

พันธุ์เทพ ทานชิตกุล

แจ้งเกิดบ้าน THE GENERATION

สัมภาษณ์

ถ เป็นหนึ่งในบริษัทรับสร้างบ้านที่มีความคิดต่าง โดยมีความเชื่อว่าในอนาคตอีก 2-5 ปีนับจากนี้พฤติกรรมการปลูกสร้างบ้านจะกลับมาอยู่อาศัยร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่ เช่น ครอบครัวของพี่ ป้า น้า อา ก็มาพักอาศัยอยู่ภายในบ้านหลังเดียวกัน หรือเป็นการอยู่ร่วมกันของคนหลายเจเนอเรชัน นับเรื่องลำดับได้ตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย พ่อแม่ ลูก จากปัจจุบันที่ญาติพี่น้องกันมักปลูกสร้างบ้านแบบแยกกันอยู่คนละหลัง

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้ "พันธุ์เทพ ทานชิตกุล" กรรมการผู้จัดการ "เมคเกอร์โฮม" ตัดสินใจเปิดตัวบ้านรุ่นใหม่ภายใต้ชื่อ "THE GENERATION" เพื่อรองรับการอยู่อาศัยเป็นครอบครัวใหญ่ โดยเป็นที่มีขนาด 9 ห้องนอน พื้นที่ใช้สอยรวม 1,400 ตารางเมตร ราคา 21 ล้านบาท ที่สำคัญมีประตูใหญ่เข้า-ออกตัวบ้านได้ 3 จุด เปรียบเสมือนเป็นการเชื่อมต่อบ้าน 3 หลังให้กลายเป็นหลังเดียว

"เรามองเห็นเทรนด์บางอย่างที่จะปรับเปลี่ยนไปสู่การอยู่อาศัยเป็นครอบครัวใหญ่ เช่น ปัจจุบันอายุเฉลี่ยประชากรเพิ่มขึ้นเป็น 70 ปีเศษ จากเดิม 65 ปี ซึ่งคนกลุ่มนี้ก็จะจำเป็นต้องพึ่งพาลูกหลานช่วยดูแล หรือบางครั้งก็มีลูกค้ำที่เป็นพี่น้องกันหรือเป็นญาติกันมาสร้างบ้านอยู่ภายในบริเวณเดียวกัน ก็มองว่าแบบบ้าน

THE GENERATION น่าจะมาช่วยตอบโจทย์การอยู่อาศัยร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่ได้ "พันธุ์เทพ" เอ็มดี "เมคเกอร์โฮม" นอกจากนี้ "ประชาชาติธุรกิจ"

อย่างไรก็ตาม ในฐานะที่จบการศึกษาจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ควบคู่กับประสบการณ์ในธุรกิจรับสร้างบ้านกว่า 20 ปี ซีรีส์บ้าน "THE GENERATION" ไม่ได้มีเพียงขนาดพื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง หรือมีห้องนอนหลาย ๆ ห้องเท่านั้น แต่เป็นบ้านที่ถูกออกแบบให้มีฟังก์ชันรองรับผู้อาศัยหลายเจเนอเรชันด้วย

ยกตัวอย่าง บ้านหลังนี้จะมีพื้นที่ทำครัว 2 ส่วน คือ พื้นที่ครัวขนาดใหญ่รองรับการทำอาหารแบบรวมญาติ และพื้นที่ครัวที่รองรับการทำอาหารเฉพาะภายในครอบครัว หรือมีพื้นที่ทานอาหาร 2 ส่วน คือ แบบรวมญาติ (20 ที่นั่ง) และแบบเฉพาะครอบครัว (4-5 ที่นั่ง)



พันธุ์เทพ ทานชิตกุล

นอกจากบริเวณบ้านที่ออกแบบไว้สำหรับเป็นพื้นที่ส่วนกลางทำกิจกรรมร่วมกันและพื้นที่ส่วนตัวเป็นสัดส่วน บ้านหลังนี้มีการออกแบบให้สามารถติดตั้งลิฟต์ มีห้องบริเวณชั้นล่างตัวบ้านสำหรับคนแก่ เป็นห้องนอนสำหรับผู้สูงอายุ ส่วนพื้นที่บ้านก็มีการออกแบบให้เป็นระดับเดียวกันเพื่อความสะดวกกรณีมีผู้เจ็บป่วยพักรักษาตัวอยู่ที่บ้าน

THE GENERATION จึงเป็นบ้านที่ถูกออกแบบเพื่อให้อายุยืนยาวสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข โดยอาศัยหลักทฤษฎีเชิงสถาปัตยกรรมเข้ามาช่วย

"จากโมเดลบ้านที่ออกแบบมา เราตั้งใจใส่ทุกอย่างที่คิดว่าสมบูรณ์ที่สุดเอาไว้ อย่างไรก็ตามกรณีที่ลูกค้าต้องการบ้านที่มีขนาดเล็กกว่าแบบบ้านตัวอย่าง เราก็สามารถออกแบบขึ้นใหม่ได้"

"พันธุ์เทพ" บอกว่า หลังจากเปิดตัวแบบบ้าน THE GENERATION แล้ว เมคเกอร์โฮมยังต้องการ "rethinking" หรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการออกแบบบ้านให้กับลูกค้าใหม่

เพราะที่ผ่านมาลูกค้าที่จ้างบริษัทปลูกสร้างบ้านส่วนใหญ่ มักเลือกแบบบ้านโดยคำนึงถึง "สีโซน" เป็นอันดับแรก แต่สิ่งที่ "เมคเกอร์โฮม" อยากรู้เห็นความเปลี่ยนแปลง คือ อยากรู้ลูกค้าสร้างบ้านโดยคำนึงถึงพฤติกรรมผู้อยู่อาศัยทั้งหมดเป็นอันดับแรก แล้วจึงค่อยแปลงมาเป็นแบบบ้านตามที่ต้องการ

เช่น แต่ละคนต้องการอยู่อาศัยส่วนไหนของบ้าน ปู่ย่าตายาย พ่อแม่ หรือลูก ๆ มีลักษณะการใช้ชีวิตอย่างไร โดยลูกค้าสามารถดึงฟังก์ชันต่าง ๆ ของแบบบ้าน THE GENERATION มาเป็นโคดไลน์ และปรับให้สอดคล้องกับพฤติกรรมอยู่อาศัยของแต่ละครอบครัวได้

เพราะเมคเกอร์โฮมเชื่อว่า "สีโซน" คือความสวยงาม แต่ "ฟังก์ชัน" ใช้สอยคือของที่ใช้ได้จริง

ซึ่งเป็นวิถีคิดแบบเดียวกับการพัฒนาสำนักงานใหญ่ บริษัทเมคเกอร์โฮม (สาขาประชาชน) ที่มีพื้นที่ส่วน "โซว์รูม" ที่ถูก

ออกแบบเป็น "ม็อดอ์ฟรูม" ส่วนต่าง ๆ ภายในบ้าน อาทิ ห้องนอน ห้องทานอาหาร ห้องนั่งเล่น ห้องแต่งตัว ห้องน้ำ ฯลฯ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าขนาดห้องต่าง ๆ ที่เป็นพื้นที่ขนาดเท่าของจริงให้ความรู้สึกอย่างไร อยู่แล้วจะอีกออกไปหรือไม่

โดยกลุ่มเป้าหมายของบ้าน THE GENERATION คือคนที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปี เป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานมาระยะหนึ่ง มีลูกแล้วและกำลังจะมีหลาน

"พันธุ์เทพ" อธิบายว่า การเปิดตัวแบบบ้านใหม่ไม่ได้เกิดจากความต้องการจะขยายเช็คแมนต์ลูกค้าใหม่ ๆ แต่มาจากการมองเห็นการใช้ชีวิตในอนาคต และนำมาสู่การพัฒนาแบบบ้าน THE GENERATION สำหรับคน 3 วัย หรือการพักอาศัยเป็นครอบครัวใหญ่

ถึงแม้ที่ผ่านมาภาพลักษณ์ของเมคเกอร์โฮมที่ถูกสื่อสารออกไปในสายตาผู้บริโภค คือ บริษัทรับสร้างบ้านที่ชำนาญเรื่องการสร้างบ้านสไตล์โมเดิร์นและการสร้างบ้านประหยัดพลังงาน โดยในอนาคตบริษัทจะพัฒนาโมเดลบ้าน THE GENERATION ใหม่ ๆ ออกมาเพิ่มเติมอีกประมาณ 2-3 สไลต์ เพื่อเป็นแนวทางให้ลูกค้า

"เมคเกอร์โฮมเป็นบริษัทที่มองเห็นคุณค่าในอนาคต ถึงแม้ปัจจุบันความต้องการอยู่อาศัยเป็นครอบครัวใหญ่อยู่อาศัยยังมีไม่มาก แต่คิดว่าอนาคตจะเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ อย่างคองคกแต่โซว์รูมเราเป็นรายแรก ๆ ทาประคูห้องเป็นสีขาว แรก ๆ ก็มีลูกค้าที่คิดว่าทำไมเป็นสีน้ำตาล แต่ตอนนี้ก็พิสูจน์แล้วว่าการทำงานประคูห้องเป็นสีขาวก็มีให้เห็นเป็นปกติ ไม่ใช่เรื่องแปลกอีกต่อไป"

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์บ้านเมืองปัจจุบัน บริษัทมองว่ายังมี "อุปสรรค" และ "โอกาส" ในช่วงเวลาเดียวกัน โดยปีนี้บริษัทวางเป้าประมาณการใกล้เคียงปีที่ผ่านมา คือ 250 ล้านบาท

และจากที่ได้สัมผัสลูกค้า พบว่ายังไม่ถึงล้มเลิกการตัดสินใจจะปลูกสร้างบ้าน เพียงแต่ด้วยปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอาจทำให้ลูกค้าระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยหรือจำกัดการใช้เงิน

ดังนั้น สิ่งที่บริษัทต้องทำ คือ พัฒนาสินค้า (บ้าน) ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านคุณภาพฟังก์ชัน และดีไซน์ แต่ต้องสามารถยึตราคาเดิมไว้

"...เอาเป็นโจทย์ที่ท้าทายแค่เชื่อว่าเราทำได้ครับ"