

**เสนา ดีเวลลอปเม้นท์
ร่วมทุนฮันคิว
คอนโดฯโตติดจรวด**

u.8

เสนา ดีเวลลอปเม้นท์ ร่วมทุน 'ฮันคิว' คอนโดฯโตติดจรวด

สัมภาษณ์พิเศษ

โครงการพัฒนาที่ดินเมืองไทย ชื่อชั้นของบริษัทยักษ์อย่างค่ายเสนา ดีเวลลอปเม้นท์ถือว่าโดดเด่นมากในการนำเสนอโปรดัคต์บ้านประหยัดพลังงาน โดยเฉพาะเป็นรายแรก ๆ ที่นำการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์หรือโซลาร์รูฟท็อปมาใช้ในหมู่บ้านจัดสรร จากเดิมที่การติดตั้งโซลาร์รูฟติดปัญหาเรื่องต้นทุนสูง แต่ในที่สุดก็สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงในเชิงธุรกิจ หลังจากปมเพาะประสมการณ์ 10 ปีเต็ม “ประชาชาติธุรกิจ” มีนัดสัมภาษณ์พิเศษ “อาจารย์ยุ้ย-ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์” รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.เสนาดีเวลลอปเม้นท์

เจ้าตัวบอกว่าคุณพ่อบริหารกิจการ 30 กว่าปี ตอนเข้ามารับไม้ต่อบริษัทมีรายได้ปีละ 100 กว่าล้านบาท กำไรปีละ 3-4 ล้านบาท กับผลประกอบการปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยปีละ 4,000 ล้านบาท จากการพัฒนาปีละ 10 โครงการ ทว่าปีนี้กล่าวได้ว่าเป็นปีที่อัตราเติบโตบริษัทมีแนวโน้มโตดับเบิลก้าวกะโดด โดยมีตัวช่วยจากพันธมิตรร่วมทุนประเทศญี่ปุ่น “กลุ่มฮันคิว เรียลตี้”

● มุมมอง (เศรษฐกิจ) โลกกว้าง

เศรษฐกิจโลกจากกรณีทรัมป์ (ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์) มาก่อให้เกิดความจริง คือ Uncertainty (ความไม่แน่นอน) จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ โลกมีความไม่แน่นอนอยู่แล้ว อย่างภาวะโลกร้อนก็เป็นความไม่แน่นอนทางธรรมชาติ แม้กระทั่งเลือกตั้งแล้วได้ทรัมป์มาก็เป็นความไม่แน่นอนอย่างหนึ่ง สิ่งที่กระทบธุรกิจไทยกับภาคอสังหาริมทรัพย์เรื่องแรกเลย คือ ภาวะเศรษฐกิจกับดอกเบี้ย ข้อดีช่วงนี้ภาวะการเงินไทยนิ่งระดับหนึ่ง การดีเลย์เลือกตั้งไปอีกระยะก็ทำให้นิ่งอย่างหนึ่ง นี่คือข่าเรื่องที่ดี อีกข่ามองว่าดีที่เกิดปฏิวัติและเกิดรัฐบาลทหารเพราะก่อให้เกิดการลงทุนภาครัฐที่จริงจัง เราไม่ได้เห็นอะไรที่รัฐลงทุนเยอะอย่างนี้มานานแล้ว

ในภาพเศรษฐกิจบ้านเราไม่พูดไม่ได้คือ ตัวบี/อีเป็นวิกฤตความเชื่อมั่น จากบี/อีลามไปบอนด์เพราะวิกฤตเชื่อมั่นทั้งตลาดบอนด์จะดีกว่าตรงที่มีเพลิง ขณะที่บี/อีเริ่มไม่มั่นใจเพราะฝากกระต่ายใบเดียวปีที่แล้วสั่งหาพูดเรื่องทำยังไงให้กู้ได้ดีขึ้น ปีนี้มาเรื่องบี/อีทำให้กระทบไม่ใช่แค่เศรษฐกิจแต่โดนธุรกิจทั่วไปด้วยคิดว่าต้องใช้เวลอย่างน้อยไตรมาสแรกของปีนี้



ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: First Section/หรือเฟออร์ตี้

วันที่: พุธที่ 16 - อาทิตย์ 19 กุมภาพันธ์ 2560

ปีที่: 39

ฉบับที่: 4915

หน้า: 1(บน), 8, 9

Col.Inch: 235.15

Ad Value: 317,452.50

PRValue (x3): 952,357.50

คลิ๊ป: สีสี่

หัวข้อข่าว: สัมภาษณ์พิเศษ: เสนา ดีเวลลอปเม้นท์ ร่วมทุน 'ฮันคิว' คอนโดฯโตติดจรวด

ในแง่สังหาริมทรัพย์ที่เห็นชัด คือ การจับกลุ่มทุนต่างชาติ บริษัทในตลาดหุ้นกินส่วนแบ่งตลาด 70% นอกตลาดหุ้น 30% ซึ่งระดมเงินยากกว่า ออกบอนด์ก็ยากกว่า ตอนนี้เริ่มมีกลุ่มทุนขนาดใหญ่จากต่างชาติมาแบ็กอัพบริษัทต่าง ๆ เพื่อให้ดีเวลลอปเปอร์แข็งแกร่งขึ้นทั้งเรื่องเงิน โบนัส เริ่มเห็นกันเยอะขึ้นแล้ว

เสนาก็เพิ่งทำไปเมื่อต้นปี ร่วมทุนกับกลุ่มฮันคิว เรียลตี้ คงเห็นการแข่งขันจากเรื่องแบบนี้มากขึ้นเรื่อย ๆ การแข่งขันยุคหน้าไม่ใช่ดีเวลลอปเปอร์ไทยล้วน ต้องมีต่างชาติผสมเพราะมีปัญหาช่องว่างการเติบโตของรายได้กับการเติบโตของต้นทุนไม่ไปด้วยกันเมื่อมีกลุ่มทุนเข้ามาแล้ว เราจะขยายไปทำระดับกลางถึงไฮเอนด์ด้วย เป็นตลาดที่ทุกคนอยากไปแต่ไม่ใช่จะทำได้ทุกคน

แต่ไม่ใช่ที่เราจะทิ้งตลาดกลาง-ล่าง ตลาดนี้ยังเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ คนไทยรายได้ 4 หมื่นบาทลงมาไม่ถึง 70-80% ถ้าหนีไปทำข้างบนหมดอาจจะง่ายกว่าเพราะราคาที่ดินบีบไป แต่เสนายังคงทำข้างล่างด้วย พยายามแก้ปัญหาให้ดีที่สุดเพราะเข้าใจว่าเป็นธรรมชาติธุรกิจไปแล้ว เดิมเคยทำโครงการ 10 ขายได้ 10 ปัจจุบันเราอยู่ในโลกทำ 10 ขายได้ 7 ซึ่งการขายคอนโดฯต้องมีสต็อกในมือบ้าง อย่าคิดว่าการกู้ไม่ผ่าน

(ยอดปฏิเสศสินเชื่อ) เป็นเรื่องที่ไม่คิดกันมาก่อน ไม่ใช่อีกแล้ว กู้ไม่ผ่านทำให้ธุรกิจยากขึ้นเท่านั้นเอง

● อสังหาริมทรัพย์

ช่วยเยอะ ทำให้สื่อสารทางตรงกับลูกค้า มองคนรายได้ต่ำ 3 หมื่นบาทเขาคิดยังไง ต้องทำโปรเจกต์ที่ดีที่สุดให้เพราะเขาซื้อสินค้านี้ไม่ได้ซื้อสินเชื่อก่อนทำโปรเจกต์ดีราคาไม่แพง มีระบบแจ้งซ่อมหลังบ้านให้เขาพอใจ นี่คือการันตีที่ฟีดทุกปีในบริษัท ตอนนี้เสนาย้ายผ่านออนไลน์

70% ป้ายคัตเอาต์ บิลบอร์ดอิทธิพลน้อยลงเยอะ เราเปลี่ยนวิธีการทำงานกับบริษัทออนไลน์ ร่วมกันทำงานแต่ไม่ถึงขั้นร่วมทุน

ปีนี้คิดว่า (อสังหาฯ) แข่งขันสูงเหมือนเดิมไม่เห็นแข่งน้อยลงเลย อย่างคนที่เราจับคือลูกค้าตลาดกลาง-ล่าง ไม่คิดว่าจะดีขึ้น และไม่คิดว่าจะดีขึ้นในอีก 3 ปีเพราะการกู้เงินเป็นเรื่องใหญ่แต่เดิมกู้บ้านกับรถแต่เดี๋ยวนี้กู้ทุกอย่างเพราะไฟแนนซ์เรียลเอสเตทเอเจนท์ ทำให้คนกู้ได้ในต้นทุนต่ำ โซเชียลมีเดียทำให้คนทำตามเพื่อน ทำให้คนโอเคกับการกู้

● หนี้รูดค้นแรก

จบแล้วหมดแล้วแต่คนก็ง่ายขึ้น อย่าคิดว่าคนจะเปลี่ยนเพราะเปลี่ยนยาก ในบริษัทจะรู้ว่าถ้าบ่นคำนี้ (ปัญหาลูกค้า) กู้ไม่ผ่าน) ย้อยไม่พังหรอก

จองแล้วโอนยังงั้นให้ดีที่สุด คอนแทกต์ลูกค้ายังงั้น นั่นคือพาร์ทหนึ่งของอสังหาฯ ต้องมาบริหารจัดการ

วิธีการทำงานของเรา เนเจอร์ วัฒนธรรมองค์กรหลายอย่าง ต้องใช้เวลาเพื่อให้ทำงานได้เหมาะกับกลุ่มจริง ๆ ย้อยไม่ชอบวันออฟ คือทำครั้งเดียวแล้วเลิก ทีมงานต้องเพียงพอกับลูกค้า เช่น พนักงานขายแต่ละเช็กเมนต์ก็มีวิธีการทำงานแตกต่างกัน จับมือกับฮันคิวก็ได้เรียนรู้เรื่องใหม่จากเขา งานบริการหลังการขาย ดีไซน์ฟังก์ชันเจรจาเป็นปี ปีไปหาประธานฮันคิวหลายรอบ

ประโยคแรกของผู้ย้อยคือบอกว่า เราขาย

มิตเดิลอินคัมมิง รีเสิร์ชที่ทำมาไม่ได้ทำหรือเพราะที่สุดแล้วราคาต้องได้ นี่คือประโยคที่ทำให้เราทำได้ทำต่อ ข้อแตกต่างอีกเรื่องคือรู้สึกดี วันก่อนมีคนเพิ่งเขียนจดหมายมาบอกเรื่องโซลาร์รูฟท็อป (หลังคาพลังงานแสงอาทิตย์) เป็นซีเอสอาร์ด้วยวันนี้เรานำโซลาร์มาผสมผสานไม่ว่าบ้านหรือคอนโดฯ ไฟที่ใช้ในบ้านไม่มากก็น้อยมาจากพระอาทิตย์ นอกจากประหยัดเงินในกระเป๋า เราทำลายโลกน้อยลงด้วยโปรเจกต์นี้เกิดจากพวกเราทุกคนนะ ผู้ซื้อบ้านของเสนาย่อยไปคิดว่าโซลาร์เป็นของแถมแต่เป็นฟังก์ชันที่ติดมากับตัวบ้าน

● สัดส่วนรายได้คอนโดฯ

ตอนนี้เป็นรายได้หลัก 80% เพิ่งทำไม่กี่ปีแต่สำเร็จเพราะขายตลาดโลเวอร์อินคัมมิงคนรุ่นใหม่เพิ่งเริ่มต้นทำงาน ถ้าทาว์นเฮาส์ราคาเดียวกันต้องไปอยู่คลอง 11 ถ้ามั่วคนรุ่นใหม่จะซื้อใหม่ ไม่ซื้อหรือ นั่นคือไม่ใช่ว่าเสนายชอบทำคอนโดฯ แต่เป็นเพราะโมเดลธุรกิจเราขายตลาดล่าง ก็ต้องทำโปรเจกต์ที่ตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มนี้คำตอบจึงเป็นแบบนี้

แผนธุรกิจปีนี้คอนโดฯจะออกเยอะสุดตั้งแต่เคยทำมา อาจจะ 8 พันยูนิต จากเดิมทำปีละ 2 พันยูนิต เพราะมีกลุ่มทุนช่วยโครงการก็ไซซ์ใหญ่ขึ้น เยอะสุดน่าจะ 1,000 กว่ายูนิตในโครงการเดียว