

ดี-แลนด์ฯ โชว์ยอดขายปี'58 10 เดือน ทะลุ 1,000 ล้าน! โต 30% พร้อมวางแผนธุรกิจปี'59 เตรียมบุกทุกเซกเมนต์



ประกาศเดินหน้า และเติบโตอย่างต่อเนื่องสำหรับดี-แลนด์ กรุ๊ปบริษัทอสังหาริมทรัพย์ เจ้าของเมืองท่าสมุทรสาคร หลัง 10 เดือนกวาดรายได้ทะลุ 1,000 ล้านบาทสิ้นปีแค่เป้า 1,200 ล้านบาท พร้อมเติบโตอีก 60% คาดการณ์ปีหน้าตลาดอสังหาริมทรัพย์ต่อเนื่องรับแรงกระตุ้นจากมาตรการต่างๆ ของรัฐบาลที่กำลังทยอยออกมาเพิ่มเติม ประกาศกลยุทธ์บุกอสังหาริมทรัพย์ทั้งกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และโซนตะวันออก พร้อมกระจายการลงทุนในทุกเซกเมนต์

นายศิริพงษ์ สมบูรณ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดี-แลนด์ กรุ๊ป จำกัด บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพฯ ดอนใต้ สมุทรสาคร และโซนภาคตะวันออก เปิดเผยถึงภาพรวมผลประกอบการของบริษัทในช่วง 10 เดือน (มกราคม-ตุลาคม 2558) กวาดยอดขายไปแล้วกว่า 1,000 ล้านบาท จากเป้าหมายที่วางไว้ทั้งปีที่ 1,200 ล้านบาท โดยเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 30% ซึ่งคาดว่าภายในสิ้นปีนี้จะมียอดขายตามเป้าหมายที่ตั้งไว้แน่นอน โดยจะมาจาก Backlog ที่สะสมอยู่ในมืออีกประมาณ 300 ล้านบาท ซึ่งหากสามารถทำได้ตามเป้าหมายจะเติบโตจากปีที่แล้วในอัตราเติบโตที่ 60%

“ปีนี้ที่เราสามารถทำยอดขายได้ตามเป้าที่วางไว้ นั่น นอกจากจะเพราะมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์จากรัฐบาลที่มีผลเป็นรูปธรรมในช่วง Q3 แล้ว อีกส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการที่เราสามารถพัฒนาโครงการใหม่ๆ ออกมาได้สอดคล้องรองรับความต้องการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น อาทิ โครงการ The Proud พระราม 2 ซึ่งเป็นบ้านเดี่ยวที่มีทำเลอยู่กลางเมืองจริงๆ ในราคาเริ่มต้นที่ 4.5 ล้าน และได้รับการตอบรับที่ดีมากจากจำนวน 77 ยูนิต เราสามารถปิดการขายได้ เกือบ 50% แล้ว ภายในระยะเวลาเพียง 5 เดือนเท่านั้น นอกจากนี้ยังมี โครงการดีคอมเพล็กซ์ พระราม 2 ซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ขนาด 14 ยูนิต ที่สามารถปิดการขายได้ในวันเดียว และโครงการดีคอมเพล็กซ์ ศรีราชา-ปิ่นทอง 1 ใน Concept อาคารพาณิชย์กึ่งอพาร์ทเมนท์ที่ยังคงมียอดขายที่แรงต่อเนื่อง จากจำนวนทั้งหมด 115 ยูนิต ปัจจุบันมียอดขายแล้ว 90% ภายในระยะเวลา 1 ปี เท่านั้น”

นอกจากนี้ศิริพงษ์ ยังได้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มการเติบโตของอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2559 เพิ่มเติมอีกด้วยว่ายังคงมองตลาดเป็นไปในทิศทางบวก เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์มีแนวโน้มการเติบโตดีกว่าปีนี้ สืบเนื่องจากมาตรการต่างๆ ของภาครัฐ อาทิ แรงส่งจากมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ระยะสั้นทั้งการลดค่าธรรมเนียมโอน ค่าจดจำนอง ซึ่งจะหมดลงภายใน Q1 ของปี 2559 รวมถึงโครงการบ้านหลังแรกไม่เกิน 3 ล้านบาท ที่สามารถลดหย่อนภาษีได้ปีละ 600,000 บาท ในเวลา 5 ปี ซึ่งจะสิ้นสุดในเดือนธันวาคม 2559 ซึ่งเมื่อสิ้นสุดมาตรการกระตุ้นดังกล่าว ในปีหน้าก็ยังมีแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

จากโครงการลงทุนสาธารณูปโภคพื้นฐานจากภาครัฐ ทั้งทางน้ำ ทางบก ทางอากาศ โดยคาดว่าจะมีเม็ดเงินลงทุนจากภาครัฐกว่า 3 แสนล้านบาท ลงมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลทางบวกโดยตรงกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สำหรับปัจจัยลบนั้น ศิริพงษ์ มองว่ายังเป็นปัญหาเดิมที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องมาจากปี 2558 นั่นคือเรื่องของภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง และความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร รวมถึงปัญหาเศรษฐกิจโลกที่ยังคงมีความอ่อนไหว และส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทยมากพอสมควร โดยมองว่าปัญหาดังกล่าวจะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยในปีหน้า สำหรับแผนรับมือกับตลาดอสังหาริมทรัพย์ ในปีหน้านั้นบริษัทได้มีการวางแผนที่จะขยายตัวจากสมุทรสาคร เข้าสู่กรุงเทพฯ-ปริมณฑลและโซนภาคตะวันออก โดยเฉพาะชลบุรีเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นโซนที่ยังมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจและอสังหาริมทรัพย์ที่ดีในอนาคต ซึ่งในส่วนของการพัฒนาสินค้าก็จะมีการปรับสัดส่วนใหม่ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาดมากขึ้น โดยจะแบ่งเป็นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ออกเป็นประเภทที่อยู่อาศัย (Residential) ทั้งแนวราบและคอนโดมิเนียมประมาณ 45% และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการค้าและการลงทุน (Product For Investment) อีกประมาณ 45% โดยจะเป็นการต่อยอดความสำเร็จจากโครงการ ดีคอมเพล็กซ์ศรีราชา-นิคมปิ่นทอง 1 พร้อมกันนี้ยังมองถึงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในรูปแบบอื่นๆ เข้ามาเสริมอีก โดยจะจับกลุ่มทั้งนักลงทุน รวมทั้งพนักงานประจำที่ต้องการมีสินทรัพย์และรายได้ในระยะยาวไว้เลี้ยงตัวเองหลังเกษียณอายุ โดยจะเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพเพื่อแก้ปัญหาหนี้สินครัวเรือน นอกจากนี้จะมีแผนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทเช่าที่สร้างรายได้ประจำหรือ Recurring Income อีก 10% เพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยงและกระจายการลงทุนอีกด้วย

“โดยรวมแล้วมองว่าปีหน้าตลาดอสังหาริมทรัพย์ ยังมีแรงบวกอยู่ ซึ่งเป็นการทำงานที่ท้าทายสำหรับบริษัท ในการช่วงชิงโอกาสจากปัจจัยบวกดังกล่าวมาพัฒนาและบริหารธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องตามแผนที่วางไว้ ซึ่งจะต้องศึกษาและเตรียมแผนการรับมือโดยพิจารณาทั้งทำเล รูปแบบของโครงการ และเรียลตี้มันด์ที่มีอยู่จริง ในทำนองนั้นๆ โดยกลยุทธ์ของ ดี-แลนด์ กรุ๊ป ในปีหน้าคือ เน้นการกระจายการลงทุน และแบ่งสัดส่วนการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของตลาด ซึ่งจะเป็นแนวทางในการเดินหน้าสู่เป้าหมายของเราต่อไป” ศิริพงษ์ กล่าวทิ้งท้าย