แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2569-71

วัสดุก่อสร้าง



กรกฎาคม 2569

วิจัยกรุงศรี

ผู้เขียน

พุทธชาด ลุนคำ

นักวิเคราะห์อาวุโส

puttachard.lunkam@krungsri.com

+662 296 2986

Subscribe Us

สมัครสมาชิกวิจัยกรุงศรี...

krungsri.research@krungsri.com

คำสงวนสิทธิ์

เนื้อหาและข้อมูลใดๆ ทั้งหมดที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ หากมิได้ระบุไว้เป็นอย่างอื่น ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวิจัยกรุงศรี ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการใดๆ เกี่ยวข้องกับเนื้อหา สำเนา หรือดัดแปลงแก่บุคคลอื่นโดยมิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากวิจัยกรุงศรี รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อหรือควรเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม วิจัยกรุงศรีไม่อาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว อีกทั้งไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้รายงานฉบับนี้หรือเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ ข้อมูล ความคิดเห็น และการประมาณการที่ปรากฏในรายงานนี้ถือเป็นความคิดเห็นของวิจัยกรุงศรี ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ความคิดเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน ณ วันที่มีการเผยแพร่รายงาน วิจัยกรุงศรีขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงโดยมิต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

EXECUTIVE SUMMARY



ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างโดยรวมในช่วงปี 2569-2571 มีแนวโน้มทยอยฟื้นตัว โดยเฉพาะวัสดุประเภทโครงสร้างที่จะได้แรงหนุนจากการลงทุนโครงการใหม่และโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ส่วนวัสดุตกแต่งแม้จะยังมีแรงขับเคลื่อนจากการก่อสร้างเชิงพาณิชย์และอาคารที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย แต่การขยายตัวยังจำกัดจากโครงการที่อยู่อาศัยเหลือขายสะสมที่มีจำนวนมาก และกำลังซื้อที่ยังรอการฟื้นตัว สะท้อนจากแนวโน้มตลาดก่อสร้างที่คาดว่าจะขยายตัว 2.5–2.7% ในปี 2569 ก่อนจะเร่งขึ้นเป็น 3.1–3.3% ในปี 2570 และ 3.4–3.6% ในปี 2571

โดยปี 2569 ถือเป็นปีที่ยังไม่เอื้อต่อการเติบโตทางธุรกิจของทั้งผู้ผลิตและผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง จากแรงกดดันด้านต้นทุนพลังงานและค่าขนส่ง ภายใต้สถานการณ์ตึงเครียดในตะวันออกกลาง ขณะที่การผลักภาระด้านต้นทุนยังทำได้จำกัด ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ยังซบเซา และนโยบายควบคุมราคา **อย่างไรก็ตาม ในปี 2570-2571 แนวโน้มตลาดวัสดุก่อสร้างน่าจะขยายตัวดีขึ้น จากแรงหนุนของโครงการลงทุนภาครัฐ และการลงทุนของภาคเอกชนที่มีแนวโน้มทยอยฟื้นตัว** โดยเฉพาะในภาคนิคมอุตสาหกรรม และอาคารก่อสร้างเชิงพาณิชย์ต่างๆ ท่ามกลางแรงกดดันจากการแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีนซึ่งยังประสบปัญหาวิกฤติอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยที่มุ่งสู่การผลิตวัสดุในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งยังคงเผชิญต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่สูง

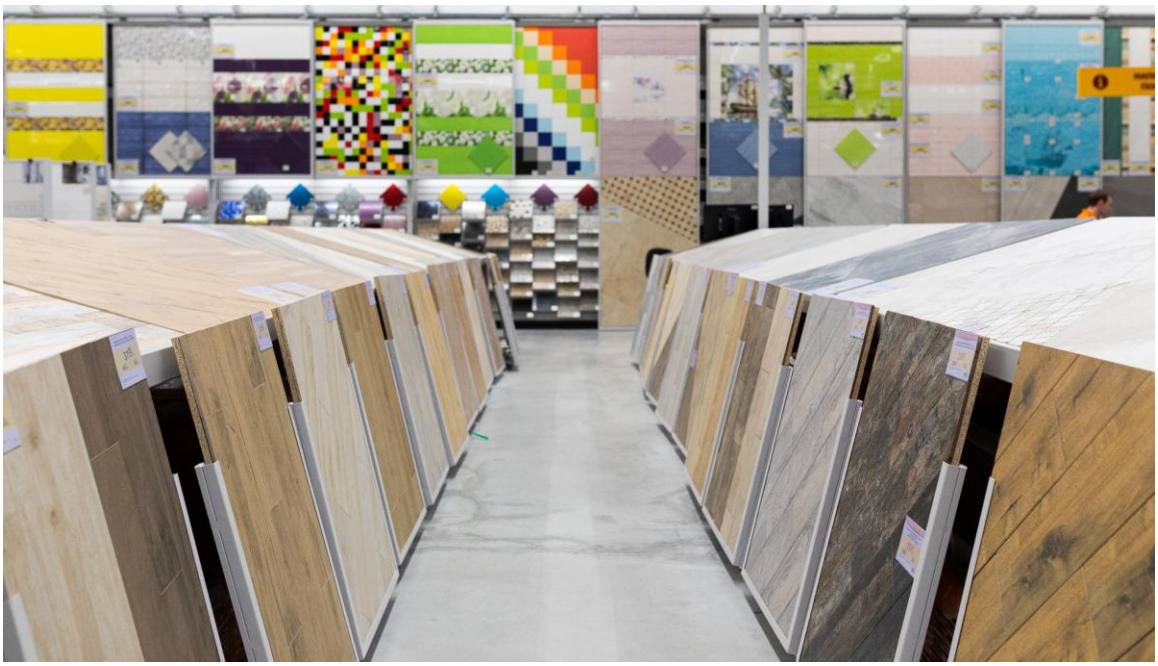
มุมมองวิจัยกรุงศรี

กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง:

- **ปูนซีเมนต์**: รายได้มีแนวโน้มทรงตัวถึงเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยในปี 2569 และจะเติบโตในอัตราสูงขึ้นในปี 2570-2571 ตามการฟื้นตัวของการลงทุนก่อสร้างทั้งจากภาครัฐและเอกชน ประกอบกับผู้ผลิตมีแนวโน้มขยายตลาดส่งออกใหม่ เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จากเดิมที่พึ่งตลาด CLM เป็นหลัก
- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ)**: คาดว่ารายได้ของผู้ผลิตจะทรงตัวหรือหดตัวเล็กน้อยในปี 2569 จากการแข่งขันของสินค้านำเข้าจากจีนที่เร่งระบายสินค้าส่งออกจากวิกฤติอสังหาฯ ในประเทศ แต่จะทยอยฟื้นตัวในปี 2570-2571 ในอัตราที่ไม่สูงมากนัก อานิสงส์จากโครงการลงทุนก่อสร้างโดยรวมที่จะทยอยเพิ่มขึ้น ท่ามกลางภาวะการแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีนและเวียดนามที่ยังคงเป็นแรงกดดัน
- **กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก**: คาดปี 2569 รายได้ของผู้ผลิตมีทิศทางลดลงจากภาคที่อยู่อาศัยที่ชะลอตัว แม้จะได้แรงหนุนจากงานก่อสร้างโครงการเชิงพาณิชย์และอื่นๆ ซึ่งยังมีสัดส่วนของรายได้ไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2570–2571 แนวโน้มรายได้คาดว่าจะปรับดีขึ้นตามการฟื้นตัวของอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนใหม่ แม้ยังมีการแข่งขันจากสินค้านำเข้าราคาถูกที่จะจำกัดการเติบโตให้อยู่ในอัตราที่ไม่สูงนัก

กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง:

- **ร้านค้าสมัยใหม่**: คาดว่ารายได้มีแนวโน้มทรงตัวหรือขยายตัวได้อย่างจำกัด ในปี 2569 จากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว แต่มีทิศทางปรับดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปในปี 2570-2571 ปัจจัยหนุนจาก (1) การปรับขนาดร้านค้าเพื่อขยายสาขาเข้าสู่แหล่งชุมชน (2) การพัฒนาร้านค้ารูปแบบใหม่ร่วมกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างรายใหญ่ (3) ความร่วมมือด้านช่องทางจำหน่ายกับผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง (4) การเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้แบรนด์ของตนเอง (House brand) ในร้านมากขึ้น (5) การพัฒนาช่องทางจำหน่ายแบบ Omni-channel ผ่านออนไลน์และ Marketplace และ (6) การให้ความสำคัญกับความยั่งยืน โดยจัดพื้นที่แสดงสินค้าอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green materials) และใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดพลาสติกเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- **ร้านค้าดั้งเดิม**: คาดว่ารายได้มีแนวโน้มลดลงถึงทรงตัวในปี 2569 จากกำลังซื้อที่ยังอ่อนแอโดยเฉพาะผู้บริโภคระดับกลาง-ล่างในตลาดภูมิภาค ซึ่งยังเผชิญปัญหาหนี้ครัวเรือนในระดับสูง ก่อนที่จะทยอยฟื้นตัวในปี 2070-2071 จากภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มกระเตื้องขึ้น สำหรับ**ร้านค้าส่ง** แม้รายได้จะยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ จากทิศทางธุรกิจก่อสร้างที่จะทยอยฟื้นตัว แต่ยังต้องเผชิญแรงกดดันด้านการแข่งขันสูงจากทั้งกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่และกลุ่มผู้ผลิตที่หันมาจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง ส่วน**ร้านค้าปลีก** รายได้มีแนวโน้มทรงตัว โดยรายได้ส่วนใหญ่จะมาจากสินค้าวัสดุก่อสร้างกลุ่มซ่อมแซมและต่อเติมที่ยังขยายตัวได้บ้าง โดยแรงกดดันด้านการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะกับร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ที่กระจายตัวในระดับพื้นที่มากขึ้น.

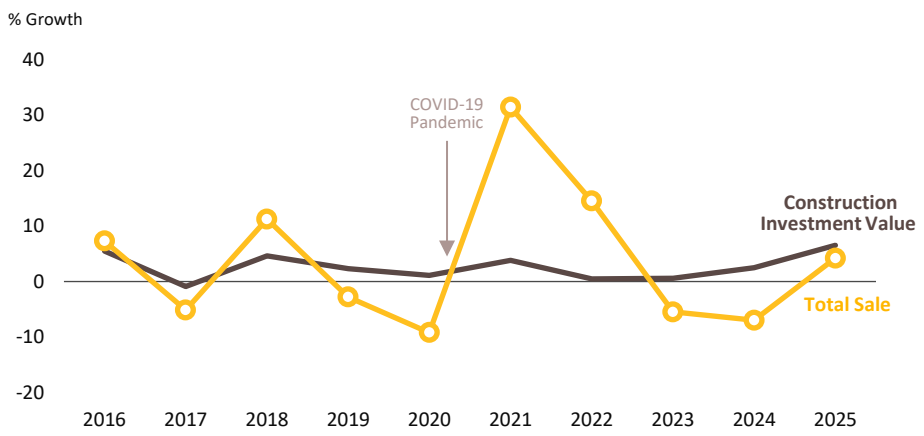


ข้อมูลพื้นฐาน

ธุรกิจวัสดุก่อสร้างเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญของภาคก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากต้นทุนวัสดุก่อสร้างมีสัดส่วนสูงถึง 50-60% ของมูลค่าการก่อสร้างโดยรวม ยอดขายวัสดุก่อสร้างจึงผันแปรในทิศทางเดียวกับภาวะการลงทุนภาคก่อสร้าง (ภาพที่ 1) ทั้งนี้ ประเภทของวัสดุก่อสร้างหลัก แบ่งเป็น วัสดุประเภทงานโครงสร้าง (ได้แก่ ปูนซีเมนต์[1/] เหล็กก่อสร้าง) มีมูลค่าจำหน่ายโดยรวมคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 40% ของมูลค่าการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างทั้งหมด และวัสดุประเภทงานตกแต่ง (ได้แก่ กระเบื้องเซรามิก เครื่องสุขภัณฑ์เซรามิก) สัดส่วนเกือบ 10%ในปี 2568 (ภาพที่ 2) วัสดุก่อสร้างหลักส่วนใหญ่มีสัดส่วนการจำหน่ายในประเทศสูงกว่าการส่งออก ยกเว้นสุขภัณฑ์เซรามิก (ภาพที่ 3) ซึ่งไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกของผู้ผลิตสุขภัณฑ์แบรนด์ต่างชาติบางรายที่เน้นผลิตสินค้าเชิงคุณภาพและมีความโดดเด่นด้านการออกแบบ ทำให้สินค้ามีมูลค่าต่อหน่วยสูงและคุ้มค่าต่อการขนส่งไปยังตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ และญี่ปุ่นซึ่งเน้นสุขภัณฑ์ระดับพรีเมียม ขณะที่กระเบื้องปูพื้น–บุผนังแม้มีการส่งออก แต่ต้องเผชิญการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรงโดยเฉพาะกับจีนและเวียดนาม ทำให้การส่งออกของกระเบื้องยังมีสัดส่วนต่ำกว่าการจำหน่ายในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ การเปลี่ยนผ่านสู่การใช้วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Materials) กำลังกลายเป็นแนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยเฉพาะปูนซีเมนต์คาร์บอนต่ำ (Green Cement) และเหล็กคาร์บอนต่ำ (Green Steel) ซึ่งแม้จะมีราคาสูงกว่าวัสดุก่อสร้างทั่วไป แต่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้พัฒนาโครงการที่ต้องการตอบสนองทิศทางการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจสีเขียว โดยมุ่งสู่ความยั่งยืนของโครงการก่อสร้างในระยะยาว

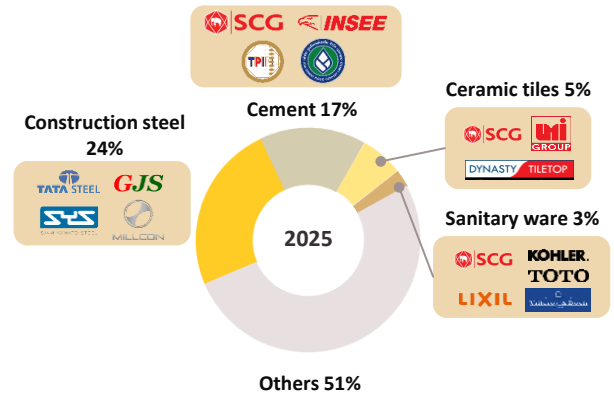
Figure 1: Total Sale Value of Construction Materials and Construction Investment Value (Gross Fixed)



Sources: Office of The National Economic and Social Development Council (NESDC), Office of Industrial Economics (OIE)
Note: Construction materials include cement, construction steel, ceramic tiles and sanitary ware.

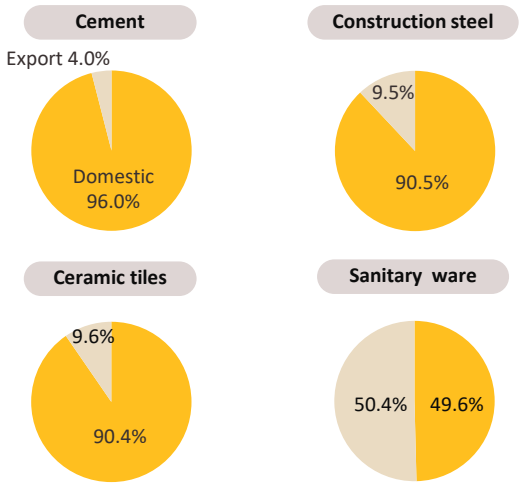
1/ ประกอบด้วยปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์และปูนซีเมนต์ผสม

Figure 2: Share of Total Sale Value by Major Product



Source: OIE
Note: 1. Cement refers to Portland cement and mixed cement
2. Construction steel refers to bar and section (hot-rolled structural steel).
3. Others include glass, concrete blocks, concrete pipes, precast concrete sections, high tensile steel, and galvanized steel sheets.)
4. refers to major producers

Figure 3: Share of Sale Volume by Product and Market
(Average 2023-2025)



Sources: OIE, Ministry of Commerce (MOC), Iron and Steel Institute of Thailand (ISIT)

โครงสร้างผู้ประกอบการในธุรกิจ

- **กลุ่มผู้ผลิต**: ผู้ผลิตรายใหญ่และรายกลางที่ยังดำเนินกิจการอยู่ มีจำนวนรวม 547 ราย (ข้อมูลล่าสุดปี 2567)[2/] ส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทั้งด้านขนาดของเงินทุน การบริหารจัดการด้านการผลิต และอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ (เช่น ด้านราคาและการส่งมอบวัตถุดิบ) จึงมีศักยภาพในการผลิตสินค้าได้จำนวนมาก ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำ (Economies of Scale) ขณะที่ผู้ผลิตรายเล็กซึ่งมีจำนวน 2,033 ราย ส่วนใหญ่มีขนาดของเงินทุนจำกัดจึงยังผลิตได้ในปริมาณไม่มาก ด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่สูง
- **กลุ่มผู้ค้า**: ปี 2567 มีจำนวน 51,657 ราย[2/] แบ่งเป็น ผู้ประกอบการรายใหญ่ 1,738 ราย และ SMEs 49,919 ราย โดยจำแนกตามลักษณะการจำหน่ายและรูปแบบการให้บริการ ดังนี้
  - **กลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่** (Modern trader) ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่หน้าร้านจนถึงหลังร้าน จำหน่ายวัสดุก่อสร้างหลากหลายประเภท ตั้งแต่วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน วัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งบ้าน รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายกลางและรายใหญ่ ซึ่งมีความได้เปรียบจากฐานะการเงินที่แข็งแกร่งและต้นทุนบริหารจัดการที่ดี ผู้ประกอบการมีการขยายสาขาในต่างจังหวัดมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้ง่าย โดยเฉพาะบริการหลังการขาย เช่น งานบริการซ่อมแซม งานติดตั้งวัสดุ/อุปกรณ์ทั้งในและนอกตัวอาคาร เป็นต้น ผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น โฮมโปร (ร้านโฮมโปรเน้นขายปลีกและของตกแต่งบ้าน/ เมกาโฮม เน้นขายส่งและงานรับเหมาก่อสร้าง) ไทวัสดุ สยามโกลบอลเฮาส์ ดูโฮม และบุญถาวร (ส่วนแบ่งตลาดรวมกันประมาณ 30-40% ของรายได้รวมในกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั้งหมด, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)
  - **กลุ่มผู้ค้าแบบดั้งเดิม** (Traditional trader) ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็ก และมีการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างพื้นฐาน อาทิ ปูน ทราย และผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ (เช่น กลอนประตู ตะปู) จนถึงวัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งที่อยู่อาศัย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าภายในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงร้านค้า ผู้ค้าบางรายมีการบริหารจัดการที่ครบวงจรเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าสมัยใหม่ อาทิ มีสินค้าหลากหลายประเภท (ซึ่งรวมถึงสินค้าตกแต่งบ้าน) การปรับปรุงหน้าร้าน ระบบการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ ระบบตรวจสต๊อกสินค้าที่ทันสมัย ตลอดจนการให้บริการจัดส่งสินค้าที่เป็นระบบมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสียเปรียบกลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่ในด้านเงินทุน การทำตลาด และความแข็งแกร่งของแบรนด์ผู้ค้า

2/ กระทรวงพาณิชย์, ที่ยังเปิดดำเนินกิจการอยู่ในปี 2567

สถานการณ์ที่ผ่านมา

กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง

ในปี 2568 ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายในประเทศของวัสดุก่อสร้างประเภทงานโครงสร้างขยายตัวดี โดยได้แรงหนุนจากการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐจากการเร่งกระบวนการเบิกจ่ายงบประมาณหลังจากล่าช้าในช่วงปีก่อนหน้า **ขณะที่วัสดุก่อสร้างประเภทตกแต่งหดตัวตามภาวะซบเซาของการก่อสร้างที่อยู่อาศัยภาคเอกชน** (สอดคล้องกับมูลค่าการลงทุนก่อสร้างภาครัฐ ที่เพิ่มขึ้น 11.7% ในขณะที่ภาคเอกชน หดตัว -0.8% ในปี 2568) **ด้านปริมาณส่งออกหดตัว**[3/]ตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าสำคัญที่ยังชะลอตัว ส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าส่วนใหญ่ยังคงมีสต็อกเหลืออยู่ปริมาณมาก

ขณะที่ไตรมาส 1 ปี 2569 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่ยังคงซบเซา แม้ภาพรวมการก่อสร้างจะยังขยายตัว (+6.1% YoY) แต่โครงการก่อสร้างภาครัฐหลายโครงการยังไม่เข้าสู่ระยะก่อสร้าง ขณะที่ต้นทุนก่อสร้างมีทิศทางปรับสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้รับเหมาหลายรายเน้นการระบายวัสดุก่อสร้างที่ยังมีอยู่ในสต็อกแทนการสั่งซื้อใหม่ นอกจากนี้ ปัญหาสภาพคล่องของผู้ประกอบการบางส่วน รวมถึงระดับอุปทานส่วนเกินในตลาดที่อยู่อาศัยที่ยังอยู่ในระดับสูง ยังคงกดดันความต้องการก่อสร้างในภาคที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง **ส่วนด้านการส่งออกยังคงเผชิญแรงกดดันจากอุปสงค์ในตลาดหลักที่อ่อนแอลง** ท่ามกลางภาวะซบเซาของภาคธุรกิจที่ยังชะลอการลงทุนภายใต้ความเสี่ยงของวิกฤติความขัดแย้งในตะวันออกกลาง รวมถึงภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นโดยเฉพาะจากคู่แข่ง เช่น จีน ที่เร่งระบายอุปทานส่วนเกิน ขณะที่การนำเข้ายังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากการเข้ามาแย่งตลาดของสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีน

- **ปูนซีเมนต์**
  - **ปี 2568 ปริมาณการผลิต (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์และปูนซีเมนต์ผสม) อยู่ที่ 36.6 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 4.3% ส่วนปริมาณการจำหน่ายในประเทศอยู่ที่ 32.4 ล้านตัน ขยายตัว 0.6%** โดยปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากความต้องการใช้ในการก่อสร้างภาครัฐที่เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับฐานต่ำในช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ได้รับผลกระทบจากความล่าช้าในการประกาศใช้งบประมาณ โดยเฉพาะการเดินหน้าลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อาทิ ทางหลวง รถไฟทางคู่ และระบบรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นโครงการที่มีการใช้ปูนซีเมนต์ในปริมาณสูง รวมถึงการลงทุนภาคเอกชนเพื่อขยายโรงงานในบางกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่กำลังเติบโต อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และศูนย์ข้อมูล (Data Center) ซึ่งเป็นโครงการก่อสร้างที่มีการใช้ปูนซีเมนต์เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม

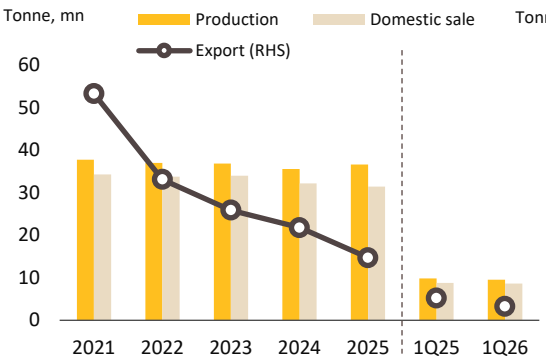
    ด้านปริมาณการส่งออก (ไม่รวมปูนเม็ด) ลดลง -32.5% หรือมีจำนวน 0.98 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 2.5 พันล้านบาท (-30.1%) ตามการหดตัวของตลาดส่งออกหลัก อาทิ เมียนมา (สัดส่วน 63% ของปริมาณการส่งออกปูนซีเมนต์ทั้งหมดของไทย) หดตัวถึง -11.8% ส่วนหนึ่งเป็นผลจากเมียนมานำเข้าปูนซีเมนต์จากจีนมากขึ้น [ปี 2568 จีนส่งออกปูนซีเมนต์ (HS 2523) ไปเมียนมาเพิ่มขึ้น 53.1%] สปป.ลาว (สัดส่วน 14%) หดตัว -64.8% และกัมพูชา (สัดส่วน 5%) หดตัว -59.3% ท่ามกลางเศรษฐกิจที่ชบเซา และผลกระทบจากการปิดด่านชายแดน อันเป็นผลจากข้อพิพาทชายแดนไทย–กัมพูชาที่เริ่มยกระดับตั้งแต่ช่วงกลางปี 2568 (ภาพที่ 5)

  - **ไตรมาส 1 ปี 2569 ปริมาณการจำหน่ายปูนซีเมนต์ในประเทศหดตัว -1.6% YoY** (ภาพที่ 4) แม้การลงทุนก่อสร้างภาครัฐยังขยายตัวได้ต่อเนื่อง แต่หลายโครงการยังอยู่ในช่วงเร่งเบิกจ่ายงบประมาณ มากกว่าระยะเริ่มก่อสร้างจริง ส่งผลให้ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างหลักยังฟื้นตัวได้จำกัด ขณะเดียวกัน ต้นทุนวัสดุก่อสร้างและค่าขนส่งปรับสูงขึ้นตามราคาน้ำมันที่ได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง โดยดัชนีราคาปูนซีเมนต์เพิ่มขึ้น 4.7% YoY จากที่หดตัว -0.6% YoY ในช่วงเดียวกันปีก่อน ส่งผลให้ผู้รับเหมาบางรายเน้นการใช้ปูนซีเมนต์ที่ยังคงค้างอยู่ในสต็อกแทนการสั่งซื้อใหม่ หลังจากมีการสะสมสินค้าไว้ช่วงก่อนหน้า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่มีปัญหาสภาพคล่องทางการเงินอยู่ก่อนแล้ว มักมีข้อจำกัดในการรับภาระต้นทุนก่อสร้างที่สูงขึ้น จึงทำให้บางโครงการก่อสร้างต้องล่าช้าออกไป

    ด้านปริมาณการส่งออกปูนซีเมนต์หดตัวในอัตราสูงถึง -37.4% YoY หรือมีจำนวน 0.22 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 598.3 ล้านบาท (ภาพที่ 5) โดยปัจจัยกดดันหลักมาจากตลาดเมียนมา (สัดส่วนราว 65% ของการส่งออกปูนซีเมนต์ไทยในไตรมาสนี้) มียอดส่งออกลดลง -37.7% YoY ท่ามกลางสถานการณ์ความไม่สงบและการปิดด่านแม่สอด–เมียวดีเป็นระยะ รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นกับปูนซีเมนต์ราคาถูกจากจีน ขณะที่การส่งออกไปกัมพูชา (สัดส่วน 3%) หดตัวถึง -77.2% YoY จากผลกระทบของการปิดด่านชายแดนไทย–กัมพูชาที่ยืดเยื้อ ส่งผลให้ภาพรวมการส่งออกปูนซีเมนต์ไทยยังเผชิญแรงกดดันอย่างต่อเนื่องในระยะสั้น

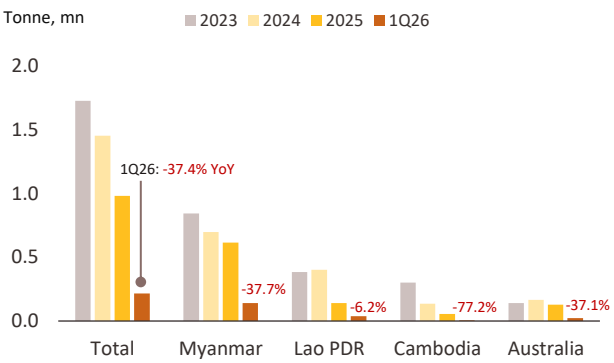
3/ ปริมาณส่งออกของวัสดุก่อสร้าง ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ เหล็กก่อสร้าง กระเบื้องเซรามิก และสุขภัณฑ์เซรามิก

Figure 4: Cement - Production, Domestic Sales and Exports



Source: OIE (Portland cement & Mixed cement)

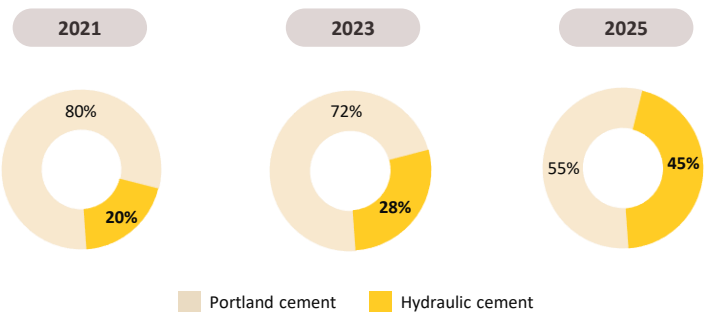
Figure 5: Cement Export Volume by Market



Source: OIE (Portland cement & Mixed cement)

ที่ผ่านมา ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้นำเทคโนโลยี/นวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนากระบวนการผลิตปูนซีเมนต์มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable development) อาทิ การผลิตปูนซีเมนต์ไฮดรอลิก (Hydraulic cement) ซึ่งใช้วัสดุอื่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly materials) แทนการใช้ปูนเม็ด (Clinker)[4/] เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ทั้งนี้ ประเทศไทยมีการผลิตปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกเพื่อตอบสนองความต้องการใช้ในประเทศและการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยในปี 2568 มีสัดส่วนการส่งออกถึง 45% ของการส่งออกปูนซีเมนต์ทั้งหมด (ภาพที่ 6) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการหลายรายยังนำพลังงานหมุนเวียนเข้ามาใช้ในขั้นตอนการผลิตมากขึ้น เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานไฟฟ้าจากลมร้อนทิ้ง (Waste Heat Power Generation: WHG) เป็นต้น

Figure 6: Thailand's Share of Hydraulic Cement Export Volume



Source: Trademap
Note: HS 252329 , HS 252390

4/ วัสดุทดแทนปูนเม็ด เช่น หินปูน (นิยมในประเทศไทย เพราะมีปริมาณมากและคุณภาพดี) ปูนขาว เถ้าลอย ปอซโซลาน (อาทิ ซิลิกาฟูม เถ้าแกลบ และดินขาว) และกากถลุงจากเตาถลุงแบบพ่นลม เป็นต้น

- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ)**

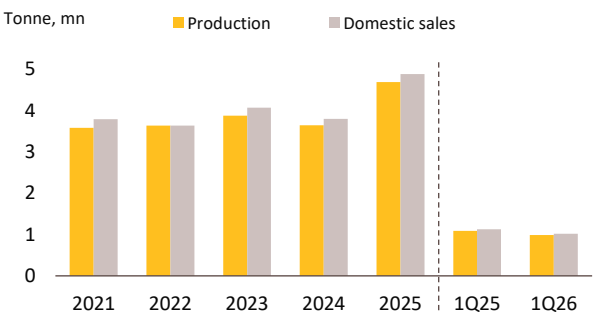
  - **ปี 2568 ภาพรวมอุตสาหกรรมเหล็กของไทยปรับตัวดีขึ้นค่อนข้างชัดเจน โดยปริมาณการผลิตเหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณโดยรวมอยู่ที่ประมาณ 4.69 ล้านตัน เพิ่มขึ้นถึง 28.9% ขณะที่ปริมาณการจำหน่ายในประเทศอยู่ที่ 4.88 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 28.5%** จากที่หดตัวทั้งปริมาณการผลิตและจำหน่ายในปีก่อนหน้า (ภาพที่ 7) แรงขับเคลื่อนหลักมาจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐที่เร่งตัวขึ้น จากฐานต่ำในปี 2567 โดยเฉพาะโครงการด้านคมนาคมและสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ที่กลับมาเดินหน้าก่อสร้างมากขึ้น รวมถึงความต้องการใช้จากโครงการลงทุนภาคเอกชนในส่วนของภาคอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม โดยเฉพาะการก่อสร้างโรงงาน คลังสินค้า และโลจิสติกส์ต่างๆ ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโครงการในอุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ โครงการ Data Center ยานยนต์ไฟฟ้า ขณะที่อุปสงค์ในการใช้เหล็กก่อสร้างจากโครงการที่อยู่อาศัยยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่

    ด้านการส่งออก เหล็กเส้นมีปริมาณส่งออกทรงตัวอยู่ที่ราว 3 แสนตัน หรือขยายตัวเพียง 0.1% (ภาพที่ 8) แรงหนุนจากตลาด สปป.ลาวและอินโดนีเซีย ซึ่งเติบโตถึง 58.1% และ 59.2% ตามลำดับ จากการลงทุนโครงการพัฒนาเมืองและโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขยายตัวต่อเนื่อง สวนทางกับบางตลาดหลัก เช่น แคนาดา เมียนมา และอินเดีย ซึ่งลดลง -6.6%, -2.6% และมากกว่า -100% ตามลำดับ จากการหันมาใช้เหล็กที่ผลิตภายในประเทศมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันกับเหล็กจากจีนมากขึ้น **ส่วนเหล็กโครงสร้างรูปพรรณเพิ่มขึ้น 9.3%** อยู่ที่ประมาณ 3.3 แสนตัน โดยมีสิงคโปร์เป็นตลาดหลักที่ขยายตัวได้ดี **สำหรับการนำเข้ายังคงเพิ่มขึ้นทั้งเหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้าง โดยเพิ่มขึ้น 3.3% และ 14.8% ตามลำดับ** ส่วนใหญ่มาจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยจีนยังครองสัดส่วนสูงถึงประมาณ 51% ของการนำเข้าทั้งหมด

  - **ไตรมาส 1 ปี 2569 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายเหล็กในประเทศหดตัว -9.6% และ -9.8% YoY ตามลำดับ** (ภาพที่ 7) สะท้อนภาวะอุปสงค์ที่ซบเซาลง โดยผู้รับเหมาหลายรายชะลอการสั่งซื้อเหล็กใหม่ตามภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติตะวันออกกลาง ประกอบกับการระบายเหล็กที่ได้มีการเร่งสะสมสต็อกไว้ตั้งแต่ช่วงที่ราคาเหล็กปรับลดลงมากในปี 2568 ก่อนที่ราคาเหล็กจะมีทิศทางทยอยปรับเพิ่มในช่วงเดือนมีนาคม 2569 ส่งผลให้ความต้องการใช้เหล็กลดลงมากโดยเฉพาะในงานก่อสร้างที่มีสัดส่วนการใช้เหล็กไม่สูงมาก เช่น งานปรับปรุงอาคาร หรือระบบสาธารณูปโภค

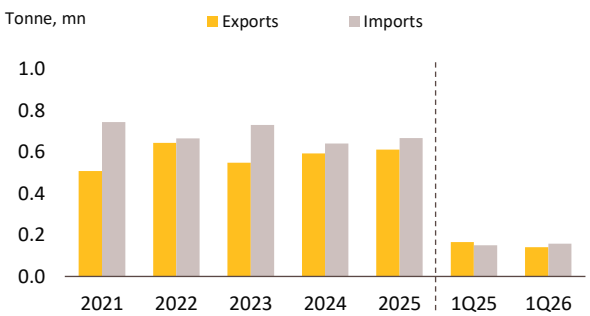
    ด้านปริมาณส่งออกอยู่ที่ 1.4 แสนตัน หดตัว -15.5% YoY (ภาพที่ 8) โดยหดตัวทั้งเหล็กเส้น (-27.6% YoY) และเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ (-2.2% YoY) **สวนทางกับปริมาณการนำเข้าเหล็กที่ยังเพิ่มขึ้น 4.6% YoY** จากการไหลเข้าของเหล็กราคาถูกจากจีน เนื่องจากผู้รับเหมาพยายามควบคุมต้นทุนจากวัสดุก่อสร้างโดยรวมที่มีทิศทางปรับสูงขึ้นตามราคาพลังงานและค่าขนส่ง ส่งผลให้ผู้ผลิตเหล็กในประเทศยังเผชิญการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง และกดดันให้ต้องลดอัตราการใช้กำลังการผลิตเหล็กในประเทศ

Figure 7: Production & Domestic Sales of Construction Steel



Source: ISIT

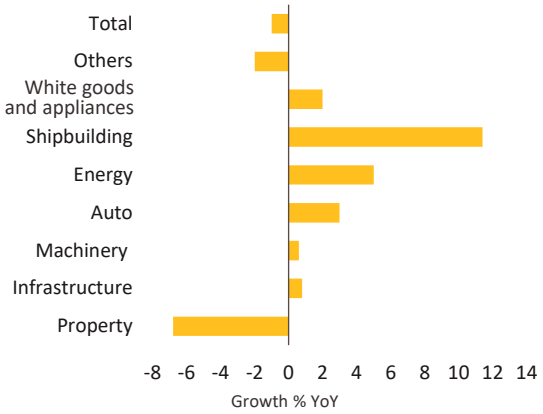
Figure 8: Exports and Imports of Construction Steel



Source: ISIT

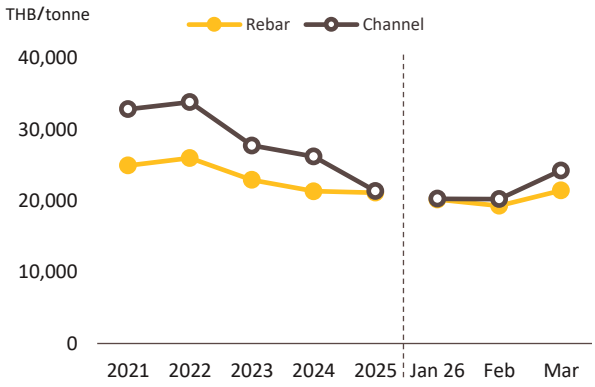
  - **ปี 2568 สถานการณ์ราคาเหล็กในตลาดโลกยังคงปรับลดลงต่อเนื่อง** ตามอุปทานส่วนเกินของโลกที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากการเร่งระบายสินค้าเหล็กของจีนออกสู่ตลาดโลกมากขึ้น ผลจากวิกฤตอสังหาริมทรัพย์ที่ยืดเยื้อจนส่งผลให้ความต้องการใช้เหล็กจากภาคธุรกิจนี้ของจีนลดลง -6.8% (ภาพที่ 9) ส่งผลกดดันให้ราคาเหล็กเส้นในประเทศไทยปรับลดลงตามมา อาทิ เหล็กตัวซี (Channel) 21,391 บาท/ตัน (-18.4%) เหล็กเส้นกลม (Rebar) เฉลี่ยที่ 21,165 บาท/ตัน (-0.9%) **ส่วนในไตรมาส 1 ปี 2569 ราคาเหล็กเส้นกลมและเหล็กตัวซียังลดลงต่อเนื่องที่ -6.0% YoY และ -3.5% YoY ตามลำดับ** (ภาพที่ 10) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเฉพาะเดือนมีนาคม 2569 หลังความขัดแย้งในตะวันออกกลางมีทิศทางยืดเยื้อ ส่งผลให้ต้นทุนในห่วงโซ่อุปทานของเหล็กปรับสูงขึ้น ทั้งราคาพลังงาน ค่าระวางเรือ และค่าขนส่ง ผลักดันให้ต้นทุนการนำเข้าเหล็กปรับเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยผู้ประกอบการบางส่วนเริ่มทยอยปรับราคาขายตามต้นทุนที่สูงขึ้น ทำให้ราคาเหล็กเส้นและเหล็กตัวซีในเดือนมีนาคม 2569 ปรับเพิ่มขึ้น 5.0% YoY และ 11.5% YoY ตามลำดับ

Figure 9: China's Downstream Demand by Sector (2025)



Source: S&P Global Commodity Insights

Figure 10: Average Domestic Steel Prices



Source: ISIT

- **กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก**

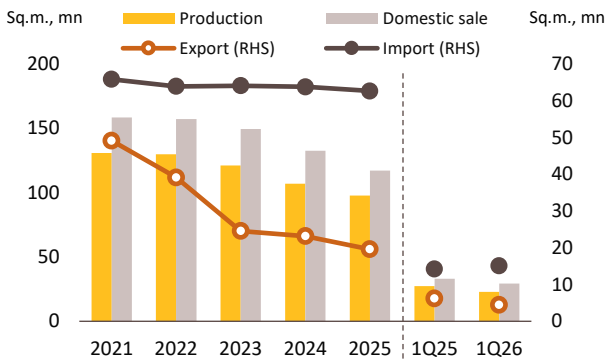
  - **ในปี 2568 อุตสาหกรรมกระเบื้องเซรามิกและสุขภัณฑ์ยังเผชิญแรงกดดันต่อเนื่องจากกำลังซื้อที่ฟื้นตัวได้จำกัด** ภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง และความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน ส่งผลให้ตลาดที่อยู่อาศัยชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายในประเทศของสินค้ากลุ่มนี้จึงหดตัว **โดยปริมาณการผลิตกระเบื้องเซรามิกลดลง** -8.7% **เหลือ** 97.7 **ล้านตร.ม. และสุขภัณฑ์ลดลง** -7.6% **เหลือ** 4.7 **ล้านชิ้น ขณะที่ยอดขายในประเทศของกระเบื้องลดลง** -11.6% **หดตัวต่อเนื่องเป็นปีที่** 6 **และสุขภัณฑ์ลดลง** -9.3% ท่ามกลางการแข่งขันจากสินค้านำเข้าราคาต่ำจากจีนที่ยังเข้ามากดดันผู้ผลิตในประเทศอย่างต่อเนื่อง (ภาพที่ 11 และ 12)

    สำหรับด้านการส่งออกและนำเข้า ปริมาณส่งออกกระเบื้องเซรามิกลดลง -15.0% จากการหดตัวของตลาดหลักอย่างกัมพูชาและญี่ปุ่น **ขณะที่สุขภัณฑ์ขยายตัว** 28.6% จากแรงหนุนของตลาดสหรัฐฯ ที่เร่งนำเข้าสินค้าก่อนการปรับขึ้นภาษี **ส่วนปริมาณการนำเข้ากระเบื้องและสุขภัณฑ์ลดลง** -17.1% **และ** -10.2% **ตามลำดับ** สะท้อนถึงภาวะก่อสร้างโครงการที่อยู่อาศัยในไทยที่ยังซบเซา ส่งผลให้ผู้รับเหมาและผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างยังคงมีสินค้าคงคลังอยู่ในระดับสูง

  - **ไตรมาส 1 ปี 2569 แม้การลงทุนก่อสร้างภาคเอกชนจะกลับมาขยายตัวได้ แต่การเติบโตส่วนใหญ่ยังมาจากโครงการอาคารที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย** (Non-dwellings) เช่น อาคารสำนักงาน โรงงาน และโครงการเชิงพาณิชย์ ขณะที่ภาคที่อยู่อาศัยยังเผชิญแรงกดดันจากที่อยู่อาศัยเหลือขายจำนวนมาก ท่ามกลางกำลังซื้อที่ยังอ่อนแอ โดยเฉพาะผลกระทบจากวิกฤติสงครามในตะวันออกกลาง ส่งผลให้ความต้องการใช้วัสดุตกแต่งบ้านยังซบเซาต่อเนื่อง **โดยปริมาณจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกและสุขภัณฑ์ในประเทศหดตัว** -11.4% **และ** -8.2% YoY **ตามลำดับ** (ภาพที่ 11 และ 12)

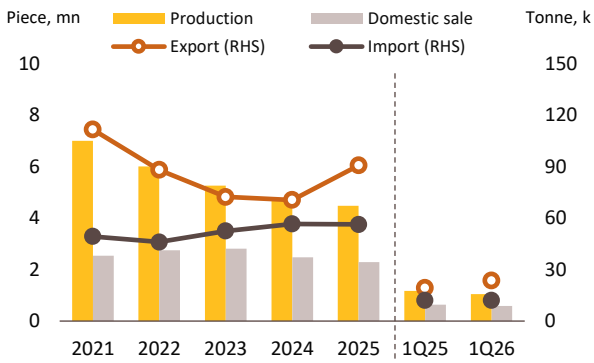
    ด้านการส่งออกและนำเข้า ปริมาณส่งออกกระเบื้องเซรามิกลดลง -27.8% YoY จากการหดตัวของตลาดหลักอย่างเมียนมาและสหรัฐฯ ที่หดตัว -38.7% และ -9.0% YoY ตามลำดับ สะท้อนภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาท่ามกลางค่าครองชีพที่สูงขึ้น ส่งผลให้กิจกรรมก่อสร้างและตกแต่งอาคารที่ต้องใช้กระเบื้องในหลายตลาดหลักชะลอตัว **อย่างไรก็ตาม ปริมาณส่งออกสุขภัณฑ์กลับเพิ่มขึ้น** 22.4% YoY โดยได้แรงหนุนสำคัญจากตลาดสหรัฐฯ (สัดส่วนถึง 62% ของการส่งออกสุขภัณฑ์ไทยทั้งหมด) ที่ขยายตัวสูงถึง 69.6% YoY ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเบี่ยงเบนทางการค้า หลังสหรัฐฯ ลดการสั่งซื้อสินค้าจากจีนต่อเนื่องภายใต้มาตรการขึ้นภาษีนำเข้า **ขณะเดียวกัน ปริมาณการนำเข้ากระเบื้องและสุขภัณฑ์ยังเพิ่มขึ้น** 5.8% **และ** 39.7% YoY **ตามลำดับ** (ภาพที่ 11 และ 12) เพื่อรองรับความต้องการในตลาดระดับพรีเมียมและตลาดเฉพาะทางซึ่งผู้ผลิตในประเทศยังมีข้อจำกัดในด้านการแข่งขันพัฒนารูปแบบและเทคโนโลยีการผลิต เช่น กระเบื้องแผ่นขนาดใหญ่ กระเบื้องดีไซน์เฉพาะ สุขภัณฑ์อัจฉริยะ รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว ซึ่งยังมีความต้องการต่อเนื่องรองรับทิศทางการทยอยฟื้นตัวของภาคธุรกิจบริการในอนาคต

Figure 11: Ceramic Tiles - Production, Domestic Sales, Exports and Imports



Sources: OIE & MOC

Figure 12: Sanitary Wares - Production, Domestic Sales, Exports and Imports



Sources: OIE & MOC

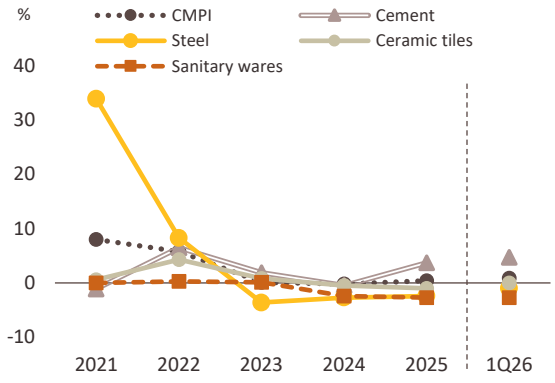
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (Construction Materials Price Indexes: CMPI) **ปรับเพิ่มขึ้นเพียง** 0.4% **ในปี** 2568 เทียบกับที่หดตัว -0.2% ปี 2567 (ภาพที่ 13) โดยดัชนีราคาหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก (สัดส่วนประมาณ 28% ของโครงสร้างต้นทุนวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการคำนวณดัชนี) ปรับลดลง -2.4% จากแรงกดดันด้านอุปทานภายหลังการระบายเหล็กส่วนเกินของจีนเข้าสู่ตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางภาวะชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะในกลุ่มเหล็กเส้นและเหล็กรูปพรรณ ขณะเดียวกัน ดัชนีราคาสุขภัณฑ์ และกระเบื้องยังคงปรับตัวลดลง -2.7% และ -1.0% ตามลำดับ จากผลของสต็อกในตลาดที่อยู่อาศัยที่ยังอยู่ในระดับสูง และการชะลอการลงทุนโครงการใหม่ในภาคอสังหาริมทรัพย์ ขณะที่ดัชนีราคาปูนซีเมนต์ (สัดส่วน 12%) ปรับเพิ่มขึ้น 3.7% ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการปรับตัวของอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ไปสู่การใช้พลังงานสะอาดและกระบวนการผลิตปูนซีเมนต์ที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ จากแรงกดดันภายใต้กฎระเบียบการค้าโดยเฉพาะสหภาพยุโรปและเป้าหมาย Net Zero ภายในปี 2593 ของไทย การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น โดยผู้ประกอบการได้ทยอยส่งผ่านต้นทุนบางส่วนไปยังผู้บริโภคผ่านการปรับราคาจำหน่าย ส่วนราคาผลิตภัณฑ์คอนกรีตเพิ่มขึ้นได้เล็กน้อย 0.9% จากการปรับกระบวนการผลิตเพื่อลดการปล่อยคาร์บอน และต้นทุนวัตถุดิบหลักที่สูงขึ้น อาทิ ปูนซีเมนต์ หิน และทราย

สำหรับไตรมาส 1 **ปี** 2569 **ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างยังคงปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ประมาณ** 0.9% YoY (ภาพที่ 13) ราคาสินค้าหมวดหลักส่วนใหญ่ยังอยู่ในทิศทางขาขึ้น โดยเฉพาะหมวดซีเมนต์ที่เพิ่มขึ้น 4.7% จากการปรับขึ้นราคาของผู้ผลิตให้สอดคล้องกับต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้น รวมถึงอานิสงส์จากความต้องการของภาครัฐ ขณะเดียวกัน หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีตเพิ่มขึ้น 1.4% ตามราคาวัตถุดิบและค่าขนส่งที่ปรับสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ดัชนีราคาหมวดสุขภัณฑ์ยังคงอ่อนตัวที่ -2.7% และหมวดกระเบื้องทรงตัว ตามภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ขณะที่หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ยังคงลดลงเล็กน้อยราว -1.0% จากปัญหาอุปทานส่วนเกินในตลาดโลก โดยเฉพาะจากจีนที่ยังส่งผลกดดันราคา

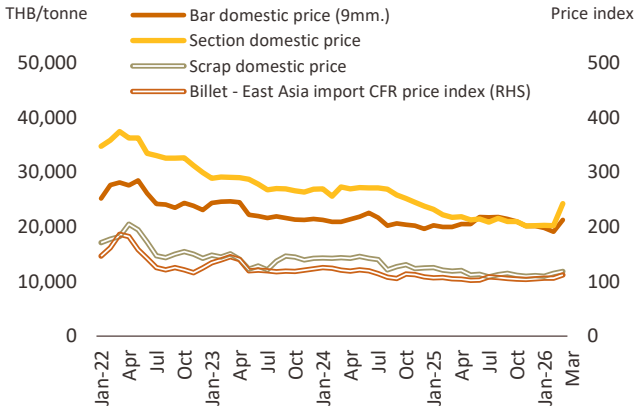
อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายเดือน จะเริ่มเห็นสัญญาณการเปลี่ยนแปลง โดยในเดือนมีนาคม 2569 ซึ่งเป็นช่วงหลังจากที่ความขัดแย้งในตะวันออกกลางเกิดขึ้นแล้ว 1 เดือน พบว่าราคาเหล็กเริ่มปรับเพิ่มขึ้นประมาณ 11.2% MoM และ 5.0% YoY ตามลำดับ จากต้นทุนวัตถุดิบ เช่น เหล็กแท่ง (Billet) และเศษเหล็ก (Scrap) ที่ราคาปรับสูงขึ้น รวมถึงค่าระวางเรือและค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ดังกล่าว โดยสรุปในภาพรวม ราคาวัสดุก่อสร้างยังทยอยปรับเพิ่มขึ้น แรงหนุนหลักมาจากทั้งหมวดซีเมนต์และคอนกรีตที่ได้รับแรงกดดันจากปัจจัยด้านต้นทุน รวมทั้งหมวดหมวดเหล็กและวัสดุตกแต่งที่ยังถูกกดดันจากอุปทานส่วนเกินและอุปสงค์ที่ฟื้นตัวช้า (ภาพที่ 14)

Figure 13: Construction Material Price Index (CMPI)



Source: MOC

Figure 14: Construction Steel's Domestic Price and Oversea Price Index



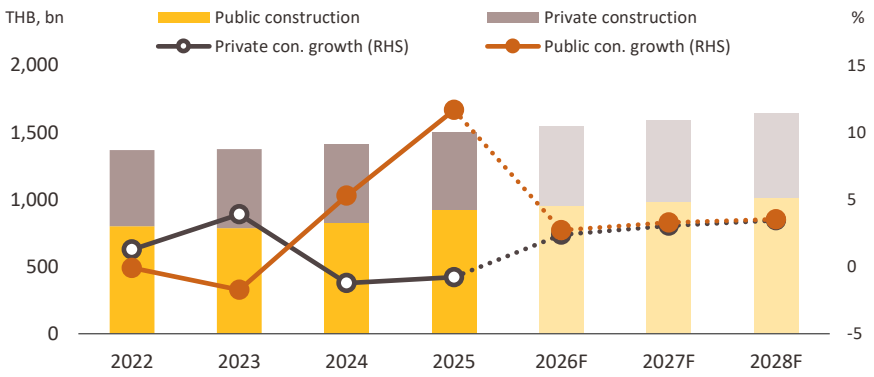
Source: ISIT

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างโดยรวมมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะวัสดุประเภทโครงสร้างที่จะได้แรงหนุนจากการลงทุนโครงการใหม่และโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ส่วนวัสดุตกแต่งแม้จะมีปัจจัยบวกจากการลงทุนก่อสร้างเชิงพาณิชย์และอาคารที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย แต่การขยายตัวของยอดขายยังถูกจำกัดจากภาคก่อสร้างที่อยู่อาศัยเอกชนซึ่งยังมีสต็อกคงค้างสูง ท่ามกลางภาวะกำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นเต็มที่ ภาพรวมดังกล่าวสะท้อนจาก*แนวโน้มการฟื้นตัวของตลาดก่อสร้างที่คาดว่าจะขยายตัว 2.5–2.7% ในปี 2569 ก่อนจะเร่งขึ้นเป็น 3.1–3.3% ในปี 2570 และ 3.4–3.6% ในปี 2571* (ภาพที่ 15) **แนวโน้มสถานการณ์ในปี 2569 จึงอาจยังไม่เอื้อต่อภาวะการเติบโตของอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างในภาพรวมมากนัก** เนื่องจากผู้ผลิตและผู้ค้าวัสดุก่อสร้างยังต้องเผชิญแรงกดดันทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ จากสถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางที่ยืดเยื้อ ส่งผลให้**ราคาน้ำมันปรับสูงขึ้น**และผลักดันต้นทุนการผลิตวัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมหนักที่ต้องใช้พลังงานในสัดส่วนสูงในกระบวนการผลิต อีกทั้งเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมากจึงเพิ่มภาระด้านต้นทุนค่าขนส่งทั้งด้านการขนส่งวัตถุดิบและสินค้าวัสดุก่อสร้างสำเร็จรูป ขณะที่ผู้ประกอบการอาจผลักภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวไปยังผู้บริโภคหรือผู้รับเหมาได้อย่างจำกัด ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ยังซบเซา อีกทั้งยังเป็นสินค้าในกลุ่มที่อยู่ภายใต้นโยบายควบคุมราคา

นอกจากนี้ การแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากจีนซึ่งได้เปรียบด้านราคายังคงรุนแรงเนื่องจากจีนเร่งระบายสินค้าส่วนเกินจากวิกฤติอสังหาฯ ในประเทศ ส่งผลกดดันให้ผู้ประกอบการในไทยต้องปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ทั้งด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาวัสดุที่สอดคล้องกับแนวทางสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุที่ช่วยลดการใช้พลังงานหรือลดการปล่อยคาร์บอน **อย่างไรก็ตาม ในปี 2570-2571 แนวโน้มรายได้ของผู้ผลิตและจำหน่ายวัดุก่อสร้างน่าจะขยายตัวดีขึ้น จากแรงหนุนของโครงการลงทุนภาครัฐ และการลงทุนของภาคเอกชนที่น่าจะทยอยฟื้นตัว โดยเฉพาะในภาคนิคมอุตสาหกรรม และอาคารก่อสร้างเชิงพาณิชย์ต่าง ๆ**

Figure 15: Construction Investment Forecast



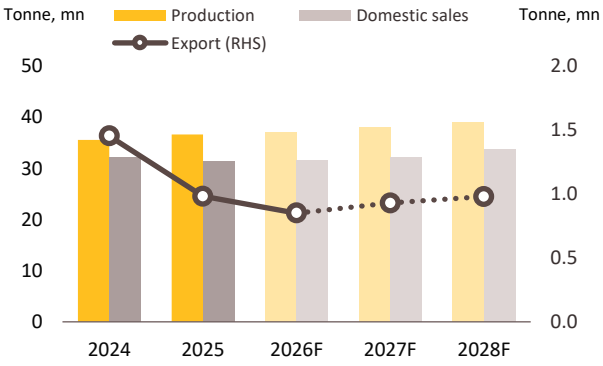
% YoY	2024	2025	2026F	2027F	2028F	2026F-2028F
Public	5.2	11.7	2.6-2.8	3.2-3.4	3.4-3.6	3.1-3.3
Private	-1.7	-0.8	2.3-2.5	2.9-3.1	3.3-3.5	2.9-3.1
Total	**2.2**	**6.5**	**2.5-2.7**	**3.1-3.3**	**3.4-3.6**	**3.0-3.2**

Sources: NESDC, forecast by Krungsri Research

- **กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง: รายได้โดยรวมมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตามภาวะก่อสร้างที่ทยอยฟื้นตัว โดยคาดว่าความต้องการปูนซีเมนต์และเหล็กก่อสร้างจะฟื้นตัวได้เร็วกว่ากลุ่มกระเบื้องและสุขภัณฑ์** แรงหนุนจากการลงทุนก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ภาครัฐ โดยเฉพาะในพื้นที่เชื่อมโยงกับ EEC และจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางยุทธศาสตร์การลงทุนในภูมิภาค ซึ่งจะเหนี่ยวนำโครงการก่อสร้างภาคเอกชนให้ขยายตัวตาม โดยเฉพาะการก่อสร้างโรงงานและนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่เกี่ยวเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตยังคงเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนและการแข่งขันกับสินค้าจีน โดยเฉพาะเหล็กก่อสร้างและกระเบื้องเซรามิก

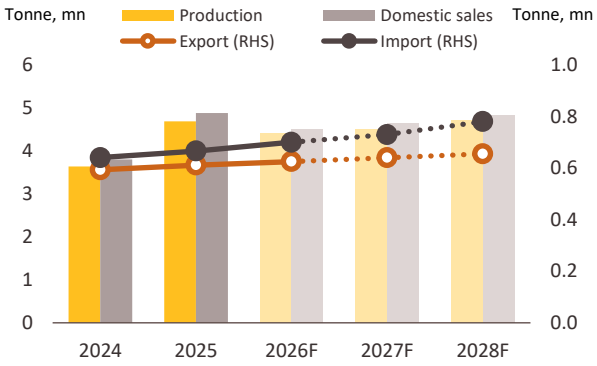
- **ปูนซีเมนต์และเหล็กก่อสร้าง: ในช่วงปี** 2569-2571 **คาดว่าปริมาณการจำหน่ายปูนซีเมนต์และเหล็กเส้น/เหล็กรูปพรรณในประเทศจะกลับมาเติบโตเฉลี่ยราว** 2.5 – 3.5% **ต่อปี** (ภาพที่ 16 และ 17) **อย่างไรก็ตาม ในปี** 2569 **ตลาดยังมีแนวโน้มทรงตัวหรือขยายตัวได้อย่างจำกัด** ภายใต้แรงกดดันจากการลงทุนก่อสร้างของหลายโครงการที่อาจยังล่าช้า[5/] ทั้งในส่วนของโครงการภาครัฐที่หลายโครงการยังมีอุปสรรค และโครงการก่อสร้างที่อยู่อาศัยของภาคเอกชนที่ยังได้รับแรงกดดันจากกำลังซื้อที่อ่อนแอ จำนวนที่อยู่อาศัยเหลือขายที่ยังคงสูง รวมถึงปัญหาสภาพคล่องทางการเงินของผู้รับเหมาบางราย ขณะเดียวกัน ต้นทุนวัสดุก่อสร้าง พลังงาน และค่าขนส่งยังอยู่ในระดับสูงจากผลกระทบของความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ซึ่งเพิ่มแรงกดดันด้านการดำเนินงานของผู้ประกอบการก่อสร้างและผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง
- **ทั้งนี้ คาดว่าตลาดจะขยายตัวดีขึ้นในช่วงปี** 2570–2571 ตามการทยอยลงทุนเพิ่มขึ้นในโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ ทั้งโครงการคมนาคม งานระบบสาธารณูปโภค และโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ที่มีแนวโน้มเข้าสู่ช่วงก่อสร้างจริงมากขึ้น โดยเฉพาะโครงการรถไฟทางคู่ รถไฟฟ้า รถไฟความเร็วสูง และการพัฒนาในพื้นที่ EEC ซึ่งจะช่วยหนุนความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างหลักให้ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป นอกจากนี้ การลงทุนภาคอุตสาหกรรมและโครงการก่อสร้างโรงงานจากนักลงทุนต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะเป็นอีกแรงหนุนสำคัญต่อความต้องการใช้ปูนซีเมนต์และเหล็กก่อสร้างในระยะข้างหน้า อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตเหล็กในไทยอาจยังคงเผชิญความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง โดยเฉพาะการนำเข้าเหล็กราคาถูกจากจีน ซึ่งยังมีแนวโน้มไหลเข้าสู่ตลาดอาเซียนอย่างต่อเนื่องจากผลของปัญหากำลังการผลิตส่วนเกินในจีน ประกอบกับอุปสงค์ภายในประเทศจีนที่ฟื้นตัวช้ากว่าคาด ส่งผลให้ผู้ประกอบการจีนเร่งระบายสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อปริมาณการส่งออกเหล็กไทยในตลาดสำคัญโดยเฉพาะอาเซียน แม้ว่าความต้องการใช้เหล็กจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นก็ตาม[6/]ดังนั้น ภาวะดังกล่าวอาจยังจำกัดความสามารถในการปรับขึ้นราคาของผู้ผลิตไทย และกดดันความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการในระยะต่อไป

Figure 16: Cement Forecast



Sources: OIE, MOC, ISIT, forecast by Krungsri Research

Figure 17: Construction Steel Forecast



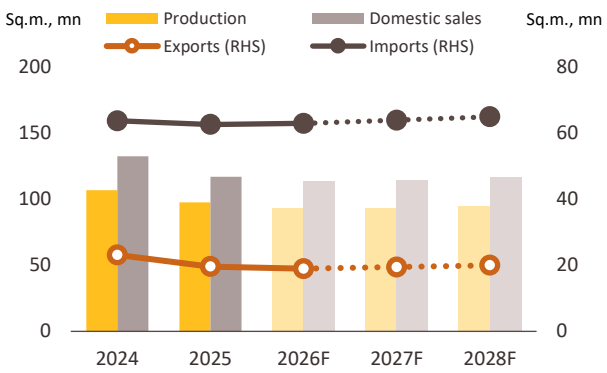
Sources: OIE, MOC, ISIT, forecast by Krungsri Research

- **กระเบื้องเซรามิกและสุขภัณฑ์เซรามิก: คาดในปี** 2569-2571 **ปริมาณการจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกและสุขภัณฑ์ในประเทศจะเติบโตเพียง** 1.0 – 1.5% (ภาพที่ 18 และ 19) **โดยปริมาณการจำหน่ายมีแนวโน้มทรงตัวหรือหดตัวเล็กน้อยในปี** 2569 ตามการชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ท่ามกลางความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจที่ได้รับแรงกดดันจากต้นทุนพลังงานสูงและกำลังซื้อที่อ่อนแอ **แต่จะทยอยฟื้นตัวในอัตราต่ำในปี** 2570-2571 ตามทิศทางของภาคอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนในภาคเอกชน สำหรับปริมาณการส่งออกกระเบื้องเซรามิกและสุขภัณฑ์คาดว่าจะหดตัวต่อเนื่อง ก่อนจะเริ่มขยายตัวในปี 2571 ภายใต้แรงกดดันจากการแข่งขันกับสินค้าจีนที่จะยังคงรุนแรงในตลาดโลก

5/ ความคืบหน้าของโครงการหลักทั้ง 4 โครงการยังล่าช้ากว่าแผนในระดับที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะโครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบินที่ยังอยู่ระหว่างการเจรจาเงื่อนไขร่วมลงทุน ด้านการพัฒนาโครงการสนามบินอู่ตะเภา ล่าช้าจากการติดปัญหาสัญญาและการเงิน ขณะที่โครงการท่าเรือแหลมฉบัง ระยะที่ 3 เนื่องจากปัญหาการตีความคุณสมบัติด้านเทคนิคของงานถมทะเลของทางรัฐและเอกชนไม่ตรงกัน ส่วนท่าเรือมาบตาพุด ระยะที่ 3 แม้จะมีความคืบหน้ามากกว่าโครงการอื่นๆ แต่ยังล่าช้าเนื่องจากรัฐบาลยังไม่ตัดสินใจว่าจะใช้รูปแบบ PPP (รัฐ–เอกชนร่วมลงทุน) หรือ G2G (รัฐต่อรัฐ) ในช่วงที่ 2 ของโครงการท่าเรือและพื้นที่ธุรกิจ (แปลง A และ C)

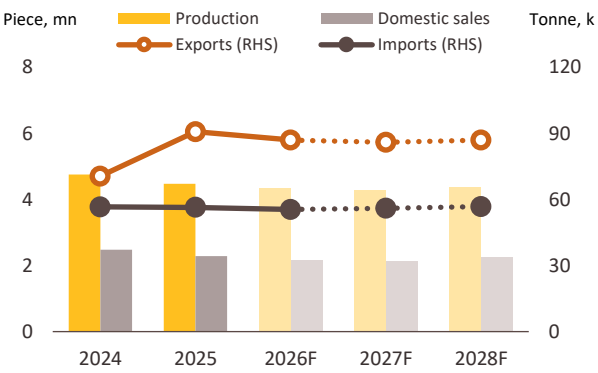
6/ รายงาน World Steel Short Range Outlook (Apr 2026) คาดในปี 2569-2570 ความต้องการใช้เหล็กของ ASEAN-5 (อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม) จะขยายตัวต่อเนื่องที่ 1.3% และ 2.4% ตามลำดับ ส่งผลให้ปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นสู่เกือบ 90 ล้านตัน

Figure 18: Ceramic Tiles Forecast



Sources: OIE, MOC, ISIT, forecast by Krungsri Research

Figure 19: Sanitary Ware Forecast



Sources: OIE, MOC, ISIT, forecast by Krungsri Research

Box 1 การปรับตัวสู่ความยั่งยืน (Sustainability) ของกลุ่มวัสดุก่อสร้าง

อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างของไทยกำลังเร่งปรับตัวสู่กระบวนการผลิตที่เน้นการลดคาร์บอน (Low-carbon transition) อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability) โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจาก (1) นโยบายภาครัฐด้านลดการปล่อยคาร์บอน (2) มาตรการการค้าระหว่างประเทศ เช่น มาตรการปรับราคาคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดนของสหภาพยุโรป (European Union Carbon Border Adjustment Mechanism: EU CBAM) และ (3) ความต้องการของผู้บริโภคและนักลงทุนที่ให้ความสำคัญกับ ESG (Environmental, Social, and Governance) มากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ทยอยลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ “Green materials” ครอบคลุมทั้งปูนซีเมนต์ เหล็ก กระเบื้อง และสุขภัณฑ์

ปูนซีเมนต์: อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ของไทยนับเป็นหนึ่งในกลุ่มวัสดุก่อสร้างที่มีความคืบหน้าในการลดการปล่อยคาร์บอนค่อนข้างชัดเจน สอดคล้องกับแนวโน้มในระดับโลกที่อุตสาหกรรมการผลิตปูนซีเมนต์มีการเร่งปรับตัวด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก[7/] อย่างต่อเนื่อง (International Energy Agency, IEA, 2024; สมาคมอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ไทย (TCMA), 2567) ด้วยการผลิตปูนซีเมนต์รักษ์โลก (หรือ Carbon-neutral cement, Green cement และ Low-carbon cement) หลังจากที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดให้ใช้ปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกเป็นมาตรฐานหลักตั้งแต่ต้นปี 2567 ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้เร่งปรับสูตรการผลิตเพื่อลดการใช้ปูนเม็ด (clinker) ควบคู่กับการพัฒนาปูนซีเมนต์ทางเลือก เช่น Limestone Calcined Clay Cement (LC3) ซึ่งสามารถลดสัดส่วน clinker ลงเหลือราวครึ่งหนึ่งของกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ยังมีการปรับเปลี่ยนเชื้อเพลิงในเตาเผาไปสู่พลังงานทางเลือก เช่น ชีวมวลและเชื้อเพลิงจากขยะ (RDF) ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยรวมปูนซีเมนต์คาร์บอนต่ำสามารถลดการปล่อย CO_2 ได้ราว 30–40% เมื่อเทียบกับปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์แบบเดิม สะท้อนการปรับตัวเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมภายใต้แรงกดดันด้าน ESG และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสากล ทั้งนี้ ปริมาณการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Cement) ในเอเชียแปซิฟิก (รวมถึงประเทศไทย) มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นจาก 0.81 ล้านตันในปี 2568 เป็น 1.68 ล้านตันในปี 2576 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) 9.58% ต่อปี สะท้อนถึงทิศทางความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างเพื่อรองรับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานแบบยั่งยืนของภูมิภาคนี้ในอนาคต (Regional Outlook / Asia-Pacific, Green Cement Global Market Report, Jan 2026)

เหล็กก่อสร้าง: อุตสาหกรรมเหล็กก่อสร้างเริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านสู่การผลิตคาร์บอนต่ำ โดยผู้ประกอบการทยอยเพิ่มสัดส่วนการใช้เตาหลอมไฟฟ้า (Electric Arc Furnace: EAF) และการใช้เศษเหล็กรีไซเคิล ซึ่งสามารถลดการปล่อยคาร์บอนได้มากกว่ากระบวนการแบบดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม การผลิตเหล็กคาร์บอนต่ำยังมีต้นทุนสูง ซึ่งอาจยังเป็นข้อจำกัดในการแข่งขันในตลาดส่งออก ภายใต้แรงกดดันจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศที่เข้มงวด เช่น CBAM เป็นต้น

7/ ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse gas) ที่สำคัญ อาทิ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ก๊าซมีเธน (CH_4) ก๊าซไนตรัสออกไซด์ (N_2O) และกลุ่มก๊าซฟลูออรินเนต เช่น ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF6) เพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) และไนโตรเจนไตรฟลูออไรด์ (NF3) รวมถึงสารซีเอฟซี (CFCs) เป็นต้น

Box 1 การปรับตัวสู่ความยั่งยืน (Sustainability) ของกลุ่มวัสดุก่อสร้าง (ต่อ)

Figure 20: Green Cement: Higher Upfront, Greater Long-Term Value



Sources: Green Cement Companies: 12 Leading Innovators in 2026, Climatesort (March 25, 2026)

Figure 21: Global Demand for Green Steel (2025–2040)



Sources: McKinsey, Global Demand for Low-Cabon Steel and Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation

กระเบื้องเซรามิก: ผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิกมีแนวโน้มปรับตัวผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพด้านพลังงานและการใช้ทรัพยากร โดยการใช้เตาเผาประสิทธิภาพสูงและการเพิ่มสัดส่วนวัตถุดิบรีไซเคิล ซึ่งช่วยลดการใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิตได้ประมาณ 10–20% ขณะเดียวกัน ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้แรงหนุนจากการเติบโตของอาคารสีเขียว โดย World Green Building Council ประเมินว่า อาคารสีเขียวสามารถลดการใช้พลังงานได้ราว 25–30% และลดการใช้น้ำได้ประมาณ 20–30% ส่งผลให้ผู้พัฒนาโครงการมีแนวโน้มเลือกใช้วัสดุที่ผ่านมาตรฐานสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ทิศทางการเติบโตของความต้องการใช้กระเบื้องจากโครงการอาคารสีเขียวในไทยยังเผชิญข้อจำกัดจากภาวะอุปทานส่วนเกิน จากทั้งโครงการที่อยู่อาศัยและโครงการมิกซ์ยูสท่ามกลางกำลังซื้อที่รอเวลาฟื้นตัว

สุขภัณฑ์เซรามิก: การพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์เซรามิกมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการใช้ทรัพยากร โดยเฉพาะเทคโนโลยีประหยัดน้ำ เช่น ระบบชำระล้างแบบใช้น้ำน้อย (low-flow) ซึ่งสามารถลดการใช้น้ำได้ประมาณ 20–60% เมื่อเทียบกับสุขภัณฑ์แบบดั้งเดิม นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานและเพิ่มการใช้วัตถุดิบรีไซเคิล เพื่อตอบสนองแนวโน้มด้านความยั่งยืนและสุขอนามัย (wellness) ที่มีบทบาทมากขึ้นในภาคอสังหาริมทรัพย์ โดย Euromonitor International ระบุว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Millennials และ Gen Z มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความยั่งยืน (Sustainability) กลายเป็นแรงขับเคลื่อนมูลค่าเพิ่มของสินค้าในระยะยาว (World Green Building Council; Euromonitor International, 2024–2025) แนวโน้มของสุขภัณฑ์ในระยะหลังเริ่มเปลี่ยนจากการตอบโจทย์การใช้งานพื้นฐานเพียงอย่างเดียว ไปสู่การให้ความสำคัญกับฟังก์ชันที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งด้านเทคโนโลยี ความยั่งยืน และการออกแบบ ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยประหยัดน้ำ ใช้งานสะดวก และมีการออกแบบที่สอดรับกับภูมิทัศน์โดยรอบ ผู้ประกอบการจึงมีแนวโน้มพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ทั้งด้านประสิทธิภาพและความสวยงามควบคู่กันไป ทำให้สุขภัณฑ์ไม่ได้เป็นเพียงอุปกรณ์เพื่อการใช้งานพื้นฐาน แต่มีบทบาทในการยกระดับคุณภาพการใช้งาน ความสะดวกสบาย และสร้างประสบการณ์ในด้านการใช้พื้นที่ของวิถีชีวิตแบบใหม่อย่างลงตัว

Box 1 **การปรับตัวสู่ความยั่งยืน (Sustainability) ของกลุ่มวัสดุก่อสร้าง (ต่อ)**

Table 1 : Eco-Friendly Tiles Market Analysis

จุดแข็ง (Strengths)	**จุดอ่อน** (Weaknesses)
• สอดรับกับแนวโน้ม Green Building ในปัจจุบัน • สนับสนุนนโยบาย ESG และการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ • มีการใช้ วัสดุรีไซเคิล ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น • นวัตกรรมเด่น เช่น คุณสมบัติ สะท้อนความร้อน และ ฉนวนกันความร้อน	• ต้นทุนการผลิตสูงกว่ากระเบื้องทั่วไป • จำเป็นต้องลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตเพิ่มเติม • ราคาจำหน่ายสูง ทำให้ฐานลูกค้ายังไม่เป็นกลุ่ม Mass • รูปแบบการใช้งานหรือการเข้าถึงในตลาดบางส่วนยังจำกัด
โอกาส (Opportunities)	**ความเสี่ยง** (Threats)
• การขยายตัวของโครงการ Smart Building • พัฒนาสู่กระเบื้องฟังก์ชัน (เช่น Solar Tiles หรือกระเบื้องฟอกอากาศ) • ความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มโรงแรมและอาคารพาณิชย์ • กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐที่เป็นแรงหนุนสำคัญ	• ความไม่เสถียรของ Supply Chain วัตถุดิบรีไซเคิล • ต้นทุนมีความผันผวนตามราคาพลังงานและวัตถุดิบ • ผู้ประกอบการรายเล็ก อาจเสียเปรียบในการแข่งขันด้านต้นทุน • สภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความต้องการในตลาด

Source: Compiled by Krungsri Research

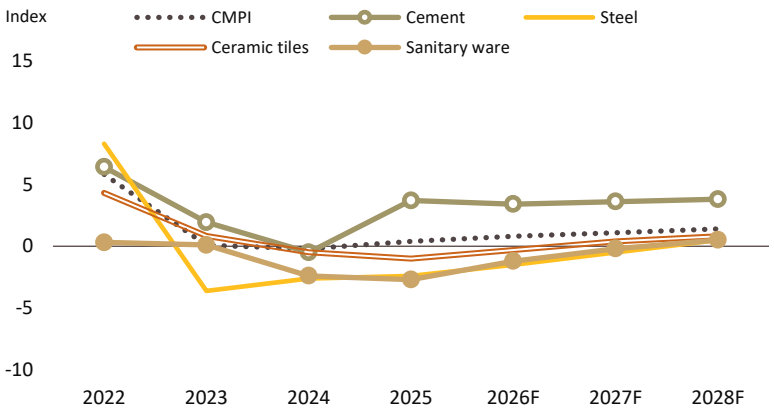
- **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง**: ในช่วงปี 2569-2571 ร้านค้าสมัยใหม่ยังคงมีศักยภาพในการเติบโตสูงกว่าร้านค้าดั้งเดิม แต่ผู้ประกอบการยังคงเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปี 2569 ซึ่งกำลังซื้อของผู้บริโภคยังถูกกดดันจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ท่ามกลางค่าครองชีพที่สูงตามทิศทางราคาพลังงาน

  - □ **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่: คาดรายได้มีทิศทางทรงตัวหรือขยายตัวได้จำกัดในปี 2569 ตามภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวก่อนจะปรับเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปในปี 2570-2571 จากการฟื้นตัวของกิจกรรมในตลาดอสังหาริมทรัพย์และตลาดซ่อมแซมที่อยู่อาศัย** โดยผู้ประกอบการเร่งปรับกลยุทธ์ขยายช่องทางจำหน่ายและรูปแบบธุรกิจให้หลากหลายมากขึ้น ได้แก่ (1) การปรับขนาดร้านค้าเพื่อขยายสาขาเข้าสู่แหล่งชุมชน (2) การพัฒนาร้านค้ารูปแบบใหม่ร่วมกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างรายใหญ่ เช่น SCG Home Boonthavorn เป็นต้น (3) ความร่วมมือด้านช่องทางจำหน่ายกับผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง (Distribution / Product zone) อาทิ CPAC – Global House (4) การเพิ่มสัดส่วนสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท (5) การพัฒนาช่องทางจำหน่ายแบบ Omni-channel ผ่านออนไลน์และ Marketplace เช่น Lazada และ Shopee และ (6) การให้ความสำคัญกับความยั่งยืน โดยจัดพื้นที่แสดงสินค้าในกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green material) และใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดพลาสติกเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของร้านค้าในเชิงบวกตามกระแสความยั่งยืนของโลก
  - □ **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม: คาดรายได้มีแนวโน้มลดลงถึงทรงตัวในปี 2569 จากกำลังซื้อที่ยังอ่อนแอโดยเฉพาะผู้บริโภคระดับกลาง-ล่างในตลาดภูมิภาค ซึ่งยังเผชิญปัญหาหนี้ครัวเรือนในระดับสูง ก่อนที่จะทยอยฟื้นตัวในปี 2570-2571 จากภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มกระเตื้องขึ้น** ตามทิศทางการลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหนี่ยวนำให้เกิดการลงทุนของธุรกิจเอกชน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจจะยังเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ที่ขยายสาขากระจายออกไปยังพื้นที่ในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันกับกลุ่มผู้ผลิตที่หันมาจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้กับผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างรายเล็ก

- **ปัจจัยท้าทายธุรกิจวัสดุก่อสร้าง: ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มแข่งขันปรับตัวสู่สายการผลิตวัสดุก่อสร้างรักษ์โลกมากขึ้น** ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีภาระต้นทุนเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในเทคโนโลยีด้านการผลิตสมัยใหม่และมีกระบวนการซับซ้อนเพิ่มขึ้น ท่ามกลางแรงกดดันจากราคาพลังงานที่ยังทรงตัวในระดับสูง ส่งผลให้ราคาสินค้าปรับเพิ่มขึ้นตาม เช่น เหล็กสีเขียว (Green steel) มีราคาสูงกว่าเหล็กทั่วไปประมาณ 15-40% (ขึ้นอยู่กับเกรด ความเข้มข้นของไฮโดรเจนที่ใช้ และระดับการรับรองคาร์บอนต่ำ, ที่มา: blog-tatanexarc.com, พ.ย. 68) ขณะที่**ผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างยังเผชิญการแข่งขันรุนแรง** ทั้งด้านการดำเนินงาน การตลาด และการบริการ ควบคู่กับการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์และบริการครบวงจร ซึ่งเพิ่มแรงกดดันในการรักษาส่วนแบ่งตลาดและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs

- **ราคาวัสดุก่อสร้างปี 2569-2571 โดยรวมมีแนวโน้มทยอยเพิ่มขึ้น** (ภาพที่ 22) โดยแรงหนุนของราคามาจาก (1) การฟื้นตัวของอุปสงค์ในภาคก่อสร้าง โดยเฉพาะในปี 2570-2571 ที่คาดว่าการลงทุนก่อสร้างโดยเฉพาะภาคที่อยู่อาศัยจะทยอยฟื้นตัว ขณะที่การก่อสร้างภาครัฐมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หลังการก่อสร้างภาครัฐอาจขยายตัวต่ำในปี 2569 (ความล่าช้าจากการจัดตั้งรัฐบาลใหม่) รวมถึงการขยายการลงทุนในโครงการพื้นฐาน ทำให้ความต้องการใช้เหล็กก่อสร้างในไทยเพิ่มขึ้น แม้การลดกำลังการผลิตของจีนจะช่วยพยุงราคาเหล็กโลก แต่การส่งออกเหล็กราคาต่ำจากจีนยังคงกดดันตลาด อย่างไรก็ตาม การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐจะช่วยหนุนอุปสงค์ในประเทศ ส่งผลให้ราคาวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป (2) ต้นทุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การผลิตปูนซีเมนต์คาร์บอนต่ำอาจมีต้นทุนสูงกว่าการผลิตแบบดั้งเดิมได้ถึงประมาณ45% เนื่องจากต้องใช้เทคโนโลยี เช่น การดักจับคาร์บอน (carbon capture) และพลังงานสะอาด (ที่มา: McKinsey & Company, Cementing your lead: The cement industry in the net-zero transition, ต.ค. 66) และ (3) ต้นทุนพลังงานที่ยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับสูง จากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่คาดว่าจะยังคงยืดเยื้อ โดยเฉพาะความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลางจะยังคงสร้างแรงกดดันต่อราคาพลังงานโลก ซึ่งส่งผลต่อเนื่องให้ต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งให้เพิ่มสูงขึ้น

Figure 22: Growth of Construction Material Price Index



Source: MOC, forecast by Krunsgsri Research

วิจัยกรุงศรี

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

สุจิต ชัยวิชญชาติ

ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค

วนิชา ดิเรกอุดมศักดิ์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

ปิยะวดี จิระศิริสุวรรณ

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

ทรรศิน กลิ่นถนอม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

กฤตพร ศิริใจชิงกุล

นักเศรษฐศาสตร์

ศุภสิน อิทธิพัทธ์วงศ์

นักเศรษฐศาสตร์

วณัช บัณฑิตาโสภณ

นักเศรษฐศาสตร์

ทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

พูลสุข นิลกิจศรานนท์

ผู้บริหารทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ณธัญอร รัตนาธรรมวัฒน์

นักวิจัยอาวุโส

นฤชยา สาตแฟง

นักวิจัย

ปริญญา มิ่งสกุล

นักวิจัย

ชณัฐฐา ธาระรส

นักวิจัย

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

ธมณ เสริญสุขสกุล

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

เชิดศักดิ์ ศรีชัยตัน

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

วงศกร แก้วอุดทัง

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ธเนศ มหัทธนาลัย

ผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ดร.ปฏิญญา หรรษ์อิทธินันท์

นักวิเคราะห์อาวุโส (IECC Project, Petrochemicals, Refinery, Bio-Diesel, Ethanol, Plastic)

ชัยวัช โชวเจริญสุข

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture, Agri-Machinery, Fertilizer)

ณัฐชาติ วิรุฬหอัศว

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture, Food & Beverages, Restaurant, FTA)

พุทธชาด ลุนคำ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors, Construction Materials, Hotels, Steel)

พัชรา กลิ่นชวนชื่น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Real Estate)

ธรัทนล ศรีทองเติม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industrial Estate, Mobile Operator, Modern Trade, Mass Transit, Transportation)

ประพันธ์ ลีน้อย

นักวิเคราะห์ (Power Generation, Renewable Energy, ESG, Taxonomy)

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล

นักวิเคราะห์ (Automobile, Auto Part, Auto-Hire Purchase)

รพีภูมิ ลาภมาก

นักวิเคราะห์ (Electronics & Electrical Appliances, PCB, Data Center, Digital)

ฉัตรวลี เมธาสถิตย์สุข

นักวิเคราะห์ (Healthcare, Pharmaceutical, Medical Devices)