แนวหน้า
Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 900

Section: First Section/โลกธุรกิจ
วันที่: พฤหัสบดี 13 เมษายน 2560
ปีที่: 38 **ฉบับที่:** 13139 **หน้า:** 6(ล่างซ้าย)
Col.Inch: 26.24 **Ad Value:** 23,616 **PRValue (x3):** 70,848 **คลิป:** ขาว-ดำ
คอลัมน์: โลกการค้า: ราคาไม่ใช่คำตอบสุดท้าย..สำหรับธุรกิจรับสร้างบ้าน...

ราคาไม่ใช่คำตอบสุดท้าย.. สำหรับธุรกิจรับสร้างบ้าน...

■■ ตลาดอสังหาริมทรัพย์...ในกลุ่มบ้านสำเร็จรูป...ยังคงแผ่วต่อเนื่องจากปีก่อน และสต๊อกเก่าๆ ยังระบายไม่หมด...ส่วนในกลุ่มของบ้าน"ออน ดีมานด์" หรือตลาดรับสร้างบ้านนั้น..แม้ไม่โดดเด่นแต่ก็ยังไม่ถึงขั้นแย่นัก...โดยตลาดรับสร้างเองทั่วประเทศ ในช่วงไตรมาสแรกปี 2560 นี้ (ม.ค.-มี.ค.) ขยายตัวใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันกับปีที่แล้ว แต่หากเปรียบเทียบกับไตรมาส 4 ปีที่ผ่านมา น่าจะเติบโตกว่า 18-19 % โดยปัจจัยหลักๆ มาจากการกระตุ้นตลาดและแข่งขันกันค่อนข้างมากขึ้น ของบรรดากลุ่มผู้ประกอบการรับสร้างบ้าน หลังจากที่ไตรมาส 4 ตกอยู่ในบรรยากาศชบเซาระยะหนึ่ง

คุณสิทธิพร สุวรรณสุต นายกสมาคมไทยรับสร้างบ้าน...บอกว่า กำลังซื้อผู้บริโภคไตรมาสแรกปรับตัวดีขึ้นแต่สำหรับไตรมาส 2 ยอมรับว่ายังมีความกังวลอยู่บ้าง เพราะเป็นช่วงที่มีเทศกาลวันหยุดยาว อย่างไรก็ดี หากภาพรวมเศรษฐกิจปีนี้มีแนวโน้มขยายตัวและการเมืองมีความชัดเจน ก็จะเป็นปัจจัยบวกที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคและประชาชนมีความเชื่อมั่นตามมา พร้อมที่จะจับจ่ายใช้สอยและลงทุนเรื่องบ้านหรือที่อยู่อาศัยมากขึ้น ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรที่เป็นพืชเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้น เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ถือว่าเป็นสัญญาณที่ดีและเป็นปัจจัยบวกที่จะส่งผลต่อกำลังซื้อผู้บริโภคในช่วงไตรมาส 2 และปี 2560 นี้

แนวโน้มการแข่งขันของตลาดรับสร้างบ้านในช่วงไตรมาส 2 นี้....แม้จะยังคงแข่งขันด้านราคากันรุนแรงแต่ก็ไม่น่าห่วง...เพราะกลุ่มผู้บริโภคตัวจริงที่ต้องการใช้บริการศูนย์รับสร้างบ้าน ส่วนใหญ่จะมีการศึกษารายละเอียดและหาข้อมูลเปรียบเทียบมาเป็นอย่างดี ก่อนจะพูดคุยและตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการรายใดเป็นผู้สร้างบ้าน....ฉะนั้นเรื่องการให้บริการก่อนและหลังการขาย คุณภาพวัสดุที่ต้องการ ดีไซน์แบบบ้าน ฝีมือและผลงานที่ผ่านมา ตลอดจนเสียงจากผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้ว....ยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการพิจารณา....ไม่ใช่เฉพาะราคาต่ำเพียงอย่างเดียว....

ฉะนั้นแนะนำว่าผู้ประกอบการรับสร้างบ้านที่เป็นตัวจริงเช่นกัน ก็ควรเน้นวางกลยุทธ์แข่งขันให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ เพราะหากเลือกที่จะใช้ราคาต่ำแข่งขันไปตลอด สุดท้ายจะไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ก้าวทันเทคโนโลยี และตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคได้อย่างพึงพอใจ....

สำหรับตลาดรับสร้างบ้านเองทั่วประเทศปี 2560 เฉพาะประเภทที่อาศัยถาวร คาดว่ามีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 8 หมื่นล้านบาทเศษ โดยกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจรับสร้างบ้านมีแชร์ส่วนแบ่งตลาดประมาณ 1.4 หมื่นล้านบาทเศษ ขยายตัวใกล้เคียงกับปีที่แล้ว ทั้งนี้มูลค่าตลาดรับสร้างบ้านแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ 1.มูลค่าตลาดรับสร้างบ้านเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีสัดส่วน 55-60% หรือคิดเป็น 8 พันล้านบาทเศษ และ 2.มูลค่าตลาดรับสร้างบ้านต่างจังหวัด มีสัดส่วน 40-45% หรือคิดเป็น 5.5-6 พันล้านบาท..... อย่างไรก็ดี หากพิจารณาสัดส่วนของทั้ง 2 กลุ่มเปรียบเทียบกับในอดีต พบว่าตลาดรับสร้างบ้านในต่างจังหวัด มีสัดส่วนขยายตัวอย่างต่อเนื่องในระยะ 15 ปีที่ผ่านมา เหตุผลนั้นชัดเจนว่ามีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ในต่างจังหวัดเข้ามาในธุรกิจรับสร้างบ้านเพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายสาขาและตลาดต่างจังหวัดของกลุ่มผู้ประกอบการรับสร้างบ้านชั้นนำ และสามารถแชร์ส่วนแบ่งตลาดได้เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนการรับรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจรับสร้างบ้านดีขึ้นตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วง 10-15 ปีก่อนหน้านี้

พงษ์พันธุ์

C21X INTERNATIONAL EVENT บริษัท ซี ทู วัน เอ็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล อีเว้นท์ จำกัด
161/1 อาคารเอสจีทาวเวอร์ ชั้น10 ซ.มหาดเล็กหลวง 3 ถ.ราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 ติดต่อ:02-650-5337 แฟกซ์: 02-650-5338