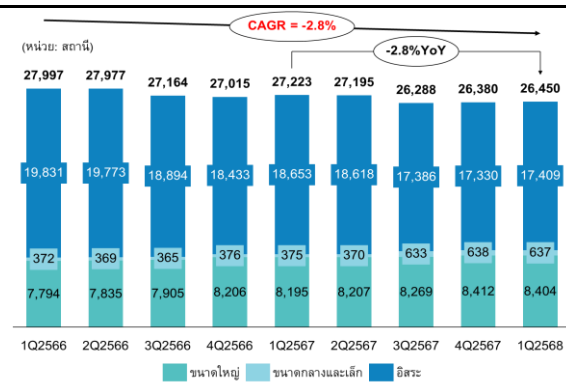


ภาพรวมธุรกิจ

แนวโน้มการเติบโตของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

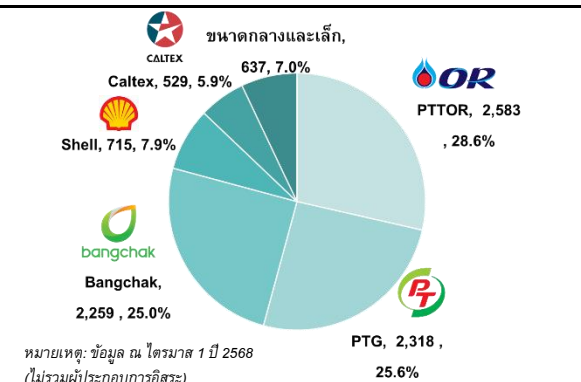
- ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยประกอบด้วย 1. ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ จำนวน 5 ราย ได้แก่ ปตท. (PTTOR) พีทีจี (PTG) บางจาก (Bangchak) เชลล์ (Shell) และคาลเท็กซ์ (Caltex)¹ 2. ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น ซัสโก้ (Susco) สยามแก๊ส (SGP) เป็นต้น และ 3. ผู้ประกอบการอิสระ (Un-brand) ซึ่งมีอยู่จำนวนมากในประเทศ โดยในไตรมาส 1 ปี 2568 จำนวนสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ปั้มน้ำมันปั้มก๊าซ) ในประเทศมีทั้งสิ้น 26,450 สถานี ลดลง 2.8%YoY แบ่งออกเป็นสถานีของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ 8,404 สถานี ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก 637 สถานี และผู้ประกอบการอิสระ 17,409 สถานี ทั้งนี้ ปตท. เป็นผู้ให้บริการที่มีจำนวนสถานีมากที่สุด 2,583 สถานี คิดเป็น 28.6% ของสถานีทั้งหมด (ไม่รวมจำนวนสถานีของผู้ประกอบการอิสระ) รองลงมาคือ พีทีจี (25.6%) และบางจาก (25.0%) ตามลำดับ ทั้งนี้ จำนวนสถานีบริการในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงส่วนหนึ่งเป็นผลจากการปิดกิจการของผู้ประกอบการอิสระ ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ รวมถึงขนาดกลางและขนาดเล็กยังคงมีการขยายของจำนวนสถานีบริการอย่างต่อเนื่อง
- ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ โดยขยายธุรกิจไปยังธุรกิจ Non-oil มากขึ้น เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร พื้นที่ค้าปลีก สถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า (EV Station) ศูนย์บริการรถยนต์และซ่อมบำรุง เป็นต้น โดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่ต่างปรับตัวและมีการขยายธุรกิจ Non-oil ที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถให้บริการที่ครบวงจรภายในสถานีบริการน้ำมันของตน นอกจากนี้ ยังมีการสร้าง Loyalty Program เช่น บัตรสมาชิกสะสมแต้ม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ Oil ยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักของธุรกิจนี้ โดยข้อมูลจากรายงานประจำปี 2567 ของผู้ประกอบการขนาดใหญ่พบว่า PTTOR มีสัดส่วนรายได้ธุรกิจ Oil และธุรกิจ Non-oil ที่ 89.2% และ 10.8% PTG มีสัดส่วนรายได้ธุรกิจ Oil และธุรกิจ Non-oil ที่ 92.0% และ 8.0% Bangchak มีสัดส่วนรายได้ธุรกิจ Oil และธุรกิจ Non-oil ที่ประมาณ 79.0% และ 21.0% และ Caltex มีสัดส่วนรายได้ธุรกิจ Oil และธุรกิจ Non-oil ที่ประมาณ 95.5% และ 4.5%

รูปที่ 1 จำนวนสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในไทย



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของกรมธุรกิจพลังงาน (DOEB)

รูปที่ 2 สัดส่วนสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ตามผู้ให้บริการ



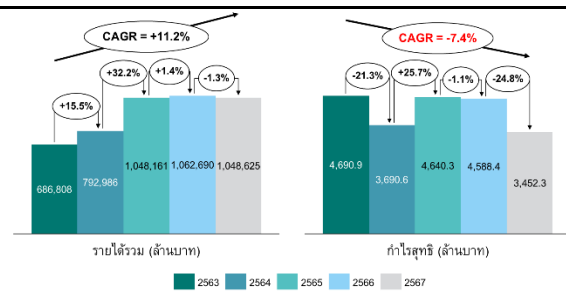
หมายเหตุ: ข้อมูล ณ ไตรมาส 1 ปี 2568 (ไม่รวมผู้ประกอบการอิสระ)
ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของกรมธุรกิจพลังงาน (DOEB)

¹ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2566 บริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) หรือ SPRC ได้เข้าซื้อกิจการธุรกิจน้ำมันและสถานีบริการน้ำมัน Caltex จาก Chevron Asia Pacific Holdings Limited (CAPHL)

สถานการณ์ด้านการแข่งขันของธุรกิจ

- ในปี 2567 ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีมูลค่ารายได้รวมเท่ากับ 1,048,625 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 1.3% จากปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม รายได้ของธุรกิจยังมีแนวโน้มเติบโตในอัตราเฉลี่ย (CAGR) ระหว่างปี 2563-2567 ที่ 11.2% ขณะที่กำไรสุทธิของธุรกิจมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมาที่อัตราเฉลี่ย 7.4% ต่อปี โดยในปี 2567 กำไรสุทธิลดลงถึง 24.8%YoY จาก 4,588.4 ล้านบาทในปี 2566 เหลือ 3,452.3 ล้านบาท สาเหตุจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นภายในธุรกิจนี้ อีกทั้งโครงสร้างราคาน้ำมันยังถูกกำกับดูแลจากคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) ส่งผลให้ราคาขายปลีกแต่ละผู้ให้บริการสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงมีความแตกต่างกันไม่มาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันในด้านบริการและการมอบประสบการณ์ลูกค้าแทนการแข่งขันด้วยเครื่องมือราคา ขณะเดียวกัน ต้นทุนการดำเนินธุรกิจมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ทั้งค่าแรงและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงผู้ให้บริการแต่ละรายจำเป็นต้องลงทุนใหม่เพื่อปรับรูปแบบธุรกิจ ต้องมีการลงทุนสร้างสถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าภายในสถานี เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การหันมาใช้ยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น การเปลี่ยนมาใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือก (เช่น ไฮโดรเจนหรือไบโอดีเซล)
- ในด้านผลประกอบการและศักยภาพในการสร้างผลกำไรของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ พบว่าในปี 2567 PTTOR มีรายได้สูงสุดที่ 723,958 ล้านบาท อัตรากำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี และค่าเสื่อม (EBITDA Margin) และอัตรากำไรสุทธิ อยู่ที่ 2.4% และ 1.06% ตามลำดับ ด้วยขนาดธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด บริษัทจึงยังคงรักษาความเป็นผู้นำในตลาดได้ ขณะที่ Bangchak มีรายได้ 589,877 ล้านบาท รองจาก PTTOR แต่มีอัตรา EBITDA Margin สูงสุดที่ 6.8% และอัตรากำไรสุทธิจะอยู่ที่ 1.04% ใกล้เคียงกับ PTTOR โดยธุรกิจ Non-oil ของ Bangchak โดยเฉพาะธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติ (ธุรกิจเกี่ยวกับแร่เหล็ก และธุรกิจสตาร์ทอัพต่าง ๆ) และธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ช่วยสร้างผลกำไรในระดับที่สูงในปีที่ผ่านมา ส่วน PTG มีรายได้ 225,813 ล้านบาท ด้วยอัตรา EBITDA Margin ที่ 2.7% ซึ่งสูงกว่า PTTOR เล็กน้อย แต่อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 0.46% ต่ำกว่า PTTOR และ Bangchak สาเหตุจากการลงทุนขยายสถานีบริการเพื่อแข่งขันกับ PTTOR และ Bangchak ด้าน Caltex มีรายได้ 266,039 ล้านบาท โดยอัตรากำไรสุทธิอยู่ในระดับปานกลางที่ 0.84% ทั้งนี้ ขนาดธุรกิจและอัตรากำไรของ Caltex โดยรวมยังอาจไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่รายอื่นได้ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากเครือข่ายสถานีบริการที่มีน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม ข้อมูลข้างต้นอาจเป็นเพียงการประเมินความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากยังมีปัจจัยและข้อมูลอื่น ๆ ที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบเพิ่มเติม อาทิ ความแข็งแกร่งของกระแสเงินสด โครงสร้างหนี้สิน (Leverage) ของบริษัท หรือแผนการลงทุนในอนาคตของบริษัท รวมถึงการพิจารณาข้อมูลในปีก่อนหน้าร่วมด้วย
- ในมิติของการให้บริการของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ทั้ง 5 ราย พบว่า ณ สิ้นปี 2567 PTTOR มีความได้เปรียบจากเครือข่ายสถานีบริการที่มากที่สุด รวมถึงจำนวนสาขาร้านสะดวกซื้อ (เช่น Jiffy และ 7-Eleven) ร้านกาแฟ (Café Amazon) สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Station PluZ) และศูนย์บริการยานยนต์ (FiT Auto และ FiT Express) ที่มีมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น โดย PTG และ Bangchak มีจำนวนสถานีบริการรองลงมาจาก PTTOR ในระดับที่ใกล้เคียงกัน (2,000 สถานีขึ้นไป) แต่ในด้านจำนวนสาขาของธุรกิจ Non-oil เช่น ร้านสะดวกซื้อ หรือสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า ยังน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ PTTOR ด้าน Shell และ Caltex ยังมีจำนวนสถานีบริการและธุรกิจ Non-oil อื่น ๆ น้อยกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่รายอื่น

รูปที่ 3 รายได้และกำไรสุทธิของธุรกิจบริการสถานีน้ำมันเชื้อเพลิง



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD)
หมายเหตุ: TSIC 47300 การขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ (สถานี ปั้ม) โดยแสดงเฉพาะข้อมูลบริษัทที่มีการจัดส่งงบการเงิน

ตารางที่ 1 ผลการดำเนินงานธุรกิจผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ปี 2567

หน่วย: ล้านบาท	PTTOR	PTG	Bangchak	Caltex (SPRC)
รายได้จากขายและการให้บริการ	723,958	225,813	589,877	266,039
	-5.9%YoY	+13.6%YoY	+52.9%YoY	+1.6%YoY
สัดส่วนธุรกิจ Oil	89.2%	92.0%	~78.0%	~95.5%
สัดส่วนธุรกิจ Non-Oil	10.8%	8.0%	~22.0%	~4.5%
EBITDA	17,666	6,198	40,409	6,509
	-16.7%YoY	+8.9%YoY	-3.0%YoY	+127%YoY
กำไรขั้นต้น	10,714	14,770	29,838	4,785
กำไรสุทธิ	7,650	1,042	6,120	2,235

ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากรายงานประจำปี หรือรายงาน One Report ของแต่ละบริษัท และ ENLITE
หมายเหตุ: บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด (Shell) ไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลงบการเงินธุรกิจ Oil รวมธุรกิจค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง ธุรกิจผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และธุรกิจโรงกลั่น (สำหรับบางจาก และ SPRC)
ธุรกิจ Non-oil รวมธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจต่างประเทศ และธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจพลังงาน ธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติ สำหรับบางจาก

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบจำนวนสถานี/สาขาต่าง ๆ ของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ในไทย

บริการหลัก	PTTOR	PTG	Bangchak	Shell	Caltex (SPRC)
ปริมาณการจำหน่ายน้ำมัน (เฉพาะค้าปลีก) หน่วย: ล้านลิตร	11,133 (-10.5%YoY) (ข้อมูล ณ 2567)	6,708 (+12.5%YoY) (ข้อมูล ณ 2567)	8,363 (+42.0%YoY) (ข้อมูล ณ 2567)	N/A	1,745 (N/A) (ข้อมูล ณ 2567)
ค่าการตลาด หน่วย: บาท/ลิตร	0.83 (ข้อมูล ณ 4Q2567)	1.62 (ข้อมูล ณ 1Q2568)	0.84 (ข้อมูล ณ 1Q2568)	N/A	N/A
จำนวนสถานีบริการน้ำมัน หน่วย: สถานี	2,583 (ข้อมูล ณ 1Q2568)	2,318 (ข้อมูล ณ 1Q2568)	2,259 (ข้อมูล ณ 1Q2568)	715 (ข้อมูล ณ 1Q2568)	529 (ข้อมูล ณ 1Q2568)
ร้านสะดวกซื้อ หน่วย: สาขา (เฉพาะสาขาในสถานีบริการ)	Jiffy และ 7-Eleven 2,326 (ข้อมูล ณ 2567)	Max Mart 374 (ข้อมูล ณ 2567)	Lemon Green 35 (ข้อมูล ณ 2567)	Shell Select 415 (เข้าถึงเว็บไซต์ 16 ก.ค. 68)	ร่วมกับ Pure Thai 78 (ข้อมูล ณ 2567)
ร้านกาแฟ หน่วย: สาขา (เฉพาะสาขาในสถานีบริการ)	Café Amazon 1,917 (ข้อมูล ณ 2567)	กาแฟพันธุ์ไทย 696 (ข้อมูล ณ 2567)	กาแฟอินทนิล ~600 (ทั้งหมด 1,028) (ข้อมูล ณ 2567)	Shell Café (เดิม Deli Café) 299 (เข้าถึงเว็บไซต์ 16 ก.ค. 68)	ร่วมกับกาแฟชาวดอย 38 (ข้อมูล ณ ต.ค. 2567)
EV Station สถานี (เฉพาะจุดชาร์จในสถานีบริการ)	EV Station PluZ 1,194 (ข้อมูล ณ 2567)	ELEX by EGAT 190 (ข้อมูล ณ 2567)	EV Quick Charger Station 365 (ข้อมูล ณ 2567)	DC Shell EV charger 44 (เข้าถึงเว็บไซต์ 16 ก.ค. 68)	ร่วมกับพันธมิตร 60 (ข้อมูล ณ ก.ย. 2567)
ศูนย์บริการรถยนต์ หน่วย: สาขา (เฉพาะสาขาในสถานีบริการ)	FIT Auto และ Fit Express 111 และ 86 (ข้อมูล ณ 2567)	Autobacs 117 (ข้อมูล ณ 2567)	Green Wash และ Wash Pro 76 (เข้าถึงเว็บไซต์ 16 ก.ค. 68)	Shell Helix Oil Change+ 446 (เข้าถึงเว็บไซต์ 16 ก.ค. 68)	Caltex Havoline autoPro N/A
Loyalty Program	PTT Blue Card	PT Max Card	BCP Green Miles	Shell GO+	Caltex Reward

ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลในเว็บไซต์ หรือรายงานประจำปี หรือรายงาน One Report ของแต่ละบริษัท รวมถึงแหล่งข้อมูลอื่น เช่น EPPO, DOEB, The Standard, ประชาชาติธุรกิจ เป็นต้น

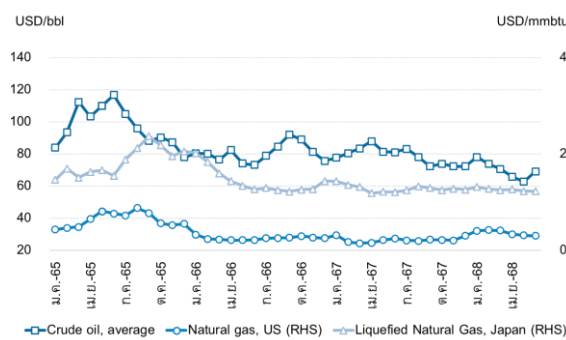
สถานการณ์ด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

- ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ราคาน้ำมันดิบโลกและก๊าซธรรมชาติ (รวมถึงก๊าซ LNG) มีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างค่อยเป็นค่อยไป สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของอุปทานน้ำมันจากสหรัฐฯ ซึ่งผลิตน้ำมันจากชั้นหินดินดาน (Shale Oil) มากขึ้น การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะในจีนที่ลดความต้องการใช้พลังงาน รวมถึงการตัดสินใจของกลุ่มประเทศ OPEC+ ที่เพิ่มกำลังการผลิตในช่วงเพื่อรักษาสัดส่วนแบ่งตลาด นอกจากนี้ การเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) และกระแสนโยบายไฟฟ้า (EV) ยังส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้น้ำมัน และเชื้อเพลิงฟอสซิลให้ลดลง แม้ราคาน้ำมันดิบโลกและก๊าซธรรมชาติจะมีความผันผวนในระยะสั้น เป็นผลจากปัจจัยเสี่ยง อาทิ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ (รัสเซีย-ยูเครน และอิสราเอล-อิหร่าน) การคว่ำบาตรต่อผู้ผลิตน้ำมันอย่างรัสเซียหรืออิหร่าน และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น พายุเฮอริเคน ที่กระทบการผลิตหรือขนส่ง อย่างไรก็ตาม

ราคาเชื้อเพลิงเหล่านี้ยังคงมีแนวโน้มโดยรวมลดลง โดย ณ เดือนมิถุนายน 2568 ระดับราคาน้ำมันดิบโลกเฉลี่ยทรงตัวอยู่ในระดับ 69.15 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 81.21 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ส่วนราคาก๊าซธรรมชาติ อยู่ที่ 3.02 ดอลลาร์ต่อล้านบีทียู เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 2.51 ดอลลาร์ต่อล้านบีทียู และราคาก๊าซ LNG อยู่ที่ 12.26 ดอลลาร์ต่อล้านบีทียู เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 12.13 ดอลลาร์ต่อล้านบีทียู

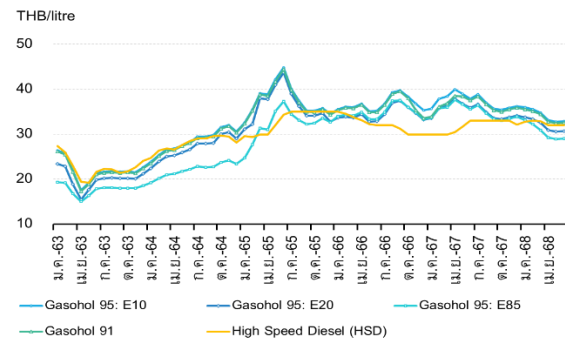
- ปี 2567 เป็นต้นมา ราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยมีแนวโน้มปรับตัวลดลงตามระดับราคาน้ำมันดิบโลก โดยระดับราคาน้ำมันเบนซินปรับตัวลดลงอย่างมากจาก 37.57 บาทต่อลิตร ในเดือนมิถุนายน 2567 เป็น 31.30 บาทต่อลิตรในเดือนมิถุนายน 2568 ขณะที่ราคาดีเซลหมุนเร็ว ระดับราคาค่อนข้างทรงตัวและปรับลดลงเล็กน้อยจาก 32.94 บาทต่อลิตรในเดือนมิถุนายน 2567 เป็น 31.94 บาทต่อลิตรในเดือนมิถุนายน 2568 เนื่องจากรัฐบาลไทยใช้กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงในการตรึงราคาดีเซลขายปลีก เพื่อช่วยลดภาระผู้บริโภคและกลุ่มธุรกิจขนส่ง

รูปที่ 4 แนวโน้มราคาน้ำมันดิบและราคาก๊าซธรรมชาติของโลก



ที่มา : วิทยาลัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของ World Bank Group

รูปที่ 5 แนวโน้มราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศ

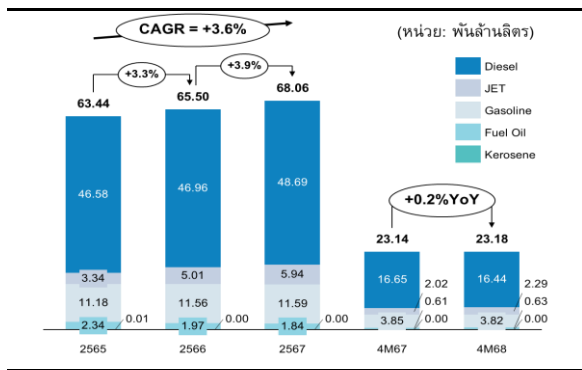


ที่มา : วิทยาลัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (EPPO)

สถานการณ์ด้านการใช้น้ำมันในประเทศ

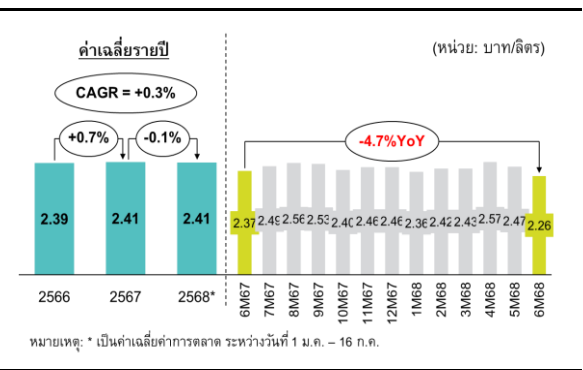
- ปริมาณการใช้น้ำมันสำเร็จรูปภายในประเทศไทยมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงระหว่างปี 2565-2567 เดบิตโตเฉลี่ย (CAGR) 3.6% ต่อปี โดยความต้องการใช้น้ำมันกลุ่มดีเซล (Diesel) ยังคงเติบโตตามความต้องการใช้ภาคอุตสาหกรรมและการขนส่ง อย่างไรก็ดี ความต้องการใช้น้ำมันบางกลุ่ม เช่น กลุ่มเบนซิน (Gasoline) และกลุ่มอากาศยาน (JET) มีการขยายตัวที่จำกัดจากปัจจัยกดดัน เช่น การขยายตัวของรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศ การขยายตัวการใช้ระบบขนส่งมวลชน เช่น รถไฟฟ้า MRT และ BTS นโยบายส่งเสริมพลังงานทดแทนและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ไบโอดีเซลและแก๊สโซฮอล์ ส่วนช่วง 4 เดือนแรกของปี 2568 เดบิตโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ 0.2%YoY สาเหตุหลักเป็นผลจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมันจากภาคอุตสาหกรรมและการขนส่งลดลง
- ด้านค่าการตลาด (Average Marketing Margin) ซึ่งสะท้อนผลตอบแทนในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ (ทั้งผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการสถานีบริการ) พบว่ามีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง โดยในปี 2567 ค่าการตลาดเฉลี่ยอยู่ที่ 2.41 บาทต่อลิตร ลดลง 0.1%YoY และล่าสุดในเดือนมิถุนายน 2568 ลดลงมาอยู่ที่ 2.26 บาทต่อลิตร ซึ่งลดลง 4.7%YoY สาเหตุหลักเป็นผลจากระดับราคาน้ำมันดิบโลกที่ลดลง ประกอบกับการเข้ามาควบคุมระดับราคาน้ำมันโดยรัฐ นอกจากนี้ การแข่งขันในธุรกิจค้า โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ปตท. บางจาก และพีทีจี มีการขยายสถานีบริการ และแข่งขันด้วยโปรโมชั่นส่วนลดเพื่อดึงดูดลูกค้า รวมถึงการแข่งขันในธุรกิจ Non-Oil เช่น ร้านกาแฟและร้านสะดวกซื้อ กดดันให้ค่าการตลาดลดลงต่อเนื่อง

รูปที่ 6 ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันสำเร็จรูปภายในประเทศ



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (EPPO)

รูปที่ 7 ค่าการตลาด (Average Marketing Margin: AVG)



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (EPPO) (ข้อมูล ณ วันที่ 16 กรกฎาคม 2568)

แนวโน้มธุรกิจในอนาคต

- ในระยะ 1-2 ปีข้างหน้า ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีแนวโน้มเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น รวมถึงการควบคุมราคาน้ำมันโดยภาครัฐ ซึ่งจำกัดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมุ่งเน้นการแข่งขันด้านบริการและรักษาฐานลูกค้า เช่น การขยายธุรกิจ Non-Oil เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ และการเพิ่มสถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ รวมถึงการพัฒนา Loyalty Program และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแอปพลิเคชันสำหรับสะสมแต้มหรือรับโปรโมชั่น ขณะเดียวกัน อัตรากำไรและค่าการตลาดในธุรกิจนี้ก็ยังถูกกดดันให้อยู่ในระดับต่ำจากปัจจัยความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงอาจเติบโตในอัตราที่จำกัด เนื่องจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของยานยนต์ไฟฟ้า รวมถึงต้นทุนการดำเนินงานที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น เช่น ค่าแรงและการเพิ่มการลงทุนใหม่เพื่อปรับปรุงหรือขยายบริการแบบครบวงจรภายในสถานีบริการ นอกจากนี้ แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อมจะกระทบต่อการดำเนินธุรกิจนี้อย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก อาทิ นโยบาย Net Zero ซึ่งผลักดันให้มีการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) และเชื้อเพลิงทางเลือก เช่น ไฮโดรเจนหรือไบโอดีเซล การควบคุมมลพิษที่เข้มงวดขึ้น เช่น การเก็บภาษีคาร์บอน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้จะได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในระดับภูมิภาคของรัฐบาล เช่น รถไฟฟ้าทางคู่ ถนนทางหลวง เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ และ EEC) รวมไปถึงการพัฒนา/ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ยังเอื้อต่อการขยายสถานีบริการในทำเลใหม่ ๆ และเพิ่มปริมาณการเดินทางของคนในประเทศ และในระยะยาว คาดว่าธุรกิจนี้ยังมีแนวโน้มเติบโตจากรายได้จากธุรกิจ Non-Oil ที่จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการจะมีการขยายความหลากหลายของบริการภายในสถานี เช่น การเพิ่มพื้นที่ Co-working Space การเพิ่มสำหรับทำกิจกรรมร่วมกัน อาทิ ออกกำลังกาย กิจกรรมสันทนาการ และการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เป็นต้น เพื่อปรับภาพลักษณ์ของสถานีบริการน้ำมันให้กลายเป็นศูนย์รวมด้าน Mobility และ Lifestyle ครบวงจรมากยิ่งขึ้น และช่วยให้สามารถแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้ายุคใหม่

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นายณัฐชาติ วิรุฬห์อัคร (nuttachattv@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. อนพล ศรีธัญพงศ์
ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬหัตถ์
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรัตน์ ศรีทองเดิม
นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชียวชาญ ศรีชัยยา
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิสันดา ดิสรเตตวัฒน์
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/>

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง