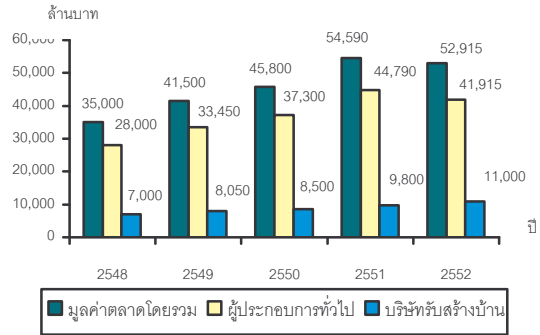




รับสร้างบ้าน : แนวโน้มพอใช้

| เครื่องชี้ที่สำคัญ | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 ^e |
|---|--------|--------|--------|-------------------|
| บ้านสร้างเองและจดทะเบียนในเขต กทม. และปริมณฑล (หน่วย) | 25,341 | 24,017 | 21,003 | 21,675 |
| อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) | -12.5 | -5.2 | -12.5 | 3.2 |
| มูลค่าตลาดรับสร้างบ้าน(ล้านบาท) | 8,500 | 9,800 | 11,000 | 12,000 |
| อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) | 5.6 | 15.3 | 12.2 | 9.1 |

มูลค่าตลาดรับสร้างบ้าน



ที่มา : 1. ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

2. สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน

หมายเหตุ : e = ประมาณการโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ที่มา : ประมาณการโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ปี 2552 ธุรกิจรับสร้างบ้านได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจหดตัว และสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ที่นำไปสู่เหตุการณ์ความรุนแรงในเดือนเมษายน ส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น และชะลอการปลูกสร้างบ้าน ออกไปผู้ประกอบการเร่งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการค้าวัสดุก่อสร้าง เพื่อบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นและแสวงหาตลาดใหม่ๆ อาทิ การขยายตลาดรับสร้างบ้านไปยังต่างจังหวัด การรับสร้างอาคารสำนักงาน และการรับสร้างบ้านให้กับโครงการบ้านจัดสรร เป็นต้น ส่งผลให้ธุรกิจฟื้นตัวขึ้นในช่วงปลายปีและมีมูลค่าตลาดโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.2

ปี 2553 คาดว่าธุรกิจรับสร้างบ้านจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 12,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 9.1 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโน้มฟื้นตัว และผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคมากขึ้น อาทิ การจัดทำสัญญามาตรฐานการก่อสร้างและบริการ เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการสร้างความเป็นธรรม พัฒนา รูปแบบบ้านใหม่ๆ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นต้น ทั้งนี้บ้านที่จะได้รับความนิยมปลูกสร้างมากที่สุดจะเป็น บ้านระดับราคา 1.0 - 5.0 ล้านบาท อย่างไรก็ตามธุรกิจจะเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะราคาน้ำมัน เชื้อเพลิง วัสดุก่อสร้าง และอัตราดอกเบี้ยที่โน้มสูงขึ้น นอกเหนือจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่รุนแรงขึ้นมาก ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบให้การขยายตัวของธุรกิจต้องชะลอลง

ปัจจัยสนับสนุน

- มีการวิจัยและพัฒนาแบบบ้านรุ่นใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- มีทีมงานมืออาชีพและเจ้าหน้าที่บริการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า อาทิ การขออนุญาตปลูกสร้างบ้าน การรับรองความแข็งแรง และการควบคุมตรวจสอบงานก่อสร้างทุกขั้นตอน ตลอดจนการให้คำแนะนำด้านการตกแต่ง เป็นต้น
- การนำระบบธุรกิจแฟรนไชส์รับสร้างบ้าน มาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด จะช่วยขยายธุรกิจให้กว้างขึ้น
- ลูกค้าของบริษัทรับสร้างบ้าน ส่วนใหญ่จะมีฐานะทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ดี และมีการวางแผนออมเงินไว้ล่วงหน้า รวมทั้งมีที่ดินเป็นของตนเอง
- สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจัดทำสัญญามาตรฐานงานก่อสร้างและบริการ เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้บริโภค ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการสร้างบ้านมากขึ้น

ปัจจัยเสี่ยง

- บริษัทรับสร้างบ้านแต่ละราย จะมีขีดความสามารถในการรับงานจำกัด
- ธุรกิจมีการแข่งขันรุนแรงขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และผู้ค้าวัสดุก่อสร้างเข้ามาดำเนินธุรกิจมากขึ้น
- สถาบันการเงินนำทรัพย์สินรอการขาย พร้อมทั้งเสนออัตราดอกเบี้ยพิเศษและผลประโยชน์อื่นๆ เข้ามาในตลาด ส่งผลให้ผู้บริโภคหันไปซื้อบ้านมือสองมากขึ้น
- ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง วัสดุก่อสร้าง และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน