสงค์ในบางกลุ่มยังลดทอนแรงส่งต่อภาพรวม จึงคาดว่า ธุรกิจในระยะข้างหน้าจะขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปมากกว่าการฟื้นตัวในวงกว้าง

- ด้านต้นทุน** ผู้ประกอบการยังมีแนวโน้มเผชิญความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบที่เชื่อมโยงกับปิโตรเคมี พลังงาน และค่าขนส่ง โดยเฉพาะเรซิน เม็ดสี โทเทเนียมไดออกไซด์ ตัวทำละลาย และสารเติมแต่ง ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตสีและมีความอ่อนไหวต่อทิศทางราคาดังกล่าวและวัตถุดิบในตลาดโลก ขณะเดียวกัน สงครามและความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะในตะวันออกกลาง ยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่อาจทำให้ราคาน้ำมัน ค่าขนส่ง และต้นทุนวัตถุดิบปิโตรเคมีปรับเพิ่มขึ้นหรือผันผวนมากขึ้น รวมถึงอาจกระทบต่อระยะเวลาการขนส่งและความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลให้ความสามารถในการบริหารจัดการซื้อและส่งผ่านต้นทุนไปยังราคาจำหน่ายมีความสำคัญต่อการรักษาอัตรากำไรในระยะข้างหน้า ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่มีอำนาจต่อรองต่ำหรือมีระยะเวลาในการปรับราคาขายล่าช้ามีความเสี่ยงต่อการถูกกดดันด้านอัตรากำไรมากกว่า ขณะที่ความผันผวนของราคาระบบวัตถุดิบยังอาจทำให้ความต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากมูลค่าวัตถุดิบและสินค้าคงคลังที่สูงขึ้น จึงทำให้ประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน สต็อก และเงื่อนไขการกำกับลูกค้าและซัพพลายเออร์เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ
- ด้านการส่งออก** คาดว่ายังจะเป็นแรงสนับสนุนเพิ่มเติมต่อธุรกิจ โดยตลาดอาเซียนมีศักยภาพช่วยกระจายฐานรายได้และลดการพึ่งพาลูกค้าในประเทศบางส่วน จากทิศทางการส่งออกที่ยังขยายตัวในช่วงครึ่งแรกปี 2569 และมีตลาดส่งออกสำคัญกระจายอยู่ในหลายประเทศอาเซียน ซึ่งมีความต้องการเชื่อมโยงกับกิจกรรมก่อสร้าง การซ่อมแซมอาคาร และการผลิตภาคอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม การส่งออกยังมีสัดส่วนไม่สูงเมื่อเทียบกับการจำหน่ายในประเทศ จึงยังไม่สามารถชดเชยการชะลอตัวของอุปสงค์ภายในประเทศได้ทั้งหมด อีกทั้งผู้ส่งออกยังต้องเผชิญความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า การแข่งขันด้านราคา และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ ยังควรติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านภาษีและมาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้าหลัก ซึ่งอาจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกไทยในระยะข้างหน้า
- ในระยะถัดไป การแข่งขันในธุรกิจสีอุตสาหกรรมมีแนวโน้มยังอยู่ในระดับสูง** โดยผู้ประกอบการรายใหญ่มีความได้เปรียบด้านขนาดการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ เทคโนโลยี คุณภาพผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายลูกค้า ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กมีความเปราะบางต่อความผันผวนของต้นทุนและการแข่งขันด้านราคามากกว่า ในกรณีที่อุปสงค์ฟื้นตัวจำกัด การแข่งขันด้านราคาและเงื่อนไขการขายจะยังเป็นแรงกดดันต่อความสามารถในการทำกำไร โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้ากระจุกตัว ดังนั้น ผู้ประกอบการควรกระจายฐานลูกค้าและตลาดปลายทาง ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มและลดการพึ่งพาการแข่งขันด้านราคา โดยกลุ่มที่มีโอกาส ได้แก่ สีสำหรับโรงงานและงานเฉพาะทาง สีป้องกันสนิมและการกัดกร่อน สีซ่อมบำรุง และสีซ่อมรถยนต์ รวมถึงการขายตลาดส่งออกในอาเซียน ควบคู่กับการบริหารวัตถุดิบและสต็อกอย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้าหลากหลาย เครือข่ายจัดหาวัตถุดิบมั่นคง และมีผลิตภัณฑ์เฉพาะทางจะมีความสามารถในการรับมือความผันผวนได้ดีกว่า

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นางสาวศรีอำไพ อิงคกิตติ (sri-ampai@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. อนุปอล ศรีธัญพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



เชียวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิสรเดติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นียม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธัญญาพร เล้าโสภากิรมย์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ภราดร หิมมูเต็น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบใจหาย



Scan Here

For More Articles

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

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง