



# 'บิวท์ทูบิวด์' ตั้งธงโต 12%

กลุ่มบิวท์ พลัสผลงานปี 59 กวาดยอดขายรวม 800 ล้านบาท ส่ง 12 แบบบ้านใหม่กระตุ้นกำลังซื้อ มั่นใจเศรษฐกิจปีระกาสดใสจากโครงการรัฐหนุน พร้อมขยายฐานเปิดสาขาใหม่หวังเจาะลูกค้าระดับกลาง-บน ดันยอดขายทั้งกลุ่มโตขึ้น 12%

นายสุธี เกตุศิริ กรรมการผู้จัดการ กลุ่มบิวท์ ทู บิวด์ บริษัทรับสร้างบ้านคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย บริษัท บิวท์ ทู บิวด์ จำกัด บริษัท บางกอกเฮาส์บิวเดอร์ จำกัด และ บริษัท สมอลล์เฮาส์บิวเดอร์ จำกัด เปิดเผยถึงทิศทางตลาดรับสร้างบ้านปี 2560 ว่า ในปีนี้ภาพรวมตลาดน่าจะดีขึ้นกว่าปีที่แล้ว โดยเชื่อว่ากำลังซื้อยังมีอยู่มากในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความตั้งใจปลูกสร้างบ้าน ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อเศรษฐกิจไทยค่อย ๆ ดีขึ้น เนื่องจากภาครัฐได้มีการลงทุนเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่มีความคืบหน้าชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น รวมถึงมาตรการของภาครัฐที่ออกมาระดับกำลังซื้อของภาคครัวเรือนซึ่งจะมีผลทำให้ภาคเอกชนเพิ่มการลงทุนมากขึ้น

ในขณะที่ธุรกิจรับสร้างบ้าน

ก็ได้มีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพราะปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพ การก่อสร้างมากยิ่งขึ้นทำให้มีการศึกษา เปรียบเทียบ และเลือกบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ก่อนที่จะตัดสินใจปลูกสร้าง ผู้ประกอบการในธุรกิจรับสร้างบ้านยิ่งต้องพัฒนาศักยภาพ แบบบ้าน ฟังก์ชันการใช้งาน ควบคู่การบริการ และการก่อสร้างให้มีคุณภาพมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ ล้วนส่งผลให้ธุรกิจจอสงหาและธุรกิจรับสร้างบ้านดีขึ้นกว่าในปีที่ผ่านมา

สำหรับแผนการดำเนินของกลุ่มในปีนี้ ยังคงให้ความสำคัญทั้งเรื่องของคุณภาพของงานก่อสร้าง โปรดักส์ และฟังก์ชันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มได้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น ล่าสุดกลุ่มบริษัทได้ออกแบบบ้านรุ่นใหม่



สุธี เกตุศิริ

จำนวน 12 แบบ พื้นที่ใช้สอยประมาณ 200-450 ตารางเมตร ในระดับราคาตั้งแต่ 2-12 ล้านบาท ภายใต้คอนเซ็ปต์ "Family Area" ซึ่งมาจากการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันความต้องการสร้างบ้านของคนสมัยใหม่จะเน้นอยู่กับเป็นครอบครัวใหญ่มากขึ้น ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกในทุก Generation ทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มที่ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ กลุ่มบริษัทจึงเน้นการออกแบบบ้านที่มีฟังก์ชันการใช้งานช่วยสร้างความอบอุ่นและ Activities ภายในครอบครัวให้ได้ใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยมีองค์ประ

กอบในส่วนในพื้นที่ส่วนกลาง (Family Area) เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้มีช่วงเวลาในการทำกิจกรรมร่วมกัน

นอกจากนี้ ยังใช้นวัตกรรมก่อสร้างระบบโครงสร้างสำเร็จรูปที่มีความมั่นคง แข็งแรง และก่อสร้างได้ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคปัจจุบัน นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังได้ขยายสำนักงานขายใหม่แห่งใหม่ย่านถนนรามอินทรา 42/1 ซึ่งถือว่าเป็นทำเลที่มีศักยภาพที่สามารถรองรับฐานลูกค้าได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น ทั้งในส่วนในพื้นที่โซนรามอินทรา ร่มเกล้า มีนบุรี บางเขน แจ้งวัฒนะ ฯลฯ เพื่อรองรับตลาดกลุ่มลูกค้าระดับกลางและบนมากขึ้น

"ปีนี้กลุ่มบริษัทตั้งเป้าการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 10-12% หรือมีรายได้ประมาณ 900 ล้านบาท ซึ่งในปีที่ผ่านมาสามารถทำรายได้ใกล้เคียงเป้าหมายที่วางไว้ซึ่งอยู่ที่ 800 ล้านบาท และบริษัทวางงบสำหรับทำการตลาดไว้ที่ 20 ล้านบาท และเชื่อว่าการแข่งขันในปีนี้อยู่สูงโดยเฉพาะการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหญ่"