

แนวโน้มธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำในไทย

Industry Analysis and Outlook No.48 3 พฤศจิกายน 2568

Updated Edition

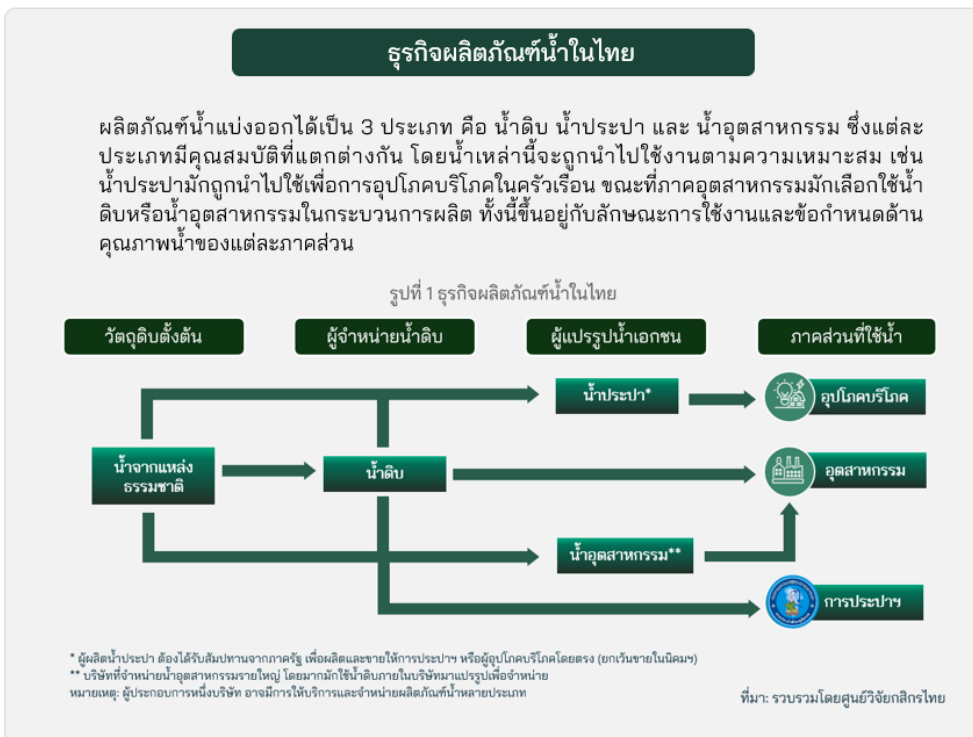
- ในปี 2569 รายได้รวมของธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำคาดว่าจะเติบโตราว 0.4% โดยได้รับแรงหนุนจากรายได้การจำหน่ายน้ำประปาและน้ำอุตสาหกรรมที่เพิ่มสูงขึ้น ขณะที่รายได้จากน้ำดิบคาดว่าจะลดลงจากปีก่อนหน้า
- รายได้จากการจำหน่ายน้ำประปาคาดว่าจะโต 0.9% ในปี 2569 จากจำนวนผู้ใช้น้ำประปาที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แม้อุปสงค์จากภาคการท่องเที่ยวจะมีทิศทางลดลง ขณะที่รายได้จากการจำหน่ายน้ำอุตสาหกรรมคาดว่าจะโต 7.0% จากปริมาณการจำหน่ายที่เติบโต และสัดส่วนการจำหน่ายน้ำมูลค่าเพิ่มที่มากขึ้น
- อย่างไรก็ดี น้ำดิบเป็นผลิตภัณฑ์เดียวที่รายได้จากการจำหน่ายในปี 2569 มีแนวโน้มลดลง โดยคาดว่าจะหดตัวราว 5.3% จากอุปสงค์ที่ลดลงของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นตลาดหลักและมีราคาขายที่สูงกว่าภาคอุปโภคบริโภค



รินรดา อัมพรสิทธิกุล

นักวิจัย

Rinrada.a@kasikornresearch.com



ภาพรวมธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำ

สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำในปัจจุบัน รายได้จากการขายน้ำประปามีสัดส่วนสูงสุด อยู่ที่ราว 56% รองลงมาคือน้ำดื่มที่ราว 24% และน้ำอุตสาหกรรมที่ราว 20%

ในปี 2569 รายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์น้ำทุกประเภทคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 0.4%

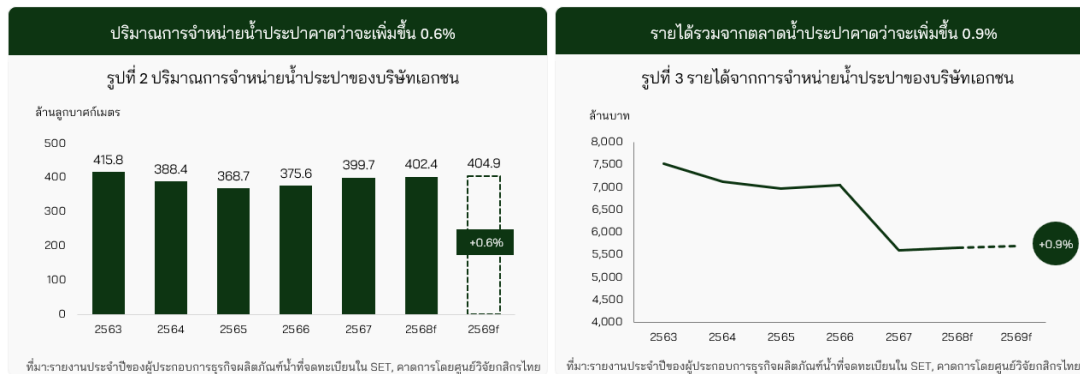
แรงหนุนหลักมาจาก รายได้จากการขายน้ำประปาและน้ำอุตสาหกรรม ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การลดลงของรายได้จากการจำหน่ายน้ำดื่ม จะเป็นปัจจัยกดดันต่อการเติบโตของรายได้ในภาพรวม

ผู้จำหน่ายน้ำประปา

การจำหน่ายน้ำประปาโดยบริษัทเอกชนเป็นธุรกิจที่ต้องได้รับ สัมปทานจากภาครัฐ ซึ่งจะมีการ กำหนดพื้นที่ ระยะเวลา และเงื่อนไขการให้บริการ ทั้งนี้ อัตราค่าไถ่เริ่มต้นของผู้ประกอบการธุรกิจ น้ำประปามักอยู่ในระดับสูง (มากกว่า 60%²) ทำให้ปัจจุบันมีบริษัทเอกชนสนใจเข้ามาลงทุนในหลาย พื้นที่ โดยเฉพาะในเขตชุมชนเมืองนอกกรุงเทพฯ

ปริมาณการจำหน่ายน้ำประปาจากบริษัทเอกชนในปี 2569 คาดว่าจะโต 0.6% (รูปที่ 2)

จากจำนวนผู้ใช้น้ำประปาที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แม้อุปสงค์จากภาคการท่องเที่ยวจะมีทิศทางลดลง



ปริมาณการจำหน่ายน้ำประปายังคงเติบโตต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของเขตพื้นที่ชุมชนเมือง และจำนวนผู้ใช้น้ำประปาที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ในปี 2569 ธุรกิจอาจได้รับแรงกดดันจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะลดลงต่อเนื่องจากปี 2568 ซึ่งจะส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำประปาโดยเฉพาะจากภาคบริการในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวลดน้อยลง

รายได้จากการจำหน่ายน้ำประปาคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 0.9% ในปี 2569 (รูปที่ 3)

จากปริมาณขายที่ยังคงเติบโต และราคาขายที่ปรับขึ้นตามสัญญาสัมปทานของรัฐวิสาหกิจ

สัญญาสัมปทานน้ำประปามักกำหนดให้ผู้ประกอบการสามารถปรับราคาขายขึ้นได้ทุกปีตามอัตราเงินเฟ้อ ส่งผลให้ทิศทางรายได้ของธุรกิจน้ำประปาในปี 2569 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

² อ้างอิงจาก บริษัทรายใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์ฯ

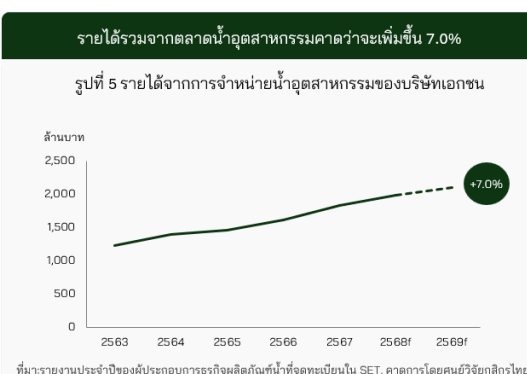
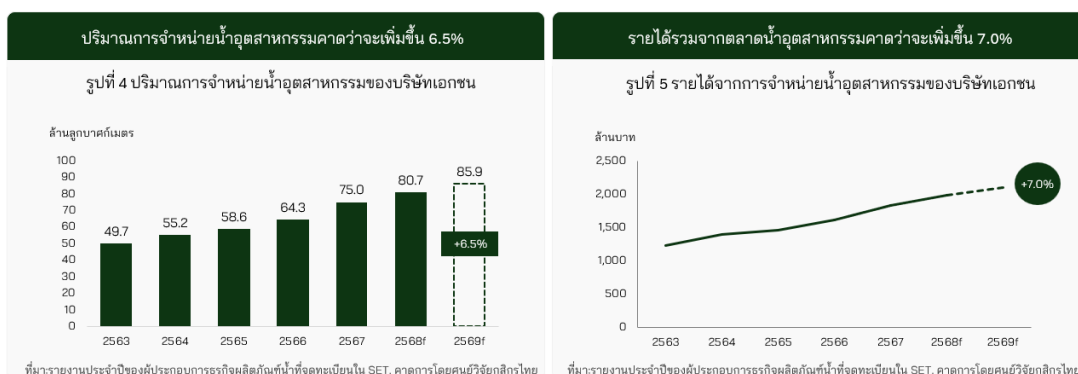
อย่างไรก็ดี ภาพรวมรายได้ธุรกิจน้ำประปาไทยยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่าปี 2566 อยู่ราว 19.2% เนื่องจาก หนึ่งในโครงการของผู้ผลิตน้ำประปาเอกชนรายใหญ่หมดสัญญาสัมปทาน ในช่วงปลายปี 2566 และถูกเปลี่ยนเป็นระบบสัญญาจ้างบริหารจัดการการผลิตน้ำประปา ซึ่งมีราคาর্বซื้อที่ต่ำกว่าสัญญาเดิม

ผู้จำหน่ายน้ำอุตสาหกรรม

ปริมาณการจำหน่ายน้ำอุตสาหกรรมคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 6.5% ในปี 2569 (รูปที่ 4)

จากการขยายธุรกิจของผู้ผลิตรายใหญ่สู่ตลาดน้ำอุตสาหกรรม

การขยายธุรกิจของผู้ผลิตรายใหญ่จากการให้บริการน้ำดิบเพียงอย่างเดียว สู่การให้บริการน้ำอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้น ทั้ง น้ำเพื่ออุตสาหกรรมทั่วไป³ และ น้ำมูลค่าเพิ่ม⁴ ส่งผลให้ลูกค้าในภาคอุตสาหกรรมบางราย โดยเฉพาะโรงงานขนาดเล็ก ที่มีความต้องการใช้น้ำเฉพาะทาง หันมาซื้อน้ำอุตสาหกรรมจากผู้ผลิตโดยตรงเพื่อลดต้นทุน แทนที่จะซื้อน้ำดิบไปแปรรูปเอง



รายได้รวมจากตลาดการจำหน่ายน้ำอุตสาหกรรมคาดว่าจะโต 7.0% ในปี 2569 (รูปที่ 5)

จากปริมาณขายที่เติบโต และสัดส่วนการจำหน่ายน้ำมูลค่าเพิ่มที่มากขึ้น

ราคาขายเฉลี่ยของน้ำอุตสาหกรรมในปี 2569 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นราว 0.5% โดยมีปัจจัยหนุนจากการเติบโตของปริมาณจำหน่ายน้ำมูลค่าเพิ่ม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยสูงกว่าน้ำอุตสาหกรรมทั่วไปไม่น้อยกว่า 25% โดยสัดส่วนการจำหน่ายน้ำมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการรายใหญ่บางราย เปลี่ยนจากที่อยู่เพียง 5% ของปริมาณขายน้ำอุตสาหกรรมทั้งหมด ในปี 2563 เป็นมากกว่า 15% ในปี 2567

อย่างไรก็ตาม แม้ปริมาณขายและรายได้จะเติบโต แต่การขยายตัวของธุรกิจน้ำอุตสาหกรรมยังคงอยู่ในกรอบจำกัด เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลัก⁵ ยังคงเผชิญแรงกดดันจากทั้งสงครามการค้าและภาวะอุปทานส่วนเกินของสินค้าจากจีน

³ น้ำเพื่ออุตสาหกรรม หมายถึง น้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมต่างๆ โดยอาจมีแร่ธาตุเจือปนอยู่บ้าง

⁴ น้ำมูลค่าเพิ่มหมายถึง น้ำปราศจากแร่ธาตุ (Demineralized Water) และ น้ำอุตสาหกรรมคุณภาพสูง (Premium Clarified Water)

⁵ อุตสาหกรรม ปิโตรเคมี ยานยนต์ เหล็ก และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมกันเป็นมากกว่า 50% ของรายได้จากการจำหน่ายน้ำอุตสาหกรรมทั้งหมด

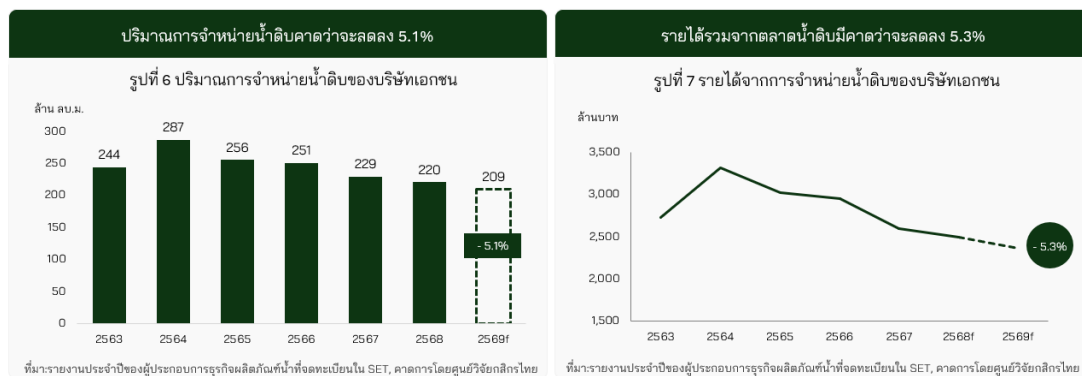
ผู้จำหน่ายน้ำดิบ

ผู้จำหน่ายน้ำดิบแบ่งลูกค้าออกได้เป็น 2 ตลาดหลัก

- 1) การขายให้ภาคอุตสาหกรรม (60% – 70% ของปริมาณขาย) มีคู่ค้าหลักได้แก่โรงงานและผู้ให้บริการน้ำในนิคมฯ โดยอัตราค่าน้ำดิบในกลุ่มนี้จะเริ่มต้นที่ประมาณ 11.50⁶ บาท/ลบ.ม.
- 2) การขายให้ภาคอุปโภคบริโภค (30% - 40% ของปริมาณขาย) มีคู่ค้าหลักได้แก่การประปาฯ ซึ่งนำน้ำดิบไปผลิตเป็นน้ำประปาเพื่อจำหน่ายต่อ โดยอัตราค่าน้ำดิบจะอยู่ที่ราว 9.90⁷ บาท/ลบ.ม.

ปริมาณการจำหน่ายน้ำดิบของบริษัทเอกชนคาดว่าจะลดลง 5.1% ในปี 2569 (รูปที่ 6)

ปัจจัยกดดันหลักมาจากความต้องการใช้น้ำดิบในภาคอุตสาหกรรมที่ลดลง



ในปี 2569 ความต้องการมีแนวโน้มลดลงตามดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ไทย ที่คาดว่าจะยังคงหดตัว เนื่องจากเป็นปีที่จะได้รับผลกระทบจากการตั้งภาษีสินค้าของสหรัฐฯ อย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้การผลิตและส่งออกสินค้าลดลง โดยเฉพาะในกลุ่ม อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ อุปกรณ์ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีปริมาณการใช้น้ำดิบสูง นอกจากนี้ พฤติกรรมของลูกค้าบางรายที่เปลี่ยนไปซื้อน้ำอุตสาหกรรมโดยตรง เพื่อลดต้นทุน แทนที่จะซื้อน้ำดิบมาแปรรูปเอง ก็ส่งผลกดดันปริมาณการขายน้ำดิบอีกเช่นกัน

รายได้รวมจากตลาดการจำหน่ายน้ำดิบคาดว่าจะลดลง 5.3% ในปี 2569 (รูปที่ 7)

จากอุปสงค์ที่หดตัวของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมีปริมาณและราคาขายที่สูงกว่าภาคอุปโภคบริโภค

ในตลาดการจำหน่ายน้ำดิบ ภาคอุตสาหกรรมเป็นตลาดหลักและสร้างรายได้มากกว่าภาคอุปโภคบริโภค โดยรายได้ต่อหน่วยจากการขายให้ภาคอุตสาหกรรมสูงกว่าภาคอุปโภคบริโภค มากกว่า 16% ดังนั้นความต้องการที่ลดลงจากภาคอุตสาหกรรมจึงส่งผลกดดันรายได้รวมให้มีแนวโน้มลดลง

⁶ อ้างอิงจากอัตราค่าน้ำดิบของ EASTWATER ณ ปี 2568

⁷ อ้างอิงจากอัตราค่าน้ำดิบของ EASTWATER ณ ปี 2568

ความเสี่ยงของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์น้ำไทยในระยะกลางถึงยาว

- กระบวนการบำบัดน้ำเสียแบบ Zero Liquid Discharge (ZLD) ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมโดยเฉพาะรายใหญ่ เนื่องจากเทคโนโลยี ZLD สามารถบำบัดน้ำและนำกลับมาใช้ใหม่ได้เกือบทั้งหมด ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ปริมาณการซื้อขายจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตอาจปรับลดลงในอนาคต ทั้งนี้ มูลค่าตลาด ZLD ทั่วโลกคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 6.3 พันล้านในปี 2566 ไปสู่ 10.3 พันล้านดอลลาร์ในปี 2575 หรือโตเฉลี่ยที่ 5.5% ต่อปี⁸
- ความเสี่ยงด้านสัญญาสัมปทานและการกำกับดูแลจากรัฐ โดยแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจน้ำประปาภาคเอกชนขึ้นอยู่กับทิศทางนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนบทบาทของเอกชนในระบบสาธารณูปโภคเป็นสำคัญ เนื่องจากการขยายพื้นที่ให้บริการต้องอยู่ภายใต้การอนุมัติหรือประมูลสัมปทานจากรัฐเท่านั้น อีกทั้งเมื่อครบกำหนดสัมปทานเดิม บริษัทอาจไม่ได้รับการต่อสัญญาหรืออาจถูกปรับเปลี่ยนเงื่อนไขซึ่งอาจส่งผลให้รายได้และปริมาณจำหน่ายลดลง

ภาคผนวก: ภาพแสดงผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์

ผู้ผลิตในธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำ

EASTW MDX TTW WHAUP FVC UBA UREKA

ภาพรวมผลประกอบการ* ปี 2567	Sales (%YoY)	11,999 ลบ. (-11.01%)
	Operating Profit (%YoY)	6,193 ลบ. (-11.34%)
	Net Income (%YoY)	4,468 ลบ. (-16.07%)
	ROE	8.78%
ปี 2568 ครึ่งปีแรก	Sales (%YoY)	5,732 ลบ. (-8.69%)
	Operating Profit (%YoY)	3,113 ลบ. (1.60%)
	Net Income (%YoY)	2,096 ลบ. (-4.02%)
	ROE	4.12%

* ภาพรวมผลประกอบการอาจจะไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำ เนื่องจากผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานมีดำเนินธุรกิจและมีผลิตภัณฑ์หลายประเภท

ที่มา: SETSMART

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

⁸ ข้อมูลจาก Global Market Insights ณ เดือนตุลาคม ปี 2567