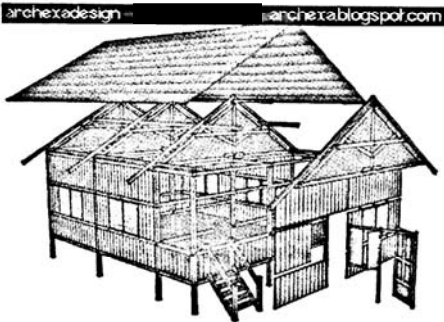


ปีที่ 28 ฉบับที่ 9549 วันศุกร์ที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 หน้า 09

**ร**ะบบบ้านน็อคดาวน์ ผลผลิตจากโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ไอแท็บ สวทช.) เปิดมุมมองทางธุรกิจใหม่ให้กับ "บูรณาการกรุ๊ป" จากผู้ผลิตแห่งรองรับสินค้าหรือพาเลทลงไม้กว่า 30 ปีขยับสู่ธุรกิจสร้างบ้าน แบบอัพด้วยเทคโนโลยีที่ได้มาตรฐาน ช่วยลดความเสี่ยง ปิดจุดอ่อนและเติมเต็มจุดแข็ง ขานรับตลาดคนรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวก รวดเร็วและแม่นยำ

โอกาส ชีวะธรรมชาติที่ กรมการผู้จัดการบูรณาการกรุ๊ป เชื่อมั่นว่า ถ้าจะทำให้ธุรกิจโตได้อย่างยั่งยืนต้องไม่หยุดพัฒนา เขาจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการผลิตให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น โดยนำเครื่องมือต่างๆ เข้ามาช่วยทำให้ประสิทธิภาพดีขึ้น ลดต้นทุน ลดความเสี่ยง พร้อมกับนำวัสดุเหลือใช้มาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ ที่ทำกำไรโดยไม่ต้องลงทุน เท่านั้นยังไม่พอ เพราะมองว่าการทำธุรกิจ (ขา) เดียวมีความเสี่ยงสูง จึงมีแนวคิดแต่ธุรกิจใหม่เพื่อลดความเสี่ยง ด้วยการพัฒนาระบบบ้านน็อคดาวน์

**นวัตกรรมบ้านน็อคดาวน์**



ตัวอย่างแนวคิดบ้านน็อคดาวน์จาก Archexa Design Gallery

การเข้าร่วมโครงการ ไอแท็บของโอกาส ทำให้มองเห็นโอกาสใหม่ในธุรกิจสร้างบ้าน จึงบูรณาการระบบโครงสร้างเหล็กกับไม้ให้ต่อขยายได้ทั้งแนวราบและแนวตั้ง รองรับ การถอดประกอบสำหรับการขนย้ายและเพิ่มศักยภาพการลงทุน ในโครงการบนพื้นที่เช่า ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

ธุรกิจนี้จะช่วยลดความเสี่ยง ปิดจุดอ่อนและเติมเต็มจุดแข็ง เกิดเป็น "ความได้เปรียบทางการแข่งขัน" ให้กับ

**idea** บูรณาการกรุ๊ป ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์ความต้องการบ้านน็อคดาวน์ เนื่องจากไลฟ์สไตล์ชีวิตของคนรุ่นใหม่ชอบความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องกังวลว่าผู้รับเหมาก่อสร้าง และราคาต่อตารางเมตรไม่แพง หรือเฉลี่ยยูนิตไม่เกิน 5 ล้านบาททุกกว่า

ยูนิตคอนโดขนาด 20 ตารางเมตรที่ราคาอยู่ในหลักล้านบาท ปัจจุบันพาเลทลงไม้ยังคงเป็นธุรกิจหลักของครอบครัว ส่วนบ้านน็อคดาวน์ เป็นธุรกิจใหม่ที่เข้ามาสร้างรายได้ให้กับบริษัทในอนาคต เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งเรื่องของไลฟ์สไตล์และกำลังซื้อ

"ผมต้องการสร้างธุรกิจใหม่อีกขาหนึ่งเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น และมองว่าตลาดที่อยู่อาศัยจะเติบโตไปได้เรื่อยๆ แม้ว่าพาเลทลงไม้ส่งออกก็ยังคงเติบโตต่อเนื่องเพราะมีราคาสูงกว่า พาเลทพลาสติกและกระดาษ

แถมยังสามารถนำกลับมาใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ได้ด้วย"

กลุ่มเป้าหมายหลักของบ้านระบบน็อคดาวน์ คือครอบครัวเล็กที่ต้องการขยายพื้นที่ในอนาคตได้ไม่จำกัด จากเดิมอยู่คนเดียวเมื่อแต่งงานมีลูกต้องการขยายพื้นที่อยู่อาศัยให้กว้างขึ้น แทนที่จะต้องย้ายที่อยู่ใหม่ในกรณีที่มีพื้นที่ ส่วนอีกกลุ่มก็คือ บ้านพักอาศัยสวัสดิการสำหรับคนงานซึ่งเพิ่มจำนวนในอนาคต รวมทั้งเพื่อรองรับการขยายพื้นที่ของโรงงานแทนที่จะทุบทิ้งก็แค่ถอดไปประกอบในตำแหน่งใหม่เท่านั้น

"ผมนำแนวคิดนี้มาต่อยอดให้เป็นเหมือนอพาร์ทเมนท์ ที่พักอาศัย ซึ่งสามารถต่อเติมความสูงความกว้างได้ สามารถรีอู่นย้ายไปสร้างใหม่ ช่วยประหยัดเงินทุนการก่อสร้างได้ถึง 80-90% คาดว่าในปีหน้าสัดส่วนรายได้จากบ้านน็อคดาวน์จะอยู่ที่ 5% และอัตราการเติบโตน่าจะไม่น้อยกว่า 10-20% ต่อปี"

**'บ้านน็อคดาวน์' ชุมทรัพย์ใหม่**



● บุชร กูแสด

**: สื่อสารสร้างความเชื่อมั่น**

ถึงกระนั้นในช่วงระยะแรกของการรุกตลาดไม้ได้รอยด้วยกลีบกุหลาบ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อว่า บ้านที่แข็งแรงจะต้องเป็นบ้านที่สร้างจากคอนกรีต จึงเป็นเรื่องที่ท้าทายของการทำตลาดบ้านน็อคดาวน์ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นกับระบบน็อคดาวน์ ด้วยการนำเสนอเทคโนโลยีที่บริษัทนำมาสร้างบ้านว่า มีความแข็งแรง ไม่แพ้บ้านคอนกรีต อีกทั้งสามารถสร้างชั้นเดียวจนถึงอาคาร 4 ชั้น ที่ผ่านการคำนวณทางวิศวกรรมมาเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งในแง่ของความปลอดภัย เพราะเสาเหล็กที่เชื่อมรับน้ำหนักได้ถึงตันละ 28 ตัน มากเกินพอสำหรับหนึ่งยูนิตที่มีคนอาศัย 4 คน

เฟสต่อไปทางทีมงานเตรียมออกแบบให้สามารถขยายพื้นที่ได้มากขึ้น จากหนึ่งยูนิตขยายเป็นห้องอาหาร ห้องนอนของลูก ด้วยการต่อออกด้านข้างหรือต่อเพิ่มชั้นสอง สำหรับแนวทางการตลาดเน้นการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย งานแฟร์ที่เกี่ยวข้องกับบ้านพักที่อยู่อาศัย รวมทั้งการสร้างบ้านตัวอย่างให้ลูกค้าได้เข้าไปเยี่ยมชม "โอกาส" มองว่า กลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการเพื่อสร้างบ้านหลังแรก น่าจะเป็นผู้ที่มียุติคุณอยู่ต่างจังหวัดมากกว่าคนกรุงเทพฯ ที่ต้องการสร้างเป็นบ้านหลังที่สอง