

'ศุภาลัย-แสนสิริ' ใหญ่ชนใหญ่ เปิดศึกชิงเจ้าตลาดอสังหาฯ ภูเก็ต

ตลาดอสังหาฯต่างจังหวัดในเมือง
ท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจ 10
เดือนแรกที่ผ่านมา ร้อนแรงและ
มีสีสันอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ล่าสุด
"อิสระ บุญยัง" นายกสมาคมธุรกิจบ้าน
จัดสรร ก็ออกมาฟันธงว่า...ปีหน้าตลาด
อสังหาฯต่างจังหวัดจะยังคงคึกคัก

แสนสิริเปิดเกม "รุก-รบ-เร็ว"

"ประชาชาติธุรกิจ" รวบรวมข้อมูล
เปิดตัวโครงการในต่างจังหวัดของ บมจ.
แสนสิริ พบว่าเริ่มพัฒนาโครงการใน
ต่างจังหวัดที่หัวหินเป็นแห่งแรกตั้งแต่
ปี 2531 คือโครงการบ้านไข่มุก และขยาย

ไปยังภูเก็ต เขาใหญ่ เชียงใหม่ และพัทยา
ปัจจุบันมีโครงการเปิดตัวไปแล้ว 27 โครงการ
รวมมูลค่าโครงการกว่า 25,400 ล้านบาท
แบ่งเป็นบ้านแฝด-ทาวน์เฮาส์ 2 โครงการ
และคอนโดฯ 25 โครงการ

ล่าสุดค่ายนี้เปิดตัวคอนโดฯใน
ต่างจังหวัดอีก 2 โปรเจกต์รวดเร็ว คือเดอะ
เบส อพทาวน์ ภูเก็ต และเดอะเบส ไฮท์
มิตรภาพ ขอนแก่น และน่าจะเป็นโครงการ
ส่งท้ายปีในต่างจังหวัด เท่ากับเบ็ดเสร็จนับ
จากไตรมาส 4/2554 ถึงปัจจุบัน แสนสิริ

ลงทุนในภูเก็ตแล้ว 21 โครงการ

ทั้งนี้ ถ้าตัดตอนในรอบ 1 ปี
ที่ผ่านมา ตั้งแต่ไตรมาส 4/2554 ถึง
ต้นเดือนตุลาคม 2555 ปรากฏว่าค่ายนี้
ติดสปริงบอร์ด เปิดตัวโครงการต่างจังหวัด
ไปแล้วถึง 19 โครงการ รวมมูลค่าโครงการ
กว่า 19,800 ล้านบาท

ขณะที่กลุ่มลูกค้าแสนสิริ หากเป็น
โครงการปักธงในเมืองท่องเที่ยว เช่น หัวหิน
พัทยา ลูกค้า 80-90% เป็นคนกรุงเทพฯ
เขาใหญ่ ลูกค้า 100% เป็นคนกรุงเทพฯ
ส่วนภูเก็ตและเชียงใหม่ประมาณครึ่ง ๆ
เป็นคนกรุงเทพฯ-ท้องถิ่น

โครงการในต่างจังหวัด ของบิกแบรนดอสังหาฯ 4 ราย

ศุภาลัย

หาดใหญ่ ขอนแก่น
ภูเก็ต เชียงใหม่
สุราษฎร์ธานี ชลบุรี
คอนโดฯ 8

บ้านเดี่ยว+ทาวน์เฮาส์ 26
กว่า **22,000** ล้านบาท

แสนสิริ

หัวหิน ภูเก็ต
เขาใหญ่ เชียงใหม่ พัทยา
ทาวน์เฮาส์+บ้านแฝด 2
คอนโดฯ 25

25,400 ล้านบาท

ซี.พี.แลนด์

ขอนแก่น
มหาสารคาม อุดรธานี
คอนโดฯ 5
กว่า **2,000**
ล้านบาท

แอล.พี.เอ็น.ฯ

พัทยา-ชลบุรี
คอนโดฯ 4
10,000 ล้านบาท

ที่มา : ประชาชาติธุรกิจรวบรวม

แต่เป็นแนวทางจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ถือว่าแตกต่างจากค่าย "ศุภาลัย" ที่ถือเป็นเจ้าตลาดต่างจังหวัดมาก่อน เพราะกลยุทธ์คือทุกจังหวัดที่ไปเน้นจับกลุ่มลูกค้าคนท้องถิ่นในพื้นที่ 90% ที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ไม่ใช่การซื้อเพื่อเก็งกำไรจากการขายต่อ

ศุภาลัยรักษาแชมป์ธุรกิจ

กล่าวสำหรับ "ศุภาลัย" เริ่มพัฒนาโครงการในขนาดใหญ่เป็นที่แรก ภายใต้บริษัทร่วมทุน "หาดใหญ่นครินทร์" เมื่อ 26 ปีที่แล้ว ก่อนที่จะตั้งบริษัทศุภาลัย 2 ปีด้วยซ้ำ จนถึงปัจจุบันขยายการลงทุนเพิ่มอีก

5 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น ภูเก็ต เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี และชลบุรี ส่วนปีหน้ามีแผนลงทุน 2 จังหวัดใหม่ "อุดรธานี-ระยอง"

ขณะที่ผู้บริหารแสดงความมั่นใจ ถ้าไม่นับเมืองพักผ่อนอย่าง "หัวหิน-พัทยา-เขาใหญ่" ที่ศุภาลัยไม่ได้เปิดโครงการ เพราะไม่ตรงเป้าหมายที่จับกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่นเป็นหลัก...ศุภาลัยคือเบอร์หนึ่งในตลาดอสังหาฯธุรกิจขณะนี้ !

"การพัฒนาโครงการต่างจังหวัด เราไม่ได้มองที่เป้าหมายระยะยาวได้เป็นอันดับหนึ่ง แต่ถ้าดูจากจำนวนจังหวัดที่เปิดตัว เชื่อว่าเรามากที่สุด และโครงการสะสม ถ้าไม่นับหัวหิน พัทยา และเขาใหญ่ ก็ถือว่าเราเป็นอันดับหนึ่ง

เพราะพัฒนาโครงการในต่างจังหวัดมาแล้ว 34

โครงการ รวมมูลค่า

โครงการไม่ต่ำกว่า

22,000 ล้านบาท

บาท" ไตรเดชะ

ตั้งมติธรรม

กรรมการบริหาร บมจ.ศุภาลัย ในฐานะทายาทธุรกิจที่ดูแลตลาดอสังหาฯต่างจังหวัดเป็นหลักของ "ประทีป ตั้งมติธรรม" ประธานกรรมการบริหารและผู้ออกตั้งศุภาลัยระบุ

สำหรับปีนี้ประมาณการยอดขายจากโครงการต่างจังหวัดที่กว่า 5,000 ล้านบาท ซึ่งน่าจะทำได้ถึง 25% จากเป้าหมายยอดขายรวมทั้งปี 21,000 ล้านบาท ถือว่าเกินเป้าที่ตั้งไว้

หนึ่งในคีย์ซัพพอร์ตที่ทำให้ศุภาลัยประสบความสำเร็จในตลาดจังหวัด คือ 1) การตั้งราคาในโปรเจกต์คุณภาพเดียวกันได้ต่ำกว่าคู่แข่งเฉลี่ย 5-10% เนื่องจากมีจุดแข็งเรื่องการคุมต้นทุน และ 2) แบรนต์ศุภาลัยเป็นที่รู้จักและยอมรับในต่างจังหวัด โดยโครงการล่าสุด...ศุภาลัย @ เวียง มอนเต้ เชียงใหม่ (คอนโดฯ) จำนวน 738 ยูนิต ก็มียอดลูกค้าที่สนใจลงทะเบียนล่วงหน้าแล้วกว่า 700 ราย

"ผมค่อนข้างแฮปปี้กับผลที่ออกมา คิดว่าใน 2-3 ปีนี้คงมีอีก 3-4 จังหวัดใหม่ ๆ ที่เข้าไปลงทุนได้ แต่คงยังบอกไม่ได้" ความเห็นจาก ไตรเดชะ ผู้บริหารรุ่นใหม่ศุภาลัย

LPN ชุ่มซื้อที่ชะอำ

นอกจาก "แสนสิริ-ศุภาลัย" ที่ต้องพูดถึงคือเจ้าตลาดคอนโดฯระดับกลาง "แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์" หรือ LPN ที่ล่าสุด

มีข่าวว่าได้ชุ่มซื้อที่ดินติดทะเลที่ "ชะอำ" เข้ามาแล้ว และน่าจะเปิดตัวคอนโดฯระดับราคา 1 ล้านบาท ในเร็ว ๆ นี้ หลังจากรุกตลาดคอนโดฯพัทยา-ชลบุรี มาแล้ว 4 โครงการ รวมมูลค่าโครงการ ประมาณ 10,000 ล้านบาท

กลยุทธ์ค่าย LPN มีทั้งจับกลุ่มคนทำงานในท้องถิ่น อย่างโครงการแรก ลุมพินี คอนโดทาวน์ พัทยา ที่ปิดการขายภายในสัปดาห์เดียว ล่าสุด ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท จำนวนกว่า 4,000 ยูนิต ก็ปิดการขายเฟสแรก ประมาณ 2,000

ยูนิต ได้ในวันเดียว

ส่วนคอนโดฯตากอากาศที่จับคนกรุงเทพฯ คือลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์อมตย์ มียอดขายแล้วกว่า 30% และลุมพินี พาร์คบีช จอมเทียน ก็มียอดขายกว่า 80%

ซี.พี.แลนด์ โดดตามน้ำ

อีกรายที่ต้องจับตามองในตลาดต่างจังหวัด เพราะเน้นจับดีมานด์คนท้องถิ่น คือ "ซี.พี.แลนด์" ที่ใช้แบรนต์คอนโดฯ "กัลปพฤกษ์" ทำตลาดเจาะกลุ่มคนท้องถิ่น

การเปิดตัวโครงการที่ภาคอีสานถือว่าไปได้ดี โครงการ "กัลปพฤกษ์" ดิถดนน มะลิวัลย์ เฟสแรก 3 อาคาร ปิดการขายได้ภายในไม่ถึง 1 สัปดาห์ คอนโดฯ "กัลปพฤกษ์ มหาสารคาม" โกลด์ ม.มหาสารคาม ราคาเริ่มต้น 8 แสนบาท มูลค่าโครงการ 370 ล้านบาท เปิดตัวเมื่อมิถุนายนที่ผ่านมา ปิดการขายแล้ว

ล่าสุดได้เปิดตัวคอนโดฯกัลปพฤกษ์ ซิตี้ พัลส์ จังหวัดอุดรธานี และปิดการขายคอนโดฯ 158 ยูนิต ราคาเริ่มต้นยูนิตละ 1.2 ล้านบาท ปิดการขายได้ภายในวันเดียว และเตรียมเปิดตัวโครงการที่ 2 เร็ว ๆ นี้

ตัวอย่างทั้งหมดนี้เป็นจังหวะขาขึ้นของอสังหาฯตลาดธุรกิจจริง ๆ