

	Marketeer Magazine
	คอลัมน์ :
	หัวข้อข่าว : สัมภาษณ์ คุณอุทัย อุทัยแสงสุข บมจ.แสนสิริ "โอกาสในวิกฤติของแสนสิริ"
	วันที่ : 14 กุมภาพันธ์ 2555

**ในวันที่เกิดน้ำท่วมใหญ่ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) มีโครงการที่กำลังทำการก่อสร้าง ขาย และรอการโอนอยู่ทั้งหมด ประมาณ 70 โครงการ เป็นบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ ประมาณ 40 กว่าโครงการที่เหลือเป็นคอนโดมิเนียม ประมาณ 20 โครงการ**

**Worst Case ของแสนสิริ**  
 อุทัย อุทัยแสงสุข รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส สายงานพัฒนาธุรกิจและพัฒนโครงการคอนโดมิเนียม บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า การที่บริษัทรอดพ้นมาได้เพราะการร่วมแรงร่วมใจกันแก้ปัญหาของทีมงานทุกคน รวมทั้งผู้บริหารที่ประเมินเหตุการณ์ในระดับร้ายแรงสูงสุดนั้นคือน้ำท่วมทุกทำเลในกรุงเทพฯ

"ข่าวน้ำท่วมเป็นเรื่องที่เราติดตามมาตลอด แต่วันที่รู้สึกว่ามันถึงเราแน่แล้วก็คือเมื่อประมาณต้นเดือนตุลาคมที่น้ำเริ่มเข้ามาถึงอยุธยา ตอนนั้นผู้บริหารของบริษัทเริ่มมองว่าคงต้องหาวิธีการรับมือแล้วว่าจะทำอย่างไร ยิ่งเงินนี้คมอุตสาหกรรมที่มีระบบป้องกันน้ำท่วมดีมากยิ่งหาไม่อยู่ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ากลัวมาก แสดงว่ามรดกน้ำต้องมีมากมายจริงๆ"

คอนโดของแสนสิริจะอยู่ในแนวรถไฟฟ้าบ้านเดี่ยว จะกระจายอยู่ย่านวงแหวนรอบนอก ส่วนทาวน์เฮ้าส์อยู่ในรัศมี 5-10 กิโลเมตรรอบกรุงเทพมหานคร

โชคดีที่ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในย่านน้ำท่วมหนักอย่างเช่น ฝั่งสิต บางบัวทอง หรือบางใหญ่

ทำให้มีเพียง 3 โครงการคือ เศรษฐสิริกับปราสิริ บนถนนชัยพฤกษ์ และฮาบิเตียบางใหญ่ ที่มีน้ำเข้าไปในโครงการ แต่ไม่ได้เข้าถึงตัวบ้าน โดยมีอีกประมาณ 5 โครงการที่มีน้ำล้อมรอบอยู่ภายนอก



โจทย์สำคัญคือจะป้องกันตัวเองได้อย่างไร ทำอย่างไรไม่ให้เข้าโครงการ โดยดูรายละเอียดทุกโครงการว่า ตรงไหนเป็นจุดอ่อนที่ทำให้หน้าไหลเข้ามาได้บ้าง และถ้ามาจะมีความสูงประมาณเท่าไร

ตอนนั้นการเตรียมป้องกันแบบเบสิกที่สุดของบริษัททำใน 6 เรื่องหลักคือ เตรียมหากลอบทราย, ปิมน้ำ, น้ำมัน, บุคลากรประจำไซต์งาน น้ำ และอาหาร

โครงการที่ประสบภัยเพราะบริเวณถนนข้างนอกมีน้ำสูงมาก ทั้งๆ ที่ทางโครงการกันผนังรั้วทุกอย่างแน่นอน แต่ปรากฏว่าน้ำมุดดินเข้าไปซึมออกจากสวนสาธารณะ วิธีแก้ปัญหาคือสูบน้ำกันตลอดเวลา 1 เดือน

## รวมพลังตั้งทีมป้องกันน้ำ

แสนสิริได้ตั้งคณะทำงานที่เรียกว่า ทีมป้องกันน้ำ โดยมี อภิชาติ จตุระกุล CEO บริษัท แสนสิริมาเป็นประธานในการทำงาน และมีทุกหน่วยงานของบริษัทมาช่วยกัน

“พนักงานชายที่ตอนนั้นงานไม่มี ก็ต้องมาช่วยเรื่องประชาสัมพันธ์ ช่วยดูแลลูกค้า ช่วยกันคุย ช่วยกันทำความเข้าใจ หรือบางทีลูกค้าอพยพออกไปอยู่ข้างนอกแล้ว ก็ช่วยโทรบอกว่าน้ำมาถึงไหน อย่างไร เพื่อให้เขาคลายความกังวล”

รวมทั้งมีการบอกข่าวความเสียหายของน้ำผ่านระบบโซเชียลมีเดีย ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไซต์ไหนที่น้ำเข้ามาใกล้แล้ว อาจจะมีการรายงานให้ลูกค้าได้รู้รับทั้งช่วงเช้าและเย็น

ในขณะเดียวกัน ก็มีมาตรการช่วยเหลือพนักงาน เช่น ใครที่ไม่สามารถมาทำงานได้ สามารถหยุดได้โดยไม่ต้องว่าเป็นวันลา ช่วยเรื่องค่าเดินทางและค่าที่พักให้พนักงานที่มีปัญหาจากน้ำท่วม พนักงานของแสนสิริมีปัญหในเรื่องนี้ประมาณ 600 คนจากทั้งหมดประมาณ 2 พันคน

## น้ำ ปัจจัยกำหนดโลเคชัน

ทางน้ำผ่านลำคลอง แม่น้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่เจ้าของโครงการคงให้ความสำคัญ สำหรับการเลือกซื้อที่ดินมากขึ้นในอนาคต

ส่วนหลักการที่แสนสิริทำมาตลอดคือพยายามถมที่ดินให้สูงกว่าถนนทุกโครงการประมาณ 30 ซม. ตัวบ้านก็สร้างเป็นสเต็ปสูงขึ้นไปอีก หากน้ำท่วมถนน ก็ไม่สามารถเข้าตัวบ้านได้

การถมดิน และระบบการป้องกันน้ำท่วมเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งที่ต่อไปเจ้าของโครงการต้องให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นแต่ในขณะเดียวกันเป็นจุดขายที่ดี และสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อโครงการด้วย

## ถูกใจใหม่เรื่องดีไซน์

บริษัทกำลังพิจารณาว่า ถ้าดีไซน์บ้านแบบใต้ถุนสูง หรือพื้นที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นชั้น 2 คนจะรับได้ไหม อาจจะต้องทำมาล็กโมเดลเพื่อทดลองตลาดก่อน

ส่วนคอนโด น้ำท่วมเข้าโครงการไม่ได้เลย เพราะในชั้นล่างจะมีระบบของห้องเครื่อง หม้อแปลง ระบบไฟต่างๆ ที่โดนน้ำไม่ได้ การดีไซน์ต่อไประบบนี้อาจต้องขยับขึ้นไปชั้น 2 แทนชั้นกราวด์ หรือยกสแต็ปสูงขึ้นไปอีก

“ถ้าให้ง่ายก็ต้องถมดินให้สูงกว่าพื้น 1 เมตร แล้วทำห้องเครื่องให้สูงขึ้นอีก 50 เซนติเมตร ก็เท่ากับบนี้น้ำมา 1.5 เมตร แล้วนะครับ”

ส่วนรั้วหมู่บ้าน แต่เดิมใช้รั้วลวดหนาม อาจจะมีรั้วบ้าน อาจจะต้องเปลี่ยนเป็นรั้วคอนกรีตที่กันน้ำ รวมทั้งมาดูกันว่าน้ำที่ซึมจากใต้ดินแล้วไหลขึ้นมาจะอย่างไร

“วิธีการบริหารน้ำในช่วงวิกฤติได้มีการวางแผนกันว่าไม่รู้ว่าจะประปาจะตัดน้ำเมื่อไร ดังนั้น การควบคุมการใช้น้ำต้องมี เช่น การใช้ฝักบัวอาบน้ำก็ต้องออกกฎว่า ห้ามใช้ และเมื่อน้ำเข้ามาแล้ว ดึงน้ำบัตน้ำเสียอาจใช้ไม่ได้ ทางโครงการจำเป็นต้องตัดน้ำเลยไม่อย่างนั้นแล้วจะต้องเจอปัญหาห้องน้ำเอ้อลัน ปัญหานี้พวกนี้ได้มีการคิด มีการแพลนไว้ทั้งหมด”

อย่างไรก็ตาม อุทัยมีความเห็นว่าแคมเปญลดราคาจะเกิดขึ้นกับโครงการที่น้ำท่วม และมีเฟสต่อไปที่กำลังสร้างเท่านั้น แต่สำหรับโครงการที่น้ำไม่ท่วมก็ไม่ค่อยต้องทำอะไรมาก เป็นการดีด้วยซ้ำที่วิกฤติครั้งนี้ได้พิสูจน์ให้ลูกค้าเห็นกับตาเลยว่า เป็นทำเลดี น้ำไม่

ท่วมจริงๆ รวมทั้งจะเห็นมาตรการในการป้องกันและการดูแลบ้านที่เกิดขึ้นจริง

ซึ่งแน่นอนสิ่งเหล่านี้จะเป็นการพูดกันปากต่อปาก เป็นการโฆษณาให้กับโครงการในทางอ้อมดีกว่าการไปทุ่มเทงบในการประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนเงินที่สูงๆ ด้วยซ้ำไป ปีนี้ มั่นใจได้ 40 %

ปี 2555 แสนสิริ ตั้งเป้าหมายรายได้รวมอยู่ที่ 28,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นเติบโตกว่า 40% จากปี 2554 โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้เฉพาะจากการขายโครงการอยู่ที่ประมาณ 27,000 ล้านบาท เนื่องจากขณะนี้มียอดขายรอรับรู้อยู่ได้ (Backlog) อยู่แล้วประมาณ 15,000 ล้านบาท หรือคิดเป็น 54% ของยอดประมาณการรายได้อยู่แล้ว

ปี 2554 บริษัทสามารถสร้างยอดขายจากโครงการที่อยู่อาศัยในปีที่ผ่านมาคิดเป็นยอดขายกว่า 24,000 ล้านบาท จากที่อยู่อาศัยรวมประมาณ 6,933 ยูนิต 54 โครงการ นอกจากนี้ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทแสนสิริมียอดขายล่วงหน้าที่รอรับรู้อยู่ได้อีก 1-3 ปี ประมาณ 33,000 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความมั่นคงในระยะยาวให้กับบริษัท M

## wan:ะกน จากน้ำท่วมสิ่งที่ควรทำ

- แผนดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง
- อาคารสำนักงาน-สำรอง
- พื้นที่พาดิซยกรรม
- การบริหารจัดการระบบ
- ขนสินค้า
- โรงงาน - สำรอง
- โรงแรม/เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์
- เครือข่าย
- ประกันภัย
- การก่อการร้าย
- เพลิงไหม้
- น้ำท่วม
- เสียหาย