

## พฤษภาคมกำไรครั้งแรก 1,339 ล้านบาท ซุกกลยุทธ์มาร์เก็ตติ้งแมกซ์โมเดล เตรียมลุยอีโพรเจคครึ่งปีหลัง

-14 สิงหาคม 2563- พฤษภาคมผลประกอบการครึ่งปีแรกปี 2563 ฝ่าวิกฤติโควิด-19 ทำรายได้ 13,308 ล้านบาท กำไรสุทธิ 1,339 ล้านบาท ประกาศจ่ายเงินปันผล 0.31 บาท/หุ้น ซุกกลยุทธ์การตลาดแบบมาร์เก็ตติ้งแมกซ์โมเดล ครึ่งปีหลังพร้อมลุย 26 โครงการไฮไลท์ มูลค่า 34,430 ล้านบาท เล็งผูกพรีเมียมโปรเจคจับกลุ่มลูกค้าเรียลติமானด์ย่านชัชวาลย์-แจ้งวัฒนะ

นางสุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม บริษัท พุกา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า “ครึ่งปีแรกปี 2563 บริษัทฯ ทำรายได้รวม 13,308 ล้านบาท ยอดขาย 9,576 ล้านบาท แบ่งเป็นยอดขายจากทาวนเฮาส์ 53% บ้านเดี่ยว 24% และคอนโดมิเนียม 23% ทำกำไรสุทธิ 1,339 ล้านบาท พร้อมยังคงรักษาสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง แม้ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาจะได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แต่สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการปรับแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ทั้งนี้จากการที่บริษัทฯ มีโครงการที่อยู่ระหว่างการขายสูงอยู่แล้ว จึงเน้นกลยุทธ์การระบายสต็อก โดยในช่วงที่ผ่านมา รายได้ครึ่งปีแรกมีส่วนเกือบ 70% มาจากสินค้าสต็อกพร้อมอยู่ ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ ประกอบกับพฤติกรรมทางเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของลูกค้ามีแนวโน้มที่ดีขึ้นตั้งแต่ในช่วงเดือนพฤษภาคม ทำให้ผลการดำเนินงานของพุกาในครึ่งปีแรกนี้ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ จึงมีการพิจารณาอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลประจำปี 2563 ให้กับผู้ถือหุ้นได้ในอัตราหุ้นละ 0.31 บาท”

“ด้านภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลครึ่งปีแรกมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 128,457 ล้านบาท ลดลงจาก 36% ขณะที่ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ห้าเดือนแรกอยู่ที่ 145,969 ล้านบาท ลดลง 8% แม้ว่าสถานการณ์โควิด-19 มีแนวโน้มดีขึ้น แต่ทิศทางตลาดอสังหาฯ ยังคงต้องเฝ้าระวัง บริษัทฯ จึงยังคงเพิ่มความรอบคอบและความคล่องตัวในการปรับแผนธุรกิจ ควบคุมค่าใช้จ่าย บริหารสภาพคล่องให้มีประสิทธิภาพ เร่งขาย เร่งโอน และเร่งระบายสินค้าพร้อมอยู่ (Inventory) พร้อมกันนี้ได้ปรับกลยุทธ์การขายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้เข้าถึง Customer Journey อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และยังให้ความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับตัวตามวิถีใหม่ของสังคมแบบนิวนอร์มอล (New Normal) ทั้งในระยะสั้น และยาว เพื่อยกระดับการพัฒนาสินค้า นวัตกรรม และการบริการ แบบบูรณาการในทุกมิติ

สำหรับในช่วงครึ่งปีหลัง หากประเทศไทยยังสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ต่อเนื่อง โดยไม่มีการแพร่ระบาดระลอกที่สอง เชื่อว่าความมั่นใจจะสูงขึ้น พร้อมกับเซนต์แมนส์ของตลาดที่ดีขึ้นด้วย บริษัทฯ จึงได้วางกลยุทธ์การตลาดแบบมาร์เก็ตติ้งแมกซ์โมเดล (Marketing Max Model) โดยนำโครงการเกรด A จำนวน 19 โครงการ มูลค่า 25,650 ล้านบาท คัดสรรจากโครงการที่เปิดขายในปัจจุบัน ซึ่งมีอยู่กว่า 180 โครงการ ทำการรีมาร์เก็ตติ้ง (Remarketing) โครงการใหม่ ปรับรายละเอียดสินค้า และรูปแบบให้ตรงใจลูกค้ามากขึ้นตามวิถีชีวิตใหม่ New Normal พร้อมทำแผนการตลาดแบบ Digital Lead ใช้ฐานข้อมูลลูกค้า ทำความเข้าใจและสื่อโฆษณาให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในครึ่งปีหลัง ยังเน้นบุก

ตลาดแนวราบ จับกลุ่มเรียลตี้มันด์ (Real Demand) โดยมีแผนเปิดโครงการใหม่ 7 โครงการ มูลค่ารวม 8,780 ล้านบาท

ได้แก่ ทาวน์เฮาส์ 3 โครงการ บ้านเดี่ยว 3 โครงการ และคอนโดมิเนียม 1 โครงการ เลือกเปิดโครงการที่มีศักยภาพสูง สามารถตอบโจทย์ลูกค้าทั้งทางด้านคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและเป็นไปตามราคาของเช็คต์เม้นต์นั้นๆ อย่างไรก็ตามพฤษภาคมมีความคล่องตัวสูงในการปรับแผน จึงสามารถปรับเพิ่มหรือลดจำนวนการเปิดโครงการให้เข้ากับสถานการณ์ในช่วงนั้นได้อย่างรวดเร็ว โดยในช่วงปลายเดือนกันยายนี้ ได้เตรียมเปิดโครงการไฮไลท์แห่งปี ได้แก่ เดอะ ปาล์ม ชัยพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ บ้านเดี่ยวระดับพรีเมียม บนที่ดิน 400 ไร่ มูลค่าโครงการรวม 1,630 ล้านบาท ดีไซน์พื้นที่ภายในบ้าน ให้ตอบรับการใช้ชีวิตของครอบครัวยุคใหม่แบบนิวนอร์มอล (New Normal) เน้นฟังก์ชันใช้งานให้ทุกสมาชิกมีพื้นที่ส่วนตัว และสามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ฟังก์ชันได้ตามไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค ราคาเริ่มต้น 7-15 ล้านบาท พร้อมกันนี้ได้เตรียมขยายกลุ่มลูกค้าทาวน์เฮาส์ไปยังระดับไฮเอนด์ 10 ล้านขึ้นไป โดยบุกตลาดใหม่ด้วยแบรนด์พาทีโอ ซึ่งจะเตรียมเปิดขายในช่วงต้นปีหน้า และได้มีการปรับเป้าปี 2563 โดยตั้งเป้ารายได้ 31,000 ล้านบาท และเป้าขายยอดขาย 28,000 ล้านบาท ซึ่งมั่นใจว่าจะบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ” นางสุพัตรา กล่าว