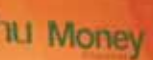
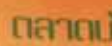
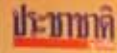


# ผ่ากลยุทธ์กระตุ้นตลาดคอนโด ปี 2559

วันพฤหัสบดีที่ 14 กรกฎาคม 2559



สนับสนุนโดย



## ผ่ากลยุทธ์ กระตุ้นตลาดคอนโด ปี 2559

สมาคมอาคารชุดไทย จัดงานสัมมนา "ผ่ากลยุทธ์กระตุ้นตลาดคอนโดปี 2559" ขึ้นเมื่อวันพฤหัสบดีที่ 14 กรกฎาคม 2559 เวลา 12.30 - 17.00 น. ณ ห้องวิภาวดีบอลรูม A, B โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ **คุณประเสริฐ แต่ดุษยสาริถ** กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท พุกเกา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และนายกสมาคมอาคารชุดไทย **คุณโอกาส ศรีพยัคฆ์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) **คุณชานนท์ เรืองกฤตยา** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) **คุณพีระพงษ์ จรุงญเอก** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ออร์จีน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) **ดร.อาภา อรรถบุญวงศ์** ประธานกรรมการ บริษัท ริชี่ เพลส 2002 จำกัด (มหาชน) และ **คุณองกฤกษ์ พรหมโยธี** กรรมการบริหาร บริษัท ผนวรงค์ แอสเซท จำกัด โดยมี **คุณปิติวัฒน์ ปรีดานนท์** รองเลขาธิการสมาคมอาคารชุดไทย เป็นผู้ดำเนินการอภิปราย โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้



คุณประเสริฐ แต่ดูลยสาธิต กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และนายกสมาคมอาคารชุดไทย กล่าวว่า ในปี 2559 นี้ บริษัทใหญ่ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กว่า 10 บริษัท ซึ่งประกอบด้วย บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์, พกษา, แสสนลิริ, แอล.พี.เอ็น., ควอลิตี้เฮ้าส์, เอพี (ไทยแลนด์), ศุภาลัย, พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค, อนันดา, เอสซี แอสเสท และ บริษัท แผ่นดินทอง หรือ GOLD มีแผนที่จะเปิดตัวโครงการใหม่ทั้งสิ้น 224 โครงการ คิดเป็นมูลค่า 308,000 ล้านบาท ประมาณ 3 ใน 4 ของตลาด โดยในช่วงครึ่งปีแรกเปิดตัวไปทั้งสิ้น 81 โครงการ มูลค่ารวม 103,000 ล้านบาท ส่วนที่เหลือ 163 โครงการมูลค่ารวม 205,000 ล้านบาท คาดว่าจะเปิดตัวในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 อีกประมาณกว่า 60 %



ทั้งนี้ ในจำนวนโครงการที่เปิดตัวใหม่ในช่วงครึ่งหลังของปีนั้น แบ่งเป็นดังนี้คือ ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว จำนวน 67 โครงการ มูลค่ารวม 65,283 ล้านบาท สินค้าเปิดตัวส่วนใหญ่มีระดับราคา 3-5 ล้าน และ 5-10 ล้านบาท ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ จำนวน 75 โครงการ มูลค่ารวม 41,264 ล้านบาท ระดับราคาส่วนใหญ่อยู่ที่ 2-3 ล้านบาท และ 3-5 ล้านบาท และที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำนวน 58 โครงการมูลค่ารวม 124,056 ล้านบาท

โดยในช่วงครึ่งแรกของปียอดขายที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลนั้นติดลบ 5% เป็นครั้งแรกในรอบ 2 ปี ในขณะที่ยอดโอนกรรมสิทธิ์นั้นเพิ่มขึ้น 52% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เพราะมาตรการภาครัฐที่ออกมา และสิ้นสุดในเดือนเมษายน 2559 ที่ผ่านมามีได้ช่วยกระตุ้นกำลังซื้อใหม่มากนัก เป็นเพียงช่วยผู้ประกอบการระบายสต็อกเก่าและเร่งการโอนเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับยอดตัวเลขการเปิดตัวโครงการใหม่ที่ติดลบ 33% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับตลาดอสังหาริมทรัพย์ในส่วนภูมิภาค 6 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ ชลบุรี ขอนแก่น ระยอง ภูเก็ต และสงขลา จะพบว่า ตลาดในช่วงไตรมาส 2/2559 ยอดเปิดตัวโครงการจะลดลงจากไตรมาส 1/2559 เล็กน้อย แต่โดยภาพรวมของตลาดในช่วงครึ่งแรกของปี 2559 ยังคงเติบโตสูงกว่าช่วงเดียวกันของปี 2558 อยู่ประมาณ 8% สะท้อนภาพได้ว่าตลาดใน 6 จังหวัดเริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัวเมื่อเทียบกับปีต่อปี โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยแนวราบ แต่อย่างไรก็ตามอัตราการเติบโตอาจเป็นการเติบโตที่แฝงจากการเปิดโครงการของ CPN ใน จ.ระยอง เชียงใหม่ ขอนแก่น ทำให้ตลาดโครงการเปิดใหม่ในต่างจังหวัดเติบโต ทั้งนี้ ส่วนใหญ่โดยเฉพาะตลาดคอนโด ยังพบว่าเป็นการขายสต็อกเก่า



ใน 12 เดือนข้างหน้าจะเห็นการปรับโครงสร้างธุรกิจใหม่ ในปี 2559-2560 ตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังคงเป็นของผู้ประกอบการรายใหญ่ และความได้เปรียบในเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหญ่จะยิ่งเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนจาก 1. ความได้เปรียบในเรื่องแหล่งเงินทุนทางการเงิน 2. ขนาดการลงทุนที่จะทำให้ได้อัตรากว้างที่ต่ำ และคาดว่าจะอยู่ในระดับที่ต่ำเช่นนี้ไปอีกนาน และ 3. จุดแข็งต่างๆ ของบริษัทขนาดใหญ่ สภาพคล่องส่วนเกินในระบบที่มีมากจะยิ่งเอื้อให้ผู้ประกอบการที่มีเครดิตสูงได้ประโยชน์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ราคาที่ดินในตลาดไม่ปรับลดลงด้วย นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยในปัจจุบันที่ต่ำสุดในประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย จะช่วยกระตุ้นให้คนเอาเงินมาลงทุนในอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น

ดังนั้น จะเห็นผู้ประกอบการรายใหญ่หันไปเจาะตลาดบนที่มีสัดส่วนอยู่ประมาณ 30% ของตลาดทั้งหมดและการที่รายใหญ่ทุกรายลงมาเล่นตลาดนี้ จะยิ่งทำให้ในอนาคตตลาดบนเติบโตหรือมีสัดส่วนมากกว่า 30% การหันมาจับตลาดบนส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีความเสี่ยงน้อยกว่า หรือแทบไม่มีความเสี่ยงเลยเมื่อเทียบกับตลาดกลาง-ล่างที่ถึงแม้จะเป็นกลุ่มที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยจริงหรือเรียลตี้แมนด์ แต่ไม่สามารถที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองได้เพราะติดปัญหาการขอสินเชื่อไม่ผ่าน

ส่วนตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ได้รับอานิสงส์จากมาตรการกระตุ้นอสังหาฯ จากภาครัฐทำให้ยอดโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยปรับเพิ่มขึ้นมากถึง 52% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเมื่อเทียบมาตรการในช่วงที่ผ่านมา มาที่ช่วยกระตุ้นเพียง 9-10% เท่านั้น ทั้งนี้หลังมาตรการสิ้นสุดลง ตลาดชะลอตัว เนื่องจากมาตรการจะดึงกำลังซื้อล่วงหน้าไป นอกจากนี้มาตรการกระตุ้นของภาครัฐช่วยกระตุ้นในแง่ของยอดขายเก่า หรือยอดโอน แต่ไม่ได้ช่วยในแง่ของยอดขายใหม่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งในช่วง 3 เดือนแรกยอดขายใหม่ของตลาดรวมโต 8% แต่เมื่อรวม 6 เดือน พบว่า ปรับตัวลดลง 5% ซึ่งถือว่าเป็นการติดลบครั้งแรกในรอบ 2 ปี ส่วนการเปิดตัวโครงการใหม่ติดลบ 33% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ จะมีการปรับโครงสร้างองค์กรในช่วง 1 ปีหลังจากนี้ เพื่อรองรับการเติบโต เนื่องจากผู้ประกอบการ โดยเฉพาะรายใหญ่ทุกรายต้องการการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงต้องขยายธุรกิจไปในทุกเซกเมนต์ เพื่อสร้างความยืดหยุ่นต่อโครงสร้างธุรกิจ ซึ่งปัจจัยส่งเสริมทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ปรับโครงสร้างได้เร็ว ผลจากอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ระดับต่ำเป็นเวลานาน ทำให้มีต้นทุนต่ำ สภาพคล่องทางการเงินสูง รวมถึงการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย

ทั้งนี้ต่างจากช่วงวิกฤตเศรษฐกิจปี 40 ที่ทุกคนไม่เงินทุน จึงทำให้ปรับตัวไม่ได้เร็ว แต่ปัจจุบันทุกคนมีเงิน ทำให้เกิดการปรับตัวได้เร็วและรุนแรงขึ้น โดยจะเริ่มเห็นผู้ประกอบการรายใหญ่ หันมาพัฒนาทุกสินค้าทั้งแนวราบ แนวสูง และทุกราคา ตั้งแต่ระดับตลาดล่าง กลางและบน จากเมื่อก่อนหากบริษัทไหนโฟกัสเฉพาะตลาดบน ก็ทำแค่สินค้าระดับบน แต่ต่อไปนี้ไม่ใช่ทุกบริษัทรายใหญ่ต้องมีพอร์ตรายได้ระยะสั้นและระยะยาว ทุกระดับราคา เพื่อให้โครงสร้างธุรกิจยืดหยุ่นรองรับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของธุรกิจได้ จากการทำผู้ประกอบการต้องการการเติบโตเร็ว ผู้ประกอบการจะปรับโครงสร้างธุรกิจครั้งใหญ่ เพื่อสร้างความยืดหยุ่นต่อโครงสร้างธุรกิจให้สามารถลงทุนได้หลากหลาย สร้างการเติบโตได้เร็ว สามารถขยายตลาดไปในทุกสินค้า ทุกระดับราคา ผู้ประกอบการต้องมีพอร์ตรายได้สั้น ยาว เพื่อให้โครงสร้างธุรกิจยืดหยุ่นรองรับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของธุรกิจได้ ที่ผ่านมามีพฤษภาคมถือเป็นเจ้าตลาดระดับกลาง-ล่าง แต่นับจากนี้พฤษภาคมมีแผนที่จะขยายการลงทุนไปยังตลาดระดับบนมากขึ้น โดยตั้งกลุ่มธุรกิจพรีเมียม เพื่อรุกตลาดระดับบน ทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์และคอนโดมิเนียม

ส่วนภาวะการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ดุเดือด จากจำนวนผู้เล่นที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะระยะหลังมีธุรกิจขนาดใหญ่หลายราย หันมารุกธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยนำที่ดินที่สะสมไว้มาพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ส่งผลให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นผู้เล่นรายเดิมในตลาดต้องเร่งปรับตัวรับการแข่งขัน ในสังเวียน “ยักษ์ชนยักษ์” เพิ่มมากขึ้น

สำหรับภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในช่วงครึ่งปีหลัง ยังขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยว ในส่วนของภาคการผลิตยังขยายตัวค่อนข้างต่ำ เพราะการส่งออกยังคงซบเซาตามเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญ ขณะที่กำลังซื้อภายในประเทศยังคงได้รับผลจากปัญหาภัยแล้ง ส่งผลต่อเนื่องให้การลงทุนภาคเอกชนที่ยังไม่มีสัญญาณฟื้นตัวที่ชัดเจน

**คุณโอภาส ศรีพยัคฆ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)** กล่าวว่า ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวให้ทัน เน้นการลงทุนที่มีความเชี่ยวชาญในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ในปี 2540 แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์สามารถผ่านวิกฤตมาได้เพราะมีการเปลี่ยนแปลงทางความคิด เน้นการพัฒนาในพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะคอนโด ระดับล่างราคา 1 ล้านบาททบบวกกลบ มีการขยายโครงการอย่างต่อเนื่อง ก่อสร้างเร็วภายใน 1 ปี เพื่อหมุนรอบเงินกลับเข้ามาเร็ว



ในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยประสบปัญหาชะลอตัว กลุ่มคนระดับล่างได้รับผลกระทบหนี้สินครัวเรือนเพิ่มสูงเป็นประวัติการณ์ ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของ แอล.พี.เอ็น. ทำให้ผู้ไม่ผ่านยอดปฏิเสธสินเชื่อเพิ่มสูงบางโครงการสูงถึง 50% ซึ่งบริษัทได้หาทางช่วยเหลือลูกค้า เช่น ให้ลูกค้าผ่อนเงินดาวน์กับทางบริษัทไประยะหนึ่งเพื่อสร้างวินัยหลังจากนั้นให้ลูกค้ายื่นกู้ใหม่ ซึ่งสามารถช่วยให้ลูกค้ากู้ได้กว่า 200 ราย

แม้ว่ากลุ่มลูกค้าระดับกลางล่าง จะเป็นกลุ่มที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยอย่างแท้จริง แต่จากปัญหาการปฏิเสธสินเชื่อของธนาคารทำให้บริษัทมีแผนที่จะขยายการลงทุนไปยังเซกเมนต์อื่นๆ จากเดิมที่เน้นการลงทุนในเขตรอบนอกเมืองเพื่อจับเฉพาะกลุ่มตลาดกลาง-ล่าง ก็หันมาลงทุนในเมืองและขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งนับจากนี้ไปบริษัทฯ จะกลับเข้ามาพัฒนาโครงการในเมืองเน้นตลาดบนมากขึ้น จากเดิมที่กระจายการพัฒนาารอบกรุงเทพฯ

สำหรับตลาดคอนโดในปัจจุบันค่อนข้างอึมครึม จากหลายปัจจัยทั้งภาวะเศรษฐกิจและหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง 80% ของจีดีพี ส่งผลกระทบต่อตลาดคอนโดระดับกลาง ล่าง ขณะที่คอนโดแนวรถไฟฟ้าสร้างออกมาจำนวนมาก ทำให้มีสต็อกค่อนข้างมาก แม้ว่าช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจะลดการเปิดโครงการลงก็ตาม ตลาดคอนโดช่วงนี้ เหมือนคนท้องอืด เพราะขายได้ช้าลง แคมเปญขายไปแล้ว ลูกค้าติดปัญหาการขอสินเชื่อซึ่งเข้มงวดมากขึ้น เมื่อตีमानด์และซัพพลายไม่สมดุลกัน ยิ่งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์จำเป็นต้องเติบโต ยิ่งต้องมีการผลิตโครงการออกมาเรื่อยๆ มีผลให้ตลาดไม่สามารถดูดซับสต็อกเหล่านั้นได้ทัน ในที่สุดเลยกลายเป็นคนท้องบวม สถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้บริษัทต้องปรับตัวตั้งแต่ปีที่แล้ว โดยไม่เปิดโครงการขนาดใหญ่หันไปพัฒนาโครงการที่มีจำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 ยูนิต ที่สร้างเสร็จแล้วโอนได้ภายใน 1 ปี เพื่อลดความเสี่ยง ควบคู่ไปกับการจัดโปรโมชั่นเร่งระบายสินค้าพร้อมอยู่ที่มืออยู่ประมาณ 1 หมื่นยูนิต ขณะที่ช่วงครึ่งปีหลังจะเน้นตลาดกลางบนมากขึ้น รวมถึงคอนโดแนวรีสอร์ทที่ตลาดยังไปได้ดี

สำหรับภาพรวมอาคารชุดที่เปิดตัวในครึ่งปีแรกปี 2559 ว่า อาคารชุดเปิดตัวใหม่ ช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน มีการเปิดตัว 51 โครงการ 28,444 หน่วย ลดลง 17% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเดือนมิถุนายน เปิดตัวใหม่ 13 โครงการ 6,822 หน่วย โดยมีมูลค่าโครงการรวม 77,730 ล้านบาท ลดลง 51% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากปีที่แล้วมีการเปิดตัวโครงการในระดับบนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในไตรมาสแรกและมีการเลื่อนเปิดโครงการจากแผนเดิมไตรมาส 2 มาไตรมาส 3 ปีนี้ โดยส่วนแบ่งตลาด บริษัท จำกัด 36 : 64 บริษัทจดทะเบียน



ส่วนระดับราคาที่เปิดตัวสูงสุดอยู่ที่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท (C+) 27% รองลงมาคือ ระดับราคา 1.0-1.5 ล้านบาท (B-) 24% และระดับราคา 2.0-3.0 ล้านบาท (B+) 18% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของยอดขาย ณ วันเปิดตัวเฉลี่ยเดือนมกราคม-มิถุนายน อยู่ที่ 48% เพิ่มขึ้น 11% จากยอดขายของปีก่อน โดยทำเลที่มีการเปิดตัวสูงสุด คือ รังสิต-นครนายก 15% มี 2 โครงการจำนวน 4,136 หน่วย รองลงมาคือรถไฟฟ้าสายสีม่วง (ช่วงบางซื่อสะพานพระนั่งเกล้า) 8.7% มี 3 โครงการ 2,469 หน่วยและเพชรเกษม-บางแค-พุทธมณฑลสาย 4 อยู่ที่ 8.6% มี 2 โครงการ 2,440 หน่วย ตามลำดับ

ทั้งนี้ แนวโน้มอาคารชุดที่จะเปิดตัวในครึ่งปีหลังปีนี้ คาดการณ์ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแผนการเปิดตัวอาคารชุดในช่วงครึ่งปีหลังอย่างต่อเนื่อง แต่หากสภาพเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวอาจส่งผลให้มีการชะลอการเปิดโครงการใหม่ออกไป ซึ่งคาดว่าจะมีโครงการเปิดตัวใหม่มูลค่ารวมมากกว่า 100,000 ล้านบาท โดยโครงการส่วนใหญ่ยังคงเป็นระดับบนราคา 5 ล้านบาทขึ้นไป มีสัดส่วน 58% อย่างไรก็ตาม บริษัทในตลาดเริ่มมีการพัฒนาโครงการระดับล่างโดยเฉพาะต่ำกว่า 3 ล้านบาทมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องจับตามองที่อาจจะส่งผลต่อตลาดที่อยู่อาศัยในช่วงครึ่งปีหลังซึ่งมีทั้งปัจจัยบวกไม่ว่าจะเป็นเรื่องของมาตรการภาครัฐ (บ้านประชารัฐ) ที่จะช่วยเพิ่มอัตราการเข้าถึงสินเชื่อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย เรื่องของโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะรถไฟฟ้าที่จะเปิดให้บริการ และครึ่งปีหลังจะมีการพิจารณาอนุมัติเพิ่มอีก 3 สาย จะเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาที่อยู่อาศัยในบริเวณต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ด้านปัจจัยลบที่ยังต้องติดตามก็คือการเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารโดยเฉพาะในกลุ่มราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท หนี้ครัวเรือนยังสูง-กำลังซื้ออยู่ในระดับต่ำ และความเชื่อมั่นผู้บริโภคลดลง ด้านภาษีที่ดินที่คาดว่าจะออกบังคับในต้นปีหน้านั้น มองว่าจะส่งผลทั้งในแง่บวกและลบ กล่าวคือ Landlord อาจมีการปล่อยที่ดินออกมาเพื่อลดค่าใช้จ่ายก่อนที่ภาษีที่ดินซึ่งราคาที่ดินจะไม่สูงแบบก้าวกระโดดไปกว่าที่ผ่านมาแต่อาจส่งผลกระทบต่อในการตัดสินใจลงทุนที่ซื้อห้องชุดสำหรับปล่อยเช่า อย่างไรก็ตาม ในส่วนของบริษัทจะขยายตลาดสู่ระดับบนและทำเลในเมืองมากขึ้น

**คุณชานนท์ เรืองกฤตยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)** กล่าวว่า ปัจจัยที่จะส่งผลต่อตลาดคอนโดมิเนียมในปัจจุบัน คือ การพัฒนาของภาครัฐ ผ่านโครงการรถไฟฟ้าสายสีต่างๆ รวมถึงโครงการตัดถนนสายใหม่ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการขยายตัวของเมืองและพัฒนาที่ดินมากขึ้นตามแนวรถไฟฟ้าและถนนสายต่างๆ ซึ่งเชื่อว่าจะมีดีมานด์ใหม่ๆ เข้ามาสู่ตลาดแม้ว่าจะเกิดปัญหาต่อเศรษฐกิจโลก อันเป็นผลมาจากอังกฤษออกจากอียูด้วยก็ตาม แต่ด้วยราคาอสังหาริมทรัพย์ของไทยยังต่ำอยู่ หากเทียบกับอีก 10 ประเทศในเอเชีย รวมถึงปัจจัยบวกอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะขยายตัวจาก 29.8 ล้านคนในปี 2558 เป็น 34 ล้านคนก็ตาม ในปี 2559 การลงทุนของภาครัฐที่คาดการณ์กันว่าช่วยให้เศรษฐกิจไทยเติบโต 3.1% ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะช่วยเพิ่มโอกาสให้กับต่างชาติมาซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยเช่นกัน



สำหรับตลาดคอนโดมิเนียมในช่วงที่ผ่านมา และปัจจุบันยังคงมียอดขายติดต่อเนื่อง แม้ว่าทิศทางเศรษฐกิจจะชะลอตัวทั้งภายในและภายนอกประเทศ เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้อเป็นความต้องการที่แท้จริง เนื่องจากการเดินทางสะดวกสบาย และหากรัฐบาลขยายเส้นทางรถไฟไฟฟ้าได้ตามแผนก็จะส่งผลให้ตลาดคอนโดมิเนียมเติบโตตามไปด้วย สะท้อนให้เห็นว่ารถไฟฟ้ามุ่งเป็นสิ่งสร้างดีมานด์ที่อยู่อาศัยให้เกิดขึ้น



**ดร.อาภา อรรถบูรณ์วงศ์ ประธานกรรมการ บริษัท รีชี เพลส 2002 จำกัด (มหาชน)** กล่าวว่าผู้ประกอบการรายกลาง-รายเล็ก ต้องปรับตัวให้เร็ว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด สร้างขีดความสามารถความแตกต่างของสินค้า การลงทุนทุกครั้งจะต้องมั่นใจว่าโครงการที่พัฒนาทั้งในด้าน ทำเล สินค้า ราคา นั้นจะต้องตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ประสบความสำเร็จในด้านยอดขาย เน้นทำตลาดบลูโอเชียนเท่านั้น จะต้องไม่แข่งกับรายใหญ่เนื่องจากทั้งในด้านเงินทุน แปรณต์ที่แข็งแกร่ง รายเล็กไม่สามารถสู้ได้ ต้องพยายามลดต้นทุนทั้งในแง่ของต้นทุนบริหาร การก่อสร้าง

การกระตุ้นการขายคอนโด วงจรชีวิตคอนโด 3 ปี ปรับโปรโมชันที่โดนใจให้รวดเร็วในภาวะการณ์ที่เศรษฐกิจไม่ดี เพิ่มการให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง อาทิ บริการซัก-รีด, รถรับส่ง, ทำความสะอาด เป็นต้น จ้างบุคลากรที่มีชื่อเสียงมาออกแบบห้องในสไตล์ที่แตกต่าง ต้องพยายามลดต้นทุน อาทิ การซื้อวัสดุ การก่อสร้าง ควรจะอาศัยความคล่องตัวสูงกว่ารายใหญ่ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและอบอุ่นได้เป็นอย่างดี ในขณะที่เดียวกันก็แสวงหาโอกาสทางธุรกิจเพิ่มความยืดหยุ่นสูงกว่าในการทำตลาด Niche market เป็นต้น

ในช่วงที่กำลังซื้อในประเทศซบเซา ทำให้บริษัทต้องเร่งหากำลังซื้อจากกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ โดยที่ผ่านมาได้นำโครงการคอนโดมิเนียมเดอะริช @ นานา ไปออกงานมหกรรมบ้านและคอนโด หรือ Gulf Property Show ที่จัดขึ้นที่ประเทศบาห์เรน เมื่อไตรมาส 2 ที่ผ่านมานี้ พบว่านักธุรกิจบาห์เรนแสดงความสนใจจะเข้ามาซื้อห้องชุดในโครงการกว่า 10 ยูนิต อย่างไรก็ตามยังมองลู่ทางจะเข้าไปเจาะกลุ่มลูกค้าอิสลามเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นโครงการที่ตั้งอยู่บริเวณนานาชาติ ห่างจากโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ 400 เมตร ซึ่งกลุ่มชาวต่างชาติในตะวันออกกลางนิยมมาใช้บริการ ควบคู่กับการเน้นควบคุมต้นทุนการบริหารงาน พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่าง ใช้เทคโนโลยีทางด้านไอทีมาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รวมไปถึงการซื้อวัสดุก่อสร้างในปริมาณมากเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองราคา นอกจากนี้ยังใช้วิธีการแบ่งซื้อที่ดินจากผืนใหญ่ เนื่องจากทำให้สามารถซื้อได้ในราคาต่ำกว่าการซื้อแปลงเล็ก และนำมาพัฒนาสินค้าร่วมกันในลักษณะเดียวกันหรือต่างกัน เพื่อช่วยเสริมกันทำให้ลดความเสี่ยงในการลงทุน

**คุณพีระพงษ์ จรูญเอก ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)** กล่าวว่า การปรับกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นตลาดคอนโดมิเนียมของผู้ประกอบการในภาวะปัจจุบันมี 9 ประเด็นหลักๆ คือ 1. มี Business Model ที่ชัดเจน 2. โฟกัสในสถานการณ์ของแต่ละทำเล จักรอบชั้นลงของทำเลให้ได้อย่างเช่น รถไฟฟ้าหนึ่งสายทำธุรกิจได้ 4 รอบ ตั้งแต่รอบแรกจะมีโครงการแต่งบประมาณไม่อนุวัติ ไปพัฒนาโครงการได้ ถ้าไม่มีทาว์นเฮาส์หรือทาว์นเฮาส์มีราคาสูงขึ้นแล้ว เพราะไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป ไม่ชอบอยู่ไกลชินกับการอยู่ใกล้รถไฟฟ้า มีการเดินทางสะดวกรอบที่ 2 ลงทุนช่วงที่โครงการเริ่มชัดเจน เริ่มต้นอนุมัติโครงการรอบที่ 3 ลงทุนช่วงรถไฟฟ้าวิ่งก่อนหรือหลังเปิด 6 เดือน แม้จะมีความแน่นอน แต่ซัพพลายในตลาดมีจำนวนมาก ทำให้



การแข่งขันสูง รอบที่ 4 รถไฟฟ้าเปิดบริการ เป็นช่วงซัพพลายระบายออกไปเกือบหมดแล้ว แต่ราคาที่ดินจะสูงมาก

3. การเป็น First Mover ดันทุนที่ดินต่ำ, แข่งขันต่ำ, Freshly Demand การเป็นรายแรกที่ดันทุนที่ดินต่ำ แข่งขันต่ำ แต่ความต้องการมีอยู่แล้ว
4. เอาชนะตลาดด้วยการสร้างความแตกต่าง (Differentiate) และทำให้ประสบความสำเร็จ
5. เข้าใจ Demand อย่างชัดเจน ทุกทำเลมีลูกค้าหลากหลายกลุ่ม และสามารถพัฒนาโครงการที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อรองรับความต้องการผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม
6. พัฒนาสินค้าและบริการให้ครอบคลุมทุกความต้องการด้านการอยู่ และ Life Style ของผู้บริโภคปัจจุบัน
7. พัฒนาบริการก่อนและหลังการขาย สามารถรองรับและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างครบวงจร การบริการจะแข่งขันมากใน 5 ปีข้างหน้า สินค้าจะมีหน้าตาเหมือนกันหมด หากไม่มีบริการการขายจะไม่สามารถสู้ได้
8. สร้างนวัตกรรมไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ทั้งในด้าน ผลิตภัณฑ์ การตลาด การบริหาร และกระบวนการทางธุรกิจหลังจากเซอร์วิสจะเป็นเรื่องของไอที เฮาส์แคร์ ซึ่งบริษัทกำลังทำการวิจัยอยู่ ต้องนำเข้ามาใช้กับคอนโดและอยู่อาศัยได้ และ
9. พัฒนาองค์กรไปพร้อมกับพันธมิตร เพื่อเสริมสร้างศักยภาพอย่างรอบด้าน

สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจะต้องปรับกลยุทธ์ อาทิ ต้องโฟกัสสถานการณ์ของแต่ละทำเลให้ได้ ต้องมีต้นทุนที่ดินต่ำเน้นตีตลาดใหม่ สร้างความแตกต่าง เข้าใจลูกค้า พัฒนาสินค้าและบริการให้ครอบคลุมทุกความต้องการด้านการอยู่อาศัยและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมทั้งผู้ประกอบการรายกลางต้องปรับกลยุทธ์เพื่อรับมือกับภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอและตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งการแข่งขันจากรายใหญ่ที่บุกตลาดอสังหาริมทรัพย์ทุกเซกเมนต์

ส่วนภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในช่วงครึ่งหลังปี 59 คาดว่าผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์จะกลับมาลงทุนและเปิดตัวโครงการใหม่มากยิ่งขึ้น โดยมีปัจจัยจากสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศเริ่มมีแนวโน้มในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และเริ่มกลับมาจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทเชื่อว่าภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปีนี้จะสามารถเติบโตในทิศทางที่ดี

ทั้งนี้จากภาวะเศรษฐกิจที่คาดว่าจะค่อยๆ ฟื้นตัวขึ้น ทำให้แนวโน้มอัตราการปฏิเสธสินเชื่อลูกค้าในปัจจุบันอยู่ที่ 10% ต่ำกว่าที่ระบบที่ 30% และแนวโน้มอัตราการปฏิเสธสินเชื่อของบริษัทคาดว่าจะลดลงได้อีกเล็กน้อยในครึ่งปีหลัง ในส่วนการขายโครงการคอนโดมิเนียมบริษัทจะหันมาจับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นแห่งแรก ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่มีภาระด้านหนี้สินมาก่อน ทำให้อัตราการปฏิเสธสินเชื่อของบริษัทอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก

นอกจากนี้ บริษัทเน้นจับกลุ่มตีตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่วัย 25-30 ปี เป็นกลุ่มมีปัญหาหนี้ครัวเรือนไม่มากนัก กลุ่มพนักงานบลูคอลลาร์ในนิคมอุตสาหกรรม มองว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่ตีเวลอปเปอร์สนใจจะตลาดค่อนข้างน้อย ซึ่งสาเหตุที่เลือกคนรุ่นใหม่ เพราะมองเมกะเทรนด์ยุคนี้ คนรุ่นใหม่แต่งงานช้าลง ชอบแยกตัวอยู่คนเดียวมากขึ้น สังเกตจากจำนวนประชากรต่อครัวเรือนของกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ยกเว้น จ.สมุทรสาคร) แนวโน้มเป็นขาลงมาตลอด 5 ปี ปัจจุบันกรุงเทพฯ มีจำนวนประชากรเฉลี่ย 2.07 คน/ ครัวเรือนเท่านั้น โดยคนรุ่นใหม่ 50% มีความต้องการอาศัยในคอนโดฯ ดังนั้นสินค้าคอนโดฯ แนวรถไฟฟ้าจึงตอบโจทย์

ด้านทำเล จะเน้นส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าซึ่งที่ดินเริ่มแพงขึ้น แนวโน้มอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากสินค้าทาวน์เฮาส์เป็นคอนโดฯ โดยออร์จินพัฒนาแล้ว 5 ทำเล ที่อ่อนนุช-แบริ่ง, แบริ่ง-สมุทรปราการ, หอมขิด-สะพานใหม่, บางใหญ่-บางซื่อ และ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี





คุณองคฤทธิ์ พรหมโยธี กรรมการบริหาร บริษัท ฌ วรวงค์ แอสเซท จำกัด กล่าวว่า การเป็นรายเล็กฐานลูกค้าและความแข็งแกร่งนั้นไม่สามารถเทียบเท่ารายใหญ่ จึงใช้วิธียอมขาดทุนกำไรด้วยการจ้างที่ปรึกษาทางการตลาดมืออาชีพเข้ามาช่วยบริหารงานขาย แม้ว่าจะเป็นโครงการขนาดเล็ก ซึ่งจะทำให้ประสบความสำเร็จด้วยดี โดยหลังสวนถือเป็นทำเลที่ดีอยู่แล้ว จากเดิมที่ทำคอมมูนิตี้ มอลล์ขึ้นมาก่อน ไลฟ์สไตล์ที่หลังสวนเปลี่ยนเร็ว เราก็คิดจะทำอะไรที่ตอบรับ มีที่อยู่แปลงหนึ่งก็เลยคิดพัฒนาโครงการขึ้นมาศึกษาหลายรูปแบบจนมาถึงคอนโดฯ ที่น่าจะตอบโจทย์ได้ เนื่องจากทำเลหลังสวนเองมีเสน่ห์ไม่เหมือนทำเลอื่นๆ และประสบความสำเร็จ โครงการ ฌ วรวงค์ เรสซิเดนซ์ บนที่ดิน 1 ไร่ จำนวน 97 ยูนิต ราคาขายอยู่ที่ ตารางเมตรละ 2 แสนกว่า เราให้รายละเอียดกับทุกยูนิต การถือครองกรรมสิทธิ์เป็นส่วนสำคัญ การขายโดยใช้เอเจนท์บริหารการขายที่สามารถทำราคาได้อย่างดี

ที่มา : สมาคมอาคารชุดไทย



000