



K SME Analysis

## อาเซียนตลาดทำเงิน SME วัสดุก่อสร้าง



# ตลาดวัสดุก่อสร้างไทยในอาเซียน แม้จะมีโอกาส แต่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูง

.....

อุตสาหกรรมการผลิตวัสดุก่อสร้างของไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างที่เห็นโอกาสการทำตลาดในต่างประเทศจะมีการผลิตเพื่อการส่งออกโดยตลาดส่งออกวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งการส่งออกสินค้าวัสดุก่อสร้างไปยังประเทศอาเซียนส่วนหนึ่งเป็นการส่งสินค้าจากผู้ผลิตไทยไปยังร้านค้าวัสดุก่อสร้างของไทยที่เปิดสาขา หรือมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าในประเทศอาเซียนอย่างร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเมียนมา สปป.ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย เป็นต้น ซึ่งการที่ผู้ประกอบการไทยขยายสาขาร้านค้าวัสดุก่อสร้างไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน น่าจะเป็นผลดีสำหรับผู้ประกอบการผลิตวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ขนาดกลางและขนาดเล็กในการที่จะทำตลาดผ่านช่องทางของผู้ประกอบการไทย โดยการส่งสินค้าไปขายในร้านค้าของผู้ประกอบการไทย

แต่การส่งออกวัสดุก่อสร้างไปยังตลาดอาเซียนก็มีความท้าทาย เนื่องจากต้องเผชิญกับการแข่งขันจากสินค้าวัสดุก่อสร้างที่ผลิตในประเทศนั้นๆ เช่น สินค้าวัสดุก่อสร้างในกลุ่มเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ซึ่งเวียดนาม มาเลเซียและอินโดนีเซีย มีอุตสาหกรรมผลิตเหล็กที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากการนำเข้าสินค้าวัสดุก่อสร้างจากประเทศอื่น โดยเฉพาะการนำเข้าสินค้าจากจีน ซึ่งสินค้าจีนจะมีราคาถูกกว่าสินค้าที่มาจากไทย หรือในกลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพสูงจะมีการนำเข้ามาจากญี่ปุ่น ยุโรปและอเมริกา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สินค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ของไทย อาทิ กลุ่มสีทาอาคาร วัสดุกระเบื้องปูพื้นและผนัง อุปกรณ์จำพวกก๊อก วาล์ว น็อตและสกรู ของไทยยังมีโอกาสในการทำตลาด โดยเฉพาะการเข้าไปทำตลาดในประเทศเมียนมา กัมพูชา และสปป.ลาว ซึ่งนับว่าเป็นตลาดที่คู่แข่งยังไม่สูงนัก การสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักจะง่าย เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศเพื่อนบ้านเริ่มคุ้นชินกับแบรนด์สินค้าไทย

## การส่งออกวัสดุก่อสร้างไทยไปยังอาเซียน

สถานการณ์ตลาดส่งออกวัสดุก่อสร้างของไทยไปยังตลาดอาเซียนจะมีความแตกต่างกันในแต่ละผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง โดยตั้งแต่ต้นปี 2560 ที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าวัสดุก่อสร้างที่เป็นกลุ่มวัสดุก่อสร้างหลักอย่างปูนซีเมนต์ และกลุ่มเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กไปยังตลาดอาเซียนหดตัวลง ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการแข่งขันที่สูง อย่างไรก็ตาม สินค้าวัสดุก่อสร้างอื่นๆ อาทิ สีทาอาคาร กลุ่มวัสดุก่อสร้างประเภทก๊อก วาล์วและส่วนประกอบ ยังเติบโตได้ดี สำหรับการส่งออกสินค้าวัสดุก่อสร้างไปยังอาเซียนตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา แบ่งตามผลิตภัณฑ์ ดังนี้



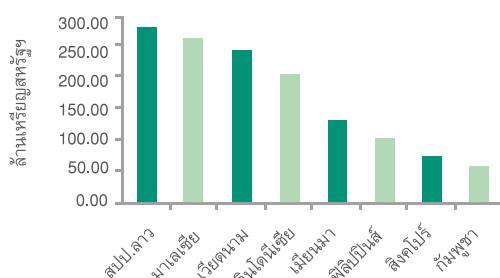
## ความท้าทายของ SME ส่งออกไทย

- ▀ แข่งกับสินค้าที่ผลิตในประเทศนั้นๆ
- ▀ สู้กับการนำเข้าสินค้าจีน
- ▀ แข่งกับสินค้าคุณภาพสูงจากยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น

### • กลุ่มปูนซีเมนต์

ด้วยลักษณะของอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในประเทศนั้น ตลาดปูนซีเมนต์ส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อการใช้ในประเทศ ผู้ผลิตปูนซีเมนต์และส่งออกของไทยจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ สำหรับตลาดส่งออกปูนซีเมนต์ของไทยจะเป็นตลาดในอาเซียน แม้จะมองว่าตลาดในประเทศกลุ่มอาเซียนเป็นตลาดที่ยังมีความต้องการใช้ปูนซีเมนต์สูง เนื่องจากหลายประเทศในภูมิภาคนี้ ยังมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน และการขยายตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ แต่เนื่องจากตลาดปูนซีเมนต์ในอาเซียนมีการแข่งขันที่สูงทั้งจากจีน และในประเทศอาเซียนเองอย่างเวียดนามที่มีการผลิตปูนซีเมนต์ นอกจากนี้ยังมาจากการที่ผู้ผลิตปูนซีเมนต์รายใหญ่ของไทยมีการขยายการลงทุนไปยังประเทศในอาเซียนเช่นกันสำหรับการส่งออกปูนซีเมนต์ไปยังประเทศกลุ่มอาเซียน จากรายงานของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า ในปี 2559 ที่ผ่านมา การส่งออกปูนซีเมนต์ของไทยไปยังตลาดอาเซียนมีมูลค่าประมาณ 450.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 24 จากปีก่อนหน้า และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมา การส่งออกปูนซีเมนต์ของไทยไปยังตลาดอาเซียนหดตัวร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือมีมูลค่าประมาณ 212 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ตลาดที่ยังมีการขยายตัวได้ดี คือ เมียนมา เนื่องจากความต้องการใช้ปูนในงานก่อสร้างทั้งโครงการก่อสร้างพื้นฐานภาครัฐ และโครงการก่อสร้างอาคารและที่อยู่อาศัย

ในปี 2559 ที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มเหล็กและเหล็กกล้า ไปยังประเทศอาเซียน



การส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มเหล็กและเหล็กกล้า ไปยังประเทศอาเซียน แบ่งตามผลิตภัณฑ์



ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

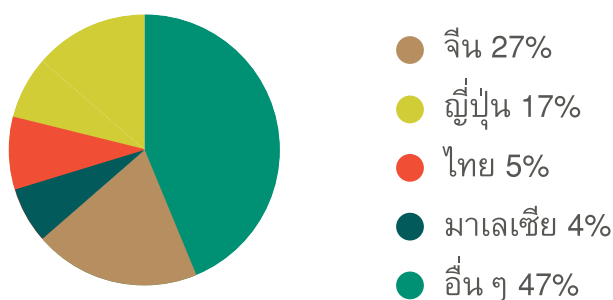
- **กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักและหลักก้ำที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง**

ในกลุ่มอุตสาหกรรมหลักและผลิตภัณฑ์หลักของไทยจะมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ค้า สำหรับการส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักและหลักก้ำ อาทิ ผลิตภัณฑ์โครงสร้างเหล็ก ท่อเหล็ก ข้อต่อท่อเหล็ก ตะปู เกลียว และลวดเหล็ก เป็นต้น ในปี 2559 ที่ผ่านมา ตลาดส่งออกสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักและหลักก้ำไปยังอาเซียนมีมูลค่าประมาณ 1,350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักและหลักก้ำไปยังอาเซียนอยู่ที่ประมาณ 711 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 11.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ การส่งออกผลิตภัณฑ์หลักมีความท้าทาย โดยหลายประเทศในอาเซียนมีอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กที่เข้มแข็ง อย่างอินโดนีเซีย มาเลเซียและเวียดนาม ซึ่งประเทศอย่างเวียดนามและอินโดนีเซียมีสินแร่เหล็ก มีอุตสาหกรรมเหล็กต้นน้ำในประเทศ ประกอบกับมีนักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนในประเทศ นอกจากนี้ยังต้องเผชิญการแข่งขันจากจีน

ผลิตภัณฑ์เหล็กในประเทศกลุ่มอาเซียนยังมีความต้องการสูงทั้งการก่อสร้างโครงการภาครัฐและการก่อสร้างอาคารสูงและที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้น่าจะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็กประเภทสกรู น็อต สลักเกลียว ซึ่งเมื่อพิจารณาการนำเข้าสินค้ากลุ่มนี้ของประเทศในอาเซียนจากประเทศต่างๆ พบว่า มูลค่าการนำเข้าสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็กประเภทสกรู น็อต สลักเกลียวจากไทยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดจากทุกประเทศ แม้จะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 5 ก็ตาม แต่มูลค่าการนำเข้ามากเป็นอันดับ 3

นอกจากความต้องการสินค้าประเภทสกรู น็อต สลักเกลียว เพื่อการใช้งานก่อสร้างทั่วไปแล้ว ในการก่อสร้างบางโครงการที่ต้องการใช้สกรู น็อต สลักเกลียวที่มีความเฉพาะทั้งขนาด ความแข็งแรง และการใช้วัสดุส่วนผสมที่มีความเฉพาะของวัสดุโลหะ ก็จะเป็นโอกาสของผู้ผลิตไทยขนาดกลางและขนาดเล็กด้วย เนื่องจากมีความยืดหยุ่นและศักยภาพในการผลิตตามความต้องการได้

การนำเข้าสินค้าวัสดุก่อสร้างในกลุ่มสกรู



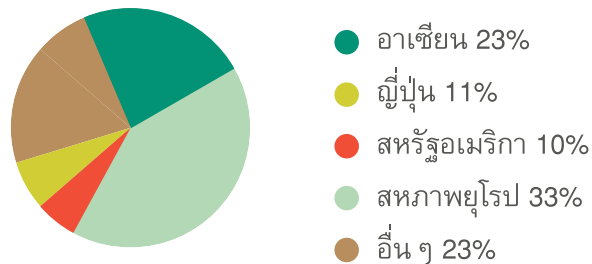
ที่มา : Trademap

## • กลุ่มวัสดุก่อสร้างประเภทก้อน วาล์วและส่วนประกอบ

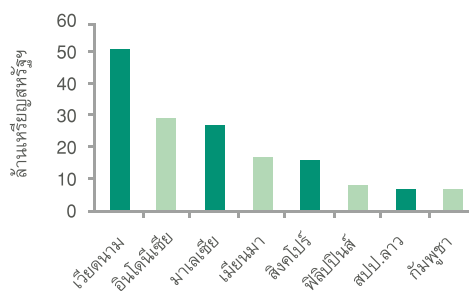
กลุ่มวัสดุก่อสร้างในกลุ่มอุปกรณ์อย่างก๊อก วาล์วและส่วนประกอบ ซึ่งเป็นกลุ่มวัสดุก่อสร้างที่มีการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังหลายๆ ประเทศ โดยในปี 2559 ที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้อยู่ที่ประมาณ 665 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดส่งออกที่สำคัญของสินค้ากลุ่มนี้ คือ ตลาดยุโรป มีสัดส่วนการส่งออกสูงถึงร้อยละ 33 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าในกลุ่มนี้ทั้งหมด เนื่องจากมีผู้ผลิตแบรนดิ่งจากยุโรปเข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย นอกจากนี้การผลิตก๊อก วาล์วและส่วนประกอบ ผู้ผลิตของไทยมีการทำตลาดส่งออกไปยังประเทศอาเซียน โดยการตลาดร่วมกับพันธมิตรในต่างประเทศ

สำหรับการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนมีสัดส่วนร้อยละ 22 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าในกลุ่มนี้ทั้งหมด หรือมีมูลค่าประมาณ 154.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้ดี อาทิ เวียดนาม เมียนมา เป็นต้น สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มก๊อก วาล์วและส่วนประกอบในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมา มีมูลค่า 401 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การส่งออกไปยังตลาดอาเซียนเติบโตร้อยละ 15.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 97.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดอาเซียนยังเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตสูง จากโครงการการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ โรงงานอุตสาหกรรมที่ยังขยายตัวในหลายประเทศในอาเซียน

การส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มก๊อก วาล์ว และส่วนประกอบ



ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มก๊อก วาล์ว และส่วนประกอบที่สำคัญในอาเซียน

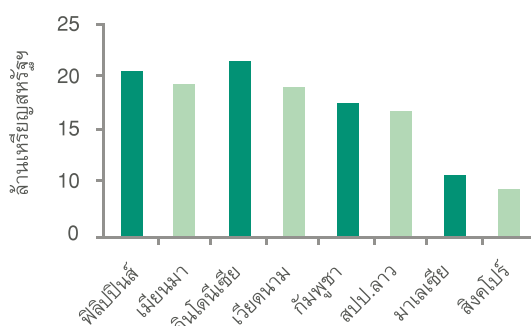


ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

## • กลุ่มสีทาและวาร์นิช

ตลาดอาเซียนเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกสินค้ากลุ่มสีทาและวาร์นิชที่สำคัญของไทย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ประมาณร้อยละ 68 ของมูลค่าการส่งออกในกลุ่มสีทาและวาร์นิชทั้งหมด ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าในกลุ่มสีทาและวาร์นิชไปยังประเทศอาเซียนมีมูลค่าประมาณ 68.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยตลาดที่มีการส่งออกสีทาและวาร์นิชที่สูงในประเทศอาเซียน ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เมียนมา และอินโดนีเซีย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีผู้ผลิตสีเข้าไปตั้งโรงงานในประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจมีผลต่อการส่งออกของไทยไปยังประเทศเหล่านี้ลดลงได้ สำหรับตลาดสีในอาเซียนจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยการทำตลาดผลิตภัณฑ์สีในแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันไป อาทิ การทำตลาดตามราคาของผลิตภัณฑ์และเกรด เช่น ตลาดสีในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่างเมียนมา กัมพูชา และ สปป.ลาว อาจจะเป็นกลุ่มสีที่ราคาไม่สูง เนื่องจากกำลังซื้อที่ยังไม่สูงนัก ขณะที่ตลาดอย่างสิงคโปร์ หรือมาเลเซีย อาจจะทำตลาดสีที่มีเกรดสูง มีคุณสมบัติที่หลากหลาย เป็นต้น

ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มสีทาและวาร์นิชที่สำคัญในอาเซียน



ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

## • กลุ่มไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้แผ่น

สำหรับกลุ่มไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้แผ่น ประกอบด้วย อุปกรณ์ก่อสร้างที่ทำด้วยไม้ ไม้แปรรูป ไม้เนื้อแข็ง ไม้อัด และไฟเบอร์บอร์ด ซึ่งส่วนหนึ่งเพื่อใช้ในการงานก่อสร้างและตกแต่งอาคาร โดยตลาดการส่งออกไปยังอาเซียน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 81.7 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่จะเป็นการส่งออกไม้อัดและไฟเบอร์บอร์ด ประเทศอาเซียนมีการนำเข้าสินค้ากลุ่มนี้จากไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 16 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าในกลุ่มนี้จากทั่วโลก โดยสินค้าส่วนใหญ่จะมาจากจีน และประเทศในอาเซียน อาทิ มาเลเซีย เวียดนามและอินโดนีเซีย สำหรับในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าประเภทไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้แผ่นไปตลาดอาเซียนมีมูลค่า 152.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 24.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

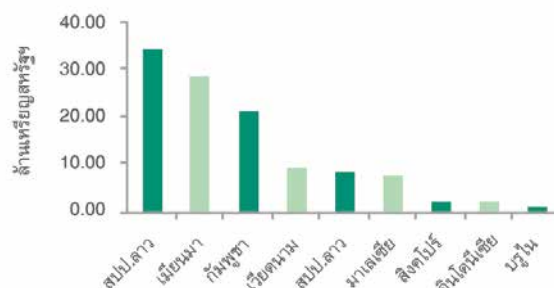
- **กลุ่มสินค้าประเภทกระเบื้องปูพื้น ปิดผนัง โม่เสก และเครื่องสุขภัณฑ์**

การส่งออกผลิตภัณฑ์กระเบื้องปูพื้นปิดผนังโม่เสกและเครื่องสุขภัณฑ์ไปตลาดอาเซียนคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 43 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทกระเบื้องปูพื้นปิดผนังโม่เสกและเครื่องสุขภัณฑ์ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าประเภทกระเบื้องปูพื้น ปิดผนัง โม่เสกและเครื่องสุขภัณฑ์มีมูลค่า 160.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน 68.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศอาเซียนที่มีการนำเข้าสินค้าจากไทย ได้แก่ กัมพูชา เมียนมา และสปป.ลาว เป็นต้น ทั้งนี้ ประเทศอาเซียนส่วนใหญ่จะนำเข้าสินค้ากลุ่มนี้จากจีน เนื่องจากมีราคาถูก อย่างไรก็ดี วัสดุก่อสร้างในกลุ่มกระเบื้องปูพื้น ปิดผนัง โม่เสก และเครื่องสุขภัณฑ์ ของไทยยังมีโอกาสในการทำตลาดในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่าง เมียนมา กัมพูชา สปป.ลาว เนื่องด้วยตลาดผู้บริโภคในประเทศกลุ่มนี้คุ้นเคยและเริ่มรู้จักแบรนด์สินค้าของไทย ประกอบกับแบบของการก่อสร้างและรูปแบบโครงการในประเทศเหล่านี้จะคล้ายคลึงกับไทย ทำให้ง่ายต่อการที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปทำตลาด

สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ กลุ่มกระเบื้องปูพื้น  
ปิดผนัง และโม่เสก



ในปี 2559 ที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่ม กระเบื้องปูพื้น  
ปิดผนัง และโม่เสก และเครื่องสุขภัณฑ์ไปยังประเทศอาเซียน  
มีมูลค่าประมาณ 115 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

- กลุ่มวัสดุก่อสร้างอื่นๆ เช่น โครงสร้างอลูมิเนียม

ผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้างในกลุ่มพลาสติก สำหรับการส่งออกในกลุ่มวัสดุก่อสร้างอื่นๆ อาทิ กลุ่มวัสดุก่อสร้างแบบสำเร็จรูป เช่น โครงสร้างสำเร็จรูปกรอบหน้าต่าง กรอบประตูอลูมิเนียม โดยการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ของไทยในปี 2559 ที่ผ่านมามีมูลค่า 379.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยตลาดที่สำคัญของการส่งออกโครงสร้างและส่วนประกอบอลูมิเนียม คือ ญี่ปุ่น เนื่องมาจากบริษัทจากญี่ปุ่นที่เข้ามาลงทุนในไทยมีการผลิตเพื่อส่งกลับไปยังประเทศญี่ปุ่นและเพื่อทำตลาดในประเทศ โดยมีสัดส่วนการส่งออกสูงถึงร้อยละ 73 ของมูลค่าการส่งออกโครงสร้างและส่วนประกอบอลูมิเนียมทั้งหมดสำหรับการส่งออกโครงสร้างและส่วนประกอบอลูมิเนียมไปยังตลาดอาเซียนมีสัดส่วนประมาณ 7 ของมูลค่าการส่งออกโครงสร้างและส่วนประกอบอลูมิเนียมทั้งหมด ทั้งนี้ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมา การส่งออกโครงสร้างและส่วนประกอบอลูมิเนียมมีมูลค่า 209.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวประมาณร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การส่งออกไปอาเซียนมีมูลค่าประมาณ 12.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ แม้ว่าการส่งออกวัสดุก่อสร้างในกลุ่มนี้ ยังมีสัดส่วนที่น้อย เนื่องจากรูปแบบการใช้โครงสร้างสำเร็จรูปกรอบหน้าต่าง กรอบประตู อลูมิเนียม ยังไม่เป็นที่นิยมในบางประเทศ ด้วยรูปแบบการก่อสร้างอาคารหรือที่อยู่อาศัยในประเทศเมียนมา กัมพูชาหรือ สปป.ลาว ยังเป็นรูปแบบวิธีการก่อสร้างแบบดั้งเดิม เช่น การก่อสร้างแบบการก่อด้วยอิฐ เป็นต้น หรือด้วยความชอบ การออกแบบที่อยู่อาศัยที่ยังคงความเป็นวัฒนธรรมอย่างการใช้ไม้ในการทำกรอบประตูหรือหน้าต่าง เป็นต้น แต่มองว่าในระยะข้างหน้าตลาดนี้มีโอกาสที่จะขยายตัวได้

การส่งออกวัสดุก่อสร้างประเภทพลาสติก อาทิ พลาสติกปูพื้น ผนัง และท่อพลาสติก โดยมูลค่าการส่งออกวัสดุก่อสร้างในปี 2559 ที่ผ่านมามีมูลค่าประมาณ 151 ล้านดอลลาร์สหรัฐ การส่งออกไปยังประเทศอาเซียนคิดเป็นสัดส่วน 52 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าในกลุ่มพลาสติกปูพื้น ผนัง และท่อพลาสติกทั้งหมด สำหรับการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่ผ่านมามีมูลค่าประมาณ 71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 23.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการหดตัวมาจากการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนหดตัวถึงร้อยละ 26.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือมีมูลค่าประมาณ 37.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สำหรับทิศทางการส่งออกวัสดุก่อสร้างไทยไปยังตลาดอาเซียนยังมีปัจจัยหนุนการเติบโต ซึ่งรัฐบาลในกลุ่มประเทศในอาเซียน มีนโยบายที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม เช่น การขยายและตัดถนนสายใหม่ การขยายและพัฒนาระบบราง การขยายและก่อสร้างท่าอากาศยาน และการพัฒนาท่าเรือ เป็นต้น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบประปาและไฟฟ้า และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม ขณะเดียวกันรัฐบาลยังมีแผนการลงทุนก่อสร้างอาคารและสำนักงานสถานที่ราชการเพื่อที่จะรองรับการขยายตัวของกิจกรรมเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ในส่วนของการลงทุนภาคเอกชนอย่างอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย อาคารสำนักงาน โรงแรม ศูนย์การค้า และโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น ยังมีแนวโน้มที่ดี โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม น่าจะยังเป็นตลาดส่งออกวัสดุก่อสร้างที่สำคัญของไทย

## 6 วัสดุก่อสร้าง ยอดนิยมไทยไปอาเซียน

- ปูนซีเมนต์
- เหล็กและเหล็กกล้า
- ก้อน วัสดุและส่วนประกอบ
- สีทาและวาร์นิช
- ไม้แปรรูปและไม้แผ่น
- กระเบื้องและเครื่องสุขภัณฑ์



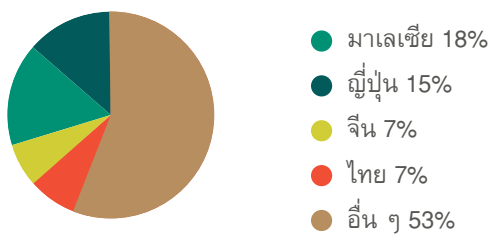
นอกจากนี้จากทิศทางการใช้วัสดุก่อสร้างในอาเซียนที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างและผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างไทยมีการปรับตัวรุกตลาดอาเซียนมากขึ้น โดยเฉพาะการเข้าไปเปิดตลาดในประเทศเพื่อนบ้านอย่างกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม จากที่ในช่วงที่ผ่านมาประเทศที่มีเขตชายแดนติดกับไทยอย่างเมียนมา สปป.ลาว และกัมพูชา มีการเข้ามาสั่งซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างในไทย เพื่อนำไปใช้ในการก่อสร้าง ซ่อมแซม และนำไปขายต่อ โดยปัจจุบัน ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างของไทยและผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในรูปแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ มีการเข้าไปขยายฐานการผลิต การขยายสาขาร้านค้าวัสดุก่อสร้างและตัวแทนการจำหน่ายสินค้าในประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้ การขยายสาขาของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของไทยไปยังประเทศในอาเซียนน่าจะเป็นช่องทางในการทำตลาดของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง โดยการนำสินค้าของตนไปวางขายร้านค้าวัสดุก่อสร้างของไทย

ทั้งนี้ ตลาดส่งออกวัสดุก่อสร้างในอาเซียนจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ตามความต้องการวัสดุก่อสร้างในแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกัน อาทิ

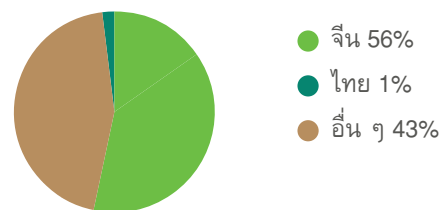
| ประเทศ                        | ปัจจัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เมียนมา<br>กัมพูชา<br>สปป.ลาว | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ทั้งระบบคมนาคมขนส่ง ระบบประปาและไฟฟ้า การก่อสร้างอาคารของรัฐและโครงการการพัฒนาที่อยู่อาศัยของรัฐสำหรับประชาชนผู้มีรายได้ต่ำในเมียนมา</li> <li>• นอกจากนี้ภาคเอกชนยังมีการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มพาณิชย์กรรมอย่างศูนย์การค้า โรงแรม และอาคารสำนักงาน ขณะที่ตลาดที่อยู่อาศัยยังมีขนาดจำกัด เนื่องจากรายได้ของประชากรในประเทศยังไม่ปรับตัวสูงขึ้น และการเติบโตของเศรษฐกิจยังอยู่ที่เมืองหลวง</li> <li>• ตลาดเมียนมา กัมพูชา และสปป.ลาว เป็นตลาดที่การแข่งขันยังไม่รุนแรงจึงยังเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการไทยยังสามารถเข้าไปทำตลาดได้ สำหรับสินค้าวัสดุก่อสร้างที่มีการนำเข้าจากไทย อาทิ ปูนซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์เหล็ก สุขภัณฑ์ กระเบื้องปูพื้น สีทาและวาร์นิช</li> </ul> |
| เวียดนาม                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ทั้งระบบคมนาคมขนส่ง ระบบประปาและไฟฟ้า การก่อสร้างอาคารของรัฐ</li> <li>• ขณะที่การลงทุนของเอกชนยังทรงตัว โดยเฉพาะการลงทุนในตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย ซึ่งอยู่ในช่วงของการปรับตัวจากปัญหาฟองสบู่ในตลาดที่อยู่อาศัยในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา</li> <li>• ตลาดเวียดนามมีการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะสินค้าวัสดุก่อสร้างในกลุ่มปูนซีเมนต์และผลิตภัณฑ์เหล็ก ซึ่งเวียดนามมีการลงทุนในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์และอุตสาหกรรมเหล็ก ขณะเดียวกันการนำเข้าสินค้าวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่จะมาจากประเทศจีน</li> <li>• สำหรับสินค้าวัสดุก่อสร้างที่ประเทศเวียดนามนำเข้าจากไทย อาทิ กลุ่มสีทาและวาร์นิชและกลุ่มก๊อก วาล์ว และส่วนประกอบ</li> </ul>                                              |
| อินโดนีเซีย<br>มาเลเซีย       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ทั้งระบบคมนาคมขนส่ง ระบบประปาและไฟฟ้า</li> <li>• ภาคเอกชนยังมีการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกลุ่มพาณิชย์กรรมอย่างศูนย์การค้า โรงแรม อาคารสำนักงาน และที่อยู่อาศัย</li> <li>• ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซียยังเป็นตลาดที่สำคัญของวัสดุก่อสร้างของไทย</li> <li>• สินค้าวัสดุก่อสร้างที่ประเทศอินโดนีเซียนำเข้าจากไทย อาทิ สีทาและวาร์นิช กลุ่มก๊อก วาล์ว และส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์เหล็ก</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ฟิลิปปินส์                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• แม้ว่าในประเทศฟิลิปปินส์จะยังมีความต้องการการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ทั้งระบบคมนาคมขนส่ง ระบบประปาและไฟฟ้า แต่วัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่จะนำเข้าจากจีน</li> <li>• สินค้าวัสดุก่อสร้างที่ประเทศฟิลิปปินส์นำเข้าจากไทย อาทิ สีทาและวาร์นิช ผลิตภัณฑ์เหล็ก เป็นต้น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| สิงคโปร์<br>บรูไน             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ตลาดส่งออกวัสดุก่อสร้างไทยไปยังสิงคโปร์และบรูไนมีขนาดที่จำกัด</li> <li>• โดยการนำเข้าสินค้าวัสดุก่อสร้างของบรูไนส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากมาเลเซีย และสิงคโปร์</li> <li>• สำหรับตลาดสิงคโปร์ เนื่องจากลักษณะของการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ของสิงคโปร์ จะเป็นอาคารสูง และมีความทันสมัย ทำให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างมีความแตกต่างจากที่ผลิตในประเทศไทย</li> <li>• สำหรับการส่งออกส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มกระเบื้องปูพื้น ปิดผนัง และโมเสก สีทาและวาร์นิช และเครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                      |

สำหรับสินค้าที่ไทยยังได้เปรียบคู่แข่งจะเป็นกลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการก่อสร้างอาคารที่อยู่อาศัย อาทิ กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้างประเภทสีทาและวาร์นิช กลุ่มสุขภัณฑ์ กระเบื้องปูพื้น และผนัง กลุ่มวัสดุก่อสร้างประเภทก๊อบและวอลล์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ส่งออกรวัสดุก่อสร้างไปยังประเทศอาเซียนหรือกลุ่มผู้ประกอบการที่มีแนวคิดที่จะส่งออกสินค้าวัสดุก่อสร้างไปตลาดอาเซียน ณ ขณะนี้ ต้องเผชิญกับความท้าทายมากขึ้น ตลาดวัสดุก่อสร้างหลายๆ ประเทศในอาเซียนมีการแข่งขันที่สูง ทั้งการแข่งขันจากผู้ประกอบการในประเทศ การแข่งขันจากประเทศในภูมิภาคอาเซียน เช่น มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้มีอุตสาหกรรมการผลิตวัสดุก่อสร้างและมีการส่งออกไปยังประเทศอาเซียนด้วยกัน อีกทั้งการแข่งขันยังมาจากนอกภูมิภาคอาเซียนที่เห็นศักยภาพของตลาดในอาเซียนที่ยังมีความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างเป็นจำนวนมาก

การนำเข้าวัสดุก่อสร้างในกลุ่มสีทา และวาร์นิชที่สำคัญ



การนำเข้าวัสดุก่อสร้างในกลุ่ม ตะปู น๊อต เป็นต้น



ที่มา : Trademap

### การทำตลาดวัสดุก่อสร้างในอาเซียน

ตลาดวัสดุก่อสร้างในอาเซียนหลายๆ ประเทศ แม้จะเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยแต่การแข่งขันในตลาดวัสดุก่อสร้างที่เข้มข้นในอาเซียน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กที่จะทำธุรกิจวัสดุก่อสร้างในตลาดอาเซียนจะต้องมีการเตรียมความพร้อม อาทิ ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างควรศึกษาทำความเข้าใจและวิเคราะห์ทิศทางของเทรนด์ต่างๆ เพิ่มเติมของตลาดในแต่ละประเทศ เนื่องจากตลาดอาเซียนในแต่ละตลาดจะมีความแตกต่างอยู่พอสมควร อาทิ ความเจริญด้านเศรษฐกิจ และการพัฒนาเมือง ความแตกต่างทางพฤติกรรมและวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อรูปแบบของที่อยู่อาศัยและสะท้อนมายังตัววัสดุและอุปกรณ์ อาทิ สิงคโปร์ การก่อสร้างอาคารจะมีความทันสมัย รูปแบบที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่จะเป็นตึกสูง อีกทั้งยังมีมาตรฐานการก่อสร้างที่สูง ดังนั้น วัสดุก่อสร้างที่จะนำไปทำตลาดในสิงคโปร์ต้องสอดคล้องไปกับการก่อสร้างประเภทอาคารสูง อาทิ เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก หรือกระจก เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจจะต้องหันมาเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะมากขึ้น มีการปรับแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการและกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดอาเซียน สำหรับกลุ่มวัสดุก่อสร้างและงาน



## 4 กลยุทธ์ทำตลาดให้โดนใจ

- 📍 ศึกษาเทรนด์ของแต่ละตลาด
- 📍 ปรับสินค้าให้ตรงความต้องการและกำลังซื้อ
- 📍 สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก
- 📍 หาพันธมิตรในอาเซียน

ตกแต่งในกลุ่มงานก่อสร้างอาคารพาณิชย์และที่อยู่อาศัย แต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนจะยังมีความแตกต่าง โดยกลุ่มที่มีพัฒนาการของตลาดอสังหาริมทรัพย์มานานอย่างประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย การออกแบบของอาคารและที่อยู่อาศัยจะมีความทันสมัย การใช้วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและการตกแต่งจะดูมีมิติและมีความทันสมัย เช่น การใช้วัสดุก่อสร้างอย่างแผ่นโลหะ หรือแผ่นกระจกมาทดแทนผนังซีเมนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ การพัฒนาอาคาร และที่อยู่อาศัยในประเทศเหล่านี้ จะมีแนวคิดอาคารประหยัดพลังงานและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่ช่วยในการอนุรักษ์พลังงาน ขณะที่ในกลุ่มประเทศที่อสังหาริมทรัพย์กำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นอย่างประเทศเมียนมา กัมพูชา และสปป.ลาว การออกแบบอาคารหรือที่อยู่อาศัยยังเป็นรูปแบบดั้งเดิม การเลือกใช้วัสดุก่อสร้างอาจจะยังไม่มีทางเลือกหลาย อย่างไรก็ดี เมื่อการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์มีพัฒนาการมากขึ้น จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการออกแบบอาคารและที่อยู่อาศัยที่มีความทันสมัยมากขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการทำตลาดในประเทศกลุ่มอาเซียนนั้น อาจจะสร้างการรับรู้ของแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก โดยอาจจะเริ่มวางสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายสินค้าในร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดที่มีเขตการค้าชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ นครพนม หนองคาย มุกดาหาร อุดรธานี สระแก้ว เชียงรายและตาก เป็นต้น เนื่องจากประเทศที่มีเขตชายแดนติดกับไทยอย่างเมียนมา สปป.ลาว และกัมพูชา ผู้รับเหมาก่อสร้าง ร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างหรือผู้ที่เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยจะมีการเข้ามาสั่งซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างในไทย เพื่อนำไปใช้ในการก่อสร้าง ซ่อมแซม และนำไปขายต่อ หรือผู้ประกอบการยังสามารถที่จะทำตลาดผ่านผู้ประกอบการไทยที่ไปเปิดสาขาในประเทศอาเซียนได้เช่นกัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาจจะสร้างพันธมิตรในต่างประเทศ โดยหาร้านค้าตัวแทนจำหน่ายสินค้าในประเทศนั้นๆ การสร้างพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศที่จะเข้าไปลงทุน เป็นต้น

**อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จัก**  
**ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่**    

