

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

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

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้ม “Neutral (+)” จากแรงหนุนของการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของรัฐเป็นสำคัญ ทั้งโครงการที่เกี่ยวข้องกับ EEC และโครงการขยายเส้นทางคมนาคมขนส่งทางถนน และระบบรางทั่วประเทศ ขณะเดียวกันการลงทุนภาคเอกชนยังขยายตัวดี จากการก่อสร้างที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้น รวมถึงการก่อสร้างอาคารที่มีใช้ที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะยังเติบโตต่อเนื่อง ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าในร้านค้าที่มีสินค้าและบริการที่หลากหลายและครบวงจรมากขึ้นจะยังเป็นปัจจัยหนุนการเติบโตของร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ที่มีแผนขยายสาขา

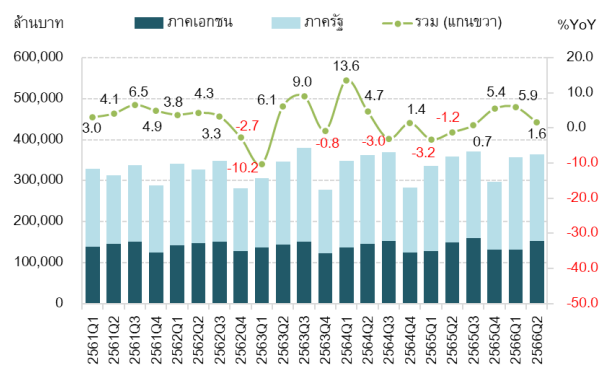
อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงจากความล่าช้าในการจัดหางบประมาณรายจ่ายประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรการลดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมสำหรับที่อยู่อาศัยที่สิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2566 รวมถึงการคงมาตรการที่เข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย (LTV) และอัตราดอกเบี้ยที่ปรับสูงขึ้น นับเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่กีดกันการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ในระยะต่อไป นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงภายใต้ตลาดที่เติบโตอย่างจำกัด ทั้งจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาในตลาดและผู้ประกอบการรายเดิม โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาและมีข้อจำกัดด้านการปรับตัวและการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดและการบริหารต้นทุน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรและการแข่งขันในระยะยาว

ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 ชะลอตัวลง สะท้อนจากปริมาณการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายการสำคัญที่ปรับลดลง ตามการลงทุนก่อสร้างโดยรวมที่ชะลอลงโดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 2 ที่ขยายตัวเพียง 1.6%YoY สาเหตุจากการลงทุนภาครัฐที่ชะลอลง เนื่องจากอยู่ในช่วงรอความชัดเจนในการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ ทั้งนี้แม้ว่าโครงการบางส่วนที่มีการลงนามผูกพันในสัญญาไว้แล้วจะยังสามารถดำเนินการก่อสร้างได้ต่อเนื่อง แต่โครงการบางส่วนอาจมีความล่าช้า หรือหยุดโครงการชั่วคราว ตลอดจนโครงการขนาดใหญ่ที่ยังต้องรอการพิจารณาอนุมัติจากรัฐบาลชุดใหม่ ประกอบกับการลงทุนก่อสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ยังเผชิญกับความเสี่ยงจากกำลังซื้อของผู้บริโภคระดับกลางถึงระดับล่างที่ปรับลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว รวมถึงธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงมาตรการเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย นับเป็นปัจจัยกดดันให้ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ยังชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่ โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

อย่างไรก็ตาม การลงทุนก่อสร้างภาคเอกชนยังขยายตัวได้ในระดับใกล้เคียงกับไตรมาสก่อนหน้า โดยได้รับแรงหนุนจากการก่อสร้างเชิงพาณิชย์ อาทิ โครงการ Mixed-use และการปรับปรุงพื้นที่ค้าปลีกและโรงแรมในหัวเมืองหลักตามภูมิภาค ซึ่งได้อานิสงส์จากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ รวมถึงการก่อสร้างโรงงานและนิคมอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในพื้นที่ EEC ที่ยังขยายตัวดี โดยได้รับแรงหนุนจากการลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ไฟฟ้าที่เติบโตต่อเนื่อง

รูปที่ 1 มูลค่าการลงทุนด้านการก่อสร้างในประเทศ



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางที่ 1 ปริมาณการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างภายในประเทศและกาส่งออก

รายการ	หน่วย	ปี 2564	ปี 2565	9M2566
กระเบื้องปูพื้น-บุผนัง	พันตัน	177,945	177,430	126,597
	%YoY	-0.5	-0.3	-7.7
ปูนซีเมนต์	พันตัน	42,817	41,145	30,384
	%YoY	-0.4	-3.9	-4.4
คอนกรีตผสมเสร็จ	พัน ลบ.ม.	16,736	16,983	12,907
	%YoY	-8.5	1.5	1.8
เสาเข็มคอนกรีต	พัน ลบ.ม.	1,044	1,160	852
	%YoY	7.3	11.2	-1.7
พื้นสำเร็จรูปคอนกรีต	พัน ตร.ม.	6,377	7,145	5,421
	%YoY	-19.4	12.0	0.5
เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ	พันตัน	1,620	1,451	963
	%YoY	9.6	-10.4	-14.8
เหล็กเส้นกลม	พันตัน	364	297	181
	%YoY	-26.7	-18.5	-21.8
เหล็กเส้นข้ออ้อย	พันตัน	1,763	1,802	1,347
	%YoY	-19.6	2.2	0.5

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

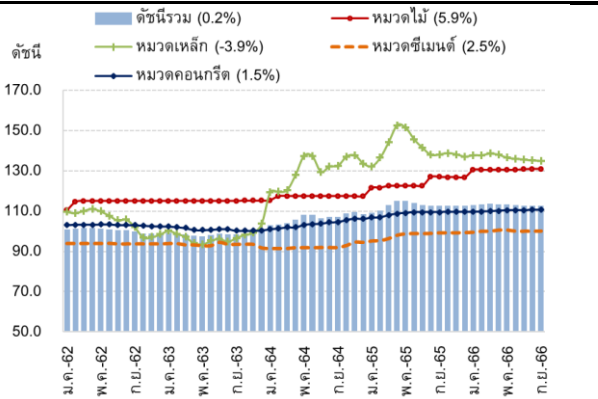
สถานการณ์ด้านราคา

จากข้อมูลในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 พบว่า ภาพรวมราคาวัสดุก่อสร้างในประเทศทรงตัวใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนจากดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียง 0.2%YoY สาเหตุหลัก

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายโดยทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

เกิดจากดัชนีราคาหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กที่ปรับลดลง 3.9%YoY โดยทิศทางราคาเหล็กในประเทศลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงสิ้นไตรมาสแรก ปี 2566 ตามราคาเหล็กโลกที่ปรับลดลงจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง ขณะที่ความต้องการใช้ในประเทศชะลอตัวลง โดยเฉพาะจากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2566 ที่ขยายตัวเพียง 0.5%YoY ผลจากการเบิกจ่ายงบประมาณของกระทรวงคมนาคมที่ปรับลดลง ขณะที่ดัชนีราคาหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ปรับสูงขึ้น 5.9%YoY จากต้นทุนการผลิตที่ปรับเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับดัชนีราคาหมวดคอนกรีตที่ปรับสูงขึ้น 1.5%YoY ตามราคาวัตถุดิบ (ซีเมนต์ หิน และทราย) และต้นทุนพลังงานที่เพิ่มขึ้น ส่วนดัชนีราคาหมวดซีเมนต์ปรับสูงขึ้น 2.5%YoY ตามความต้องการใช้ในภาคการก่อสร้างเอกชนที่ยังขยายตัวดี โดยเฉพาะการก่อสร้างอาคารที่มีใช้ที่อยู่อาศัย อาทิ อาคารสำนักงาน พื้นที่ค้าปลีก โรงงาน และนิคมอุตสาหกรรม

### รูปที่ 2 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง



ที่มา : ฐานข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์

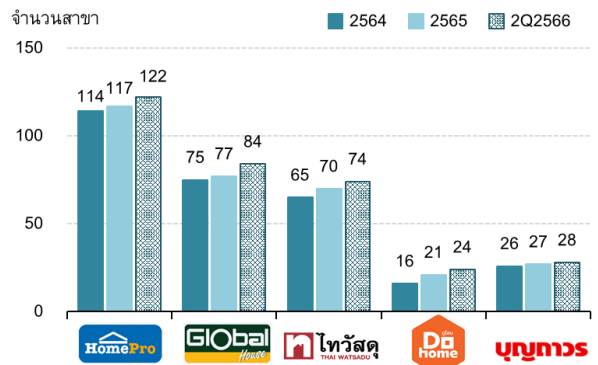
### สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการและการแข่งขัน

จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า ในปี 2565 มีจำนวนผู้ประกอบการนิติบุคคลที่จดทะเบียนในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้างทั้งสิ้น 26,738 ราย ลดลงจากปี 2564 จำนวน 40 ราย แบ่งเป็น ร้านค้าส่ง 8,694 ราย เพิ่มขึ้น 168 ราย และร้านค้าปลีก 18,044 ราย ลดลง 208 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่เป็นร้านค้าแบบดั้งเดิม ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จะเป็นร้านค้าสมัยใหม่ที่จำหน่ายสินค้าแบบครบวงจร (Home Center) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า และยังมีบริการเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น งานออกแบบงานติดตั้ง ซ่อมแซม และตกแต่ง รวมถึงมีสาขากระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ๆ ในแต่ละภูมิภาค

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูล ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2566 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในจังหวัดสำคัญในภูมิภาคเพื่อรองรับการเติบโตของชุมชนเมืองและกลุ่มชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อสูงขึ้น ขณะเดียวกันยังได้เพิ่มการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจยังคงมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ทั้งจากกลุ่ม

ผู้ประกอบการรายเดิมซึ่งเป็นรายใหญ่และเป็นร้านค้าแบบครบวงจร และจากกลุ่มผู้ประกอบการที่เคยจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างที่ได้ปรับรูปแบบการจำหน่ายสินค้าให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงจะส่งผลกระทบต่อรายได้และความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการรายเล็กที่เป็นร้านค้าแบบดั้งเดิมและไม่สามารถปรับตัวได้

### รูปที่ 3 จำนวนสาขาของร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการรายใหญ่

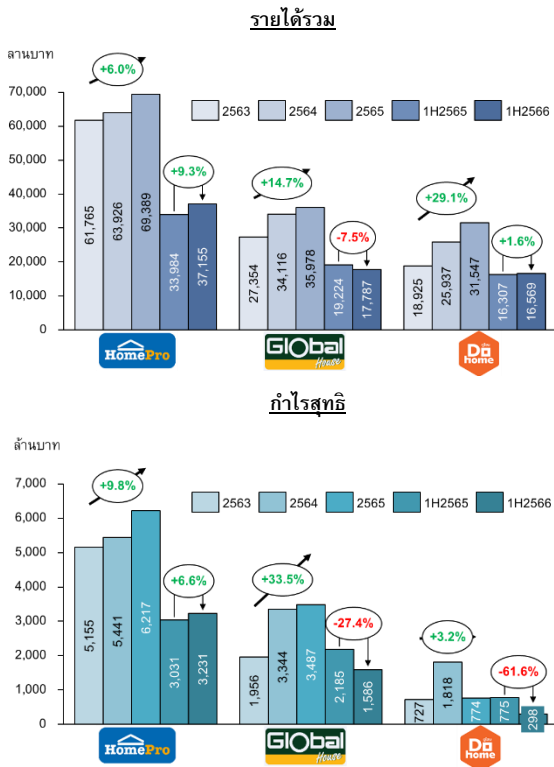


หมายเหตุ: รวมสาขาขนาดใหญ่และขนาดเล็กทั้งในและต่างประเทศ (ถ้ามี), โฮมโปร รวมเมกาโฮม, ไทยวัสดุ รวม บ้าน แอนด์ บียอนด์บีเอ็นบี, บุญนางร รวม เอสซีจี โฮม บุญนางรที่มา : เอกสารเผยแพร่สำหรับผู้ลงทุนและนักวิเคราะห์, นักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัท

สำหรับผลประกอบการของผู้ประกอบธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างรายใหญ่ที่จะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 3 แห่งในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 พบว่า มีเพียง บมจ.โฮมโปรฯ ที่ผลประกอบการโดยรวมยังเติบโต โดยรายได้รวมขยายตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนถึง 9.3% ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วง 3 ปีก่อนที่ 6.3% ตามจำนวนการเปิดสาขาใหม่ การจัดกิจกรรมการตลาด และรายได้จากธุรกิจ Home Service ที่เติบโตดี ส่งผลให้กำไรสุทธิยังเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 6.6% ส่วนผลประกอบการโดยรวมของ บมจ.สยามโกลบอลเฮาส์ แอลง โดยรายได้รวมลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 7.5% จากยอดขายสาขาเดิมที่ปรับลดลง และการปรับลดราคาสินค้ากลุ่มเหล็กตามราคาลดลงโลกที่ลดลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนสาขา รวมถึงต้นทุนค่าไฟฟ้าและค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้กำไรสุทธิลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนถึง 27.4% สำหรับผลประกอบการของ บมจ.ดูโอเมจ เติบโตเล็กน้อย โดยรายได้รวมเพิ่มขึ้นเพียง 1.6% ขณะที่กำไรสุทธิลดลงถึง 61.6% ตามการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าในกลุ่มก่อสร้าง จากต้นทุนสินค้าที่ปรับสูงขึ้น ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ปรับเพิ่มขึ้น จากสาขาขนาดใหญ่ที่เปิดดำเนินการใหม่ รวมถึงต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้น ตามทิศทางอัตราดอกเบี้ยที่ปรับเพิ่มขึ้น

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลเชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายโดยทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

รูปที่ 4 ผลประกอบการของผู้ค้าวัสดุก่อสร้างในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ที่มา : งบการเงินบริษัท, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ**

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มขยายตัวดี จากแรงหนุนของการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของรัฐเป็นสำคัญ โดยเฉพาะโครงการที่เกี่ยวข้องกับ EEC ที่ยังดำเนินการก่อสร้างต่อเนื่องหลายโครงการ รวมถึงโครงการขยายเส้นทางคมนาคมขนส่งทางถนนและระบบรางทั่วประเทศตามกรอบงบประมาณรายจ่ายฯ ประจำปี 2567 ที่ปรับเพิ่มวงเงินจาก 2.44 แสนล้านบาท เป็น 2.81 แสนล้านบาท ขณะเดียวกันการลงทุนภาคเอกชนจะยังขยายตัวดี ปัจจัยหลักจากการก่อสร้างที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้น จากความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของชาวไทยและชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับการก่อสร้างอาคารที่มีใช้ที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะยังเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะโครงการ Mixed-use ขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพฯ นอกจากนี้ การขยายตัวของชุมชนเมืองและกำลังซื้อของชนชั้นกลางในเมืองหลักตามภูมิภาคต่างๆ ที่ปรับเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งจากมาตรการกระตุ้นกำลังซื้อของภาครัฐ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าในร้านค้าที่มีสินค้าและบริการที่หลากหลายและครบวงจรมากขึ้นจะเป็นปัจจัยหนุนการเติบโตของร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ที่มีแผนขยายสาขาเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าวข้างต้น

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงจากความล่าช้าในการจัดหางบประมาณรายจ่ายประจำปี 2567 ซึ่งส่งผลให้กว่าจะเริ่มมีการเบิกจ่ายงบประมาณได้จะเป็นช่วงเดือนเมษายน 2567 เป็นต้นไป ประกอบกับมาตรการลดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมสำหรับที่อยู่อาศัยจะสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2566 รวมถึงการคงมาตรการที่เข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย (LTV) และอัตราดอกเบี้ยที่ปรับสูงขึ้นนับเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่กดดันการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ในระยะต่อไป นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงภายใต้ตลาดที่เติบโตอย่างจำกัด ทั้งจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาในตลาดและผู้ประกอบการรายเดิมที่พัฒนาจากการจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างไปสู่การเป็นร้านจำหน่ายสินค้าแบบครบวงจร โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาและข้อจำกัดด้านการปรับตัวและพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดและการบริหารต้นทุน ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรและการแข่งขันในระยะยาว