

ผ่ากลยุทธ์ กระตุ้นตลาดคอนโด ปี 2558



สมาคมอาคารชุดไทยจัดสัมมนา “ผ่ากลยุทธ์ กระตุ้นตลาดคอนโด ปี 2558” สะท้อนภาวะตลาดคอนโดมีเนียมในปัจจุบันและแนวโน้ม การปรับกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นตลาดคอนโดมีเนียมในแต่ละกลุ่มลูกค้าของผู้นำตลาดในปัจจุบัน โดยการสัมมนาดังกล่าวจัดขึ้นเมื่อวันอังคารที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 เวลา 13.00 – 17.10 น. ณ ห้องวิภาวดีบอลรูม B โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ เพื่อระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ 5 รายใหญ่ โดยเฉพาะตลาดคอนโดมีเนียม ฉายภาพตลาดครึ่งปีแรก พร้อมส่งสัญญาณเตือนภัยตลาดครึ่งปีหลัง รวมทั้งการปรับตัวทางธุรกิจ



เวทีการสัมมนาในครั้งนี้ ได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญด้านตลาดคอนโดมิเนียม โดยเป็นผู้นำตลาดคอนโดมิเนียมของประเทศไทย ทั้ง 5 บริษัทชั้นนำ ได้แก่ คุณประเสริฐ แต่ดลยสาธิต กรรมการผู้จัดการ บริษัท พุกผา เร็ลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และนายกสมาคมอาคารชุดไทย, คุณโอภาส ศรีพยัคฆ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน), คุณชานนท์ เรืองกฤตยา

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน), คุณวิภากร จันทวิมล รองกรรมการผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์การตลาด บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), คุณไตรเดชะ ตั้งมดิธรรม กรรมการและรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ดำเนินการอภิปรายโดย คุณปิติพัฒน์ ปรีदानนท์ กรรมการสมาคมอาคารชุดไทย

ครึ่งปีแรก 58 ตลาดคอนโดฯ กทม. และปริมณฑล เติบโต 72%

คุณประเสริฐ แต่ดลยสาธิต กรรมการผู้จัดการ บริษัท พุกผา เร็ลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และนายกสมาคมอาคารชุดไทย กล่าวว่า ตลาดคอนโดมิเนียมมีบทบาทมากต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คิดเป็น 50-60% มูลค่าประมาณ 300,000 ล้านบาท ของตลาดในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนในต่างจังหวัด ตลาดคอนโดมิเนียม คิดเป็น 50% ของตลาดรวม โดยคอนโดมิเนียมกลายเป็นธุรกิจหลักของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทางสมาคมอาคารชุดไทยจึงอยากทำระบบเตือนภัย สัญญาณต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจนี้

สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่ารวมประมาณ 5 แสนล้านบาท มีธุรกิจข้างเคียงที่เกี่ยวข้องอีก 2.9 เท่า การสัมมนาครั้งนี้จึงเชิญผู้ประกอบการรายใหญ่ 5 ราย ซึ่งรวมกัน 5 บริษัทมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 35% ของตลาดคอนโดฯ รวม โดยในช่วงครึ่งปีแรก 2558 เอพี ครองส่วนแบ่งตลาดขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง ขายเร็วที่สุด ส่วนในปี 2557 อนันดา เป็นอันดับหนึ่ง ปี 2556 พุกผา เป็นอันดับหนึ่ง แอลพีเอ็น เป็นอันดับหนึ่งของคอนโดมิเนียมระดับกลาง ส่วนศุภาลัย ประสบความสำเร็จในการขายคอนโดฯ ต่างจังหวัด

ตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2558 บริษัทรายใหญ่ 12 บริษัท ครอบงำส่วนแบ่งตลาดเกินกว่า 50% ของตลาดโดยรวม โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตลาดคอนโดฯ ในปัจจุบัน คือ ราคาที่ดินที่ปรับสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายกลาง รายเล็ก เข้าสู่สินเชื่อได้ยากขึ้น ในไตรมาสที่ 2 ปี 2558 คอนโดฯ ระดับบนมียอดขายสูงสุด การแข่งขันสูงในพื้นที่ กทม. และปริมณฑล ราคาคอนโดมิเนียมที่สร้างเสร็จในปีนี้สูงจากราคาขายเมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ไม่มีปัญหาในการโอน หลังจากในปี 2556 เป็นปีที่คอนโดฯ มียอดขายมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 190,471 ล้านบาท



ทั้งนี้ตลาดคอนโดฯ ในครึ่งปีแรก 2558 ในเขตกทม. และปริมณฑล มีอัตราการเติบโต 72% มูลค่า 101,417 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ไตรมาส 2 ตลาดอสังหาริมทรัพย์ขยายสูงขึ้น เป็นคอนโดฯ ประมาณ 60 % โดยจำนวนยูนิตไม่มาก แต่มีมูลค่าสูง เนื่องจากเป็นคอนโดฯ ที่ขายในตลาดไฮเอนด์ ซึ่งตลาดนี้ขยายตัว 26 % เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา ดังนั้นจึงต้องใช้ความระมัดระวังให้มากในตลาดนี้ ทั้งนี้จากที่ประมาณการณ์ไว้เดิมว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์จะเติบโตประมาณ 5 % จึงต้องปรับประมาณการณ์ใหม่ ซึ่งคาดว่าจะโตได้ถึง 13 %

จากปัจจัยดังกล่าวทำให้สมาคมฯ ปรับคาดการณ์เปิดตัวคอนโดมิเนียมใหม่ทั้งปี จากเดิมที่คาดว่าตลาดรวมจะมีมูลค่า 1.48 แสนล้านบาท เติบโต 4% เพิ่มขึ้น 1.8 แสนล้านบาท เติบโต 27% โดยเชื่อว่าตลาดไฮเอนด์จะยังคงเข้าสู่ตลาดใกล้เคียงกับตลาดระดับราคา 3-5 ล้านบาท ส่วนกลุ่ม 1-3 ล้านบาท จะเข้าสู่ตลาดไม่มาก เพราะหาที่ดินได้ยาก แต่อาจจะได้เห็นตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายใหม่ ๆ โดยแนวโน้มราคาที่ดินกลางเมืองที่ปัจจุบันเสนอขายสูงถึง 1.8-2 ล้านบาท/ตารางวา (ตร.ว.) นับจากนี้ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดกลไกตลาดมากขึ้น โดยอาจชะลอการซื้อที่ดินในเมือง เพราะต้นทุนที่เพิ่มขึ้นทำให้จะพัฒนาคอนโดมิเนียมในราคาที่สูงเกินกว่ากำลังซื้อปัจจุบันจะซื้อได้ จากการที่เงินเดือนผู้บริโภคไม่ได้ปรับขึ้นเร็วตามต้นทุนที่ดิน

ขณะที่ในครึ่งปีหลังต้องระมัดระวังกลุ่มดีมานด์เทียม หรือไม่ใช้กลุ่มต้องการอยู่จริงอย่างกลุ่มนักเก็งกำไรในทุกซีกเมนต์ว่าจะเคลื่อนไหวอย่างไร แม้ว่ากลุ่มนี้จะมีไม่มากหรือประมาณ 10-15% ของภาพรวมตลาด แต่ต้องจับตามองนักเก็งกำไรที่ลงโฆษณาขายห้องชุดในเว็บไซต์ว่ามีมากน้อยเพียงใดพร้อมเทียบกับการเปลี่ยนชื่อสัญญาจะซื้อจะขายว่าใกล้เคียงกันหรือไม่ เพราะหากมีการโพสต์ขายจำนวนมาก แต่ไม่มีการเปลี่ยนชื่อสัญญา สะท้อนว่าซัพพลายเก็งกำไรขายไม่ได้

ด้านตลาดคอนโดมิเนียมเปิดตัวใหม่ในครึ่งปีแรก มีมูลค่า 145,000 ล้านบาท เติบโต 68% จากครึ่งปีที่แล้ว โดยเฉพาะตลาดคอนโดมิเนียมระดับไฮเอนด์ที่มีราคาขาย 3 ล้านบาท/ตารางเมตร (ตร.ม.) น่าจับตามองเช่นกัน โดยที่เปิดตัวจำนวนมาก ปีนี้ส่วนใหญ่จะเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ ปี 2560 จะโอนกรรมสิทธิ์จริงหรือไม่ เพราะตลาดนี้มียอดดีมานด์เทียมที่ต้องการเก็งกำไรจำนวนมาก และคนที่ซื้อคอนโดมิเนียมไฮเอนด์ คือกลุ่มคนเล่นหุ้น หากหุ้นไม่ดีในครึ่งปีหลังอาจมีผลกระทบต่อตลาดดังกล่าว ดังนั้น ในครึ่งปีหลังผู้ประกอบการจะต้องระวังการโอนกรรมสิทธิ์ เพราะปีนี้เป็นปีที่มียอดโอนคอนโดมิเนียมมากที่สุดสูงถึง 1.9 แสนล้านบาท และส่วนใหญ่จะโอนในครึ่งปีหลัง

โดยไตรมาสที่ 1 คอนโดฯ เปิดตัวใหม่ ประมาณ 58,000 ล้านบาท ไตรมาสที่ 2 เปิดตัวใหม่ ประมาณ 87,000 ล้านบาท จำนวน 713 ยูนิต โดยรวมครึ่งปีแรกคอนโดฯ เปิดตัวใหม่เป็นตัวเลขสูงสุดที่ 31,000 ยูนิต ทำให้มูลค่าตลาดคอนโดฯ เปิดตัวใหม่อยู่ที่ 58% ตลาดบ่นในปัจจุบันมีดีมานด์ที่เทียมผสมส่วนหนึ่ง กิ่งเก็งกำไร ในปี 2560 ตลาดคอนโดฯ อาจมีปัญหาเรื่องการโอนหากเศรษฐกิจมีปัญหา ในครึ่งปีแรกยอดขายเปิดตัวใหม่ ระดับราคา 3-5 ล้านยอดขายเฉลี่ยอยู่ที่ 66% ระดับราคา 5-7 ล้านอยู่ที่ 57 % ระดับราคา 7-10% อยู่ที่ 54 % แสดงให้เห็นว่ายอดขายดีทุกโครงการ

ส่วนตลาดคอนโดฯ ต่างจังหวัด ปริมาณการขายเริ่มปรับลดลงตั้งแต่ 1-2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันอยู่ในภาวะทรงตัว หัวเมืองท่องเที่ยว ครึ่งปีแรกติดลบ 4% ยอดขาย 4,000 ล้านบาท จากในปี 2556 มียอดขาย 16,000 ล้านบาท เชียงใหม่ ยังคงติดลบ 3% จากปีที่ผ่านมา ติดลบ 53% จากปี 2556

สำหรับภาพรวมกำลังซื้อในปัจจุบัน ผู้บริโภคระดับกลางมีกำลังซื้อไม่เกิน 2 ล้านบาทในตลาดคอนโดฯ ที่เกาะแนวรถไฟฟ้า เน้นการใช้ชีวิตในเมือง โดยความต้องการของตลาดขยายตัวจากระดับล่างสู่ระดับบน ทำให้ตลาดคอนโดฯ มีการขยายตัวต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง บางครั้งโอเวอร์ซัพพลายบางในบางพื้นที่ แต่กระแสการตอบรับที่ดีส่งผลให้กลับสู่สมดุลได้ในโตเกียว ลอนดอน คนจะอยู่ตามแนวรถไฟฟ้า บ้านต่ำกว่า 1 ล้านบาทไม่ได้ในปัจจุบัน ต้องอยู่ชานเมือง ในเมืองทาวเฮาส์พัฒนาไม่ได้ ต้องพัฒนาเป็นคอนโดฯ อย่างเดียว โดยกำลังซื้อกับราคามีผลต่อกัน คือ ราคา 1-2 ล้าน เป็นดีมีมาตรฐาน ส่วนต่อขยาย ราคา 5-7 ล้านในเมือง สิ่งที่เป็นปัญหาในอนาคต คือ ราคาที่ดินที่ปรับตัวสูงขึ้นเกินกว่ากำลังซื้อผู้บริโภคที่อาจจะตามไม่ทัน



ชุกยุทธ์ “ทำเล ราคา เทคนิคการขาย” ที่แตกต่าง

คุณวิฑูรย์ จันทวิมล รองกรรมการผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์การตลาด บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ปีนี้เศรษฐกิจเติบโตดีกว่าปีที่แล้ว ดังนั้น ตลาดคอนโดมิเนียมปีนี้จึงไม่ได้เลวร้าย ยังเห็นการขยายตัวได้ต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การพัฒนาโครงการใหม่ปีนี้จะต้องเลือกทำเลที่มีความมั่นใจและยังมีดีมีมาตรฐาน ซึ่งที่ผ่านมามีพบว่า กลุ่มสินค้าระดับราคามากกว่า 10 ล้านบาท มีการเปิดตัวจำนวนมาก และยอดขายยังไปได้ดี ซึ่งการเปิดตัวในระยะต่อไปจะต้องมีการระมัดระวัง เพราะตลาดมีขนาดจำกัด

หลังจากที่บริษัทเพิ่งประสบความสำเร็จ กับยอดขายคอนโดฯ 1 หมื่นล้านบาท ในช่วง 2-3 สัปดาห์ จากแคมเปญ 1 ก้าวถึงรถไฟฟ้า โดยใช้กลยุทธ์ 3 เรื่อง

1. การเลือกทำเลที่ดี ตามคัมภีร์อสังหาริมทรัพย์ที่บอกว่า “ทำเล ทำเล ทำเล”

อย่างเดียวไม่พอ จะต้องเป็น “ทำเลเหนือทำเล” เช่น โซนสุขุมวิท แม้จะเป็นไทม์ แอเรีย แต่ไม่ได้หมายความว่าตลอดเส้นทางจะลงทุนคอนโดฯ ไฮเอนด์ได้ทุกจุด เป็นต้น 2. การตั้งราคา ต้องเหมาะกับกำลังซื้อ ซึ่งต้องอาศัยการออกแบบและการบริหารต้นทุนให้ดี จุดที่เน้นคือจะต้องทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถซื้อได้ ยกตัวอย่าง คอนโดฯไลฟ์ อโศก ราคาตลาด ตร.ม. ละ 1.4 - 1.5 แสนบาท จะลำบากมาก จึงต้องจัดทุกระบวนการเพื่อให้เปิดขายได้ในราคา โดยบริษัทเลือกที่จะขาย ตร.ม.ละ 1.2 แสนบาท เป็นต้น 3. เทคนิคการขาย จุดเน้นคือควบคุมนักเก็งกำไรไม่ให้เข้ามามากเกินไป เช่น คุมไม่ให้ลูกค้า 1 คนซื้อเกิน 2-4 ยูนิต หากเป็นรายเดิมกลับมาซื้อหลายรอบจะถูกตัดสิทธิ์ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้เป็น 3 สูตรที่บริษัทพยายามย้ำกับทีมงาน เพราะในสถานการณ์เช่นนี้ จะต้องบริหารความเสี่ยง ไม่ให้คนถือสต็อกมากและเก็งกำไร เพราะวันนี้ขายห้องหมดไม่ใช่ว่าจะประสบความสำเร็จ จะต้องไปพิจารณาในวันโอนกรรมสิทธิ์ในอนาคตด้วย ในสถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ปัจจุบันนี้ ต้องรับรู้รายได้ให้ได้ตามเป้าหมาย ต้องจัดทุกกลยุทธ์ที่จะสร้างทั้งยอดขายและรับรู้รายได้ให้ใกล้เคียงกัน ต้องทำตลาดให้โครงการพร้อมอยู่ให้มีขายในปัจจุบัน



กลยุทธ์ “Gen C” มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

คุณชานนท์ เรืองกฤตยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า สิ่งที่จะหยุดการเติบโตคอนโดมิเนียมในเมือง คือ ราคาที่ดินที่ปรับสูงขึ้นมาก และจะพัฒนาคอนโดมิเนียมอย่างไรให้ตอบโจทย์กำลังซื้อ ซึ่งการลดขนาดเพื่อควบคุมราคาขายต่อยูนิตในปัจจุบันทำได้ยากขึ้น และเป็นโมเดลที่ไม่ยั่งยืน โดยราคาที่ดินที่ปรับขึ้นในปัจจุบัน หลายแปลงเสนอขายในราคาที่ไม่คุ้มค่ากับโครงการที่สามารถพัฒนาได้

ทางบริษัทใช้กลยุทธ์ “Gen C” มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คำนึงถึงความสะดวกสบาย (Convenient) หากลูกค้าตัวจริงให้สัมผัสและตอบโจทย์ให้ครบยอดขาย จะทำให้ลูกค้าจดจำแบรนด์ได้เป็นอย่างดี สำหรับ เจน C ทางบริษัทพยายามกลับมาพิจารณาว่า ในอนาคตความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีความยากขึ้น จึงพยายามสะท้อนความต้องการผู้บริโภคให้ชัดเจนจริงๆ ตลาดแบบพื้นฐานบริษัทไม่ทำ จะเริ่มปรับ

กลยุทธ์มาทางตลาดที่จะตอบสนองความต้องการเฉพาะเจาะจงเป็นนิชมาร์เก็ต และเมื่อทำตลาดนิชจะไม่ทำแมสอีเวนต์เท่ากับว่าจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีก

จากประสบการณ์ตอนเข้าตลาดเมื่อปี 2540 ช่วงวิกฤตต้มยำกุ้ง เริ่มจับตลาดคอนโดฯ ราคา 2 ล้านบาททวงกลม บนเกมที่เลือกจะเล่นต่อ โจทย์คือ การใช้รถไฟฟ้ามีจริงหรือไม่ คำตอบคือใช่ พุทธิกรรมลูกค้าเลือกซื้อโครงการในทำเลทางด่วน โครงการรถไฟฟ้า และเป็นความต้องการผู้บริโภคยุคปัจจุบัน

หัวใจหลักของธุรกิจ ดันทุนค่าที่ดิน-ค่าก่อสร้าง

คุณโอภาส ศรีพยัคฆ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ตลาดในเวลานี้ไม่สามารถพูดได้ว่าตลาดโตดี เพราะในทุกวิกฤตมีโอกาส ในทุกโอกาสก็มีวิกฤตในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะช่วงเวลาที่ย่ำแย่ที่สุดหรือดีที่สุด มีโอกาสอยู่เสมอ เวลาดีสุดมีช่องว่างเสมอ เวลาแย่สุดก็มีโอกาสเช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาข้อมูลเชิงลึก ต้องพิจารณาเลือกโอกาสให้ดี เพื่อเจาะให้ตรงกับความต้องการ โดยเชื่อว่าสถานการณ์ในครึ่งปีหลังจะยังไปได้ และบริษัทยังคงเป้าเดิมทั้งปีที่ยอดขาย 2 หมื่นล้านบาท กับการเติบโต 15 % รายได้อยู่ที่ 1.6 หมื่นล้านบาท ซึ่งครึ่งปีแรกมียอดขาย 9 พันล้านบาท มีรายได้ 6,700 ล้านบาท ส่วนตลาดระดับกลางล่างยังต้องระมัดระวังเรื่องของหนี้ครัวเรือนให้ดี



บริษัทได้มีการปรับตัวตั้งแต่ต้นปี โดยมีการเปิดโครงการขนาดเล็กลง จำนวนยูนิต์ต่อโครงการไม่มาก แตกต่างจากช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เปิดโครงการขนาดใหญ่ มีจำนวน 3,000-4,000 ยูนิต์ต่อโครงการ ซึ่งพบว่า แม้ว่าตลาดช่วงนี้จะไม่หวือหวามากนัก ลูกค้ำที่มาชมโครงการลดลง แต่เป็นกลุ่มลูกค้ำที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยจริง เข้ามา 4 คน ตัดสินใจซื้อ 4 คน แต่ 2-3 ปีก่อนหน้านี้อาจมีลูกค้ำเข้ามา 4 คน แต่ตัดสินใจซื้อ 1 คน เหมือนกับผู้บริหารโคกกำลังพิจารณาในช่วง 4 เดือนมานี้ ผู้บริโภคกำลังรออะไรบางอย่าง สัญญาณบวกเริ่มกลับมาหลังเดือน มิ.ย. ที่ยอดขายกลับมาเป็นปกติ สัปดาห์เฉลี่ย 300 ล้านบาท

สำหรับตลาดคอนโดฯ 1 ล้านบาท ที่ชะลอตัว ไปช่วงเดือน พ.ย. 57 - ก.พ. 58 จากสถานการณ์หนี้ครัวเรือนสูง ทำให้กำลังซื้อชะลอตัว เรียกว่ายอดขายหายไปครึ่งหนึ่ง ตัวเลขค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ แต่โครงการระดับล่างความต้องการยังมีจำนวนมากและต่อเนื่อง แต่ปัญหาใหญ่ของการพัฒนาโครงการระดับล่างที่เป็นหัวใจหลักของธุรกิจ คือ ต้นทุนที่มาจากค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง ซึ่งจะต้องควบคุมให้ดีเพื่อให้สามารถทำกำไรได้ เพราะตลาดระดับนี้กำไรเพียง 3-4% เท่านั้น รวมทั้งสิ่งที่น่าเป็นห่วงคืออัตราปฏิเสธราคาสินเชื่อ จะต้องมีการมาตรการดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ เช่น การเตรียมทำบัญชีทำการเคลื่อนไหวบัญชีล่วงหน้า 6 เดือน เพื่อให้ลูกค้ามีเวลาแก้ไขการเงินกรณีรายที่มีแนวโน้มไม่ผ่าน



คอนโดฯ ต่างจังหวัด ยังโอเวอร์ซัพพลาย

คุณไตรเดช ตั้งมดีธรรม กรรมการและรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ปีนี้ไม่ได้แย่อย่างที่ทุกคน สถานการณ์ตลาดในปัจจุบัน มีปัจจัยลบที่จะส่งผลกระทบต่อตลาด โดยในครึ่งปีหลังยังคงเป็นเรื่องภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผู้บริโภคชะลอการจับจ่าย และภาวะหนี้ครัวเรือนสูง อาจกระทบต่อ

การกู้สินเชื่อของผู้บริโภค และภาวะราคาต้นทุนที่ดินที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การพัฒนาโครงการเพื่อขายราคาต้องสูงมากขึ้น กำลังซื้อของผู้บริโภคปรับตัวขึ้นไม่ทันส่วนปัจจัยบวกที่สนับสนุนการลงทุนคอนโดมิเนียม ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ ต้นทุนก่อสร้างยังไม่ได้ขยับขึ้นมาก และมีลงทุนขยายโครงการรถไฟฟ้าสายใหม่ๆ ทำให้เป็นการเปิดพื้นที่ในการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม

ส่วนตลาดคอนโดมิเนียมต่างจังหวัด ช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ยังอยู่ในภาวะโอเวอร์ซัพพลาย เพราะลูกค้าต่างจังหวัดไม่จำเป็นต้องอยู่อาศัยในคอนโดฯ มากเท่าคนในกรุงเทพฯ หากจะทำคอนโดฯ ต่างจังหวัดในเวลานี้ ควรเก็บคาวนีย์ให้สูงไม่น้อยกว่า 15-16 %

สำหรับยอดขายโครงการในต่างจังหวัดของบริษัทในช่วงครึ่งปีแรก 2558 ยังบวก 10% รายได้บริษัทบวก 75% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งยืนยันว่าตลาดไม่ได้แคบขนาดนั้น แต่ไม่ได้ดีเหมือนกันทุกคน มีการตั้งข้อสังเกตด้วยว่า ตลาดสินเชื่อบ้านของประเทศไทยกลับด้านเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ซึ่งใช้ระบบให้ลูกค้าพิจารณาสินเชื่อก่อนจะซื้อบ้าน ขณะที่เมืองไทยและอีกไม่กี่ประเทศในโลก การพิจารณาการขอสินเชื่อจะทำการกันก่อนโอนกรรมสิทธิ์ 1 เดือน เท่ากับทำให้ผู้ซื้อผ่อนงวดเงินคาวนบนความเสี่ยงว่า สินเชื่อตอนโอนจะผ่านการอนุมัติหรือไม่ และที่สำคัญทำให้เกิดตลาดเก็งกำไรโดยปริยาย

ส่วนปีนี้ไม่มีปัจจัยบวกจากอัตราดอกเบี้ยต่ำ ทำให้ลูกค้ากลุ่มตลาดกลางล่างสามารถเข้าถึงราคาคอนโดฯ 1-2 ล้านบาทได้มากขึ้น ในขณะที่ยังมีตัวช่วยอื่นๆ อีก เช่น ภาวะการแข่งขันสูง ต้นทุนวัสดุ-แรงงาน ยังไม่ปรับขึ้น และราคาอสังหาริมทรัพย์เป็นราคาต้นทุนเดิม ซึ่งปีนี้ถือเป็นปีทองของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการอยากขึ้นราคาก็ขึ้นไม่ได้ การขายก็เป็นราคาต้นทุนเดิม ค่าก่อสร้างปรับลดลงด้วยซ้ำ ผู้รับเหมาก็มีรองรับงานมากกว่า 18 เดือนที่แล้วถึง 100% กลายเป็นว่าปัญหา คือ มีผู้รับเหมามากเกินไปด้วย



ที่มา : สมาคมอาคารชุดไทย