

Headline	Sansiri plans for mix products		
MediaTitle	Krungthep Turakij		
Date	07 Oct 2020	Language	Thai
Frequency	Daily	Circulation	180,000
Readership	450,000	Section	Financial, Currency,Fund
Color	Full Color	Page No	13,20
ArticleSize	474 cm <sup>2</sup>	AdValue	THB 118,252
Journalist	N/A	PR Value	THB 354,756



‘แสนสิริ’ ลุย믹ซ์โปรดักต์  
 แก่ราคาที่ดินพุ่ง ส่วนกำลังซื้อ  
 > 20



# ‘แสนสิริ’ ลุย믹ซ์โปรดักต์ แก่ราคาที่ดินพุ่ง ส่วนกำลังซื้อ

● **บุษกร กุแสด**  
 กรุงเทพธุรกิจ

จากโจทย์ต้นทุนที่ดินที่พุ่งขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สวนทางกำลังซื้อที่คงที่และทรุดตัวบางส่วน โดยเฉพาะจากวิกฤติโควิด-19 ส่งผลให้นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างต้อง “พลิกเกม” แนวทางหนึ่ง คือ หันมาพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์แบบผสมผสาน (มิกซ์โปรดักต์) ในโครงการเดียว ได้แก่ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ เป็นไปเพื่อบริหารต้นทุนและการขายไม่เว้น **บริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน)** ที่กุมบังเหียนโดย “เศรษฐา ทวีสิน” ที่นอกจากจะโดดลงมาเล่นสงครามราคาเพื่อระบายสต็อกรักษากระแสเงินสด แล้วอีกหนึ่งแนวทางการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจ ไม่พ้นการเดินแผนมิกซ์โปรดักต์ภายใต้แบรนด์ “**อณาสิริ**” เจาะกลุ่มลูกค้าตลาดระดับราคา 2-6 ล้านบาท อย่างจริงจัง หลังจากทดลองตลาดชุดโครงการในจังหวัดอยุธยา เมื่อ 3 ปีที่ผ่านมา

**อาทิตย์ กิตติกุลเมธี** รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายพัฒนาโครงการแนวราบ บริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ปีนี้บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงการมิกซ์โปรดักต์ ภายใต้แบรนด์อณาสิริมากขึ้น โดยเป็นการแก้ปัญหา ต้นทุนที่ดินที่พุ่งขึ้น สวนทางกำลังซื้อที่คงที่ ในรอบ 5 ปี เพราะวิธีการดังกล่าวจะช่วยทำให้บริษัทสามารถ “ลดราคาลิ้นค้า” ให้เหมาะกับกำลังซื้อของลูกค้า ด้วยแบ่งพื้นที่มาพัฒนาสินค้าหลากหลายเพื่อรองรับกับกลุ่มลูกค้าหลายกลุ่ม ช่วยลดต้นทุนการพัฒนาโครงการ

Headline	Sansiri plans for mix products		
MediaTitle	Krungthep Turakij		
Date	07 Oct 2020	Language	Thai
Frequency	Daily	Circulation	180,000
Readership	450,000	Section	Financial, Currency, Fund
Color	Full Color	Page No	13,20
ArticleSize	474 cm <sup>2</sup>	AdValue	THB 118,252
Journalist	N/A	PR Value	THB 354,756

“ยกตัวอย่างแทนที่จะทำบ้านเดี่ยว 50 ตารางวา (ตร.ว.) เปลี่ยนเป็นบ้านแฝด 35 ตร.ว. ลดราคาไป 7-8 แสนบาท ขนาดพื้นที่ใช้สอยในระดับราคาไม่ถึง 4 ล้านบาท สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ 2-3 หมื่นบาท ต่อเดือน เป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่มีความต้องการซื้อบ้าน และสามารถตั้งกลุ่มเรียลตี้มาดริดเข้ามาได้มากขึ้น โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เมื่อเทียบกับต่างจังหวัดที่ดีมาดริดค่อนข้างจำกัด”

โดยไตรมาส 4 ปีนี้ แอสสิริมีแผนจะเปิดตัวโครงการอณาสิริ 4 ท่าเล ที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างตามคอนเซ็ปต์โครงการ อาทิ โครงการอณาสิริ กรุงเทพฯ-ปทุมธานี ใกล้ทางด่วนศรีสมาน และถนนแจ้งวัฒนะ ตั้งอยู่ภายในสนามกอล์ฟชวนชื่น ฟลอรัวัลล์

ประกอบบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด มีพื้นที่ใช้สอยเริ่มต้น 138-180 ตร.ม. รวม 272 ยูนิต ในระดับราคาเริ่มต้นที่ 3.59-6 ล้านบาท

ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ **Made for Life** ในการสร้างแบรนด์ให้ทุกคนเข้าถึงได้ ล่าสุดหลังเปิดตัวพบว่าได้รับความสนใจค่อนข้างมาก ทั้งบ้านเดี่ยวและทาวน์โฮมในแบรนด์ดังกล่าว มีผู้เข้าเยี่ยมชมกว่า 3,650 ราย ยอดเข้าชมโครงการเพิ่มขึ้นกว่า 700 ราย เมื่อเทียบกับช่วงปกติ และมียอดจองโครงการทันทีกว่า 140 ยูนิต ในระยะเวลาเพียง



อานัติ กิตติกุลเมธี

3 สัปดาห์ ในแบรนด์อณาสิริ ทั้งโครงการใหม่ คือ โครงการอณาสิริ กรุงเทพฯ-ปทุมธานี และโครงการอณาสิริ ชัยพฤกษ์-วงแหวน ดิเดถนนบางกรวยทำให้สามารถปิดการขายในเฟสแรกได้ แม้จะยังไม่เปิดขายพรีเซลล์อย่างเป็นทางการ

**“จากกระแสตอบรับที่ดี ในปีหน้าอณาสิริ จะเป็นแบรนด์หัวหอกในการทำตลาดของแอสสิริ เพราะเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์กำลังซื้อและสภาพตลาดและเศรษฐกิจของประเทศยังไม่ฟื้นตัว”**

อานัติ ยังระบุว่า จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้บริษัทได้เรียนรู้ว่า แนวทางการทำโครงการแนวราบแบบมิชซ์โปรดัคท์ รวมบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ในโครงการเดียว ตอบรับครบทุกความต้องการนั้นจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมทั้งกลุ่มที่เพิ่งมีครอบครัวต้องการบ้านหลังแรก จึงเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างแบรนด์อณาสิริให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากเดิมที่เปิดตัวในตลาดต่างจังหวัด อาทิ อยุธยาและขอนแก่น แต่ยอดขายไม่ได้หรือหว่าเท่าที่ควร เดือนละ 3-4 ยูนิต แต่เมื่อมาทำตลาดในกรุงเทพฯ ปรากฏว่ายอดขายต่อเดือนสูง 7-8 ยูนิต

เขายังกล่าวว่า ในรอบ 9 เดือนที่ผ่านมา (ม.ค.-ก.ย.) บริษัทสามารถปิดโครงการแนวราบ จำนวน 17 โครงการ ส่งผลให้มียอดขาย 17,600 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มียอดขาย 9,000 ล้านบาท เดิมโต 98% โดยมาจากบ้านเดี่ยว 83% คิดเป็นมูลค่า 14,600 ล้านบาท ทาวน์เฮ้าส์ 17% คิดเป็นมูลค่า 3,000 ล้านบาทจากเป้าหมายยอดขายในปีนีที่วางไว้ 19,000 ล้านบาท

ขณะเดียวกัน ยอดโอน 9 เดือนแรก 14,300 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมียอดโอน 9,100 ล้านบาท เดิมโต 57% และคิดเป็น 81% จากเป้าหมายยอดขายที่ตั้งไว้ในปีนี้ 17,500 ล้านบาท คาดว่าอาจมีปรับเข้ายอดขายและรายได้เพิ่ม ส่วนในปีหน้าจะเปิดตัวโครงการแนวราบ 18-20 โครงการ และโครงการอณาสิริ จะเป็นหัวหอกสำคัญในการขยายฐานลูกค้า และสร้างยอดขาย รายได้ให้กับแอสสิริ