

# แสนสิริสรุปผลงานปี 58 ยอดขายโต 222% คาดรายได้พุ่ง 38,000 ลบ. เผยแผนธุรกิจปี 2559 เปิดตัวโครงการใหม่เพิ่ม 128% เน้นตลาดไฮเอนด์ – เตรียมเปิดตลาดใหม่ในจีน



แสนสิริสรุปผลการดำเนินงานปี 2558 มียอดขายกว่า 28,512 ล้านบาท เติบโตขึ้นถึง 222% จากปีก่อน ขณะที่คาดการณ์รายได้พุ่งทะลุ 38,000 ล้านบาท สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ประสบความสำเร็จกับการพัฒนาคอนโดมิเนียมภายใต้บริษัทร่วมทุนกับบีทีเอส (BTS) sold-out ทุกคอนโดมิเนียมที่เปิดขาย สร้างยอดขายต่างชาติทะลุเกินเป้าที่วางไว้ เผยแผนธุรกิจปี 2559 เดินหน้าเปิดตัวโครงการใหม่ 21 โครงการ มูลค่า 50,500 ล้านบาท สูงกว่าปีก่อน 128% เน้นตลาดไฮเอนด์ – ลุยต่อตลาดต่างประเทศ โดยเตรียมแผนเปิดตลาดใหม่ในจีน และไฮไลท์เปิดตัว Flagship Project คอนโดพร้อมอยู่บนถ.วิทยุ วางเป้ายอดขาย 42,000 ล้านบาท โตกว่าปีก่อน 50% ตั้งเป้ารายได้ปี 59 ประมาณ 36,000 ล้านบาท

นายเศรษฐา ทวีสิน กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) หรือ SIRI เปิดเผยถึงผลการดำเนินงานธุรกิจปี 2558 บริษัทมียอดขาย(ฟรีเซล) ประมาณ 28,512 ล้านบาท เติบโตขึ้นถึง 222% จากปีก่อน ที่มียอดขาย 8,800 ล้านบาท จากความสำเร็จทั้งจากการร่วมทุนกับบีทีเอส (BTS) ตามแผนความร่วมมือในระยะ 5 ปีที่แสนสิริ และกลุ่มบีทีเอสมีแผนพัฒนาคอนโดมิเนียมในแนวเส้นทางระบบขนส่งมวลชนภายใต้บริษัทร่วมทุนจำนวน 25 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 1 แสนล้านบาทใน 5 ปี แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ 2 องค์กรที่มีความพร้อมและเสริมสร้างความแข็งแกร่งซึ่งกันและกัน ด้วยความสำเร็จจากการขายคอนโดมิเนียมหมดอย่างรวดเร็วในวันเดียวทุกโครงการที่เปิดในปีที่ผ่านมา ทั้งโครงการ เดอะ โมนูเมนต์ สนามเป้า และ โครงการภายใต้บริษัทร่วมทุนกับบีทีเอส (BTS) ในแบรนด์ “เดอะ ไลน์” ทั้ง 3 โครงการ ได้แก่ เดอะ ไลน์ จตุจักร-หมอชิต, เดอะ ไลน์ สุขุมวิท 71 และ เดอะ ไลน์ ราชเทวี รวมทั้งการที่ลูกค้าให้การตอบรับโครงการที่อยู่อาศัยพร้อมอยู่ (Ready to Move in) เป็นอย่างดีต่อเนื่องทำให้รับรู้รายได้ทันทีในปีที่ผ่านมา

ขณะที่บริษัทคาดว่าจะมีรายได้รวมในปี 2558 ประมาณ 38,000 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นรายได้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่แสนสิริเคยทำได้ โดยแบ่งเป็นรายได้จากการขายรวมกับการที่บริษัทเริ่มมีรายได้จากการบริหารโครงการภายใต้บริษัทร่วมทุนกับบีทีเอส ซึ่งนับเป็นปีที่ดีที่สุดที่สุดของแสนสิริ ทั้งนี้รายได้ที่ดีในปีที่ผ่านมาเติบโตโดดเด่นจากการทยอย

รับรู้รายได้จากโครงการคอนโดมิเนียมที่ทยอยโอนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมถึงความสำเร็จจากการเปิด การขายโครงการแนวราบต่างๆ อาทิ โครงการเศรษฐสิริ จรัญฯ-ปิ่นเกล้า, เศรษฐสิริ กรุงเทพกรีฑาและฮาบีเทีย โมที ฟ เป็นต้น

นอกจากนี้บริษัทยังประสบความสำเร็จจากการเปิดตลาดต่างชาติที่ได้รับการตอบรับอย่างดี จากเดิมที่มีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับยอดขายรวมในแต่ละปี เกิดจากแผนการรุกตลาดต่างชาติที่บริษัทเริ่มดำเนินการอย่างจริงจังในเรื่องของการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา อาทิ การตั้งทีม International Marketing ที่ทำหน้าที่ดูแลตลาดต่างชาติโดยเฉพาะ การแสวงหาตลาดด้วยการจับมือกับพันธมิตรเอเจนท์ต่างชาติต่างๆ รวมทั้ง การออกโรดโชว์ในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการพาตัวแทนเอเจนท์ต่างชาติเข้าเยี่ยมชมโครงการต่างๆ ของแสนสิริ การทำกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างประเทศ และกิจกรรมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุน หอการค้าต่างประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในปีที่ผ่านมา บริษัทสามารถทำยอดขายจากตลาดต่างชาติได้ถึง 3,500 ล้านบาท สูงกว่าปี 2557 ถึง 135% โดยสัดส่วนลูกค้าต่างชาติส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย 83% (ญี่ปุ่น, ฮองกง, สิงคโปร์, มาเลเซีย, จีนและไต้หวัน) ยุโรป (รัสเซีย, อังกฤษ, ฝรั่งเศส, เยอรมัน, ออสเตรเลีย, เนเธอร์แลนด์และ อิตาลี เป็นต้น) 11% อเมริกา 4 % และอื่นๆ สำหรับโครงการที่ขายดีสำหรับต่างชาติ คือ เดอะ ไลน์ สุขุมวิท 71 มี สัดส่วนยอดขายลูกค้าต่างชาติประมาณ 48% และเดอะไลน์ จตุจักร – หมอชิต 15%, ซึ่งความสำเร็จดังกล่าว สอดคล้องและเป็นไปตามแผนงาน “การสร้างพื้นฐานที่มั่นคง เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถให้ แสนสิริ เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว” ทั้งการมองหาการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ และแสวงหาตลาดใหม่ๆ เพื่อ สนับสนุนการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ดังที่ได้เคยกล่าวไว้

“สำหรับปี 2559 นับเป็นความท้าทายของแสนสิริในการสร้างยอดขายและรักษาผลตอบแทนที่ดีแก่นักลงทุนใน สภาวะทิศทางเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในประเทศที่ทรงตัว โดยบริษัทได้วางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยการพัฒนา โครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมถึง กลุ่มลูกค้าต่างชาติ โดยวางแผนเปิดตัวโครงการใหม่ในปีนี้อยู่ 21 โครงการ มูลค่า 50,500 ล้านบาท โดยมูลค่าโครงการ ที่เปิดในปีนี้สูงขึ้นกว่าปีก่อน 128% แบ่งเป็นมูลค่าโครงการในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑลและต่างจังหวัดในสัดส่วน 9 2% : 8% โดยโครงการในต่างจังหวัดจะเป็นโครงการที่มีการพัฒนาในเฟสต่อเนื่องและพัฒนาจากที่ดินที่แสนสิริเคย ซื้อไว้เดิม ทั้งนี้บริษัทได้แบ่งประเภทการพัฒนาโครงการเป็นที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม 11 โครงการ โครงการบ้านเดี่ยว 7 โครงการและโครงการทาวน์เฮาส์ 3 โครงการ ทั้งนี้ หากดูตามเชกเมนต์หรือระดับราคาจาก แผนเปิดตัวโครงการในปีนี้จะอยู่ในระดับ medium-end และ hi-end เป็นส่วนใหญ่ อาทิ คอนโดมิเนียมระดับราคา ต่ำกว่า 100,000 บาทต่อตารางเมตรประมาณ 14% คอนโดมิเนียมระดับราคา 100,000 – 200,000 ประมาณ 34% และคอนโดมิเนียมระดับราคามากกว่า 200,000 บาทต่อตารางเมตร ประมาณถึง 52%, บ้านเดี่ยวระดับราคาต่ำกว่า 5 ล้านบาท 13%, บ้านเดี่ยวระดับราคา 5.1 – 10 ล้านบาทถึง 56% และบ้านเดี่ยวระดับราคา 10.1 ล้านบาท 32% และทาวน์เฮาส์ ระดับราคา 3.1 – 7 ล้านบาท 67% และมากกว่า 7 ล้านบาท 14% โดยบริษัทตั้งเป้าหมายยอดขาย

รวมสำหรับปี 2559 ทั่วประเทศประมาณ 42,000 ล้านบาท เติบโตจากปี 58 ซึ่งได้ยอดขาย 28,512 ล้านบาทประมาณ 50% รวมทั้งประมาณการณ์รวมได้ไว้ที่ 36,000 ล้านบาท” นายเศรษฐา กล่าว

แนวทางการพัฒนาโครงการในปี 2559 บริษัทจะมีทั้งการต่อยอดความสำเร็จจากปีที่ผ่านมาในเชิงลึกในจุดเด่นที่บริษัททำได้ดี ทั้งในเรื่องแรก คือการต่อยอดความเป็นเจ้าตลาดคอนโดมิเนียมระดับบนที่บริษัทมองว่ายังมีโอกาสรวมทั้งการปูพื้นฐานความน่าเชื่อถือและความเป็นแบรนด์สากลระดับโลกกับกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ โดยการสานต่อความสำเร็จของโครงการภายใต้บริษัทร่วมทุนกับบีทีเอส ด้วยการเปิดตัวโครงการใหม่ต่อเนื่องอีกจำนวน 6 โครงการ มูลค่ากว่า 23,000 ล้านบาท

2. บริษัทจะมีการบริหารแบรนด์ที่อยู่อาศัยภายใต้แบรนด์แสนสิริอย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลมาจากการที่บริษัทได้ศึกษาแบรนด์ portfolio ของตัวเองใน 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยจะใช้ศักยภาพของตัวเองในการสร้างความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ไม่มีความจำเป็นในการเปิดแบรนด์ใหม่ ยกตัวอย่างเช่น ความสำเร็จจากการเปิดตัวโครงการใหม่ภายใต้แบรนด์ เดอะ ไลน์ ทั้ง 3 โครงการที่ผ่านมาในช่วงปีเดียว ที่ทำให้บริษัทสามารถปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ต้องใช้ในการสร้างแบรนด์ใหม่ได้อย่างดี

3. บริษัทจะมีการเปิดตัวโครงการระดับไฮเอนด์ในสัดส่วนที่มากขึ้นในปีนี้ โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมเพื่อรองรับความต้องการคอนโดมิเนียมในระดับพรีเมียมของกลุ่มลูกค้าระดับบน ซึ่งมีความต้องการซื้อทั้งเพื่ออยู่อาศัยเอง ลงทุนหรือเก็บเป็นสินทรัพย์

4. การเปิดตัวโครงการระดับไฮเอนด์ในสัดส่วนที่มากขึ้นนี้จะสอดคล้องกับการรุกทำการตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าต่างชาติมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปีนี้จะมีการเปิดตลาดในจีนแผ่นดินใหญ่เพิ่มเติมจากที่บริษัทได้เริ่มต้นและประสบความสำเร็จในภูมิภาคใกล้เคียงมาแล้วอย่างในฮ่องกง สิงคโปร์ ไต้หวัน ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่าตลาดระดับบนยังคงมีความต้องการและแข่งขันได้ โดยจะมีการทำการตลาดในระดับ International เพื่อสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน รวมทั้งโปรโมทโครงการระดับบนแก่ลูกค้าต่างชาติและลูกค้าไทยระดับบนอย่างต่อเนื่องจากที่เริ่มทำมาแล้วในปีที่ผ่านมา นอกเหนือจากนั้น จากการทำที่บริษัทพยายามจับกลุ่มลูกค้าในตลาดต่างชาติมากขึ้น การทำ Collaboration กับแบรนด์ระดับโลก เพื่อยกระดับแบรนด์แสนสิริให้เข้าสู่ระดับ International มากยิ่งขึ้นก็มีความสำคัญมากเช่นกัน เพราะถึงแม้แบรนด์แสนสิริจะแข็งแกร่งมากในกลุ่มผู้บริโภคในประเทศ แต่ต้องยอมรับว่าในระดับต่างประเทศ แสนสิริจะได้เปรียบมากยิ่งขึ้น หากเลือกจับมือกับพันธมิตรระดับโลกที่เหมาะสมกับแบรนด์แสนสิริในเรื่องต่างๆ อันจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่างชาติเช่นกัน ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้ายอดขายตลาดต่างชาติในปีนี้อยู่ประมาณ 5,000 ล้านบาท จากปีที่ผ่านมาซึ่งมียอดขาย 3,500 ล้านบาท

5. และในไฮไลต์ที่ทุกคนรอคอยมาหลายปี ในปีนี้ แสนสิริยังเตรียมเปิดตัว flagship project ของแสนสิริบนถนนวิทย์ ซึ่งจะเป็โครงการที่พรีเมียมที่สุดและราคาต่อตารางเมตรสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยเป็นคอนโดสร้างเสร็จพร้อมอยู่ ซึ่งจะสามารกรับรู้รายได้ในทันที” นายเศรษฐา กล่าวปิดท้าย

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

ภิญญาพัชญ์ ห่วงนาค / ดวงพร โชติพรไพศาล

โทร. 02-201-3536/ 02-201-3768

อีเมล Pinyapat@sansiri.com/ DuangpornC@sansiri.com