

ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 90,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: ศุกร์ 30 สิงหาคม 2562

ปีที่: 25

ฉบับที่: 6284

หน้า: 1(บนซ้าย), 5

Col.Inch: 35.05

Ad Value: 38,555

PRValue (x3): 115,665

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: สำนักข่าวริชดา: SENA-RICHY หนีล่าง..ขึ้นสู่บน!?



สำนักข่าวริชดา ต่อจากหน้า 1

กำลังซื้อภายในประเทศก็ไม่เติบโตเหมือนเก่า บวกกับคอนโดมิเนียมในบางทำเล เริ่มมีสัญญาณโอเวอร์ซัพพลาย แถมยังเจอมาตรการคุมสินเชื่อที่อยู่อาศัย (LTV) ของแบงก์ชาติอีก

ทำให้ต้องดิ้นหนีตายกันจ้าละหวั่น !!

การหันมารุกตลาดพรีเมียมของบริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ SENA และ บริษัท ริชชีเพลซ 2002 จำกัด (มหาชน) หรือ RICHY จึงถือเป็นอีกแนวทางการปรับตัวที่น่าสนใจ !!

เพราะเป็นการหนีจากตลาดระดับล่างขึ้นสู่ตลาดระดับพรีเมียม หรือไฮเอนด์...

โดย SENA ได้ตั้งบริษัท อีลีท เรสซิเดนซ์ จำกัด (อีลีท เรสซิเดนซ์) เพื่อดูแลโครงการพรีเมียมโดยเฉพาะ พร้อมตั้งเป้าหมายจะเปิดตัวโครงการใหม่ในระดับพรีเมียมอย่างน้อยปีละ 1 โครงการ และคาดว่าปี 2563 จะมีสัดส่วนมูลค่าโครงการประมาณ 10-20% ของมูลค่าการเปิดตัวโครงการทั้งหมด ซึ่งระดับราคาขายของสินค้า

อยู่ที่ประมาณ 150,000-190,000 บาทต่อตารางเมตร

ปัจจุบันมีโครงการระดับพรีเมียมอยู่ในพอร์ตแล้ว 1 โครงการ คือ โครงการ ปีติ เอกมัย (PITI Ekkamai) มูลค่าโครงการ 5,000 ล้านบาท

ล่าสุดได้ตั้ง **อนิกซ์ ฮอสพิทาลิตี้ กรุ๊ป** หนึ่งในบริษัทผู้นำด้านบริหารจัดการโรงแรม มาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ช่วยสร้างมาตรฐานการบริการระดับโรงแรมให้เกิดขึ้นกับโครงการระดับพรีเมียมของ SENA

ฟาก RICHY เมื่อปลายปี 2561 ก็ทุ่มงบ 100 ล้านบาท รีแบรนด์ The Rich อัปเดตสู่ระดับพรีเมียม จับกลุ่มลูกค้าเกรดเอ ประเดิมด้วย 2 โครงการใหม่ ได้แก่ The Rich พระราม 9-ศรีนครินทร์ ทริปเปิ้ลสเตรตชั่น มูลค่าโครงการ 2,500 ล้านบาท และ The Rich เอกมัย มูลค่าโครงการ 3,400 ล้านบาท

ระดับราคาขายเฉลี่ย 150,000 บาทต่อตารางเมตรขึ้นไป ส่วนคำถามที่ว่า ทำไม SENA และ RICHY ซึ่งเดิมเน้นทำคอนโดฯ ที่ไม่สูงมากนัก ราคาไม่แพง จับตลาดระดับล่างและกลาง...ต้องอัปเดตสู่ตลาดพรีเมียมนั้น น่าจะมาจาก 2 ปัจจัย

1) ตลาดพรีเมียม ที่ผ่านการแข่งขันยังไม่สูงมากนัก (แม้ไม่ใช่บูโฮเซียน แต่ก็ไม่ถึงขั้นเป็นทะเลแดงเดือด) เมื่อเทียบกับตลาดระดับล่างและกลางที่แข่งขันกันรุนแรง แถมกำลังซื้อเริ่มถดถอยลงเรื่อย ๆ

ขณะที่ดีมานด์หรือความต้องการของตลาดพรีเมียมมีสูง ความเสี่ยงต่ำ โอกาสเกิดเป็นหนี้เสียก็น้อย เพราะลูกค้ากลุ่มนี้ไม่มีข้อจำกัดเรื่องการเงิน

2) ต้นทุนที่ดินสูงขึ้น หากสร้างคอนโดมิเนียมหรือบ้านเพื่อจับตลาดระดับล่างหรือกลาง ราคาขายจะไม่สูงมากนัก ทำให้มาร์จิ้นต่ำ

แต่...หากจับตลาดพรีเมียมสามารถขายได้ราคาแพง มาร์จิ้นก็จะสูงตามไปด้วย

นี่จึงอาจเป็นอีกทางรอดของกลุ่มอสังหาฯ ในยุคที่กำลังซื้อระดับกลางและล่างหดหาย

ก็เอาใจช่วยให้ทั้งสองเจ้าทำผลงานออกมาดีได้ตามเป้าหมาย...

จะได้ช่วยเรียกความเชื่อมั่นให้กับหุ้นกลุ่มอสังหาฯ บ้าง... หลังจากถูกตราหน้าว่า ปืนหัวนอสังหาฯ จะย่าแยะ !! ...อิ อี อี...■