

SIRIพีริเซล2เดือนทะเลภูเขาช่วยยอดพุ่ง6-7พันล้านบาท

“แสนสิริ” โชว์ 2 เดือนแรกกวาดยอดขายแล้ว 6,000-7,000 ล้านบาท ทะลุเป้าไตรมาสแรกที่ตั้งไว้ 5,000 ล้านบาท หลังออกแคมเปญ “แสนสิริผ่อนให้ 24 เดือน” กระแสตอบรับดี ขณะที่ประชาชนเริ่มคุ้นชินและเข้าใจโควิด-19 มากขึ้น นอกจากนี้ยังขยายตลาดในกลุ่ม “Affordable” มากขึ้น

นายอุทัย อุทัยแสงสุข ประธานผู้บริหารสายงานปฏิบัติการ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) หรือ SIRI เปิดเผยว่า ยอดขาย (Presale) ในช่วง 2 เดือนแรก (มกราคม-กุมภาพันธ์) อยู่ที่ประมาณ 6,000-7,000 ล้านบาท เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเกินเป้าหมายทั้งไตรมาสที่ตั้งไว้ระดับ 5,000 ล้านบาท โดยยอดขายที่เกิดขึ้นทั้งหมดมาจากการขายสินค้าคงเหลือ (Inventory) ในพอร์ต โดยเฉพาะการขายโครงการแนวราบที่ยังสามารถสร้างยอดขายได้ดี แม้ในช่วงไตรมาส 1/2564 บริษัทไม่มีแผนการเปิด

ตัวโครงการใหม่

ทั้งนี้ ยอดขายในช่วง 2 เดือนแรก เติบโตเป็นผลมาจากการออกแคมเปญ “แสนสิริผ่อนให้ 24 เดือน” ที่ได้รับการตอบรับที่ดี ประกอบกับประชาชนเริ่มคุ้นชินและเริ่มเข้าใจกับโควิด-19 มากขึ้น รวมถึงวัคซีนป้องกันโควิด-19 มีการเริ่มกระจายฉีดมากขึ้น โดยในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา มียอดขายประมาณ 1,000 ล้านบาทต่อสัปดาห์

อย่างไรก็ตาม ในช่วงไตรมาส 1/2564 ยังไม่มีการเปิดตัวโครงการ เนื่องจากยังรอดูสถานการณ์และจังหวะ โดยในปี 2564 บริษัทมีแผนการเปิดตัวโครงการใหม่ จำนวน 24 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 26,000 ล้านบาท แบ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยว จำนวน 7 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 12,300 ล้านบาท, โครงการทาวน์โฮมและมิคซ์โปรเจกต์ จำนวน 12 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 9,600 ล้านบาท และโครงการคอนโดมิเนียม จำนวน 5 โครงการ มูลค่าโครงการ

รวม 4,100 ล้านบาท ซึ่งจะเริ่มเปิดตัวโครงการใหม่ตั้งแต่ไตรมาส 2/2564 เป็นต้นไป

นายอุทัย กล่าวอีกว่า การพัฒนาโครงการใหม่ของบริษัทในปี 2564 จะเน้นพัฒนาโครงการในราคาที่จับต้องได้ง่าย เพื่อตอบสนองคนส่วนใหญ่ที่อาจจะมีรายได้ไม่สูงมาก แต่ยังคงมีความสนใจซื้อบ้าน และมีกำลังในการซื้อในระดับหนึ่ง โดยจะพัฒนาโครงการในระดับราคาที่จับต้องได้มากขึ้น ซึ่งในปี 2564 จะเปิดตัวโครงการในกลุ่ม Affordable สัดส่วนที่มากถึง 70% จากปีก่อนที่มีสัดส่วนน้อย

สำหรับในปี 2564 บริษัทจะขยายตลาดในกลุ่ม Affordable (ราคาไม่เกิน 2 ล้านบาทต่อยูนิต) มากขึ้น โดยในปี 2564 บริษัทมีแผนการเปิดตัวคอนโดมิเนียม Low Rise สูงไม่เกิน 8 ชั้น ในราคาเข้าถึงง่าย จำนวน 5 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 2,700 ล้านบาท ภายใต้แบรนด์ใหม่ เน้นเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ในทำเลคอมมูนิตี้เมือง เช่น รัชดา, เกษตรา, งามคำแหง และ บางนา ในระดับราคาเริ่มต้นกว่า 1 ล้านบาท เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบ้านของคนทุกกลุ่ม และรองรับเซกเมนต์ระดับราคาเข้าถึงง่าย ซึ่งจะเปิดตัวพร้อมกันในเดือนมิถุนายน 2564 นี้ ■