แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2567-69

ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง



กันยายน 2567

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

ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างปี 2567 มีแนวโน้มหดตัวจากความล่าช้าของการอนุมัติและเบิกจ่ายงบประมาณของภาครัฐ ซึ่งจุดรั้งการลงทุนก่อสร้างทั้ง Megaprojects และโครงการสาธารณูปโภคทั่วไป ขณะที่ภาคก่อสร้างเอกชนยังซบเซาทั้งโครงการที่อยู่อาศัยและโครงการก่อสร้างเชิงพาณิชย์จากผลกระทบของภาวะกำลังซื้อที่รอการฟื้นตัว ท่ามกลางค่าครองชีพและอัตราดอกเบี้ยที่ยังสูง ส่งผลให้มูลค่าก่อสร้างโดยรวมมีแนวโน้มหดตัว -2.0% ถึง -3.0% ในปี 2567 ก่อนที่จะทยอยปรับเพิ่มขึ้นในอัตรา 4.5-5.0% และ 5.0-5.5% ในปี 2568 และ 2569 ตามลำดับ ตามการลงทุนก่อสร้างโครงการของภาครัฐที่คาดว่าจะเร่งตัวขึ้น รวมถึงโครงการก่อสร้างเอกชนและความต้องการบูรณะซ่อมแซมที่จะทยอยฟื้นตัวตามทิศทางกำลังซื้อที่เริ่มกระเตื้องขึ้น

แนวโน้มรายได้ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างจึงน่าจะยังคงซบเซาในปี 2567 ก่อนที่จะขยายตัวในปี 2568-2569 ตามความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างที่ทยอยฟื้นตัว โดยผู้ผลิตรายใหญ่มีแนวโน้มแข่งขันลงทุนด้านเทคโนโลยีเน้นการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอนตามกระแส ESG มากขึ้น ส่วนผู้ค้าจะเร่งพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างจะยังเผชิญปัจจัยเสี่ยงจากต้นทุนค่าพลังงานและค่าขนส่งที่ยังสูง รวมถึงแรงกดดันจากสินค้านำเข้าโดยเฉพาะจากจีนและเวียดนามที่ได้เปรียบด้านราคา

มุมมองวิจัยกรุงศรี

ธุรกิจการผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างยังถูกกดดันจากภาวะกำลังซื้อที่ซบเซาและความล่าช้าของโครงการก่อสร้างพื้นฐานในปี 2567 แต่มีแนวโน้มปรับดีขึ้นตามภาวะการก่อสร้างที่น่าจะทยอยฟื้นตัวในปี 2568-2569 ปัจจัยหนุนจาก (1) การขยายตัวของการลงทุนในโครงการก่อสร้างภาครัฐ (ทั้งในไทยและประเทศเพื่อนบ้าน) โดยเฉพาะโครงการขนาดใหญ่ (2) การฟื้นตัวของโครงการอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ตลอดจนหัวเมืองภูมิภาค และ (3) อุปสงค์ต่อการซ่อมแซมที่อยู่อาศัยที่จะปรับตัวดีขึ้นจากกำลังซื้อที่เริ่มทยอยฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจ

กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง:

- **ปูนซีเมนต์:** รายได้มีแนวโน้มยังคงซบเซาในปี 2567 แต่จะเริ่มเติบโตตามการฟื้นตัวของการลงทุนก่อสร้างโดยรวมในปี 2568-2569 ประกอบกับผู้ผลิตมีแนวโน้มขยายตลาดส่งออกใหม่ เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จากเดิมที่พึ่งตลาด CLM เป็นหลัก
- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ):** คาดว่ารายได้ของผู้ผลิตจะหดตัวในปี 2567 แต่จะทยอยฟื้นตัวในปี 2568 ในอัตราที่ไม่สูงมากนักเนื่องจากยังเผชิญภาวะการแข่งขันสูงจากสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีนและเวียดนาม

- **กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก:** คาดว่ารายได้จะปรับลดลงในปี 2567 หลังจากนั้นจะเริ่มทยอยฟื้นตัวตามทิศทางการก่อสร้างภาคอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะที่อยู่อาศัย แต่อาจเติบโตได้ในอัตราต่ำ จากภาวะสต๊อกคงค้างในภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ยังสูง และความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อ โดยเฉพาะโครงการที่อยู่อาศัยที่เน้นลูกค้ารายได้ระดับปานกลางลงมา รวมถึงแรงกดดันจากการแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีน

กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง:

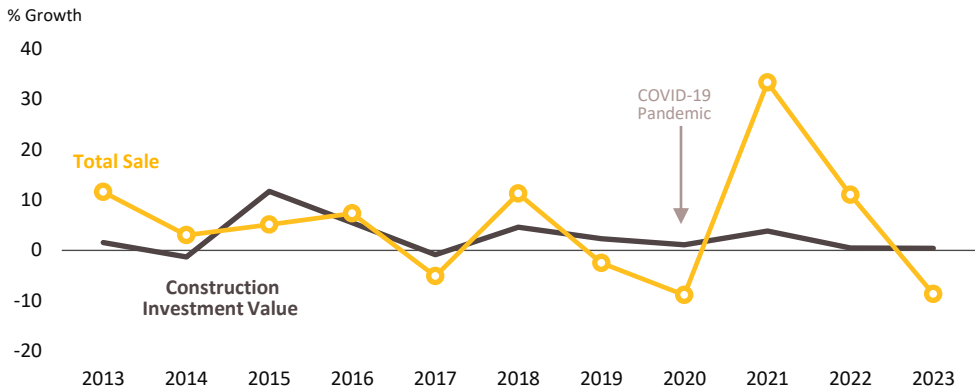
- **ร้านค้าสมัยใหม่:** รายได้มีทิศทางเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป ปัจจัยหนุนจาก (1) กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการลงทุนในภาคก่อสร้างที่จะกระเตื้องขึ้น (2) การเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขา และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ (3) การผลิตสินค้าแบรนด์ของตนเอง (House brand) มากขึ้น และ (4) พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่นิยมซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายครบวงจร พร้อมมีบริการเสริมหลังการขาย อาทิ การซ่อมแซม/ต่อเติมบ้าน
- **ร้านค้าดั้งเดิม:** **ร้านค้าส่ง** แม้รายได้จะยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ จากทิศทางธุรกิจก่อสร้างที่จะทยอยฟื้นตัว แต่ยังต้องเผชิญภาวะการแข่งขันสูงจากทั้งกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่และกลุ่มผู้ผลิตที่หันมาจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง **ร้านค้าปลีก** รายได้มีแนวโน้มทรงตัว โดยรายได้ส่วนใหญ่จะมาจากสินค้าวัสดุก่อสร้างกลุ่มซ่อมแซมและต่อเติมที่ยังขยายตัวได้บ้าง



ข้อมูลพื้นฐาน

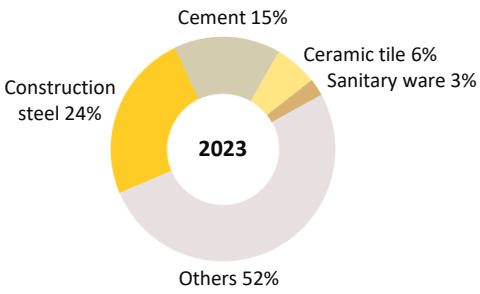
ธุรกิจวัสดุก่อสร้างเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญของภาคก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากต้นทุนวัสดุก่อสร้างมีสัดส่วนสูงถึง 60% ของมูลค่าการก่อสร้าง (ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต, 2558) ยอดขายวัสดุก่อสร้างจึงผันแปรในทิศทางเดียวกับภาวะการลงทุนภาคก่อสร้าง (ภาพที่ 1) ทั้งนี้ ประเภทของวัสดุก่อสร้างหลัก แบ่งเป็น วัสดุประเภทงานโครงสร้าง (ได้แก่ ปูนซีเมนต์ เหล็กก่อสร้าง) มีมูลค่าจำหน่ายโดยรวมคิดเป็นสัดส่วนเกือบ 40% ของมูลค่าการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างทั้งหมด และวัสดุประเภทงานตกแต่ง (ได้แก่ กระเบื้องเซรามิก เครื่องสุขภัณฑ์เซรามิก) สัดส่วน 10% (ภาพที่ 2) โดยวัสดุก่อสร้างประเภทหลัก (ยกเว้นเครื่องสุขภัณฑ์) มีสัดส่วนของปริมาณการจำหน่ายในประเทศมากกว่าการส่งออก (ภาพที่ 3)

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



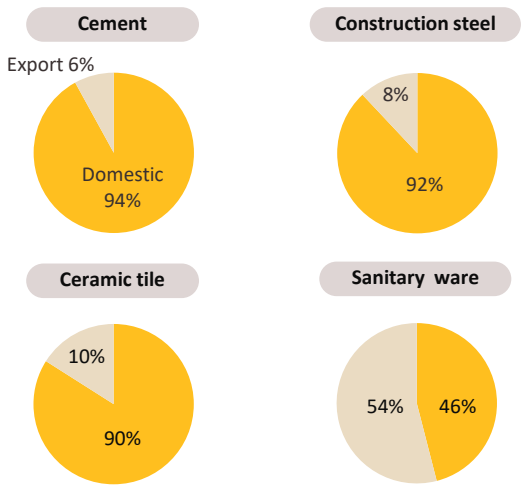
Source: Office of The National Economic and Social Development Council (NESDC), Office of Industrial Economics (OIE)
Note: Construction materials include cement, construction steel, ceramic tiles and sanitary wares.

Figure 2: Share of Total Sale Value by Major Product



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

Figure 3: Share of Sale Volume by Product and Market
(Average 2021-2023)



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

โครงสร้างผู้ประกอบการในธุรกิจ

- **กลุ่มผู้ผลิต**: ผู้ผลิตรายใหญ่และรายกลางซึ่งมีจำนวนรวมกันประมาณ 801 ราย[1/](ข้อมูลปี 2566) ส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทั้งด้านขนาดของเงินทุน การบริหารจัดการด้านการผลิต และอำนาจต่อรองกับ Suppliers (เช่น ด้านราคาและการส่งมอบวัตถุดิบ) จึงมีศักยภาพในการผลิตสินค้าได้จำนวนมาก ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำ (Economies of Scale) ขณะที่ผู้ผลิตรายเล็กซึ่งมีจำนวนประมาณ 2,153 ราย ส่วนใหญ่มีขนาดของเงินทุนจำกัดจึงยังผลิตปริมาณไม่มากด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่สูง ทั้งนี้ โครงสร้างธุรกิจวัสดุก่อสร้างประเภทหลักสามารถสรุปรายละเอียด ดังตารางที่ 1

- **กลุ่มผู้ค้า**: ปัจจุบัน (ปี 2566) มีจำนวนประมาณ 7,303 ราย[1/] แบ่งเป็น ผู้ประกอบการรายใหญ่ 280 ราย รายกลาง 1,172 ราย และรายเล็ก 5,851 ราย โดยจำแนกตามลักษณะการจำหน่ายและรูปแบบการให้บริการ ดังนี้

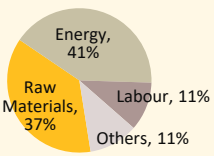
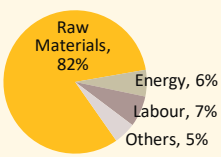
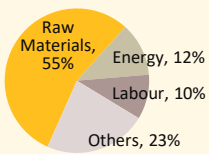
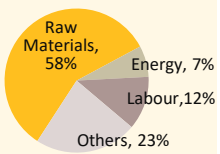
  - □ **กลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่** (Modern trade) ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่หน้าร้านจนถึงหลังร้าน จำหน่ายวัสดุก่อสร้างหลากหลายประเภท ตั้งแต่วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน วัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งบ้าน รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายกลางและรายใหญ่ ซึ่งมีความได้เปรียบจากฐานะการเงินที่แข็งแกร่งและต้นทุนบริหารจัดการที่ดี ผู้ประกอบการมีการขยายสาขาในต่างจังหวัดมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้ง่าย โดยเฉพาะบริการหลังการขาย เช่น งานบริการซ่อมแซม งานติดตั้งวัสดุ/อุปกรณ์ทั้งในและนอกตัวอาคาร เป็นต้น ผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น โฮมโปร (ร้านโฮมโปรเน้นขายปลีกและของตกแต่งบ้าน / เมกาโฮมเน้นขายส่งและงานรับเหมาก่อสร้าง) ไทวัสดุ สยามโกลบอลเฮาส์ ดูโฮม และบุญถาวร (ส่วนแบ่งตลาดรวมกัน 31% ของรายได้รวมในกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั้งหมด, ปี 2566)

  - □ **กลุ่มผู้ค้าแบบดั้งเดิม** (Traditional trade) ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างพื้นฐาน อาทิ ปูน ทราย และผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ (เช่น กลอนประตู ตะปู) จนถึงวัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งที่อยู่อาศัย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าภายในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงร้านค้า ผู้ค้าบางรายมีการบริหารจัดการที่ครบวงจรเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าสมัยใหม่ อาทิ มีสินค้าหลากหลายประเภท (ซึ่งรวมถึงสินค้าตกแต่งบ้าน) การปรับปรุงหน้าร้าน ระบบการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ ระบบตรวจสต๊อกสินค้าที่ทันสมัย ตลอดจนการให้บริการจัดส่งสินค้าที่เป็นระบบมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสียเปรียบกลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่ในด้านเงินทุน การทำตลาด และความแข็งแกร่งของแบรนด์ผู้ค้า



1/ เฉพาะที่มีงบการเงิน 6 ปีติดต่อกันช่วงปี 2561-2566

Table 1: Structure of the Construction Material Industry (Main Products) in Thailand

รายการ	ปูนซีเมนต์[2/]	เหล็กก่อสร้าง	กระเบื้องเซรามิก	สุขภัณฑ์เซรามิก
การผลิตและการลงทุน	• การประกอบธุรกิจต้องใช้เงินลงทุนสูง มีลักษณะการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รายใหม่จึงเข้าตลาดค่อนข้างยาก • ผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 10 ล้านตัน/ปี (3 ราย) มีกำลังการผลิตรวมกันคิดเป็นสัดส่วน 85% ของกำลังการผลิตปูนซีเมนต์ทั้งหมดในประเทศ)	• ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ ผู้ผลิตแบ่งเป็นกลุ่มที่มีเตาหลอมและกลุ่มที่ไม่มีเตาหลอม • ไทยยังไม่มีอุตสาหกรรมเหล็กต้นน้ำ จึงต้องนำเข้าวัตถุดิบเหล็กมาแปรรูป ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง ราคาเหล็กในประเทศผันแปรตามราคาในตลาดโลก	• ผู้ผลิตส่วนมากเป็นรายกลางและรายเล็กซึ่งมักรับจ้างผลิต • รายใหญ่มีเงินทุนจำนวนมาก จึงมีเทคโนโลยีการผลิตสูง และพัฒนาตราสินค้าของตัวเอง ครองส่วนแบ่งตลาดมากถึง 90% ของมูลค่าตลาดรวม	• ธุรกิจใช้เงินลงทุนสูง ส่วนใหญ่เป็นการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ • ผู้ผลิตรายใหญ่มี 5 ราย โดยมีทั้งบริษัทสัญชาติไทย บริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ และในเครือบริษัทระดับโลกที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย
ตลาดเป้าหมาย	• ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนเพียง 9% เนื่องจากสินค้ามีน้ำหนักมาก ต้นทุนการขนส่งไปต่างประเทศจึงสูง • ปริมาณการใช้ในการก่อสร้างภาคเอกชน (ที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม) มีสัดส่วน 60% ของตลาดในประเทศ ภาครัฐมีสัดส่วน 40%	• ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ โดยเฉพาะโครงการภาครัฐ ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนเพียง 11% • สินค้านำเข้าราคาถูกจากจีนเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น	• ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนเพียง 17% • สินค้าเผชิญการแข่งขันสูงกับคู่แข่งต่างชาติ (โดยเฉพาะด้านราคา) และสินค้าทดแทนที่มีให้เลือกหลากหลาย	• สัดส่วนตลาดในประเทศต่อตลาดส่งออกคิดเป็น 54:46 ส่วนใหญ่ถูกใช้ในภาคอสังหาริมทรัพย์ • ปัจจุบันภาวะการแข่งขันสูงขึ้นจากสินค้านำเข้าราคาถูกของจีน เทียบกับเมื่อก่อนที่นำเข้าเฉพาะสินค้า High-end
สัดส่วนโครงสร้างต้นทุน (IO Table 2015)				
ข้อมูลสถิติสำคัญเฉลี่ยช่วง 3 ปี (2564-2566)				
ปริมาณการผลิต	34.9 ล้านตัน/ปี	3.7 ล้านตัน/ปี	127.3 ล้าน ตร.ม./ปี	6.5 ล้านชิ้น/ปี
ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ	32.1 ล้านตัน/ปี	3.8 ล้านตัน/ปี	155.0 ล้าน ตร.ม./ปี	3.1 ล้านชิ้น/ปี
ปริมาณการส่งออก	2.5 ล้านตัน/ปี	0.6 ล้านตัน/ปี	37.6 ล้าน ตร.ม./ปี	9.1 หมื่นตัน/ปี
ปริมาณการนำเข้า[3/]	1.1 ล้านตัน/ปี	0.7 ล้านตัน/ปี	64.6 ล้าน ตร.ม./ปี	4.9 หมื่นตัน/ปี
อัตราการใช้กำลังการผลิต	69.9%	49.3%	62.2%	52.1%
ตัวอย่างผู้ประกอบการรายใหญ่	SCG, INSEE, TPI	TATA STEEL, GJS, SYS, MILLCON	SCG, GMI GROUP, DYNASTY TILETOP	SCG, KOHLER, TOTO, LIXIL, Villeroy & Boch

Sources: OIE, MOC, and ISIT, compiled by Krungsri Research

2/ ประกอบด้วยปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์และปูนซีเมนต์ผสม

3/ รวมกรณีการย้ายฐานการผลิตของผู้ผลิตชาวไทยไปตั้งโรงงานผลิตในต่างประเทศแล้วนำเข้ากลับมาไทย

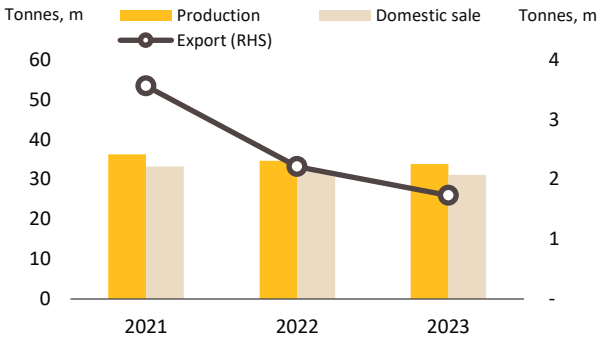
สถานการณ์ที่ผ่านมา

กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง

ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายในประเทศของวัสดุก่อสร้างหลักเกือบทุกประเภทในปี 2566 หดตัว ตามภาวะก่อสร้างโดยรวมที่ซบเซา ส่วนใหญ่เป็นผลจากโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐที่ค่อนข้างล่าช้า ตั้งแต่การเบิกจ่ายงบประมาณ (ส่วนหนึ่งจากผลของปัจจัยการเมืองในช่วงรอกระบวนการจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่) จนถึงการลงทุนก่อสร้าง ขณะที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในภาคเอกชนโดยรวมขยายตัวได้เพียงเล็กน้อย (ปี 2566 มูลค่าการลงทุนก่อสร้างขยายตัวเพียง 0.4% โดยมูลค่าการลงทุนก่อสร้างภาครัฐหดตัว -2.2% ขณะที่ภาคเอกชนเพิ่มขึ้น 3.9%) ด้าน**ปริมาณส่งออกลดลง**[4/]ตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าสำคัญโดยรวมที่ยังชะลอตัว ทำให้ผู้นำเข้าสินค้าส่วนใหญ่ยังคงมีสต๊อกวัสดุก่อสร้างเหลืออยู่ปริมาณมาก

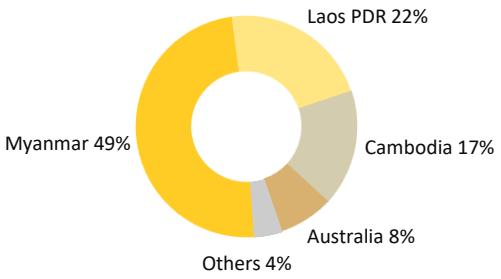
- **ปูนซีเมนต์**
  - **ปริมาณการผลิต** (ปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์และปูนซีเมนต์ผสม) อยู่ที่ 33.8 ล้านตัน หดตัว -2.4% ต่อเนื่องจากปี 2565 ที่หดตัว -4.3% ส่วน**ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ**มีจำนวน 31.1 ล้านตัน ลดลง -2.5% ต่อเนื่องจากปี 2565 ที่หดตัว -4.1% (ภาพที่ 4) จาก (1) ความต้องการใช้ที่ซบเซาตามภาวะหดตัวของการก่อสร้างภาครัฐ และ (2) ต้นทุนพลังงานที่ปรับสูงขึ้นทั้งด้านการผลิตและขนส่ง
  - **ปริมาณการส่งออก** (ไม่รวมปูนเม็ด) มีจำนวน 1.7 ล้านตัน ลดลง -21.8% คิดเป็นมูลค่า 4.1 พันล้านบาท ลดลง -13.3% ตามการหดตัวของตลาดส่งออกหลัก อาทิ เมียนมา ซึ่งมีสัดส่วน 49% ของปริมาณการส่งออกปูนซีเมนต์ทั้งหมดของไทย (ส่วนใหญ่เป็นปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์) (ภาพที่ 5) ลดลง -8.9% ผลจากความไม่สงบทางการเมืองในประเทศที่ยืดเยื้อ ทำให้โครงการก่อสร้างทั้งภาครัฐและเอกชนล่าช้า ด้านกัมพูชา (สัดส่วน 17%) หดตัว -43.1% จากความซบเซาในภาคอสังหาริมทรัพย์ ขณะที่ สปป.ลาว (สัดส่วน 22%) เพิ่มขึ้น 66.1% ตามการขยายการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ทั่วประเทศ แม้จะยังคงเผชิญแรงกดดันจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ อาทิ เงินกีบที่อ่อนค่ามากที่สุดในรอบ 20 ปี วิกฤตหนี้สาธารณะ และภาวะเงินเฟ้อ ที่มีผลต่อกำลังซื้อ

Figure 4: Cement - Production, Domestic Sales and Exports



Source: OIE (Portland cement และ Mixed cement)

Figure 5: Cement Export Markets by Volume (2023)

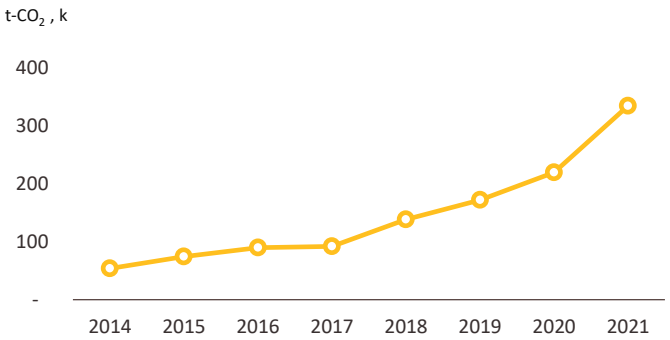


Source: MOC

4/ ปริมาณส่งออกของวัสดุก่อสร้าง ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ เหล็กก่อสร้าง กระเบื้องเซรามิก และสุขภัณฑ์เซรามิก

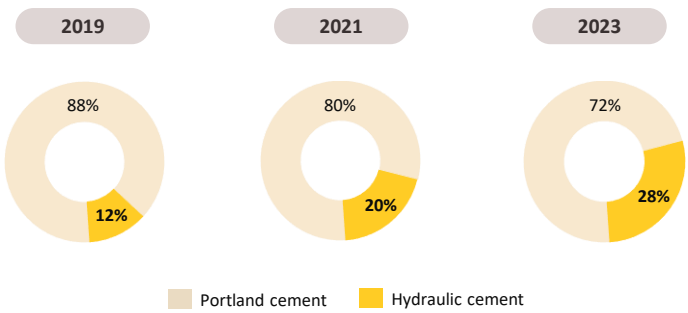
□ ที่ผ่านมา ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้นำเทคโนโลยี/นวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนากระบวนการผลิตปูนซีเมนต์ให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable development) อาทิ การผลิตปูนซีเมนต์ไฮดรอลิก (Hydraulic cement) ซึ่งใช้วัสดุอื่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly materials) แทนการใช้ปูนเม็ด (Clinker)[5/]และมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ในขั้นตอนการผลิต ทั้งนี้ ปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกสามารถนำไปใช้ในงานก่อสร้างโครงสร้างประเภทต่างๆ ได้เช่นเดียวกับปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์ซึ่งยังใช้ปูนเม็ดในสัดส่วนสูง (ภาพที่ 6) โดยที่ผ่านมาประเทศไทยมีการผลิตปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเพื่อใช้ในประเทศและส่งออก (ภาพที่ 7) นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังปรับใช้พืชพลังงานชนิดอื่นมาเป็นเชื้อเพลิงแทนเชื้อเพลิงแบบเดิม (ถ่านหิน) เช่น หญ้าเนเปียร์ เป็นต้น ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงทดลองปลูก (ในโครงการสระบุรีแซนด์บ๊อกซ์)[6/]

Figure 6: The Estimated Amount of the Greenhouse Gas Reduction (t-CO2)
(by Using Hydraulic Cement)



Source: Thai Cement Manufacturers Association (TCMA)

Figure 7: Thailand Hydraulic Cement Exports



Source: Trademap
Note: HS 252329 , HS 252390

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

6/ โครงการสระบุรีแซนด์บ๊อกซ์ (เมืองต้นแบบคาร์บอนต่ำแห่งแรกในประเทศไทย) ได้ดำเนินการโครงการนำร่องปลูกหญ้าเนเปียร์ (Napier grass or Elephant grass) ในพื้นที่ประมาณ 100 ไร่ เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานในการผลิตปูนซีเมนต์ ซึ่งหญ้าเนเปียร์เป็นพืชพลังงาน สามารถดูดซึมคาร์บอนได้เร็วและยังนำไปเป็นอาหารสัตว์ได้ (สมาคมอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ไทย, กุมภาพันธ์ 2567)

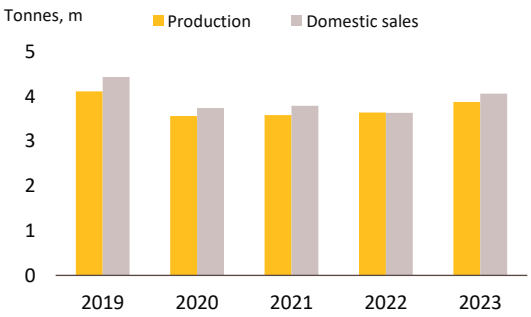
- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ**, Bar & HR section)

  - **ปริมาณการผลิตปี** 2566 อยู่ที่ 3.9 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 6.6% ขณะที่**ปริมาณการจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้น** 11.9% อยู่ที่ 4.1 ล้านตัน เทียบกับปี 2565 ที่ 3.6 ล้านตัน (-4.3%) (ภาพที่ 8) แรงหนุนจากการขยายตัวของการก่อสร้างภาคเอกชน ส่วนใหญ่มาจากโครงการที่รับช่วงจากการลงทุนก่อสร้างต่อเนื่องของภาครัฐ รวมถึงโครงการก่อสร้างต่อเนื่องของผู้รับเหมาขนาดกลางและเล็กบางรายที่ไม่สามารถส่งมอบโครงการก่อสร้างอาคารได้ทันตามแผนในปีก่อนหน้าจากปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน การขาดแคลนแรงงาน และต้นทุนก่อสร้างที่สูงขึ้น

  - **ปริมาณการส่งออก** เหล็กเส้นอยู่ที่ 2.6 แสนตัน เพิ่มขึ้น 2.7% จากการขยายตัวของตลาดหลัก อาทิ เมียนมา (+101.8%) อินเดีย (+35.0%) และ สปป.ลาว (+8.8%) ปัจจัยหนุนสำคัญมาจากการขยายการลงทุนในโครงการสาธารณูปโภคที่เป็นงานเชิงโครงสร้างของภาครัฐ ขณะที่เหล็กโครงสร้างรูปพรรณอยู่ที่ 2.9 แสนตัน หดตัว -26.2% (ภาพที่ 9) ตลาดหลักที่หดตัว อาทิ มาเลเซีย (-12.1%) สิงคโปร์ (-36.7%) และฟิลิปปินส์ (-47.6%) จากการเข้ามารุกตลาดของจีนมากขึ้น โดยมาเลเซียและสิงคโปร์มีมูลค่านำเข้าเหล็กโครงสร้างรูปพรรณจากจีนเพิ่มขึ้น 21.5% และ 12.4% ตามลำดับ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากจีนที่เร่งส่งออกเหล็กราคาถูกมายังตลาดอาเซียนมากขึ้นเพื่อเลี่ยงการกีดกันการค้าจากสหรัฐฯ ขณะที่ฟิลิปปินส์มีมูลค่านำเข้าจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 1.8% ด้าน**ปริมาณการนำเข้า**เพิ่มขึ้นทั้งเหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ 6.7% และ 44.1% ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ยังคงเป็นการนำเข้าจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ (ภาพที่ 10)

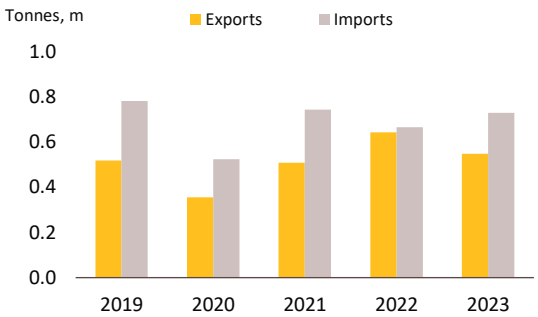
  - ปี 2566 สถานการณ์ราคาเหล็กในตลาดโลกปรับลดลง หลังจากมีการปรับสูงขึ้นมากในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยปี 2566 ราคาเหล็กเส้นซึ่งเป็นวัสดุก่อสร้างหลักปรับลดลงมาก อาทิ เหล็กเส้นกลม (Rebar) เฉลี่ยที่ 22,964 บาท/ตัน (-11.8%) เหล็กตัวซี (Channel) 27,783 บาท/ตัน (-18.0%) (ภาพที่ 11) ปัจจัยสำคัญจากการเร่งระบายสินค้าเหล็กออกสู่ตลาดโลกมากขึ้นของจีน และกดดันราคาเหล็กในตลาดโลกตามอุปทานที่เพิ่มสูงขึ้น จากผลของปัญหาวิกฤตในภาคอสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีสัดส่วนการใช้เหล็กมากที่สุดของจีน ขณะที่ปริมาณการผลิตเหล็กภายในประเทศจีนยังอยู่ในระดับสูง (ภาพที่ 12-13)

Figure 8: Production & Domestic Sales of Construction Steel



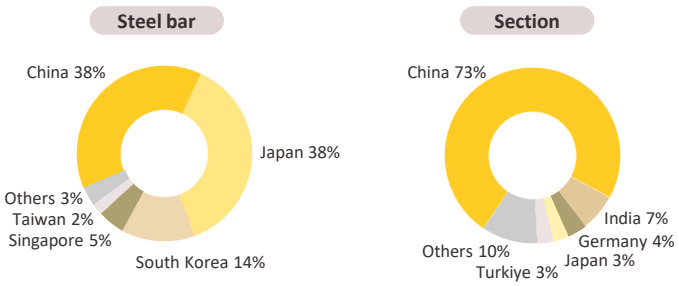
Source: ISIT

Figure 9: Exports and Imports of Construction Steel



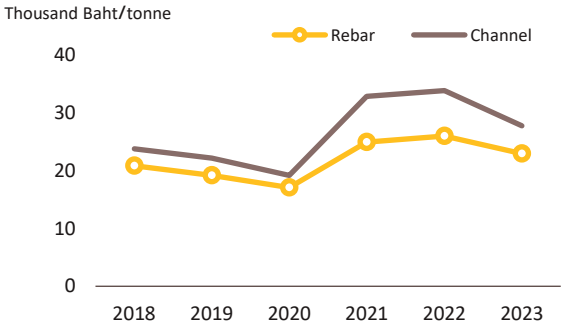
Source: ISIT

Figure 10: Thai Steel bar & Section Imports by Country (2023)



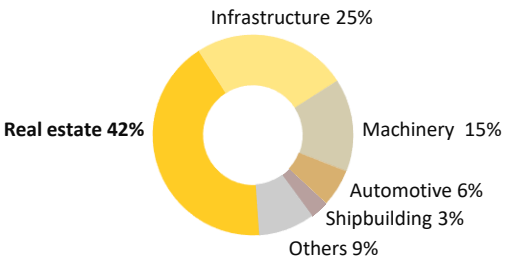
Source: ISIT

Figure 11: Average Domestic Steel Prices



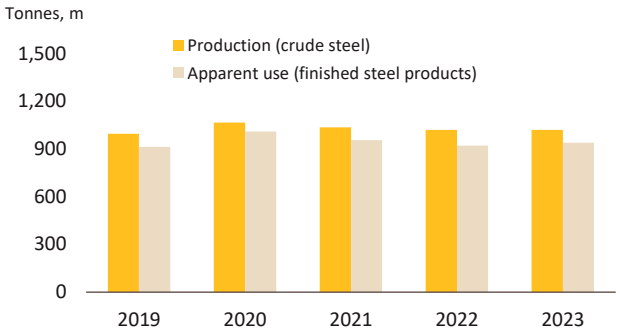
Source: ISIT

Figure 12: China Steel consumption by Type of End User



Source: Bloomberg Intelligence (2021)

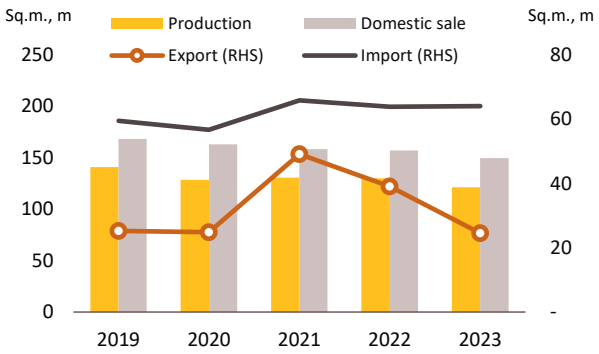
Figure 13: China Crude Steel Production & Apparent Steel Consumption



Source: Worldsteel

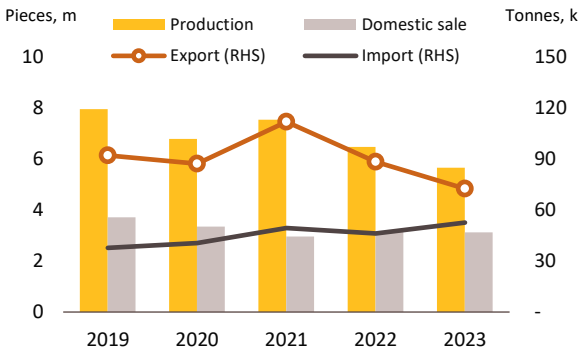
- **กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก**
  - **ปริมาณการผลิต**ของกระเบื้องปูพื้นและบุผนังเซรามิก มีจำนวน 121.3 ล้าน ตร.ม. หดตัว -6.7% ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิก มีจำนวน 5.7 ล้านชิ้น หดตัว -12.5% ในปี 2566 ขณะที่**ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ**ของกระเบื้องปูพื้นและผนังเซรามิกอยู่ที่ 149.6 ล้าน ตร.ม. หดตัว -4.8% ต่อเนื่องจากที่หดตัว -0.8% ในปี 2565 ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิกอยู่ที่จำนวน 3.1 ล้านชิ้น ลดลง -1.0% ตามภาวะซบเซาของการก่อสร้างที่อยู่อาศัย (ภาพที่ 14-15) ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะหนี้ครัวเรือนที่ปรับสูง ฉุดกำลังซื้อทั้งในส่วนของตลาดที่อยู่อาศัยใหม่และตลาดซ่อมแซม สะท้อนจากจำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนทั่วประเทศปี 2566 ที่ลดลง -3.3% (เทียบกับปี 2565 ที่เพิ่มขึ้น 5.1%) โดยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เชียงใหม่ ชลบุรี นครราชสีมา และขอนแก่น (สัดส่วนรวม 39% ของจำนวนบ้านสร้างเสร็จจดทะเบียนทั่วประเทศ) ลดลง -3.9% อยู่ที่ 158,870 ยูนิต จาก 165,363 ยูนิต ในปี 2565 ขณะที่ต้นทุนการผลิตและขนส่งวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้นตามราคาพลังงาน
  - **ปริมาณการส่งออก**ของกระเบื้องปูพื้นและผนังเซรามิก มีจำนวน 24.5 ล้าน ตร.ม. หดตัว -37.2% ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิก มีจำนวน 72.4 พันตัน หดตัว -17.9% ในปี 2566 (ภาพที่ 14-15) จากภาวะการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและกำลังซื้อที่ซบเซาในตลาดส่งออกหลัก โดยตลาดส่งออกหลักของกระเบื้องฯ ได้แก่ สปป.ลาว (สัดส่วน 21% ของปริมาณการส่งออกกระเบื้องเซรามิกทั้งหมดของไทย) หดตัว -42.9% จากการหันไปนำเข้าจากเวียดนามและอินเดียเพิ่มขึ้น โดยตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักอันดับ 1 (สัดส่วน 29% ของปริมาณการส่งออกหลักของสุขภัณฑ์เซรามิกทั้งหมดของไทย) หดตัว -14.8% ขณะที่กัมพูชา (สัดส่วน 9%) หดตัว -27.5% **ปริมาณการนำเข้า**ของกระเบื้องปูพื้นและผนังเซรามิก อยู่ที่ 64.1 ล้าน ตร.ม. เพิ่มขึ้นเพียง 0.3% โดยการนำเข้าจากจีน (แหล่งนำเข้าหลักอันดับ 1 ของไทย สัดส่วน 56% ของประมาณการนำเข้ากระเบื้องเซรามิกทั้งหมดของไทยปี 2566) หดตัว-8.9% จากจำนวนสินค้าคงคลังที่ยังอยู่ในระดับสูง โดย ณ สิ้นปี 2566 อยู่ที่ 41.5 ล้าน ตร.ม. เทียบกับสิ้นปี 2565 ที่ 36.6 ล้าน ตร.ม. ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิก มีจำนวน 52.6 พันตัน เพิ่มขึ้น 14.0% (ภาพที่ 14-15) ตามปริมาณการนำเข้าสุขภัณฑ์เซรามิกจากจีน (แหล่งนำเข้าหลักอันดับ 1 ของไทย สัดส่วน 96% ของประมาณการนำเข้าสุขภัณฑ์เซรามิกทั้งหมดของไทยปี 2566) ที่ขยายตัว 15.6%

Figure 14: Ceramic tile - Production, Domestic Sales, Exports and Imports



Sources: OIE & MOC

Figure 15: Sanitary ware - Production, Domestic Sales, Exports and Imports

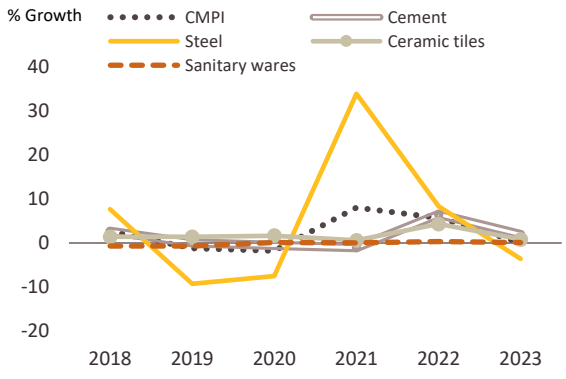


Sources: OIE & MOC

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

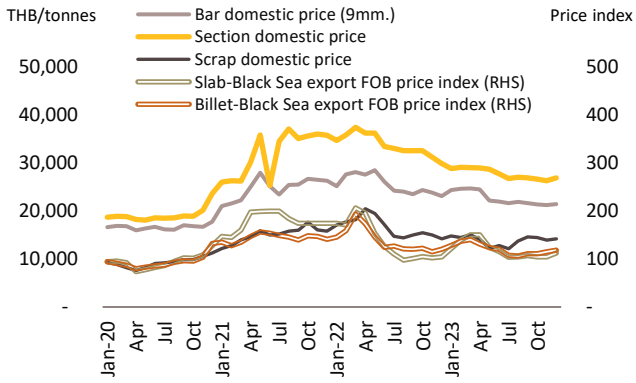
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (Construction Materials Price Indexes: CMPI) ปรับเพิ่มขึ้นเพียง 0.1% ในปี 2566 ชะลอลงจากปี 2565 ที่เพิ่มขึ้น 5.8% โดยดัชนีราคาหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก (สัดส่วน 29% ของน้ำหนักในการคำนวณดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างทั้งหมด) หดตัว -3.6% (ภาพที่ 16) จากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐในส่วนที่ใช้โครงสร้างเหล็กที่ยังล่าช้าตามการเบิกจ่ายงบประมาณ กอปรกับอุปทานส่วนเกินจากปัญหาวิกฤตอสังหาริมทรัพย์ของจีน ทำให้จีนต้องระบายสินค้าเหล็กส่งออกมากขึ้นโดยเฉพาะไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียน กดดันให้ราคาเหล็กในประเทศ (และตลาดโลก) ลดลงต่อเนื่องเมื่อเทียบกับปี 2565 (ภาพที่ 17) ขณะที่ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์คอนกรีตและปูนซีเมนต์ (สัดส่วน 17% และ 12% ตามลำดับ) เพิ่มขึ้น (เป็นการเพิ่มขึ้นในส่วนของคอนกรีตผสมเสร็จ คอนกรีตหยาบ และท่อระบายน้ำ) 1.9% และ 1.4% ตามลำดับ ตามต้นทุนด้านวัตถุดิบที่สูงขึ้น โดยเฉพาะราคาแร่ยิปซั่ม ที่เพิ่มขึ้น 5.0% ในปี 2566 เป็นต้น

Figure 16: Construction Material Price Index (CMPI)



Source: MOC

Figure 17: Construction Steel's Domestic Price and Oversea Price Index



Source: ISIT

สถานการณ์ครึ่งแรกปี 2567

มูลค่าการลงทุนภาคก่อสร้างโดยรวมในครึ่งแรกปี 2567 หดตัวรุนแรง -11.2% YoY โดยเป็นการหดตัวของการก่อสร้างภาครัฐ -19.3% YoY ปัจจัยสำคัญจากความล่าช้าของการดำเนินการงบประมาณปี 2567 ส่งผลให้โครงการต่างๆ โดยเฉพาะโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่หดตัวถึง -23.2% YoY แม้ว่ามูลค่าลงทุนก่อสร้างภาคเอกชนยังขยายตัวได้ 1.2% YoY จากการก่อสร้างในหมวดที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย (+6.7% YoY) ทำให้ภาพรวมของความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างยังซบเซาต่อเนื่อง

- **กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง**
  - **ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ**: **ปูนซีเมนต์และเหล็กก่อสร้าง**ลดลง -12.2% YoY และ -15.6% YoY ตามลำดับ ขณะที่**กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก**หดตัว -8.8% YoY และ -11.1% YoY ตามลำดับ ตามการชะลอตัวของการลงทุนก่อสร้างที่อยู่อาศัยของภาคเอกชน (-3.2% YoY เทียบกับ +3.6% YoY ครึ่งแรกปี 2566) จากผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา แรงกดดันจากค่าครองชีพที่ยังสูง ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อทั้งในส่วนของตลาดบ้านใหม่ที่เน้นกลุ่มรายได้กลางและล่าง รวมถึงตลาดซ่อมแซมบ้าน ขณะที่โครงการก่อสร้างภาครัฐยังมีความล่าช้า
  - **การส่งออก**: ปริมาณการส่งออกวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่หดตัว โดยปริมาณการส่งออก**ปูนซีเมนต์**ลดลง -6.2% YoY อยู่ที่ 0.82 ล้านตัน โดยตลาดเมียนมา (ตลาดอันดับ 1 สัดส่วน 42%) หดตัว -17.8% YoY ตามภาวะการก่อสร้างที่ยังคงซบเซาผลจากปัญหาการเมืองในประเทศ แม้ว่า สปป.ลาว (ตลาดส่งออกอันดับ 2 มีสัดส่วน 33% ของปริมาณการส่งออกปูนซีเมนต์ของไทย) เพิ่มขึ้น 81.5% YoY ส่วนปริมาณการส่งออก**กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก**หดตัว -14.9% YoY และ -11.2% YoY ตามลำดับ (ตารางที่ 2) ส่วนใหญ่มาจากการหดตัวของตลาดเมียนมาซึ่งเป็นตลาดหลัก (-26.9% YoY และ -41.1% YoY สำหรับปริมาณส่งออกกระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก ตามลำดับ) จากกำลังซื้อที่ได้รับผลกระทบจากความไม่สงบภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม **เหล็กก่อสร้าง** ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น 35.4% YoY โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของเหล็กเส้นถึง 74.1% YoY อยู่ที่ 1.7 แสนตัน ส่วนหนึ่งจากการขยายตัวของตลาดหลัก อาทิ แคนาดา สปป.ลาว และออสเตรเลีย ขณะที่เหล็กโครงสร้างรูปพรรณขยายตัว 12.2% YoY แรงหนุนจากตลาดสิงคโปร์และออสเตรเลีย
  - **การนำเข้า**: ปริมาณการนำเข้าลดลงตามภาวะก่อสร้างโดยรวมที่ยังคงซบเซาต่อเนื่อง โดย**เหล็กก่อสร้าง**ลดลง -21.5% YoY จากการหดตัวของการนำเข้าเหล็กเส้นจากจีน (-38.3% YoY) ปริมาณนำเข้า**กระเบื้องเซรามิก**แม้ภาพรวมลดลงเล็กน้อย -0.3% YoY แต่การนำเข้าจากจีนยังคงเพิ่มขึ้น (+7.3% YoY) ขณะที่**สุขภัณฑ์เซรามิก**เพิ่มขึ้น 6.5% YoY โดยเฉพาะจากการนำเข้าสินค้าจีนซึ่งเร่งระบายสต๊อกโดยเพิ่มขึ้น 5.4% YoY

Table 2: Construction Materials Situation (1H24)

Products	Unit (million)	Production	% YoY	Domestic Sales	% YoY	Export Volume	% YoY
Cement	Tonnes	15.83	-9.1	14.50	-12.2	0.82	-6.2
Construction steel	Tonnes	1.79	-10.1	1.81	-15.6	3.28	35.4
Ceramic tile	Sq.m.	57.17	-9.8	71.13	-8.8	11.73	-14.9
Sanitary ware	Pieces	2.65	-5.9	1.41	-11.1	33,022 Tonnes	-11.2

Sources: OIE, MOC, ISIT, Krungsri Research

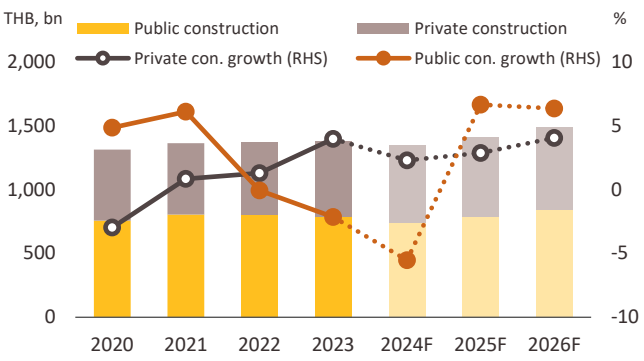
- **ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างโดยรวม**ปรับลดลง -0.7 % YoY โดยดัชนีราคาใน**หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก**ลดลง -2.8% YoY ผลจากอุปทานเหล็กส่วนเกินที่มาจากจีน ส่วน**หมวดซีเมนต์**ลดลงเล็กน้อยเพียง -0.3% YoY ตามทิศทางราคาพลังงาน (ถ่านหิน) ที่เริ่มทรงตัว ส่วน**หมวดกระเบื้องและหมวดสุขภัณฑ์**ลดลง -0.1% YoY และ -3.2% YoY (เป็นการหดตัวสูงสุดเมื่อเทียบกับวัสดุก่อสร้างหมวดอื่นๆ) ตามลำดับ จากภาวะชะลอตัวของการก่อสร้างที่อยู่อาศัยในประเทศ ท่ามกลางอัตราดอกเบี้ยที่ยังทรงตัวสูง

แนวโน้มธุรกิจ

ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างปี 2567 มีแนวโน้มหดตัวจากความล่าช้าของการอนุมัติและเบิกจ่ายงบประมาณของภาครัฐ ซึ่งฉุดรั้งการลงทุนก่อสร้างทั้ง Megaprojects และโครงการสาธารณูปโภคทั่วไป ขณะที่ภาคก่อสร้างเอกชนยังซบเซาทั้งโครงการที่อยู่อาศัยและโครงการก่อสร้างเชิงพาณิชย์จากผลกระทบของภาวะกำลังซื้อที่รอการฟื้นตัว ท่ามกลางค่าครองชีพและอัตราดอกเบี้ยที่ยังสูง **ส่งผลให้มูลค่าก่อสร้างโดยรวมมีแนวโน้มหดตัว -2.0% ถึง -3.0% ในปี 2567 ก่อนที่จะทยอยปรับเพิ่มขึ้นในอัตรา 4.5-5.0% และ 5.0-5.5% ในปี 2568 และ 2569 ตามลำดับ** ตามการลงทุนก่อสร้างโครงการของภาครัฐที่คาดว่าจะเร่งตัวขึ้น รวมถึงโครงการก่อสร้างเอกชนและความต้องการบูรณะซ่อมแซมที่จะทยอยฟื้นตัวตามทิศทางกำลังซื้อที่เริ่มกระเตื้องขึ้น (ภาพที่ 18) ซึ่งจะช่วยหนุนความต้องการใช้วัสดุก่อสร้าง แม้ผู้ผลิตและผู้ค้าวัสดุก่อสร้างจะยังเผชิญปัจจัยเสี่ยงจากต้นทุนค่าพลังงานและค่าขนส่งที่ยังสูง รวมถึงแรงกดดันจากสินค้านำเข้าโดยเฉพาะจากจีนและเวียดนามที่ได้เปรียบด้านราคา

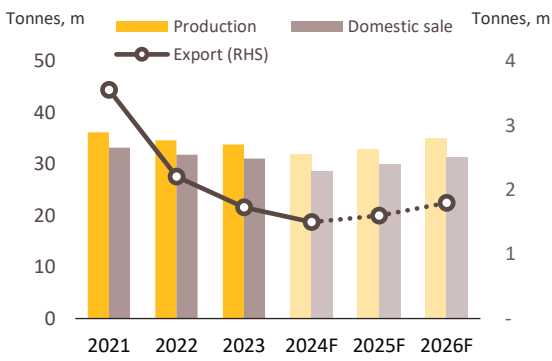
- **กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง**: รายได้โดยรวมมีแนวโน้มหดตัวในปี 2567 ตามภาวะซบเซาของการลงทุนในภาคก่อสร้าง แต่จะทยอยฟื้นตัวในปี 2568-2569 ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญมาจากการเร่งรัดดำเนินงานโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่โดยเฉพาะในพื้นที่ EEC และโครงการอื่นๆ ทั่วประเทศเพื่อให้สามารถเปิดดำเนินการได้ทันตามแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570 ของกระทรวงคมนาคม ซึ่งประกอบด้วยโครงการลงทุนทั้งหมด 77 โครงการ มูลค่าเงินลงทุน 337.8 พันล้านบาท รวมถึงโครงการเมกะโปรเจกต์ต่างๆ ในพื้นที่อื่น ซึ่งจะเหนี่ยวนำงานก่อสร้างภาคเอกชนให้ขยายตัวตามในปี 2568 และ 2569 โดยเฉพาะโครงการที่อยู่อาศัยตามแนวรถไฟฟ้าและเส้นทางคมนาคมสายใหม่ๆ ตลอดจนการก่อสร้างโรงงานและนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่เกี่ยวเนื่อง

Figure 18: Construction Investment Forecast



Source: NESDC, forecast by Krungsri Research

Figure 19: Cement Industry Forecast

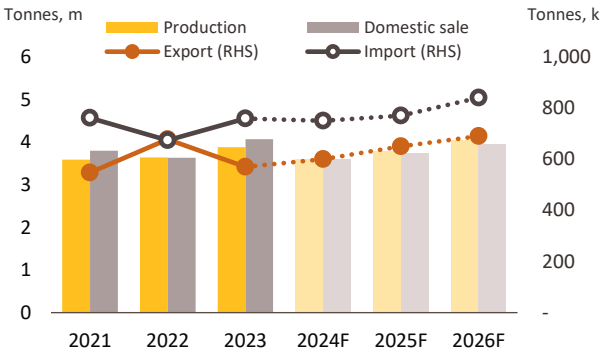


Source: OIE, forecast by Krungsri Research

- **ปูนซีเมนต์**: **ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ** มีแนวโน้มหดตัวต่อเนื่องในปี 2567 ที่ -7.0% ถึง -8.0% (ภาพที่ 19) และจะกลับมาขยายตัว 4.5-5.0% ต่อปี ในปี 2568-2569 อานิสงส์จากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่คาดว่าจะมีความคืบหน้ามากขึ้น โดยเฉพาะงานก่อสร้างระยะแรก เช่น งานวางฐานรากของทางยกระดับโครงการรถไฟฟ้า และงานก่อสร้างระบบรางเส้นทางใหม่ๆ ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ EEC **ส่วนปริมาณการส่งออก**คาดว่าจะยังซบเซาต่อเนื่องในปี 2567 ก่อนจะปรับตัวดีขึ้นในปี 2568-2569 ตามการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการลงทุนก่อสร้างในประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานและโครงการอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ GDP ปี 2567-2568 ของประเทศ CLMV และฟิลิปปินส์ (ตลาดส่งออกหลักอันดับ 5 ในสินค้าปูนซีเมนต์ขาว) จะขยายตัวต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ อาทิ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและกระจายความเสี่ยงในตลาดส่งออก

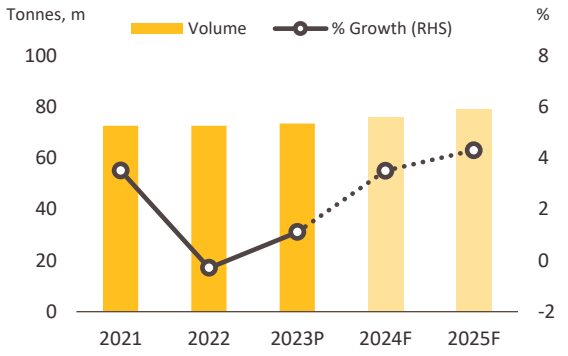
- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ)**: คาดว่า**ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ**ปี 2567 จะหดตัว -11.0% ถึง -12.0% และจะทยอยฟื้นตัว 4.0-5.0% ต่อปี ในปี 2568-2569 (ภาพที่ 20) อานิสงส์จากการลงทุนต่อเนื่องทั้งด้านโครงการภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในช่วงขยายตัวในอัตราเร่งขึ้น ส่วน**ปริมาณการส่งออก**มีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ปัจจัยหนุนจากการเร่งลงทุนก่อสร้างโครงการพื้นฐานในหลายประเทศหลังการคลี่คลายของ COVID-19 โดยเฉพาะอาเซียนซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของไทย สอดคล้องกับ Worldsteel ที่คาดว่าความต้องการเหล็กในตลาดอาเซียนจะเติบโต 3.5% ในปี 2567 (ปี 2566 ขยายตัว 1.1%) และ 4.3% ในปี 2568 (Worldsteel, เมษายน 2567) (ภาพที่ 21) ขณะที่**ปริมาณการนำเข้า**มีแนวโน้มขยายตัวตามการลงทุนและภาคการก่อสร้างที่จะทยอยฟื้นตัวเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม คาดว่าอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กในประเทศยังคงถูกกดดันจากการแข่งขันกับอุปทานสินค้านำเข้าที่ทยอยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสินค้าจากประเทศจีน ซึ่งไทยยังเสียเปรียบทั้งด้านต้นทุนการผลิตและแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำ ส่งผลให้อัตราการใช้กำลังการผลิตตกต่ำต่อเนื่อง โดยครึ่งแรกปี 2567 อยู่ที่ 29.3% เท่านั้น (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สิงหาคม 2567)

Figure 20: Construction Steel (Bar &Section) Forecast



Source: OIE, forecast by Krungsri Research

Figure 21: Forecast of Steel Demand in ASEAN 5



Source: The World Steel Association, as of April 2024
Note: ASEAN 5 Refers to Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, and Thailand



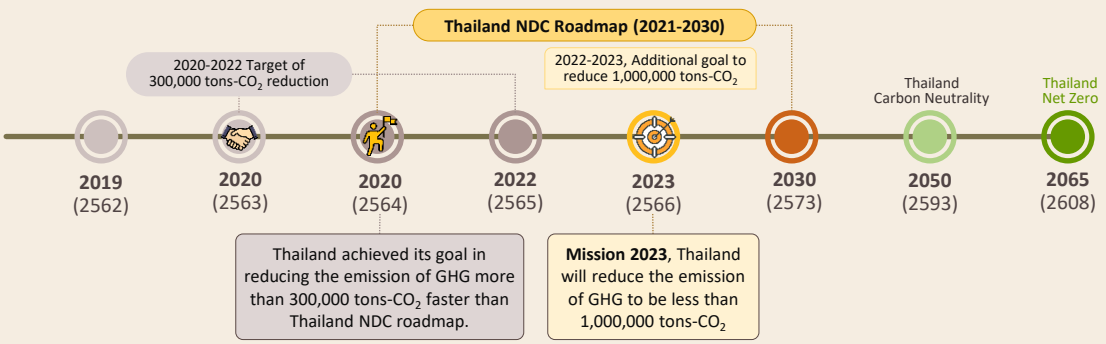
Box 1 การปรับตัวสู่ความยั่งยืน (Sustainability): ปูนซีเมนต์

ประเทศไทยกำลังก้าวสู่ยุคของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูนซีเมนต์คาร์บอนต่ำด้วยการเปลี่ยนมาใช้ปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกเป็นปูนซีเมนต์โครงสร้างหลัก เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2567 (สมาคมอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ไทย, เมษายน 2567) ทำให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายใหญ่มีแนวโน้มผลิตปูนซีเมนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green cement / Low carbon cement / Hydraulic cement) รวมถึงนำเข้าปูนซีเมนต์ประเภทนี้ในสัดส่วนมากขึ้นตามกระแสรักษ์โลก (ไตรมาส 1 ปี 2567 ไทยนำเข้าปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกเพิ่มขึ้น 39.6% YoY) เนื่องจากปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกจะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2 ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกประเภทหนึ่ง)[7/] ในกระบวนการผลิตได้มากถึง 40% เมื่อเทียบกับปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์ธรรมดาที่ปล่อย CO_2 เกือบ 60% ในการผลิตปูนซีเมนต์แต่ละตัน (Verified Market Research, November 2022)

นอกจากนโยบายลดการใช้ปูนเม็ดแล้ว ผู้ประกอบการได้ทยอยปรับเปลี่ยนเชื้อเพลิงที่ใช้ในเตาเผาซีเมนต์จากการใช้ถ่านหิน ไปเป็นการใช้เชื้อเพลิงชีวมวล (Biomass) และเชื้อเพลิงขยะมูลฝอย (Refuse Derived Fuel: RDF) ซึ่งช่วยลดการปล่อย CO_2 ประมาณ 9 -12 ล้านตัน CO_2/ปี (สมาคมอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ไทย, กุมภาพันธ์ 2567) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีการพัฒนาปูนซีเมนต์คาร์บอนต่ำชนิดใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ปูนซีเมนต์ดินเผาหินปูน (Limestone Calcined Clay Cement: LC^3) ซึ่งจัดเป็น Green cement ประเภทหนึ่งที่ลดการใช้ปูนเม็ดเหลือเพียง 50% ในการผลิต (ภาพที่ 23) และลดการปล่อย CO_2 เป็นต้น ทั้งนี้ ปูนซีเมนต์ดินเผาหินปูนมีราคาต่ำกว่าปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์เพราะมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าถึง 25% เนื่องจากประหยัดพลังงานและวัตถุดิบ (Adoption of Limestone Calcined Clay Cement and Concrete in The U.S. Market, A Joint Report by ACEEE and GE, มีนาคม 2567)

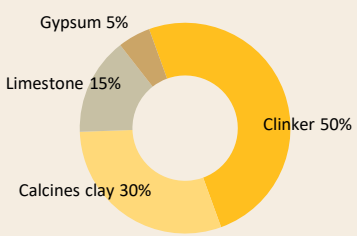
คาดว่าช่วงปี 2567-2576 มูลค่าตลาด Green cement ทั่วโลกจะเติบโตเฉลี่ย 5.4% ต่อปี จาก 653.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 มาอยู่ที่ 1,046.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2576 (Precedence Research, กุมภาพันธ์ 2567)

Figure 22: The Progress of the Clinkers Substitution



Source: Thai Cement Manufacturers Association (TCMA)

Figure 23: Materials Used for LC^3



Source: LC3 Project Office

Table 3: Approaches/Technologies to Lower Carbon Emissions from Portland Cement

Incorporating top-grade fly ash	Using a cement-lime mix	Using modified pozzolans	Firing low-energy clinker with CO_2
• This can replace up to 20% of the portland cement that is required.	• This can replace 5-15% of demand for Portland cement.	• Using modified fly ash and regular pozzolans can replace 50-100% of Portland cement content.	• This can cut use of portland cement by 20-50%.

Source: Green Cement Inc.

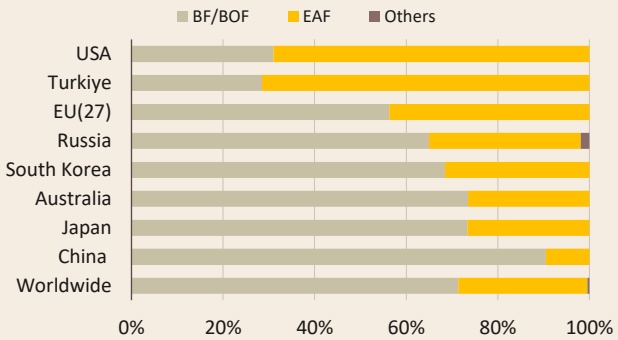
7/ ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse gas) ที่สำคัญ อาทิ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ก๊าซมีเธน (CH_4) ก๊าซไนตรัสออกไซด์ (N_2O) และกลุ่มก๊าซฟลูออรินเนต เช่น ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF6) เพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) และไนโตรเจนไตรฟลูออไรด์ (NF3) รวมถึงสารซีเอฟซี (CFCs) เป็นต้น

Box 2 การปรับตัวสู่ความยั่งยืน (Sustainability): เหล็กก่อสร้าง

ผู้ประกอบการไทยมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนมาใช้เตาหลอมไฟฟ้าหรือเตาอาร์คไฟฟ้า (Electric Arc Furnace: EAF) ในการผลิตมากขึ้น หลังจากที่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายใหญ่ได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนเตาเผามาเป็น EAF มานานแล้ว โดยการใช้ EAF นอกจากสามารถควบคุมคุณภาพน้ำเหล็กได้อย่างแม่นยำแล้ว ยังสามารถกำจัดสิ่งปนเปื้อนออกจากเหล็กในระหว่างการหลอมได้ รวมทั้งช่วยประหยัดพลังงานเมื่อเทียบกับเทคโนโลยีการผลิตเหล็กแบบอื่นถึง 75% (มิลล์คอนสตีล, 2565) นับเป็นกลไกสำคัญที่สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ และยังได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือ Green steel ต่างจากวิธีผลิตด้วยเตาตั้งเดิมแบบ IF (Induction Furnace) แม้จะใช้เตาหลอมที่ใช้ความร้อนจากการเหนี่ยวนำไฟฟ้า แต่ไม่สามารถกำจัดสิ่งที่ปนเปื้อนมากับเศษเหล็กออกได้ (มิลล์คอนสตีล, 2566) นอกจากนี้ เตาเผาแบบเดิมยังใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล อาทิ ถ่านหิน ซึ่งทำให้เกิดคาร์บอนจำนวนมากในการกระบวนการผลิต สำหรับผู้ประกอบการรายเล็กส่วนใหญ่ยังคงใช้เตา Blast furnace (BF) and Blast oxygen furnace (BOF) ในกระบวนการผลิต

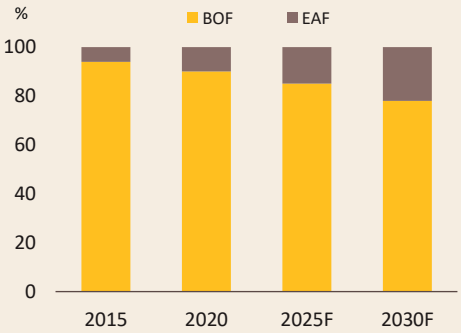
ปัจจุบันประเทศผู้ผลิตเหล็กรายสำคัญของโลกใช้ EAF ในการผลิตเหล็กในสัดส่วนเกือบ 30% ยกเว้นประเทศจีนมีสัดส่วนประมาณ 10% (ภาพที่ 24) ซึ่งทำให้ทางการจีนต้องออกมาตรการปิดโรงงานเหล็กที่ไม่ได้มาตรฐาน เพื่อควบคุมการปล่อยมลพิษของโรงงาน อย่างไรก็ตาม การผลิตเหล็กในประเทศจีนมีแนวโน้มใช้เตาหลอมไฟฟ้าเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 25) เนื่องจากจีนกำลังวางแผนที่จะลดการใช้พลังงานมากกว่า 2% ต่อตันเหล็ก ภายในปี 2568 ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น (1) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน (2) ระงับการอนุมัติโครงการที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม (3) เพิ่มสัดส่วนเหล็กที่ผลิตผ่านกระบวนการผลิตเหล็กของเตา EAF และ (4) ส่งเสริมการผลิตเหล็กโดย Hydrogen-based reduction เป็นต้น (สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย (ISIT), S&P Global Commodity Insights, มิถุนายน 2567)

Figure 24: Share of Crude Steel Made by Process
(% of Steel Output by Process, 2022)



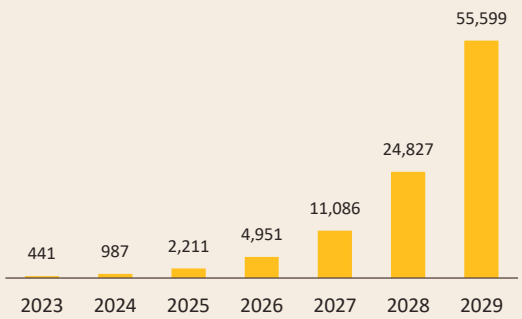
Source: Worldsteel (2023 World Steel in Figures)

Figure 25: China Crude Steel Production Forecast by Process



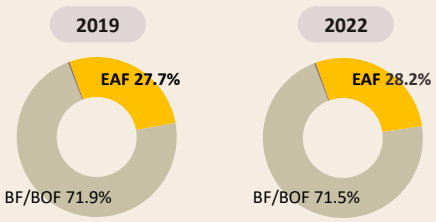
Sources: CoalMint, steelmintevents, and International Energy Agency (IEA)

Figure 26: Global Green Steel Market
(USD, bn)



Source: Precedence Research, February 2023

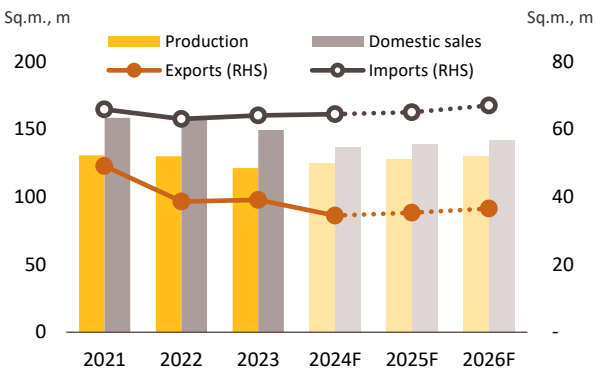
Figure 27: Global Crude Steel Made by Electric Arc Furnace Worldwide



Source: Worldsteel

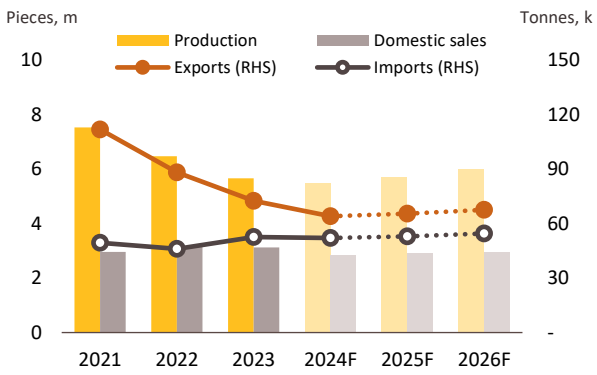
- **กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก**: คาดว่า**ปริมาณการจำหน่าย**กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกในประเทศปี 2567 จะยังซบเซาต่อเนื่อง โดยหดตัวเฉลี่ยประมาณ -8.0% ถึง -9.0% ก่อนที่จะทยอยฟื้นตัวได้ในอัตราต่ำเฉลี่ยประมาณ 1.0% - 2.0% ในปี 2568-2569 (ภาพที่ 28-29) ตามทิศทางของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ จากภาวะกำลังซื้อที่มีแนวโน้มกระเตื้องขึ้นตามกิจกรรมเศรษฐกิจในประเทศ และการกลับเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเท่ากับช่วงก่อน COVID-19 ในปี 2568 ช่วยหนุนการลงทุนก่อสร้างอาคารเชิงพาณิชย์ ทั้งโรงแรม สำนักงาน และที่พักประเภทต่างๆ **ปริมาณการส่งออก**กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกคาดว่าจะหดตัว -11.0% ถึง -12.0% ในปี 2567 และจะเติบโตเฉลี่ย 2.0% - 3.0% ในปี 2568-2569 ตามความต้องการของประเทศคู่ค้าหลัก โดยเฉพาะ สปป.ลาว และกัมพูชา โดยปี 2564 (ล่าสุด) ลาวนำเข้ากระเบื้องเซรามิกจากไทยในปริมาณมากที่สุดด้วยสัดส่วน 40% และ 50% ของปริมาณการนำเข้ากระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกทั้งหมดของลาว ตามลำดับ และยังมีแนวโน้มนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเพื่อใช้ในโครงการที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะทยอยฟื้นตัว หลังซบเซาหนักช่วง COVID-19 ส่วน**ปริมาณการนำเข้า**กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกของไทย คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 1.5% ต่อปี และ 1.2% ต่อปี ตามลำดับ ตามการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ทั้งที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม โดยจีนและเวียดนามยังคงเป็นแหล่งนำเข้าหลักของไทย

Figure 28: Ceramic Tiles Forecast



Sources: OIE, MOC, forecast by Krungsri Research

Figure 29: Sanitary Wares Forecast

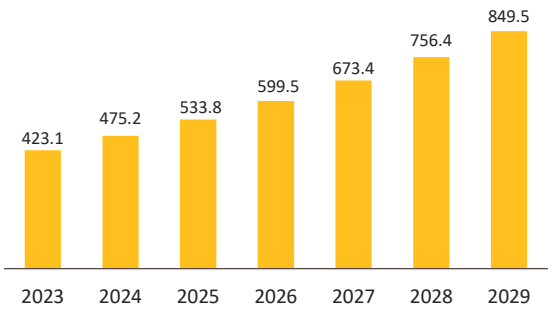


Sources: OIE, MOC, forecast by Krungsri Research

- **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง**: ในช่วงปี 2567-2569 ร้านค้าสมัยใหม่ยังคงมีศักยภาพในการเติบโตสูงกว่าร้านค้าดั้งเดิม
  - **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่**: **รายได้จะทยอยฟื้นตัวตามทิศทางตลาดอสังหาริมทรัพย์และตลาดซ่อมแซมที่อยู่อาศัย** โดยใช้กลยุทธ์ในการขยายช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย อาทิ (1) การปรับขนาดร้านค้าให้เล็กลงเพื่อขยายจำนวนสาขาเข้าไปในแหล่งชุมชนมากขึ้น (2) การเปิดร้านค้ารูปแบบใหม่ร่วมกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างรายใหญ่เพื่อรองรับความต้องการที่เจาะจงลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น อาทิ บุญถาวรและเอสซีจีร่วมลงทุนเปิดร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบรนด์ใหม่ (เอสซีจีโฮมบุญถาวร) กระจายตามภูมิภาค (3) การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายใต้ตราสินค้าของบริษัทตนเองเพื่อควบคุมต้นทุนและเพิ่มมาร์จิ้น (4) การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า อาทิ Online channel และ Mobile application, การจำหน่ายผ่าน Marketplace อื่นๆ อาทิ Lazada และ Shopee และ (5) การลงทุนขยายสาขาทั้งในและต่างประเทศ (โดยเฉพาะอาเซียน) อย่างต่อเนื่อง
  - **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม**: **คาดรายได้มีแนวโน้มทรงตัว** โดยได้รับแรงหนุนจากผู้บริโภคระดับกลาง-ล่างที่รายได้มีทิศทางกระเตื้องขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจในปี 2568-2569 โดยเฉพาะเศรษฐกิจภูมิภาค จากการเร่งลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหนี่ยวนำให้เกิดการลงทุนของธุรกิจเอกชน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจจะยังเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ที่ขยายสาขากระจายออกไปยังพื้นที่ในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันกับกลุ่มผู้ผลิตที่หันมาจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้กับผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างรายเล็ก
  - **ปัจจัยท้าทายธุรกิจวัสดุก่อสร้าง**: **ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง**มีแนวโน้มผลิตสินค้าที่เป็นวัสดุก่อสร้างรักษ์โลกในสัดส่วนมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการต้องลงทุนเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัยและมีกระบวนการซับซ้อนเพิ่มขึ้น ในช่วงที่ราคาพลังงานยังทรงตัวในระดับสูงส่งผลให้ราคาสินค้าปรับเพิ่มขึ้นตาม เช่น Green steel มีราคาสูงกว่าเหล็กทั่วไปประมาณ 20-30% (SSAB, 2561) ขณะที่**ผู้จำหน่าย**ปรับตัวรับการแข่งขันที่รุนแรงทั้งด้านการดำเนินงานและการตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ยังคงขยายสาขาต่อเนื่อง และมีกลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่จะสร้างแรงกดดันต่อธุรกิจและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ SMEs

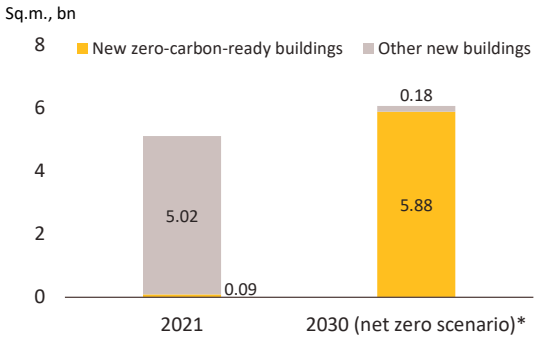
□ **ในระยะปานกลาง ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง**มีแนวโน้มปรับกระบวนการผลิตโดยลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อผลิตสินค้ารุ่นใหม่ที่มีคุณภาพสูงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (ภาพที่ 30) อาทิ Green cement (Hydraulic cement), Green steel และ Eco tile เป็นต้น รองรับทิศทางการเพิ่มขึ้นของพื้นที่ก่อสร้างอาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green building) (ภาพที่ 31) รวมถึงพัฒนาช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า (อาทิ ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่) ทั้งด้านการออกแบบ ระยะเวลาก่อสร้าง ความแข็งแรงทนทาน ขณะเดียวกัน**ผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง**จะปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในโลกยุคดิจิทัล อาทิ บริการครบวงจร (End to End Service) การติดต่อกับลูกค้าได้หลากหลายช่องทางโดยการผสานทั้ง Online และ Offline (Omni channel marketing) และการทำตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized marketing platform) โดยนำเทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ (Big data analytics) เข้าช่วยมากขึ้น ส่วนในระยะยาวทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable development) ตามแนวทาง ESG Framework (Environment, Social and Governance) ซึ่งเป็น Megatrends ที่สำคัญของโลก

Figure 30: Market Value Forecast of Green Construction Materials Worldwide



Source: Precedence Research, May 2024

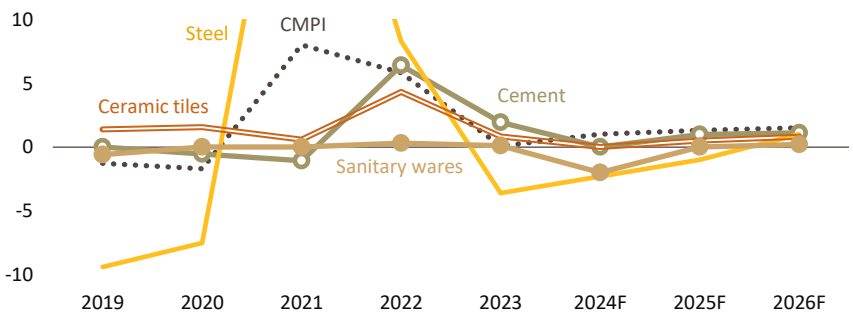
Figure 31: New Building Construction Worldwide Forecast by Type



Source: Statista
Note: * Forecast on the construction project development that will be necessary to meet the net zero scenario by 2050

● **ราคาวัสดุก่อสร้างปี** 2567-2569 **โดยรวมมีแนวโน้มทรงตัวถึงเพิ่มขึ้นในอัตราต่ำ** (ภาพที่ 32) โดยแรงหนุนของราคามาจาก (1) การฟื้นตัวของอุปสงค์ในภาคก่อสร้าง โดยเฉพาะในปี 2568-2569 ที่คาดว่าการลงทุนก่อสร้างภาครัฐจะเร่งตัวขึ้นหลังซบเซาในปี 2566-2567 รวมถึงการขยายการลงทุนในโครงการพื้นฐานทั่วโลกรองรับการฟื้นตัวของภาคธุรกิจหลัง COVID-19 ทำให้ความต้องการใช้เหล็กก่อสร้างเพิ่มขึ้น แม้ว่าผู้ผลิตรายใหญ่ (โดยเฉพาะจีน) อาจลดปริมาณการผลิตลง จากวิกฤตอสังหาริมทรัพย์ที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ (2) ต้นทุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ใช้ในการผลิตเพื่อมุ่งสู่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และ (3) ต้นทุนพลังงานที่ยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับสูง จากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่คาดว่าจะยังคงเกิดขึ้นต่อเนื่อง กดดันค่าขนส่งให้เพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคาวัสดุก่อสร้างอาจปรับเพิ่มขึ้นได้ไม่มาก เนื่องจากกำลังซื้อที่ยังรอการฟื้นตัว โดยเฉพาะในตลาดภูมิภาคจากปัญหาหนี้ครัวเรือนและเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยที่ยังเข้มงวด นอกจากนี้ ต้นทุนวัตถุดิบบางรายการมีทิศทางเริ่มปรับตัวลง อาทิ เศษเหล็ก (Scrap) สินแร่เหล็ก (Iron ore) โดยธนาคารโลกคาดการณ์ราคาสินแร่เหล็กจะลดลง -8.8% และ -4.5% ในปี 2567 และ 2568 ตามลำดับ (เมษายน, 2567)

Figure 32: Growth of Construction Material Price Index



Source: MOC, forecast by Krunsgsri Research

วิจัยกรุงศรี

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

สุจิต ชัยวิชญชาติ

ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค

วนิชา ดิเรกอุดมศักดิ์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

จุไรลักษณ์ พลศรี

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส (พยากรณ์ตัวเลขเศรษฐกิจ)

ทรรศิน กลิ่นถนอม

นักเศรษฐศาสตร์

กฤตพร ศิริใจชิงกุล

นักเศรษฐศาสตร์

ศุภสิน อิทธิพัทธ์วงศ์

นักเศรษฐศาสตร์

ทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

รักษาการผู้บริหารทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

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

พูลสุข นิลกิจศรานนท์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Healthcare, Mobile Operators)

ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี

นักวิเคราะห์อาวุโส (Transport & Logistics)

นรินทร์ ตันไพบูลย์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Power Generation, Modern Trade, Chemicals, Medical Devices)

เฑียร เทียมศักดิ์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Energy, Petrochemicals)

พุทธชาด ลุนคำ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors, Construction Materials, Hotels, Industrial Estate)

พัชรา กลิ่นชวนชื่น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Real Estate)

ชัยวัช โชวเจริญสุข

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture)

ประพันธ์ ลีน้อย

นักวิเคราะห์ (ESG)

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล

นักวิเคราะห์ (Automobile, Electronics & Electrical Appliances)

รพีภูมิ ลาภมาก

นักวิเคราะห์ (Agriculture, Food & Beverages)