

นายเมธา อังวัฒน์พานิช รองกรรมการผู้จัดการอาวุโสสายงานพัฒนาธุรกิจและพัฒนาโครงการแนวราบ บริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงภาพรวมตลาดอสังหาฯ ในช่วงครึ่งปีหลัง 2559 มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ประกอบกับแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรถไฟฟ้าเส้นทางต่างๆ มีความคืบหน้าและชัดเจนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ปริมาณอุปทานและอุปสงค์ในตลาดทาวน์เฮาส์ขยายตัว โดยเฉพาะทาวน์เฮาส์ในกลุ่มราคา 1.00-4.99 ล้านบาท

ทั้งนี้ ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ เริ่มกลับมาได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้า Real-estate ที่มีฐานตลาดใหญ่ เห็นได้จากยอดขายคอนโดมิเนียมททาวน์เฮาส์ที่ใกล้เคียงกับยอดขายคอนโดมิเนียมในตลาดคอนโดมิเนียม จากแนวโน้มของตลาดททาวน์เฮาส์ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงเดินหน้าบุกตลาดททาวน์เฮาส์ในไตรมาส 4 โดยใช้กลยุทธ์สร้างแบรนด์ททาวน์เฮาส์ใหม่ เพื่อคอกย้ำแบรนด์ททาวน์เฮาส์ของแสนสิริให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยจะใช้คำว่า "สิริ" นำหน้าในทุกแบรนด์ททาวน์เฮาส์ของแสนสิริ เป็นการสร้างความเชื่อมโยงกับแบรนด์แสนสิริ เชื่อมต่อการบริหารจัดการแบรนด์ททาวน์เฮาส์ภายใต้แบรนด์แสนสิริอย่างมีประสิทธิภาพ และง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภค โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ททาวน์เฮาส์เพื่อการอยู่อาศัย (Residential) ประกอบด้วย แบรนด์ "สิริ เวิลด์" ซึ่งเป็นททาวน์เฮาส์ในระดับราคา 7-15 ล้านบาท และ "สิริ เพลส" เป็นททาวน์เฮาส์ในระดับราคาที่ 2.5-6.99 ล้านบาท ททาวน์เฮาส์เพื่อการอยู่อาศัยและเชิงพาณิชย์ (Commercial) ได้แก่ แบรนด์ "สิริ สแควร์" เป็นโฮมออฟฟิศ ระดับราคาที่ 10-30 ล้านบาท และ "สิริ ออเวนิว" เป็นช็อบเฮาส์ในระดับราคาที่ 5-10 ล้านบาท

ที่ผ่านมา แบรนด์สินค้าประเภทททาวน์เฮาส์ของบริษัท



มีทั้งหมด 6 แบรนด์ และแบรนด์สินค้ากลุ่มที่อยู่อาศัยเชิงพาณิชย์ 2 แบรนด์ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนในการทำตลาด และสร้างความชัดเจนในแบรนด์ ททาวน์เฮาส์และที่อยู่อาศัยเชิงพาณิชย์ ของแสนสิริ จึงมีการปรับลดแบรนด์ททาวน์เฮาส์ และที่อยู่อาศัยเชิงพาณิชย์ ให้เหลือเพียง 4 แบรนด์ ประกอบด้วยแบรนด์ "สิริ เวิลด์" ซึ่งจะทำเล็งใจกลางเมืองระดับราคา 7-15 ล้านบาท และกลุ่ม Commercial จะมีแบรนด์ อาทิ "สิริ เพลส" เจาะทำเลใกล้เมือง ราคา 2.5-6.99 ล้านบาท "สิริ สแควร์" โฮมออฟฟิศใจกลางเมือง ราคา 10-30 ล้านบาท และแบรนด์ "สิริ ออเวนิว" ช็อบเฮาส์ ใกล้เมือง ราคา 5-10 ล้านบาท โดยในทุกแบรนด์จะพัฒนา 2-3 โครงการต่อปี อย่างเป็นกัมปนาท ได้วางเป้าหมายระยะช่วง 2 ปีจากนี้

จะมีแชร์จากกลุ่มททาวน์เฮาส์และที่อยู่อาศัยเชิงพาณิชย์เพิ่มเป็น 10% ขึ้นไป จากปัจจุบันที่มีแชร์อยู่ 2,000 ล้านบาท หรือ ประมาณ 7% ของรายได้กลุ่มแนวราบ 14,000 ล้านบาท ทั้งนี้การเพิ่มพอร์ตสินค้าททาวน์เฮาส์ยังเป็นการเพิ่มแชร์ททาวน์เฮาส์ในตลาดรวม โดยเฉพาะกลุ่มททาวน์เฮาส์ตลาดบ้านระดับ 3 ล้านบาทขึ้นไป

"สำหรับตลาดรวมททาวน์เฮาส์มีมูลค่ารวมประมาณ 30,000 ล้านบาท โดยททาวน์เฮาส์ระดับราคา 3 ล้านบาทขึ้นไปแชร์ตลาดอยู่ 30% หรือ ประมาณ 10,000 ล้านบาท ส่วนของ สดีอกกลุ่มททาวน์เฮาส์ของบริษัท ปัจจุบันเหลือขาย 300 ชุด และล่าสุด แสนสิริ ได้เปิดตัวททาวน์เฮาส์ 3 โครงการ 3 ทำเล มูลค่ารวม 1,500 ล้านบาท" นายเมธากล่าว ■