

“พุกษา โฮลดิ้ง” ตอกย้ำกลยุทธ์ปี 68 ปรับพอร์ตโฟลิโอสู่ตลาดระดับกลางถึงบน ต้นมาร์จิ้น 33.3% ปี 69 เดินหน้าแปลงรายได้จากสินทรัพย์ ลุยต่อ 3 กลยุทธ์หลัก ปีรายได้ 18,800 ล้านบาท

พุกษา โฮลดิ้ง โชว์ความเหนือชั้นในการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ท่ามกลางความผันผวนของตลาด สะท้อนความสำเร็จของกลยุทธ์ Reshaping Portfolio ในปี 2568 จากการปรับพอร์ตโฟลิโอสู่ตลาดระดับกลางถึงบน ลดสัดส่วนธุรกิจที่ไม่ใช่แกนหลัก และยกระดับคุณภาพโครงการให้สอดคล้องกับกำลังซื้อ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้น (GPM) ได้สูงถึง 33.3% จากรายได้รวม 14,983 ล้านบาท ท่ามกลางภาวะตลาดที่ผันผวน ตอกย้ำประสิทธิภาพการบริหารพอร์ตและวินัยทางการเงินอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมเปิดฉากปี 69 ด้วยกลยุทธ์ใหม่ภายใต้กรอบ “Asset-Optimized, Capital-Efficient, Well Living-Focused” มุ่งเปลี่ยนสินทรัพย์ให้เป็นโอกาสเพื่อสร้างรายได้ระยะยาว บริหารเงินทุนอย่างมีวินัย ยกระดับแบรนด์ผ่านความร่วมมือด้านสุขภาพและบริการครบวงจร ตั้งเป้าปี 69 กวาดรายได้ 18,800 ล้านบาท ธุรกิจเรียลเอสเตท เตรียมเปิดตัว 7 โครงการใหม่ มูลค่ารวม 8,200 ล้านบาท ต้นรายได้ 15,000 ล้านบาท ส่วนธุรกิจ เฮลท์แคร์เคีอวิมุตลุยเดินหน้ากลยุทธ์ความเป็นเลิศ ปีคงสร้างรายได้ 2,600 ล้านบาท

นางสาวปัทมา ปิยะมณีพร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม บริษัท พุกษา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ปี 2568 เป็นปีแห่งความสำเร็จของพุกษา โฮลดิ้ง สะท้อนผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมจากกลยุทธ์ Reshaping Portfolio ของพุกษา โฮลดิ้ง โดยบริษัทฯ ได้มุ่งปรับโครงสร้างพอร์ตธุรกิจ โฟกัสธุรกิจหลัก และยกระดับสัดส่วนโครงการในตลาดระดับกลางถึงบน ควบคู่กับการลดการลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่แกนหลัก ส่งผลให้สามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ได้ที่ 33.3% เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า จากรายได้รวม 14,983 ล้านบาท แม้ต้องเผชิญสภาวะตลาดที่ท้าทาย

ขณะเดียวกัน ยังคงความแข็งแกร่งของโครงสร้างทางการเงินด้วยอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Net Gearing Ratio) เพียง 0.28 เท่า พร้อม Backlog กว่า 3,000 ล้านบาท และด้วยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นธุรกิจหลัก ปรับลดพอร์ตการลงทุนในธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถทำกำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 247 ล้านบาท ท่ามกลางสภาวะตลาดที่เต็มไปด้วยความท้าทาย ทั้งกำลังซื้อที่ชะลอตัวและการแข่งขันด้านราคา โดยเฉพาะในกลุ่มที่อยู่อาศัยระดับกลาง-ล่าง ซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรงจากเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อที่เข้มงวดของสถาบันการเงิน

“ในปี 2569 นี้ เราตั้งเป้าหมายรายได้รวมที่ 18,800 ล้านบาท เป็นรายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 15,000 ล้านบาท และรายได้จากธุรกิจเฮลท์แคร์ 2,600 ล้านบาท พร้อมอัดงบประมาณ 4,400 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายธุรกิจ และในปีนีเรวางกลยุทธ์ต่อเนื่องภายใต้ Reshaping Portfolio โดยมุ่งเน้น 3 แกนหลัก “Asset-Optimized · Capital-Efficient · Well Living-Focused” มุ่งยกระดับประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์และโฟกัสพอร์ตการลงทุนเพื่อความคล่องตัวทางการเงิน และต่อยอดความได้เปรียบเชิงแบรนด์จากการผสานธุรกิจที่อยู่อาศัยและเฮลท์แคร์เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ จุดแข็งสำคัญของพุกษาคือ การเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายเดียวที่มีธุรกิจโรงพยาบาลในเครือ ซึ่งทำให้เราสามารถสร้างความแตกต่างผ่านการเชื่อมโยง ‘บ้าน’ กับ ‘การดูแลสุขภาพ’ ได้อย่างครบวงจร เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตที่มีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว ภายใต้ทิศทางธุรกิจที่ชัดเจนและมั่นคง” นางสาวปัทมา กล่าว

ในมิติแรก “Asset-Optimized, Recurring-Built” บริษัทฯ เดินหน้ากลยุทธ์เชิงรุกเพื่อเพิ่มสัดส่วนรายได้ประจำ (Recurring Income) ผ่านการบริหารจัดการพอร์ตที่ดินมูลค่ากว่า 12,800 ล้านบาท เปลี่ยนสินทรัพย์ให้เป็นรายได้ผ่านการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยและการสร้างรายได้จากการเช่ารูปแบบใหม่ ๆ อาทิ กลุ่มเฮลท์แคร์, อะพาร์ตเมนต์, โฮบริด เรสซิเดนซ์ และ

คลังสินค้า พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้วางโรดแมปเร่งสปีดการพัฒนาและการโอนกรรมสิทธิ์ โดยตั้งเป้าเปิดโครงการรวม 22 โครงการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนและลดภาระในการดูแลสินค้าคงคลังอย่างเป็นระบบ สำหรับความคืบหน้าในธุรกิจคลังสินค้า “โอเมก้า บางนา โลจิสติกส์ แคมป์ปัส” ซึ่งเป็นคลังสินค้าอัจฉริยะบนพื้นที่กว่า 217,000 ตารางเมตร ที่ถือเป็นหนึ่งในคลังสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยพัฒนาร่วมกับพันธมิตรระดับโลก เพื่อรองรับศักยภาพด้านโลจิสติกส์ การกระจายสินค้า และสอดคล้องกับแนวโน้มเศรษฐกิจยุคใหม่ บริษัทฯ จะเริ่มรับรู้รายได้ในไตรมาส 3 พร้อมได้รับความเชื่อมั่นจากพันธมิตรรายใหญ่ในกลุ่มโลจิสติกส์และอีคอมเมิร์ซ โดยคาดว่าจะมียอดจองพื้นที่กว่า 60% ขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้นำที่ดินจากพอร์ตที่มีอยู่มาพัฒนาโครงการ และเพิ่มสัดส่วนบ้านในเซ็กเมนต์กลางถึงบน เพื่อสร้างกระแสเงินสดหมุนเวียน สำหรับรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้าน “Capital-Efficient, Growth-Enabled” บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสภาพคล่องและกระแสเงินสดเป็นอันดับหนึ่ง กลุ่มพหุฯ เร่งชำระหนี้โดยลดสัดส่วนหนี้สุทธิต่อทุน (Gearing Ratio) ให้ต่ำกว่า 0.3 เท่า ภายในสิ้นปี 2569 ควบคู่กับการขยายวงเงินสินเชื่อและจัดหาเงินทุนโครงการในต้นทุนที่ต่ำลง เพื่อเพิ่มสภาพคล่องและลดต้นทุนทางการเงินให้ต่ำกว่า 3.5% ลดสัดส่วนการรับรู้รายได้จากการโอนบ้านพร้อมอยู่และคอนโดมิเนียมให้เร็วขึ้น 3-6 เดือน และเพิ่มรายได้จากช่องทางอื่น ๆ เพื่อสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Operating Cashflow) และเสริมฐานะทางการเงินให้แข็งแกร่งรองรับการเติบโตในระยะถัดไป

ขณะที่ในมิติสุดท้าย “Well Living-Focused, Brand-Strengthened” บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนาโครงการใหม่ในกลุ่ม Mid-to-Upper Segment เพิ่มขึ้น ควบคู่กับการผสานแนวคิดสุขภาพเข้าสู่ที่อยู่อาศัยอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการเปิดตัวบริการ Family Doctor ซึ่งถือเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์นำโมเดล “แพทย์ประจำครอบครัว” มาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การอยู่อาศัย

Family Doctor สะท้อนการเปลี่ยนผ่านสำคัญของพหุฯ จาก “ผู้สร้างที่อยู่อาศัย” สู่ “ผู้สร้างความเป็นอยู่ที่ดี” มุ่งเน้นส่งเสริมสุขภาพ โดยแพทย์จะดูแลสุขภาพลูกบ้านแบบองค์รวมและต่อเนื่อง ซึ่งจะเข้าใจประวัติสุขภาพของแต่ละครอบครัวอย่างลึกซึ้ง พร้อมให้คำปรึกษาและวางแผนสุขภาพเฉพาะบุคคล (Personalized Wellness) ในกลุ่มโครงการระดับกลางถึงบนอย่างใกล้ชิด ควบคู่บริการ Well Care @Home ดูแล ให้คำปรึกษาและตรวจสุขภาพเบื้องต้นถึงหน้าบ้านภายในโครงการ การให้คำปรึกษาทางไกล (Telemedicine) ที่เชื่อมต่อการดูแลสุขภาพเข้ากับที่อยู่อาศัยอย่างไร้รอยต่อ รวมถึงสิทธิพิเศษด้านสุขภาพ มอบความอุ่นใจและยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับลูกบ้านพหุฯ ที่ครอบคลุมทุกเซ็กเมนต์ สำหรับบริการดังกล่าวเกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างพหุฯ เรียวเอสเตท และโรงพยาบาลวิมุต ตอกย้ำความเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายแรกและรายเดียวที่มีธุรกิจโรงพยาบาลในเครือ และสามารถเชื่อมโยง “บ้าน” กับ “การดูแลสุขภาพ” ได้อย่างครบวงจร ภายใต้แนวคิด “Lifetime Well-Living อยู่ดี...ทั้งชีวิต” เพื่อยกระดับมาตรฐานการอยู่อาศัยและสร้างคุณค่าในระยะยาว

ทั้งนี้ ทิศทางกลยุทธ์สำหรับปี 2569 ถือเป็นภาพสะท้อนสำคัญของการเปลี่ยนผ่านจากการเน้น “การเติบโตด้วยการขยายพอร์ต” สู่ “การเติบโตเชิงคุณภาพ” ผ่านการบริหารจัดการต้นทุนและสินทรัพย์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้ประจำควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุนทางการเงินอย่างรัดกุม พร้อมสร้างความแตกต่างผ่านบริการด้านสุขภาพ เพื่อเสริมเสถียรภาพรายได้ในระยะยาวและยกระดับขีดความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

นายธีระ ทองวิไล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท พหุฯ เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน) กล่าวเพิ่มเติมว่า ในปี 2568 พหุฯ เรียวเอสเตท ได้เปิดโครงการใหม่ 14 โครงการ มูลค่า 13,300 ล้านบาท โดยมียอดพีริเชลล์ 11,050 ล้านบาท และยอดโอน 11,500 ล้านบาท มีสินค้าพร้อมขายมูลค่ารวมกว่า 66,400 ล้านบาท นอกจากนี้ ปี 2568 ยังเป็นปีแห่งการปรับโครงสร้าง

พอร์ตโฟลิโอของพฤษา เรียลเอสเตท ราว 45% ของโครงการใหม่อยู่ในกลุ่มพรีเมียม (มากกว่า 7 ล้านบาท) และระดับกลางราคา 3-5 ล้านบาท คิดเป็น 42% ในขณะที่ 13% เป็นกลุ่มราคาระดับต่ำกว่า 3 ล้านบาท เพื่อเพิ่มโครงการที่เป็นที่ต้องการของตลาดและระบายโครงการที่ขายช้าออกไปอย่างต่อเนื่อง

“แม้ตลาดที่อยู่อาศัยในภาพรวมยังเผชิญแรงกดดันจากกำลังซื้อและการแข่งขันด้านราคาโดยเฉพาะกลุ่มบ้านเดี่ยวระดับกลางถึงล่าง แต่เรายังสามารถบริหารต้นทุนผ่านกลยุทธ์การแบ่งโซน การปิดโครงการเก่า ปรับการออกแบบและต้นทุนผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับราคาและความต้องการในแต่ละโซน รวมทั้งการเร่งโอนคอนโดมิเนียมในช่วงปลายปี ส่งผลให้อัตรากำไรปรับตัวดีขึ้น” นายธีระ กล่าว

สำหรับปี 2569 พฤษา เรียลเอสเตท มีกลยุทธ์ที่จะเร่งระบายสต็อกพร้อมอยู่ ควบคุมต้นทุนต่อเนื่อง บริหารกระแสเงินสดให้แข็งแกร่ง พร้อมเร่งยอดผ่านช่องทางออนไลน์และฐานลูกค้าเดิมที่มีความเชื่อมั่นในแบรนด์ ขยายช่องทางเอเจนท์เพิ่มขึ้น 10% โดยเน้นไปที่กลุ่มต่างชาติทั้งจีน พม่า และไต้หวัน เพิ่มการแข่งขันผ่านกลยุทธ์ด้านราคา รวมไปถึงการออกแคมเปญโปรโมชั่นและแคมเปญเพื่อสนับสนุนด้านการเงินแก่ลูกค้า ทั้งโปรแกรมพฤษา พาส ที่ให้ลูกค้าทำสัญญา "ผ่อนตรงกับโครงการ" สูงสุด 1 ปี และสามารถเข้าอยู่อาศัยได้ทันที และยังมีแผนออกโปรแกรมอื่นๆ เพื่อช่วยลูกค้าที่อยากมีที่อยู่อาศัย แต่ติดปัญหาด้านสินเชื่อเพิ่มเติมอีกด้วย

ด้านแผนการเปิดโครงการใหม่ในปี 2569 อีก 7 โครงการ จะเป็น Brand Champion ที่เป็นการขยายตัวของพฤษาและเลือกสร้างโครงการใน Strategic Location มูลค่ารวม 8,200 ล้านบาท โดยตั้งเป้ายอดพีเอสแอล 16,500 ล้านบาท รายได้ 15,000 ล้านบาท (ไม่รวมยอดจากโครงการที่มีการร่วมลงทุน) มีโครงการไฮไลต์ ได้แก่ เดอะ รีเจียร์ วิลล่า สุขุมวิท 89/1 ซึ่งเป็นโครงการลักซ์วี่ระดับราคา 50 ล้านบาทขึ้นไป เดอะ ปาล์ม คอร์ทยาร์ด บางนา กม.8 แบบบ้านดีไซน์ใหม่ที่นำ “คอร์ทยาร์ด” มาเชื่อมพื้นที่ภายในบ้านกับธรรมชาติอย่างกลมกลืน, เดอะ ปาล์ม วิวาวดี 64 บ้านเดี่ยวและบ้านแฝด 3 ชั้น สไตล์ Modern Tropical เพียง 19 ครอบครั้ว ขนาด 42.1-66.2 ตารางวา นอกจากนี้ยังมีแผนเปิดตัวคอนโดสำหรับ Pet Parent แห่งแรกของพฤษาด้วย ที่แชปเตอร์ วัน รัชดา 19 ด้วย

นายแพทย์นิพนธ์ กุหลาบขาว ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โรงพยาบาลวิมุต โฮลดิ้ง จำกัด กล่าวเสริมว่า ธุรกิจโรงพยาบาลในเครือวิมุตเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในปี 2568 โดยมีรายได้รวม 2,243 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 3% และมีกำไรจากการดำเนินงาน (EBITDA) 232 ล้านบาท เติบโตเท่าตัว โดยโรงพยาบาลวิมุต พหลโยธิน เริ่มทำกำไรรายได้ไตรมาสได้กว่า 12 ล้านบาท และในเดือนธันวาคม 2568 มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงสุดตั้งแต่ก่อตั้งโรงพยาบาลมา ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายการบริการดูแลรักษาในสาขาหลัก เช่น สุขภาพปอด หัวใจและหลอดเลือด และกระดูกและข้อ รวมถึงการเติบโตของลูกค้าประกัน ลูกค้าองค์กร และการเติบโตของกลุ่มผู้ป่วยต่างชาติ ทั้งเมียนมา (เติบโตขึ้น 10 เท่า) กลุ่มอาหรับ (เติบโต 2 เท่า) จีน และแอฟริกา ในช่วงเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ในส่วนของโรงพยาบาลวิมุต-เทพารินทร์ นอกจากความเป็นผู้นำในด้านการป้องกันและรักษาผู้ป่วยเบาหวาน ไทรอยด์ และต่อมไทรอยด์แล้วนั้น ยังสามารถสร้างรายได้เพิ่มจากการโปรโมทศูนย์ตรวจสุขภาพและยกระดับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน กับบริษัทขนาดใหญ่โดยรอบและลูกบ้านพฤษา เพื่อให้เข้าถึงการรักษาพยาบาลได้ง่ายขึ้น

ในปี 2569 เครือวิมุตได้ตั้งเป้าหมายรายได้ไว้ที่ 2,600 ล้านบาท เติบโต 16% โดยมีกลยุทธ์หลักสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ จากความสำเร็จของการเปิดการบริการดูแลรักษาในสาขาหลักต่างๆ ในปีที่ผ่านมา โรงพยาบาลวิมุต พหลโยธินมีแผนขยายการบริการดูแลรักษาแบบทางเดินอาหารและตับ และระบบประสาทและสมอง และได้ออกแคมเปญเพื่อการดูแลสุขภาพสตรีครบครันทั้งสุขภาพผู้หญิงภายในและในเรื่องความงามภายนอก ในขณะที่โรงพยาบาลวิมุต-เทพารินทร์ เน้นศูนย์ไลฟ์

สไตส์ส่งเสริมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ศูนย์อุบัติเหตุ และศูนย์ทางเดินอาหารและตับ 2) ด้านการตลาด มีแผนขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางประกันภัย ลูกค้าองค์กร ชาวต่างชาติที่พักอาศัยในประเทศไทย และการส่งต่อผู้ป่วยมาที่โรงพยาบาล 3) ด้านการดำเนินงาน มุ่งยกระดับการดำเนินงานสู่มาตรฐานสากล (Operational Excellence) โดยปรับปรุงประสบการณ์ผู้ป่วยให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ผ่านการใช้ Telemedicine ระบบดิจิทัล และการออกแบบกระบวนการใหม่เพื่อลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน ขณะเดียวกัน เดินหน้าสร้างความน่าเชื่อถือในระดับสากล (Global Credibility) ผ่านการขยายช่องทางสื่อสารไปยังคนไข้โดยตรง (D2P) ขยายการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างแพทย์ (D2D) และเพิ่มปริมาณเคสที่มีความซับซ้อน (Complex Cases) ควบคู่กับการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของแบรนด์ในระยะยาว

“ปี 2568 ถือเป็นหมุดหมายสำคัญแห่งการปรับสมดุลและเสริมรากฐานโครงสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่ง เพื่อเตรียมพร้อมสู่ปี 2569 ซึ่งจะเป็นปีแห่งการปลดล็อกศักยภาพสินทรัพย์และสร้างรายได้ต่อเนื่องอย่างเป็นระบบ ภายใต้โครงสร้างการเงินที่มั่นคงและสภาพคล่องที่แข็งแกร่ง ด้วยกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ควบคู่ไปกับการขยายฐานรายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และเฮลท์แคร์ โดยเรายังคงมุ่งมั่นต่อวิสัยทัศน์ในการยกระดับ Lifetime Well-Living สู่ Holistic Health Experience ที่ครอบคลุมทุกมิติชีวิต เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว” นางสาวปัทมา กล่าวในตอนท้าย

#PruksaHolding #PSH #LifetimeWellLiving #Pruksa #ViMUT

###