



เรื่องเด่น

การเมือง

รอบโลก

การเงิน-หุ้น

เศรษฐกิจ-ธุรกิจ

ไลฟ์

เศรษฐกิจ-ธุรกิจ

ข่าวเศรษฐกิจ-ธุรกิจ

คอลัมน์นิสต์เศรษฐกิจ-ธุรกิจ

SME

'SENA'เปิดแผน ปี2020 ผันักพันธมิตรขยาย พอร์ตเนวราบ ตั้งธงรายได้แตะ1.06 หมื่นล้าน

วันที่ 28 ม.ค. 2563 เวลา 11:12 น.



'SENA'วางหมากปี 2020 เปิด 10 โครงการใหม่ มูลค่ารวม 7,500 ล้านบาท
แจงแผนร่วมทุนต่อยอดธุรกิจเพื่อนซี้อุด สตรอง "อันคิว อันชิน" ขยายพอร์ต
"แนวราบ" บุกลงตลาดครั้งแรก ปักเป้ายอดขาย 11,500 ล้านบาท และยอด
โอน 10,600 ล้านบาท

ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เสนาดีเวลลอป
เมนท์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยถึงแผนธุรกิจปี 2020 เตรียมเปิดโครงการใหม่ ทั้งหมด
10 โครงการ รวมมูลค่า 7,500 ล้านบาท แบ่งเป็นโครงการแนวสูง 6 โครงการและ
แนวราบ 4 โครงการ ตั้งเป้ายอดขาย 11,500 ล้านบาทและเป้ารายได้ 10,600 ล้าน
บาท

ทั้งนี้การเติบโตทุกปีของบริษัท ภายใต้วิสัยทัศน์ "HOW TO THINK"โดยวาง 5
แนวคิดหลักธุรกิจจะสั่งหาปี 2020 ดังนี้

1. Think of Real Demand: ไฮไลต์ Target Group เจาะเรียลดีมานด์ (Real Demand) เน้นคนซื้ออยู่จริง โดยใช้ดาต้าหลายส่วนมาค้นหาทำเลที่เหมาะสม ทั้งโครงการรถไฟฟ้าที่เกิดขึ้นมากมาย แต่ต้องเลือกสถานที่ที่เหมาะสม โดยต้องเป็นเขตที่มีแหล่งงาน มีคนอพยพเข้ามาอยู่อาศัย ผังเมืองเหมาะสมและชีพพลายยังไม่มากเกินไป โดยเฉพาะตลาดแนวราบ Segment 3-5 ล้านบาท และแนวสูง Segment 1-3 ล้านบาท ยังเป็นระดับราคาที่มีความนิยมและมีกำลังซื้อที่ดี 2. Re Think SENA CORE COMPETENCY IN THE PAST ONTO THE PRESENT: ด้วยประสบการณ์กว่า 40 ปี เสนาเริ่มต้นจากธุรกิจแนวราบพัฒนาโครงการมากกว่า 50 โครงการ รวมมูลค่ากว่า 1.9 หมื่นล้านบาท โดยแนวการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่ใช่แค่การพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อสนองความต้องการกลุ่มลูกค้าแบบเดิมๆ แต่ทุกโครงการของเสนา "บ้านทุกหลัง" ต้องเป็นบ้านประหยัดพลังงาน จนเป็นที่มาของ "หมู่บ้านเสนาโซลาร์" โครงการแรกในไทยที่ใช้ไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ 3. Think of SENA INNOVATION: "นวัตกรรมและเทคโนโลยี" เป็นกุญแจดอกสำคัญที่เสนาให้ความสนใจและยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจโซลาร์และดีโซลาร์ให้กับทุกโครงการของเสนาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตควบคู่กับการเปลี่ยนโลกให้น่าอยู่ ปัจจุบันมีการติดตั้งให้กับบ้านทุกหลังรวม 400 หลัง ประมาณ 1,000 กิโลวัตต์ 4. Think of SENA Experience: ตัวแปรที่จะช่วยขับเคลื่อนภาพลักษณ์ของเสนาให้มีความชัดเจนและมีจุดต่างมากยิ่งขึ้น เสนามี "MADE FROM HER" แนวคิดหลักที่นำความคิดละเอียดหลายชั้นของผู้หญิงมาพัฒนาสินค้าและบริการ ในปีที่นี้สิ่งที่เราจะเพิ่มเติมคือ 1. ให้ความสำคัญกับ Customer Journey ที่มีความแตกต่างของแต่ละเซกเมนต์ 2. ปรับแบรนด์พอร์ตโฟลิโอ (Brand Portfolio) สร้างแบรนด์คอนโดใหม่ "SLASH" "SENA KITH" และแบรนด์บ้านใหม่ "SENA VILLE" "SENA VILLAGE" "SENA VELA" "SENA VIVA" เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละเซกเมนต์ เน้นกลุ่มลูกค้า GEN Y – First Jobber 3. ดีไซน์เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน 360 องศาให้ทันสมัยและง่ายต่อเข้าถึงข้อมูล 5. Think of Business Model: ปัจจุบันสนับสนุนหลักทุกสแต็ปของการเติบโตของเสนา นั้น ส่วนหนึ่งมาจากการที่มีพันธมิตรที่แข็งแกร่ง บริษัท ฮันคิว ฮันชิน หรือเพอร์ดี คอร์ป ปัจจุบันมีโครงการที่อยู่ระหว่างการพัฒนา ในช่วงเวลา 3 ปี ทั้งหมด 9 โครงการ และปีนี้ เสนา ฮันคิว ฮันชิน เตรียมรุกตลาด "ทาวน์โฮม" ร่วมกันเป็นครั้งแรก รวมถึงคอนโดต่ำล้านและคอนโดฯ ราคา 1- 1.5 ล้านบาท พร้อมนำแนวคิด Geo fit+ จากญี่ปุ่นมาใช้กับสินค้าและบริการ นอกจากนี้มีการ จัดตั้งบริษัท ทีเค นวกิจ จำกัด" บริษัทที่ปรึกษาเพื่อสร้างพัฒนาคอนโดมิเนียมโลว์ไรส์ของบริษัท เพื่อควบคุมต้นทุน และระยะเวลาก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ทางเสนาเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นทั้งโอกาสและวิกฤตต้องปรับตัวให้ทัน Digital Disruption ซึ่งแม้ภาพรวมตลาดอสังหาฯจะเต็มไปด้วย Perfect Storm (พายุที่สมบูรณ์แบบมากลูกหนึ่ง) แต่ด้วยกลยุทธ์ของบริษัทที่ใส่ใจในทุกรายละเอียดทุกเรื่อง ศึกษาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ตลอดเวลาเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับพันธมิตรชั้นนำที่เข้ามามีส่วนช่วยผลักดันให้บริษัทเติบโต จึงทำให้มั่นใจว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างแน่นอนในปี 2020