



BUSINESS

ธุรกิจรับสร้างบ้านชู 'คอนเทนต์มาร์เก็ตติ้ง'เจาะผู้บริโภค4.0

สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน ชู Content Marketing วิเคราะห์ข้อมูลสื่อสาร ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุค 4.0 คาดปีนี้ ตลาดมูลค่า 1.1 หมื่นล้าน โต 10%

By ORAWAN HOICHAN 21 มิถุนายน 2561

36



นางศิริพร สิงห์ทรัพย์ นายกสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน (Home Builder Association : HBA) เปิดเผยว่า ปัจจุบันตลาดรับสร้างบ้านและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เศรษฐกิจไทยเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น จาก การเปิดเขตเศรษฐกิจเสรีอาเซียน และเชื่อมต่อกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น ส่งผลให้รูปแบบธุรกิจมีความหลากหลาย ขณะ เดียวกันกลุ่มประชากรทั้งด้าน อายุ รายได้ สนิยมก็มีการเปลี่ยนแปลง จำเป็นที่ผู้ประกอบการรับสร้างบ้านต้องปรับตัวและรู้เท่า ทันแนวโน้มต่างๆเหล่านี้

ดังนั้นเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจ สมาคมฯ จึงได้เพิ่มกลยุทธ์การสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ มุ่ง Content Marketing เน้น เนื้อหาหลากหลายมิติ หลายแพลตฟอร์ม เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญตอบโจทย์ผู้บริโภคยุค 4.0 และผลักดันธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ ขึ้น ซึ่งเป็นนโยบายหลักของสมาคมฯในปีนี้ ที่ต้องการขยายฐานสมาชิกสมทบเพิ่ม 10%

โดยเน้นกลุ่มวิศวกร สถาปนิก ช่างฝีมือและกลุ่มรับสร้างบ้านคุณภาพรุ่นใหม่ ที่ประกอบกิจการรับสร้างบ้านมาไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีผลงานรับสร้างบ้านไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาทภายใน 3 ปี เพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่นของธุรกิจรับสร้างบ้าน จากปัจจุบันที่มี สมาชิกอยู่ 136 ราย สร้างมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจเพิ่มขึ้น และทำให้การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมรับสร้างบ้านมีการเติบโต อย่างแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามคาดว่าตลาดรับสร้างบ้านปีนี้เติบโต 10% จากมูลค่าตลาดรวม 1.1 หมื่นล้านบาท หรือประมาณ 25% จากตลาด ก่อสร้างบ้านโดยรวม 4 หมื่นล้านบาท ถือว่ายังมีสัดส่วนน้อยในตลาดสร้างบ้านเอง ทางสมาคมจึงมุ่งจะขยายฐานสมาชิก ไป ยังกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจรับสร้างบ้านเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจโดยรวม ที่มีความเชื่อมโยงในหลายมิติ การสร้างบ้านหนึ่งหลังให้ สมบูรณ์ ไม่ใช่แค่เฉพาะชีพหลายแขนงเดียว แต่มีส่วนเกี่ยวเนื่องหลายส่วน ทั้งการถมดิน งานตกแต่งภายใน เพอร์นิเจอร์ ชุดครัว อุปกรณ์อำนวยความสะดวก งานจัดสวน เป็นต้น

"การประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านไม่มีเทคโนโลยีที่ซับซ้อนเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ แต่ต้องอาศัยทัศนคติที่ถูกต้อง และใช้ทักษะ ประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อสร้างบ้านที่มีคุณภาพ จึงจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ"

ดูสื่อสารออนไลน์

สำหรับการสร้างตลาดปีนี้ สมาคมฯจะใช้เนื้อหาควบคู่ไปกับเทคโนโลยี และเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านทางสังคมออนไลน์ โดยเริ่มเปิดตัวแคมเปญแรกไปแล้ว กับ "โอกาสทางธุรกิจ" ด้วยคลิปวิดีโอ ถ่ายทอดประสบการณ์จริงของสมาชิกสมาคมฯ ซึ่ง ได้เริ่มเผยแพร่แล้วทางโซเชียลมีเดีย ของสมาคมฯ ทั้งยูทูป เฟซบุ๊ก เพจทวิตเตอร์ และเว็บไซต์สมาคม นอกจากนี้ได้ผลิตรายการ สารความรู้ "สร้างบ้าน สร้างสุข" จะออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี หลังข่าว ทางทีวีดิจิทัล NEW18

ด้านนายธีร์ บุญวาสนา อุปนายกฝ่ายวิชาการ สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน กล่าวว่า ในด้านการเตรียมความพร้อมรับสมาชิกภาค สมทบ ทางสมาคมได้เปิดหลักสูตรอบรมรับสร้างบ้านอย่างมืออาชีพ HBEX (เอชบีเอ็กซ์) : Home Builder Expert เพื่อเพิ่ม ทักษะและประสบการณ์ในงานสายงานจากการถ่ายทอดประสบการณ์ จากเจ้าของธุรกิจรับสร้างบ้านชั้นนำที่ประสบความสำเร็จ ไปสู่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่หรือผู้รับเหมาที่ต้องการเข้าสู่ธุรกิจรับสร้างบ้าน เพื่อขยายฐานสมาชิกสมทบ เข้ามาช่วยพัฒนาธุรกิจ ให้เติบโตมากขึ้น

หลักสูตรดังกล่าวจะเป็นการอบรมในภาคเช้า และการเวิร์กช็อปในภาคบ่าย จำนวน 5 ครั้ง และการดูงานร่วมกับสมาคมธุรกิจรับ สร้างบ้านอีก 1 ครั้ง รวม 6 ครั้ง โดยหัวข้อจะเน้นเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจ และเกี่ยวข้องกับธุรกิจรับสร้างบ้านแบบเจาะลึก ซึ่ง สมาคมฯได้เชิญวิทยากรเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่อเสียง ทั้งที่อยู่ในและนอกวงการรับสร้างบ้าน มาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์จริง

22 มิถุนายน 2561

<https://www.thebangkokinsight.com/18816>