

## บทที่ 4

### ผลกระทบจากการแข่งขันกับธุรกิจค้าไม้ย่านบางโพและวัสดุทดแทนไม้

#### 4.1 ผลกระทบจากการแข่งขันกับธุรกิจค้าไม้ย่านบางโพ

##### 4.1.1 ความเป็นมาของธุรกิจค้าไม้ย่านบางโพ

ชุมชนประชาชนถมิตร (ภาพที่ 4.1) เป็นชุมชนดั้งเดิมของเขตบางซื่อและตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำเจ้าพระยาในซอยประชาชนถมิตร 24 ซึ่งเป็นซอยเชื่อมระหว่างถนนประชาราษฎร์สาย 1 กับถนนกรุงเทษ-นนทบุรี พื้นที่ของชุมชนมีสภาพดั้งเดิมเป็นส่วน คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรมและทำสวนผลไม้ เช่น สวนทุเรียน สวนมะม่วง และสวนขนุน เป็นต้น เมื่อสภาพทางสังคมเปลี่ยนแปลงและความเจริญที่เข้ามาอย่างรวดเร็วเนื่องจากมีการติดต่อค้าขายกับภายนอก และมีคนต่างถิ่นอพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในชุมชนมากขึ้น สภาพสวนจึงค่อยๆ เปลี่ยนแปลงจนกลายเป็นเรือนแถวไม้ ตึกแถว และอาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน

สภาพการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เริ่มขึ้นเมื่อประมาณสามสิบกว่าปีที่แล้ว เมื่อมีผู้รับเหมาก่อสร้างชาวจีนเข้ามาติดต่อชาวสวนซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและรับอาสาลงทุนปลูกตึกแถวให้ฟรีโดยมีสัญญา 12 ปี ในระหว่าง 12 ปี เจ้าของที่ดินจะได้ค่าเช่าเป็นรายเดือนๆ ละประมาณ 200-300 บาทต่อห้องแถว 1 ห้อง และเมื่อครบ 12 ปี ตึกแถวจะตกเป็นของเจ้าของที่ดินทันที ส่วนผู้รับเหมาจะได้เงินจากผู้เช่าตึกเป็นเงินก้อนเมื่อสร้างตึกแถวเสร็จ การกระทำดังกล่าวเป็นสาเหตุให้ที่ดินในบริเวณนี้ลดลงอย่างรวดเร็ว ผู้ที่ย้ายเข้ามาอยู่ใหม่ส่วนใหญ่เป็นช่างไม้ชาวจีนในเหล่าที่ชักชวนกันมาอยู่เป็นกลุ่มทั้งในซอยประชาชนถมิตรและในซอยไสวสุวรรณ โดยประกอบอาชีพแกะสลักไม้และทำเฟอร์นิเจอร์ชนิดต่างๆ ต่อมาจึงมีช่างไม้จากแหล่งต่างๆ เข้ามารวมอยู่ในบริเวณนี้มากขึ้น คนในชุมชนจึงเปลี่ยนมาทำการค้าประเภทไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ และผลิตภัณฑ์ตกแต่งไม้สำเร็จรูปเพิ่มขึ้น โดยมีการทำเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนและได้สืบทอดกิจการต่อกันมาจนมีการขยายกิจการเพิ่มมากขึ้น เมื่อพื้นที่เป็นที่รวมตัวของช่างไม้และงานไม้ต่างๆ จึงเป็นแรงดึงดูดให้ผู้ขายวัสดุดิบที่ใช้ในการทำเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ต่างๆ เช่น โรงเลื่อยไม้ ร้านค้าไม้แปรรูป และร้านขายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ มาตั้งกิจการอยู่ในบริเวณนี้ และกลายเป็นแหล่งค้าไม้ที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งในเวลาต่อมา

โรงเลื่อยที่มาตั้งกิจการอยู่ในบริเวณนี้ก็จะตั้งเรียงรายอยู่ริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่บริเวณบางกระบือ บางโพ ไปจนถึงสะพานพระราม 6 รวมถึงชุมชนบางอ้อที่อยู่อีกฝั่ง

หนึ่งของแม่น้ำเจ้าพระยา เนื่องจากเป็นเส้นทางล่องซุงมาจากทางภาคเหนือจึงสะดวกทั้งในการซื้อ และขายสินค้า โดยเจ้าของโรงเลื่อยเหล่านี้จะซื้อไม้ซุงจากแพซุงที่ล่องตามแม่น้ำจากทางเหนือและ นำมาเลื่อยเป็นไม้แปรรูปจำหน่าย โรงเลื่อยไม้แต่ละโรงจะมีท่าขึ้นไม้ซุงของตนเอง ชาวญวนที่ อาศัยอยู่ในบริเวณนี้บางกลุ่มก็ยึดอาชีพล่องแพซุงมาจากนครสวรรค์ โรงเลื่อยที่มาตั้งกิจการอยู่ใน บริเวณนี้ส่วนหนึ่งย้ายกิจการมาจากบริเวณรอบพระนครแถวย่านวัดสระเกศ สะพานขาว และ บางลำพู เนื่องจากพื้นที่เดิมคับแคบและต้องการจะขยายกิจการให้กว้างขวางยิ่งขึ้นหรือบางรายก็ ถูกไล่ที่มาจากย่านอื่น ในระยะหลังเมื่อเริ่มมีถนนมากขึ้นและมีการประกาศปิดป่าห้ามตัดไม้ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2532 ทำให้เจ้าของโรงเลื่อยต้องซื้อไม้ซุงจากต่างประเทศ เช่น พม่า ลาว มาเลเซีย และ กัมพูชา เป็นต้น จึงมีการเปลี่ยนการขนส่งซุงจากทางน้ำมาใช้รถบรรทุกทุกแทนในบางส่วน

โรงเลื่อยไม้เก่าในย่านบางโพจะเช่าที่ดินเพื่อทำการค้าจากวัดญวนบางโพเป็นรายปี โรงเลื่อยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณรอบวัดตั้งแต่ปากทางเข้าวัดไปจนถึงริมแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น โรงเลื่อยไม้ตึกเส็ง โรงเลื่อยไทยสมบุญณ์ โรงเลื่อยสระเชียงหลี่ ฯลฯ เมื่อที่ดินแถวบางโพมีราคาสูงขึ้น และการขนส่งทางบกได้รับการพัฒนาจนกระทั่งกลายเป็นทางหลัก รถบรรทุกและรถพ่วงขนาดใหญ่ไม่สะดวกในการเข้ามาส่งไม้ในเมืองซึ่งต้องประสบปัญหาจากการจราจรที่คับคั่ง โรงเลื่อย ต่างๆ จึงได้ย้ายหรือขยายกิจการออกไปอยู่นอกเมืองแถวบางบัวทอง อยุธยา ปทุมธานี ฯลฯ แต่ ยังคงมีโรงเลื่อยไม้บางแห่งดำเนินกิจการอยู่ นอกจากนี้บางโพยังเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตภัณฑ์ไม้ ฝ้ายอุตสาหกรรมไม้ภาคกลางขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) ที่จำหน่ายไม้สักแปรรูป เฟอร์นิเจอร์ไม้ และรับจ้างอบไม้แปรรูป

ในปัจจุบันธุรกิจค้าไม้ในย่านบางโพ มีร้านค้าที่ผลิตหรือจำหน่ายไม้แปรรูปและ ผลิตภัณฑ์ไม้ต่างๆ มากกว่า 200 ราย โดยกระจายอยู่ในซอยประชาชนถุมิตร ซอยไผ่สุวรรณ รวมถึงถนนประชาราษฎร์สาย 1 และสาย 2 โดยจำหน่ายสินค้าตั้งแต่ไม้แปรรูปชนิดต่างๆ ไม้อัด วง กบประตูลูกไม้ต่าง ไม้คิ้วบัว และผลิตภัณฑ์ไม้สำหรับตกแต่งขนาดเล็กไปจนถึงเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ ตลอดจนอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องครบวงจร เช่น ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า วัสดุก่อสร้าง ฝ้าบาน เป็นต้น โดยร้านค้าไม้ต่างๆ เหล่านี้ ส่วนหนึ่งเป็นร้านที่ย้ายมาจากย่านวัดสระเกศ บริเวณซอยบรม บรรพต ถนนดำรงรักษ์ และถนนบริพัตร เนื่องจากพื้นที่ในบริเวณดังกล่าวมีการประกอบอาชีพค้า ไม้มากขึ้นและมีความหนาแน่นจนไม่สามารถขยายพื้นที่ออกไปได้อีก ต่อมาเมื่อมีร้านค้าเข้ามาตั้ง กิจการในย่านบางโพมากขึ้น ประกอบกับอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในการค้าไม้ เช่น โรงเลื่อย และโรงงานไม้อัดต่างๆ จึงทำให้การค้าย่านนี้ขยายตัวอย่างรวดเร็วและได้รับความนิยมมากขึ้น

ร้านค้าไม้ที่เข้ามาตั้งกิจการในย่านบางโพในช่วงต่อมา เป็นร้านที่ขยายสาขาหรือขยายกิจการมาจากย่านวัดสระเกศ เนื่องจากการค้าในบริเวณนั้นเริ่มซบเซาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพและการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทำให้ร้านขายไม้หลายร้านในย่านวัดสระเกศต้องหาแหล่งค้าขายใหม่เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยยังคงมีกิจการค้าไม้เดิมที่วัดสระเกศและขยายธุรกิจมาที่บางโพอีกแห่งหนึ่ง เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีร้านค้าจากแหล่งอื่นๆ ที่มาเปิดกิจการในย่านบางโพอีกเป็นจำนวนมาก ทำให้ย่านนี้กลายเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายไม้แปรรูป รวมถึงผลิตภัณฑ์ไม้ต่างๆ ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร

ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ที่จำหน่ายในย่านบางโพ มีตั้งแต่ เฟอร์นิเจอร์ ไม้แปรรูปต่างๆ ไม้อัด ไม้แผ่นเรียบ ไม้คิ้วบัว วงกบประตูหน้าต่าง และผลิตภัณฑ์ไม้สำหรับงานตกแต่งต่างๆ ซึ่งลักษณะของสินค้าโดยทั่วไปจะเหมือนกับย่านวัดสระเกศ แต่มีความหลากหลายกว่าทั้งในด้านรูปแบบและผลิตภัณฑ์ รวมถึงสินค้าประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องครบวงจร เช่น อุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ สี เครื่องมือต่างๆ อุปกรณ์ไฟฟ้า วัสดุก่อสร้าง ผ้าม่าน ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีบริการรับจ้างทำเฉพาะอย่าง เช่น แกะสลัก ฉลุ กลึง ไม้รวม ทำสีเฟอร์นิเจอร์ และออกแบบตกแต่งภายใน เป็นต้น จากความหลากหลายของสินค้าและบริการที่มีมากกว่าย่านวัดสระเกศ ทำให้ย่านบางโพมีจำนวนลูกค้าที่ไปใช้บริการหนาแน่นกว่า ส่งผลให้เศรษฐกิจในย่านนี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น

กลุ่มผู้บริโภคไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ต่างๆ ในย่านบางโพ มีทั้งกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง กลุ่มผู้ผลิตเครื่องก่อสร้าง กลุ่มผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ต่างๆ และผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเดียวกับย่านวัดสระเกศ แต่จะมีกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างจากย่านวัดสระเกศในสินค้าประเภทอื่นๆ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคในย่านบางโพมีความหลากหลายและมีจำนวนมากกว่า

#### 4.1.2 การแข่งขันของธุรกิจค้าไม้ย่านวัดสระเกศกับย่านบางโพ

1. ความแตกต่างของสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบในย่านบางโพจะพยายามหาสินค้าที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย หรือออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อสร้างความแตกต่างทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์จากผู้ขายรายอื่น ซึ่งความหลากหลายและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้มาซื้อสินค้ามากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการจะซื้อสินค้าประเภทไม้จะนึกถึงย่านบางโพก่อนย่านวัดสระเกศทุกๆ ที่เป็นย่านเก่าแก่และมีชื่อเสียงมานาน

2. ด้านราคา เนื่องจากบางโพเป็นแหล่งค้าไม้ที่มีขนาดใหญ่ จึงมีร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม้ต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้มีคู่แข่งในธุรกิจมากและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างร้านค้าด้วยกันเอง โดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด ส่งผลให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ไม้ต่างๆ บางชนิดมีราคาต่ำกว่าร้านค้าไม้ในบริเวณอื่นๆ ซึ่งเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้าไปซื้อสินค้าในย่านนี้มากขึ้น

3. ด้านบริการต่างๆ จากการมีร้านค้าที่ขายสินค้าไม้แตกต่างกันในบริเวณเดียวกัน ทำให้ร้านค้าแต่ละร้านพยายามเพิ่มความหลากหลายในการบริการให้มากขึ้น เช่น การจัดส่งสินค้าฟรี การให้ส่วนลด การรับประกันสินค้าและการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดและเพื่อดึงดูดลูกค้ามายังร้านค้าของตนมากขึ้น จึงทำให้ลูกค้ามองว่ามีการบริการที่มีคุณภาพและหลากหลายกว่าย่านค้าอื่นๆ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านค้าที่บางโพจะมีการแข่งขันระหว่างร้านค้าด้วยกัน ทางด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีการโฆษณาในสมุดหน้าเหลืองหรืออินเทอร์เน็ต หรือมีการส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขาย (Sales Representative) ซึ่งการให้บริการและการแนะนำผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายมีส่วนช่วยกระตุ้นในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและรู้จักสินค้ามากขึ้น

#### 4.1.3 ข้อได้เปรียบของธุรกิจค้าไม้ในย่านบางโพ

1. ความได้เปรียบทางด้านสถานที่และทำเลที่ตั้ง ร้านค้าไม้ในย่านบางโพมีทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณเขตเมืองที่สะดวกต่อการเดินทางของลูกค้ามากกว่าที่วัดสระเกษ และสามารถเดินทางไปได้ในระยะทางที่ไม่ไกลมากนักจากทุกๆ ตำแหน่งในกรุงเทพฯ รวมถึงการมีบริเวณที่จอดรถในการขึ้น-ลงสินค้าที่สะดวกและกว้างขวาง ทำให้ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าในย่านนี้มากขึ้น

2. ด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย สินค้าที่จำหน่ายในบางโพจะมีทั้งสินค้าประเภทไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์ไม้ต่างๆ เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าที่ใช้สำหรับการก่อสร้าง ต่อเติม ซ่อมแซม รวมถึงอุปกรณ์ตกแต่งบ้านครบวงจร โดยผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ครบทุกประเภทในแหล่งเดียว ทำให้ผู้บริโภคประหยัดทั้งเวลาและการเดินทาง โดยสินค้าที่จำหน่ายมีทั้งที่ผลิตภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งในแต่ละกลุ่มสินค้าจะมีสินค้าที่หลากหลายคุณภาพและราคาเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อตามที่ใช้งาน

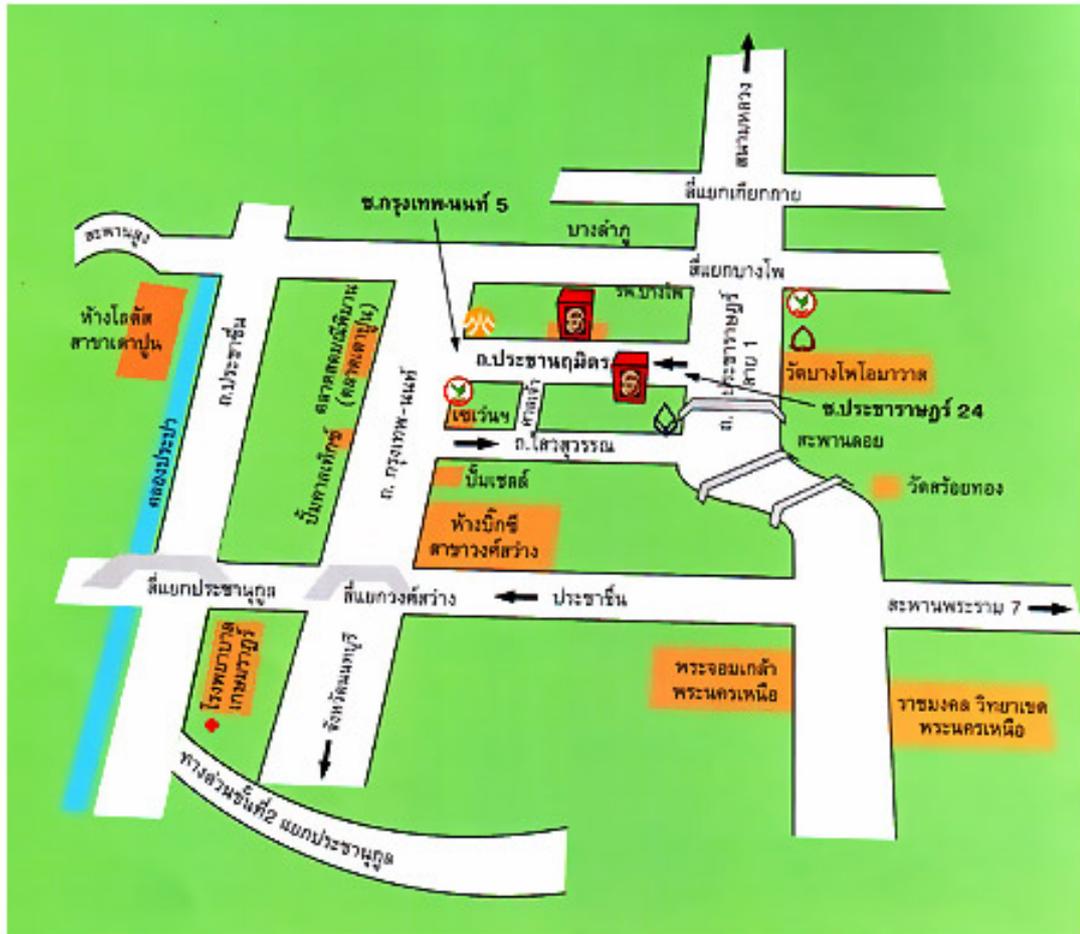
3. ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ซึ่งเกิดจากการขายสินค้าในปริมาณมาก ทำให้จำนวนการซื้อวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการผลิตในแต่ละครั้งมีปริมาณมาก และผู้ประกอบการสามารถต่อรองราคากับผู้ขายวัตถุดิบได้มาก จึงทำให้ผู้ประกอบการในย่านบางโพที่มีการผลิตและมีการจำหน่ายในปริมาณมากมีต้นทุนที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการในย่านวัดสระเกศ และสามารถขายสินค้าในราคาต่ำกว่าย่านวัดสระเกศ

4. ช่องทางจำหน่าย เนื่องจากย่านบางโพเป็นแหล่งการค้าขนาดใหญ่ที่มีทำเลที่ดี มีจุดกระจายสินค้าที่ดีและรวดเร็ว ทำผู้ประกอบการในย่านบางโพมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการในย่านวัดสระเกศ

5. ส่วนแบ่งตลาด ร้านค้าไม้ในย่านบางโพมีการขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้านที่เปิดเพิ่มขึ้นใหม่และจากการเปิดสาขาเพิ่มจากร้านเดิมทั้งในย่านบางโพและวัดสระเกศ ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของย่านบางโพมากกว่าย่านวัดสระเกศ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวต่อไปอีก ดังนั้นร้านค้าไม้ในย่านวัดสระเกศอาจจะมีส่วนแบ่งตลาดน้อยลงเรื่อยๆ ต่อไปในอนาคต

จากความได้เปรียบทางธุรกิจภายในย่านบางโพที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีผลกระทบต่อธุรกิจค้าไม้ในย่านวัดสระเกศในหลายๆ ด้าน แต่เนื่องจากมีร้านค้าไม้ในย่านบางโพจำนวนหนึ่งเป็นร้านที่ขยายสาขาไปจากย่านวัดสระเกศโดยเป็นผู้ประกอบการเดียวกัน จึงทำให้ความได้เปรียบเหล่านี้เป็นการช่วยเสริมความอยู่รอดของธุรกิจค้าไม้ในย่านวัดสระเกศที่ซบเซาลงแทน ส่วนร้านค้าในย่านวัดสระเกศที่ไม่มีสาขาที่บางโพ อาจต้องหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันกับย่านบางโพและดำเนินกิจการต่อไปได้ในอนาคต

ภาพที่ 4.1  
แผนภาพแสดงพื้นที่ย่านบางโพ



ที่มา : ปราณีย์ กล้าส้ม (2545)

## 4.2 ผลกระทบจากการแข่งขันกับธุรกิจค้าวัสดุทดแทนไม้

### 4.1.1 ความเป็นมาของวัสดุทดแทนไม้

จากการลดลงของทรัพยากรป่าไม้ในประเทศ ทั้งจากภาวะวิกฤติภัยธรรมชาติและการบุกรุกตัดไม้เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงอุตสาหกรรมและการพาณิชย์มาเป็นเวลานาน ทำให้จำนวนพื้นที่ป่าไม้ในประเทศลดลงอย่างรวดเร็ว และก่อให้เกิดผลกระทบด้านอื่นๆ ตามมา

มากมาย เช่น ปัญหาความแห้งแล้ง สภาพอากาศเปลี่ยนแปลง และน้ำท่วมฉับพลัน เป็นต้น รัฐบาลจึงประกาศใช้นโยบายปิดป่าและยกเลิกสัมปทานป่าไม้ทั่วประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2532 ซึ่งทำให้ขาดแหล่งวัตถุดิบไม้แหล่งใหญ่ที่สำคัญจึงส่งผลให้ปริมาณไม้ในประเทศมีจำนวนลดลง และจากการพัฒนาประเทศทางด้านอุตสาหกรรมก่อสร้าง ทำให้มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมไม้ภายในประเทศเพิ่มขึ้นและมีความต้องการใช้ไม้มากขึ้น ไม้ในประเทศจึงเริ่มขาดแคลนและมีราคาสูงขึ้น ดังนั้นจึงมีการนำเข้าไม้จากต่างประเทศเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนไม้ แต่เนื่องจากมาตรฐานของไม้ในแต่ละประเทศที่นำเข้ามีคุณภาพที่ต่างกันและมีราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเกิดปัญหาจากการใช้ไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ทำให้การใช้ไม้จากต่างประเทศมีแนวโน้มลดลง แนวทางหนึ่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ชะลอการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติและปกป้องป่าไม้ให้คงอยู่ต่อไป รวมถึงลดการนำเข้าไม้จากต่างประเทศ คือ การใช้ประโยชน์จากไม้อย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งภาครัฐและเอกชนจึงได้มีการศึกษาวิจัยเพื่อนำวัสดุเหลือใช้จากภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการผลิต และลดปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการผลิตวัสดุทดแทนไม้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อใช้ทดแทนไม้ธรรมชาติมากขึ้น

แนวโน้มของตลาดวัสดุก่อสร้างมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงความต้องการวัสดุก่อสร้างชนิดใหม่ที่จะมาเสริมหรือทดแทนวัสดุเดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีเพียงไม่กี่ชนิด โดยเฉพาะวัสดุที่ใช้ทดแทนไม้ธรรมชาตินั้น ทำให้มีการผลิตและพัฒนาวัสดุก่อสร้างที่ใช้ทดแทนไม้ธรรมชาติด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดมา โดยวัสดุทดแทนไม้รูปแบบใหม่มีส่วนช่วยให้สิ่งก่อสร้างมีคุณภาพดีขึ้น สวยงามขึ้น และลดระยะเวลาในการก่อสร้างลง ตลอดจนกระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรที่ได้รับความสนใจมากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปนิยมใช้วัสดุทดแทนไม้รูปแบบใหม่ที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าวัสดุเดิมมากขึ้น ซึ่งวัสดุดังกล่าวมีทั้งที่ผลิตเองภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ

เนื่องจากคำว่า “วัสดุทดแทนไม้” จะช่วยเสริมภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ในปัจจุบันผู้บริโภคจึงเห็นวัสดุทดแทนไม้ในตลาดหลากหลายตราสินค้าและในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น เช่น ไม้ฝาเมอรา ของเครือสหพันธ์ สมาร์ทวูด ของเครือซีเมนต์ไทย คอนวูด ของเครือปูนซีเมนต์นครหลวง ตราเพชร ของ บจม.กระเบื้องหลังคาตราเพชร และวีวาบอร์ด ของ บจ.วิบูลย์วัฒนอุตสาหกรรม เป็นต้น แม้วัสดุทดแทนไม้ในตลาดจะมีให้เลือกหลากหลายบริษัท แต่ผู้บริโภคทั่วไปไม่ได้ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อของผลิตภัณฑ์มากนัก ถ้าสินค้าของบริษัทใดขาดตลาดหรือมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะเลือกยี่ห้อสินค้าของบริษัทอื่นแทน วัสดุ

ทดแทนไม้จริงจัดเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (Homogeneous Products) เนื่องจากในสายตาของผู้บริโภค คุณภาพของสินค้าในแต่ละบริษัทไม่แตกต่างกันมากนัก และผู้ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุทดแทนไม้กับผู้บริโภคที่แท้จริงโดยมากไม่ใช่บุคคลคนเดียวกัน ส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อวัสดุทดแทนไม้คือผู้รับเหมาก่อสร้าง ช่างเฟอร์นิเจอร์ หรือช่างตกแต่งภายใน ซึ่งไม่ใช่ผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นการเลือกซื้อจึงมักคำนึงถึงปัจจัยในด้านราคาเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลกำไรให้มากที่สุด

หลังวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 เป็นต้นมา ถึงแม้ว่าภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์จะหดตัวลงจากภาวะเศรษฐกิจ แต่วัสดุทดแทนไม้กลับมียอดขายที่เติบโตขึ้นและสามารถเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ด้วยเหตุผลของราคาที่ถูกลงกว่าไม้จริง จากปัญหากำลังซื้อที่เริ่มชะลอตัวและราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นซึ่งมีผลต่อต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการ ในขณะเดียวกันปัญหาอัตราเงินเฟ้อและค่าครองชีพที่สูงขึ้น ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์และกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง พยายามลดต้นทุนการผลิตโดยการลดสเปกวัสดุก่อสร้างและงานตกแต่งต่างๆ โดยเลือกใช้วัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่ราคาถูกลงกว่าไม้ใช้งานแทน ทำให้ไม้จริงมียอดขายลดลง

ตลาดวัสดุทดแทนไม้ในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่จะยึดติดกับไม้จริงจากธรรมชาติน้อยลง เพราะการดูแลรักษาไม้จริงทำได้ยากเมื่อเปรียบเทียบกับวัสดุทดแทนที่ดูแลรักษาง่าย ทำให้สะดวกสบายและเหมาะสมกับชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ รวมถึงการไม่สามารถควบคุมคุณภาพของไม้ในแต่ละครั้งที่ซื้อว่าจะได้ไม้ที่มีคุณภาพเหมือนเดิมหรือไม่ นอกจากนี้กระแสการลดภาวะโลกร้อนยังส่งผลให้ความต้องการวัสดุทดแทนไม้เพิ่มสูงขึ้น

ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาถึงการก่อสร้างต่างๆ ในประเทศไทย จะพบว่าปริมาณการใช้ไม้เป็นส่วนประกอบต่างๆ ในการก่อสร้างลดลง เนื่องจากมีวัสดุชนิดต่างๆ ให้ผู้บริโภค สถาปนิก วิศวกร หรือผู้รับเหมาก่อสร้าง เลือกใช้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเมื่อคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน การดูแลรักษา และความทนทาน สิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ การนำไม้มาใช้ต้องผ่านกระบวนการที่ได้มาตรฐาน มิเช่นนั้นจะมีปัญหาต่างๆ ตามมามากมาย ส่งผลให้วัสดุทดแทนไม้ได้รับความนิยมมากขึ้น

วัสดุที่ใช้ทดแทนไม้ในปัจจุบันอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือวัสดุที่มีไม้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ (Wood Based) เช่น ไม้อัด MDF Particle Board ฯลฯ และวัสดุที่มีไม้เป็นส่วนประกอบร่วมกับวัสดุอื่นๆ เช่น เหล็ก พลาสติก ซีเมนต์ ฯลฯ วัสดุที่ใช้ทดแทนไม้เป็นวัสดุที่นิยม

ใช้กันอย่างกว้างขวางทั้งในการปลูกสร้างอาคารบ้านเรือนและอุตสาหกรรมเครื่องเรือนต่างๆ เนื่องจากสามารถทดแทนปัญหาการขาดแคลนไม้จริงได้และมีราคาที่ย่อมเยากว่า อีกทั้งยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตที่สูงขึ้นทำให้มีคุณภาพใกล้เคียงกับไม้จริงมากขึ้น

กลุ่มผู้บริโภควัสดุทดแทนไม้ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรก เป็นกลุ่มที่ต้องการนำไปใช้ทดแทนไม้จริง ซึ่งตลาดในส่วนนี้จะเป็นผู้บริโภคที่ต้องการใช้วัสดุรูปแบบใหม่ที่ดูแลรักษาง่าย ติดตั้งง่าย รวดเร็ว และราคาไม่แพง เช่น ไม้ฝา พื้นไม้สังเคราะห์ บานประตู และวงกบ เป็นต้น ส่วนกลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มตลาดตกแต่ง (Decorative Product) โดยนำวัสดุทดแทนไม้ไปใช้ในงานตกแต่งทั้งภายนอกและภายในอาคาร ซึ่งนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงเพราะกลุ่มตลาดตกแต่งมีความพร้อมในการยอมรับสินค้าใหม่ๆ หรือวัสดุที่ผลิตจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะมาตอบสนองจินตนาการในการออกแบบ

#### 4.1.2 การแข่งขันของธุรกิจค้าไม้กับวัสดุทดแทนไม้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย วัสดุทดแทนไม้มีสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้สำหรับทดแทนไม้จริงจากธรรมชาติในการก่อสร้างเกือบทุกชนิด และมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอ โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบและการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้า รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ใกล้เคียงกับไม้จริงให้มากที่สุด

2. ด้านคุณภาพ วัสดุทดแทนไม้มีความสวยงามทนทาน ทนแดด ทนฝน ทนปลวก และดูแลรักษาง่าย มีอัตราการดูดซึมน้ำน้อยจึงเหมาะสำหรับการใช้งานทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ใกล้เคียงกับไม้จริงให้มากที่สุด

3. ด้านบริการต่างๆ วัสดุทดแทนไม้มีการนำเสนอสินค้าในรูปแบบของโชว์รูมสินค้า โดยจะแสดงสินค้าชนิดต่างๆ ของผู้ผลิต รวมถึงการทำห้องตัวอย่างและแบบจำลองที่ใช้วัสดุทดแทนเป็นส่วนประกอบ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกในการออกแบบให้กับลูกค้าได้ นอกจากนั้นยังมีการจัดตั้งบริการสอบถามข้อมูลเพื่อรับฟังปัญหา ให้คำแนะนำและข้อมูลในการแก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้งาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการซื้อสินค้านั้นๆ จากผู้ผลิต

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุทดแทนไม้จะเน้นกลยุทธ์เรื่องการโฆษณาเป็นหลัก นอกจากจะมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น นิตยสารและภาพยนตร์โฆษณา เพื่อกระตุ้นการจดจำของลูกค้าแล้ว ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและสร้างยอดขายทั้งในกลุ่มลูกค้าที่เป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่ายของบริษัท กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มลูกค้าโครงการ สถาปนิกและผู้รับเหมาก่อสร้าง ในส่วนของลูกค้าที่เป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่าย มีการให้ส่วนลดต่างๆ เช่น

ส่วนลดทางการค้า (Trade Discount) ส่วนลดพิเศษ (Special Discount) ส่วนลดเป้าหมาย (Target Discount) ส่วนลดเงินสด (Cash Discount) และให้เงื่อนไขเครดิต (Credit Term) หรือมีการส่งเสริมการขายโดยให้คะแนนสะสมแก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเพื่อใช้แลกของรางวัล การให้ราคาพิเศษเพื่อกระตุ้นการสั่งซื้อ จัดร้านแสดงสินค้า จัดสัมมนาช่างหรือผู้รับเหมาของแต่ละร้านค้าเพื่อแนะนำสินค้า วิธีการใช้งาน เพื่อสร้างการยอมรับและการรู้จักตัวสินค้า รวมทั้งมีการจัดทำโบรชัวร์และคู่มือการใช้งานให้ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ในส่วนของลูกค้ากลุ่มผู้บริโภค มีการจัดรายการส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภคด้วยการแจกของกำนันต่างๆ เมื่อซื้อสินค้าครบตามจำนวนที่กำหนด และในส่วนของลูกค้าโครงการ สถาปนิกและผู้รับเหมาก่อสร้าง มีการส่งข่าวสารข้อมูล ตัวอย่างสินค้า และคู่มือเกี่ยวกับสินค้า เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งมีการให้คำตอบแทนพิเศษในกรณีที่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้า นอกจากนี้ยังมีการทำการตลาดในเชิงรุกและเน้นตลาดระดับกลางถึงระดับบนมากขึ้น เพื่อยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับสินค้า เพราะนอกจากจะมีการแข่งขันกับไม้จริงจากธรรมชาติ และวัสดุทดแทนไม้จากผู้ผลิตในประเทศด้วยกันแล้ว ยังมีการแข่งขันกับวัสดุทดแทนไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ทำให้มีการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตด้วยกันสูง

#### 4.1.3 ข้อได้เปรียบของวัสดุทดแทนไม้

1. ด้านคุณลักษณะ วัสดุทดแทนไม้มีลักษณะเหมือนไม้จริงจากธรรมชาติจากการดูภายนอก ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกเหมือนใช้ไม้จากธรรมชาติ
2. ด้านคุณภาพ วัสดุทดแทนไม้มีความสวยงามทนทาน ทนแดด ทนฝน ทนปลวก และดูแลรักษาง่าย มีอัตราการดูดซึมน้ำน้อยจึงเหมาะสำหรับการใช้งานทั้งภายในและภายนอก
3. ด้านคุณสมบัติ วัสดุทดแทนไม้มีคุณสมบัติเทียบเท่าไม้จริงเกือบทุกประการ และมีลักษณะการใช้งานเหมือนไม้จริงทุกประการ สามารถใช้กับอุปกรณ์ช่างไม้ได้ทุกชนิด เช่น ค้อน สว่าน และเลื่อย เป็นต้น เมื่อตอกตะปูหรือใช้สว่านเจาะจะไม่แตกหัก ทำให้ลดการเสียหายระหว่างการใช้งานได้
4. ด้านราคา วัสดุทดแทนไม้มีราคาถูกกว่าไม้จริง โดยเฉพาะไม้จริงที่มีความกว้างหรือความยาวเกินมาตรฐานจะมีราคาสูงกว่าไม้ขนาดปกติ แต่สำหรับวัสดุทดแทนไม้จะมีราคาเดียวกันทุกขนาด ทำให้ไม่ต้องต่อไม้ทั้งในด้านความกว้างและความยาวให้เสียความสวยงาม รวมทั้งช่วยให้ทำงานง่ายขึ้น

ผลิตภัณฑ์วัสดุทดแทนไม้จะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ไม้ธรรมชาติ คือ มีความหลากหลายของรูปแบบสินค้า ผู้ผลิตแต่ละรายต่างมีรูปแบบสินค้าที่ไม่เหมือนกัน โดยจะพยายามคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาตลอดเวลา ทำให้สินค้ามีความแตกต่างกัน จนไม่สามารถเปรียบเทียบราคา และลักษณะของสินค้าได้มากนัก อีกทั้งการรับทราบถึงคุณภาพของสินค้าก็ทำได้ลำบาก ทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยส่วนมากจะขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ และความเชื่อมั่นในยี่ห้อสินค้าตามข่าวสารที่ได้รับ ดังนั้น การแข่งขันของผู้ผลิตจะไม่เน้นการแข่งขันทางด้านราคา คือ จะไม่มีการตัดราคาระหว่างผู้ผลิต โดยผู้ผลิตแต่ละรายสามารถตั้งราคาที่แตกต่างกันได้แต่อาจอยู่ในระดับราคาที่ใกล้เคียงกัน การที่ผู้ผลิตตั้งราคาแตกต่างกันนั้น เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์อย่างหนึ่ง อีกทั้งการตั้งราคายังต้องคำนึงถึงต้นทุนด้วย ซึ่งสินค้าแต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อต่างมีต้นทุนไม่เหมือนกัน แต่จะเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้า รวมถึงการโฆษณาสินค้ามากกว่า

ผู้ผลิตแต่ละรายจะมีการร่วมมือกันทางด้านราคา โดยจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล การตลาดระหว่างกัน เช่น ใบแจ้งราคาขายปลีก รายละเอียดและข้อมูลของสินค้า เป็นต้น โดยจะกำหนดราคาสินค้าชนิดเดียวกันไว้ในราคาใกล้เคียงกัน ซึ่งวิธีกำหนดราคาโดยทั่วไปทำได้โดยกำหนดราคาขายปลีก (Price List) มาจากโรงงาน แต่ราคาที่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายขายจริงให้กับลูกค้าจะต่ำกว่าราคาขายปลีกในใบแจ้งราคา เนื่องจากร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายจะได้ส่วนลดต่างๆ จากผู้ผลิต ซึ่งผู้ผลิตจะใช้ส่วนลดเหล่านี้เป็นเครื่องมือแทนการแข่งขันทางด้านราคาโดยตรง ส่วนลดเหล่านี้ ได้แก่

ส่วนลดการค้า (Trade Discount) หมายถึง ส่วนลดที่ผู้ผลิตให้แก่ตัวแทนจำหน่าย สำหรับเป็นค่าตอบแทนในการทำหน้าที่ทางการตลาด ส่วนลดนี้จะคิดจากราคาตั้ง โดยผู้ผลิตจะจำหน่ายให้แก่ตัวแทนจำหน่ายในราคาลดจากราคาตั้งประมาณร้อยละ 20-30 และให้เครดิตประมาณ 30-60 วัน แต่ส่วนลดนี้อาจแตกต่างกันไปบ้าง เช่น แบบของผลิตภัณฑ์บางรุ่นที่ตลาดไม่นิยม อาจจะได้ส่วนลดสูงกว่าปกติ แต่โดยทั่วไปแล้วส่วนลดการค้าค่อนข้างจะมีความแน่นอน ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก

ส่วนลดพิเศษ (Special Discount) หมายถึง ส่วนลดพิเศษที่ผู้ผลิตจะให้เพิ่มขึ้นจากรส่วนลดการค้า เพื่อเพิ่มอุปสงค์บางช่วงที่ความต้องการต่ำกว่าปกติ โดยผู้ผลิตอาจให้ในรูปแบบของการให้ส่วนลดเพิ่มขึ้นหรือให้เป็นสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น ไม้ฝา 100 แผ่น แกรม 5 แผ่น เป็นต้น ส่วนลดประเภทนี้มักจะให้เป็นช่วงสั้นๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อเพิ่มอุปสงค์บางช่วงในขณะนั้น ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตมีความต่อเนื่องและจะต้องผลิตครั้งละปริมาณมากๆ ดังนั้นผู้ผลิต

จึงต้องใช้กลยุทธ์พิเศษเข้ามาเสริมเพื่อระบายสินค้าจากบริษัทผู้ผลิตไปยังร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และรักษาสายการผลิตให้สม่ำเสมอ

ส่วนลดเป้าหมาย (Target Discount) หมายถึง ส่วนลดที่ผู้ผลิตกำหนดขึ้นในระยะเวลาช่วงหนึ่ง เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้แทนจำหน่ายสนใจและเพิ่มความพยายามในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตมากขึ้น โดยส่วนลดเป้าหมายที่ผู้ผลิตกำหนดอาจมีอัตราเดียวหรือกำหนดเป็นขั้นๆ หลายอัตรา เช่น กำหนดว่าถ้าสามารถจำหน่ายได้ถึงเป้าหมายที่ผู้ผลิตกำหนด จะได้รับส่วนลดเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 1 และส่วนที่เกินจากเป้าหมายที่ตั้งไว้จะได้รับส่วนลดร้อยละ 3 เป็นต้น

ส่วนลดเงินสด (Cash Discount) หมายถึง ส่วนลดที่ผู้ผลิตให้แก่ตัวแทนจำหน่ายที่ชำระเงินภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยส่วนลดนี้จะคำนวณจากมูลค่าสุทธิหลังจากหักส่วนลดการค้าและส่วนลดพิเศษออกจากราคาจำหน่ายแล้ว โดยทั่วไปถ้าตัวแทนจำหน่ายชำระเงินภายใน 7 วัน หลังจากวันที่ผู้ผลิตวางบิล ผู้ผลิตจะให้ส่วนลดเงินสดแก่ตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 2-3 แล้วแต่นโยบายและฐานะทางการเงินของแต่ละบริษัท

เนื่องจากวัสดุทดแทนไม่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด และยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก ดังนั้นจุดอ่อนของสินค้าทดแทนคือการยังไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคบางกลุ่ม เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่มีเชื่อมั่นในตัวสินค้า ขาดความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และประเภทของสินค้าที่แตกต่างกัน รวมถึงวิธีการใช้และการดูแลรักษาที่ถูกต้อง ดังนั้นการยอมรับของตลาดที่มีต่อสินค้าใหม่ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัสดุก่อสร้างยังมีค่อนข้างต่ำ เพราะผู้บริโภคบางกลุ่มยังยึดติดกับวัสดุแบบเดิมๆ ซึ่งผู้บริโภคเชื่อและคุ้นเคยว่ามีความแข็งแรงทนทานกว่า ทำให้ผู้ผลิตต้องใช้เวลาในการสร้างความรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้บริโภคมากขึ้น

จากผลกระทบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจค้าไม้ย่านบางโพและวัสดุทดแทนไม้ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าผลกระทบของการแข่งขันของธุรกิจค้าไม้ย่านบางโพมีผลกระทบต่อธุรกิจค้าไม้ย่านวัดสระเกษมากกว่าผลกระทบของการแข่งขันจากวัสดุทดแทนไม้ เนื่องจากย่านค้าไม้ทั้ง 2 แห่ง จำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะคล้าย กัน กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มเดียวกัน และมีรูปแบบการค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน