ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

มิถุนายน 2563

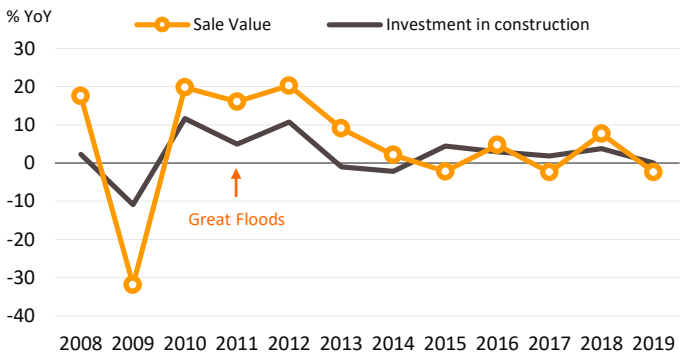
พุทธชาด ลุนคำ
puttachard.lunkam@krungsri.com
+662 296 2986

- วิจัยกรุงศรีคาดว่าปี 2563 รายได้ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มหดตัวจากปี 2562 ตามภาวะซบเซาของภาคก่อสร้างจากผลกระทบของวิกฤต COVID-19 โดยการก่อสร้างภาครัฐคาดว่าจะเติบโตชะลอลงอยู่ที่ 1.0-2.0% (จาก 3.1% ในปี 2562) ผลจากแผนลงทุนภาครัฐหลายโครงการมีความล่าช้า ขณะที่การก่อสร้างภาคเอกชนจะหดตัว 2.5-3.5% (เทียบกับปี 2562 ที่เติบโต 2.1%) ตามภาวะการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับผลกระทบจาก (1) กำลังซื้อทั้งจากในประเทศและต่างชาติที่ซบเซาตามภาวะเศรษฐกิจ (2) มาตรการ LTV ที่ยังคงเข้มงวดในสัญญาที่สองขึ้นไป และ (3) อุปทานคงค้างสะสมที่ยังอยู่ในระดับสูง ด้านการส่งออกวัสดุก่อสร้างมีทิศทางซบเซาตามความต้องการของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะในภาคอสังหาริมทรัพย์ของ ประเทศเพื่อนบ้าน
- ในปี 2564-2565 คาดว่าความต้องการวัสดุก่อสร้างจะทยอยฟื้นตัวตามภาวะลงทุนภาคก่อสร้างที่มีทิศทางกระเตื้องขึ้นทั้งโครงการภาครัฐและภาคเอกชน (คาดการลงทุนก่อสร้างภาครัฐจะขยายตัว 2.0-3.0% ในปี 2564 และ 3.0-4.0% ในปี 2565 ขณะที่ภาคเอกชนเติบโต 0.0-1.0% และ 1.0-2.0% ตามลำดับ) ส่วนการส่งออกวัสดุก่อสร้างมีทิศทางเติบโตตามการลงทุนก่อสร้างในประเทศ CLM ซึ่งเป็นตลาดหลัก ส่งผลให้รายได้ของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มกลับมาขยายตัวหลังจากซบเซาหนักในปี 2563

ข้อมูลพื้นฐาน

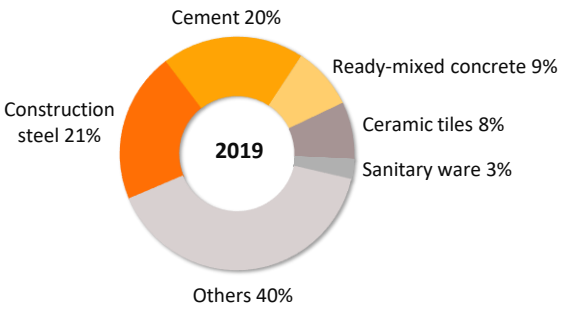
ธุรกิจวัสดุก่อสร้างเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญของภาคก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ โดยต้นทุนวัสดุก่อสร้างมีสัดส่วนสูงถึง 60% ของมูลค่าการก่อสร้าง (ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต, 2553) ส่งผลให้ยอดขายวัสดุก่อสร้างผันแปรในทิศทางเดียวกับภาวะการลงทุนภาคก่อสร้าง (ภาพที่ 1)

Figure 1: Sales Value of Construction Materials and Investment in Construction



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

Figure 2: Market Share by Sale Value

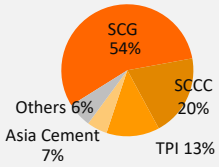
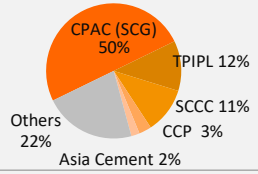
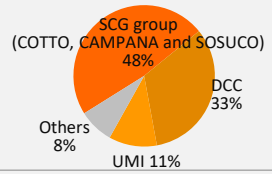
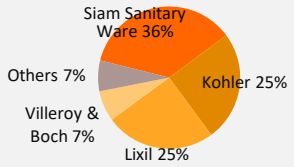
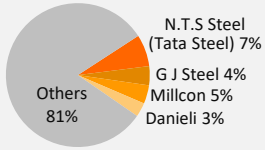
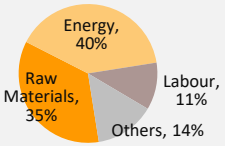
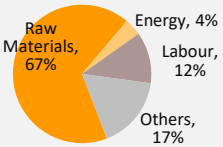
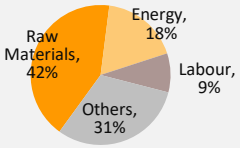
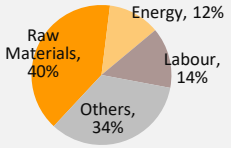
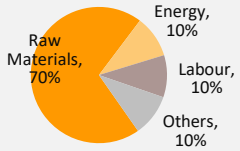


Source: OIE
Note: Construction steel referred to bar and section (hot-rolled structural steel)

โครงสร้างผู้ประกอบการในธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

- **กลุ่มผู้ผลิต**: ผู้ผลิตรายใหญ่และรายกลางมีความได้เปรียบทั้งด้านขนาดของเงินทุน การบริหารจัดการด้านการผลิต และอำนาจต่อรองกับ Suppliers (เช่น ด้านราคาและการส่งมอบวัตถุดิบ) จึงมีศักยภาพในการผลิตวัสดุก่อสร้างได้จำนวนมาก ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่า (Economies of Scale) สำหรับผู้ผลิตรายเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่มีขนาดของเงินทุนจำกัดจึงมักผลิตเฉพาะสินค้าบางประเภท ทั้งนี้ โครงสร้างธุรกิจวัสดุก่อสร้างประเภทหลัก (ภาพที่ 2) สามารถสรุปรายละเอียดดังตารางที่ 1

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

รายการ	ปูนซีเมนต์	คอนกรีตผสมเสร็จ	กระเบื้อง	สุขภัณฑ์	เหล็กก่อสร้าง
การผลิตและการลงทุน	การประกอบธุรกิจปูนซีเมนต์ต้องใช้เงินลงทุนสูง มีลักษณะการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รายใหม่จึงเข้าตลาดค่อนข้างยาก ปัจจุบันมีผู้ผลิตรายใหญ่เพียง 4 ราย มีส่วนแบ่งตลาดรวม 94% ของมูลค่าตลาดปูนซีเมนต์ในประเทศ	ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จมีจำนวนมากทั้งรายใหญ่ รายกลาง และรายเล็ก รายใหญ่ส่วนมากเป็นกลุ่มเดียวกับผู้ผลิตปูนซีเมนต์จึงมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุน โรงผลิตมักตั้งอยู่ใกล้พื้นที่หรือบริเวณที่เป็นโครงการก่อสร้างทั่วประเทศ	ผู้ผลิตส่วนมากเป็นรายกลางและรายเล็กซึ่งมักรับจ้างผลิต รายใหญ่มีเงินทุนจำนวนมาก จึงมีเทคโนโลยีการผลิตสูงและพัฒนาตราสินค้าของตัวเอง ครองส่วนแบ่งตลาดมากถึง 90% ของมูลค่าตลาดรวม	ธุรกิจใช้เงินลงทุนสูง จำเป็นต้องผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ผู้ผลิตรายใหญ่มี 5 รายจากทั้งหมด 49 ราย ซึ่งมีทั้งบริษัทสัญชาติไทย บริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ และในเครือบริษัทระดับโลกที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย	เหล็กก่อสร้าง ได้แก่ เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ ผู้ผลิตแบ่งเป็นกลุ่มที่มีเตาหลอมและกลุ่มที่ไม่มีเตาหลอม ไทยยังไม่มีอุตสาหกรรมเหล็กต้นน้ำ จึงต้องนำเข้าวัตถุดิบเหล็กมาแปรรูป ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง ราคาเหล็กในประเทศส่วนใหญ่ผันแปรตามราคาในตลาดโลก
ตลาดเป้าหมาย	ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนเพียง 20% เนื่องจากสินค้ามีน้ำหนักมาก ต้นทุนการขนส่งไปต่างประเทศจึงสูง ภาคเอกชน (ที่อยู่อาศัยและพาณิชย-กรรม) มีสัดส่วน 60% ของตลาดในประเทศ ภาครัฐมีสัดส่วน 40%	เป็นสินค้าที่ต่อยอดการผลิตจากปูนซีเมนต์ ผู้ประกอบการจึงผลิตตามความต้องการของตลาดในประเทศ ไม่มีการส่งออก ส่วนมากใช้ในภาคอสังหาริมทรัพย์	ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนเพียง 15% สินค้าเผชิญการแข่งขันสูงกับคู่แข่งต่างชาติ (โดยเฉพาะด้านราคา) และสินค้าทดแทนที่มีให้เลือกหลากหลาย ทำให้มีสต๊อกสะสมปริมาณมาก	สัดส่วนตลาดในประเทศต่อตลาดส่งออกคิดเป็น 60:40 ส่วนมากถูกใช้ในภาคอสังหาริมทรัพย์ ปัจจุบันภาวะการแข่งขันสูงขึ้นจากสินค้านำเข้าราคาถูกของจีน จากแต่ก่อนที่นำเข้าเฉพาะสินค้า High-end	ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนเพียง 20% ใช้ในโครงการรัฐเป็นส่วนมาก สินค้านำเข้าราคาถูกจากจีนเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น
สัดส่วนรายได้ของผู้ประกอบการ					
สัดส่วนโครงสร้างต้นทุน (IO Table 2010) Raw materials, Labor, Energy, Others					
ข้อมูลสถิติสำคัญเฉลี่ยในช่วงปี 2558-2562 [1]					
ปริมาณการผลิต	38 ล้านตัน/ปี	16 ล้าน ลบ.ม./ปี	145 ล้าน ตร.ม./ปี	7 ล้านชิ้น/ปี	4.9 ล้านตัน/ปี
ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ	34 ล้านตัน/ปี	16 ล้าน ลบ.ม./ปี	164 ล้าน ตร.ม./ปี	4 ล้านชิ้น/ปี	5.2 ล้านตัน/ปี
ปริมาณการส่งออก	6 ล้านตัน/ปี	-	18 ล้าน ตร.ม./ปี	92,000 ตัน/ปี	0.6 ล้านตัน/ปี
ปริมาณการนำเข้า	0.6 ล้านตัน/ปี	-	55 ล้าน ตร.ม./ปี	38,000 ตัน/ปี	0.8 ล้านตัน/ปี
อัตราการใช้กำลังการผลิต	60.7%	66.7%	66.2%	55.6%	49.9%

Source: Office of Industrial Economics (OIE), Department of Business Development (DBD) and MOC, compiled by Krungsri Research
Note: 1/ Data from the Office of Industrial Economics on production capacity utilization and domestic consumption and production have been adjusted from 2016 onwards.
2/ The move by Thai producers to establish production facilities overseas and then to reimport from there to Thailand has led to a large jump in the import figures.

- **กลุ่มผู้ค้า**: ปัจจุบันผู้ประกอบการกลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้างมีจำนวนทั้งสิ้น 13,000 ราย (Enlite, 2018) สามารถจำแนกตามลักษณะการจำหน่ายและรูปแบบการให้บริการได้ดังนี้

  - **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่** (Modern Trade) ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่มีการบริหารจัดการตั้งแต่หน้าร้านจนถึงหลังร้านอย่างเป็นระบบและมักใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีวัสดุก่อสร้างหลากหลายประเภทครบวงจรให้เลือก ตั้งแต่วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน วัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งบ้าน รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายกลางและรายใหญ่ซึ่งมีความได้เปรียบจากฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง และมีต้นทุนบริหารจัดการต่ำกว่ารายเล็ก ปัจจุบันมีการขยายสาขาเพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้มีการแข่งขันมากขึ้นโดยเฉพาะด้านบริการหลังการขาย เช่น งานบริการซ่อมแซม งานติดตั้งวัสดุ/อุปกรณ์ทั้งในและนอกตัวอาคาร เป็นต้น ผู้ประกอบการรายใหญ่มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ราย ประกอบด้วย กลุ่มโฮมโปร (ร้านโฮมโปร เน้นขายปลีกและเมกาโฮม เน้นขายส่ง) ไทวัสดุ สยามโกลบอลเฮาส์ ดูโฮม บุญถาวร แกรนด์โฮมมาร์ท และโฮมฮับ มีส่วนแบ่งตลาดรวมกัน 30% ของรายได้รวมในกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั้งหมด

Table 2: Market Share of Key Traders (Modern Trade)

Rank	Company	Market Share (%)
1	Home Product Center	7.9
2	CRC Thai Watsadu	3.6
3	Siam Global House	3.6
4	Dohome	2.6
5	Boonthavorn Group	1.5
6	Mega Home Center	0.9
7	Grand Home Mart	0.6
8	Home Hub	0.4

Source: Ministry of Commerce, compiled by Krungsri Research

Note: TSIC G466310, G466320, G466330, G466340, G466390, G475210, G475220, G475230, G475240 and G475250

  - **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม** (Traditional trade) ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ระบบการบริหารจัดการยังไม่ทันสมัยครบวงจร ผู้ค้าส่วนใหญ่จะจำหน่ายสินค้าตั้งแต่วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน อาทิ ปูน ทราย และผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ (เช่น กลอนประตู ตะปู) จนถึงวัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งที่อยู่อาศัย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าภายในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง ผู้ค้าบางรายอาจมีสินค้าหลากหลายประเภทเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกมากขึ้น ซึ่งรวมไปถึงสินค้าตกแต่งบ้านเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ได้ ผู้ประกอบการจึงมีการปรับปรุงหน้าร้าน ระบบการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ ระบบตรวจสต๊อกสินค้าที่ทันสมัย ตลอดจนการให้บริการจัดส่งสินค้าที่เป็นระบบมากขึ้น

สถานการณ์ที่ผ่านมา

วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน เช่น ปูนซีเมนต์ และเหล็กก่อสร้าง ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่มีปริมาณการใช้มากในตลาดวัสดุก่อสร้าง ขณะที่วัสดุก่อสร้างสำเร็จรูป (Prefabricated building materials) เช่น แผ่นพื้นคอนกรีตสำเร็จรูป ได้รับความนิยมมากขึ้นเพื่อลดต้นทุนค่าจ้างแรงงาน อย่างไรก็ตาม วัสดุก่อสร้างสำเร็จรูปยังคงมีข้อจำกัดในการใช้งานก่อสร้างที่มีความซับซ้อนด้านวิศวกรรม

ปี 2562 ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างในประเทศ[3/] **หดตัว 2.4%** (จากที่ขยายตัว 3.9% ในปี 2561) สอดคล้องกับการลงทุนในภาคก่อสร้างที่เติบโตชะลอลงอยู่ที่ 2.7% (จาก 3.8% ในปีก่อนหน้า) แบ่งเป็น (1) การก่อสร้างภาครัฐเติบโต 3.1% ใกล้เคียงกับปี 2561 (+3.2%) ผลจากความล่าช้าในการเบิกจ่ายงบประมาณทำให้แผนลงทุนหลายโครงการต้องเลื่อนออกไป (2) การก่อสร้างภาคเอกชน (ที่อยู่อาศัย) ขยายตัว 2.1% ชะลอจาก 6.6% ในปี 2561 ผลจากกำลังซื้อชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจ (GDP ปี 2562 เติบโต 2.4% จาก 4.2% ในปี 2561) รวมถึงมาตรการคุมเข้มด้านสินเชื่อ (Loan-to-Value ratio: LTV) ของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ซึ่งลดทอนความสามารถในการผ่อนชำระของลูกค้าบางกลุ่ม **ปริมาณการส่งออกวัสดุก่อสร้าง**[4/] **หดตัว 2.8% จากปี 2561** ตามการชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ CLM

3/ ปริมาณการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างหลัก ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ คอนกรีตผสมเสร็จ กระเบื้อง สุขภัณฑ์ และเหล็กก่อสร้าง (สัดส่วนรวมกันคิดเป็น 60% ของตลาดวัสดุก่อสร้างในประเทศ)

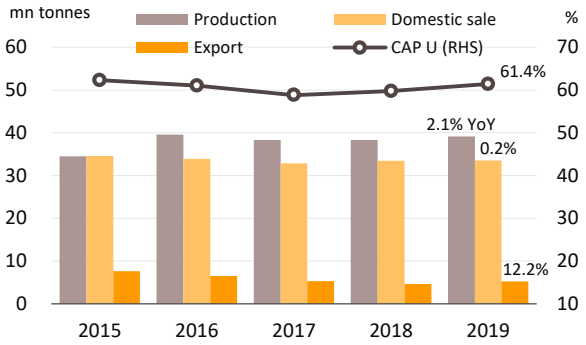
4/ ปริมาณส่งออกของวัสดุก่อสร้าง ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ กระเบื้อง สุขภัณฑ์ และเหล็ก

■ **กลุ่มผู้ผลิต**: ปี 2562 ภาวะการผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างโดยรวมเพิ่มขึ้นในอัตราต่ำตามการชะลอตัวของภาคก่อสร้าง

ภาพรวมการผลิต ความต้องการใช้ และการส่งออกในปี 2562

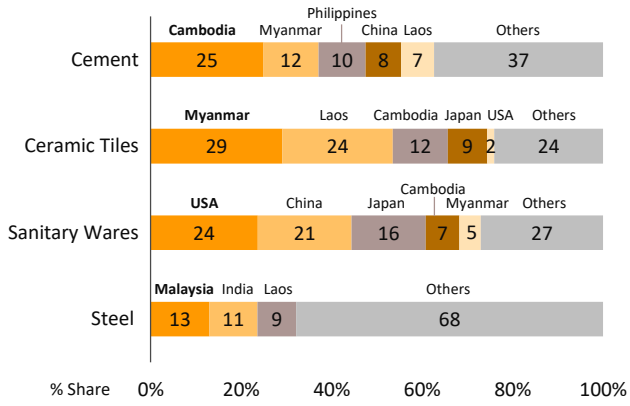
- **ปูนซีเมนต์**: **ปริมาณการผลิตเติบโต 2.1%** (เร่งตัวขึ้นจาก 0.1% ในปี 2561) ขณะที่**ความต้องการใช้ในประเทศขยายตัวเพียง 0.2%** (ชะลอตัวจาก 1.8% ในปี 2561) อยู่ที่ 33.5 ล้านตัน (ภาพที่ 3) ผลจากการชะลอตัวของการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในภาคเอกชน **ปริมาณการส่งออกเติบโต 12.2%** (จากที่หดตัว 12.2% ในปี 2561) อยู่ที่ 5.2 ล้านตัน อานิสงส์จากการขยายตัวของการก่อสร้างโครงการภาครัฐในตลาดส่งออกหลัก โดยเฉพาะกัมพูชา (+15.1% อยู่ที่ 2.6 ล้านตัน) และเมียนมา (+13.2% อยู่ที่ 1.2 ล้านตัน) ขณะที่สปป.ลาวและเวียดนามนำเข้าจากไทยลดลง เนื่องจากโรงงานผลิตปูนซีเมนต์ในทั้งสองประเทศมีการเร่งผลิตมากขึ้น (ภาพที่ 4)
- **คอนกรีตผสมเสร็จ**: เป็นสินค้าที่ผลิตตามความต้องการใช้ จึงไม่มีการสต๊อกสินค้า และไม่มีการส่งออก **ปริมาณการผลิตและความต้องการใช้ในประเทศหดตัว 2.4%** อยู่ที่ 16.2 ล้าน ลบ.ม. (จากที่ขยายตัว 7.4% ในปี 2561) ตามการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจและการก่อสร้างในประเทศ (ภาพที่ 5)
- **กระเบื้องปูพื้น/ผนังเซรามิก**: **ปริมาณการผลิตขยายตัว 2.3%** (จากที่หดตัว 2.9% ในปี 2561) โดย**ปริมาณความต้องการใช้ในประเทศเพิ่มขึ้น 1.4%** (ชะลอจาก 4.5% ในปี 2561) อยู่ที่ 167 ล้าน ตร.ม. (ภาพที่ 6) ผลจากภาวะซบเซาของการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ขณะที่**ปริมาณการส่งออกหดตัว 1.9%** จากการที่ประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ สปป.ลาว และกัมพูชา (ตลาดส่งออกอันดับ 2 และ 3 ในผลิตภัณฑ์กระเบื้องของไทย) หันไปนำเข้าสินค้าราคาถูกจากจีน รวมถึงการชะลอตัวของการลงทุนภาคอสังหาริมทรัพย์ของทั้งสองประเทศ

Figure 3: Cement - Production, Domestic Sales, Export and Capacity Utilization (CAPU)



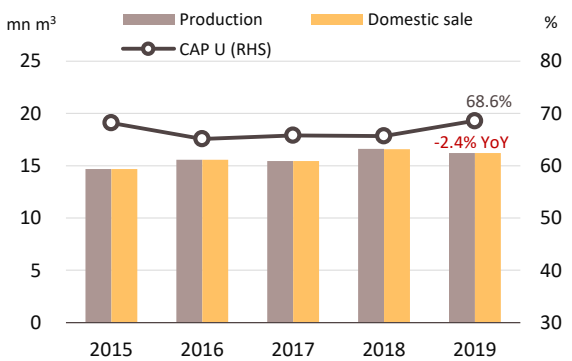
Source: Office of Industrial Economics (OIE), Ministry of Commerce (MOC)
Note: Statistic of production and domestic sales collected by OIE and OIE improved these data on new base-year as of 2016.

Figure 4: Export Market Share of Construction Materials by Country (in 2019)



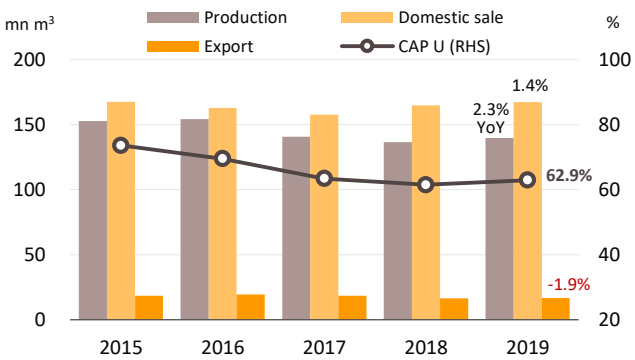
Source: ISIT & MOC

Figure 5: Ready-mixed Concrete – Production, Domestic Sales and Capacity Utilization (CAP U)



Source: OIE

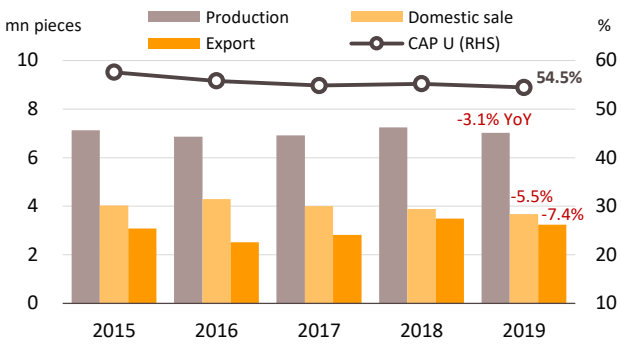
Figure 6: Ceramic tiles - Production, Domestic Sales, Export and Capacity Utilization (CAP U)



Source: OIE, Trademap

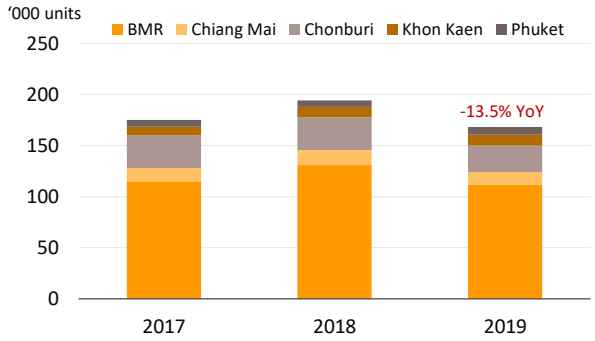
- **สุขภัณฑ์เซรามิก: ปริมาณการผลิตในประเทศหดตัว** 3.1% (ภาพที่ 7) ผลจากสต๊อกสินค้าสะสมที่มีปริมาณมาก ทำให้อัตราการใช้กำลังการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำ ขณะเดียวกัน**ความต้องการใช้หดตัว** 5.5% จากภาวะซบเซาของตลาดที่อยู่อาศัย สะท้อนจากจำนวนยูนิตบ้านสร้างเสร็จจดทะเบียนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึง 4 จังหวัดหลักภูมิภาค (เชียงใหม่ ชลบุรี ขอนแก่น และภูเก็ต) ปี 2562 หดตัว 13.5% (ภาพที่ 8) **ปริมาณการส่งออกหดตัว** 7.4% (จากที่ขยายตัว 23.6% ในปี 2561) โดยตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ นำเข้าจากไทยลดลง และหันไปสั่งซื้อสินค้าจากบราซิลซึ่งมีราคาถูกกว่า **ปริมาณการนำเข้าขยายตัว** 33.4% ส่วนใหญ่นำเข้าจากจีน (เพิ่มขึ้น 27.7%) และเวียดนาม (เติบโต 110.5%) จากแรงดึงดูดด้านราคาเป็นสำคัญ
- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ): ปริมาณการผลิตหดตัว** 12.9% เนื่องจากผู้ประกอบการเผชิญการแข่งขันสูงจากสินค้านำเข้าโดยเฉพาะจากจีน **ความต้องการใช้ในประเทศหดตัว** 12.0% (ต่อเนื่องจากปี 2561 ที่หดตัว 6.5%) (ภาพที่ 9) ตามภาวะซบเซาของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ภาคเอกชน ซึ่งได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจและมาตรการคุมเข้มสินเชื่อที่อยู่อาศัย รวมถึงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐมีความล่าช้า **ปริมาณการส่งออกหดตัว** 13.9% (จากที่เติบโต 13.3% ในปี 2561) ตามคำสั่งซื้อที่ลดลงในตลาดหลัก อาทิ มาเลเซีย และ สปป.ลาว ตามภาวะการลงทุนภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ซบเซา กอปรกับภาวะการแข่งขันรุนแรงจากสินค้าที่มีราคาถูกกว่าจากจีนและเวียดนาม

Figure 7: Sanitary wares - Production, Domestic Sales, Export and Capacity Utilization (CAP U)



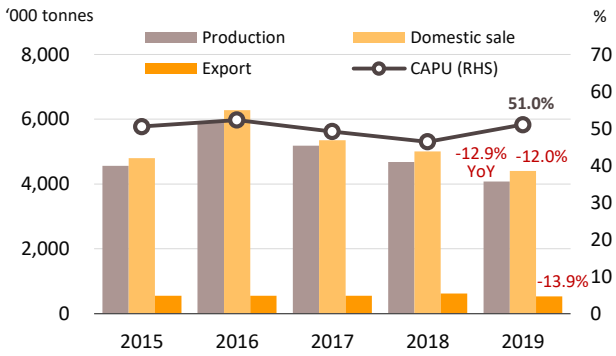
Source: OIE

Figure 8: New Registered Housing



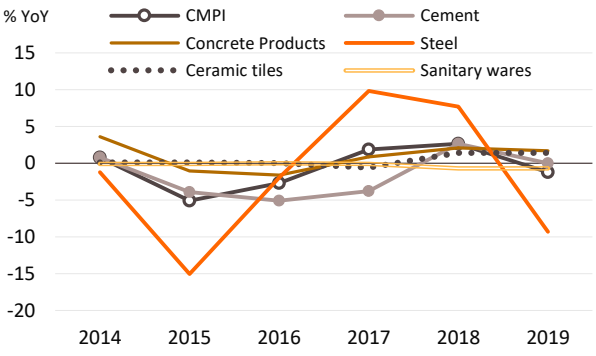
Source: REIC
Note: Housing referred to detached houses, duplexes, townhouses, condominiums and shophouses

Figure 9: Construction steel - Production, Domestic Sales, Export and Capacity Utilization (CAPU)



Source: ISIT

Figure 10: Construction Material Price Index



Source: MOC

ราคาวัสดุก่อสร้าง: ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (Construction Materials Price Indexes: CMPI) **ปรับตัวลง** 1.2% **จากปี** 2561 ตามความต้องการใช้ในการก่อสร้างภาคเอกชนที่ชะลอตัวโดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ ดัชนีราคาปรับลงในเกือบทุกหมวดสินค้า (ภาพที่ 10) โดยเฉพาะเหล็ก ซึ่งราคาปรับลดลงมากที่สุด (-9.3%) ตามทิศทางราคาในตลาดโลก ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยราคาจากจีน (ผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ของโลก) โดยราคาที่ปรับลดลงเป็นผลจากการที่จีนขยายกำลังการผลิตเหล็กคุณภาพสูงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่ความต้องการใช้เหล็กในจีนชะลอลง ทำให้จีนยังเร่งระบายสต๊อกส่วนเกิน

ผลประกอบการปี 2562

● **กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง**

รายได้ของกลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง (บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 11 รายในกลุ่มวัสดุก่อสร้าง) หดตัว 3.9% อยู่ที่ 3.34 แสนล้านบาท (จาก 3.47 แสนล้านบาท ในปี 2561) (ภาพที่ 11) จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว การเบิกจ่ายงบประมาณล่าช้า และภาวะซบเซาของภาคอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มผู้ผลิตเหล็กมีรายได้ลดลงมากที่สุดเฉลี่ย 37.2% ผลจากราคาเหล็กในตลาดโลกปรับลงต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรสุทธิโดยรวมในปี 2562 อยู่ที่ 3.2% ทรงตัวใกล้เคียงกับปี 2561 (3.1%) ผลจากต้นทุนพลังงานปรับตัวลง (ราคาน้ำมันดิบ Dubai ปี 2562 ปรับลดลง 8.8% เฉลี่ยอยู่ที่ 63.2 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล จาก 69.3 ดอลลาร์สหรัฐฯ/บาร์เรล ในปี 2561 ราคาก๊าซธรรมชาติปรับลง 17.7% จากปี 2561 มาอยู่ที่ 2.53 ดอลลาร์สหรัฐฯ/MMBtu) ทั้งนี้ ต้นทุนพลังงานเชื้อเพลิงเป็นต้นทุนหลักในการผลิตวัสดุก่อสร้าง คิดเป็น 20-25% ของต้นทุนทั้งหมด (รองจากต้นทุนวัตถุดิบ) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ มีต้นทุนพลังงานในสัดส่วนสูงถึง 40% (ตารางที่ 1)

● **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง**

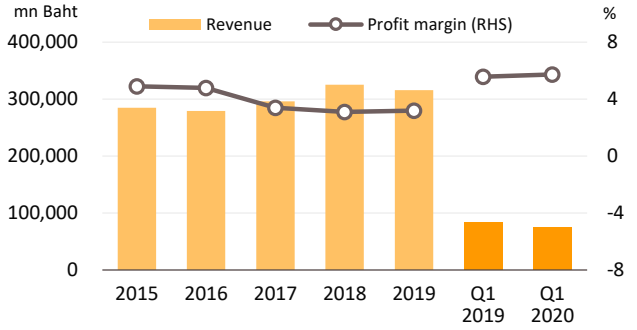
ปี 2562 รายได้ของกลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้างโมเดิร์นเทรด (บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2 ราย ได้แก่ โฮมโปรและโกลบอลเฮ้าส์) ปรับเพิ่มขึ้น 4.7% จากปี 2561 (ภาพที่ 12) หนุนโดย (1) การขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง (ภาพที่ 13) (2) ความต้องการสินค้าประเภทซ่อมแซมและตกแต่งที่ยังขยายตัวในเกณฑ์ดี (3) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มากขึ้น และ (4) การจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์และบริการครบวงจร อย่างไรก็ตาม รายได้เติบโตชะลอลงเมื่อเทียบกับช่วงปี 2559-2561 (เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 8.1% ต่อปี) จากการเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งรายใหญ่และรายย่อย ขณะที่อัตรากำไรสุทธิยังอยู่ระดับสูงที่ 7-9% ทรงตัวใกล้เคียงกับในช่วง 3 ปีก่อนหน้า

สถานการณ์ไตรมาส 1/2563

ปริมาณการผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างโดยรวมปรับลดลง (ตารางที่ 3) ตามภาวะการลงทุนด้านการก่อสร้างที่หดตัว 10.1% YoY โดยเป็นการหดตัวทั้งภาครัฐ (-13.9% YoY) และเอกชน (-4.9% YoY) สาเหตุหลักมาจากความล่าช้าในการประกาศใช้ พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2563 รวมถึงภาวะซบเซาทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่น **ปริมาณการส่งออกวัสดุก่อสร้างโดยรวมหดตัว** ผลจากเศรษฐกิจคู่ค้าชะลอตัวจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ประกอบกับอุปสรรคด้านการขนส่งจากการปิดเมืองในหลายประเทศ

ผลประกอบการของกลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างโดยรวมปรับตัวลดลงทั้งรายได้ (-8.8% YoY) **และกำไรสุทธิ** (-6.4% YoY) จากปริมาณการจำหน่ายที่ลดลงตามการหดตัวของภาคก่อสร้าง โดยรายได้ของกลุ่มผู้ผลิตเหล็กปรับลดลงมากที่สุด (-22.0%) รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิก (-9.5%) ปูนซีเมนต์ (-5.9%) **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้างรายได้หดตัว** 5.6% YoY ผลจากภาวะธุรกิจก่อสร้างที่ซบเซาตามทิศทางเศรษฐกิจ

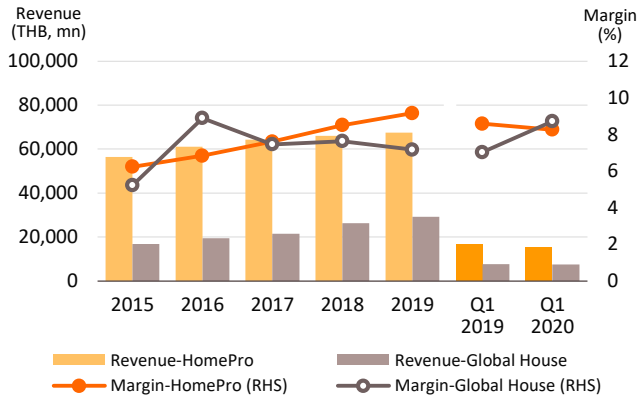
Figure 11: Key Producers' Business Performance



Source: SETTRADE

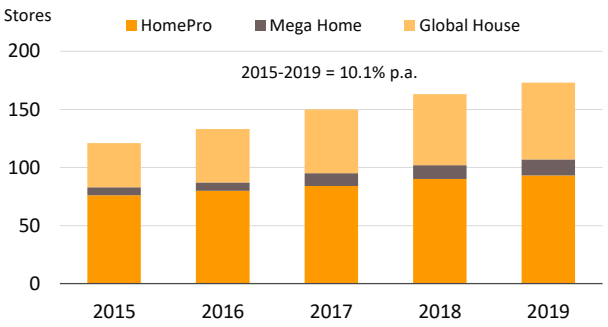
Note: Key producers include (1) Siam Cement (2) Siam City Cement (3) Dynasty Ceramic (4) The Royal Ceramic (5) TPI Polene (6) The Union Mosaic Industry (7) Daimond Building Products (8) G J Steel (9) Millcon Stell (10) SCG Ceramics and (11) Quality Construction Products

Figure 12: Key Modern Traders' Business Performance



Source: SETTRADE

Figure 13: Number of Modern Construction Materials Stores



Source: Annual Report

Note: Selected companies completely provided data from 2014-2019 .

Table 3: Construction Materials Situation (Q1 2020)

Products	Unit (mn)	Production	% YoY	Domestic Sales	% YoY	Exports	% YoY
Cement	Tonnes	9.60	-5.3	8.47	-5.1	1.23	-5.1
Ready-mixed Concrete	m^3	4.72	14.8	4.71	14.8	-	-
Ceramic Tiles	Sq. m.	34.36	-11.2	40.22	-13.6	4.11	-3.4
Sanitary wares	Pieces	1.80	-6.0	0.80	-19.3	0.84	-14.6
Construction Steel	Tonnes	1.04	-6.5	1.12	-4.6	0.10	-34.8

Source: OIE, ISIT, Krungsri Research

แนวโน้มอุตสาหกรรม

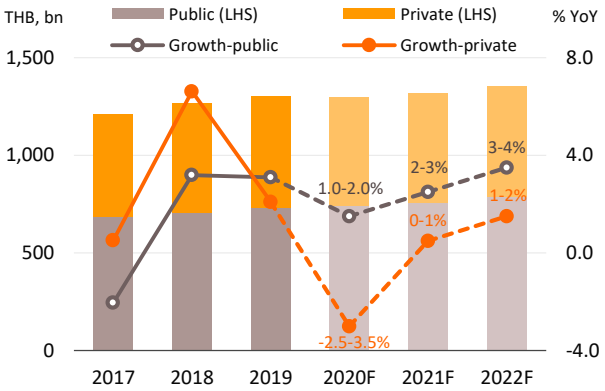
ปี 2563 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มหดตัวต่อเนื่องจากปี 2562 ตามภาวะซบเซาของการลงทุนก่อสร้างในประเทศ ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 รวมถึงความล่าช้าในการเบิกจ่ายงบลงทุนรวมของภาครัฐ (งบประมาณรายจ่ายเพื่อการลงทุนปีงบประมาณ 2563 ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2562 – 15 พฤษภาคม 2563 มีการเบิกจ่ายไปแล้วเพียง 49.2% ของงบลงทุนทั้งหมด) ส่งผลให้แผนลงทุนก่อสร้างของภาครัฐหลายโครงการต้องเลื่อนออกไปจากกำหนดการเดิม อย่างไรก็ตาม โครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่ดำเนินการต่อเนื่องได้รับผลกระทบค่อนข้างจำกัด ส่งผลให้ **การลงทุนก่อสร้างภาครัฐมีแนวโน้มขยายตัวชะลอลงอยู่ที่** 1.0-2.0% (จาก 3.1% ในปี 2562) (ภาพที่ 14) ขณะที่**การลงทุนก่อสร้างภาคเอกชนมีแนวโน้มหดตัว** 2.5-3.5% (จากที่เติบโต 2.1% ในปี 2562) สอดคล้องกับภาคอสังหาริมทรัพย์ที่มีแนวโน้มหดตัวรุนแรง ผลจาก (1) กำลังซื้อทั้งในและต่างประเทศซบเซาจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก ซึ่งได้รับผลกระทบจาก COVID-19 (2) มาตรการ LTV ที่ยังคงเข้มงวดในสัญญาที่สองขึ้นไป และ (3) อุปทานคงค้างสะสมที่ยังอยู่ในระดับสูง จากปัจจัยข้างต้น ทำให้คาดว่าปี 2563 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มหดตัว อย่างไรก็ตาม ในปี 2564-2565 คาดว่าความต้องการวัสดุก่อสร้างจะทยอยฟื้นตัวตามภาวะลงทุนภาคก่อสร้างที่มีทิศทางกระเตื้องขึ้นทั้งโครงการภาครัฐและภาคเอกชน (ภาพที่ 14)

■ **กลุ่มผู้ผลิต**: แนวโน้มธุรกิจวัสดุก่อสร้างรายผลิตภัณฑ์มีดังนี้

- **ปูนซีเมนต์: คาดความต้องการใช้ในประเทศปี** 2563 **จะหดตัว** 0.8% ตามทิศทางเศรษฐกิจ **ส่วนปี** 2564-2565 **มีแนวโน้มกลับมาขยายตัว** 5-6% **ต่อปี** (ภาพที่ 15) ตามการเร่งตัวขึ้นของภาคการก่อสร้าง แบ่งเป็น (1) ภาครัฐ (ความต้องการใช้ปูนซีเมนต์คิดเป็นสัดส่วน 40% ของความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ทั้งหมด, ภาพที่ 16) ได้รับแรงขับเคลื่อนจากการเร่งลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) (2) ภาคเอกชน (มีสัดส่วนการใช้ปูนซีเมนต์ 45% ของความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ทั้งหมด) มีแนวโน้มขยายตัวตามธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่คาดว่าจะทยอยฟื้นตัวโดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล (ภาพที่ 17) รวมถึงพื้นที่ EEC **มูลค่าการส่งออกปี** 2563 **มีแนวโน้มเติบโตชะลอลง** เนื่องจากภาวะการก่อสร้างใน CLM ชะลอตัว รวมทั้งโรงงานผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มขึ้น เช่น สปป. ลาว (ตลาดหลักอันดับ 5 สัดส่วน 7% ของมูลค่าส่งออกปูนซีเมนต์ทั้งหมด) รัฐบาลอนุมัติให้จัดตั้งโรงงานผลิตปูนซีเมนต์เพิ่มขึ้นอีก 4 แห่ง ในแขวงอุดมไซ คำม่วน หลวงพระบาง และสะหวันนะเขต กำลังการผลิตรวม 3.7 ล้านตันต่อปี ซึ่งจะทำให้กำลังการผลิตปูนซีเมนต์ทั้งหมดใน สปป.ลาว อยู่ที่ประมาณ 12 ล้านตันต่อปี [5/] **สำหรับปี** 2564-2565 **คาดว่ามูลค่าการส่งออกจะเติบโตต่อเนื่อง** ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการลงทุนก่อสร้างของ CLM โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ GDP ปี 2564 (ณ เมษายน 2563) ของกัมพูชาจะขยายตัว 6.1% สปป. ลาว 5.6% และเมียนมา 7.5% เร่งตัวขึ้นจาก -1.6% 0.7% 1.8% ในปี 2563 ตามลำดับ **ปัจจัยท้าท้าย** ได้แก่ ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงรุนแรงจากลักษณะสินค้าที่ไม่มีความแตกต่าง

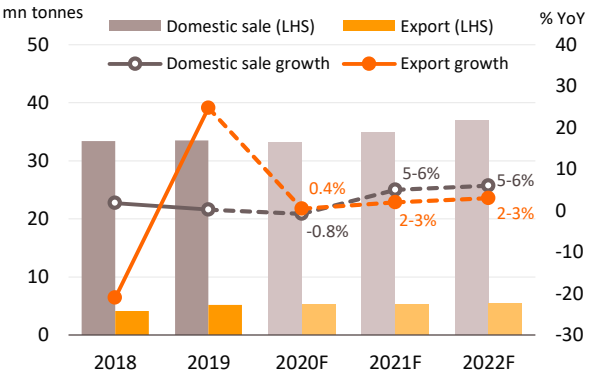
5/ ที่มา ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในลาว, laotradeportal.gov.la, 4 ตุลาคม 2562

Figure 14: Construction Investment Forecast



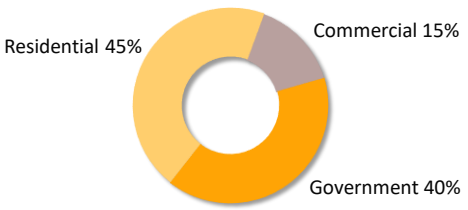
Source: NESDC, Krungsri Research's forecast

Figure 15: Cement Industry Forecast



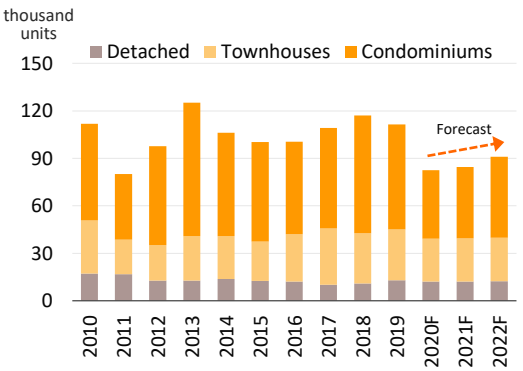
Source: OIE, Krungsri Research's forecast

Figure 16: Cement Demand By Segment



Source: SCG

Figure 17: New Launched Housing (BMR)



Source: AREA, Krungsri Research's forecast

- **คอนกรีตผสมเสร็จ: ปี 2563 ความต้องการใช้ในประเทศมีแนวโน้มหดตัว** 0.3% **แต่จะกลับมาขยายตัว** 4-5% **ต่อปี ในปี** 2564-2565 **อยู่ที่ปริมาณ** 16 **ล้าน ลบ.ปี** (ภาพที่ 18) ปัจจัยหนุนจากการลงทุนก่อสร้างทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีแนวโน้มกระเตื้องขึ้น

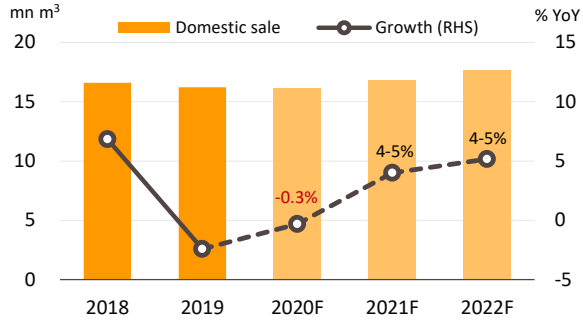
- **กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก: ปริมาณการจำหน่ายในประเทศและการส่งออกปี** 2563 **มีแนวโน้มหดตัว** ผลจากภาวะชบเซาของภาคอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ และภาวะเศรษฐกิจโลกหดตัวรุนแรง แต่สำหรับ**ปี** 2564-2565 **คาดว่าปริมาณการจำหน่ายในประเทศจะทยอยฟื้นตัว** อานิสงส์จากการเร่งก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐซึ่งจะช่วยเหนี่ยวนำให้เกิดการลงทุนก่อสร้างโครงการที่อยู่อาศัยทั้งแนวสูง (ซึ่งมักจะสั่งซื้อสินค้าล็อตใหญ่) โดยเฉพาะตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยาย รวมถึงโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบบริเวณพื้นที่รอบนอกกรุงเทพมหานคร **ด้านการส่งออกปี** 2564-2565 **มีแนวโน้มขยายตัวต่ำ** เนื่องจากคาดว่าภาวะอสังหาริมทรัพย์ในประเทศเพื่อนบ้านจะยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่ นอกจากนี้ การส่งออกไปยังสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบจากการที่สหรัฐฯ ระงับการให้สิทธิ GSP แก่สินค้าส่งออกจากไทย (มีผลเมื่อ 25 เมษายน 2563) จำนวนทั้งสิ้น 573 รายการ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์กระเบื้องและเครื่องสุขภัณฑ์เซรามิก (ผลิตภัณฑ์จากเซรามิก)

  - **กระเบื้องเซรามิก: ความต้องการใช้ในประเทศปี** 2563 **มีแนวโน้มหดตัว** 4-5% อยู่ที่ 159-160 ล้าน ตร.ม. **ส่วนในปี** 2564-2565 **คาดทยอยเติบโต** 4-5% **ต่อปี** คิดเป็นปริมาณ 167-176 ล้าน ตร.ม. **ปริมาณการส่งออกคาดว่าจะหดตัว** 10% **ในปี** 2563 ก่อนที่จะกลับมา**ขยายตัว** 3-6% **ต่อปี ในปี** 2564-2565 (ภาพที่ 19) ตามความต้องการของประเทศคู่ค้าหลัก เช่น เมียนมา สปป.ลาว และกัมพูชา เป็นต้น

  - **สุขภัณฑ์เซรามิก: คาดปี** 2563 **ความต้องการใช้ในประเทศจะหดตัว** 10-11% อยู่ที่ 3.0-3.3 ล้านชิ้น **แต่ในปี** 2564-2565 **จะทยอยปรับขึ้น** 4-7% **ต่อปี** คิดเป็นปริมาณ 3.5-3.7 ล้านชิ้น สำหรับ**ปริมาณการส่งออกปี** 2563 **คาดว่าจะหดตัว** 12.0% แต่จะกระเตื้องขึ้น**ในปี** 2564-2565 **ที่ขยายตัว** 5-8% **ต่อปี** (ภาพที่ 20) ตามความต้องการของประเทศกัมพูชาและเมียนมาเป็นสำคัญ

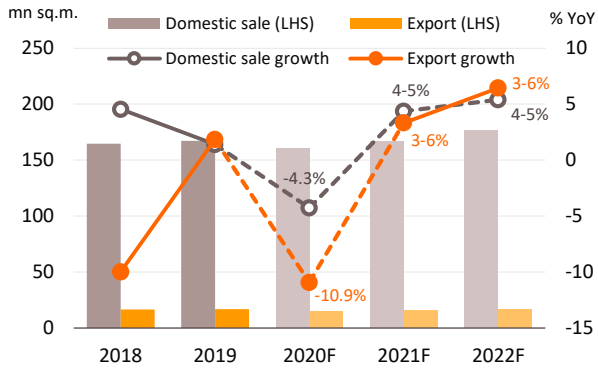
- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ): คาดว่าปริมาณความต้องการใช้ในประเทศปี** 2563 **จะหดตัว** 13% อยู่ที่ประมาณ 3.8 ล้านตัน **แต่จะกลับมาขยายตัว** 2-3% **ในปี** 2564-2565 หนุนโดยการเร่งรัดการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานก่อสร้างในระบบคมนาคมขนส่งทางถนนและทางราง อย่างไรก็ตามแนวโน้มการเติบโตถูกจำกัดด้วยภาวะอุปทานคงค้างส่วนเกินในภาคอสังหาริมทรัพย์ สำหรับ**ปริมาณการส่งออกคาดว่าในปี** 2563 **จะหดตัว** 15.0% (ภาพที่ 21) ส่วน**ในปี** 2564-2565 **มีแนวโน้มทรงตัวถึงขยายตัวได้เล็กน้อย** เนื่องจากสต๊อกของสินค้าในหลายประเทศยังอยู่ในระดับสูงจากอุปสงค์ที่ยังฟื้นตัวช้า ทั้งนี้ ผู้ผลิตไทยเผชิญภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นจาก (1) สินค้าไทยถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดโดยสินค้านำเข้าจากจีนซึ่งเร่งระบายสต๊อกส่วนเกินทำให้เหล็กจากจีนมีราคาถูก และ (2) ผู้ประกอบการจีนเข้ามาตั้งโรงงานผลิตหรือซื้อกิจการในไทยเพิ่มขึ้น

Figure 18: Ready-mixed Concrete Forecast



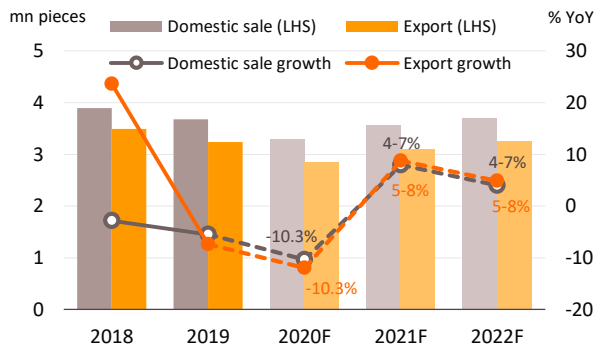
Source: OIE, Krungsri Research's forecast

Figure 19: Ceramic tiles Forecast



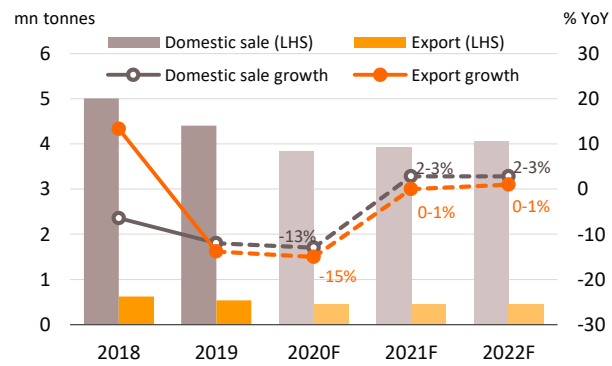
Source: OIE, Krungsri Research's forecast

Figure 20: Sanitary wares Forecast



Source: OIE, Krungsri Research's forecast

Figure 21: Construction steel Forecast



Source: ISIT, Krungsri Research's forecast

■ **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง**: ในช่วงปี 2563-2565 ร้านค้าสมัยใหม่ยังคงมีศักยภาพในการเติบโตสูงกว่าร้านค้าดั้งเดิม กล่าวคือ

- **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่: คาดรายได้ปี 2563 มีแนวโน้มทรงตัวถึงหดตัวเล็กน้อย** ตามภาวะการก่อสร้างที่ซบเซาโดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ แต่รายได้จากการจำหน่ายวัสดุเพื่อตกแต่งยังมีแนวโน้มขยายตัวได้บ้าง **สำหรับปี 2564-2565 คาดว่ารายได้จะทยอยฟื้นตัวตามทิศทางภาคอสังหาริมทรัพย์** โดยร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มีข้อได้เปรียบร้านค้าดั้งเดิมในแง่โอกาสในการขยายฐานรายได้ของธุรกิจ ปัจจัยหนุนจาก (1) การปรับขนาดร้านค้าให้เล็กลงเพื่อขยายจำนวนสาขาเข้าไปในแหล่งชุมชนมากขึ้น (2) การเปิดร้านค้ารูปแบบใหม่ร่วมกับผู้ผลิตรายใหญ่เพื่อรองรับความต้องการที่เจาะจงลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น อาทิ บุญถาวรและเอสซีจีร่วมลงทุนเปิดร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบรนด์ใหม่ (เอสซีจีโฮมบุญถาวร) กระจายตามภูมิภาค (3) การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายใต้ตราสินค้าของบริษัทมากขึ้น เพื่อควบคุมต้นทุนและเพิ่มมาร์จิ้น และ (4) ลงทุนขยายสาขาในตลาดอาเซียนอย่างต่อเนื่อง
- **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม: รายได้ปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวรุนแรง ตามกำลังซื้อที่ซบเซาจากภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ สำหรับปี 2564-2565 คาดว่ารายได้มีแนวโน้มทรงตัวถึงขยายตัวได้เล็กน้อย** เนื่องจากต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่และกลุ่มผู้ผลิตที่หันมาจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้กับผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง

ราคาวัสดุก่อสร้างปี 2563-2565 โดยรวมมีแนวโน้มปรับลงเล็กน้อย ตามทิศทางต้นทุนเชื้อเพลิงเป็นหลัก โดยเฉพาะเหล็กซึ่งราคายังอยู่ในช่วงขาลงต่อเนื่องตามทิศทางราคาโลกจากปัญหาอุปทานส่วนเกินที่อยู่ในระดับสูง ทั้งยังส่งผลให้ผู้ผลิตเหล็กในไทยต้องปรับลดราคาตามราคาสินค้านำเข้าเพื่อรักษาฐานลูกค้า

ปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อธุรกิจวัสดุก่อสร้างในระยะปานกลาง-ระยะยาว ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการก่อสร้าง ที่จะเน้นระบบการก่อสร้างแบบ Modular Building System โดยจะยกโครงสร้างอาคารเป็นส่วนๆ จากโรงงานมาประกอบเป็นอาคารสำเร็จรูปบนพื้นที่หน้างาน รูปแบบการก่อสร้างดังกล่าวจะใช้เทคโนโลยี 3D Printing ร่วมกับการจัดการข้อมูลภายใต้ระบบ Building Information Management (BIM) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า (อาทิ ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์) ทั้งด้านการออกแบบ ระยะเวลาก่อสร้าง และความแข็งแรงทนทาน ทำให้ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ต้องปรับกระบวนการผลิตโดยลงทุนด้านเทคโนโลยีสูงขึ้น ทั้งนี้ การพัฒนาวัสดุก่อสร้างในอนาคตสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ สินค้าสำเร็จรูป สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสินค้าที่เป็นอุปกรณ์อัจฉริยะตามสังคมที่เข้าสู่ยุคดิจิตอลในระยะข้างหน้า ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ อาทิ ซีเมนต์เรืองแสง (Illuminating Cement) ไม้โปร่งแสง (Translucent Wood) และเส้นใยเหล็กเสริมคอนกรีต (Steel Fiber) เป็นต้น

◢ มุมมองวิจัยกรุงศรี: **ปี 2563 ธุรกิจวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มหดตัวต่อเนื่องจากปี 2562 ตามภาวะซบเซาของการลงทุนภาคก่อสร้าง ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งได้รับผลกระทบจากความล่าช้าในการเบิกจ่ายงบประมาณ โดยเฉพาะโครงการใหม่ และวิกฤต COVID-19 สำหรับปี 2564-2565 แนวโน้มธุรกิจคาดว่าจะปรับดีขึ้นตามภาวะการก่อสร้างที่น่าจะทยอยฟื้นตัว ปัจจัยหนุนจาก 1) ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว หลังวิกฤต COVID-19 คลี่คลาย 2) ภาครัฐเร่งลงทุนโครงการขนาดใหญ่ และ 3) การเปิดตัวโครงการอสังหาริมทรัพย์ใหม่ในหัวเมืองภูมิภาค**

■ **กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง:**

- **ปูนซีเมนต์:** รายได้ของมีแนวโน้มเติบโตในปี 2564-2565 ตามการฟื้นตัวของการลงทุนก่อสร้างในประเทศทั้งภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ ผู้ผลิตมีแนวโน้มขยายตลาดส่งออกใหม่ เช่น ออสเตรเลีย จากเดิมที่พึ่งตลาด CLM เป็นหลัก
- **คอนกรีตผสมเสร็จ:** รายได้ของผู้ผลิตซบเซาในปี 2563 ก่อนจะเติบโตดีในปี 2564-25265 ตามการขยายตัวของงานก่อสร้างภาครัฐและภาคเอกชน โดยผู้ประกอบการรายใหญ่มีศักยภาพในการหารายได้เพิ่มขึ้นตามการขยายการลงทุนในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังเดินหน้าแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- **กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก:** คาดว่ารายได้ของผู้ผลิตในช่วง 3 ปีข้างหน้าจะยังซบเซาตามภาคอสังหาริมทรัพย์และกำลังซื้อของผู้บริโภค และธุรกิจยังเผชิญแรงกดดันจากการแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีน
- **เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ):** คาดรายได้ของผู้ผลิตจะขยายตัวต่ำ แม้จะได้อานิสงส์จากการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น รถไฟทางคู่และรถไฟฟ้า แต่เผชิญภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นจากสินค้าราคาถูกจากจีน ผลจาก (1) การทุ่มตลาดเหล็กในไทยเพื่อระบายอุปทานส่วนเกิน และ (2) การเข้ามาตั้งโรงงานใหม่/ซื้อโรงงานเดิมในไทย

■ **กลุ่มผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง:**

- **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่:** รายได้ฟื้นตัวในปี 2564-2565 ตามภาวะเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขา การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย การผลิตสินค้าแบรนด์ของตนเองมากขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่นิยมซื้อในร้านค้าที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายครบวงจรและยังมีบริการเสริมหลังการขาย อาทิ การซ่อมแซม/ต่อเติมบ้าน
- **ร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม: ร้านค้าส่ง** รายได้คาดว่าจะยังทรงตัว แม้ทิศทางธุรกิจก่อสร้างจะทยอยฟื้นตัว แต่ยังต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่สูงจากทั้งกลุ่มร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่และกลุ่มผู้ผลิตที่หันมาจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง **ร้านค้าปลีก** รายได้มีแนวโน้มทรงตัวถึงหดตัวตามการแข่งขันที่รุนแรง แต่ยังพอมีปัจจัยหนุนจากรายได้จากสินค้าวัสดุก่อสร้างกลุ่มซ่อมแซมและต่อเติมที่ยังขยายตัวได้บ้าง

วิจัยกรุงศรี

ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ — **ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ**

พรพรรณ โกคย์สุพัสตร์ — ผู้บริหารฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

- สุจิต ชัยวิชญชาติ — ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค
- ดร.ฉมาดนัย มากนวล — เศรษฐกรอาวุโส
- จุไรลักษณ์ พลศรี — เศรษฐกรอาวุโส (พยากรณ์ตัวเลขเศรษฐกิจ)
- สร้อยสนธิ์ หล่อสุวรรณกุล — เศรษฐกรอาวุโส (เศรษฐกิจภูมิภาค)
- สถิตย์ แถลงสัตย์ — เศรษฐกรอาวุโส (เศรษฐกิจภูมิภาค)

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

- ศรันต์ สุนันท์สถาพร — ผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม
- ธเนศ มหัทธนาลัย — นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors)
- พูลสุข นิลกิจศรานนท์ — นักวิเคราะห์อาวุโส (Healthcare, Mobile Operators)
- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี — นักวิเคราะห์อาวุโส (Transport & Logistics)
- นรินทร์ ตันไพบูลย์ — นักวิเคราะห์อาวุโส (Power Generation, Modern Trade, Chemicals, Medical Devices)
- พุทธชาด ลุนคำ — นักวิเคราะห์ (Hotels, Construction Materials, Industrial Estate)
- วรรณา ยงพิศาลภพ — นักวิเคราะห์ (Automobile, Electronics & Electrical Appliances, Food & Beverages)
- พัชรา กลิ่นชวนชื่น — นักวิเคราะห์ (Real Estate)
- ชัยวัช โชวเจริญสุข — นักวิเคราะห์ (Agriculture)
- อภิญญา ขนุนทอง — นักวิเคราะห์ (Energy, Petrochemicals)

ทีมพัฒนางานวิจัย

- ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ — นักวิเคราะห์อาวุโส
- ตลับลักขณ์ ธนดิษฐ์สุวรรณ — นักวิเคราะห์อาวุโส (Financial Sectors)
- รชฎ เลียงจันทร์ — นักวิเคราะห์
- อาภากร นพรัตยาภรณ์ — นักวิเคราะห์
- ชุติภา คลังจตุรเวทย์ — นักวิเคราะห์

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

- สุรัชนี สมประสงค์ — เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
- ธมณ เสริญสุขสกุล — เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
- เชิดศักดิ์ ศรีชัยต้น — เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย
- วงศกร แก้วอุดทัง — เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย

สนใจสมัครรับอีเมล์ได้ที่ ***krungsri.research@krungsri.com***

คำสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชนที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามวิจัยกรุงศรีมิอาจรับรองความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ข้อคิดเห็นที่ปรากฏเป็นความคิดเห็นของวิจัยกรุงศรี ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็น หรือประมาณการต่างๆ โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า