

เมกะโปรเจกต์หนูนศก. บิวท์ฯคาดต้นรับสร้างบ้านพื้น

ผู้จัดการรายวัน360° - นายสุธี เกตุศิริ กรรมการผู้จัดการ กลุ่มบิวท์ ฟู บิวด์ บริษัทรับสร้างบ้านคุณภาพ ประกอบด้วย บริษัท บิวท์ ฟู บิวด์ จำกัด บริษัท บางกอกเอ็นวิชั่นเดออร์ จำกัด และบริษัท สมอลล์เอ็นวิชั่นเดออร์ จำกัด คาดการณ์ ตลาดรับสร้างบ้านในปี 2560 มีแนวโน้มเติบโต เนื่องจากยังมีชาวต่างชาติธุรกิจเข้ามาอยู่บ้าง โดยมีผลสืบเนื่องจากการที่ภาครัฐได้มีการลงทุนเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ที่จะมีความคืบหน้าชัดเจนและเป็นรูปธรรมในการก่อสร้าง จะเริ่มเห็นการตอกเสาเข็มตั้งแต่กลางปีเป็นต้นไป รวมถึงในปีนี้จะมีการเปิดประมูลโครงการของรัฐมูลค่า 6 แสนล้านบาท ให้จบ รวมถึงมาตรการของรัฐที่ออกมากระตุ้น กำลังซื้อของภาคครัวเรือน และคาดการณ์ว่าจะมีผลทำให้ภาคเอกชนเพิ่มการลงทุนมากขึ้น และต่อเนื่องถึงภาคธนาคารพาณิชย์ ที่จะแข่งขันปล่อยสินเชื่อเพิ่มขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนจะสนับสนุนให้เศรษฐกิจปี 60 ดีต่อเนื่องไปถึงปี 65 ขณะที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจรับสร้างบ้านในปีนี้จะดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา

“ต้องยอมรับว่าช่วง 3 ปีที่ผ่านมา สถานการณ์ในประเทศไม่เอื้ออำนวยต่อการเติบโต ขณะที่ในปี 59 ปัญหาหนี้ครัวเรือน ได้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัย โดยธนาคารพาณิชย์เข้มงวดปล่อยสินเชื่อ ตัวเลขทั่วไปในระบบ 30-40% แต่สักๆ สินเชื่อที่อยู่อาศัยถูกปฏิเสธหนักกว่านี้ ส่วนภาคการเกษตรก็ไม่ดี ยางพารา อ้อย มันสำปะหลัง ตกต่ำ สต็อกข้าวมีจำนวนมาก ปัจจัยภายนอก ทั้งเรื่องอังกฤษกับการถอนตัวออกจากอียู เศรษฐกิจรัสเซีย และญี่ปุ่น ซึ่งทั้งภายในและภายนอกไม่สนับสนุนเลย รวมถึงโครงการเมกะ

โปรเจกต์ของรัฐ ก็เป็นแค่เศษกระดาษ ยังไม่เริ่มตอกเสาเข็ม สิ่งเหล่านี้ ได้กระทบถึงตลาดรับสร้างบ้านที่เติบโตลดลง 10-15% อย่างไรก็ตาม”

สำหรับภาพรวมการดำเนินงานของกลุ่มบิวท์ฯ ในปีที่ผ่านมาสามารถทำได้ตามเป้าที่วางไว้ที่ 800 ล้านบาท หรือคิดเป็นจำนวน 150-170 หลังต่อปี โดยในส่วนของบริษัท สมอลล์เอ็นวิชั่นฯ ทำตลาดระดับราคา 1-4 ล้านบาท มีการเติบโต บริษัท บางกอกเอ็นวิชั่นเดออร์ฯ ทำตลาดระดับราคา 4-9 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย และบริษัท บิวท์ฯ เน้นลูกค้าในเมือง ราคา 8 ล้านบาทขึ้นไป เติบโตเล็กน้อย

ในส่วนของปี 60 ทั้งกลุ่มวางเป้าเติบโตขึ้นประมาณ 10-12% หรือมีรายได้ประมาณ 900 ล้านบาท โดยเชื่อว่ากำลังซื้อยังมีอยู่มากในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความตั้งใจปลูกสร้างบ้าน ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อระบบเศรษฐกิจ รวมถึงการสร้าง ความแข็งแกร่งของแบรนด์ ออกบูทอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จัก การเชิญลูกค้าไปชมกระบวนการผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูป เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและสื่อสารต่อออกไปยังกลุ่มผู้บริโภค

“มองว่าในปีนี้ การแข่งขันของตลาดรับสร้างบ้านจะรุนแรงโดยเฉพาะรายกลางและรายใหญ่ เหตุช่วง 2 ปีที่ผ่านมาตลาดซบเซา ในส่วนของบิวท์ฯจะดูแลคุณภาพให้มากยิ่งขึ้นๆ รวมถึงยังไม่มีแนวโน้มที่จะปรับราคา”

ล่าสุด กลุ่มบริษัทบิวท์ฯ ได้ออกแบบบ้านรุ่นใหม่ จำนวน 12 แบบ พื้นที่ใช้สอยประมาณ 200-450 ตารางเมตร(ตร.ม.) ระดับราคา2-12 ล้านบาท ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Family Area” ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันความต้องการสร้างบ้านของคนสมัยใหม่จะเน้นอยู่กับครอบครัวใหญ่มากขึ้น ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกในทุกวัย ทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มที่ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เน้นการออกแบบบ้านที่มีฟังก์ชันการใช้งานช่วยสร้างความอบอุ่นและ กิจกรรมภายในครอบครัวได้ สอดรับกับสินค้าของกลุ่มในปีที่ผ่านมา ราคา 2-3 ล้านบาท เติบโตสูง.