

ตลาดรับสร้างบ้านในยุค Customer Centric ปรับ ตัวภายใต้สภาวะ New Normal ตอบโจทย์ความ ต้องการของลูกค้าทุกคน



ตลาดรับสร้างบ้านในยุค Customer Centric

ปรับตัวภายใต้สภาวะ New Normal ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทุกคน

ตลาดรับสร้างบ้านในยุค Customer Centric นายกสมาคมฯ “วรวิทย์ กาญจนกุล” แนะนำสมาชิกปรับตัวภายใต้สภาวะ New Normal เน้นการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ได้ทุกคนทุกระดับ ด้วยแบบบ้านที่หลากหลาย ได้คุณภาพงานมีมาตรฐาน ให้บริการหลังการขายที่ยืดเยื้อมเดินทางรับสร้างบ้านและวัสดุ Expo 2020 เพื่อตอบรับกระแสของกลุ่มลูกค้า โดยกำหนดจัดงานรับสร้างบ้านและวัสดุ Expo 2020 แบบ ออฟไลน์ กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 1-4 ตุลาคม 2563 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี อาคาร 8 เชื่อมมันแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมภายใต้วงเงิน 4 แสนล้านบาท จะเข้ามาช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ในภาพรวมและหนุนทุกภาคธุรกิจให้มีแรงขับเคลื่อนต่อไป

นายวรวิทย์ กาญจนกุล นายกสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน (Home Builder Association : HBA) เปิดเผยว่า ถึงแม้ทางสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านยังคงมีมุมมองที่เป็นบวกที่คาดจะมีการฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป แต่ก็ยอมรับว่าธุรกิจ โดยรวมยังได้รับแรงกดดันจากปัจจัยลบต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในภาวะการดำเนินงานดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่อยู่ภายใต้

ได้สภาวะ “New Normal” ที่เต็มไปด้วยข้อจำกัดต่างๆ มากมาย ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้านจำเป็นต้อง ปรับ รูปแบบการตลาดใหม่จับทางความต้องการของผู้บริโภคหรือต้องมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

“เมื่อลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ผู้ประกอบการรับสร้างบ้านจะต้องเข้าใจเหตุผลถึงความต้องการอย่างแท้จริงและลงลึกในรายละเอียดสินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของทุกคน” นายวรวิทย์ กล่าว

พร้อมกันนี้นายวรวิทย์ ยังกล่าวด้วยว่า จากที่สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านได้รวบรวมข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านเว็บไซต์ของสมาคมฯ รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการเข้าเยี่ยมชมงานรับสร้างบ้านออนไลน์ 2020 ระหว่างวันที่ 20 – 31 มีนาคม 2563 ซึ่งเป็น Online Exhibition ครั้งแรก พบมี 4 อันดับแรกหลัก ๆ ที่ผู้บริโภคค้นหา ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมรองรับ ดังนี้

- อันดับแรกคือ “แบบบ้าน” แบบบ้านจะต้องมีความหลากหลาย และแบบบ้านที่มีต้องสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ การใช้ชีวิตของคนในสังคมยุคใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือที่เรียกว่า New normal รวมถึง ชีวิตวิถีใหม่ สังคมที่ไร้การสัมผัส (Touchless Society), การใส่ใจถึงสุขอนามัย และการประหยัดพลังงานภายในบ้าน การเปลี่ยนแปลงต่างๆ เหล่านี้ผู้ประกอบการในธุรกิจรับสร้างบ้านจะต้องเกาะติด และเตรียมพร้อมเพิ่มทาง เลือกให้กับผู้บริโภคในตลาด
- อันดับสองคือ ผลงานของบริษัทนั้นๆ ซึ่งนั่นสะท้อนถึงความเชื่อมั่นว่าบริษัทมีความน่าเชื่อถือในด้าน “คุณภาพ” และ “มาตรฐาน” งานด้านการก่อสร้างเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งที่ผ่านมามาสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านก็ พยายามผลักดันให้สมาชิกของสมาคมฯ มีความรู้และได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 9001:2015 เวอร์ชันใหม่ อีกทั้งยังจัดโครงการสัมมนา “Home Builder Expert” หรือ HBEX เพื่อให้ความรู้และยกระดับ ในการพัฒนาบริษัทรับสร้างบ้านโดยมีเป้าประสงค์ให้มีคุณภาพ และมาตรฐานให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้า
- อันดับสามคือ “การบริการ” ที่มุ่งเน้นตั้งแต่เริ่มต้นจนการก่อสร้างเสร็จแบบครบวงจร รวมถึงการดูแลหลัง การขาย ด้วยการรับประกันต่างๆ เช่น บางบริษัทฯ รับประกันงานโครงสร้างนาน 5-10 ปี เพื่อให้ผู้บริโภคอุ่นใจ
- อันดับสี่คือ “เวลา” เราพบว่าผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านทั่วไปมักก่อสร้างล่าช้า บริษัทรับสร้างบ้านจะต้อง พิจารณาเรื่องนี้เมื่อว่าจ้างบริษัทรับสร้างบ้านปลูกสร้างบ้านแล้วจะต้องได้บ้านตรงตามเวลาที่สัญญาไว้

นายวรวิทย์ ยังกล่าวถึงภาพรวมธุรกิจรับสร้างบ้านในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 คาดว่าน่าจะหดตัวไม่น้อยกว่า 20-30% เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 โดยเฉพาะในช่วง ไตรมาสแรกของปี 2563 ทำให้หยุดการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ และจากมาตรการปิดเมือง (Lockdown) แต่นับจากนี้ไปหากไม่มีการระบาดรอบสองหลังจากการคลายล็อก รวมถึงรัฐบาลได้ประกาศแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจและ สังคมภายใต้วงเงิน 400,000 ล้านบาท จะเข้ามาช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมและหนุนทุกภาคธุรกิจให้มีแรง ขับเคลื่อนต่อไป

ทั้งนี้ แม้ธุรกิจรับสร้างบ้านจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรง แต่เมื่อบรรยากาศโดยรวมดีขึ้นผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ กล้าที่จะกลับมาใช้จ่ายมากขึ้น ก็เชื่อว่าจะส่งผลดีต่อธุรกิจรับสร้างบ้านให้กลับมาสู่ภาวะปกติได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งนอกจากผู้บริโภคจะว่าจ้างปลูกสร้างบ้านใหม่ที่ดินใหม่หรือบนที่ดินเดิม ด้วยการรื้อบ้านหลังเก่าที่มีอายุการใช้งาน มากกว่า 30 – 40 ปีแล้วสร้างใหม่ นอกจากนี้ยังมีตลาดรีโนเวทบ้านเก่าเพื่อให้ใช้งานได้มากขึ้น สอดคล้องกับการใช้ ชีวิตแบบใหม่ หรือ “New Normal” ทั้งการทำงานที่บ้าน (Work From Home) รวมถึงเรียนออนไลน์ ที่ต้องการ พื้นที่เพิ่มเติมเฉพาะ ซึ่งที่ผ่านมาสมาชิกของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านได้ปรับตัวเข้าไปรับงานรีโนเวทบ้านมากขึ้น

อนึ่ง หลักสูตรการอบรม Home Builder Expert หรือ HBEX ซึ่งสมาคมฯ เป็นผู้จัด โดยในปีนี้จัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 3 แล้ว เป็นหลักสูตรอบรมเพื่อยกระดับการบริหารธุรกิจรับสร้างบ้านอย่างมืออาชีพ โดยเฉพาะในยุค New Normal เพื่อช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้านได้เติบโตอย่างเข้มแข็ง ในภาวะท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โดยการอบรม HBEX ได้เชิญวิทยากรมากความสามารถและมีอาชีพต่างๆ มาอบรม ให้ความรู้ ตลอด 4 วัน ของหลักสูตร ซึ่งจะเริ่มต้นอบรมครั้งแรก ในเดือนสิงหาคม นี้

ส่วนการแข่งขันของตลาดธุรกิจรับสร้างบ้าน นายวรุฒิ ยอมรับว่า ตลาดมีการแข่งขันกันค่อนข้างมากในรูปแบบต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้การแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรงนั้น สิ่งสำคัญที่บริษัท รับสร้างจะต้องให้ความสำคัญควบคู่กันไปก็คือการบริหารต้นทุนว่ามีส่วนใด “รั่วไหล” หรือไม่ ขณะเดียวกันเนื่องจาก ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามามีบทบาททางด้านการตลาด การทำตลาดและการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์จึงมีความ สำคัญ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดต้นทุนการขยายสาขาเพิ่มแล้วยังทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ด้วยเหตุนี้จึง เป็นเหตุผลสำคัญที่สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านต้องปรับตัว ผ่านรูปแบบการจัดงาน ทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ เพื่อ ตอบรับกับกระแสของกลุ่มลูกค้าทั้ง 2 ช่องทาง โดยกำหนดจัดงานรับสร้างบ้านและวัสดุ Expo 2020 แบบออฟไลน์ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 – 4 ตุลาคม 2563 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี อาคาร 8 ส่วน Online Exhibition ทางสมาคมฯ จะหารือกับคณะกรรมการอีกครั้งหนึ่งถึงกำหนดการจัดงานทาง Online ต่อไป

#####

สอบถามข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน

บริษัท ซี ทู วัน เอ็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล อีเว้นท์ จำกัด:

คุณปณัชชา ปนัดดาภรณ์ (หนูนา) โทร. 081-668-0003 อีเมลล์ panatcha.pa@gmail.com