

พวกษา ประกาศแผนปี 61 มุ่งรักษาความเป็นที่หนึ่งในตลาดและสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง ตั้งเป้ายอดขายและรายได้โต 13% และ >10% ตามลำดับ

พวกษา ผู้นำอันดับหนึ่งในวงการอสังหาฯ ประกาศแผนปี 61 ตั้งเป้ายอดขาย 53,742 ล้านบาท รายได้ 50,500 ล้านบาท ชูกลยุทธ์รักษาความเป็นที่หนึ่งในตลาด มุ่งสร้างแบรนด์ โดยเน้นการใช้นวัตกรรมและดิจิทัล พร้อมจับมือพันธมิตรร่วมพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของที่อยู่อาศัยให้ดียิ่งขึ้น

นางสุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม บริษัท พวกษา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) เปิดเผยถึงแผนธุรกิจในปี 2561 ว่า “ด้วยวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ ที่จะก้าวไปสู่แบรนด์อันดับหนึ่งในใจคนไทย และเป็นหนึ่งในตลาดอสังหาริมทรัพย์ พวกษาจึงใส่ใจทุกคุณภาพเพื่อทั้งชีวิตที่ดีขึ้น ในปีนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาเรื่องเมกะเทรนด์ของตลาด โดยอีก 5 ปีข้างหน้ามูลค่าตลาด Smart Home จะเติบโตเพิ่มสูงขึ้น 13.65% บริษัทฯ จึงนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้การพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อเพิ่มคุณภาพและบริการ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งในวันนี้และอนาคต อาทิ การเยี่ยมชมโครงการใหม่ผ่านระบบ VR รวมถึงการสั่งการเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ในบ้านผ่านระบบ AI เป็นต้น รวมถึงพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อรองรับสำหรับสังคมสูงวัย นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ใช้แผนกลยุทธ์การตลาดแบบ Digital Marketing เพื่อให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้า ซึ่งที่ผ่านมาถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง ส่งผลให้เว็บไซต์พวกษามียอดผู้เข้าชมสูงสุด และก้าวขึ้นมาเป็นเว็บไซต์อันดับหนึ่งของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไทย โดยปีที่ผ่านมามียอดขายที่มาจากสื่อดิจิทัล 16,101 ล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าถึง 98%

ด้านภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ ปี 2561 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล คาดว่าจะมียอดขายเติบโตจากปีที่ผ่านมาประมาณ 5% มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 4.20 แสนล้านบาท โดยมีปัจจัยสนับสนุนโครงการลงทุนด้านการคมนาคมของภาครัฐบาล ซึ่งในปีนี้บริษัทฯ ตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 53,742 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น 13% และรายได้ 50,500 ล้านบาท หรือเติบโต >10% รวมถึงการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้เติบโต >13.5% โดยมาจากแผนการเปิดโครงการใหม่จำนวน 75 โครงการ มูลค่า 66,700 ล้านบาท และการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้งบประมาณ รวมถึงการร่วมกับพันธมิตรเพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น อาทิ การใช้เสาเข็มมาตรฐาน มอก. ของ GEL, ร่วมมือกับ SCG พัฒนาวาสตูก่อสร้างที่ทันสมัยมาใช้ในโครงการ และการพัฒนาคุณภาพสีทาบ้านร่วมกับ TOA เป็นต้น ด้านความคืบหน้าของโรงพยาบาลวิมุตขณะนี้โครงการได้ผ่าน EIA และกำลังอยู่ในระหว่างการก่อสร้างโดยใช้งบประมาณ 650 ล้านบาท คาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการแก่ลูกค้าได้ในปี 2020

ด้าน นายปิยะ ประยงค์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพุกษา เรียลเอสเตท บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)เปิดเผยว่า “ในปีนี้อาจรวมตลาดของกลุ่มธุรกิจแวลูมีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน อยู่ที่ 4.79% ทั้งตลาดบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ และคอนโดมิเนียม สำหรับแผนกลยุทธ์ของกลุ่มธุรกิจแวลูในปีนี้อย่างเน้นการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้ระดับกลาง-ล่าง เพื่อรักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิม และขยายฐานลูกค้าไปยังระดับกลาง – บนมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมในทุกเซ็กเมนต์ โดยนำนวัตกรรม “พุกษา 4.0” มาใช้ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยทุกโครงการ พร้อมจับมือร่วมกับพันธมิตรต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีแผนพัฒนาโครงการแนวราบบนถนนบางนา-วงแหวน มูลค่า 8,000 ล้านบาท ซึ่งถือได้ว่าเป็นโครงการเมกะโปรเจกต์ที่ใหญ่ที่สุดของปีนี้

นายประเสริฐ แต่ดุษยสาธิต ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพุกษา เรียลเอสเตท-พรีเมียม บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)เปิดเผยว่า “ในปีนี้อาจเตรียมเดินหน้าลุยตลาดพรีเมียมอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 6,800 ล้านบาท และเป้ารายได้ไว้ที่ 3,500 ล้านบาท และมีแผนเปิดโครงการใหม่ จำนวน 8 โครงการ มูลค่า 10,260 ล้านบาท ซึ่งปีนี้อย่างคงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องครั้งใหญ่ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และมีปัจจัยความเสี่ยงของการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ บริษัทฯ จึงเน้นพัฒนาที่อยู่อาศัยที่มีจำนวนยูนิตไม่เยอะ ซึ่งจะทำให้ความเป็นส่วนตัวมากกว่า โดยพัฒนาที่อยู่อาศัยในรูปแบบใหม่ให้มีความโดดเด่นเฉพาะตัวเพื่อสร้างความแตกต่างจากตลาดและคู่แข่ง ซึ่งที่ผ่านมาถือว่าพุกษาได้ประสบความสำเร็จในตลาดพรีเมียมเป็นอย่างสูง และในปีนี้ก็มั่นใจได้ว่าจะเป็นอีกปีที่สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้เช่นกัน