Real Estate Information Center
REIC

ข่าวอสังหาริมทรัพย์

ข่าวโครงการอสังหาริมทรัพย์ภาคเอกชน

อสังหาฯงัด บิ๊กดาต้า สแกนลงทุน-ลดเสี่ยง (01 August 2018)

ธุรกิจรุดดึงบิ๊กดาต้า ติดอาวุธธุรกิจ "บิ๊กแลนด์แอนด์เฮ้าส์" ออกโรงหนุน แจงช่วยลดต้นทุน วิเคราะห์ตลาด กระตุ้นยอดขาย สแกนหาพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก เหตุเป็นธุรกิจลงทุนสูงต้องปิดทุกช่องความผิดพลาด ขณะ ปตท.ระบุใช้เพิ่มศักยภาพ ดันธุรกิจรอดสูง

"บิ๊กดาต้า" กลายเป็นคลังข้อมูลที่ทุกธุรกิจหันมาให้ความสำคัญมากขึ้น ไม่เว้นแม้กระทั่งภาคอสังหาริมทรัพย์ เพราะโลกเทคโนโลยี ได้เปลี่ยนความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค ในการซื้อที่อยู่อาศัยไปอย่างมาก ทำให้การโฆษณาชวนเชื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลดลง ขณะที่คำบอกเล่าของผู้คนบนโลกออนไลน์ กลายเป็นตัวแปรการเลือกแบรนด์และซื้อบ้านมากขึ้น

ดังนั้นหากนำบิ๊กดาต้า มาใช้ในเกมธุรกิจ จะเป็นอาวุธที่ทรงพลัง รู้ใจผู้บริโภคแล้ว ยังคาดการณ์แนวโน้มตลาดได้ "เร็ว" กว่าคู่แข่ง เปิดโอกาสให้ยึดตลาดที่เป็นทำเลทอง ผุดโปรเจคชิงลูกค้าได้ก่อนด้วย

วานนี้ (31 ก.ค.) ในงานเสวนา "เรียล เอสเตท บิ๊ก ดาต้า เทคโนโลยีขับเคลื่อนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์" จัดโดย บริษัท บาเนีย(ประเทศไทย) จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจเทคโนโลยีบิ๊กดาต้าอสังหาฯในรูปแบบของมาร์เก็ตเพลส และดาต้าอนาลิติกส์

โดยผู้เชี่ยวชาญด้านอสังหาฯ การเงิน ตลอดจนธุรกิจค้าปลีก ร่วมในเวทีเสวนา ต่างมองความสำคัญบิ๊กดาต้าว่าจะนำมาต่อยอดธุรกิจได้อย่างดี

นายอนันต์ อัศวโภคิน อดีตประธานกรรมการ กลุ่มบริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ เปิดเผยว่า แลนด์แอนด์เฮ้าส์ ได้นำบิ๊กดาต้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจอสังหาฯมากว่า 1 ปี ทั้งการซื้อที่ดิน ประเมินราคาที่ดิน ประเมินตลาดอสังหาฯ เพื่อจะเข้าไปบุกตลาดและทำเลทองได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ รวมถึงการทำตลาดกระตุ้นยอดขาย โดยไม่ต้องโฆษณามากนัก

"บิ๊กดาต้า"ลดต้นทุนธุรกิจ

ทั้งนี้ ประโยชน์ที่ได้จากการนำคลังข้อมูลมาใช้กับธุรกิจอสังหาฯ นอกจากความแม่นยำในการทำธุรกิจแล้ว ยังช่วยให้ธุรกิจประหยัดต้นทุน เช่น ต้นทุนด้านการโฆษณาของบริษัทลดลงต่อเนื่องจาก 4-5% มาอยู่ที่ 2-3% และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

นอกจากแลนด์แอนด์เฮ้าส์ บริษัทยังนำบิ๊กดาต้า ไปใช้กับบริษัทในเครืออย่างโฮมโปร จากเดิมจะให้พนักงานนั่งรถจักรยานยนต์ไปเก็บข้อมูลทุกสัปดาห์มาใช้ในการวิเคราะห์ตลาด ผู้บริโภค เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ปัจจุบันไม่ต้องแล้ว

ช่วยวางแผน-ลดผิดพลาด

"อสังหาฯ เป็นธุรกิจที่ลงทุนมหาศาล หากลงทุนผิดพลาดนิดเดียว จะเสียหายทันที การมีบิ๊กดาต้า ช่วยให้มีข้อมูลในการวางแผนธุรกิจใหญ่ๆ เอื้อต่อการตัดสินในลงทุน ทำการตลาดดีขึ้น ขณะเดียวกันยังลดต้นทุน อย่างที่ผ่านมา แลนด์แอนด์เฮ้าส์ ไม่ต้องการทำโฆษณาเลย แต่บริษัทมียอดขายเติบโตขึ้นทุกปี เพราะเรารู้สถานการณ์ตลาดล่วง

หน้าจากบิ๊กดาต้า ว่าที่ไหนเป็นยังไง ทำให้เราเข้าตลาดถูกต้อง และบริษัทในเครืออย่างโฮมโปร ยังเติบโต ขยายธุรกิจได้เร็ว"

เขากล่าวอีกว่า ช่วง 20 ที่ผ่านมาบริษัทเคยเข้าไปลงทุนอสังหาฯในสหรัฐฯ และพบว่าภาคธุรกิจที่นั่น นำบิ๊กดาต้ามาใช้เป็นเวลานานแล้ว ทำให้ผู้ประกอบการรู้สถานการณ์ตลาด ทั้งยอดขายที่อยู่อาศัยในแต่ละเดือน ใครเป็นผู้ซื้อ ราคาที่ดิน ที่อยู่อาศัยปรับตัวขึ้นไปเท่าไหร่ ตลอดจนรู้ว่ามีผู้พัฒนารายใดกำลังก่อสร้างโครงการอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้นทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างดีว่าจะพัฒนาโครงการหรือไม่

นอกจากนี้ เมื่อพบว่าตลาดมีผู้พัฒนาโครงการอยู่เป็นจำนวนมาก ยังช่วยทำให้ดึงการลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ๆให้ช้าลง ซึ่งจะช่วยป้องกันสภาวะอสังหาฯล้นตลาดหรือโอเวอร์ซัพพลายได้

ดึงข้อมูลลึกสแกนดีมานด์

นายชัชชาติ สิทธิพันธ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทควอลิตี้ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า เทคโนโลยียังไม่ส่งผลกระทบธุรกิจอสังหาฯมากนักในด้านโปรดักท์บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม รวมถึงมุมการดิสรัปธุรกิจที่ผู้ประกอบการกังวลกันมาก แต่บิ๊กดาต้า มีผลต่อแพลตฟอร์มที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากปัจจุบันลูกค้ามีช่องทางในการหาข้อมูลเป็นของตัวเอง ผ่านโลกออนไลน์

"สิ่งที่เปลี่ยนแปลงทุกวันนี้คือแพลตฟอร์ม อย่างกูเกิล เฟสบุ๊ค ทำให้การสื่อสารของผู้บริโภคไม่ต้องผ่านคนกลางที่บางครั้งขาดประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันยังพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเชื่อข้อมูลจากคนบนโลกออนไลน์ มากกว่าแบรนด์เป็นคนให้ข้อมูล ดังนั้นก่อนการตัดสินใจซื้อจึงทำให้ผู้บริโภคเข้าเว็บไซต์พันทิป ดูการแชร์ข้อมูลบนออนไลน์ก่อน เป็นการสร้างสมดุลระหว่างข้อมูลผู้ซื้อและผู้ขาย จากเดิมมีแค่ผู้ขายที่รู้รายละเอียด ต้นทุน ราคาของที่อยู่อาศัย"

ชูคลังข้อมูลวิเคราะห์ตลาด

ทั้งนี้ การนำบิ๊กดาต้ามาใช้ ที่สำคัญมากคือช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกิจได้ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในการข้อมูลต่างๆมีมูลค่าสูงถึง 2.6 พันล้านดอลลาร์

โดยควอลิตี้ เฮ้าส์ ได้ให้ความสำคัญกับบิ๊กดาต้ามา 2-3 ปีแล้ว การนำคลังข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ ทำให้รู้ตลาด รวมถึงด้านโฆษณาซึ่งใช้งบประมาณน้อยกว่าสื่อแบบเดิมถึง 10 เท่า แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายลึกขึ้น ขณะเดียวยังทำให้รู้ความต้องการผู้บริโภคเชิงลึก(อินไซต์)มากขึ้นว่าลูกค้าซื้อโครงการไหนของบริษัทมากสุด ขณะเดียวกันยังรู้ว่าลูกค้าไปซื้อโครงการของคู่แข่งด้วย

"จากปี 2559 จนถึงไตรมาส 1 ของปีนี้ การนำบิ๊กดาต้ามาใช้ในการทำตลาดช่วยให้บริษัทประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาลดลงจาก 2.04% เหลือ 1.19% ซึ่งหากคิดจากขายทั้งปี 1.8 หมื่นล้านบาท จะทำให้บริษัทประหยัดค่าใช้จ่ายราว 180 ล้านบาท ซึ่งจะเปลี่ยนเป็นกำไรสร้างการเติบโตให้ธุรกิจ ขณะเดียวกันการมีข้อมูลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น ว่าบ้านราคาเท่าไหร่ จะกู้แบงก์เท่าไหร่ จากนี้ไปสามารถใช้ปลายนิ้วนำการตัดสินใจ

ปตท.ใช้ประเมินโอกาสธุรกิจ

นายเปรมปรีดี กิตติรัตน์ตระการ ผู้อำนวยการ กองทุนร่วมลงทุนปตท. บริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) กล่าวว่า ปตท.นำบิ๊กดาต้ามาใช้ 20-30 ปีแล้ว แต่เดิมเป็นเพียงระบบอนาล็อกที่จับต้องได้ ซึ่งบิ๊กดาต้าจะช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลในการขยายสถานีบริการน้ำมัน(ปั๊ม) ทั้งจำนวนรถที่เข้าออก ยี่ห้อรถ จำนวนประชาชนหรือทราฟฟิกในพื้นที่ แล้วนำมาประมวลผลข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน

"ปตท.ใช้บิ๊กดาต้ากับธุรกิจรีเทลอย่างปั๊มน้ำมันชัดที่สุด เพราะจับต้องได้ และในการลงทุนเราต้องเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม สำคัญมาก เพราะการลงทุนแต่ละครั้งคือ ทำถูกต้องหรือเจ๊ง (Do right or Die) ซึ่งสร้างปั๊มน้ำมันแต่ละครั้งมีการลงทุนสูงมาก การมีข้อมูลเพิ่มทำให้บริษัทประเมินอนาคตได้ และการใช้บิ๊กดาต้ายังช่วยให้การลงทุนต่ำลง

ประหยัดเวลามากขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น"

ที่มา : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

สั่งพิมพ์ | ปิด

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่
ชั้น 18 อาคาร 2 เลขที่ 63 ถ.พระราม9 ห้วยขวาง กรุงเทพ 10310
โทรศัพท์:0 2202 1768 โทรสาร:0 2643 1252

แนะนำหรือพบปัญหาทางเทคนิคในเว็บไซต์กรุณาติดต่อ webmaster@reic.or.th
สอบถามปัญหาด้านข้อมูลกรุณาติดต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์และบริการข้อมูล (คุณวาทินี ชุณหโสภาค โทร 02-202-1768)