

CHANGE *into*

READ FOR CHANGE อ่านเพื่อเปลี่ยน



HBA ชี้ตลาดรับสร้างบ้านไตรมาส 1 โครบ3ปี คาดไตรมาส2 สดใสลูกค้าเร่งสร้างหนี้ต้นทุนใหม่

สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน ระบุตลาดรับสร้างบ้านไตรมาส 1 ขยายตัวสูงสุดในรอบ 3 ปี สะท้อนตัวเลขงาน "รับสร้างบ้านและวัสดุ 2018" ยอดขายเพิ่มขึ้น 65% ขณะต้นทุนค่า เพิ่มถึง 40% แรงหนุนเศรษฐกิจ กำลังซื้อผู้บริโภคฟื้น คาดไตรมาส 2 ตลาดเติบโตต่อเนื่อง เหตุผู้บริโภคเร่งสร้างบ้าน ก่อนราคาปรับขึ้นในครึ่งปีหลัง เตรียมเจรจากลุ่มวัสดุก่อสร้างคงราคาพิเศษ ทวีตตั้งราคาก่อสร้างให้เท่าที่ลด

นางศิริพร สิงห์ใหญ่ นายกสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน (Home Builder Association :HBA) เปิดเผยว่า จากแนวโน้มความต้องการปลูกสร้างบ้านของผู้บริโภคที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่งผลให้ภาพรวมตลาดรับสร้างบ้านไตรมาส 1 ปี2561 มีการเติบโตในทุกด้าน ทั้งในแง่ของปริมาณและมูลค่าตลาด "รับสร้างบ้าน" ที่ขยายตัวสูงขึ้นมา เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 สะท้อนจากตัวเลขการจัดงาน "รับสร้างบ้านและวัสดุ Home Builder & Materials Focus 2018" พบว่า ยอดขายเพิ่มขึ้นถึง 65% ในแง่ของมูลค่า ก็เพิ่มขึ้นมากถึง 40% ของยอดขายรวม 1,200 ล้านบาท จากตั้งเป้าหมายยอดขายไว้ที่ 1,100 ล้านบาท ซึ่งทั้งตัวเลขยอดขายและมูลค่า นับเป็นการเติบโตสูงสุดในรอบ 3 ปี

เนื่องด้วยปัจจัยบวกหลายอย่าง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้น ทำให้มีการใช้จ่ายเรื่องบ้านหรือที่อยู่อาศัยมากขึ้น เห็นได้จากดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนมีนาคม 2561 ปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 79.9 จากเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ระดับ 79.3 ทั้งปัจจัยบวกทางเศรษฐกิจที่ดีต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมาจากการใช้จ่ายด้านการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ รวมไปถึงด้านการท่องเที่ยวและการส่งออกปรับตัวดีขึ้นด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ดี สมาคมฯ ประเมินว่า ตลาดรับสร้างไตรมาส 2 จะยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยจากการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐที่มีความเป็นรูปธรรมชัดเจน และหากรัฐบาลมีการขับเคลื่อนการใช้งบประมาณกลางปี โครงการไทยนิยมที่มีการจัดซื้อจัดจ้างเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตเศรษฐกิจไตรมาส 2 ขยายตัวเกิน 4.2% ทำให้จีดีพีทั้งปีเติบโต 4.2-4.6% อีกทั้งกำลังซื้อผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง เพราะความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่อยู่ช่วงขาขึ้น ทำให้เชื่อว่า ผู้บริโภคจะมีความสนใจและความต้องการปลูกสร้างบ้านใหม่อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ แนวโน้มการปรับขึ้นราคาวัสดุก่อสร้างบ้าน เนื่องจากจากการปรับขึ้นอัตราค่าจ้างขึ้นค่าทั่วประเทศ ซึ่งจะมีผลทำให้ราคาวัสดุก่อสร้างปรับขึ้น และมีผลต่อค่าเฉลี่ยราคาก่อสร้างปรับสูงขึ้นตาม ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภครอคัดสินปลูกสร้างบ้านเร็วขึ้น

"ตลาดหลักของรับสร้างบ้านในขณะนี้ ยังคงเป็นบ้านระดับราคา 2.5-10 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 70% ของตลาดรวม ทั้งนี้ กรุงเทพฯ-ปริมณฑล ยังเป็นตลาดที่มีการเติบโต ส่วนตลาดสร้างบ้านในต่างจังหวัดยังเติบโตได้ไม่มาก ส่วนหนึ่งเพราะราคาสินค้าเกษตรยังไม่ดีนัก ขณะที่จังหวัดที่มีรายได้จากภาคบริการ เช่นธุรกิจท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีก็ยังมีพอที่จะผลักดันธุรกิจรับสร้างบ้านเติบโตได้"

นางศิริพร กล่าวต่อว่า สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการรับสร้างบ้าน มีแนวโน้มพิจารณาปรับราคาก่อสร้างขึ้น คาดว่าจะเป็นช่วงกลางปีไปแล้ว เพราะผู้ประกอบการเองก็ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ จากองค์ประกอบหลายด้าน ทั้ง ต้นทุนราคาวัสดุ ค่าแรงของกลุ่มแรงงาน และกลุ่มแรงงานฝีมือ เพราะส่วนที่มีผลกระทบต่อการปรับราคามากสุด คือ กลุ่มแรงงาน ตามมาด้วยแรงงานฝีมือซึ่งต้องปรับตาม แม้ว่าปัจจุบันอัตราค่าจ้างสูงกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำอยู่แล้วก็ตาม แต่แนวโน้มคาดว่าราคาจะปรับขึ้นไม่ต่ำกว่า 3-5 %

อย่างไรก็ตามสมาคมฯ ได้มีการประสานกับกลุ่มวัสดุก่อสร้าง เพื่อให้ลดราคาพิเศษสำหรับสมาชิกของสมาคมฯ เพื่อให้สามารถตรึงต้นทุนค่าก่อสร้างไว้ได้ รวมถึงสถาบันการเงินพันธมิตรที่พิจารณาให้สินเชื่อกับสมาชิกสมาคมฯ เป็นกรณีพิเศษด้วย เพื่อให้ผู้ประกอบการสมาชิกสมาคมฯ สามารถประคองราคาไว้ในงานที่สุดเพื่อช่วยผู้บริโภค

"ปกติในจังหวะที่เศรษฐกิจขยายตัว ธุรกิจรับสร้างบ้านจะพิจารณาปรับราคา จากต้นทุนต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นอยู่แล้ว ปีนี้มีการปรับขึ้นค่าจ้างขึ้นค่า เข้ามาเป็นปัจจัยที่ทำให้ต้นทุนเพิ่มอีก ผู้ประกอบการจึงพิจารณาขึ้นราคาในช่วงกลางปีไปแล้ว แต่เชื่อว่าจะไม่กระทบลูกค้า เพราะเป็นช่วงเศรษฐกิจขาขึ้น"

นางศิริพร สิงห์ใหญ่ นายกสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน (Home Builder Association :HBA) เปิดเผยว่า จากแนวโน้มความต้องการปลูกสร้างบ้านของผู้บริโภคที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่งผลให้ภาพรวมตลาดรับสร้างบ้านไตรมาส 1 ปี2561 มีการเติบโตในทุกด้าน ทั้งในแง่ของปริมาณและมูลค่าตลาด "รับสร้างบ้าน" ที่ขยายตัวสูงขึ้นมา เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 สะท้อนจากตัวเลขการจัดงาน "รับสร้างบ้านและวัสดุ Home Builder & Materials Focus 2018" พบว่า ยอดขายเพิ่มขึ้นถึง 65% ในแง่ของมูลค่า ก็เพิ่มขึ้นมากถึง 40% ของยอดขายรวม 1,200 ล้านบาท จากตั้งเป้าหมายยอดขายไว้ที่ 1,100 ล้านบาท ซึ่งทั้งตัวเลขยอดขายและมูลค่า นับเป็นการเติบโตสูงสุดในรอบ 3 ปี