

# คำถามปลายเปิดธุรกิจรับสร้างบ้าน (1)

## 'ลูกค้ากังวลบริการหลังการขาย ยิ่งบริษัทดูแลระยะยาวยิ่งมั่นใจ'

เป็นผู้บริหารที่สวมหมวก 2 ใบ "ประชาชาติธุรกิจ" สัมภาษณ์พิเศษ "พิชิต อรุณพิศล" ถึงมุมมองที่มีต่อภาวะตลาดปี'60 ในฐานะนายกสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน กับกรรมการผู้จัดการ บริษัท ริชชี เฮาส์ จำกัด ประธานลูกค้าหลักสร้างบ้านหลังละ 50-60 ล้านบาทขึ้นไป

โดยแบบบ้านเด่นของบริษัทสไตล์ แคลิฟอร์เนีย เฉลี่ยตารางเมตรละ 3 หมื่นบาท รูปทรงโดนมิก หูหระ ภูมิฐาน มีมิติ ให้ความรู้สึกถึงความเป็นโฮมมี่ที่ไม่ดูลังการ ให้จินตนาการบ้านต้นแบบในเบเวอร์ลีฮิลล์ ไม่เหมือนทรงโมเดิร์นโรมัน หรือคลาสสิกจำ ๆ อินทีเรียร์ไม่เยอะแต่มีอินเตอเรสดีทุกจุด มองซ้าย-ขวามีจุดจบสวยงาม ดึงธรรมชาติทุกอย่างให้เข้ามาเป็นกิมมิก ทำให้ในบ้านทุกมุมมองเป็นศิลปะได้ทุกจุด นำไปสู่บทสรุปว่า...นี่คือเสน่ห์

"เศรษฐกิจภาพรวมยังอยู่ในช่วงต้องใช้เวลา ยังไม่มีปัจจัยเสริมมากนัก ผู้ประกอบการต้องพัฒนาศักยภาพตัวเอง พฤติกรรมลูกค้าสร้างบ้านบนที่ดินตัวเอง เช็คเมนต์ตลาดกลาง-ล่างอ่อนไหวในเรื่องราคา แต่สินค้าไอเดนทิตี (มีลักษณะเฉพาะตัว) จะไปอยู่กลุ่มบน เทรนด์การเติบโตจะไปอยู่กับกลุ่มที่มีแบรนด์ดัง เช่น ซิคคอนโฮม บิวด์ทูบิวท์ ฯลฯ เขาสร้างแบรนด์มานานแล้วต่อให้คู่แข่งเสนอราคาถูกกว่าก็อาจให้แล้วเรื่องแบรนด์"

เปิดประเด็นด้วยสถานการณ์ที่กำลังเป็นอยู่ก่อนจะตอบแบบซอฟต์แวร์แดนดิ้งว่า ฉะนั้นสมาคมจึงรณรงค์ให้สมาชิกสร้างแบรนด์เพื่อลดการแข่งขันสร้างสงครามราคา

ในการประเมินฝั่งลูกค้า ปีนี้มองว่ารับสร้างบ้านมีทั้งสองมิติ เกี่ยวทั้งอารมณ์ความรู้สึก และศิลปะกับความพึงพอใจ

ผู้บริโภคโดยตรง หลัก ๆ ไม่ใช่ว่าทำงานไม่ดี แต่การที่ไม่สามารถสร้างการรับรู้ให้เข้าใจแจ่มแจ้ง การทำงานที่ถูกต้องมาตรฐาน และไม่สามารถสื่อสารให้เขาเชื่อมั่น จะยกระดับหนีคู่แข่งผู้รับเหมาทั่วไปได้

"ผมเคยคุยกับผู้บริโภค เขาห่วงมาก ๆ ว่าบ้านสร้างเสร็จแล้วต้องมีคนดูแลเขาระยะยาว บริการหลังการขายยิ่งยาวยิ่งดี ยิ่งดูแลยาวยิ่งมั่นใจ"

แน่นอนว่าการทำธุรกิจย่อมมีจุดตายหรือจุดเสี่ยงต้องระวัง ธุรกิจรับสร้างบ้านสิ่งสำคัญอันดับ 1 คือความกังวล ถ้าสามารถควบคุมให้อยู่ในกรอบได้มากเท่าไรก็จะราบรื่นมากขึ้นเท่านั้น แต่ถ้าบริษัทดูแลจะเข้ามาดูแลทันที ทันใจ หรือในเวลาที่เหมาะสมปล่อยให้ปัญหาเรื้อรัง ความกังวลจะขยายผลเป็นวิกฤตมากขึ้น จนถึงขั้นหยุดจ่ายเงินงวด สภาพคล่องชะงัก หน่วยงานทำต่อไม่ได้ ทุก

อย่างจะเข้าวงจรรอบาทวิทัศน์ ใครเข้าใจจุดนี้จะไม่เกิดวงจรรอบาทวิทัศน์

"ผมพิสูจน์มาแล้วจากสมาชิกที่ละเลยปัญหาลูกค้ากับคนที่สามารถจัดการได้คือการฟ้องร้องคดี ทั้งจาก สคบ. (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) หรือที่อื่น ๆ ตัวเลขที่เช็กกับ สคบ.รับสร้างบ้านมีเพียง 0.1% หรือ 1 ใน 1,000 เทียบกับโครงการจัดสรรมีข้อร้องเรียน 20% แต่ภาพการร้องเรียนก็เท่าๆกัน

และดันไปหมายถึงผู้รับเหมาที่อยู่นอกกลุ่ม ซึ่งไม่มีระบบ ไม่มีมาตรฐานการทำงาน"

สำหรับการรับมือกับลูกค้าก็ยากอยู่แล้ว เพราะสมัยนี้รู้เยอะ หาข้อมูลได้เร็วจากโลกออนไลน์ มาประกอบเข้ากับเมืองไทยเป็นสังคมแห่งการจับผิด เริ่มนิยมจ้างที่ปรึกษาสภาพปัญหาที่พบเจอหน้าไปตั้งงานจึงมีข้อเสนอว่า อาชีพที่ปรึกษาควรมีความเป็นกลาง ความเป็นวิชาชีพให้มากเข้าไป

"บ้านเรามีมุมมองด้านลบของผู้ว่าจ้างอยู่แล้ว เป็นสิ่งหนึ่งที่สมาคมพยายามทำความเข้าใจให้กับผู้บริโภค เพราะในฝั่งผู้ประกอบการนั้น การทำงานแบบตีหัวเข้าบ้านมันไม่ยั่งยืน สมาชิกสมาคมส่วนใหญ่ทำธุรกิจไม่ต่ำกว่า 20 ปี ถ้าไม่สามารถเคลมปากต่อปากก็อยู่ไม่ยั่งยืน ทุกคนพยายามฮึด เตอะพอยต์ตัวนี้ นั่นคือต้องแข่งกันพัฒนา ต้องแข่งกันบริการ ลอจิกมันคืออยู่ตรงนี้"



พิชิต อรุณพิศล