

กรุงเทพธุรกิจ ● สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน ปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำ 1 เม.ย.นี้ ดันต้นทุนแรงงานเพิ่ม วัสดุสูงขึ้นราคา คาดไตรมาส2 ขยับราคาสร้างบ้าน5% ประเมินแนวโน้มตลาดมูลค่า 5 หมื่นล้านบาทนี้ขยายตัว 5% แรงหนุนเศรษฐกิจฟื้น กระตุ้นผู้บริโภคตัดสินใจสร้างบ้าน-ปรับปรุงใหม่

หลังคณะกรรมการค่าจ้าง ประกาศปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำทั่วประเทศ 7 อัตรา ระหว่าง 8-22 บาท มีผล วันที่ 1 เม.ย.2561 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานและธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น

นางศิริพร สิงห์รัญ นายกสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านเปิดเผยว่าธุรกิจรับสร้างบ้านปีที่ผ่านมาอยู่ในภาวะชะลอตัวครึ่งปีแรก จากนั้นเริ่มฟื้นตัวช่วงครึ่งปีหลัง จากเศรษฐกิจมีทิศทางเติบโตชัดเจน ทั้งการส่งออกท่องเที่ยวการลงทุนภาครัฐและตลาดหุ้นปรับขึ้นสูง ส่งผลให้ปี 2560 ตลาดรับสร้างบ้านเติบโตราว 5% มูลค่า 5 หมื่นล้านบาท ในจำนวนนี้สมาชิกสมาคมฯ พื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล มีส่วนแบ่ง 20% มูลค่าราว 1.05 หมื่นล้านบาท

อ่านต่อหน้า 4

▶ ต่อจากหน้า 1

ปรับค่าจ้าง

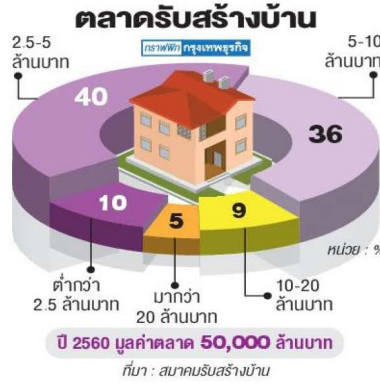
จากแนวโน้มเศรษฐกิจขยายตัวต่อเนื่องในปีนี้อัตราการเติบโตโต 4% อีกทั้งยังมีปัจจัยการเลือกตั้ง ที่จะช่วยกระตุ้นการวางแผนลงทุนของภาคเอกชน จากเดิมบางส่วนอยู่ในภาวะชะลอตัว

ประกอบกับการประกาศขึ้นอัตราค่าจ้างขั้นต่ำทั่วประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจที่ใช้แรงงานมีต้นทุนเพิ่มขึ้น รวมทั้งธุรกิจรับสร้างบ้านที่มีทั้งกลุ่มแรงงาน, กลุ่มแรงงานมีทักษะ รวมทั้งธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ที่มีต้นทุนแรงงานเพิ่ม ที่อาจจะพิจารณาปรับขึ้นราคาสินค้า

ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจรับสร้างบ้านมีต้นทุนเพิ่มขึ้น ทั้งด้านแรงงานและวัสดุก่อสร้าง ดังนั้นในไตรมาส2 ราวเดือนเม.ย.นี้ กลุ่มผู้ประกอบการรับสร้างบ้านจะพิจารณาปรับขึ้นราคาประมาณ 5% หลังจากไม่ปรับราคาในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว

“ปกติในจังหวะที่เศรษฐกิจขยายตัวธุรกิจรับสร้างบ้านจะพิจารณาปรับราคาจากต้นทุนต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นอยู่แล้ว ปีนี้มีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเข้ามาเป็นปัจจัยที่ทำให้ต้นทุนเพิ่มอีกประการ ผู้ประกอบการจึงพิจารณาขึ้นราคาในไตรมาส 2 นี้ แต่เชื่อว่าจะไม่กระทบลูกค้า เพราะเป็นช่วงเศรษฐกิจขาขึ้น”

ปรับค่าจ้างต้น'รับสร้างบ้าน'พุ่ง5%



ตลาดรับสร้างบ้านปีนี้ได้5%

สำหรับตลาดรับสร้างบ้านปี 2561 มีแนวโน้มดีขึ้นเมื่อเทียบกับ 2 ปีก่อนหน้านี้ จากการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐที่ยังมีอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นกระตุกเศรษฐกิจที่ส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภคให้กล้าใช้จ่ายเงินก้อนใหญ่มากขึ้น หลังจากที่จะลดการตัดสินใจปลูกสร้างบ้าน โดยกลุ่มสมาชิกสมาคมฯ ประมาณการเติบโตปีนี้ 5% หรือมีมูลค่า 1.1 หมื่นล้านบาท

อย่างไรก็ตามในโอกาสที่ตนได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งนายกสมาคมธุรกิจรับสร้าง คนที่ 8 วาระ 2 ปี (2561-2562) ได้วางนโยบายการทำงานมุ่งพัฒนาสมาคมแบบยั่งยืนเพื่อให้ “รับสร้างบ้าน เป็นมืออาชีพที่ผู้บริโภควางใจ” เป็นองค์กรคุณภาพมีความน่าเชื่อถือ เป็นศูนย์รวมข้อมูลเกี่ยวกับรับสร้างบ้านทั้งในเชิงสถิติและนวัตกรรม

อีกทั้งเป็นผู้นำแนวคิดและเทรนด์การรับสร้างบ้าน โดยให้ความสำคัญกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนในการสร้างโอกาสการเติบโตทางธุรกิจร่วมกัน ทั้งนี้ สมาคมฯ มีเป้าหมายจะสร้างสมาคมฯ ให้เป็นองค์กรขนาดใหญ่ ด้วยการขยายเพิ่มจำนวนสมาชิกทุกประเภทขึ้นอีกอย่างน้อย 10% จากปัจจุบันที่มีอยู่จำนวนทั้งสิ้น 127 ราย เป็นผู้ประกอบการรับสร้างบ้าน 53 ราย และที่เหลือเป็นกลุ่มวัสดุ

นอกจากนี้จะสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพของสมาชิกผ่านกิจกรรมในทุกๆ ด้าน โดยจะเปิดโอกาสให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ทำธุรกิจรับสร้างบ้านได้เข้ามาเป็นสมาชิกมากขึ้น พร้อมทั้งผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างสมาชิกและเครือข่าย และการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ

“บ้านสูงวัย-สมาร์ทโฮม”เทรนด์แรง

นางศิริพร กล่าวว่าสำหรับเทรนด์ธุรกิจรับสร้างบ้านในปีนี้ คือ บ้านที่สร้างขึ้นสำหรับทุกวัย หรือ “3เจน” โดยเฉพาะบ้านที่รองรับกลุ่มสูงวัย ซึ่งมีทั้งการรีโนเวทบ้านเก่าและสร้างบ้านใหม่ อีกเทรนด์ที่ได้รับความนิยมสูงคือ สมาร์ทโฮม การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีอัจฉริยะมาใช้งานภายในบ้าน ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคปัจจุบัน

ปัจจุบันการอยู่อาศัยของคนในกรุงเทพฯและปริมณฑล เป็นรูปแบบ “มัลติ แฟมิลี่” โดยเฉพาะในพื้นที่เมือง ที่นิยมสร้างบ้านให้บุตรหลานอยู่ในบริเวณเดียวกับบ้านพ่อแม่ จึงมีลักษณะการใช้ที่ดินเต็มพื้นที่ การสร้างบ้านหลายชั้นเพื่อให้บุตรอยู่อาศัยคนละชั้น ดังนั้นการออกแบบบ้านจึงต้องพัฒนาไปตามไลฟ์สไตล์ผู้อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ธุรกิจรับสร้างบ้านปีที่ผ่านมาแบ่งสัดส่วนเป็น 5 กลุ่ม คือ ราคาต่ำกว่า 2.5 ล้านบาท 10%, ราคา 2.5-5 ล้านบาท 40%, ราคา 5-10 ล้านบาท 36%, ราคา 10-20 ล้านบาท 9% และ มากกว่า 20 ล้านบาท 5%

ซีโอกาสตลาดอาเซียนโต

นายวรวิทย์ กาญจนกุล เลขาธิการสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน กล่าวว่าจากการทำวิจัยร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกี่ยวกับตลาดรับสร้างบ้านในกลุ่มอาเซียน พบว่าในประเทศ ลาว กัมพูชา และเมียนมา เป็นตลาดที่มีโอกาสขยายตัวจากการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศดังกล่าว ขณะที่ธุรกิจรับสร้างบ้านในไทยมีการพัฒนาทั้งเทคโนโลยีการก่อสร้าง วัสดุ และการออกแบบบ้านที่โดดเด่น จึงมีโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปขยายธุรกิจในพื้นที่ 3 ประเทศ

ทั้งนี้ ประเทศที่มีโอกาสสูงคือ กัมพูชา ที่พบว่ามีการก่อสร้างคอนโดมีความต้องการสร้างบ้านระดับ 20-30 ล้านบาทขึ้นไปมากขึ้น และสนใจใช้บริการรับสร้างบ้านจากไทย ขณะนี้สมาคมกำลังศึกษาโอกาสที่สมาชิกจะไปทำธุรกิจประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งการร่วมทุนเป็นพันธมิตรกับธุรกิจท้องถิ่น และการขยายธุรกิจโดยผู้ประกอบการไทย