

ภาพรวมธุรกิจ

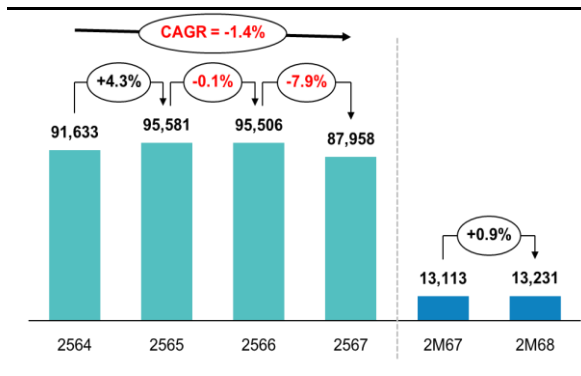
- ธุรกิจผลิตและจำหน่ายภาชนะเครื่องแก้วของประเทศไทยประกอบด้วยแก้วน้ำ จานชามแก้ว และภาชนะตกแต่งที่ทำจากแก้ว โดยการผลิตและจำหน่ายสินค้าดังกล่าวในประเทศไทยเพื่อสำหรับการใช้ในครัวเรือน โรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่ต่าง ๆ ขณะที่แก้วและภาชนะเครื่องแก้วประมาณ 20-30% ถูกส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อินเดีย ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น ธุรกิจนี้จึงพึ่งพาทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการประกอบกิจการ ได้แก่ ต้นทุนการผลิต เช่น ต้นทุนวัตถุดิบอย่างทรายซิลิกา โซดาแอช รวมถึงต้นทุนด้านพลังงาน เนื่องจากกระบวนการผลิตสินค้ากลุ่มนี้ต้องใช้พลังงานในการผลิตที่สูง การแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ทางเลือก เช่น ผลิตภัณฑ์แก้วและภาชนะที่ทำจากพลาสติกและเซรามิก รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ อาทิ กระแสแนวโน้มการบริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความต้องการผลิตภัณฑ์แก้วที่รีไซเคิลได้ ความขัดแย้งทางการค้ารอบใหม่และการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ซึ่งอาจกดดันภาคการส่งออกสินค้าไทย รวมถึงการแข่งขันจากผู้ผลิตต่างชาติในตลาดผลิตภัณฑ์ภาชนะแก้วระดับพรีเมียม

สถานการณ์ด้านการผลิต

- การผลิตแก้วน้ำและภาชนะเครื่องแก้วในไทยส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในโรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่มีเทคโนโลยีการผลิตทันสมัย เช่น การใช้เตาหลอมแก้วขนาดใหญ่และเครื่องจักรอัตโนมัติในการผลิต เป็นต้น โดยตัวอย่างผู้ผลิตรายใหญ่ในไทย (ไม่รวมบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับเครื่องดื่ม) เช่น บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) (Ocean และ Lucaris) บริษัท ลักกี้กลาส จำกัด (Lucky Glass) บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) (เครื่องเบอร์ลี่ ยุคเกอร์) บริษัท ประมวญชัย จำกัด (Union Victors) และบริษัท ยูไนเต็ดกลาส จำกัด อย่างไรก็ตาม โรงงานขนาดเล็กยังคงมีบทบาทในตลาดเฉพาะ อาทิ ผลิตภัณฑ์งานฝีมือหรือแก้วตกแต่งประเภทแฮนด์เมด
- ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่าในปี 2567 ประเทศไทยผลิตสินค้าแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารเป็นจำนวน 87,958 ตัน ลดลง 7.9%YoY และมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยระหว่างปี 2564-2567 คิดเป็นอัตรา CAGR ที่ -1.4% ส่วนการผลิตแก้วน้ำ ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 มีปริมาณที่ 13,231 ตัน เพิ่มขึ้น 0.9%YoY
- อุปสรรคหลักของธุรกิจนี้คือต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้นและความผันผวนสูง โดยข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์พบว่า ราคานำเข้าเฉลี่ยของทรายซิลิกา¹ เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก 96.3 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในเดือน ก.พ. 2565 เป็น 468.4 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในเดือน ก.ค. 2565 ก่อนลดลงมาที่ 85.9 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในเดือน พ.ย. 2565 โดยปัจจุบัน ณ เดือน ก.พ. 2568 ระดับราคานำเข้าดังกล่าวอยู่ที่ 169.6 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ทั้งนี้ ราคาดังกล่าวมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงระหว่างปี 2565-2568 คิดเป็นอัตรา CAGR ที่ 1.6% ด้านต้นทุนการผลิตอื่น ๆ เช่น ระดับราคาพลังงานก็มีความผันผวนจากความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ปัจจุบัน มีผู้ผลิตจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศหลากหลายแบรนด์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงโดยเฉพาะตลาดผลิตภัณฑ์ภาชนะแก้วระดับพรีเมียม อาทิ Luminarc (ฝรั่งเศส), Duralex (ฝรั่งเศส), Libbey (สหรัฐฯ), Bormioli Rocco (อิตาลี), Iittala (ฟินแลนด์), Schott Zwiesel (เยอรมนี), Royal Albert (สหราชอาณาจักร) และ Mikasa (ญี่ปุ่น)

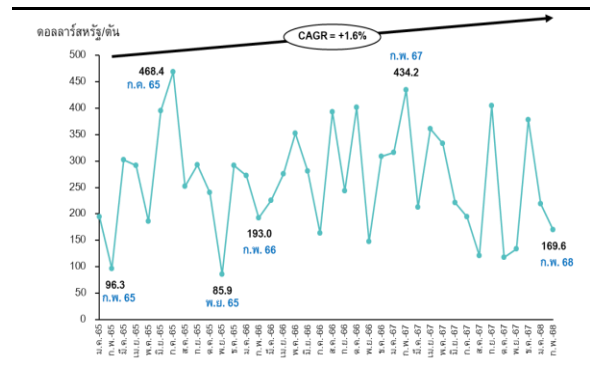
¹ อ้างอิง HS Code 250510 ทรายซิลิกาและทรายควอร์ตซ์ โดยคำนวณราคานำเข้าเฉลี่ยจากมูลค่าการนำเข้าหารด้วยปริมาณการนำเข้า

รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารในประเทศไทย (หน่วย: ตัน)



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 2 แนวโน้มราคาน้ำเข้าเฉลี่ยของวัตถุดิบทรายซิลิกา (Silica Sand)

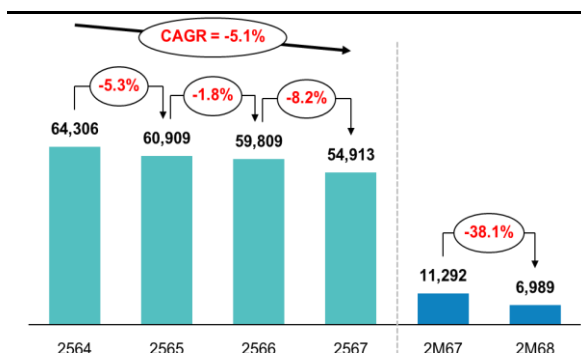


ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

สถานการณ์ด้านการจำหน่ายในประเทศ

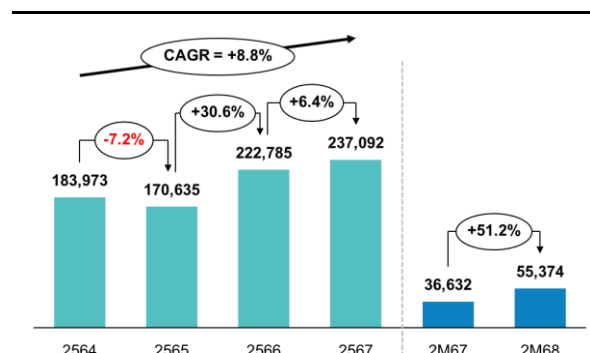
- ยอดการจำหน่ายแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์บนโต๊ะอาหารในประเทศไทยในปี 2567 มีปริมาณ 54,913 ตัน ลดลง 8.2%YoY และมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องนับจากปี 2564 คิดเป็นอัตรา CAGR ที่ -5.1% ส่วนการจำหน่ายในประเทศช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 มีปริมาณที่ 6,989 ตัน ลดลงกว่า 38.1%YoY ทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจนี้ขึ้นอยู่กับตลาด HoReCa (Hotel, Restaurant, and Café หรือตลาดโรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่) และการใช้งานในภาคครัวเรือนเป็นหลัก โดยยอดจำหน่ายตลาดในประเทศคิดเป็นประมาณ 50-60% ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ทำให้เมื่อเศรษฐกิจในภาพรวมเผชิญกับสภาวะกำลังซื้อที่หดตัวจากระดับหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับภาคการท่องเที่ยวของไทยยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาเทียบเท่ากับช่วงก่อนเกิดโควิด-19 รวมถึงมีกระแสความยั่งยืนและการแข่งขันจากภาชนะพลาสติกและเซรามิกที่ราคาถูกกว่า ส่งผลทำให้การจำหน่ายแก้วน้ำ ในประเทศหดตัวอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ปริมาณสินค้าคงคลังยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการชะลอตัวของความต้องการในประเทศและการส่งออก โดยข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมแสดงให้เห็นว่าปริมาณสินค้าคงคลังของแก้วน้ำ ในประเทศเพิ่มขึ้น 6.4%YoY ในปี 2567 และเพิ่มขึ้นเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) กว่า 8.8%

รูปที่ 3 ปริมาณการจำหน่ายในประเทศของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร (หน่วย: ตัน)



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 4 ปริมาณสินค้าคงคลังของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารของประเทศไทย (หน่วย: ตัน)

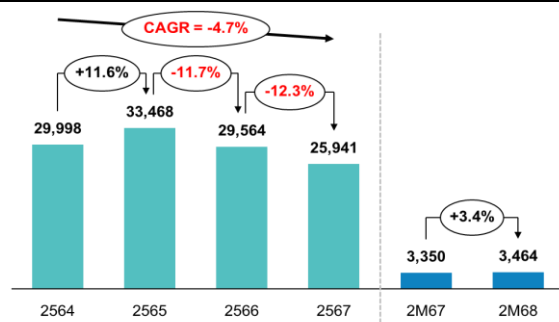


ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สถานการณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศ

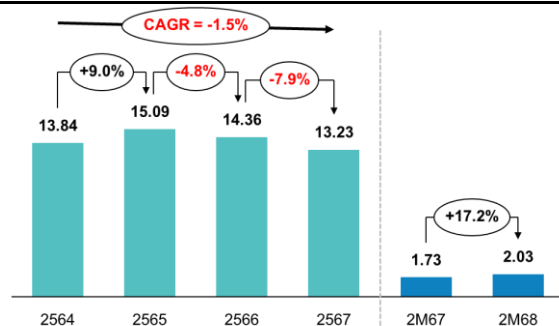
- ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกภาชนะเครื่องแก้วอันดับ 18 ของโลก และเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน โดยปริมาณการส่งออกในปี 2567 ที่ 25,941 ตัน ลดลง 12.3%YoY ขณะที่ช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 ยังมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น 3.4%YoY สอดคล้องกับมูลค่าการส่งออกตามข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์² ซึ่งไทยมีมูลค่าการส่งออกลดลงจาก 14.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 มาอยู่ที่ 13.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 หรือลดลง 7.9%YoY แต่ช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้น 17.2%YoY ทั้งนี้ ตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยคือ สหรัฐอเมริกา (คิดเป็นสัดส่วน 18.6% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด) รองลงมาคือ อินเดีย (10.4%) ญี่ปุ่น (10.1%) เวียดนาม (8.6%) และจีน (7.9%) ตามลำดับ
- ส่วนการนำเข้าภาชนะเครื่องแก้วของประเทศไทย พบว่าแม้มูลค่าการนำเข้าจะลดลงจาก 4.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 เป็น 4.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 หรือลดลง 10.0%YoY แต่มูลค่านำเข้าโดยรวมระหว่างปี 2564-2567 ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตรา CAGR ที่ 5.7% และในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 มูลค่าการนำเข้ายังคงปรับตัวเพิ่มขึ้น 4.3%YoY โดยแหล่งนำเข้าสำคัญของไทยมาจากญี่ปุ่น (คิดเป็นสัดส่วน 60.9% ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด) รองลงมาคือจีน (15.3%) และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป

รูปที่ 5 ปริมาณการส่งออกของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้ว
บนโต๊ะอาหารของประเทศไทย (หน่วย: ตัน)



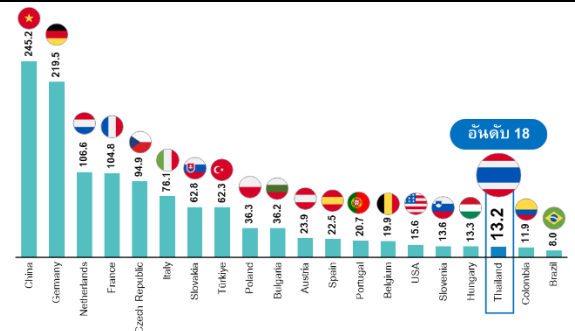
ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูล
ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 7 มูลค่าการส่งออกภาชนะเครื่องแก้วของประเทศไทย
(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



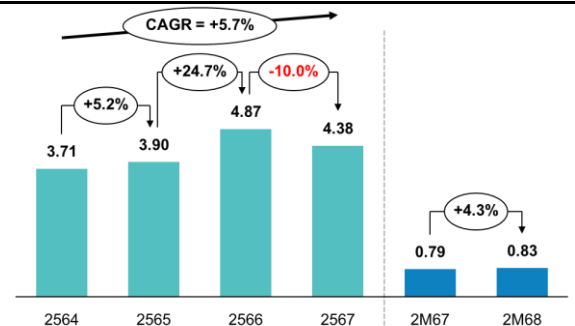
ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูล
ของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 6 ประเทศผู้ส่งออกภาชนะเครื่องแก้วหลัก 20 อันดับแรก
ของโลก ปี 2567 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูล
ของ Trademap

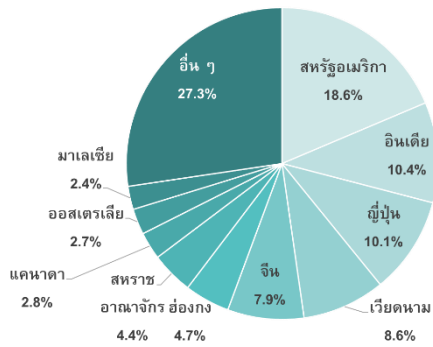
รูปที่ 8 มูลค่าการนำเข้าภาชนะเครื่องแก้วของประเทศไทย
(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูล
ของกระทรวงพาณิชย์

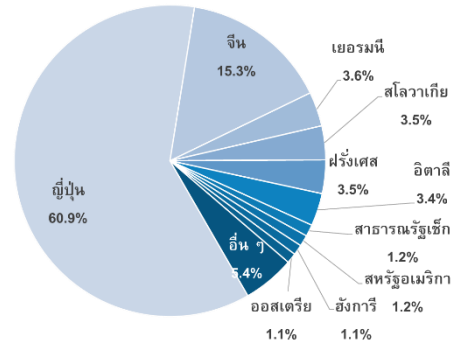
² อ้างอิง HS Code 701328 เครื่องแก้วชนิดที่ใช้บนโต๊ะอาหาร ในครัว ในห้องน้ำ ในสำนักงาน ใช้ตกแต่งภายในหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน

รูปที่ 9 ตลาดส่งออกหลักภาชนะเครื่องแก้วของไทย ปี 2567



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 10 แหล่งนำเข้าหลักภาชนะเครื่องแก้วของไทย ปี 2567



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

แนวโน้มธุรกิจในอนาคต

- ธุรกิจผลิตและจำหน่ายภาชนะเครื่องแก้วของไทยในปี 2568-2569 มีแนวโน้มเผชิญความท้าทายทั้งในตลาดในประเทศ และตลาดส่งออก โดยด้านการผลิต คาดว่าจะยังคงชะลอตัวหรือใกล้เคียงกับปี 2567 เนื่องจากผู้ผลิตอาจปรับลดกำลังการผลิตลงเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดที่ปริมาณสินค้าคงคลังอยู่ในระดับสูง และอุปสงค์ของตลาดโดยรวมที่ชะลอตัว ด้านการจำหน่ายในประเทศ คาดว่าจะยังคงชะลอตัวต่อเนื่องจากการกำลังซื้อในประเทศที่หดตัว และการแข่งขันที่รุนแรงจากผลิตภัณฑ์ทดแทนราคาถูกกว่าอย่างภาชนะพลาสติกและเซรามิก โดยมีสัญญาณเชิงบวกจากภาคการท่องเที่ยวที่เริ่มฟื้นตัว ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์จากตลาด HoReCa (โรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่) ในประเทศได้บางส่วน นอกจากนี้ ด้านการส่งออกของไทย คาดว่าอาจมีการเติบโตได้อย่างจำกัดหรือหดตัว โดยแม้ว่าในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 แสดงสัญญาณเชิงบวกด้วยการเติบโตของมูลค่าการส่งออกที่ 17.2%YoY แต่ในระยะกลางถึงระยะยาว มีโอกาสต้องเผชิญผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ-จีน และนโยบายการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในช่วงกลางปี 2568³ และทำให้ตลาดส่งออกสำคัญอย่างสหรัฐฯ อาจชะลอตัวลงอย่างมีนัยสำคัญ
- ผู้ประกอบการไทยอาจต้องเผชิญกับความท้าทายด้านต้นทุนการผลิต โดยวัตถุดิบหลักอย่างทรายซิลิกามีความผันผวนสูงและยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต แต่ด้านต้นทุนพลังงาน มีแนวโน้มปรับลดลงอันเป็นผลจากการเพิ่มกำลังการผลิตของกลุ่มประเทศนอก OPEC+ และอุปสงค์น้ำมันดิบโลกที่อาจหดตัวจากผลกระทบของมาตรการภาษีของสหรัฐฯ และสงครามการค้า ซึ่งผู้ผลิตไทยจะได้รับอานิสงค์จากปัจจัยนี้ ขณะเดียวกัน ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นในหมู่ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศผลักดันให้ผู้ผลิตหันมาใช้แก้วรีไซเคิลมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของภาค HoReCa และผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความนิยมในภาชนะที่ทำจากวัสดุย่อยสลายได้ เช่น ไบโอฟอสติก หรือเซรามิกที่มีราคาต่ำกว่า สร้างแรงกดดันต่อผู้ผลิตภาชนะเครื่องแก้วทั้งในแง่ของอุปสงค์ต่อสินค้าที่หดตัวลง รวมถึงความจำเป็นต้องปรับตัวพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีฟังก์ชันพิเศษ อาทิ แก้วที่สามารถรักษาอุณหภูมิเครื่องดื่มได้นานขึ้น หรือแก้วที่ออกแบบมาเพื่อเครื่องดื่มเฉพาะ เช่น แก้วสำหรับเครื่องดื่มกาแฟหรือค็อกเทล ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคระดับพรีเมียมและช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์

³ เมื่อวันที่ 11 เม.ย. 2568 ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ มีการประกาศเลื่อนการจัดเก็บภาษีตอบโต้ (Reciprocal Tariff) ออกไป 90 วัน ทำให้มาตรการดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้อีกครั้งในวันที่ 9 ก.ค. 2568 (หากไม่มีการประกาศเปลี่ยนแปลงใด ๆ หลังจากนี้) (ข้อมูล ณ วันที่ 18 เม.ย. 2568)

- สำหรับกลยุทธ์การปรับตัวสำหรับผู้ประกอบการไทย ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยเฉพาะงานหัตถกรรมแก้วแฮนด์เมดที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคากับผลิตภัณฑ์จากจีน การขยายตลาดส่งออกในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียใต้ โดยเฉพาะเวียดนามและอินเดียที่เป็นตลาดเติบโตสูง เพื่อกระจายความเสี่ยงและลดการพึ่งพาตลาดสหรัฐฯ ที่อาจได้รับผลกระทบจากมาตรการภาษีนำเข้า และการลงทุนปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยใช้พลังงานสะอาดหรือพลังงานหมุนเวียน เพื่อลดต้นทุนพลังงานในระยะยาว ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการรายใหญ่อาจปรับเปลี่ยนสายการผลิตบางส่วนเพื่อมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มที่ยังมีความต้องการในตลาด หรือผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น แก้วที่มีคุณสมบัติพิเศษ หรือภาชนะแก้วที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล เพื่อรักษาระดับรายได้ไว้ ส่วนผู้ผลิตรายเล็กที่ขาดความยืดหยุ่นในการปรับตัวอาจเผชิญความเสี่ยงต่อการปิดกิจการมากขึ้น

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นายณัฐชาติ วิรุพหัตถ์ (nuttachattv@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. อนพล ศรีรัษฎพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุพหัตถ์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรรณล ศรีทองเดิม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชียวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิไลندا ดิสรเตตวิวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วิชรพันธ์ นียม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์



Scan Here
For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง