

บ้านหรู 4.0



ในรอบ 2 เดือนได้เหยียบบ้านร้อยล้านตั้ง 3 หลังนะ

ความหมายคือบริษัทจัดสรรเขาเปิดตัวบ้าน ซุปเปอร์หรูเหมือนนัดกันไว้เพราะเปิดดีดิดๆ กัน 3 โครงการ ประกอบด้วยกลุ่มชาวนิสสระ-โกลเด้นแลนด์-แสนสิริ

เปิดดูเปิดตาแล้วก็ได้แต่นึกในใจ โห! ราคา 100 ล้าน ต้องถูกลอตเตอรี่ก็ไปกันนะถึงจะหาซื้อเป็นเจ้าของได้สักหลัง

ความแพงของอสังหาริมทรัพย์เชกเมนต์นี้ แม้จะดูเวอร์วังอลังการยังไง เราก็ต้องยอมรับว่ามันมีอยู่จริง

มองจากภาพใหญ่มูลค่าโครงการจัดสรรที่ ดีเวลอปเปอร์พัฒนาโครงการออกมาขายเฉลี่ย ปีละ 3.5 แสนล้านบาทบวกลบ (เฉพาะเขต กรุงเทพฯ-ปริมณฑล)

แบ่งออกมาเป็นสินค้าแพงผิมนุษย์มา แคปีละ 4,000 ล้าน ...เท่านั้นเอง มีค่านิยม คือเป็นตลาดที่สินค้าราคาเริ่มต้นยูนิตละ 40 ล้านบาทขึ้นไป

ราคาเริ่มต้นของบ้านแพงเป็นเรื่องหนึ่ง ราคาสูงสุดของแต่ละโครงการก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง

ตลาดบ้านแพงไม่ใช่ใครๆ อยากทำก็ทำได้ ถ้ามือไม่ถึงยอดขายก็แป้ก แต่เสน่ห์อยู่ตรงที่ถ้าหากมีไว้ในพอร์ตแล้วทำให้บริษัทดูมี ออว่า ดูเป็นมืออาชีพและมีความแข็งแกร่ง ของแบรนด์

มูลค่าตลาดจำกัดจำเขี่ย ผู้ประกอบการก็ จำกัด จำนวนยูนิตแต่ละโครงการก็มีจำนวน จำกัด

เคยแอบดูการแบ่งแปลงของหลายๆ โครงการ (ความจริงก็ถามเขาตรงๆ นั้นแหละ

คะ เอามาเล่าต่อให้ดูลึกซึ้งซับซ้อนไปอย่าง นั้นเอง) ราคาส่วนใหญ่อยู่ที่ 30-60 ล้าน

ราคาหลังละ 90 ล้าน 100 ล้าน ทำเป็น มาสเตอร์พีซ เป็นผลงานชิ้นเอกอาจมี 1-2 หลังสำหรับเป็นสตอรี่เอาไว้อ้างอิงว่าทำบ้าน ราคาขึ้นมาแล้ว

ล่าสุด “แสนสิริ” เปิดตัวบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ทั้งโครงการมีแค่ 36 หลัง ราคาเริ่มต้น 65 ล้านบาท หลังแพงสุดราคา 240 ล้าน

ก่อนหน้านี้นี้ มีหลายบริษัทเขาก็ทำราคา บ้านร้อยล้าน ราคาอาจเริ่มต้นหลังละ 35-40 ล้านแล้วได้ราคาไปจนถึงร้อยล้าน อย่างเก่ง ก็ 120 ล้าน

อสังหาฯ 4.0 บ้านหรูเบ่งราคาไปถึง หลังละ 240 ล้านบาท

ฟังก์ชันที่เป็นเอกลักษณ์คือเพดานต้องสูง ปริ๊ดสูงโปร่งเข้าไว้บ้าน 2 ชั้นปกติ 5-6 เมตร ก็สุดแสนจะเรียด บ้านร้อยล้านต้องมี 7-8 เมตร แต่เดิมต้องมีลิฟต์ในบ้าน ยุคนี้เขาไม่ใส่ ลิฟต์กันแล้ว ทำห้องนอนผู้สูงวัยไว้ที่ชั้นล่างนี้ แหละ จะได้กินลมชมวิวสวนสวยๆ ในรั้วบ้าน ด้วย พื้น-ผนังในห้องผู้สูงวัยติดตั้งวัสดุกัน กระแทก เรียกชื่อใหม่ว่า Shock Absorption Floor กันสั่น-ลดแรงกระแทก ไร้ยี้

พื้นที่บ้านเยอะจนกลายเป็นพื้นที่เหลือ ไม่รู้จะตกแต่งยังไงก็ยกเก้าอี้รับแขกมา ตั้ง ใส่กระจกบานเพ็ญแล้วเรียกชื่อใหม่ว่า ฟังก์ชัน The Parlour ไม่คุ้นกับคำศัพท์นี้ก็ เลยใช้บริการหลวงพ่อกู (ภูเกิ้ลเสิร์ช) แปลว่า ห้องนั่งเล่น

ความแพงยังเลื้อยออกมานอกตัวบ้าน แต่ พรหมแดนอยู่ในรั้วบ้านโดยมีระยะรั้วหรือระยะ เว้นห่างรั้วถึงตัวบ้าน 5 เมตร แล้วจัดสวน สวยๆ ไว้ในรั้ว สำหรับเป็นที่เดินเล่นส่วนตัว ส่วนตัว ไม่ต้องออกไปเงาะเงาบนพื้นที่สวน ส่วนกลางในโครงการ

ห้องแต่งตัวหรือวอล์กอินโคลเส็ท เป็น สถานที่สำหรับวางเสื้อกระโปรงกางเกง

ตลอดจนเครื่องประดับต่างๆ นานา บ้านหรู ต้องเยอะเข้าไว้ก็เลยมีฟังก์ชัน “วอล์กอิน ชูส์ โคลเส็ท-Walkin Shoes Closet” หรือ ห้องรองเท้า

ส่วนใหญ่ของทุกยี่ห้อ ห้องจัดบาร์ดี ตู้-เคาน์เตอร์ไวน์ ห้องน้ำจืดละ 2-3 ล้าน ถือเป็นฟังก์ชันปกติ ยี่ห้อก็ต้องเน้นสินค้า ยุโรป เมกา (ย่อมาจากสหรัฐอเมริกา) เช่น อ่างอาบน้ำ Amani Roca ชุดละ 2 ล้าน ติด ตั้งอ่างเดียวในบ้านหรูแต่มนุษย์เงินเดือนซื้อ คอนโดได้ทั้งห้อง

อธิบายภาพพจน์หอมปากหอมคอ เลี้ยว กลับมาดูใครซื้อกันละ ทำไม่ใจถึงกล้าสร้าง กล้าตั้งราคาขายได้ขนาดนี้

ปรากฏว่ามีลูกค้าบางประเภทที่รวยจัด เรียกว่าเป็นลูกค้ามั่งคั่งหรือ “ลูกค้า Wealth” ก็แล้วกัน เฉพาะคำอธิบายของแสนสิริฐาน ลูกค้าของบริษัทมีกลุ่มพิเศษอยู่กลุ่มหนึ่ง เรียกว่า “สิริ ไพออร์ตี” ซึ่งจะต้องดูแลเป็นพิเศษ คัดเกรดกันที่ซื้ออสังหาริมทรัพย์ราคา 80 ล้านบาทขึ้นไป

ไม่ใช่มีแค่ 1 หรือ 2 ราย แต่แสนสิริมี ลูกค้ามั่งคั่งอยู่ในมือถึง 200 กว่าราย ยังไม่ทัน เปิดขายคนภายนอกลูกค้ามั่งคั่งก็อุดหนุนไป แล้ว 12 หลัง เฉลี่ยหลังละ 100 ล้านเพราะ มูลค่าบ้านรวมกัน 1,280 ล้านบาท

เรายังไม่ได้เออชเรย์ทั้งตลาดว่ามี “ลูกค้า มั่งคั่ง” ไปแห่หมอบอยู่กับบริษัทไหน อีกจำนวน เท่าไหร่

พฤติกรรมซื้อเงินสดเพราะเศรษฐกิจแล้ว ดอกเบี้ย และดูเหมือนคนไทย 4.0 จะรวยเร็ว เพราะอายุลูกค้าลดเหลือ 35-50 ปีเท่านั้นเอง และอย่าได้เสียมารยาทไปถามเขยวณะ ว่าทันเหล่านี้ประกอบอาชีพอะไรบ้าง ที่เคย ทราบๆ มาคือนักธุรกิจ ผู้ส่งออก คุณหมอ ฯลฯ

ยุคนี้คำตอบคือลูกค้าผู้มั่งคั่งไม่จำเป็นต้องทำอาชีพอะไรเลยก็ได้ มีกะดั่งค์- มีทรัพย์สินเยอะ อยากซื้อเก็บไว้ดูเล่น มี ไร่ปะ

เมตตา ทับทิม

[mistubtim@yahoo.com](mailto:misstubtim@yahoo.com)