

เมกะโปรเจกต์รัฐ-บ้านสร้างเองผู้รับ'รางวัล'

'วัสดุก่อสร้าง'คึก สัญญาฉบับวงแรง!

"เอสซีจี" เผยเห็นสัญญาณบวก 3 เด้งเศรษฐกิจโตตัน อสังหาริมทรัพย์และวัสดุก่อสร้าง ติดตาม โครงการรัฐหนุนส่งอิฐหิน ปูน ทรายขายดี และราคาพืชผลการเกษตรดี ผู้บริโภคกำลังซื้อ โดยเอสซีจีปรับแผนเน้นขายสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม (High Value Added : HVA) ด้วยเทคโนโลยีระบบการก่อสร้าง และรูปแบบการอยู่อาศัยที่มี "Performance" พร้อมเปิดช่องทางอี-คอมเมิร์ซ ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ "ด้านรับสร้างบ้าน" กลุ่มบิวท์ ทู บิวด์ เผยภาคอสังหาฯ ได้อานิสงส์เมกะโปรเจกต์รัฐ เปิดแบบบ้าน 12 แบบใหม่ ครอบคลุมใหญ่พื้นที่ใช้สอย 200-450 ตารางเมตร ราคาเริ่ม 2-12 ล้านบาท

นายนิธิ ภัทรโชค ผู้ช่วย

ผู้จัดการใหญ่-ตลาดในประเทศ ธุรกิจ เอสซีจี ซีเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง เปิดเผยว่า ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์และวัสดุก่อสร้างในปีนี้เป็นเนื่องจากมองเห็นปัจจัยบวก 3 ปัจจัย คือ การลงทุนพื้นฐานด้านคมนาคมของภาครัฐที่ส่งผลให้เม็ดเงินขยายตัว ทำให้เกิดการก่อสร้างบ้าน และคอนโดมิเนียมตามมา อีกทั้งยังเริ่มเห็นปัจจัยบวกจากการที่ผู้บริโภคบางส่วนโดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกินเดือนละ 50,000 บาท ได้ปลดภาระผ่อนหนี้ในโครงการรถคันแรกไปตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมา

และปัจจัยบวกจากราคาพืชผลการเกษตรที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ยางพารา ปาล์ม อ้อย ส่งผลให้ในปีนี้มีบริโภคนิยมกำลังซื้อมากขึ้น **หน้า 11**

'วัสดุก่อสร้าง'คึก

โดย "เอสซีจี" ได้ไปกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มที่ต้องการสร้างบ้านใหม่ และกลุ่มที่ต้องการรีโนเวตบ้านเก่า ด้วยการจัดแคมเปญ "SCG Family Festival ยิ่งช้อป ยิ่งคุ้ม ลุ้นเที่ยวฟรี" นำวัสดุก่อสร้างที่ลูกค้านิยมซื้อเป็นคู่ หรือเป็นระบบ มาจัดเป็นชุดสินค้าราคาพิเศษ 5 เซ็ต ได้แก่ เซ็ตคู่สุดคุ้ม เช่น กระเบื้องหลังคาและอุปกรณ์หลังคา, เซ็ตระบบหลังคาตอบทุกสไตล์แบบบ้าน, เซ็ตบ้านเย็น, เซ็ตบ้านเขียว และ เซ็ตบ้านปลอดภัย ในกลุ่มสินค้าเป็นระบบ และยังจัดสินค้าราคาพิเศษให้ได้ลุ้นทริปเที่ยวประเทศโอซีสเอนด์ สำหรับลูกค้าที่มีแผนสร้างบ้านได้ตั้งแต่วันที่ 30 พฤษภาคม 2560 นอกจากนี้ ในครึ่งปีหลังบริษัทเตรียมจัดแคมเปญสำหรับลูกค้าที่ต้องการรีโนเวตบ้านอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม นอกจากการจัดแคมเปญแล้วนวัตกรรมที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในการสร้างบ้านก็เป็นเรื่องสำคัญ โดยเราจะเน้น Performance การอยู่อาศัย 3 ด้านหลัก ได้แก่ "Living Comfort Performance การสร้างสภาวะอยู่สบาย" เช่น เทคโนโลยีให้บ้านอยู่สบายประการที่ 2 "Care Performance พัฒนาโซลูชันที่ตอบโจทย์คนภายในบ้านให้ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน" และ "ECO Saving Performance พัฒนาเทคโนโลยีการก่อสร้าง ระบบและวัสดุเพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในที่อยู่อาศัย" ซึ่งจะเริ่มเปิดตัวอย่างเป็นทางการในงานสถาปนิก 60 ระหว่างวันที่ 2-7 พ.ค. 2560 นี้ ที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี นอกจากนี้ ในส่วนของช่องทางขาย ปัจจุบันมีเอสซีจี โฮมโซลูชัน จำนวน 41 สาขา และเอสซีจี เอ็กซ์พีเรียนซ์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมให้คำปรึกษาทุกขั้นตอนของการสร้าง

บ้านจำนวนกว่า 356 สาขา และได้รุกช่องทางจำหน่ายอี-คอมเมิร์ซ ที่สะดวก รวดเร็ว โดยพัฒนาระบบการขายผ่านเว็บไซต์ www.scgshoppingexperience.com ปัจจุบันมีการจำหน่ายสินค้าบนเว็บกว่า 2,500 รายการ ซึ่งสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มสินค้าแลนต์สเคป และกลุ่มสินค้าเอสซีจี เอลเดอร์แคร์ โซลูชัน นายนิธิ กล่าวในที่สุด

ด้านรับสร้างบ้าน "กลุ่มบิวท์ ทู บิวด์" เผยภาคอสังหาฯ ได้อานิสงส์เมกะโปรเจกต์ภาครัฐ ส่ง 12 แบบบ้านใหม่กระตุ้นกำลังซื้อ ดันยอดขายทั้งกลุ่มปีนี้โตเพิ่ม 12% นายสุริย เกตุศิริ กรรมการผู้จัดการ กลุ่มบิวท์ ทู บิวด์ ผู้ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้านซึ่งประกอบด้วย บริษัท บิวท์ ทู บิวด์ จำกัด บริษัท บางกอก เอ็นวิโรเตอร์ จำกัด และ บริษัท สมอลล์เฮาส์ บิวเดอร์ จำกัด เปิดเผยว่าทิศทางเศรษฐกิจไทยในปี 2560 ตนมองว่ายังมีขาขึ้นและเชื่อว่าเศรษฐกิจของประเทศจะค่อยๆฟื้นตัวดีขึ้นตามลำดับ ซึ่งคาดว่าจะจีดีพีประเทศจะโตไม่ต่ำกว่า 3.5% เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่โตในระดับ 3.2% โดยเนื่องจากการที่ภาครัฐได้มีการลงทุนเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่จะมีความคืบหน้าชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น รวมถึงมาตรการของภาครัฐที่ออกมากระตุ้นกำลังซื้อของภาคครัวเรือน และคาดการณ์ว่าจะมีผลทำให้ภาคเอกชนเพิ่มการลงทุนมากขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยที่สนับสนุนรวมถึงส่งผลให้ธุรกิจอสังหาฯ และธุรกิจรับสร้างบ้านดีขึ้นกว่าในปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทตั้งเป้ารายได้ทั้งกลุ่มเติบโตขึ้นประมาณ 10-12% หรือมีรายได้ประมาณ 900 ล้านบาท โดยเชื่อว่ากำลังซื้อยังมีอยู่มากในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความตั้งใจปลูกสร้างบ้าน แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจรับสร้างบ้านจะต้องเร่งปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพราะปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพการก่อสร้างมากยิ่งขึ้น ทำให้มีการศึกษา เปรียบเทียบ และเลือกบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจก่อนที่จะตัดสินใจปลูกสร้าง ผู้ประกอบการในธุรกิจรับสร้างบ้านยังต้องพัฒนาศักยภาพ แบบบ้านฟังก์ชันการใช้งาน ควบคู่การบริการและการก่อสร้างให้มีคุณภาพมากขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้น กลยุทธ์การตลาดในปีนี้เป็นเพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มได้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น ล่าสุด กลุ่มบริษัทได้ออกแบบบ้านรุ่นใหม่ 12 แบบ พื้นที่ใช้สอยประมาณ 200-450 ตารางเมตร ในระดับราคาตั้งแต่ 2-12 ล้านบาท ซึ่งได้มีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันความต้องการสร้างบ้านของคนสมัยใหม่จะเน้นอยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่มากขึ้น สอดรับกับแนวโน้มที่ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ กลุ่ม

สยามธุรกิจ

Slam Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: เสาร์ 18 - ศุกร์ 24 กุมภาพันธ์ 2560

ปีที่: 23

ฉบับที่: 1629

หน้า: 1 (กลางขวา), 11

Col.Inch: 51.44

Ad Value: 56,584

PRValue (x3): 169,752

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: เมกะโปรเจกต์รัฐ-บ้านสร้างเองผู้รับ'รางวัล' 'วัสดุก่อสร้าง' คึก สัญญาฉบับแกร่ง!

บริษัทจึงเน้นการออกแบบบ้านที่มีฟังก์ชันการใช้งานช่วยสร้างความอบอุ่นและ Activities ภายในครอบครัวให้ได้ใกล้ชิดโดยแบบบ้านใหม่จะใช้นวัตกรรมก่อสร้างระบบโครงสร้างสำเร็จรูปมีความมั่นคง แข็งแรง และก่อสร้างได้ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งในช่วงเปิดตัวแบบบ้านใหม่ทั้ง 12 แบบนี้ ได้จัดโปรโมชั่น ราคาพิเศษสุดๆ ภายใน 25 ก.พ.2560 นายสุธี กล่าว