

## ธุรกิจรับสร้างบ้านส่อฟื้น เกิดผู้ประกอบการหน้าใหม่

สมาคมไทยรับสร้างบ้าน พบสัญญาณตลาดบ้านสร้างเองไตรมาสแรกฟื้นตัว โดยขยายตัว 19% จากไตรมาส 4 ปี 59 คาดมูลค่าตลาดรวมกว่า 8 หมื่นล้านบาท ต่างจังหวัดเติบโตสูงกว่ากรุงเทพฯ

นายสิทธิพร สุวรรณสุด นายกสมาคมไทยรับสร้างบ้าน (THBA) เปิดเผยถึงสถานการณ์ตลาดบ้านสร้างเองทั่วประเทศ ในช่วงไตรมาสแรก

ปี 2560 (ม.ค.-มี.ค.) ว่า มีการขยายตัวใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันปี 2559 แต่หากเปรียบเทียบกับไตรมาส 4 ปีที่ผ่านมา ประเมินว่าเติบโตกว่า 18-19% โดยปัจจัยหลักๆ มาจากการกระตุ้นตลาดและแข่งขันกันมากขึ้นของบรรดากลุ่มผู้ประกอบการรับสร้างบ้าน หลังจากไตรมาส 4 ปี 2559 ตลาดอยู่ในภาวะซบเซา

“ในส่วนของทิศทางการตลาดไตรมาส 2 ปี 2560 ยอมรับว่ายังมีความกังวลอยู่บ้าง เพราะเป็น

ช่วงที่มีเทศกาลวันหยุดยาว ไร้อากาศดี หากภาพรวมเศรษฐกิจปีนี้มีแนวโน้มขยายตัวและการเมืองมีความชัดเจน ก็จะเป็นปัจจัยบวกที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคและประชาชนมีความเชื่อมั่นตามมา พร้อมทั้งจะจับจ่ายใช้สอยและลงทุนเรื่องบ้านหรือที่อยู่อาศัยกันมากขึ้น ปัจจุบันราคาพีชผลทางการเกษตรที่เป็นพืชเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้น เช่น ยางพารา ปาล์ม อ้อย กอปรกับเรามีรัฐธรรมนูญฉบับใหม่แล้ว และจะนำไปสู่การ

เลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยที่ชัดเจน ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีและเป็นปัจจัยบวกที่จะส่งผลต่อกำลังซื้อผู้บริโภคในช่วงไตรมาส 2 และปี 2560”

สำหรับตลาดบ้านสร้างเองทั่วประเทศปี 2560 เฉพาะประเภทพักอาศัยถาวร คาดว่ามีมูลค่าตลาดรวมประมาณกว่า 8 หมื่นล้านบาท โดยกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจรับสร้างบ้านมีแชร์ส่วนแบ่งตลาดประมาณกว่า 1.4 หมื่นล้านบาท ขยายตัวใกล้เคียงกับปีที่แล้ว ทั้งนี้มูลค่าตลาดรับสร้างบ้านแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ 1. มูลค่าตลาดรับสร้างบ้านเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีสัดส่วน 55-60% หรือกว่า 8 พันล้านบาท และ 2. มูลค่าตลาดรับ

# ฐานเศรษฐกิจ

Thansettakij  
Circulation: 120,000  
Ad Rate: 1,250

Section: อสังหาริมทรัพย์/หน้าแรก

วันที่: พุธที่ 13 - เสาร์ 15 เมษายน 2560

ปีที่: 37

ฉบับที่: 3252

หน้า: 33(บน)

Col.Inch: 31.80 Ad Value: 39,750

PRValue (x3): 119,250

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: ธุรกิจรับสร้างบ้านส่อพินเกิดผู้ประกอบการหน้าใหม่

สร้างบ้านต่างจังหวัด มีสัดส่วน 40-45% หรือ 5.5-6 พันล้านบาท  
อย่างไรก็ดี หากพิจารณาสัดส่วนของทั้ง 2 กลุ่มเปรียบเทียบกับในอดีตพบว่า ตลาดรับสร้างบ้านในต่างจังหวัด มีสัดส่วนขยายตัวต่อเนื่องในระยะ 15 ปีที่ผ่านมา เหตุผลนั้นชัดเจนว่ามีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ในต่างจังหวัดเข้ามาในธุรกิจรับสร้างบ้านเพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายสาขาและตลาดต่างจังหวัดของกลุ่มผู้ประกอบการรับสร้างบ้านชั้นนำ และสามารถแชร์ส่วนแบ่งตลาดได้เพิ่มมากขึ้นตลอดจนการรับรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจรับสร้างบ้านดีขึ้นตามลำดับ ■