

แสนสิริเผยแผนเปิด 11 โครงการแนวราบปี'60 มูลค่ารวม 19,300 ลบ. ตั้งเป้ายอดขายโครงการ แนวราบ 15,000 ล้านบาท



แสนสิริเผยแผนพัฒนาโครงการแนวราบปี 2560 เปิด 11 โครงการใหม่ มูลค่ารวม 19,300 ล้านบาท ชูไฮไลต์เตรียม
นำแบรนด์บ้านเดี่ยวเซกเมนต์ระดับบนสุด “บ้านแสนสิริ” กลับมาพัฒนาอีกครั้ง พร้อมต่อยก้าแบรนด์บ้านเดี่ยว ภาย
ใต้ Brand Identity อย่างชัดเจนมากขึ้น สานต่อความสำเร็จแบรนด์ “นุราสิริ” จ่อคิวเปิดตัว 3 โครงการในปีี้ ลุย
กลยุทธ์นวัตกรรมใหม่เพื่อการอยู่อาศัยตอบโจทย์ชีวิตยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว รวมทั้งยกระดับความปลอดภัยอีกชั้น สู่
Security และ Service อย่างครบวงจร ตั้งหน่วยงานมาตรฐานรักษาความปลอดภัย Sansiri Security Inspection
(SSI) เพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้าอย่างสูงสุด ตั้งเป้ายอดขายโครงการแนวราบ 15,000 ล้านบาท

นายเมธา อังวัฒนพานิช รองกรรมการผู้จัดการอาวุโสสายงานพัฒนาธุรกิจและพัฒนาโครงการแนวราบ บริษัท แสนสิ
ริ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ในปี 2560 บริษัทมีแผนเปิดตัวโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบ โครงการใหม่ 11
โครงการ มูลค่ารวมประมาณ 19,300 ล้านบาท แบ่งเป็นการพัฒนาโครงการบ้านเดี่ยว 9 โครงการ โครงการทาวน์
เฮาส์ 1 โครงการ และโครงการอาคารพาณิชย์ 1 โครงการ โดยระดับราคาที่เปิดตัวมากที่สุดคือ ระดับราคา 8-20
ล้านบาท ตั้งเป้ายอดขายโครงการแนวราบ 15,000 ล้านบาท เติบโตขึ้น 30% จากปีก่อนที่มียอดขายโครงการแนว
ราบประมาณ 11,000 ล้านบาท

สำหรับแนวทางการพัฒนาโครงการแนวราบในปีี้ บริษัทจะดำเนินการตามแผน ได้แก่ 1. การเปิดตัวโครงการบ้าน
เดี่ยวระดับบน เซกเมนต์ราคาสูงที่สุดของแสนสิริ ภายใต้แบรนด์ “บ้านแสนสิริ” ที่จะนำกลับมาพัฒนาอีกครั้ง หลัง
ประสบความสำเร็จจากการพัฒนาโครงการ “บ้านแสนสิริ สุขุมวิท 67” ในปี 2549 โดยเตรียมเปิดตัวในไตรมาส 4

2. การต่อยก้าแบรนด์บ้านเดี่ยว ภายใต้ Brand Identity ของแต่ละแบรนด์ที่ชัดเจน เพื่อสื่อสารต่อยก้าภาพลักษณ์
แบรนด์บ้านเดี่ยวของแสนสิริให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในอันที่จะสร้างความเข้าใจในความโดดเด่นของแบรนด์บ้านเดี่ยว
แสนสิริทั้ง 5 แบรนด์ คือ “นาราสิริ-เศรษฐสิริ-นุราสิริ-สราญสิริ-คณาสิริ” โดยบ้านแต่ละแบรนด์สร้างความรู้สึกที่แตก
ต่างได้อย่างมีเอกลักษณ์และไม่สามารถหาได้จากที่อื่น ทั้งความรู้สึก “Luxury in Details งดงามในรายละเอียด”
ของแบรนด์นาราสิริ “Portrait of Success ภาพของชีวิตที่ภาคภูมิใจ” ของแบรนด์เศรษฐสิริ “Find Your Peace of
Mind บ้านเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง” ของ แบรนด์นุราสิริ “Built for Love ความสุขเริ่มต้นจากความรัก” ของ

แบรนด์สรณสิริ และ “Plenty of Happiness ความสุขคนนับ” ของแบรนด์คณาสิริ

3. การต่อยอดความสำเร็จของแบรนด์ “นุราสิริ” โดยในปี 2559 บริษัทได้เปิดตัวแบรนด์นุราสิริ 2 โครงการ และได้รับการตอบรับที่ดีมาก “นุราสิริ ราชพฤกษ์-345” มูลค่าโครงการ 2,400 ล้านบาท ปิดการขายเฟสแรกทั้ง 48 ยูนิตไปแล้ว และกำลังเปิดขายเฟสที่สอง ขณะที่ “นุราสิริ รัชสิต” มูลค่าโครงการ 1,900 ล้านบาท ขายไปแล้วถึง 60% ของการเปิดขายเฟสแรก จำนวน 120 ยูนิต ซึ่งในปีนี้เตรียมเปิดตัวแบรนด์ นุราสิริถึง 3 โครงการ

4. การรุกกกลยุทธ์พัฒนานวัตกรรมใหม่เพื่อการอยู่อาศัยเพื่อตอบโจทย์ชีวิตยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว โดยในปีนี้ได้นำพลังงานแสงอาทิตย์มาพัฒนาใช้ในส่วนต่างๆ ของโครงการที่อยู่อาศัยมากขึ้น เริ่มด้วยติดตั้ง “ไฟส่องสว่างพลังงานแสงอาทิตย์” (Solar Lights) ในส่วนส่วนกลางของโครงการ เพื่อความปลอดภัย ประหยัดพลังงาน และช่วยลดค่าใช้จ่ายส่วนกลางในโครงการ ซึ่งนำร่องใช้ 4 โครงการ ได้แก่ คณาสิริ รัชสิต คลอง 2, เศรษฐสิริ วงแหวน – ลำลูกกา, เศรษฐสิริ ปิ่นเกล้า – กาญจนภิเษก และ เศรษฐสิริ พัฒนาการ และวางแผนติดตั้งทุกโครงการครอบคลุมทั้งบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมทั้งยังเตรียมพัฒนา “บ้านระบายความร้อน” เพื่อลดอุณหภูมิในบ้าน โดยจะเริ่มนำมาใช้ในโครงการในไตรมาส 3 นี้ และ Home Service โฆษณาแอปพลิเคชันสำหรับลูกบ้านแสนสิริ บริการดิจิทัลที่อำนวยความสะดวกในทุกมิติของการใช้ชีวิตประจำวันอย่างสมบูรณ์ ซึ่งปัจจุบัน Home Service ได้นำมาใช้ในโครงการแนวราบแล้ว 75 โครงการ

และ 5. การยกระดับความปลอดภัยยิ่งขึ้น สู่ “Security + Service” ครบวงจร ด้วยการเปิดตัว Sansiri Security Inspection (SSI) โดยเป็นหน่วยงานที่มัคคุฝักพนักงานรักษาความปลอดภัยหรือรปภ. ที่ได้รับการฝึกฝนในด้านการดูแลรักษาความปลอดภัยมาเป็นอย่างดี มีความเข้มแข็ง น่าเชื่อถือ ที่จะมาฝักอบรรปภ.ในทุกโครงการที่อยู่อาศัยของแสนสิริให้รักษาความปลอดภัยในโครงการอย่างรอบด้าน รวมถึงปรับปรุงเครื่องแบบรปภ.ให้สง่า แข็งแกร่ง น่าเชื่อถือ ซึ่งเครื่องแบบจะแตกต่างกันไปตามแต่ละ แบรนด์ของแสนสิริเพื่อให้เข้าและเหมาะสมกับแบรนด์อีกด้วย

“บริษัทตั้งเป้ายอดขายโครงการแนวราบในปี 2560 ไว้ที่ 15,000 ล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะได้ยอดขายตามเป้าเนื่องจากประสบความสำเร็จตั้งแต่โครงการแรกที่เปิดขาย โดยเป็นอาคารพาณิชย์ดีไซน์โมเดิร์น สโตร์ นิวอर्ड ลอฟต์ใหม่ ใจกลางสายไหม ชื่อ “สิริ อเวนิว สายไหม” จำนวน 16 ยูนิต มูลค่าโครงการ 100 ล้านบาท ปิดการขายทันทีตั้งแต่ 2 ชั่วโมงแรกในวันเปิดขายอย่างเป็นทางการ รวมถึงโครงการทาวน์เฮาส์ การ์เด็นท์ สแควร์ สุขุมวิท 77 ที่ได้เปิดบ้านตัวอย่างใหม่ ดีไซน์พิเศษพร้อมให้สัมผัสกลิ่นอายแห่งลอนดอน ราคาเริ่มต้น 13.59 ล้านบาท ก็ได้รับการตอบรับที่ดี มียอดขายไปแล้วกว่า 70% ซึ่งในไตรมาส 2 นี้ บริษัทเตรียมเปิดตัว 2 โครงการ ได้แก่ นุราสิริ วัชรพล และ คณาสิริ ปิ่นเกล้า-กาญจนนา

สำหรับแนวโน้มของตลาดบ้านเดี่ยวในปี นี้ จากปัจจัยบวกที่รัฐบาลมีความชัดเจนในการลงทุนโครงการเมกะโปรเจกต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการรถไฟฟ้า ที่เริ่มเป็นรูปธรรมและมีความคืบหน้าในการก่อสร้างมากขึ้น เช่น สายสีเขียว (หมอชิต – สะพานใหม่ – คูคต) รวมไปถึงสายสีเหลือง (ลาดพร้าว – สำโรง) สายสีชมพู (แคราย – มีนบุรี) และสาย

สีส้ม (ศูนย์วัฒนธรรม - มินบุรี) ที่คาดว่าจะเริ่มก่อสร้างในปี 2562 ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกำลังซื้อมีทิศทางที่ดี รวมไปถึงผู้ประกอบการเริ่มทยอยที่จะเปิดโครงการใหม่ออกสู่ตลาดและให้ความสำคัญกับการตลาดอย่างเข้มข้น ทำให้คาดการณ์ว่าตลาดบ้านเดี่ยวจะมีแนวโน้มทิศทางที่ดี โดยบ้านเดี่ยวที่คาดว่าจะขยายตัวในปีนี้น่าจะอยู่ในระดับราคา 5 - 9.99 ล้านบาท สอดคล้องกับระดับราคาที่แสนสิริจะเปิดตัวมากที่สุดในปีนี้ เพื่อรองรับกับความต้องการ ซึ่งคาดว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า” นายเมธา กล่าว