

ยักษ์อสังหาฯชิงดำทาวน์เฮาส์2-4ล้าน ตลาด9หมื่นล้านดูแข่งซื้อใจลูกค้ามนุษย์เงินเดือน



จอร์จ 2 คัน - สินค้าทาวน์เฮาส์กำลังเป็นเทรนด์มาแรงที่สุด เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีรายได้ครอบครัวละ 3-6 หมื่นบาท เน้นฟังก์ชัน 2-3 นอน 2 ที่จอดรถ

ออลภูมิภาคแข่งขันทาวน์เฮาส์ปรอทแตก ตั้งแต่ต้นปี แนวโน้มมีมูลค่ารวมทะลุ 8.5-9 หมื่นล้าน ตลาดเมส 2-4 ล้าน มาแรงสุด “แสนสิริ-เอสซี-คิวเฮาส์-เอพี-เพอร์เฟค-ศุภาลัย-LPN” แข่งถดถอยเปิดตัวโครงการ “JSP” คัมพ์ราคาถูกกว่า 1-2 แสนระบายนสต็อก 2 พันล้าน “โกลด์” เจ้าของฟังก์ชันห้องพระเน้นเจาะลูกค้ามนุษย์เงินเดือน เจ้าตลาด “พฤษา” ตอกเข็มหลังบ้านซื้อใจลูกค้าชอบต่อเติมห้องครัว “มั่นคง-อารียา-ลิลลิส” งานนี้ก็มา ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ไตรมาส 2/61 เป็นต้นมา เริ่มเห็นภาพการแข่งขันสูงในตลาดทาวน์เฮาส์อย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะตลาดเมสราคา 2-4 ล้านบาท

มีบิ๊กแบรนด์หลายค่ายแตกเช็กเมนต์เข้ามาลงทุนมากขึ้น รายล่าสุดเป็นคิวของกลุ่มแสนสิริ ซึ่งปกติเป็นเจ้าของตลาดบ้าน-คอนโดมิเนียมแบรนด์หรู ในขณะที่มีอีก 8-10 แปรนด์ดัง ครอบครองพื้นที่อยู่เดิม **คาดปีนี้มูลค่าโต 8.5-9 หมื่นล้าน** นายไพโรจน์ วัฒนโรดม กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจ.เอส.พี. พรีอเพอร์ตี จำกัด (มหาชน) หรือ JSP เปิดเผย “ประชาชาติธุรกิจ” ว่า ตลาดทาวน์เฮาส์กรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2560 มีมูลค่ารวม 78,000 ล้านบาท เติบโตจากปี 2559 อยู่ที่ 17% แนวโน้มปีนี้คาดว่าเติบโต 10% มูลค่ารวม 85,000-90,000 ล้านบาท ทั้งนี้ เช็กเมนต์ใหญ่สุดมีช่วงราคา

ระหว่าง 2-5 ล้านบาท มีส่วนแบ่งตลาดรวม 68,000 ล้านบาท สัดส่วน 87% ที่เหลือ 10,000 ล้านบาท เป็นทาวน์เฮาส์ระดับไฮเอนด์ ราคาเกิน 5 ล้านบาท สัดส่วน 13% แต่ถ้าเจาะลึกตลาดเมสจริงๆ พบว่า ก้อนใหญ่สุดเป็นของกลุ่มราคา 2-4 ล้านบาท มีมูลค่ารวม 53,000 ล้านบาท แต่ถ้าแยกเป็น 2 กลุ่มหลัก ราคา 2-3 ล้านบาท มีมูลค่ารวม 32,000 ล้านบาท และราคา 3-5 ล้านบาท มูลค่ารวม 36,000 ล้านบาท โดยส่วนแบ่งตลาด 78,000 ล้านบาท แบ่งเป็น กลุ่มพฤษา เรียวเอสเตท 23%, โกลด์เด็นแลนด์ 12%, เอพี (ไทยแลนด์) 8%, JSP 2% **JSP โขว์เก่าถูกกว่า 1-2 แสน**

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: First Section/พรีอเพอร์ตี

วันที่: จันทร์ 14 - พุธ 16 พฤษภาคม 2561

ปีที่: 40

ฉบับที่: 5044

หน้า: 6(ขวา), 7

Col.Inch: 131.60 Ad Value: 177,660

PRValue (x3): 532,980

คลิ๊ป: สี่สี่

หัวข้อข่าว: ยักษ์อสังหาฯชิงดำทาวน์เฮาส์2-4ล้าน ตลาด9หมื่นล้านคู่แข่งซื้อใจลูกค้ามนุษย์เงิน...

นายไพโรจน์กล่าวว่า บริษัทมีทาวน์เฮาส์เปิดขาย 11 โครงการ 8ทำเลที่บางปะกง ตีวานนท์ สาทร-กัลปพฤกษ์ แพรกษา รังสิตคลอง 1 วงแหวน-บางใหญ่ บางบัวทอง และศรีราชา แบรินด์เจทาว์น, เจวิลล่า, เจซีดี, เจแกรนด์ และเจเอเนวิว รวม 1,053 ยูนิต มูลค่า 2,166 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเหลือขาย 12-81%

กลยุทธ์การแข่งขัน 1.คู่แข่งรายใหญ่ออย่างน้อย 4 ราย เพิ่งประกาศเข้ามาลงทุน สินค้ายังไม่ได้สร้างจึงไม่ใช่สินค้าพร้อมอยู่ ดังนั้นจะใช้ความได้เปรียบที่มีสินค้าสร้างเสร็จมาเป็นจุดขาย 2.ลงทุนรีโนเวตซุ้ม-ป้อม-ป้าย-บ้านตัวอย่างเป็นตัวกระตุ้นความสนใจผู้บริโภค และ 3.ใช้กลยุทธ์ด้านราคาต่ำกว่ายูนิตละ 1-2 แสนบาท เนื่องจากอยู่ในตลาดมาหลายปีทำให้โครงการมีต้นทุนเดิม

“เราไม่ใช่พรีเอี่ยมแต่เป็นควอลิตี้ทาวน์เฮาส์ วัสดุใช้สินค้าผลิตจากโรงงาน ไม่ใช่สินค้านำเข้าจากจีน รวมทั้งจุดขายทำเลอยู่ติดถนนใหญ่ ทำให้คุณภาพชีวิตครอบครัวได้รับความสะดวกเพราะอยู่ใกล้แหล่งงาน สถานศึกษา”

บีกแบรินด์ชิงดำทุกทำเล

ผู้สื่อข่าวรายงานเพิ่มเติมว่า จากการสำรวจแผนธุรกิจพบว่า หลังจากหยุดทำตลาด 2 ปีที่แล้วกลุ่มควอลิตี้เฮาส์เตรียมเปิดตัว 10 โครงการ แบรินด์ กัสโต้ ราคา 2.5-3.9 ล้านบาท เป็นทาวน์เฮาส์สองชั้น เน้นตลาดพรีเอี่ยมชนกับแบรินด์ พลัสและลิริเพลส, กลุ่มเอพี (ไทยแลนด์) ประกาศแผนลงทุน 20 โครงการ ล่าสุดเปิดตัวแล้ว 14 โครงการ ส่งสัญญาฉบับสุดท้ายราคา 2.29-2.89 ล้านบาท อาทิ ทำเลรัตนวิเบศร์ บางใหญ่ ปิ่นเกล้า รังสิต ฯลฯ

กลุ่มเอสซี แอสเสทฯ เปิดตัวแบรินด์ verve 2 ทำเล ที่เพชรเกษม 81 ราคา 2.6-2.8 ล้านบาท กับรังสิต เริ่ม 1.99 ล้านบาท ทำเลใกล้กับลิริเพลส รังสิต ปัจจุบันอยู่ระหว่างถมดิน, ค่ายแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ส่งแบรินด์อินดี้ เริ่ม 2.99 ล้านบาท เจาะตลาดพรีเอี่ยม 3-5 ล้านบาท ในขณะที่แบรินด์บ้านใหม่เริ่มหายไปจากตลาด

กลุ่มพรีอเพอร์ตี เพอร์เฟค มีแบรินด์ โมดิวิลล่า 2-3 ล้านบาท ปีนี้จะมี ความเคลื่อนไหวเพราะเป็นเจ้าตลาดโซน รังสิต และบางบัวทอง ล่าสุดเตรียมขยับไปแข่งขันโซนลาดกระบัง ควบคู่กับมีแบรินด์เมโทรบิซทาว์น ราคา 3 ล้านบาท แข่งในตลาดพรีเอี่ยม, กลุ่ม LPN ซึ่งเข้าตลาดนี้ตั้งแต่ 3 ปีที่แล้ว, กลุ่มอาริยา พรีอเพอร์ตี, ศุภาลัย และกลุ่มลิลลิล พรีอเพอร์ตีที่เน้นทำตลาดราคาต่ำ 2 ล้านบาท

แสนลิริเป้าเฉียดหมื่นล้าน

นายสมเกียรติ หงษ์ทรัพย์ภิญโญ รองกรรมการผู้จัดการสายงานพัฒนาโครงการแนวราบ บริษัท แสนลิริ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า เตรียมเปิดตัวพรีเซล “ลิริเพลส” 8 ทำเลในกรุงเทพฯ และภูเก็ต มูลค่ารวม 9,600 ล้านบาท ราคาเริ่มต้น 1.69-4.5 ล้านบาท

ตัวโปรดัคต์ออกแบบเป็นทาวน์เฮาส์ หน้ากว้าง 5.2-5.7 เมตร 3 ห้องนอน 2-3 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 93-133 ตารางเมตร พัฒนากายใต้คอนกรีต Best in Class มี 4 จุดขาย ดีไซน์สไตล์ลอฟต์, ห้องอเนกประสงค์ชั้นล่าง, ห้องครัว และ Educational Playground สนามเด็กเล่น ทั้งนี้ ในเดือนพฤษภาคมนี้เตรียมจัดอีเวนต์เปิดตัวพรีเซล 5 โครงการ โดย 2 โครงการแรก ลิริเพลส รังสิต กับลิริเพลส นวนคร เปิดตัวพรีเซลวันที่ 12-13 พฤษภาคม ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ จัดโปรโมชั่นผ่อนดาวน์ 999 บาทนาน 1 ปี

“แผนธุรกิจตั้งเป้าเปิดตัวลิริเพลส ปีละ 6-8 โครงการ เจาะลูกค้าคนทำงาน รายได้ครอบครัวละ 4-6 หมื่นบาท เน้นขายคนในพื้นที่ 70-80% ที่เหลือเป็นลูกค้าที่มีความต้องการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัย แต่งงานย้ายมาอยู่ใกล้โรงเรียน ที่ทำงาน”

โกลด์เน้นมนุษย์เงินเดือน

นายแสนดิน ลูซี่ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท แผ่นดินทอง พรีอเพอร์ตี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ โกลด์เอนด์แลนด์ กล่าวว่า การเข้ามาแข่งขันของรายใหญ่ถือเป็นเรื่องปกติ กลยุทธ์คือต้องป้องกันแชมป์ในตลาดที่มีความชำนาญ

เจาะตลาดลูกค้ามนุษย์เงินเดือน มีรายได้ครอบครัวละ 3-4 หมื่นบาท ราคา 1.8-2.5 ล้านบาทในต่างจังหวัด ส่วนกรุงเทพฯและปริมณฑล ราคาหลักอยู่ที่ 2-4 ล้านบาท “เป้ารายได้รวมปีนี้ 17,000 ล้านบาทรับมา 10,000 ล้าน มั่นใจว่าทำได้”

พฤษภาแถมดอกเข็มหลังบ้าน

นายธีรเดช เกิดสำอางค์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจทาว์นเฮาส์ บริษัท พฤษภา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ปัจจุบันมีทาวน์เฮาส์อยู่ระหว่างขาย 120 โครงการ อยู่ใน กทม.-ปริมณฑล 106 โครงการ ต่างจังหวัด 14 โครงการ แผนปีนี้ตั้งเป้าเปิดตัวใหม่ 44 โครงการ มูลค่ารวม 27,853 ล้านบาท โดยต่างจังหวัดเน้นโซน EEC ได้แก่ ชลบุรี 3 โครงการ ระยอง 3 โครงการ ฉะเชิงเทรา 1 โครงการ มูลค่ารวม 5,200 ล้านบาท ภูเก็ต 2 โครงการ เชียงใหม่ 1 โครงการ

กลยุทธ์ทาวน์เฮาส์ เน้นเจาะตลาดกลาง-ล่าง ราคา 1.5-2 ล้านบาท ปีนี้ขยายฐานไปสู่ราคา 3-5 ล้าน และ 5-7 ล้านบาทมากขึ้น หนึ่งในกลยุทธ์การขายมีการขายผ่านลูกค้าองค์กร 120 ราย เน้นสินค้าพร้อมอยู่ มีวงจรถูกตั้งแต่วันจองจนถึงวันโอนเฉลี่ย 36 วัน บนหลักการ ready to move in ราคาต่ำสุด 1.6-1.7 ล้านบาท เฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 2.2-2.3 ล้านบาท เป็นระดับราคาสูงกว่าปีที่แล้วมาจากสาเหตุต้นทุนที่ดินสูงขึ้น

“รายใหญ่หันมาบุกทาวน์เฮาส์มองว่าเป็นผลดีกับผู้บริโภคเพราะมีตัวเลือกมากขึ้น ในแง่ผู้ประกอบการก็ดี มีกระแสส่งมากขึ้น จุดเด่นพฤษภา เราใส่ใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่มักต่อเติมห้องครัว จึงได้ลงทุนตกแต่งเสาชემรองรับไว้เลย ลูกค้าทำเพิ่มแค่หลังคาที่ฝ้าห้อง-พื้นห้อง โดยตลาดกลาง-ล่าง 1.5-2 ล้านบาท เจาะแข่งขันอยู่ที่นนทบุรี ปทุมธานี รังสิต สมุทรปราการ ตลาด 2-5 ล้าน