

# อสังหาฯ ปรับกลยุทธ์ เจาะรายพื้นที่ตั้งลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

## ● กัญสุภญา สุวรรณศ

ปีนี้เป็นอีกปีที่ท้าทายผู้ประกอบการอสังหาฯ ทั้งรายใหญ่ และรายเล็ก จากหลากปัจจัยลบที่กระทบกำลังซื้อผู้บริโภค โดยเฉพาะการเข้มงวดสินเชื่อของสถาบันการเงิน ทำให้มียอดการปฏิเสธสินเชื่อสูงขึ้น จึงกลายเป็นวลีเด็ด “ขายได้ แต่โอนไม่ได้”

บ็อกอสังหาฯ ที่อุป 5 สะท้อนมุมมองตลาดและแนวทางการดำเนินธุรกิจปี 2560 ซึ่งเป็นปีของการชิงไหวพริบ “ชิงจังหวะ” เพื่อชนะในเกม ภายใต้กำลังซื้อที่ยังอ่อนตัว

**อนันต์ อัครโภคิน** ประธานกรรมการ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) มองว่าตลาดปีนี้จะไม่แยกว่าที่ผ่านมาซึ่งผ่านช่วงต่ำสุดมาแล้วในปี 2559 ส่วนตลาดจะเติบโตหรือไม่ขึ้นอยู่กับภาพรวมของเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเรื่องของ การส่งออก ราคาพืชผลการเกษตร และการท่องเที่ยว

## เจาะเป็นรายพื้นที่

ดังนั้น แนวทางการพัฒนาโครงการต้อง “ซูมลึก” ไปแต่ละพื้นที่ เพราะแต่ละพื้นที่ที่มีดีมานด์ และชีพพลาย แตกต่างกันไป บางพื้นที่ ตลาดระดับราคา 5-7 ล้านบาท อาจขายไม่ดี แต่ตลาดระดับกลางยังขายได้

ดีอยู่เพราะมีชีพพลายในบริเวณนั้นไม่มาก ดังนั้นการทำตลาดต้องเจาะเป็นรายพื้นที่

“ยกตัวอย่าง จีนเป็นเมืองใหญ่เหมือนมี 10 ประเทศ อยู่ในประเทศเดียว ถ้าพูดว่ากว้างใจ เศรษฐกิจไม่ดี ไม่ใช่เศรษฐกิจของประเทศจีนไม่ดีทั้งหมด อสังหาฯ เมืองไทยก็เช่นเดียวกัน ไครบอกรไม่ดี ไม่จริงบางพื้นที่ยังเติบโตอยู่ ภาคตะวันออกก็โตหรือในทำเลสุขุมวิท เราก็ตายโครงการไปได้เรื่อยๆ คอนโดราคา ตร.ม.ละ 4 แสนบาท ก็ยังขายได้อยู่”

## ชิงจังหวะโอกาส-กำลังซื้อ

ขณะที่มุมมองของ **เศรษฐา ทวีสิน** กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) เห็นว่าอสังหาฯ ปีนี้ เป็นอีกปีที่มีความท้าทาย การลงทุนต้องมีความระมัดระวัง ที่สำคัญต้องมีวินัยทางการเงิน โดยคาดว่าปีนี้ตลาดจะเติบโต 5% ซึ่งเป็นผลมาจากการลงทุนโครงการรถไฟฟ้า และโครงการสร้างพื้นฐานของภาครัฐที่มีความชัดเจนในด้านการลงทุน แม้ว่าหลายโครงการจะต้องระยะเวลานานกว่าจะเริ่มก่อสร้าง แต่ถือได้ว่ามีความคืบหน้า

ขณะที่การเปิดตัวโครงการต้องอาศัยจังหวะที่ดีในการชิงโอกาสและกำลังซื้อ



ไตรเดชะ ตั้งมดีธรรม

เนื่องจากปัญหานี้คร่าเรือนยังอยู่ในระดับที่สูง ส่งผลต่อเรื่องสินเชื่อผู้ซื้อที่อยู่อาศัยที่ยอดปฏิเสธสินเชื่อยังเพิ่มสูง โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าระดับล่าง

“ปัจจุบันตลาดอสังหาฯ ไม่โตแบบก้าวกระโดด และไม่ได้เติบโตมากในช่วง 7-8 ปีที่ผ่านมา เราต้องปรับตัว และกลับมาบริหารจัดการภายในองค์กร นำ ไชลู่ชั้นใหม่ๆ เข้ามาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการนำฐานข้อมูลมาใช้มากขึ้นให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานสูงสุด เพื่อพัฒนาองค์กรยืนหยัดในภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง”

## เพิ่มแบบโครงการรับไลฟ์สไตล์

**ไตรเตชะ ตั้งมติธรรม** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ปีนี้ตลาดอสังหาฯ จะเห็นภาพการแข่งขันของรายใหญ่ชัดเจนมากขึ้น โจทย์ใหญ่ก็คือ ต้องทำการตลาดหนักขึ้น การตลาดแต่ละโครงการต้องต่างกัน เพราะการทำตลาดในแบบเดียวกันอาจจะให้ผลไม่เหมือนกัน รวมถึงการเลือกทำเล การออกแบบ และการเปิดโครงการในเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากภาระหนี้ของผู้บริโภคยังคงเป็นปัจจัยส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อในปีนี้

“ต้องเดินหน้าพัฒนาศักยภาพตัวเราและองค์กรก่อน เพื่อพัฒนาโครงการให้เร็วขึ้น ดีขึ้นกว่าเดิม ผลลัพธ์นำมาสู่การบริหารต้นทุนต่ำกว่า ตลาดได้ 20% เป็นแนวทางของศุภาลัยที่ทำมาโดยตลอด”

ไตรเตชะกล่าวว่า ปีนี้จำนวนและมูลค่าการเปิดโครงการจะมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยมุ่งพัฒนาทั้งแบบบ้านและคอนโดให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อเจาะลึกถึงความต้องการแต่ละทำเลที่ต่างกัน โดยจะเห็นรูปแบบของคอนโดจะแตกต่างกันไปแต่ละทำเล ขณะที่บ้านเดี่ยวก็เพิ่มแบบมากขึ้น ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปมากขึ้น รวมถึงสังคมไทยกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ โครงการแนวราบยังมุ่งพัฒนาแบบมิคซ์ยูสมากขึ้น ผสมผสานทั้งบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ ในราคาที่แตกต่างกันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าทุกกลุ่ม