

	หนังสือพิมพ์ ประชาชาติธุรกิจ
	คอลัมน์ :
	หัวข้อข่าว : แสนสิริ ชู ทาวน์ อเวนิว
	วันที่ : 2 เมษายน 2555

แสนสิริ ชู ‘ทาวน์ อเวนิว’ หัวหอกบุก ‘ทาวน์เฮาส์’ ทำชนคู่แข่งทุกสนาม

6 ปีอีกปีที่ค่ายแสนสิริพานักข่าวสายอสังหาริมทรัพย์ออนไลน์ที่ต่างประเทศจากปีที่แล้วตะลอนเกาะมาเก๊า ปีนี้จัดทริปขยับไปไกลถึงประเทศญี่ปุ่น จนมีคำถามกันในแวดวงสายข่าว...หรือว่า “แสนสิริ” กำลังคิดการณ์ใหญ่ หาช่องทางการลงทุนโครงการอสังหาที่แดนปลาดิบ หลังมีหลาย ๆ ค่ายเริ่มนำร่องเปิดตลาดที่ต่างประเทศมาบ้างแล้ว

“ไม่ได้มีอะไรเป็นนัยสำคัญครับ เป็นการขอบคุณนักข่าวที่ช่วยทำข่าวกับแสนสิรินานมากกว่า การลงทุนที่ต่างประเทศเรากำลังศึกษาเหมือนกัน แต่ยังไม่ชัดเจนนี้ชัดเจน ถ้าอันไหนที่ยังไม่แน่ใจ เราจะไม่ไปเด็ดขาด” เป็นคำเฉลยของ “สุริยะ วรรณบุตร” ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่ายบริหารโครงการและการตลาด บมจ.แสนสิริ

ก่อนจะเปิดแถลงข่าวอย่างเป็นทางการถึงภาพรวมของตลาดแนวราบ โดยโฟกัสที่ “ทาวน์เฮาส์” เป็นหลัก “สุริยะ” บอกว่า ปีนี้นับเป็นปีที่บริษัทเปิดตัวโครงการทาวน์เฮาส์มากที่สุด เนื่องจากความต้องการของตลาดมีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นทุกปี โดยจะเปิดโครงการใหม่ประมาณ 10 โครงการ มูลค่ารวมประมาณ 7,000 ล้านบาท หลัก ๆ จะอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ในไตรมาส 3 จะเปิดตัวโครงการ



พร้อมกันถึง 7 โครงการรวม มูลค่ารวม 3,900 ล้านบาท

ใน 10 โครงการ แบ่งเป็นแบรนด์ "ทาวน์ อเวนิว" ถึง 7 โครงการ แบรนด์ "การ์เดนส์ สแควร์" 2 โครงการ และ "ซาบิทาวน์" 1 โครงการ

"สุริยะ" บอกว่า แบรนด์ที่เป็นพระเอก และนางเอกของตลาดทาวน์เฮาส์ คือ

แบรนด์ทาวน์ อเวนิว ที่มียอดขายถึง 60%

ทำให้ปีนี้ "แสนสิริ" จึงไม่ยั้งมือที่จะเปิดขายโครงการใหม่ถึง 7 โครงการ และเป็นหัวหอกในการบุกตลาดทาวน์เฮาส์ในทำเลต่าง ๆ รอบกรุงเทพฯ ทุกโซน ยกเว้นทำเล "เทพารักษ์-รังสิต" ที่บิ๊กแสนสิริบอกว่าเป็นทำเลที่น่ากลัว เพราะคู่แข่งเยอะและแข่งขันสูง เรียกว่าทำกันจนเลือดสาด

"บริษัทประสบความสำเร็จจากที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ ภายใต้แบรนด์ทาวน์ อเวนิว และซาบิทาวน์ ที่เปิดขายในทำเลต่าง ๆ รอบกรุงเทพฯ รวมถึงการเปิดตัวซาบิทาวน์ที่จังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างดี"

โดยกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบทาวน์เฮาส์ของแสนสิริทั้ง 2 แบรนด์ จะมีไลฟ์สไตล์การอยู่อาศัยที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน เป็นกลุ่มคนที่มีไลฟ์สไตล์การอยู่อาศัยแบบมี space ที่สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้



สุริยะ วรรณบุตร

ตามความต้องการ

ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง และขอปลั๊กซอร์ค หรือช้อปปิ้งในย่านใจกลางเมืองหลังเลิกงาน รวมทั้งต้องการอยู่อาศัยในสังคมที่มีความปลอดภัยสูง ชอบสิ่งของที่มีดีไซน์และมีประโยชน์ใช้สอยสูง

ขณะที่ตลาดต่างจังหวัดก็เป็นอีกตลาดที่บริษัทเริ่มรุกเข้าไปพัฒนาโครงการจะกำลังซื้อเศรษฐกิจดีขึ้น ปัจจุบันอยู่ระหว่างหาซื้อที่ดิน เช่น ภูเก็ต ซื้อที่ดินเพิ่มหลังจากประสบความสำเร็จจากการเปิดขายโครงการ "ซาบิทาวน์" มาแล้ว

นอกจากนี้ กำลังมองหาทำเลในจังหวัดเชียงใหม่และขอนแก่นเพิ่มเติมในพอร์ตการพัฒนาในอนาคตอีกด้วย

ปัจจุบันแสนสิริมีโครงการทาวน์เฮาส์ครอบคลุมตลาดทุกเซกเมนต์ ระดับราคาตั้งแต่ 1-19 ล้านบาท ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการใช้ชีวิตในเมือง ต้องการมีพื้นที่ของการพักอาศัยทาวน์เฮาส์ได้เสมือนบ้านเดี่ยว

เมื่อจำแนกระดับราคา แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มแพงสุด แบรนด์ "เรสซิเดนซ์" เพิ่งเปิดตัว 1 โครงการ "เรสซิเดนซ์ สุขุมวิท 65" ทาวน์เฮาส์ 4 ชั้น ระดับลักเซอรี หน้ากว้าง 7.5 เมตร พร้อมสวนหลังบ้าน ราคาเริ่มต้น 19 ล้านบาท

2) กลุ่มราคา 10 ล้านบาท แบรนด์การ์เดนส์ สแควร์ 3) กลุ่มราคา 3-6 ล้านบาท แบรนด์ทาวน์ อเวนิว 4) กลุ่มราคา 1-2 ล้านบาทปลาย ๆ แบรนด์ซาบิทาวน์ และ 5) กลุ่มระดับราคา 1 ล้านบาท แบรนด์บี วิลเลจ

และเพื่อเป็นการต่อยอดแบรนด์มากขึ้น ทาง "แสนสิริ" มีแผนต่อยอดแคมเปญสำหรับโครงการทาวน์เฮาส์ "My World" (พื้นที่ส่วนตัว) จะเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ในไตรมาส 3 ที่จะถึงนี้