



09 JUN, 2020

Sansiry aims new S Curve as new revenue source after Covid

Krungthep Turakij, Thailand

Page 1 of 2

'แสนสิริ' มุ่งนิวเอสเคิร์ฟ แหล่งรายได้ใหม่หลังโควิด

● บุขกร กูแอส
กรุงทพรุรงกิง

กรุงทพรุรงกิง ● สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ชะงักไปกว่า 2 เดือน ถึงแม้จะสถานการณ์เริ่มคลี่คลายแต่กำลังซื้อยังไม่กลับมาเหมือนเดิมทำให้บริษัทต้องมองหาโอกาสจากวิกฤติ ด้วยการมุ่งสู่ “นิวเอสเคิร์ฟ” หรือการหาแหล่งรายได้ใหม่หลังโควิด

วันจักร์ บุรณศิริ ประธานผู้บริหารสายงานการเงินและสนับสนุนธุรกิจบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ยอมรับว่าการเข้ามาของโควิด-19 ส่งผลให้แลนด์สเคปของอสังหาเปลี่ยนแนวใหม่ คนทำงานที่บ้าน (Work from Home) มากขึ้น ส่งผลให้ไม่จำเป็นต้องอยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานในเมืองอีกต่อไป ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยที่ใกล้ที่ทำงาน “ลดลง”

จากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้แสนสิริ ต้องปรับแผนเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ รวมทั้งกลยุทธ์การตลาดใหม่ เตรียมพร้อมรับมือกับวิถีชีวิตใหม่ (New normal)

“แผนการปรับตัวในระยะสั้นหลายส่วนทำแล้ว เช่น การขายออนไลน์ ระบบการให้บริการที่ลดการสัมผัสเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ลดความกังวลใจเรื่องความปลอดภัย

ต่างๆ รวมถึงแคมเปญการตลาดที่สร้างความสนใจและดึงดูดลูกค้าเข้ามาซื้อโครงการ ส่งผลให้ยอดขายเติบโต ทั้งหมดนี้เป็นผลมาจากการปรับกลยุทธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของลูกค้า ส่วนในระยะกลางและระยะยาวอยู่ระหว่างการศึกษาข้อมูลเพื่อประเมินสถานการณ์ก่อนปรับแผนใหม่สำหรับที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นรายได้หลัก”

อย่างไรก็ตาม แผนหนึ่งที่จะเร่งดำเนินการคือการหา**แหล่งรายได้ใหม่ (New S-Curve)** หลังจากการลงทุนไปก่อนหน้านี้ผ่าน “สิริเวนเจอร์” โดยมีแผนที่จะนำระบบรักษาความปลอดภัยพื้นที่ส่วนกลาง LIV-24 ที่ควบคุมแบบเรียลไทม์ ขยายการให้บริการสู่โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่พัลส์ พร็อพเพอร์ตี้บริหารทั่วประเทศพร้อมทั้งมีแผนต่อยอดและขยายขอบเขตการบริการของ Home Service Application ภายใต้ชื่อแอปพลิเคชัน “YUU” หลังประสบความสำเร็จจากประสบการณ์ให้บริการในลูกบ้านแสนสิริกว่า 40,000 ราย ใน 300 โครงการสู่โครงการอื่นๆ ที่พัลส์ พร็อพเพอร์ตี้บริหารทั่วประเทศทั้ง



วันจักร์ บุรณศิริ

โครงการเก่าและใหม่ ช่วงปลายปีนี้ “การที่โควิด-19 เข้ามาดิสร้บเทคโนโลยีที่ลดการสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นระบบสแกนใบหน้าจะเข้ามามีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนในการบริหารอสังหาแม้ว่าปัจจุบันสัดส่วนรายได้จากบริการเหล่านี้ยังไม่มากเมื่อเทียบกับรายได้จากการขายที่อยู่อาศัยในโครงการ แต่เป็นรายได้ที่มีอนาคตมาร์จินที่ดีและมั่นคงเหมือนกับเป็นรายได้ประจำเพราะมาจากโครงการที่อยู่อาศัยที่ดูแลอยู่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบริการให้กับลูกค้าและเป็นรายได้ให้กับบริษัทและในอนาคตมีโอกาส



09 JUN, 2020

Sansiry aims new S Curve as new revenue source after Covid

Krungthep Turakij, Thailand

Page 2 of 2

ที่ทำรายได้ในรูปแบบของซบสไคร์บ ”

วันจักร์ ยังกล่าวถึงความท้าทายต่อจากนี้ไปของการดำเนินธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์หลังโควิด-19 คือการจับตามองความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เริ่มจากพฤติกรรม ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการจะต้องหาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปออกมาให้เร็วและทันเวลา ซึ่งที่ผ่านมาแสนสิริพูดถึงเรื่องดีสลับมาตลอด ซึ่งโควิดเป็นเรื่องหนึ่งที่ทำให้เกิดดีสลับแบบหนึ่งไม่นับรวมเรื่องดิจิทัลที่เข้ามาดีสลับ แต่เป็นเรื่องที่สอดคล้องกันทำให้เกิดนวัตกรรมลดการสัมผัสเข้ามาตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาในทิศทางเดียวกันเพื่อรับมือและต่อสู้กับดีสลับชั้นเหล่านี้

“เราถือเป็นองค์กรแถวหน้าที่มีความพร้อมในการรับกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้แต่ต้องเร่งสปีดต้องเร็วกว่าเดิม 2 เท่าเพื่อเรียนรู้ให้เร็ว อาจจะมีผลบ้างแต่ต้องลุกให้เร็ว จากที่เคยพูดกันว่า ประสพการณ์สอนคน แต่จริงๆ แล้วตอนนี้ประสพการณ์สอนเราอย่างเดียวก็คือไม่สามารถใช้ประสพการณ์(เดิม)ได้ทั้งหมด ขณะเดียวกันต้องมองไปข้างหน้าให้ทันเวลาเพื่อจะได้ประสบความสำเร็จเพื่อไม่ต้องมานั่งแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเพราะเราแก้ปัญหาล่วงหน้าไปแล้ว”