

ภาพรวมธุรกิจ

- ธุรกิจภาชนะเครื่องแก้วของไทยครอบคลุมตั้งแต่การผลิตแก้วน้ำ จาน ชาม และของตกแต่งที่ทำจากแก้ว เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคในครัวเรือน ตลอดจนลูกค้าเชิงพาณิชย์อย่างโรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่ รวมถึงผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ โดยผู้ประกอบการไทยจำนวนหนึ่งยังมีรายได้จากการส่งออกภาชนะเครื่องแก้วไปยังตลาดหลักในต่างประเทศด้วย ทำให้โครงสร้างรายได้ของอุตสาหกรรมต้องพึ่งพาทั้งกำลังซื้อภายในประเทศและคำสั่งซื้อจากต่างประเทศควบคู่กันไป ในด้านต้นทุน การดำเนินธุรกิจ ผู้ผลิตภาชนะเครื่องแก้วเผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบสำคัญ เช่น ทราย ซิลิกา โซดาแอช และสารเคมีที่ใช้ปรับคุณสมบัติของเนื้อแก้ว ประกอบกับต้นทุนพลังงาน โดยเฉพาะไฟฟ้าและก๊าซธรรมชาติสำหรับกระบวนการหลอมและขึ้นรูป ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตที่ใช้พลังงานในระดับสูง ขณะเดียวกันยังเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากสินค้าทดแทน เช่น ภาชนะพลาสติก และเซรามิก รวมถึงแรงกดดันจากผู้ผลิตต่างชาติในกลุ่มสินค้าระดับพรีเมียม อย่างไรก็ตาม แนวโน้มความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมและแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนกำลังเอื้อให้แก้วถูกมองเป็นวัสดุที่โดดเด่นด้านการรีไซเคิล และเปิดโอกาสให้ธุรกิจต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เนื้อแก้วรีไซเคิลในสัดส่วนที่สูงขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน

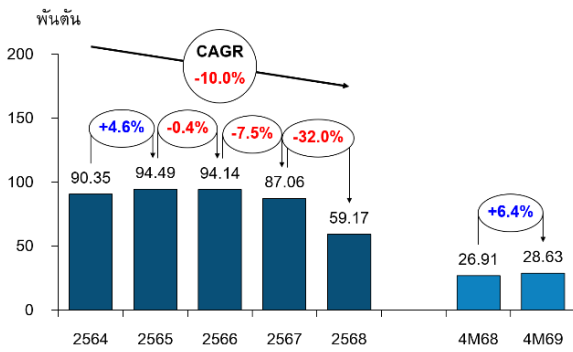
สถานการณ์ด้านการผลิต

- โครงสร้างการผลิตภาชนะเครื่องแก้วของไทยในปัจจุบันยังคงพึ่งพาฐานการผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่เป็นหลัก โดยโรงงานเหล่านี้ลงทุนในเตาหลอมแก้วขนาดใหญ่และใช้ระบบเครื่องจักรอัตโนมัติเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการผลิต เพื่อรองรับปริมาณการผลิตเชิงอุตสาหกรรมและควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยตัวอย่างผู้ผลิตรายใหญ่ในไทย (ไม่รวมบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับเครื่องดื่ม) เช่น บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) (Ocean และ Lucaris), บริษัท ลักกี้กลาส จำกัด (Lucky Glass), บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท ประมวลวิชัย จำกัด (Union Victors) และบริษัท ยูไนเต็ทกลาส จำกัด อย่างไรก็ตาม แม้อุตสาหกรรมจะถูกนำโดยผู้ผลิตรายใหญ่ที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย แต่โรงงานขนาดเล็กและผู้ผลิตเชิงหัตถกรรมยังคงมีบทบาทในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยเน้นผลิตเครื่องแก้วชนิดทำมือและงานตกแต่ง เช่น แก้วเป่ามือและงานออกแบบเฉพาะ เพื่อรองรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าที่ต้องการความแตกต่างหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- ในช่วงปี 2564-2568 ปริมาณการผลิตแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารมีแนวโน้มลดลงในอัตราเฉลี่ยราว 10.0% ต่อปี และในปี 2568 ปริมาณการผลิตอยู่ที่ 59,172 ตัน ลดลง 32.0%YoY สะท้อนแรงกดดันจากต้นทุนวัตถุดิบหลัก เช่น ทรายซิลิกา ที่มีความผันผวนสูง และต้นทุนพลังงานที่ปรับเพิ่มขึ้น รวมถึงการแข่งขันจากภาชนะทดแทนอย่างพลาสติกและเซรามิกที่มีราคาถูกกว่า ประกอบกับกำลังซื้อในประเทศที่ฟื้นตัวช้าภายใต้ภาระหนี้ครัวเรือนและค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง รวมถึงตลาดส่งออกที่ยังเผชิญความไม่แน่นอนจากสงครามการค้าและการแข่งขันที่รุนแรง ส่งผลให้คำสั่งซื้อชะลอตัว ผู้ผลิตจึงลดกำลังการผลิตลงเพื่อเร่งระบายสต็อกที่อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 ปริมาณการผลิตแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารอยู่ที่ 28,625 ตัน เพิ่มขึ้น 6.4%YoY ตามการฟื้นตัวของอุปสงค์ในประเทศ ซึ่งได้รับแรงหนุนจากภาคท่องเที่ยวและภาคบริการ (HoReCa) ที่เริ่มกลับมาขยายตัวและสร้างบรรยากาศการใช้จ่ายที่คึกคักมากขึ้น ขณะเดียวกัน ต้นทุนการผลิตเริ่มผ่อนคลายลงตามราคาวัตถุดิบหลัก โดยเฉพาะทรายซิลิกาที่มีราคาเฉลี่ยในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 ลดลงราว 26.9%YoY ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจในการเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับคำสั่งซื้อในประเทศที่ทยอยฟื้นตัว

Disclaimer:

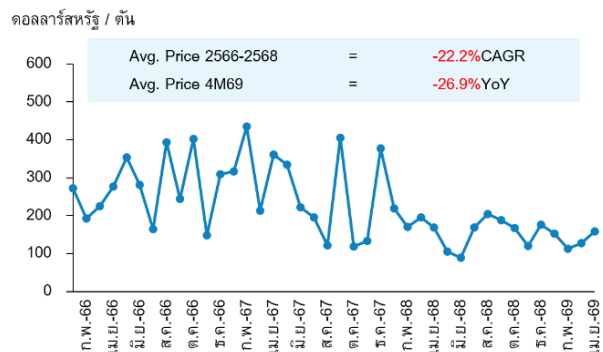
ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
จากข้อมูลของ OIE
หมายเหตุ : อ้างอิง TSIC 23102 แก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร

รูปที่ 2 ราคาหน้าเข้าเฉลี่ยของวัตถุดิบทรายซิลิกา (Silica Sand)



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
จากข้อมูลของ MOC
หมายเหตุ : อ้างอิง HS Code 250510 ทรายซิลิกาและทรายควอร์ตซ์

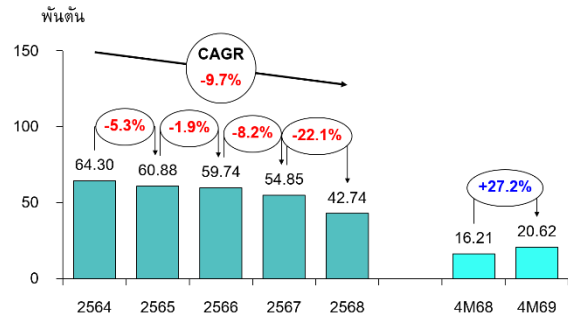
สถานการณ์ด้านการจำหน่ายในประเทศ

- ในช่วงปี 2564-2568 ยอดการจำหน่ายแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงในอัตราเฉลี่ยราว 9.7% ต่อปี และในปี 2568 มีปริมาณการจำหน่ายทั้งสิ้นราว 42,735 ตัน ลดลง 22.1%YoY สะท้อนว่าตลาดในประเทศเผชิญแรงกดดันจากอุปสงค์ที่อ่อนแอต่อเนื่อง จากกำลังซื้อภาคครัวเรือนที่ยังเปราะบางจากภาระหนี้ครัวเรือนสูง ประกอบกับการแข่งขันจากสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่า อย่างไรก็ตาม การจำหน่ายในประเทศช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 กลับมาขยายตัว โดยมีปริมาณการจำหน่ายที่ 20,620 ตัน เพิ่มขึ้น 27.2%YoY จากฐานต่ำในช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสะท้อนการฟื้นตัวบางส่วนของคำสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้า โรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่ รวมถึงการทยอยเติมสินค้าของผู้ประกอบการหลังจากชะลอคำสั่งซื้อในช่วงก่อนหน้า ทั้งนี้ ธุรกิจดังกล่าวยังพึ่งพาส่งออกในประเทศและการใช้งานในภาคครัวเรือนเป็นหลัก ทำให้ทิศทางยอดจำหน่ายมีความอ่อนไหวต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค การฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยว และความต้องการของธุรกิจบริการอาหารโดยตรง
- สำหรับปริมาณสินค้าคงคลังของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารในช่วงปี 2564-2568 ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยราว 16.4% ต่อปี และในปี 2568 มีสินค้าคงคลังทั้งสิ้นราว 331,102 ตัน เพิ่มขึ้น 40.8%YoY สะท้อนภาวะสะสมของสต็อกจากความต้องการที่ฟื้นตัวช้ากว่ากำลังการผลิตและความล่าช้าของการระบายสินค้า อย่างไรก็ตาม ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 ปริมาณสินค้าคงคลังลดลงมาอยู่ที่ 85,415 ตัน ลดลง 24.7%YoY สอดคล้องกับยอดจำหน่ายในประเทศที่ปรับเพิ่มขึ้น ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ประกอบการเริ่มสามารถระบายสินค้าคงคลังได้บางส่วน อย่างไรก็ตาม ระดับสินค้าคงคลังที่เพิ่มขึ้นในช่วงก่อนหน้ายังสะท้อนความเสี่ยงด้านอุปทานส่วนเกิน หากการฟื้นตัวของอุปสงค์ในประเทศไม่ต่อเนื่องหรือกระจุกตัวเฉพาะบางกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะตลาด HoReCa และภาคครัวเรือนที่ยังขึ้นอยู่กับรายได้ผู้บริโภค ต้นทุนการดำเนินธุรกิจ และจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้น แม้ในช่วงต้นปี 2569 ธุรกิจจะเริ่มสะท้อนสัญญาณเชิงบวกจากการฟื้นตัวของยอดขายและระดับสินค้าคงคลังที่ปรับลดลง แต่ภาพรวมยังคงต้องติดตามปัจจัยสำคัญอย่างต่อเนื่อง ทั้งความต่อเนื่องของคำสั่งซื้อในระยะถัดไป แรงกดดันจากการแข่งขันของสินค้าทดแทน รวมถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังของผู้ประกอบการ

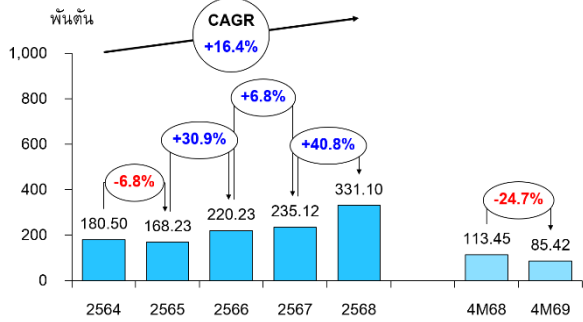
Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

รูปที่ 3 ปริมาณการจำหน่ายในประเทศของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร



รูปที่ 4 ปริมาณสินค้าคงคลังของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร

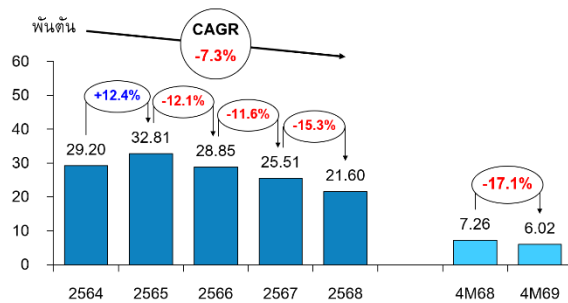


ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ OIE
 หมายถึง : อ้างอิง TSIC 23102 แก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร

สถานการณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศ

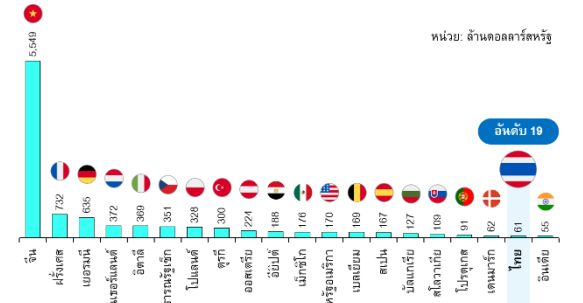
- ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกภาชนะเครื่องแก้วอันดับที่ 19 ของโลก แม้มูลค่าการส่งออกของไทยยังอยู่ห่างจากผู้เล่นหลักระดับโลกอย่างจีน แต่ไทยยังคงมีบทบาทผู้ส่งออกอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน อย่างไรก็ดี ในช่วงปี 2564-2568 ปริมาณการส่งออกแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร มีแนวโน้มลดลงในอัตราเฉลี่ยราว 7.3% ต่อปี และในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 ปริมาณการส่งออกมีจำนวน 6,017 ตัน ลดลง 17.1%YoY สอดคล้องกับมูลค่าการส่งออกภาชนะเครื่องแก้วตามข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ โดยในช่วงปี 2564-2568 มูลค่าการส่งออกแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร มีแนวโน้มลดลงในอัตราเฉลี่ยราว 5.0% ต่อปี และในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 มูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 17.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 11.8%YoY จากอุปสงค์ในตลาดส่งออกหลักชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวไม่ทั่วถึง ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้นจากผู้ผลิตรายใหญ่ ตลอดจนต้นทุนการผลิตและพลังงานที่ยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการไทยลดลง รวมถึงความตึงเครียดในตะวันออกกลางที่ส่งผลต่อความผันผวนของราคาพลังงานและค่าระวางเรือ รวมทั้งความเสี่ยงด้านเส้นทางขนส่ง แม้ผลกระทบในช่วงต้นปี 2569 ยังอยู่ในวงจำกัด แต่มีสัญญาณสร้างแรงกดดันต่อภาคการส่งออกบางส่วน ทั้งนี้ ตลาดส่งออกหลักภาชนะเครื่องแก้วของประเทศไทย ได้แก่ อินเดีย (คิดเป็นสัดส่วน 19.8% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด) รองลงมาคือ เวียดนาม (14.4%) สหรัฐอเมริกา (10.2%) จีน (5.8%) และญี่ปุ่น (5.1%) ตามลำดับ

รูปที่ 5 ปริมาณการส่งออกของแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหารของประเทศไทย



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ OIE (อ้างอิง TSIC 23102)

รูปที่ 6 ประเทศผู้ส่งออกภาชนะเครื่องแก้วหลัก 20 อันดับแรกของโลก ปี 2568

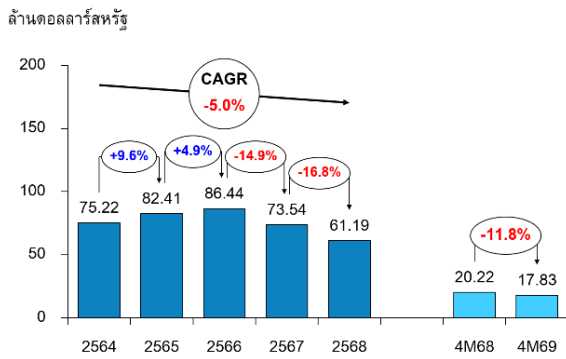


ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ Trademap (อ้างอิง HS Code 7013)

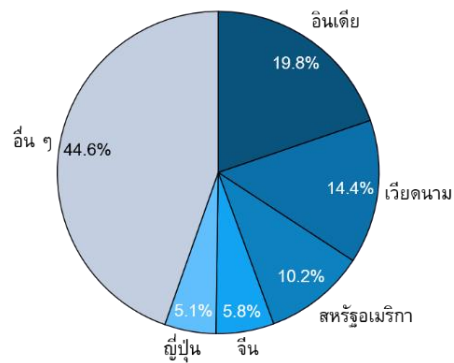
Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

รูปที่ 7 มูลค่าการส่งออกภาชนะเครื่องแก้วของไทย



รูปที่ 8 ตลาดส่งออกภาชนะเครื่องแก้วของไทย ปี 2568

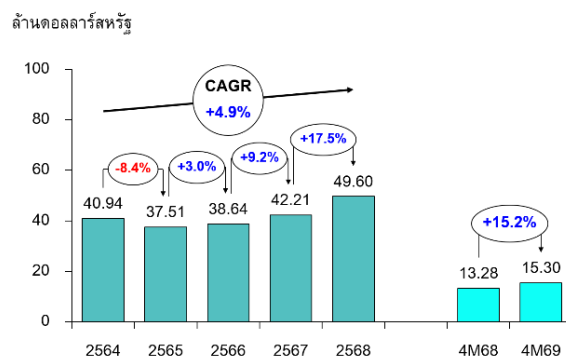


ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ MOC

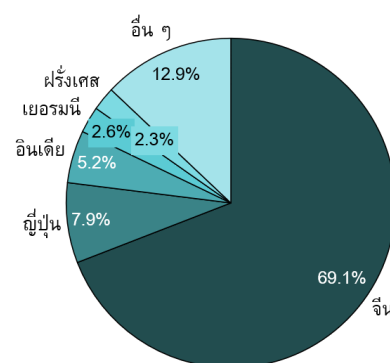
หมายเหตุ : อ้างอิง HS Code 7013 เครื่องแก้วชนิดที่ใช้บนโต๊ะอาหาร ในครัว ในห้องน้ำ ในสำนักงาน ใช้ตกแต่งภายในหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน

- แม้ประเทศไทยจะมีความสามารถในการผลิตและส่งออกภาชนะเครื่องแก้วได้เอง แต่ยังคงมีความจำเป็นต้องนำเข้าสินค้ากลุ่มดังกล่าว เนื่องจากโครงสร้างตลาดภาชนะเครื่องแก้วมีลักษณะเป็นตลาดที่มีความหลากหลายสูง ทั้งในด้านระดับราคา คุณภาพ การออกแบบ แบรินด์ และวัตถุประสงค์การใช้งาน โดยในช่วงปี 2564-2568 มูลค่าการนำเข้าแก้วน้ำและผลิตภัณฑ์แก้วบนโต๊ะอาหาร ขยายตัวในอัตราเฉลี่ยราว 4.9% ต่อปี และในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2569 มูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 15.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 15.2% YoY สะท้อนว่าการนำเข้าไม่ได้เกิดจากการที่ไทยผลิตไม่ได้ แต่เกิดจากความต้องการสินค้าบางประเภทที่ผู้ผลิตในประเทศอาจยังไม่สามารถตอบโจทย์ได้ครบถ้วน ทั้งในด้านต้นทุน รูปแบบสินค้า คุณภาพ เฉพาะทาง หรือการรับรู้แบรนด์ โดยเฉพาะสินค้าราคาประหยัดจากจีน ซึ่งครองสัดส่วนสูงถึง 69.1% ของแหล่งนำเข้าภาชนะเครื่องแก้วของไทยในปี 2568 รวมถึงสินค้าจากญี่ปุ่น อินเดีย เยอรมนี และฝรั่งเศส ที่อาจตอบโจทย์กลุ่มสินค้าคุณภาพสูง สินค้าเฉพาะทาง หรือสินค้าที่มีดีไซน์และแบรนด์แตกต่างจากสินค้าภายในประเทศ และมีบทบาทในการเติมเต็มช่องว่างของตลาด ทั้งในด้านราคา คุณภาพ และความหลากหลายของสินค้า

รูปที่ 9 มูลค่าการนำเข้าภาชนะเครื่องแก้วของไทย



รูปที่ 10 แหล่งนำเข้าภาชนะเครื่องแก้วของไทย ปี 2568



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลของ MOC

หมายเหตุ : อ้างอิง HS Code 7013 เครื่องแก้วชนิดที่ใช้บนโต๊ะอาหาร ในครัว ในห้องน้ำ ในสำนักงาน ใช้ตกแต่งภายในหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

แนวโน้มธุรกิจ

- ธุรกิจผลิตและจำหน่ายภาชนะเครื่องแก้วของไทย ในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มฟื้นตัวได้อย่างจำกัด โดยแรงหนุนหลักมาจากตลาดในประเทศที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นตามภาคท่องเที่ยว จากความต้องการในกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร และกาแฟ ที่กลับมาสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวยังไม่ทั่วถึง จากกำลังซื้อครัวเรือนยังเปราะบาง ภาวะค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ขณะที่ตลาดยังเผชิญการแข่งขันจากสินค้าทดแทนราคาถูกรวมถึงสินค้านำเข้าจากจีน ทำให้ยังต้องบริหารการผลิตและสินค้าคงคลังอย่างระมัดระวัง
- สำหรับด้านการผลิต คาดว่าจะทยอยฟื้นตัวตามคำสั่งซื้อในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น และได้รับอานิสงส์บางส่วนจากต้นทุนวัตถุดิบหลักอย่างทรายซิลิกาที่เริ่มผ่อนคลายลงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม ธุรกิจผลิตภาชนะเครื่องแก้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้พลังงานสูงในกระบวนการหลอมและขึ้นรูป ทำให้ต้นทุนไฟฟ้า ก๊าซธรรมชาติ และค่าขนส่งยังเป็นปัจจัยกดดันทางด้านต้นทุนการผลิต โดยผู้ผลิตมีแนวโน้มเพิ่มกำลังการผลิตแบบค่อยเป็นค่อยไปมากกว่าการเร่งผลิตเต็มกำลัง เนื่องจากระดับสินค้าคงคลังในอดีตยังสะท้อนความเสี่ยงด้านอุปทานส่วนเกิน ขณะที่ด้านการจำหน่ายในประเทศ คาดว่ายังเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของธุรกิจ โดยเฉพาะความต้องการจากกลุ่ม HoReCa ที่ได้รับแรงหนุนจากกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริโภคนอกบ้าน และการขยายตัวของธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ส่งผลดีต่อความต้องการใช้แก้วน้ำและภาชนะบนโต๊ะอาหารมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความต้องการในภาคครัวเรือนยังมีแนวโน้มฟื้นตัวช้า เนื่องจากผู้บริโภคยังระมัดระวังการใช้จ่าย และอาจเลือกใช้สินค้าทดแทนที่มีราคาต่ำกว่า ทำให้การเติบโตของตลาดในประเทศยังขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของภาคท่องเที่ยว และกำลังซื้อผู้บริโภคเป็นสำคัญ ขณะเดียวกัน ตลาดในประเทศยังถูกกดดันจากสินค้านำเข้าราคาประหยัดจากจีนและสินค้าคุณภาพสูงจากญี่ปุ่นและยุโรปที่เข้ามาแข่งขันในตลาดเฉพาะกลุ่ม
- ด้านการส่งออก คาดว่ายังมีแนวโน้มชะลอตัว จากอุปสงค์ต่างประเทศที่ยังอ่อนแอ และการแข่งขันด้านราคาจากผู้ผลิตรายใหญ่ โดยเฉพาะจีน โดยไทยยังมีบทบาทเป็นผู้ส่งออกสำคัญในอาเซียน และมีตลาดหลักอย่างอินเดีย เวียดนาม สหรัฐ จีน และญี่ปุ่น และเนื่องจากสหรัฐฯ เป็นหนึ่งในตลาดส่งออกสำคัญของไทย ดังนั้น ประเด็นมาตรการภาษีสหรัฐฯ ยังคงเป็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการต้องติดตาม ซึ่งอาจกดดันความสามารถในการแข่งขันด้านราคา นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญความเสี่ยงจากสถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลาง ที่อาจกระทบราคาพลังงาน ค่าระวางเรือ ค่าประกันภัยทางทะเล และความเสี่ยงด้านเส้นทางขนส่งระหว่างประเทศ โดยเฉพาะหากสถานการณ์ยืดเยื้อ ต้นทุนการผลิตและโลจิสติกส์ของผู้ผลิตไทยอาจเพิ่มขึ้น และกดดันอัตรากำไรของผู้ประกอบการในธุรกิจ
- ดังนั้น สำหรับกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการไทย ควรมุ่งลดการพึ่งพาสินค้ามาตรฐานที่แข่งขันด้วยราคา และหันไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น ภาชนะเครื่องแก้วรูปแบบพิเศษสำหรับกลุ่ม HoReCa หรือ สินค้าที่มีดีไซน์เฉพาะ งานหัตถกรรมแก้ว หรือผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ไทย เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันโดยตรงกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ขณะเดียวกัน ควรเพิ่มการใช้แก้วรีไซเคิลและพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เนื่องจากกระแสเศรษฐกิจหมุนเวียนและความต้องการสินค้าที่ยั่งยืนยังเป็นโอกาสสำคัญของธุรกิจภาชนะเครื่องแก้วในระยะข้างหน้า

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นางสาวศรีอำไพ อิงคกิตติ (sri-ampai@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิศรเตตวิวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นิยม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หิ้นสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ฉบับ

เข้าใจ

ตอบโจทย์



Scan Here

For More Articles

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

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง