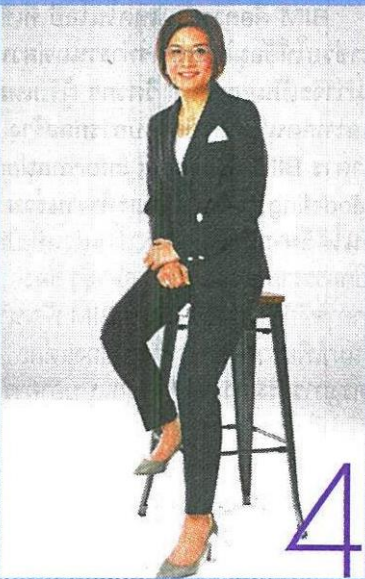


เสนาฯ ฝ่ามรสุม

มุ่งสร้างความแตกต่าง

รับมือสังหาฯปีหน้าแข่งเดือด



'เสนา' ฝ่ามรสุม

มุ่งสร้างความแตกต่าง

รับมือสังหาฯปีหน้าแข่งเดือด

ExecutiveTalk

อัญชญา สารสุ

“**น**าตรการกระตุ้นตลาดอสังหาฯ ที่กระทรวงการคลังประกาศออกมาใช้นั้น ถือเป็นขอมริบแล้วว่าเศรษฐกิจในช่วงนี้ไม่ดีจริง ๆ เพราะกว่า 10 ปีที่ผ่านมา คลังออกมาตรการนี้มาแล้ว 3-4 ครั้ง และทุกครั้งเกิดจากการที่ทุกคนเชื่อว่าเศรษฐกิจไม่ดี และผู้บริโภคไม่เชื่อมั่น เมื่อรัฐมองว่าไม่ดีจึงออกมาตรการมาช่วยเหลือภาคอสังหาฯ เพราะเป็น sector ที่มีขนาดใหญ่และมีผลต่อจีดีพีค่อนข้างมาก”

นั่นคือมุมมองของ “ดร.ยุ้ย - ผศ.ดร.เกษรา รัญลักษณ์ภาคย์” รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารหญิงแกร่งแห่งวงการอสังหาริมทรัพย์ ที่มาจะร่วมแบ่งปันความคิดเห็นต่อสถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันและทิศทางในปีหน้ากับทีมงาน Property Focus ตลอด

จนแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ (ดีเวลลอปเปอร์) และของเสนาฯ เอง

โดยบอกว่า ปัจจัยลบต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบต่อภาคอสังหาฯ นั้นเรียกได้ว่าเป็น Perfect Storm หรือพายุที่สมบูรณ์แบบมากลูกหนึ่ง คือไม่ตีทุกอย่าง ตั้งแต่เศรษฐกิจชะลอตัวลง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง ไม่กล้าซื้อสินค้า ไม่กล้าซื้อบ้าน และยังมีปัจจัยอื่นด้วยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนฐานทางการแข่งขัน ก็คือการจำกัดความสามารถในการกู้จากมาตรการ LTV ของแบงก์ชาติ ถือเป็นเคราะห์ซ้ำกรรมชดภาคอสังหาฯ

ยังมีกฎหมายภาษีที่ดินใหม่ซึ่งจะมีผลบังคับใช้อีกในปีหน้า ทำให้สต็อกคงเหลือที่จากเดิมไม่ต้องจ่ายภาษีก็ต้องจ่าย โครงการที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างก็ต้องจ่ายเช่นกัน ยิ่งซ้ำเติมหนักเข้าไปอีก หรือจะหันไปพึ่งพากลุ่มนักลงทุนต่างชาติก็ไม่ได้อีก ทำให้ตอนนี้ดีเวลลอปเปอร์หลายรายต่างต้องพยายามเร่งขายออกมาให้ได้มากที่สุด

ส่วนปีหน้า มองว่าภาวะเศรษฐกิจน่าจะใกล้เคียงกับปีนี้ ดีเวลลอปเปอร์ทุกรายจะพยายามตัดต้นทุน และบริหารจัดการต้นทุนของตนเองเป็นหลัก เน้นการบริหารแบบ

conservative ขณะที่ เสนาเอง ผ่านร้อนผ่านหนาวมาหลายรอบแล้ว จึงยังคงขยของไปตามปกติ แต่ก็มุ่งเน้นการมองหานวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการต้นทุนภายใน เพื่อจะสามารถนำเสนอสินค้าที่คุ้มค่าให้กับลูกค้าของเราต่อไปได้ แต่การเปิดตัวโครงการใหม่ก็จะไม่ active เท่าเดิม

“ปีหน้าเราจะเน้นการควบคุมต้นทุนเป็นหลัก และจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น เพื่อให้การใช้บการตลาดเกิดประสิทธิภพมากที่สุด รวมถึงการปรับโปรดัคทีให้อยู่ในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจนี้ ทำให้ เสนา เปิดตัวแบรนด์ใหม่ SENA-AZU โดยพยายามเจาะกลุ่มเป้าหมายให้มีความชัดเจนขึ้น และสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า” ดร.เกษรา กล่าว

ทั้งนี้ SENA-AZU คือ โครงการคอนโดมิเนียมที่เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นคณรักสุขภาพโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นเทรนด์ที่มาแรงและมีอัตราการเติบโตสูง ไม่ว่าจะเป็นอาหารคลีนหรืออาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายประเภทต่างๆ รวมไปถึงการเข้าใช้บริการด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู และการชะลอวัย เสนา จึงนำแนวคิดความตระหนักในเรื่องสุขภาพ และพฤติกรรมออกกำลังกาย มาออกแบบเป็นโครงการคอนโดมิเนียมที่เหมาะสมกับการรักษาสุขภาพของผู้อยู่อาศัย และเพื่อให้พวกเขามีสุขภาพที่ดีขึ้น

อย่างเช่น สระว่ายน้ำระบบเกลือยาว 55 เมตร แบบ Triple Swimming Pool , Jogging Track ลู่วิ่งที่รอบล้อมไปด้วยต้นไม้ใหญ่และสวนสีเขียว พร้อมบ้ายบอทางที่เหมาะสมต่อการวิ่งออกกำลังกาย รวมถึงการจับมือกับพันธมิตร คือ โรงพยาบาลกรุงเทพ มอบบัตรสมาชิกชีวิวัฒน์แวลูโกลด์ เป็นบริการรถพยาบาลฉุกเฉินสำหรับลูกบ้านในโครงการ และจัดแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่ลูกค้า พันธมิตรอีกรายคือ FIT Thailand จะเข้ามาจัดเวิร์คชอปพร้อมส่งเทรนเนอร์พิเศษมาให้



ปีหน้าตลาดจะยังคงคึกคัก
ด้วยการแข่งขันที่ค่อนข้างดุเดือด
จากบรรดาดีเวลลอปเปอร์
ทุกรายจะแข่งขันกันนำเสนอ
โปรโมชันเพื่อกระตุ้น
ยอดขายกันตลอดทั้งปี



ความรู้ในการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกายและโภชนาการที่ดีแก่ลูกบ้านโดยเฉพาะ

ดร.เกษรา กล่าวด้วยว่า สำหรับ SENA - AZU เราเลือกตั้งทำเล คือในย่านพระราม 9 แม้จะไม่ติดถนนใหญ่ แต่ก็อยู่ในย่านชุมชน ใกล้รถไฟฟ้า มีที่จอดรถใหถึง 70% และจัดพื้นที่ส่วนกลางให้มากขึ้น ที่สำคัญคือ จะสามารถขายในราคาที่ต่ำแต่ได้ห้องขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งต้องบอกด้วยว่าแบรนด์ใหม่นี้ไม่ใช่คอนโด mainstream จึงไม่สามารถเปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ ที่อยู่ติดถนนใหญ่ได้ แต่จะเป็นคอนโดสำหรับผู้ที่ชื่นชอบการออกกำลังกาย การรักษาสุขภาพ และไม่ต้องแย่งที่จอดรถกับคนอื่นฯ

ทั้งหมดนี้ เป็นสิ่งที่เสนาฯ พยายามจะนำเสนอ
ในสิ่งที่ไม่เหมือนคนอื่น แต่ keyword คือ
ราคาต้องไม่แพง ภายใต้การมอบสิ่งต่างๆ
ให้มากมายกับลูกบ้าน ในราคาขายรวม
80,000 บาทต่อตารางเมตร
ส่วนแผนอื่นๆ ในปีหน้า ลดปริมาณ
การเปิดโครงการคอนโดมิเนียมใหม่
ส่วนโครงการคอนโดเปิดไปแล้ว เน้นนำ
เสนอโปรโมชันที่ให้มากกว่ามาตรการ
ลดค่าธรรมเนียมการโอนและจดจำนอง
ที่ภาครัฐลดลงไปให้ และหันไปพัฒนา
โครงการแนวราบมากขึ้น ทำให้ในปีหน้า
น่าจะได้เห็นอะไรสนุกๆ สำหรับแนวราบ
จากเสนาฯ ด้วย

ทั้งนี้ เมื่อถามถึงมุมมองตลาดอสังหา
ในปีหน้า รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บมจ.เสนาฯ กล่าวว่า ตลาดจะยังคงคึกคักด้วยการ
แข่งขันที่ค่อนข้างดุเดือดจากบรรดาดีเวลลอปเปอร์
ทุกรายจะแข่งขันกันนำเสนอโปรโมชันเพื่อกระตุ้น
ยอดขายกันตลอดทั้งปี และเชื่อว่าแข่งขันกันจะสูงขึ้น
กว่าปีนี้ด้วยซ้ำ สำหรับสินค้าใหม่ที่จะเข้ามาสู่ตลาด จะมี
ราคาที่ถูกลง ทุกคนจะหันมาแข่งขันในตลาดราคาที่ไม่แพง
นัก และจะพยายามสร้างความเป็นผู้นำในกลุ่มตลาดบ้าน
ราคาไม่แพงในทำเลที่เข้าไปพัฒนาโครงการ

“เทรนด์ของการพัฒนาโครงการใหม่นับจากนี้
ดีเวลลอปเปอร์จะหยิบโปรเจกต์ในเชิงที่มีจุดขายที่
สามารถแข่งขันได้ในด้านราคา แม้จะไม่เน้นหยิบยกขึ้นมา
พูดถึงก็ตาม ซึ่งก็เหมือนย้อนกลับไปเมื่อ 7-8 ปีก่อน
แต่ก็อาจจะไม่เหมือนกันทั้งหมด ที่เหมือนกันคือการ
พัฒนาโครงการในราคาไม่สูงแต่ก็ตรงกับความต้องการ
ของผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สามารถซื้อสินค้าได้”

ดร.เกษรา กล่าวและบอกด้วยว่า

ปัจจัยบวกต่อตลาดอสังหา ในปีหน้านั้นยังมี
อยู่บ้าง ซึ่งก็มองว่าจะมีโครงการเปิดใหม่น้อยลง
ทำให้ปริมาณซัพพลายในตลาดลดลง รวมถึงทิศทาง
อัตราดอกเบี้ยที่ถูกลงด้วย