

'พฤษภา' แก่เกมปรับฐาน รันแชมป์อสังหาฯปีที่ 8



ประเสริฐ แต่ดุษฎีชาติ

“เราไม่ยึดติดกรอบ
ยึดหยุ่นปรับตัว
ตอบโจทย์ทุกเช็กแมทก์
ทุกทำเล ทั้งกรุงเทพฯ
ต่างจังหวัด

อ่านต่อหน้า 4

ต่อจากหน้า 1

พฤษภา

ประกายดาว แบ่งสัดส่วน

กรุงเทพธุรกิจ ● เป็นแชมป์ว่ายากแล้ว การรักษาแชมป์ยากยิ่งกว่า! นี่คือสิ่งที่ต้องติดตามกลวิธีแก้โจทย์ของเบอร์หนึ่งในตลาดอสังหาริมทรัพย์เมืองไทย อย่าง “พฤษภา” ผู้เป็นแชมป์ทำรายได้สูงสุดมานาน 7 ปี (ปี 2555-2561) กับการวิ่งทำลายสถิติตัวเอง ทำมกลางฐานยอดขายและรายได้ มีมูลค่าพอร์ตขนาดใหญ่ขึ้นทุกปี ขวากหนามรังตำแหน่งแชมป์ยังถูกท้าทายจากขาลงของธุรกิจอสังหาฯ จากความต้องการลดลง สวนทางกับคู่แข่งที่ยังอยู่เต็มกระดาน

ประเสริฐ แต่ดุษฎีชาติ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพฤษภา เรียวเอสเตท-พรีเมียม บมจ.พฤษภา เรียวเอสเตท เขายังเป็นหนึ่งในผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จผลักดันให้พฤษภาก้าวขึ้นเป็นบริษัทอสังหาฯที่ทำรายได้สูงสุดติดต่อกัน 7 ปี เผยถึงกลยุทธ์รันแชมป์อสังหาฯ

ในปีที่ 8 กับ “กรุงเทพธุรกิจ”

อย่างที่เขาเคยนิยามว่า ภาพรวมอสังหาฯปีนี้เป็นปีแห่งการเปลี่ยนผ่าน “ปรับฐาน” เพื่อสร้างสมดุลตามกลไกการตลาด ทำให้ประเมินว่าภาพรวมตลาดจะเติบโตเพียง 0-5% จากปี 2561 ที่เติบโตสูงที่สุดในรอบ 11 ปี (นับตั้งแต่ปี 2550) มีมูลค่ารวม 512,175 ล้านบาท เติบโต 18%

โดยมีหลักปัจจัยกดดันตลาดประกอบด้วย 1. การลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติซึ่งมีความต้องการซับซ้อนทั้งความต้องการลงทุนและความต้องการที่อยู่อาศัย โดยปี 2561 ใน 3 ไตรมาสแรกมีการโอนเงินจากต่างชาติเพื่อซื้อคอนโดมิเนียมมูลค่าสูงถึง 6.8 หมื่นล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้า 31% คาดว่าทั้งปี 2561 น่าจะเกิน 7 หมื่นล้านบาท ผลักให้ราคาอสังหาฯในไทยสูงขึ้น

2. การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบของ PM2.5 สูงเกินมาตรฐานกระทบต่อการดำเนินโครงการอสังหาฯที่ถูกกระหน่ำเป็นหนึ่งในตัวการทำให้เกิดฝุ่นพิษ 3. ราคา

ที่ดินปรับตัวสูงขึ้นเกินกำลังซื้อ จากจำนวนที่ดินแปลงงามที่เหลือน้อย

4. มาตรการกำกับดูแลของภาครัฐ โดยเฉพาะมาตรการคุมเข้มสินเชื่อ (LTV) ดีด้วย 1 เม.ย. ที่ผ่านมา หมายความว่าวงเงินสินเชื่อรวมไปถึงภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่กำลังจะบังคับใช้ในปี 2563

5. บางพื้นที่เกิดโอเวอร์ซัพพลาย บางบริษัทก่อหนี้สูง จึงเริ่มระงับการลงทุน 6. มีการเปลี่ยนแปลงเช็กแมทก์กลุ่มคนซื้อบ้าน รวมไปถึงรูปแบบการพัฒนาแบบผสมผสาน หรือ Mixed-Use และ 7. การเปิดตัวโครงการใหม่เริ่มชะลอ เพราะซัพพลายล้นตลาด

“การเปลี่ยนแปลงทั้ง 7 ปัจจัยที่ซับซ้อน ส่งผลทำให้การเติบโตอสังหาฯปีนี้จะลดตัว โดยเฉพาะมาตรการ LTV ซึ่งมาซ้ำเติมตลาด เพราะคนเข้าถึงการซื้อบ้านลดลง โดยเฉพาะกลุ่มซื้อบ้านระดับราคาตลาดกลางถึงล่างราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาทที่มีสัดส่วนในตลาด 23-25% จะหายไปส่วนหนึ่ง ดังนั้นรัฐบาลควรทบทวนการใช้มาตรการ เมื่อเห็นผลกระทบในไตรมาสสอง”

จากสถานการณ์ดังกล่าว กู๋ซืออย่าง “ประเสริฐ” กล่าวถึงกลยุทธ์ของพฤษภาในการแก้เกมว่า เมื่อตลาดกลางถึงล่างเริ่มเติบโตลดลง พฤษภาจึงเข้าไปบุกตลาดกำลังซื้อสูงตลาดกลางถึงบนมากขึ้น ผ่านการเปิดตัวโครงการหรู 2 แบรินด์ ได้แก่ เดอะรีเซิร์ฟ (The Reserve) และ แชนปเตอร์ (Chapter)

“หลังจากพฤษภาครองแชมป์ตลาดกลางและล่าง ราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาทมายาวนาน เริ่มอึดตัวจึงปรับตัวเข้าไปทำตลาดพรีเมียม โดยในปี 2562 จะเปิดตัว 4 โครงการพรีเมียม มูลค่า 8,600 ล้านบาท”

ปัจจุบันโครงสร้างรายได้ของพฤษภา แบ่งเป็นกลุ่มพรีเมียมสัดส่วน 41% มูลค่า 14,644 ล้านบาท, สัดส่วนกลุ่มธุรกิจคอนโด 41% มูลค่า 14,341 ล้านบาท, สัดส่วนทาวน์เฮาส์ 11% มูลค่า 3,833 ล้านบาท

และสัดส่วนกลุ่มบ้านเดี่ยว 7% มูลค่า 2,576 ล้านบาท

นอกจากนี้ ท่ามกลางความผันผวนของตลาด พฤษภาต้องเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ด้วยการพัฒนาแบรนด์ขึ้นมา 14 แบรนด์ให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกเซกเมนต์และทุกทำเล ที่น่าสนใจ

"พฤษภาไม่ยึดติดกรอบปรับตัวพร้อมพัฒนาแบรนด์ให้ตอบโจทย์ลูกค้าทุกเซกเมนต์ โมเดลธุรกิจยืดหยุ่นให้เข้ากับสภาพตลาดที่เปลี่ยนไป คนอื่นอาจจะมียืนค้ำมาผสมในพอร์ตแต่ไม่มีทุกพอร์ต แต่เรามีทุกพอร์ต ทุกทำเลทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด"

นี่คือเหตุผลที่ทำให้เขาเชื่อว่าเป้าหมายปีนี้ยังคงทำรายได้สูงกว่าปีที่ผ่านมา โดยตั้งเป้ายอดขายมูลค่า 54,000 ล้านบาท เติบโต 5% และทำรายได้ 47,000 ล้านบาท เติบโต 4.7% จากปี 2561

เป็นเป้าหมายรายได้อันท้าทาย ท่ามกลางตลาดไม่เอื้ออำนวย จึงต้องเน้นการเปิดเกมรุกการตลาดอย่างหนัก รักษาความเป็นแชมป์ที่มีรายได้สูงสุดติดปีขึ้นสู่ปีที่ 8

นอกจากนี้ที่ผ่านมาพฤษภายังพัฒนาธุรกิจตอบโจทย์สังคมดิจิทัล ด้วยการใช้นวัตกรรมข้อมูล(Big Data) ซึ่งมีฐานลูกค้ากว่า 4 แสนราย ยิ่งตรงเข้าถึงความต้องการแบบเฉพาะ ซึ่งปีที่ผ่านมาได้ลูกค้าผ่านช่องทางตลาดดิจิทัลถึง 50%