

**ธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างปี 2562** คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องอยู่ที่ร้อยละ 8-10 จากการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้ประกอบการทั้งในเขตกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และตลาดอาเซียน รวมทั้งมีแผนเพิ่มช่องทางการขายใหม่ๆ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่เป็นคนรุ่นใหม่ และยังสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ประกอบกับแผนบริหารจัดการภายในที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามภาวะการแข่งขันที่สูง ภาวะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การเติบโตไม่สูงมากเหมือนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

## ธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างปี 2561-2562

**“ธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างปี 2562 ยังเติบโตได้ต่อเนื่องจากปี 2561 จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของการขยายสาขา และการปรับลดต้นทุนของผู้ประกอบการ”**

ปี 2562 คาดว่าธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างจะเติบโตต่อเนื่องอยู่ที่ร้อยละ 8-10 จากปี 2561 ที่คาดว่าภาพรวมอัตราการเติบโตจะขยายตัวประมาณร้อยละ 8 เป็นผลจากการขยายที่เพิ่มขึ้นของการขยายสาขาใหม่ การเพิ่มสัดส่วนสินค้า House Brand และมีการควบคุมค่าใช้จ่ายภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้สำหรับปี 2562 การขยายตัวของธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างอาจมีอัตราการเติบโตไม่สูงเท่ากับช่วง 5 ปีที่ผ่านมาที่ขยายตัวถึงร้อยละ 10-12 ต่อปี โดยผู้ประกอบการยังคงมีแผนขยายสาขาในทุกๆ ปี ทั้งในกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และตลาดอาเซียน เช่น ลาว เมียนมา กัมพูชา เวียดนาม และมาเลเซีย ซึ่งผู้ประกอบการบางรายปรับรูปแบบการขยายสาขาด้วยโมเดลธุรกิจที่เล็งผลเพื่อลดต้นทุนด้านอาคารสถานที่ ทำให้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีสูงกว่าร้านในรูปแบบปกติ อีกทั้งส่วนใหญ่ยังเน้นการเพิ่มช่องทางจำหน่ายออนไลน์และมีบริการ Home Service เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าและตอบสนองต่อการใช้ชีวิตของผู้บริโภคยุค 4.0 นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยและเพิ่มความต้องการตกแต่ง/ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายวัสดุก่อสร้างและของตกแต่งบ้านเพิ่มขึ้น

### ภาวะตลาดและการแข่งขัน

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างของไทยมีมูลค่าตลาดประมาณ 500,000 ล้านบาท และมีผู้ประกอบการกว่า 14,000 ราย โดยผู้ประกอบการหลักกลุ่มโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Home Center อาทิ โฮมโปร ดุโฮม ไทวัสดุ โกลบอลเฮ้าส์ และเมกาโฮม มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 120,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.8 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด

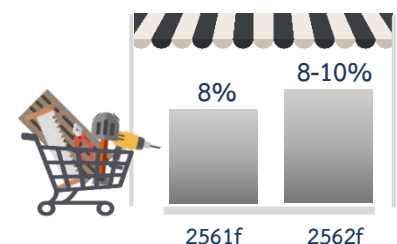
สำหรับภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดมีค่อนข้างสูง ทั้งจากกลุ่มธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างที่เป็น Home Center ด้วยกันเอง และจากกลุ่มร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Stores) เช่น แกรนด์โฮมมาร์ท และซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท ที่เน้นจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น สินค้าเซรามิก สุขภัณฑ์ ชุดครัว เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้าน รวมถึงผู้ค้าปลีกวัสดุก่อสร้างทั่วไป จึงทำให้มีการแข่งขันในบางสายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ แม้ว่าการแข่งขันจะค่อนข้างสูงแต่ผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างยังคงมีการเติบโตของผลประกอบการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสวนทางกับผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้างรายเล็กที่เป็นแบบร้านค้าดั้งเดิมต้องเผชิญกับยอดขายที่ปรับตัวลดลงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

ส่วนแบ่งตลาดค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง



ที่มา: ผลการดำเนินงานของบริษัท, Enlite ประมวลผลโดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจฯ ธ.ออมสิน

ประมาณการเติบโตธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้าง



ที่มา: ผลการดำเนินงานบริษัท ประมวลผลโดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจฯ ธ.ออมสิน

## แผนการลงทุนของผู้ประกอบการ

 <p>- มีแผนขยายสาขา เป็น 120 สาขาใน 3 ปี ทั้งสาขาโฮมโพร และเมกาโฮม</p> <p>- เปิดศูนย์กระจายสินค้า ที่วังน้อยซึ่งเป็นศูนย์ที่ใช้ระบบหุ่นยนต์หรือโรบอตเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บสินค้า ลำเลียง และกระจายสินค้า</p> <p>- เพิ่มรายได้จากสินค้า House Brand เป็นร้อยละ 25 ภายใน 5 ปี</p>	 <p>- มีแผนเปิดสาขาใหม่ประมาณ 7 สาขาต่อปี โดยคาดว่าปี 2562 จะมีสาขารวม 69 สาขา และเพิ่มเป็น 76 สาขาในปี 2563</p> <p>- เพิ่มรายได้จากสินค้า House Brand เป็นร้อยละ 14 จากเดิมอยู่ที่ร้อยละ 13</p>
 <p>- มีแผนขยายสาขา เป็น 19 สาขาใน 5 ปี โดยเน้นขยายในพื้นที่เขตปริมณฑลและจังหวัดสำคัญทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ภายในปี 2565 มีแผนขยาย 2 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรเกษม และสาขาสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นสาขาแรกในภาคใต้</p> <p>- เพิ่มรายได้จากสินค้า House Brand เป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2563</p>	 <p>- ตั้งเป้าขยายสาขาไทยวัสดุเป็น 80 สาขาใน 5 ปี</p>  <p>- รีแบรนด์กลุ่มธุรกิจสินค้าตกแต่งบ้านจากโฮมเวิร์คเป็นบ้าน &amp; ปียอนด์ โดยตั้งเป้าขยายสาขาเป็น 20 สาขาใน 5 ปี รวมทั้งเพิ่มบริการทีมช่างภายใต้แบรนด์ “วีฟิกส์-vFIX” ที่ครอบคลุมการออกแบบ ติดตั้ง และซ่อมแซม โดยพัฒนา application เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อ</p>

## ปัจจัยเสี่ยงต่อธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้าง

ธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้างในปี 2562 มีปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

- **ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง** ทั้งจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาในตลาด และผู้เล่นรายเดิมโดยเฉพาะกลุ่มร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Stores) ที่แตกไลน์ผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมและมีบริการที่ครบวงจรเหมือนกลุ่ม Home Center มากขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อยที่มีจำนวนมากซึ่งพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีการแข่งขันค่อนข้างสูงเนื่องจากมีการกระจุกตัวของผู้ประกอบการมากที่สุดถึงร้อยละ 50 ของผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้างทั้งหมด
- **การเปิดสาขาใหม่มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง** แม้ผู้ประกอบการรายใหญ่ยังมีแผนขยายสาขาใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี แต่มีความระมัดระวังในการขยายสาขามากขึ้น โดยมีการปรับขนาดสาขาให้เล็กลงเพื่อลดต้นทุนหรือเลือกเปิดสาขาใหม่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการสร้างยอดขายโดยไม่เน้นการเปิดตัวที่เร่งจนเกินไป
- **กำลังซื้อของผู้บริโภคระดับกลาง-ล่างยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน** อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้ออสังหาริมทรัพย์ และการตกแต่ง/ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย
- **ความผันผวนของต้นทุนสินค้า** ต้นทุนของสินค้าบางรายการอาจมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทานของสินค้า ราคาตามตลาดโลก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ