

ถอดรหัส'พฤษภา' สู่อาณาจักร'แสนล้าน'



“
ปีหน้าสังหาฯ
มีปัจจัยเสี่ยงเยอะ
ทั้งสงครามการค้า
ดอกเบี้ยขาขึ้น
ต้องระมัดระวัง

ทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์

อ่านหน้า 4

ต่อจากหน้า 1

ถอดรหัส

● สวัสดิ์ วัฒนวงศ์

กรุงเทพธุรกิจ ● ทุกธุรกิจล้วนมีความเสี่ยง โดยเฉพาะ “อสังหาริมทรัพย์” เป็นหนึ่งในเรียลเอสเตทที่นักลงทุนมองว่ามีความเสี่ยงสูง เพราะหากเศรษฐกิจเปราะบางเมื่อไหร่ ภาคอสังหาฯ มักจะได้รับแรงกระแทกเต็มๆ จากการแตะเบรกซื้ออสังหาฯของผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม แม้เสี่ยงสูงแต่ในแง่ผลตอบแทนก็สูงไม่แพ้กัน (High risk - High return) ทำให้อดีตผู้รับเหมาก่อสร้างอย่าง “ทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์” ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท พฤษภา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ยอมพาตัวเองก้าวข้ามจากผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เต็มตัว ก่อตั้งบริษัทพฤษภา เมื่อวันที่ 6 เม.ย.2536 มี

ออฟฟิศแรกอยู่ที่อาคารไอทีสแควร์ ขณะที่ โครงการที่อยู่อาศัยแรก ที่พัฒนาออกสู่ตลาดคือ ทาวน์เฮ้าส์แบรนด์ “บ้านพฤษภา” ขายในราคา 3.3 แสนบาท ต่อยูนิต

“สมัยก่อนขายยูนิตละ 3.3 แสนบาท ตอนนั้นหาซื้อไม่ได้แล้ว” ทองมาเปิดฉากเล่าในงาน “พฤษภา ฉลอง 25 ปี เปิดบ้านเฟิร์ลแบงก์ก็ค็อก” วันก่อน โดยขยายความว่า..

ในระยะแรกของการลุยอสังหาฯยังคงเน้นพัฒนาทาวน์เฮ้าส์แบรนด์นี้ร่วมลิบโครงการ มีการนำเทคโนโลยีการก่อสร้าง Tunnel Wall ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ซื้อจากประเทศฝรั่งเศสมาใช้แทนการก่ออิฐฉาบปูนเรื่อยมา จนกระทั่ง 15 ปีก่อน ได้เปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างสำเร็จรูป(Precast) มาใช้ในการสร้างบ้าน ทำให้รั่นระยะเวลาสร้างบ้านเหลือเพียง 30 วัน ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานพรีคาสต์ 7 แห่ง โดยโรงงานที่ 1-5 อยู่ที่ลำลูกกา ส่วนโรงงานที่ 6-7 อยู่ที่นวนคร เส้นทางทางเติบโตของพฤษภามีมา

อย่างต่อเนื่อง จากบริษัทเล็กๆ แปรสภาพเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เมื่อปี 2548 และก้าวเป็นเบอร์ 1 ในแง่รายได้ในตลาดอสังหาฯเมืองไทย โดยทำรายได้สูงสุดยาวนานเป็น 10 ปี (9 เดือนปี 2561 มียอดขายรวมกว่า 3.9 หมื่นล้านบาท)

“ทองมา” เล่าว่า กว่าจะมาถึงจุดนี้ได้การขับเคลื่อนธุรกิจไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ ล้มลุกคลุกคลาน เจอโจทย์หินสารพัด โดยเฉพาะหลังตั้งไข่ธุรกิจได้เพียง 4 ปี ก็เผชิญพายุเศรษฐกิจลูกใหญ่ “วิกฤติต้มยำกุ้ง”

“ปี 2540 เรามีหนี้ไม่เยอะ เทียบตอนนี้มีหนี้เฉลี่ย 4 หมื่นล้านบาท แต่หนี้สินต่อทุน (D/E)เราต่ำแค่ 0.8 เท่า” ทองมา เล่าอย่างอารมณ์ดี ก่อนจะบอกว่า เจอวิกฤติหลายลูก แต่ก้าวข้ามทุกวิกฤติมาได้เพราะมี “คัมภีร์” คือความเข้มแข็งของผู้บริหารพนักงาน ตลอดจนความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาที่อยู่อาศัยดีๆ

“Key to Success ที่ทำให้เราโตได้ คือเวลามีปัญหาเข้ามา เราต้องคิดแก้ปัญหาแต่ละคราวไป ป้องกันความเสี่ยงไปอย่างปีหน้า แนวโน้มเศรษฐกิจไม่ดี อาจมีปัญหาสงครามการค้าระหว่างสหรัฐกับจีน การปรับสัดส่วนสินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน(LTV) เราต้องมาดูแต่ละเรื่องจะแก้ปัญหาอย่างไร แต่ภาพรวมปีหน้าธุรกิจยังพอไปได้” ทองมาเผย

เติบโตมากกว่า 2 ทศวรรษ แต่การเบง “อาณาจักร” พฤษภาให้ใหญ่ ยังคงทำต่อทองมาเล่าว่า ปัจจุบันเขาเข้ามานั่งทำงานที่ออฟฟิศสัปดาห์ละ 2 วัน และไม่เข้ามาทำงานเร็วนัก โดยเล่าติดตลกว่า กลัว 3 ขุนพลธุรกิจ “สุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร -ปิยะ ประยงค์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพฤษภา เรียวเอสเตทแวลู -ประเสริฐ แต่ดลยศาสิต” ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพฤษภา เรียวเอสเตทพรีเอ็มมีย์ จะไร้ภารกิจสานต่อแต่กระนั้น ได้โยนเป้าหมายใหญ่ใน 10 ปีข้างหน้า คือการขยายยอดขายแตะ “1 แสนล้านบาท” อีกครั้ง หลังเคยประกาศตัวเลขดังกล่าวเมื่อหลายปีก่อน หวังทะยานขึ้นเป็นยักษ์ใหญ่ด้านอสังหาฯระดับ “เอเชีย”

การจะไปถึงยอดขายแสนล้านบาท ทำให้ “พฤษภา” ไม่ยึดติดการเติบโตอยู่แค่

“ที่อยู่อาศัย” อีกต่อไป แต่จะขยายสู่ธุรกิจ **โรงพยาบาล** ซึ่งเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ประจำ เพื่อกระจายความเสี่ยงธุรกิจที่อยู่อาศัย โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างก่อสร้าง “โรงพยาบาลวิมุตติ” ตามแผนจะเปิดให้บริการภายในปี 2563 ระหว่างทางยังเปิดคลินิก “บ้านหมอวิมุต” เพื่อให้บริการแก่ผู้ป่วยโรคทองมาเล่าว่า สาเหตุการเลือกกลยุทธ์ธุรกิจโรงพยาบาล เพราะเป็นตลาดที่ “ใหญ่” กว่าตลาดที่อยู่อาศัยอย่างมาก โดยมูลค่าตลาดเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนไม่ต่ำกว่า 5 แสนล้านบาท การขยายพอร์ตโฟลิโอสู่ธุรกิจ Health and Well being จึงเป็น “เสาหลักที่2” นอกเหนือจากธุรกิจที่อยู่อาศัย เพื่อสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับผู้ป่วยโรค รวมถึงรองรับเทรนด์ของประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)

นอกจากนี้บริษัทยังปูทางสู่การขยายธุรกิจ “เสาหลักที่3” ด้วยการสร้างแพลตฟอร์มที่จะมาตอบโจทย์การอยู่อาศัยครบวงจร หรือ **Total Living Solutions** ที่ไม่ใช่เพียงแค่การขยายตลาดบ้านเท่านั้น แต่ยังมุ่ง “ยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิต” การอยู่อาศัยของคนไทยให้ดีขึ้น เช่น แอปพลิเคชันที่จะเปิดให้บริการแก่ลูกบ้าน รองรับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคชาวไทย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าภายนอก

อย่างไรก็ตาม ยอดขายจะแตะ 1 แสนล้านบาท “ทองมา” บอกว่า แต่ละปีต้องการเห็นธุรกิจเติบโต 25% ต่อเนื่อง ขณะที่กลยุทธ์การทำตลาดที่จะคอยหนุนธุรกิจ ปีหน้าจะเห็นการ “ปรับตัว” อีกระลอก โดยปี 2562 จะเริ่มจากซื้อที่ดิน “เกรดเอ” เพื่อพัฒนาบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม ลดการซื้อที่ดินเกรดบีและซีลง

นอกจากนี้บริษัทจะเน้นพัฒนาโครงการพร้อมกับให้ลูกค้าผ่อนดาวน์ ลดสัดส่วนการสร้างบ้านเสร็จแล้วขายรับมาตรการแอลทีวี เป็นต้น

“ปีนี้อสังหาขยายตัวดี แต่ปีหน้าอาจเป็นดาวร่วง เนื่องจากมีปัจจัยเสี่ยงเยอะ ทั้งสงครามการค้าระหว่างสหรัฐกับจีน อัตราดอกเบี้ยขาขึ้น มาตรการคุมเข้มสินเชื่อของธนาคารแห่งประเทศไทย และแนวโน้มเศรษฐกิจปีหน้าอาจชะลอตัว ทำให้การลงทุนปีหน้าต้องระมัดระวัง แต่ถ้าทำเลดีเราก็สนใจที่จะพัฒนาโครงการ”

โดยประเมินภาพรวมอสังหาปีหน้า คาดว่าจะเติบโต 5% ลดลงจากปี 2561 ที่คาดว่าจะโตไม่ต่ำกว่า 10% แต่บริษัทจะยังคงตั้งเป้ายอดขายให้เติบโตกว่าปีนี้