'ภูธารา' โมเดลปั้น อสังหาฯ สุดหรูเมืองพัทยา

โครงการหมู่บ้านหรู "ภูธารา" คือนิยามใหม่ของการทำอสังหาฯ ในเมืองแห่งสีสันและการท่องเที่ยวอย่าง "พัทยา" พวกเขาฉีกตัวเองจากตลาดล่างมาทำโครงการหรูขายความสงบเป็นส่วนตัว พร้อมดื่มด่ำกับศิลปะที่แทรกแซมอยู่ทั่วทุกมุมบ้าน นี่คือส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างมนุษย์ระบบและนักออกแบบร่วมปั้นแบรนด์ใหม่ให้แจ้งเกิดในสนามร้อน

จีราวัฒน์ คงแก้ว

ณัฏฐพัฒน์ ธีรนันทวาณิช

"พัทยา" คือเมืองที่ไม่เคยเงียบเหงา

ไม่ว่าเศรษฐกิจจะไม่ดี ตลาดโลกจะมีปัญหา นักท่องเที่ยวบางชาติหายไป แต่ก็ยังมีชาติใหม่ๆ เข้ามา ฉะนั้นไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น ก็ไม่เคยทำให้เมืองแห่งนี้..เงียบเหงา

ขณะ "ราคาที่ดิน" ในพัทยาก็ไม่เคยตก มีแต่ขึ้นเอาๆ ซึ่งนั่นคือเหตุผลที่ทำให้อสังหาฯ เมืองพัทยายังคง "หอมหวาน" และดึงดูดผู้เล่นหน้าใหม่ให้ลงสนามร้อนนี้อย่างต่อเนื่อง

เช่นเดียวกับโครงการหรู "**ภูธารา**" บ้านจัดสรรสไตล์รีสอร์ท ที่ฉีกตัวเองจากความเป็นพัทยามาทำโครงการหรูหรา สงบ เป็นส่วนตัว และมีรสนิยมทางศิลปะ ขายกันในระดับราคาตั้งแต่ 20-50 ล้านบาท หรือ "แพงกว่านั้น" รวมมูลค่าทั้งโครงการที่ประมาณ 1,500 ล้านบาท ซึ่งเริ่มโปรเจคไปเมื่อประมาณ 8 ปีก่อน (พ.ศ. 2550)

นี่คือธุรกิจของคู่สามีภรรยา **"ณัฏฐพัฒน์ ธีรนันทวาณิช"** และ **"จุฑามาศ ด้วงสโมสร"** ฝ่ายชายมีดีกรีเป็นถึง "ดร." ด้านบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่วนฝ่ายหญิงเป็นนักออกแบบตกแต่งภายใน เรียนจบอินทีเรียดีไซน์มาจากประเทศอังกฤษ คนหนึ่งเป็นมนุษย์ระบบ อีกคนเป็นนักออกแบบที่มีประสบการณ์ตกแต่งบ้านหรูมาหลายปี เลยผสมสองความต่าง กลายเป็นความลงตัว "พอดิบพอดี" ที่โครงการบ้านภูธารา

อาณาจักรของพวกเขาอยู่บนเนื้อที่กว่า 80 ไร่ แต่มีจุดอ่อนสำคัญคือ ไม่ติดทะเล ทว่าจุดแข็งที่ดีคือ อยู่บนเนินที่สูงที่สุดในย่านนั้น เลยเป็นทำเลรับลม และเห็นวิวสวยๆ รอบโครงการ พวกเขาใช้จุดแข็งนี้มาออกแบบบ้านสไตล์รีสอร์ท โดยเน้นความเป็นไทยโมเดิร์น เพื่อสนองลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็น "ต่างชาติ" เป็นหลัก

คอนเซ็ปต์ของบ้านหรู อยู่ที่ "สร้างไม่เหมือนกันสักหลัง" และจัดเต็มเรื่องงานออกแบบ ที่ทั้งประณีต หรูหรา และเต็มไปด้วยศิลปะที่แฝงไว้ในทุกมุมของบ้าน โดยเน้นลูกค้าตลาดบนที่มีรสนิยมอยู่พอตัว

ที่ดินประมาณ 56 ไร่ ถูกใช้ไปกับโครงการบ้านภูธารา และเปิดตัวมาให้เหล่าเศรษฐีได้เชยชมเมื่อประมาณ 8 ปี ก่อน อีก 4 ปี ต่อมา เราได้เห็นรีสอร์ทหรู **"วิลล่า วิลลี่ พัทยา"** ปรากฏตัวขึ้นบริเวณด้านหน้าของโครงการ พวกเขาไม่ได้กำลังเบนเข็มมาทำรีสอร์ท แต่นี่เป็น "กลยุทธ์" ที่จะปลุกชีวิตให้กับโครงการบ้านจัดสรร

"เวลาไปดูหมู่บ้านต่างๆ จะพบว่า ทุกที่มีคลับเฮ้าส์ แต่เกือบทุกคลับเฮ้าส์จะร้าง เพราะทุกคนอยากใช้แต่ไม่อยากจ่าย ไม่อยากดูแล หมู่บ้านเลยเงียบเหงา เราเลยมาทำรีสอร์ทนี้ เพื่อให้โครงการตื่นและสว่างไสวอยู่ตลอดเวลา"

พวกเขาบอกเหตุผล ที่ต้อง "ทุ่มทุนสร้าง" อยู่พอตัว กับรีสอร์ทที่ต้อง "หรู" ไม่ต่างไปจากบ้าน ที่มาของรีสอร์ทที่ชูคอนเซ็ปต์ "ไม่เหมือนพัทยา" แต่มาในอารมณ์ หัวหิน-ภูเก็ต ที่สำคัญต้องดึงดูดให้ผู้เข้าพัก "ไม่อยากออกไปไหน" กับกิจกรรมและบรรยากาศพิเศษๆ ที่จัดเต็มอยู่ในรีสอร์ท โดยที่นี่ยังถูกเว็บไซต์ดังยกให้เป็น 1 ใน 7 โรงแรมที่มีสระว่ายน้ำสวยที่สุดในประเทศไทย ส่วนราคาฉีกจากตลาดล่างในเมืองพัทยา มาแตะที่ระดับ 2,800-13,500 บาท

"ที่ผ่านมาที่พักในพัทยา จะเป็นตลาดราคาถูก คืนหนึ่งก็ 500-1,000 บาท ขณะที่หัวหินเขาคืนละ 3,000-4,000 พันบาท หลักการตลาดเขาบอกต้องไปแย่งเค้กกัน แต่สำหรับผม ผมต้องการสร้างตลาดใหม่ โดยการทำให้เราแตกต่าง และเป็นยูนีค" เขาสะท้อนความคิด

การฉีกตัวเองจากคู่แข่งเมืองพัทยามาจับตลาดไฮเอ็นด์ คนทำย้ำว่า ทั้งโครงการบ้านและรีสอร์ท ไม่ได้แพงสุดในพัทยา เพราะคนอยู่ติดทะเลย่อมได้เปรียบในการตั้งราคาที่สูงกว่าอยู่แล้ว แต่ที่เขาเชื่อว่าเหนือใครแน่นอนก็คือ "อรรถประโยชน์"

"เราเชื่อว่า ของเรามีอรรถประโยชน์สูงสุด คุ้มค่าที่สุด เทียบราคาปอนด์ต่อปอนด์ ดีสุด" เขาบอกไว้เช่นนั้น

แต่การทำตลาดหรูไม่ได้ง่าย โจทย์ใหญ่ของพวกเขาคือ "ตั้งราคาสูงกว่าลูกค้าจะซื้อได้"

"มันเป็นความผิดพลาดด้วยส่วนหนึ่ง อย่างเราขายบ้านหลังละ 49 ล้านบาท แต่ปรากฏต่างชาติมีงบที่ซื้อได้แค่ประมาณ 20 ล้านเท่านั้น แต่ถามว่ากลุ่มบนขนาดนี้มีไหม มี เพียงแต่เรายังเจาะไม่ถึง เลยทำตลาดยากหน่อย" เขายอมรับ

แล้วต้องปรับตัวแบบไหน ให้เข้าถึงลูกค้ากระเป๋าหนักที่พร้อมจัดเต็มกับบ้านราคาขนาดนี้ได้ เขาบอกว่า ต้องทำให้โครงการ "นิ่ง" และ "ใหม่อยู่เสมอ" โดยดูแลโครงการอย่างดี เพราะมูลค่าอสังหาฯ มีแต่จะเพิ่มขึ้นทุกปี จึงต้องรักษาคุณภาพ ทำของดี ไม่ลดราคา แต่ลดค่าใช้จ่าย เพื่อพยุงธุรกิจให้ไปต่อได้

"ผมไม่มีการใช้งบการตลาดเลย ไม่มีการโฆษณา อาศัยการพูดปากต่อปาก โดยส่วนใหญ่จะได้ลูกค้าจากเพื่อนๆ ของคนที่มาซื้อโครงการนี่แหล่ะ ตลาดเลยเดินไปของมันเอง และทำให้เราลดต้นทุนลงได้มาก" เขาบอกจุดแข็ง

ขณะที่ทุกคนทำอสังหาฯ เน้นขายเร็ว ขายไว ถ้าขายไม่ดี ก็ยอมตัดขายถูก แต่นั่นไม่ใช่ทางออกของภูธารา

"เขาบอกว่า บ้านเป็นสินค้า แต่ผมว่าไม่ใช่ ของผมเป็น 'สินทรัพย์' (Asset) เป็นที่ดิน ซึ่งราคาขึ้นตลอดเวลา ฉะนั้นผมไม่ลด ผมเชื่อว่า ถ้าทำโครงการของเราให้นิ่ง และอยู่ในสภาพเดิม เราขายได้อยู่แล้ว"

Key to Success

สูตรธุรกิจ ภูธารา

- สร้างตลาดใหม่ ในสนามร้อนเมืองพัทยา
- ทำโครงการให้นิ่ง และใหม่อยู่เสมอ
- มีรีสอร์ทมาสร้างความสว่างไสวให้บ้านจัดสรร
- จุดยืนชัด ไม่ลดคุณภาพ ไม่ลดราคา
- ลงทุนด้วยเงินสด
- ทำงานแบบ "เรียลไทม์" ด้วยโซเชียลมีเดีย
- ทำธุรกิจตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบ

ทำไมพวกเขาถึงคิดแบบนี้ได้ หนึ่งในเหตุผล คือ ภูธารา ลงทุนด้วย **"เงินสด"** เลยไม่ได้ถูกกดดันด้วยภาระหนี้สินจากสถาบันการเงิน เขาย้ำว่า ไม่ได้มาจากตระกูลที่ร่ำรวย แต่ทั้งหมดเกิดจาก "วิธีคิด" ล้วนๆ นั่นคือ การเก็บเงินวันทำสัญญาและเงินดาวน์ให้มากขึ้น จะได้มีทุนไว้ทำโครงการ จากนั้นก็ทำให้เสร็จ ทำให้ถูกต้อง และรับผิดชอบ

"ผมคิดง่ายๆ วันทำสัญญาเก็บ 30% เงินดาวน์อีก 40% ใจนึงก็เต้นตุบๆ นะ ใครจะมาทำ แต่ถ้าไม่ทำแบบนี้แล้วจะทำยังไง ก็เราไม่มีเงิน เลยแก้ปัญหาง่ายๆ เก็บต้นทุนให้สูงหน่อย พอเซ็นสัญญามีทุนก็เอามาทำ เท่านี้บ้านเราคุ้มแล้ว ซึ่งฝรั่งเขาก็แฟร์นะ ยอมจ่าย เราเองถ้าสร้างบ้านไปแล้วเกิดมีปัญหา ก็ยินดีซื้อคืนทันที" เขาบอกวิธีคิด

อีกหนึ่งแนวทางที่นำมาใช้ในการบริหารธุรกิจ ประสา "มนุษย์ระบบ" ที่ต้องการงาน เร็ว ไว และ "เรียลไทม์" ไม่ต้องคิดถึงซอฟท์แวร์ที่ต้องลงทุนมหาศาล เมื่อพวกเขาเลือกใช้ฟรีแวร์ อย่าง "ไลน์" มาบริหารงานบริหารคน ก็แค่ตั้งกลุ่มไลน์ มาใช้ในการสื่อสาร รายงาน และสั่งการ ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการทำงานในทุกแผนกลงได้ และสามารถตอบสนองอย่างเร็ว ไว และทันการณ์ รับคอนเซ็ปต์การทำงานที่ต้อง "เดี๋ยวนี้!" ของเขา

ทำธุรกิจอสังหาฯ วันนี้ไม่ง่าย เขาว่า เราต้องรู้จักธุรกิจของตัวเองให้ดีที่สุด ธุรกิจไหนไปไม่ได้ก็ต้องนิ่ง และพัฒนาตัวเองให้ดีก่อนเข้ามาทำ ขณะอสังหาฯ ในพัทยา เขาเชื่อว่ายังมีโอกาส โดยเฉพาะกับโครงการใหม่ ที่เจาะตลาดใหม่ อย่าง "จีน" แต่ถ้าจะขายให้คงทน เขาว่า ต้องเลือก "โลเคชั่น" ให้ดีที่สุด อย่าง ติดทะเลไว้ก่อน เพื่อที่ไม่ว่าจะโครงการใหม่ หรือรีเซลก็ยังมีโอกาสขายออกได้

"ตอนนี้เศรษฐกิจไม่ดี เราต้องกลับมารู้จักตัวเองให้มากที่สุด กำไรอยู่บรรทัดสุดท้าย ซึ่งกำไรเกิดจากรายได้กับค่าใช้จ่าย ถ้าไม่เพิ่มรายได้ก็ต้องลดค่าใช้จ่าย แต่ต้องเป็นการลดค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับเราด้วย ไม่ใช่ลดคุณภาพ ที่สำคัญต้องรู้ว่า ตัวเราเป็นใคร ต้องนิ่ง ต้องทนให้ได้ และอะไรที่ไม่ถูกต้อง เอาเปรียบ ต้องไม่ทำ ทำธุรกิจต้อง วิน-วิน และตรงไปตรงมาให้มากที่สุด" เขาย้ำความคิด

กับหนึ่งธุรกิจที่ไม่ชอบกินเค้กร่วมกับใคร แต่เลือก "สร้างตลาดใหม่" เพื่อมอบโอกาสทั้งใบให้กับพวกเขา ■

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้