

ส่องทรนค้รับสร้างบ้าน ปี'62ตลาดโตลดลง

| อรรถกร อรุณรัตน์ |

ธุรกิจรับสร้างบ้าน เป็นอีกเซ็กเมนต์ที่สำคัญของภาคอสังหาริมทรัพย์ในแต่ละปีมีมูลค่าประมาณ 5 หมื่นล้านบาท โดยปี 2561 ก็มีอัตราการเติบโตที่ดี หลังตลาดชะลอตัวต่อเนื่องมา 2 ปี เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นมากขึ้นตามการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจประเทศปรับตัวดีขึ้น รวมถึงปัจจัยด้านการเมือง หลังจากรัฐบาลได้ส่งสัญญาณเลือกตั้งในช่วงต้นปี 2562

ศิริพร สิงห์ทรัพย์ นายกสมภาคธุรกิจรับสร้างบ้าน เปิดเผยว่า ภาพรวมธุรกิจรับสร้างบ้านไตรมาส 4 มีการเติบโตต่อเนื่องจากที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อทิศทางเศรษฐกิจและการเมืองที่ดีขึ้น ทำให้กล้าใช้จ่ายและลงทุนสร้างบ้านมากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต่างก็ต้องเร่งสร้างยอดขายให้ทันตามเป้าที่ตั้งไว้ ทำให้มีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ออกมาเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจ ทั้งลด ทั้งแถม ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญสถาบันการเงินเริ่มคุมเข้มในการปล่อยสินเชื่อและจะมีการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย ดังนั้นผู้บริโภคจะรีบตัดสินใจสร้างบ้านในช่วงนี้ เพราะจะคุ้มค่าหรือเรียกได้ว่าเป็นโอกาสทองของผู้บริโภค

อย่างไรก็ดี คาดการณ์ว่า ธุรกิจรับสร้างบ้านสิ้นปี 2561 จะมีอัตราการเติบโต 10% หรือมีมูลค่ารวมแตะ 1.2 หมื่นล้านบาท จากที่ต้นปีที่ได้ประเมินว่าน่าจะเติบโตได้เพียง 5% ทั้งนี้ ยอดขายรวมของสมาชิกสมาคมฯ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 20% ของตลาดรวมทั่วประเทศ ซึ่งมีมูลค่ากว่า 5 หมื่นล้านบาท

สำหรับแนวโน้มตลาดรับสร้างบ้านในปี 2562 นั้น ตลาดรวมและในส่วนของสมาคมยังมีการเติบโตแบบลดลงอยู่ที่ 5-8% เพราะสัญญาณทางเศรษฐกิจยังตึงตัวตั้งแต่ช่วงครึ่งปีหลังของปี 2561 โดยเฉพาะการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ รวมทั้งนโยบายโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) จะเป็นการเปิดพื้นที่และเกิดการกระจายงานที่มีความต้องการที่อยู่อาศัย

ตลาดรับสร้างบ้าน ปี 2562



- การลงทุนเมกะโปรเจกต์ สร้างความเชื่อมั่น
- อีอีซีเปิดพื้นที่หนุนตลาด สร้างบ้านเติบโต
- ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง กระตุ้นนำที่ดินเปล่า มาพัฒนา มาก

- ราคาวัสดุต้นทุน สร้างบ้านเพิ่ม 3-5%
- แรงงานฝีมือขาดแคลน
- ปี 2562 คาดการณ์ ตลาดรับสร้างบ้านโต 5-8%

เทรนด์บ้านมาแรง



บ้านสำหรับผู้สูงอายุ



บ้านรักษ์โลก



บ้านในเมือง



บ้านรองรับ 3 เจเนอเรชัน

ที่มา : โฟสต์ทูเดย์รวบรวม บางกอกโพสต์ กราฟฟิก

เพิ่มขึ้นซึ่งจะเป็นปัจจัยเสริมให้ธุรกิจรับสร้างบ้านเติบโตขึ้น

นอกจากนี้ เรื่องของกฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่จะมีการบังคับใช้ในปี 2563 จะเป็นกระตุ้นให้นำที่ดินเปล่าหรือไม่ได้ทำประโยชน์มาพัฒนามากขึ้น ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยที่มีการปรับขึ้นนั้น เชื่อว่าจะส่งผลกระทบต่อบ้างแต่ไม่มาก เพราะดอกเบี้ยขึ้นเพียง 0.25% จาก 1.5% เป็น 1.75% ขณะที่ผู้ต้องการสร้างบ้านเองมีการยื่นขอสินเชื่อมีสัดส่วนเพียง 50% และไม่กู้ไม่เต็ม 100% เนื่องจากมีที่ดินอยู่แล้ว ส่วนเอ็นพีแอลไม่ถึง 1%

ในส่วนของระดับราคาสร้างบ้านซึ่งตลาดกลุ่มหลักเป็นบ้านราคามากกว่า 20 ล้านบาท สัดส่วน 28% ของยอดขายรวม รองลงมาเป็นกลุ่มราคา 5-10 ล้านบาท คิดเป็น 26% ส่วนที่เหลือคือบ้านกลุ่มราคาต่ำกว่า 2.5 ล้านบาท สัดส่วน 5% กลุ่มราคา 3-5 ล้านบาท สัดส่วน 22% และกลุ่มราคา 10-20 ล้านบาท สัดส่วน 19% อย่างไรก็ตามในปีนี้มีสัดส่วนที่มีการเติบโต คือ กลุ่มที่มากกว่า 20 ล้านบาทและต่ำกว่า 1 ล้านบาท ซึ่งสมาคมมีสัดส่วนแบ่งในตลาดเพิ่มขึ้นจากการเร่งประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยกมานิยมสร้างบ้าน

กับบริษัทในสมาคมเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในปีหน้ายังมีปัจจัยกังวลที่ต้องติดตาม คือ ภาคธุรกิจส่งออกที่ยังไม่มีความชัดเจนหรืออาจมีความเสี่ยงจากสงครามการค้าสหรัฐและจีน รวมถึงต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้นตามราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นจากโครงการภาครัฐต่างๆ ที่มีการเร่งก่อสร้างและต้องใช้วัสดุก่อสร้างจำนวนมาก โดยสินค้าที่จะกระทบ คือ เหล็ก คอนกรีต เป็นต้น อีกทั้งเรื่องของแรงงานฝีมือที่อาจขาดแคลน โดยเริ่มเห็นสัญญาณมาตั้งแต่กลางปีที่ผ่านมา ทั้งนี้มีหลายบริษัทได้มีการปรับขึ้นราคาสร้างบ้านไปแล้ว คาดว่าบริษัทที่ยังไม่ปรับราคาอาจจะปรับราคาขึ้นประมาณ 3-5% จากนั้น

ขณะที่ วรวิทย์ กาญจนกุล เลขาธิการสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน กล่าวถึงเทรนด์ในการปลูกสร้างบ้านในปี 2562 ว่า ตลาดบ้านสำหรับผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้น ขณะที่การให้ความสำคัญกับเรื่องของประหยัฒพลังงานและการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยผู้บริโภคมีอายุเฉลี่ยนลงเป็นชนรุ่นใหม่น้อยลงให้ความสนใจเลือกใช้ชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขนาดบ้านจะมีความกะทัดรัดตามราคาที่ดินที่แพงขึ้น แต่ฟังก์ชันเนก

ประสงค์ปรับเปลี่ยนได้ ซึ่งกลุ่มนี้จะโตไม่ต่ำกว่า 20% จากปัจจุบันมีไม่ถึง 10%

นอกจากนี้ บ้านในเมืองจะมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นจากการนำที่ดินเปล่าหรือบ้านหลังเดิมที่มีอายุเกิน 30 ปี มาปลูกสร้างใหม่ รวมไปถึงบ้านเพื่อรองรับการอยู่อาศัย 3 เจเนอเรชัน ทั้งนี้การออกแบบดีไซน์จะต้องตรงใจลูกค้า อีกทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยเสริมระบบก่อสร้างซึ่งจะช่วยให้สามารถแข่งขันในตลาดได้แทนการแข่งขันด้านราคา ทั้งนี้จะเห็นว่ามีการนำระบบฟรีแพคเกจหรือโครงการสำเร็จรูปมาใช้ก็เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วประเทศแล้ว

ส่วนแผนงานของสมาคมยังสานต่อนโยบายแผนสร้างสมาคมให้แข็งแกร่งขนาดใหญ่ ด้วยการขยายเพิ่มจำนวนสมาชิกทุกประเภทขึ้นอีกอย่างน้อย 10% จากปัจจุบันที่มีอยู่ 148 ราย เป็นผู้ประกอบการรับสร้างบ้าน 57 ราย และที่เหลือเป็นกลุ่มวัสดุฯ นอกจากนี้ จะสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพของสมาชิกผ่านกิจกรรมในทุกด้าน โดยจะเปิดโอกาสให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ทำธุรกิจรับสร้างบ้านได้เข้ามาเป็นสมาชิกมากขึ้น พร้อมทั้งผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างสมาชิกและเครือข่าย ■