

ก่อสร้างและที่ดิน



นาย ต.

แสนสิริเปิดตลาดใหม่ Affordable Condominium

การแถลงเป้าหมายและแผนธุรกิจปี 2021 ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ๆ ปีนี้ ซึ่งเป็นปีที่กำลังซื้อในตลาดถดถอยจากปัญหาเศรษฐกิจและการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 จะเห็นได้ว่าเป้าหมายและแผนธุรกิจของแต่ละบริษัท ไม่มีแผนที่จะแข่งกับใคร ซึ่งอันดับกับใคร หรือแผนชิงส่วนแบ่งตลาดจากใครให้เห็นเลย มีแต่กำหนดกลยุทธ์ของตัวเอง ระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตัวเอง และโครงการใหม่แบรนด์ใหม่ที่จะตอบสนองกลุ่มเป้าหมายใหม่

เป้าหมายและแผนธุรกิจ จะมี 3 ส่วนหลักๆ

หนึ่ง การรับมือกับวิกฤต อาทิ การบริหารสภาพคล่องทางการเงิน การรักษาสต็อกสินค้าสต็อก การหาแหล่งเงินทุน ซึ่งพบว่าบริษัทอสังหาฯ ปรับตัวเร็วมาก รายใหญ่ทั้งหมดสามารถกลับมาอยู่ในเชิงรุกพร้อมบุกในปี

สอง เป้าหมายการเปิดตัวโครงการใหม่ ยอดขายใหม่ ยอดรับรู้รายได้ ส่วนใหญ่เป้าหมายเติบโตจากปีที่แล้ว แต่ก็ไม่ได้บุกมาก ขณะเดียวกันก็ไม่ถอยเช่นกัน

สาม กลุ่มลูกค้าเป้าหมายปีนี้โครงการเปิดใหม่ปีนี้จะบุกตลาดไหน ตรงนี้แต่ละบริษัทมีแตกต่างกัน แล้วแต่ความชำนาญประสบการณ์ของแต่ละราย

แต่ที่เหมือนกันอยู่อย่างคือทุกบริษัทมองหาเซ็กเมนต์ตลาดที่ยังมีความต้องการและมีกำลังซื้อ

มาเริ่มกันที่แสนสิริเปิดตลาดใหม่ Affordable Condominium แสนสิริผ่านปี 2563 มาด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เรียกว่า speed to market ใช้จังหวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ครั้งแรกที่แล้วระบายสต็อกคอนโดมิเนียม กวาดเงินสดเข้ามา 15,000 ล้านบาท จนกลายเป็นปีที่มียอดขายสูงทำลายสถิติ ทำให้อัตราหนี้สินต่อทุนลดจาก 1.7 เหลือ 1.5 ปีใหม่ 2564 นี้ แสนสิริระบุอย่างชัดเจนเลยว่า จะดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจอย่างระมัดระวัง ด้วยการทำโครงการขนาดไม่ใหญ่ แต่กระจายหลายทำเล บริหาร inventory ให้เหมาะสมกับอัตราการขายและได้เงินสดกลับมาเร็ว บริหารสภาพคล่องที่ดี มี Gearing หนี้สินให้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ

แสนสิริวางเป้าหมายยอดขายใหม่ 26,000 ล้านบาท ยอดโอน 27,000 ล้านบาท เปิดตัวโครงการใหม่ 24 โครงการ มูลค่ารวม 26,000 ล้านบาท กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แสนสิริมองปีนี้เป็นแตกต่างจากทุกปีที่ผ่านมาแน่นอน กลุ่มฐานลูกค้าเดิมของแสนสิริคือ เซ็กเมนต์ Luxury แสนสิริจะขยายฐานกลุ่มนี้ด้วยสินค้าใหม่

"SIRI Residence" ทาวน์โฮมระดับบน บนทำเลที่ดินผืนใหญ่ที่หายากใจกลางเมือง

"BuGaan" แบนด์ใหม่ของบ้านเดี่ยว 3 ชั้น ระดับราคา 30-80 ล้านบาท เจาะกลุ่ม Young Successor ภายใต้จุดขาย Modern Luxury Living ในทำเลโยธินพัฒนา เป็นเอ็กซ์คลูซีฟ เรสซิเดนซ์ เพียง 14 ยูนิตเท่านั้น

นอกจากนี้ แบนด์เดิมที่ราคาเข้าถึงง่ายและโปรดักต์หลากหลาย ได้แก่ สิริ เพลส อณาสิริ สราญสิริ และบุราสิริ ก็จะถูกขยายโครงการใหม่ ครอบคลุมทำเลกรุงเทพฯ และปริมณฑล

!! ต่ที่เป็นไฮไลท์จริงๆ ของแสนสิริก็คือ S-Seris Affordable Condominium เป็นแบรนด์ใหม่ เซ็กเมนต์ใหม่ เพื่อกลุ่มเป้าหมาย Young Generation ในทำเลคอมมูนิตี้เมือง อาทิ รัชดา เกษตร รามคำแหง บางนา ในระดับราคา 1.xx ล้านกว่าบาทเท่านั้น แสนสิริเรียกปี 2564 ว่าเป็นปีแห่งความหวัง (The Year of Hope) เป็นการสร้างโอกาสในการมีบ้านให้กับคนไทย นั่นก็คือ การนำแบรนด์ของแสนสิริซึ่งเดิมเป็นแบรนด์ Luxury คนทั่วไปเข้าถึงยาก มาทำให้เป็นโครงการที่คนเข้าถึงง่าย โดยเฉพาะ S-Seris Affordable Condominium ราคา 1 ล้านกว่าบาทนั้น คนเพิ่งเริ่มทำงานก็สามารถจับต้องได้

การลงมาเปิดหน้าใหม่ตลาดใหม่ Affordable Condominium เดว่า แสนสิริซึ่งทำโครงการที่อยู่อาศัยในตลาดบนมาเป็นเวลายาวนาน คงรู้ว่าตลาดบนนั้นแม้ได้ราคา แต่มีจำนวนจำกัดไม่มาก ในภาวะเศรษฐกิจวิกฤต GDP ต่ำ กำลังซื้อซบเซาๆ ซึ่งล้อไปตาม GDP ก็ต้องต่ำไปด้วย หากต้องรักษาสัดส่วนราคาเติบโตก็ต้องมองหาเซ็กเมนต์ใหม่นั้นน่าจะเป็นที่มาของการลงมาจับตลาดนี้ ซึ่งด้านหนึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้ซื้อที่จะได้สัมผัสแบรนด์ดัง และก่อสร้างโอกาสให้กับแสนสิริเองด้วย เหมือนกับรถยนต์ยี่ห้อหรู Luxury บางสภาวะตลาดก็ผลิตรถเล็กออกมาขายให้กับตลาดกลางและตลาดล่างก็สร้างยอดขายได้จำนวนมากทีเดียว

และเป็นความเหมาะสมอย่างลงตัวที่คุณเศรษฐา ทวีสิน กรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ.แสนสิริ ซึ่งขอรับการแสดงความเห็นทางเศรษฐกิจสังคมและการเมือง ตามความคิดเห็นและบุคลิกจริงๆ ของตนเองทาง twitter จนระยะหลังๆ กลายเป็นนักธุรกิจรุ่นผู้ใหญ่ที่คนรุ่นใหม่ขึ้นชอบไม่น้อย

รอติดตาม S-Seris สำหรับคนรุ่นใหม่ของแสนสิริ
กัน ●