

# ธุรกิจรับสร้างบ้านพลิกฟื้น

## สถานการณ์ตลาดรับสร้างบ้าน

มูลค่าตลาดบ้านสร้างเอง  
ในเขต กทม. และปริมณฑล  
(หน่วย : ล้านบาท)



มูลค่าตลาดรวม  
ธุรกิจรับสร้างบ้าน  
ใน กทม. และปริมณฑล  
ปี 2559\* = 10,200  
(ล้านบาท)

ที่มา : สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน

## พฤติกรรมผู้บริโภคในการสร้างบ้าน

- 1 **24.79%** คุณภาพงานก่อสร้าง
- 2 **18.22%** ชื่อเสียงของบริษัท
- 3 **18.06%** ราคาก่อสร้าง
- 4 **13.20%** รูปแบบบ้าน
- 5 **12.32%** การบริการลูกค้า

\*ตัวเลขประมาณการ

\*\*ประมาณการของ บริษัท บิวท์ ทูบิวด์

โพสต์ทูเดย์

### |วาทพงษ์ ปานแก้ว

**ธุรกิจรับสร้างบ้านเผชิญชะตากรรม** ที่ไม่แตกต่างกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เมื่อตกอยู่ในภาวะชะลอตัวมาต่อเนื่องในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะการใช้กลยุทธ์ด้านราคา เพื่อช่วงชิงลูกค้าที่มีอยู่อย่างจำกัด อย่างไรก็ตามในปี 2560 ผู้ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านเชื่อว่า สถานการณ์ตลาดน่าจะเริ่มฟื้นตัวกลับมาดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา

สุธี เกตุศิริ กรรมการผู้จัดการ กลุ่ม บิวท์ ทู บิวด์ กล่าวว่า ในปี 2560 แม้ว่าเศรษฐกิจโลกจะยังคงมีความผันผวน โดยเฉพาะจากนโยบายของ โดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐฯ แต่มั่นใจว่าเศรษฐกิจภายในประเทศจะดีกว่าเดิมค่อนข้างมาก เศรษฐกิจไทยน่าจะเติบโตได้ไม่ต่ำกว่า 3.5% การส่งออกจะปรับตัวดีขึ้น การท่องเที่ยวยังดีอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การลงทุนภาครัฐหลายโครงการที่เซ็นสัญญาแล้วจะเริ่มก่อสร้างในปีนี้ และต่อเนื่องไปอีกหลายปี ช่วยทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัว และทำให้ออกชนมั่นใจในการลงทุนมากขึ้น

“เมื่อการก่อสร้างโครงการภาครัฐเริ่มเดินหน้าต่อเนื่องไปอีก 4-5 ปี และเมื่อโครงการต่างๆ เกิดขึ้นจะเกิดการ

เชื่อมโยงไปยังภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะทำให้การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวตามไปด้วย นอกจากนี้รัฐบาลพยายามกระตุ้นการบริโภคภาคครัวเรือนโดยเฉพาะในต่างจังหวัด ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจดีขึ้นด้วย ขณะที่ธุรกิจรับสร้างบ้านจะกลับมาเติบโตได้ 10% หลังจากปีที่แล้วติดลบประมาณ 10-15% มูลค่าตลาดอยู่ที่ประมาณ 1 หมื่นล้านบาท”

สำหรับกลุ่มบิวท์ ทู บิวด์ ตั้งเป้าหมายยอดขายในปี 2560 ไว้ที่ 900 ล้านบาท เติบโตขึ้น 10-12% จากปี 2559 ที่มียอดขายอยู่ที่ 800 ล้านบาท โดยในปีนี้จะออกแบบบ้านใหม่เพิ่มอีก 12 แบบ ราคา 2-12 ล้านบาท และให้ส่วนลดช่วงโปรโมชั่นอยู่ 5% รองรับกลุ่มครอบครัว และสังคมผู้สูงวัย ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นอย่างชัดเจน จากการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงที่ผ่านมา พบว่าความต้องการสร้างบ้านจะเน้นครอบครัวใหญ่มากขึ้น โดยมีสมาชิก 3 เจเนอเรชัน ได้แก่ รุ่นปู่ย่าตายาย รุ่นพ่อแม่ และรุ่นลูก อาจเกิดจากปัญหาเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมาทำให้มีการสร้างบ้านที่อยู่รวมกันของคนในครอบครัวมากขึ้น หลังจากช่วง 10 ปีที่ผ่านมาคนรุ่นใหม่นิยมแยกครอบครัว จึงทำให้

ความต้องการบ้านที่มีหลายห้องเพิ่ม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุของไทย

ขณะที่ สิทธิพร สุวรรณสุด นายกสมาคมไทยรับสร้างบ้าน ในฐานะผู้จัดงานมหกรรมบ้านและวัสดุก่อสร้าง 60 และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท พีดี เแฮ็ลส์ คอร์ปอเรชั่น หรือศูนย์รับสร้างบ้านพีดีเแฮ็ลส์ กล่าวว่า จากการออกบูธในงานบริษัทมียอดขายประมาณ 200 ล้านบาท หรือประมาณ 40 หลัง ซึ่งเป็นยอดขายที่ได้จากลูกค้าที่ตั้งใจมาเดินชมงานโดยตรง ขณะที่บริษัทรับสร้างบ้านที่ร่วมออกงานอีก 7-8 ราย ก็มียอดขายที่ดีเช่นกัน สะท้อนให้เห็นว่า ยังมีความต้องการอยู่ในตลาด เพียงแต่ที่ผ่านมามีอาจจะชะลอการตัดสินใจ เพราะเกิดความไม่เชื่อมั่นกับเศรษฐกิจ

ธุรกิจรับสร้างบ้านจะพลิกฟื้นกลับมาเติบโตอีกครั้งหรือไม่ คงต้องรอดูว่าระบบขับเคลื่อนเศรษฐกิจจะสามารถเดินเครื่องได้ตามที่ตั้งใจกันไว้หรือไม่ ต้องรอลุ้นกันอีกสักระยะ ■