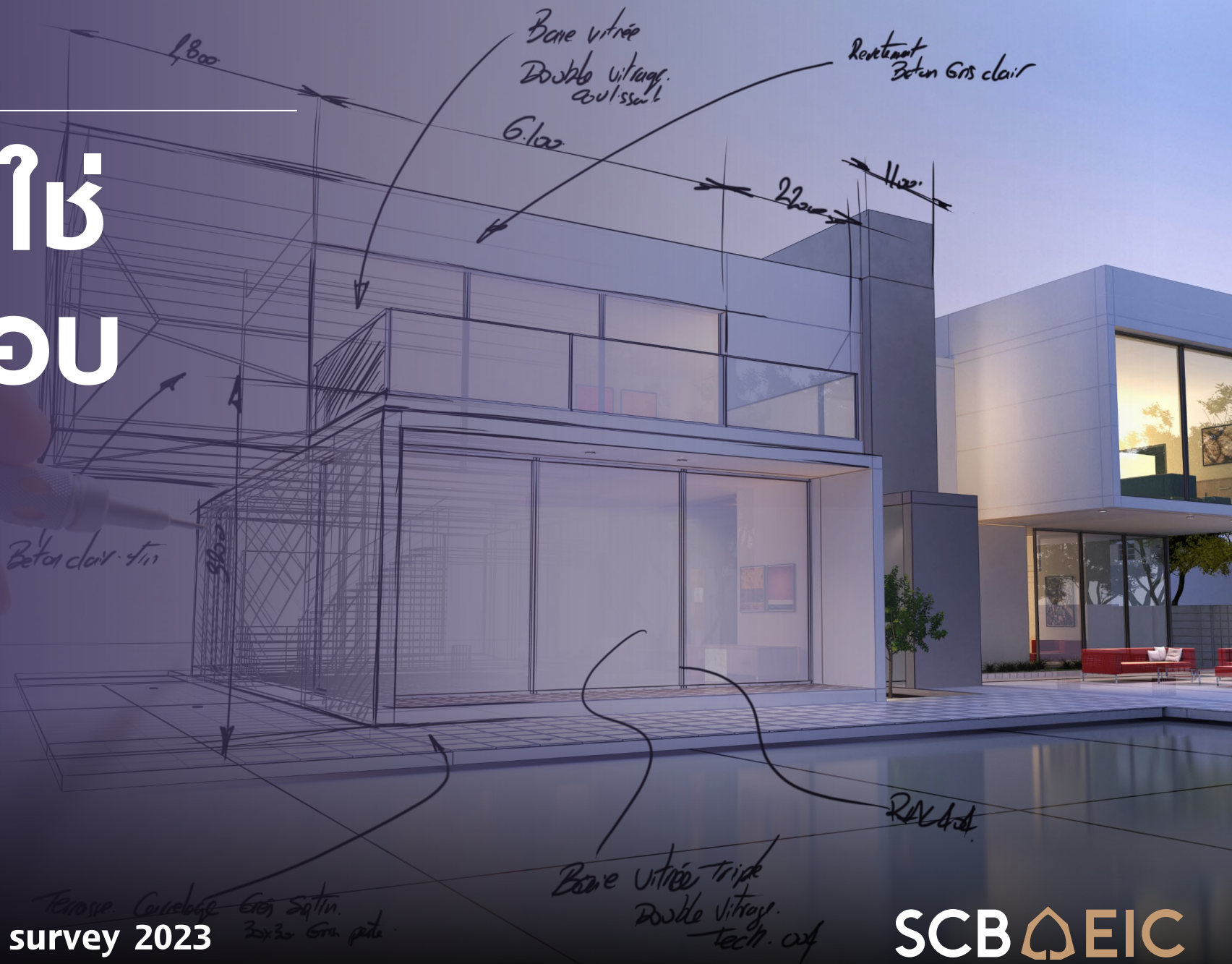


สร้างบ้านที่ใช้ ในสไตล์ที่ชอบ



เจาะผลสำรวจ

SCB EIC Residential real estate survey 2023

Content

เรื่อง	หน้า
Executive summary	3
Part 1 : เจาะดีมานด์สร้างบ้านแบบไหนที่โดนใจคุณ	6
Part 2 : ผู้รับเหมาก่อสร้างกลุ่มไหน ตรงใจผู้สร้างบ้าน	11
Part 3 : สองเทรนด์การเลือกใช้วัสดุก่อสร้าง	14
Part 4 : ผู้สร้างบ้านเองพออนาคตจะดีขึ้นอย่างไร	21
Part 5 : นัยต่อผู้ประกอบการ	24

Executive summary



ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวสร้างเองได้รับความสนใจจากผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่ง เนื่องจากมีที่ดินเป็นของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งงบสร้างบ้านไม่เกิน 3 ล้านบาท โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท/เดือน ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้สูงตั้งงบสร้างบ้าน 3-5 ล้านบาท และ 5 ล้านบาทขึ้นไป



ทำเลยอดนิยมในพื้นที่ต่างจังหวัดในหัวเมืองท่องเที่ยว เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา และชลบุรี รวมถึงพื้นที่ปริมณฑล อย่างรังสิต-ลำลูกกา-คลองหลวง-นวนคร และบางกรวย-ราชพฤกษ์-ชัยพฤกษ์-บางใหญ่ ส่วนใหญ่ตั้งงบไม่เกิน 3 ล้านบาท ขณะที่ทำเลยอดนิยมในกรุงเทพฯ มีสัดส่วนผู้ที่ตั้งงบสูงกว่า 3 ล้านบาท มากกว่าต่างจังหวัดและปริมณฑล



ปัจจัยเศรษฐกิจที่ยังมีความท้าทายในปี 2023 ทั้งค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง ภาระหนี้ครัวเรือน และอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเลื่อนการสร้างบ้านออกไป โดยจะกระทบในแต่ละช่วงวัยในระดับที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y และ Gen Z เนื่องจากเป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างการสร้างตัว และรายได้ยังไม่สูงมากนัก



ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองมองหาผู้รับเหมาก่อสร้างที่แตกต่างกัน ตามระดับราคาบ้าน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา ทั้งผลงานที่ผ่านมา และการรับประกันงาน โดยการแนะนำจากบุคคลใกล้ชิดเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในทุกช่วงอายุ ขณะที่การค้นหาผู้รับเหมาก่อสร้างผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับความสนใจจาก Gen Y และ Gen Z มากกว่ากลุ่มอื่น

54%

สนใจบ้านเดี่ยว
สร้างเอง

70%

คาดใช้งบไม่เกิน 3 ล้านบาท
โดยเฉพาะกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท/เดือน

**ทำเลต่างจังหวัด
และปริมณฑล**
ส่วนใหญ่ตั้งงบ
ไม่เกิน 3 ล้านบาท

ทำเลกรุงเทพฯ
มีสัดส่วนผู้ตั้งงบสูงกว่า
3 ล้านบาท มากกว่า
ต่างจังหวัดและปริมณฑล

ราว 80% ของ Gen Y และ Gen Z

มีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ
ซึ่งมีผลต่อการเลื่อนการสร้างบ้านออกไป

**ผู้รับเหมาที่รับทั้งงาน
โครงสร้างและตกแต่ง**
ได้รับความนิยม
ในกลุ่มบ้านราคา
ไม่เกิน 3 ล้านบาท

**บริษัทรับสร้างบ้าน
ขนาดใหญ่**
ได้รับความสนใจ
ในกลุ่มบ้านราคา
3-10 ล้านบาท

**ผู้รับเหมาที่
เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน**
ได้รับความสนใจ
ในกลุ่มบ้านราคา
มากกว่า 10 ล้านบาท

Executive summary



ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับงานตกแต่งเป็นหลัก ขณะที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง ทั้งงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง โดยส่วนใหญ่ยังคงเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านช่องทางจำหน่ายของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีสาขาทั่วประเทศเป็นหลัก เนื่องจากปัจจัยด้านความหลากหลายของสินค้า และความน่าเชื่อถือ

มากกว่า 65%
เลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง
สำหรับงานตกแต่ง

ราว 30%
เลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง
สำหรับงานโครงสร้าง

79%
ซื้อวัสดุก่อสร้างผ่าน
ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่



แนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้างที่ยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านปรับตัวในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละชนิดที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เลือกปรับรูปแบบวัสดุตกแต่งหรือการออกแบบเพื่อคุมงบไว้ตามเดิม ขณะที่ยังคงการเลือกใช้วัสดุสำหรับงานโครงสร้างไว้ตามเดิม โดยปรับเพิ่มงบประมาณ

52%
ปรับวัสดุตกแต่ง
เพื่อควบคุมงบประมาณ

37%
คงวัสดุงานโครงสร้างตามเดิม
โดยปรับเพิ่มงบประมาณ



ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่สนใจเลือกวัสดุก่อสร้างที่ตอบโจทย์เมกะเทรนด์ต่าง ๆ เช่น บ้านประหยัดพลังงาน การใส่ใจสุขภาพ และเทรนด์รักษ์โลก โดยส่วนใหญ่ยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นราว 1-5% นอกจากนี้ การติดตั้งโซลาร์เซลล์พร้อมกับสร้างบ้านได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะบ้านราคาสูงกว่า 5 ล้านบาท ขณะที่บ้านโครงสร้างสำเร็จรูป (Prefab และ Modular) ส่วนใหญ่ได้รับความสนใจจากกลุ่มที่ตั้งงบก่อสร้างบ้านไม่เกิน 3 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ยังไม่สนใจในปัจจุบันส่วนใหญ่มีแนวโน้มพิจารณาใช้ต่อเติมบ้านในอนาคต

มากกว่า 83%
สนใจ
วัสดุก่อสร้าง
ตามเมกะเทรนด์

70%
สนใจติดตั้ง
โซลาร์เซลล์
พร้อมสร้างบ้าน

68%
ของผู้ที่ไม่สนใจ
บ้านโครงสร้างสำเร็จรูป
มีแนวโน้มใช้ต่อเติม
ในอนาคต



Customer journey ในการสร้างบ้านของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในแต่ละขั้นตอน เช่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ค้นหาสินเชื่อที่อยู่อาศัยผ่านช่องทางออนไลน์ ขณะที่การค้นหาประกันที่อยู่อาศัยยังอาศัยช่องทางออฟไลน์ อย่างไรก็ตาม การติดต่อสาขาสถาบันการเงิน/บริษัทประกันเป็นหลัก นอกจากนี้ ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่มีความต้องการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยแต่ละกลุ่มวางแผนผ่อนชำระในระยะเวลาที่แตกต่างกัน สำหรับการตรวจรับที่อยู่อาศัย ผู้ที่สร้างบ้านเองส่วนใหญ่ยังคงตรวจรับบ้านเอง โดยกลุ่มที่มีแผนสร้างบ้านด้วยงบประมาณมากกว่า 3 ล้านบาท มีแนวโน้มใช้บริการบริษัทตรวจรับที่อยู่อาศัยมากกว่ากลุ่มอื่น

73%
ขอสินเชื่อและผ่อนชำระที่อยู่อาศัย

- บ้านแพงกว่า 5 ล้านบาท >> ผ่อนไม่เกิน 10 ปี
- บ้าน 1-5 ล้านบาท >> ผ่อน 11-30 ปี
- บ้านไม่เกิน 1 ล้านบาท >> ผ่อนนานกว่า 30 ปี

**บ้านสร้างเอง
ราคาสูงกว่า 3 ล้านบาท**
มีแนวโน้มใช้บริการ
ตรวจรับที่อยู่อาศัย
มากกว่ากลุ่มอื่น

การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคด้านที่อยู่อาศัยของ SCB EIC (Residential real estate survey 2023) ผ่านช่องทางออนไลน์ Monkey Survey ระหว่างวันที่ 14 ก.พ. ถึง 10 มี.ค. 2023 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 1,479 คน



IWศ

หญิง 821

ชาย 613

LGBTQIA+ 45



ช่วงอายุ

Gen Y (21-40 ปี) และ Gen Z (20 ปี หรือต่ำกว่า) 496

Gen X (41-60 ปี) 810

Baby boomer (61 ปีขึ้นไป) 173



ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

กรุงเทพฯ-ปริมณฑล 677

ภาคกลางและภาคตะวันตก 437

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 108

ภาคตะวันออก 106

ภาคเหนือ 68

ภาคใต้ 83



สถานภาพ

โสด 640

สมรสมีบุตร 497

สมรสไม่มีบุตร 151

มีบุตรแต่ไม่สมรส 114

หย่าร้าง 77



ขนาดครอบครัว

อาศัยคนเดียว 158

2 คน 308

3-4 คน 748

5 คนขึ้นไป 265



อาชีพปัจจุบัน

ลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน 662

เจ้าของกิจการ/ค้าขาย 220

ลูกจ้างหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ภาครัฐ 157

งานอิสระ/ฟรีแลนซ์/รับจ้าง 154

เกษียณ 134

อื่น ๆ เช่น นักลงทุน เกษตรกร นักศึกษา 152



รายได้รวมครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน

>200,000 บาท 211

100,001-200,000 บาท 263

50,001-100,000 บาท 347

30,001-50,000 บาท 317

15,001-30,000 บาท 221

<15,000 บาท 120

หน่วย : จำนวนผู้ตอบ, คน



Part 1

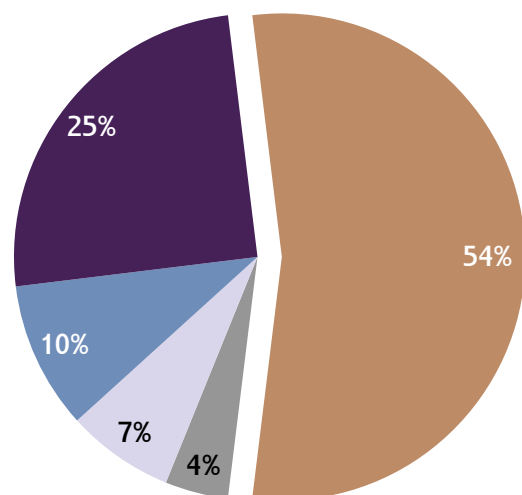
เจาะดีมานด์สร้างบ้าน แบบไหนที่โดนใจคุณ

บ้านสร้างเองได้รับความสนใจจากผู้อตอบแบบสอบถามมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีที่ดินเป็นของตนเองแล้ว และต้องการความเป็นส่วนตัว

คำถาม : ท่านสนใจจะซื้อ/สร้างที่อยู่อาศัยประเภทใดมากที่สุด

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อ/สร้างที่อยู่อาศัย

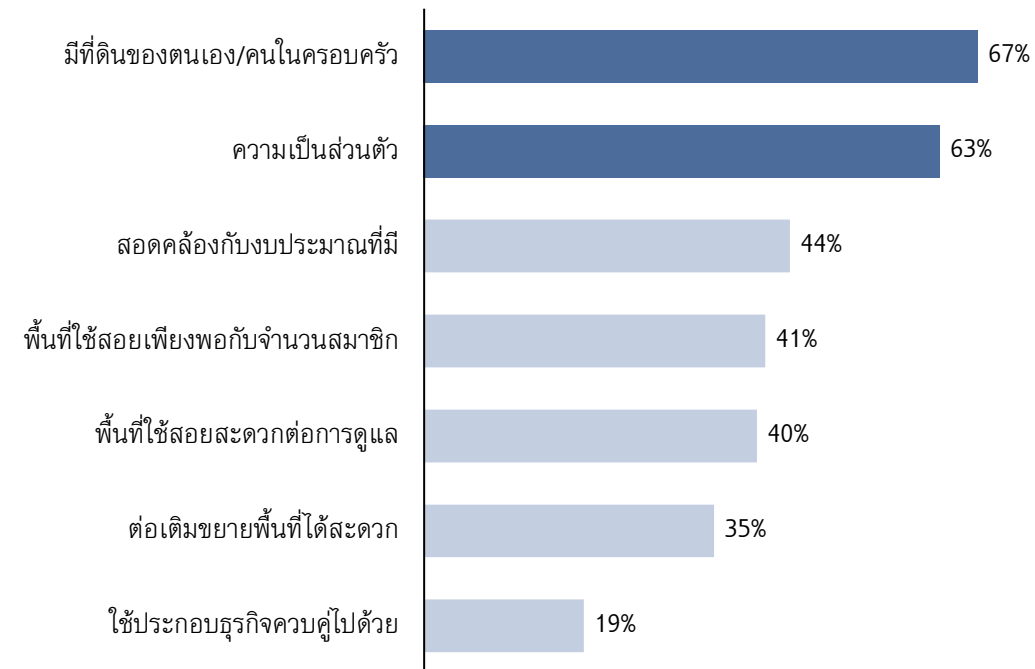
บ้านเดี่ยวสร้างเอง บ้านเดี่ยวภายในโครงการ ทาวน์เฮ้าส์ คอนโด อื่น ๆ



54% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
สนใจบ้านเดี่ยวสร้างเอง

คำถาม : เหตุผลใดที่ทำให้ท่านสนใจสร้างบ้านเอง

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว

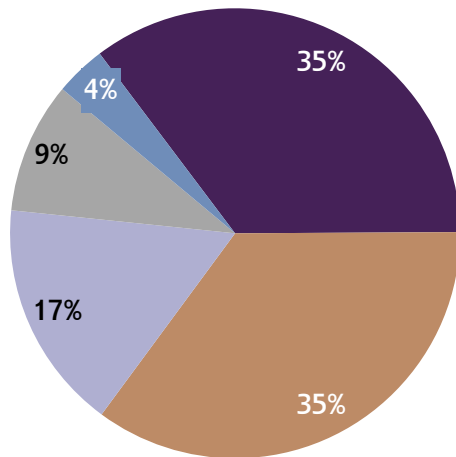
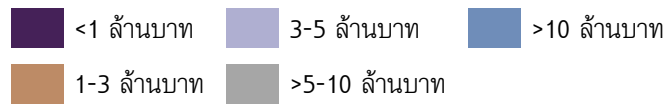


67% ของผู้ที่สนใจสร้างบ้านเดี่ยว
มีที่ดินเป็นของตนเอง

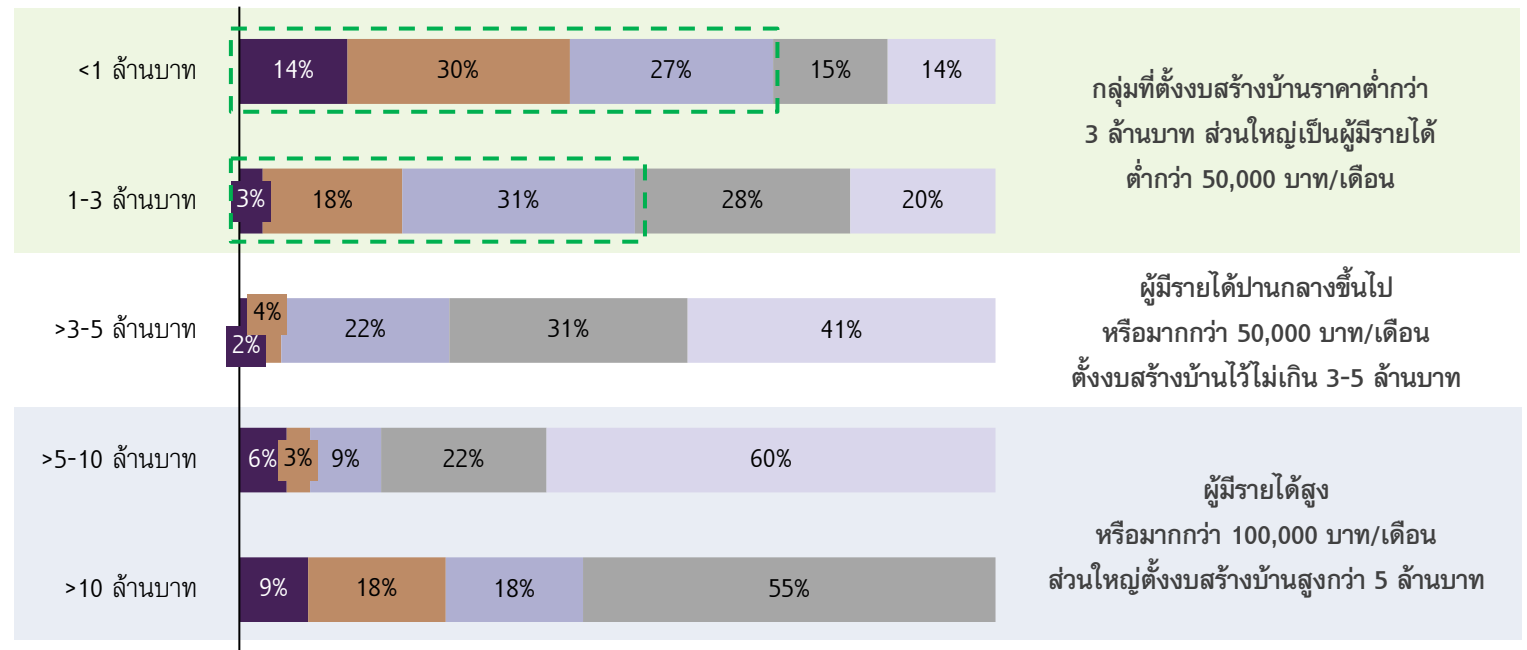
ผู้มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่ตั้งงบประมาณไม่เกิน 3 ล้านบาท โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท/เดือน ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้สูงตั้งงบสร้างบ้าน 3-5 ล้านบาท และ 5 ล้านบาทขึ้นไป

คำถาม : ท่านวางแผนจะสร้างบ้านด้วยงบประมาณเท่าใด (ไม่รวมค่าที่ดิน)

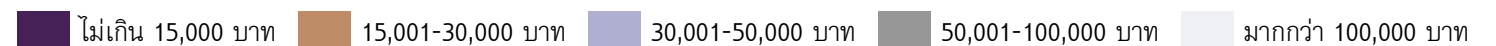
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



70% ของผู้วางแผนสร้างบ้านเดี่ยวเอง
คาดว่าจะใช้งบประมาณ **ไม่เกิน 3 ล้านบาท**



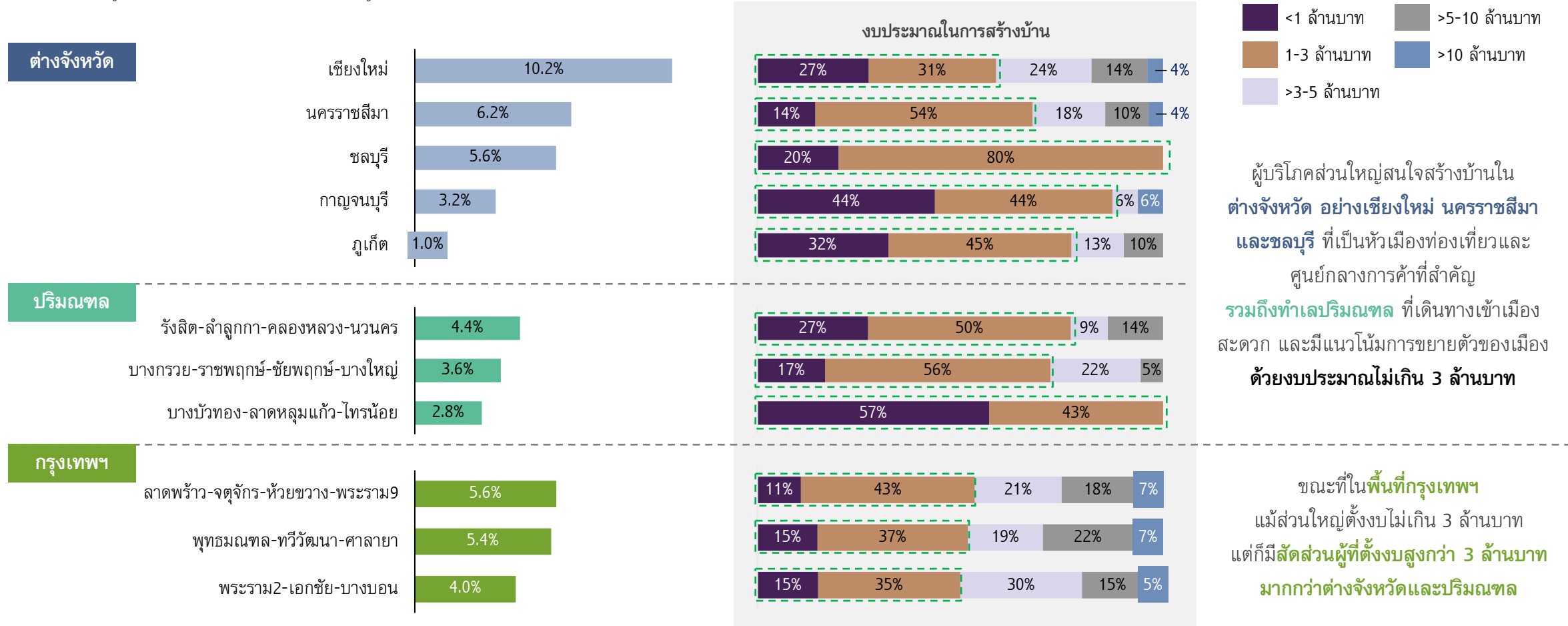
รายได้ต่อเดือน



ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองในทำเลยอดนิยมอย่างหัวเมืองท่องเที่ยว และทำเลปริมณฑล ส่วนใหญ่ตั้งงบประมาณไม่เกิน 3 ล้านบาท ขณะที่ทำเลยอดนิยมในกรุงเทพฯ มีสัดส่วนผู้ที่ตั้งงบประมาณสูงกว่า 3 ล้านบาท มากกว่าต่างจังหวัดและปริมณฑล

คำถาม : ท่านมีความสนใจสร้างบ้านในทำเลใดมากที่สุด

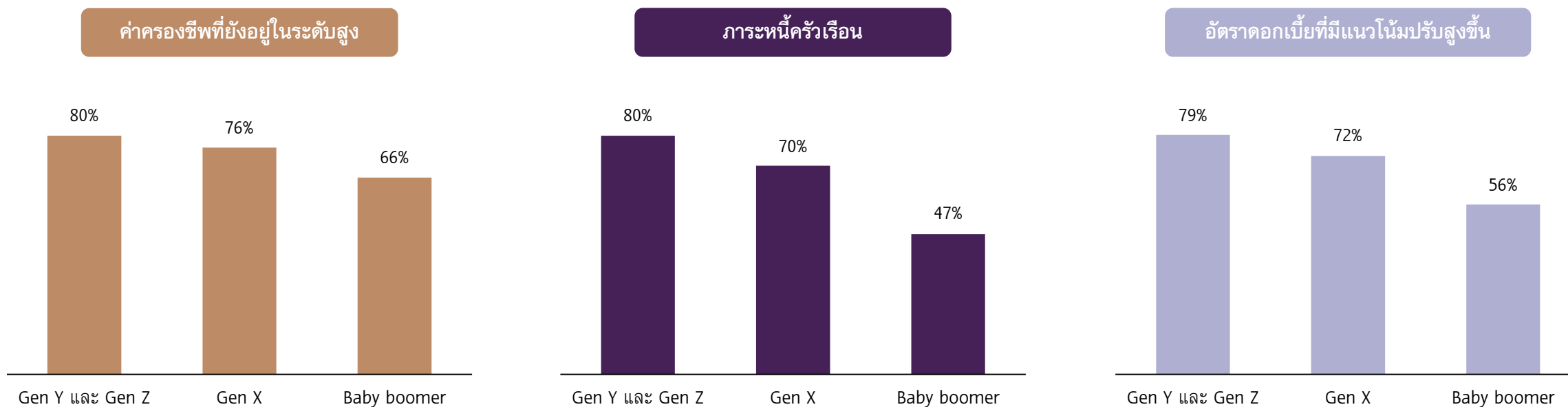
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



อย่างไรก็ดี ปัจจัยทางเศรษฐกิจในปี 2023 มีแนวโน้มกระทบให้เลื่อนการตัดสินใจก่อสร้างบ้านออกไป โดยกระทบในแต่ละช่วงวัย ในระดับที่แตกต่างกัน

คำถาม : ปัจจัยทางเศรษฐกิจในปี 2023 มีผลให้ท่านเลื่อนการตัดสินใจสร้างบ้านออกไป

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว (เฉพาะผู้ที่ตอบว่าเห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง)



ปัจจัยเศรษฐกิจที่ยังมีความท้าทายในปี 2023 ทั้งค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง ภาระหนี้ครัวเรือน รวมถึงอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเลื่อนการสร้างบ้านออกไป โดยจะกระทบในแต่ละช่วงวัยในระดับที่แตกต่างกัน

- กลุ่ม Gen Y และ Gen Z มีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างการสร้างตัว และรายได้ยังไม่สูงมากนัก
- ขณะที่ Gen X และ Baby boomer ซึ่งส่วนใหญ่มีความมั่นคงทางการเงินมากขึ้น ได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจน้อยกว่ากลุ่ม Gen Y และ Gen Z



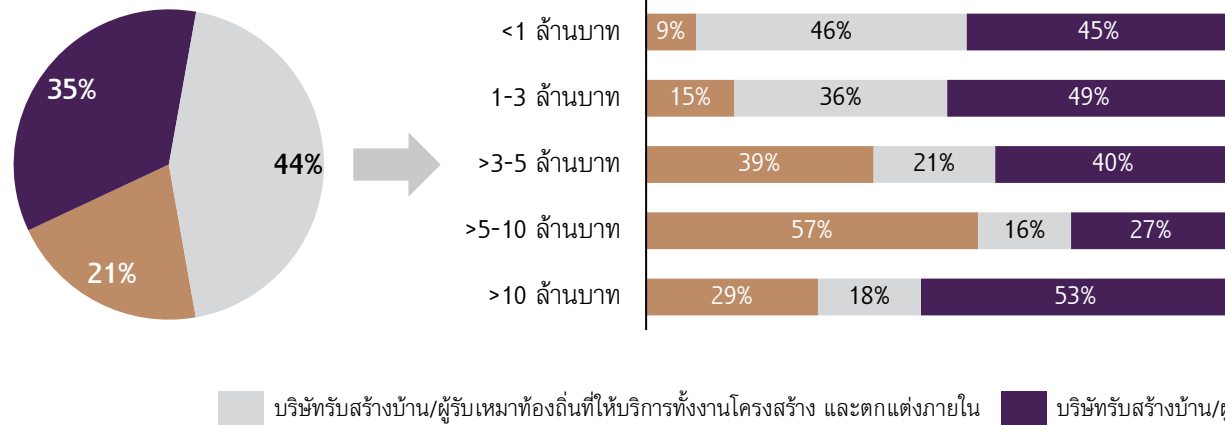
Part 2

ผู้รับเหมาก่อสร้างกลุ่มไหน ตรงใจผู้สร้างบ้าน

ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองมองหาประเภทผู้รับเหมาก่อสร้างที่แตกต่างกันตามระดับราคาบ้าน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมาเป็นหลัก

คำถาม : ท่านมองหาบริษัทรับสร้างบ้าน / ผู้รับเหมาที่มีลักษณะใด

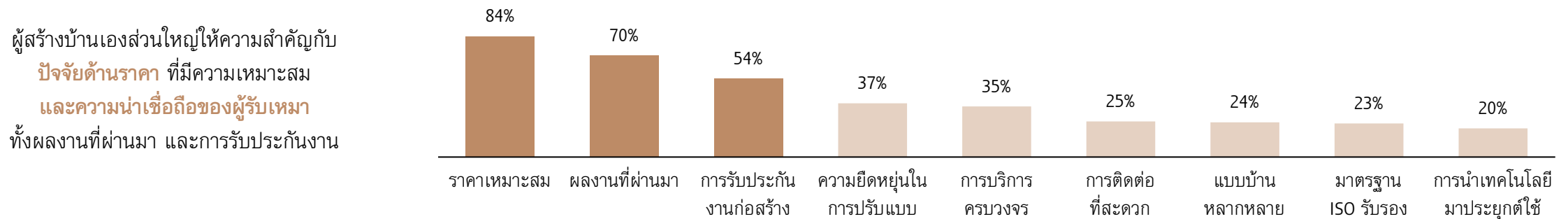
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



- บริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมาในท้องถิ่นที่ให้บริการทั้งงานโครงสร้าง และตกแต่งภายใน ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะจากกลุ่มที่ตั้งงบในการก่อสร้างไม่เกิน 3 ล้านบาท เนื่องจากการจ้างผู้รับเหมากลุ่มนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถควบคุมงบประมาณ และสามารถต่อรองราคาได้
- บริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมาในท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ได้รับความสนใจรองลงมา โดยเฉพาะจากกลุ่มที่ตั้งงบในการก่อสร้างมากกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไป เนื่องจากบ้านราคาสูงมีความต้องการผู้รับเหมาที่มีทักษะเฉพาะด้าน และสร้างความแตกต่างของตัวบ้านให้มีเอกลักษณ์
- บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ที่มีสำนักงานหรือสาขาในหลายพื้นที่ และมีการให้บริการครบวงจร ได้รับความสนใจจากกลุ่มที่ตั้งงบประมาณก่อสร้างไว้ 3-10 ล้านบาทเป็นหลัก จากการมีแบบบ้านที่หลากหลาย และเจาะตลาดในวงกว้าง

คำถาม : ปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมา

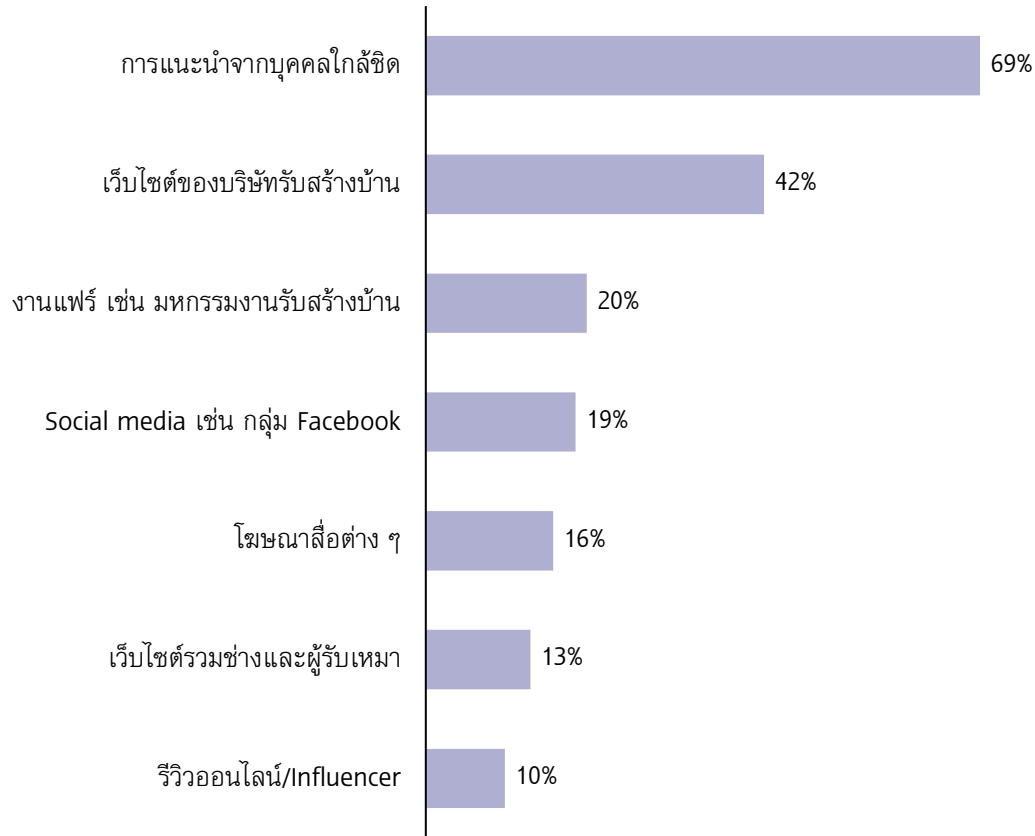
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



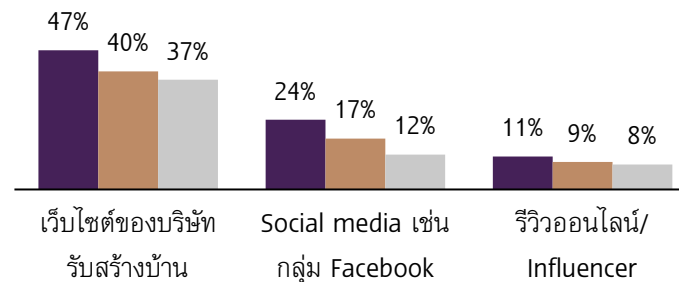
การแนะนำผู้รับเหมาก่อสร้างจากบุคคลใกล้ชิดเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในทุกช่วงอายุ ขณะที่การค้นหาผู้รับเหมาก่อสร้างผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมสนใจจาก Gen Y และ Gen Z มากกว่ากลุ่มอื่น

คำถาม : ท่านค้นหาบริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมาผ่านช่องทางใด

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว

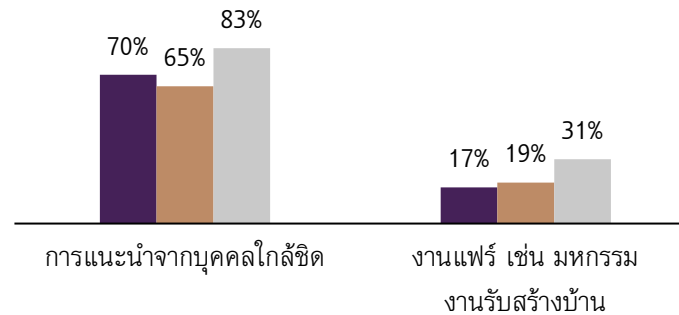


ช่องทางออนไลน์



ช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์บริษัท, Social media และรีวิวออนไลน์ ได้รับความนิยมสนใจจาก Gen Y และ Gen Z มากกว่ากลุ่มอื่น

ช่องทางออฟไลน์



ช่องทางออฟไลน์ ทั้งการแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด และบูธงานแฟร์ ได้รับความนิยมสนใจจาก Baby boomer มากกว่ากลุ่มอื่น

■ Gen Y และ Z
 ■ Gen X
 ■ Baby boomer



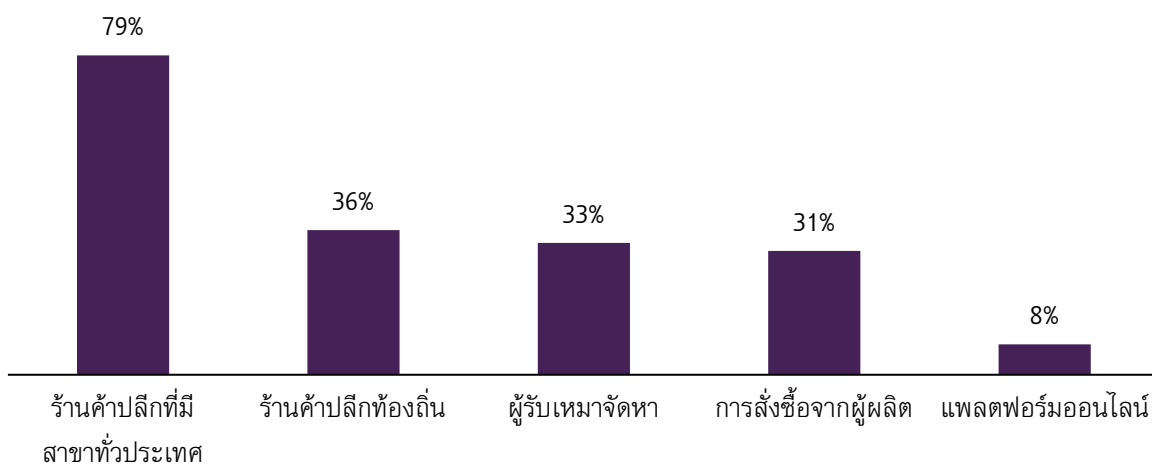
Part 3

ส่องเทรนด์การเลือกใช้ วัสดุก่อสร้าง

ร้านค้าปลีกที่มีสาขาทั่วประเทศเป็นช่องทางการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองคำนึงถึงปัจจัยด้านความหลากหลายของสินค้า และความน่าเชื่อถือเป็นหลัก

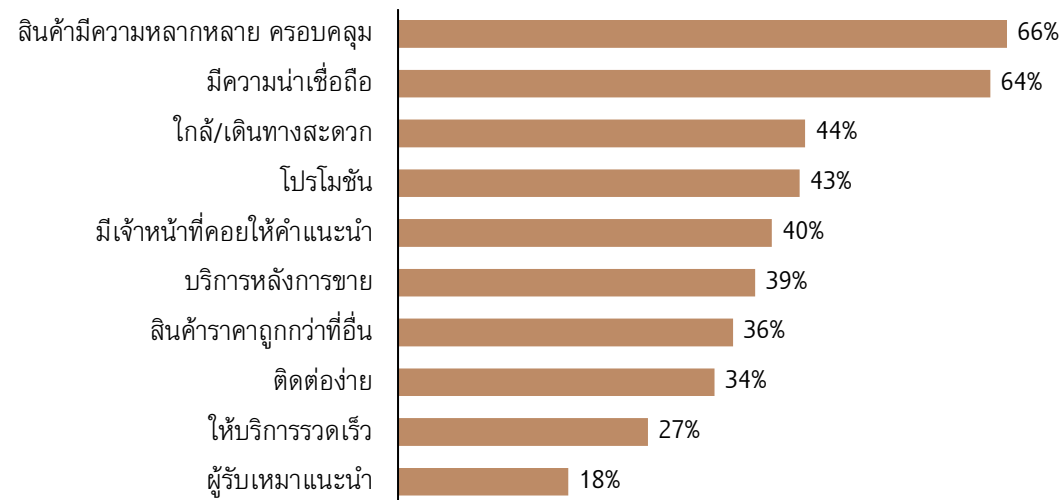
คำถาม : ท่านเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านช่องทางใด

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



คำถาม : ปัจจัยที่ท่านเลือกใช้ซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านช่องทางดังกล่าว

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



ร้านค้าปลีกที่มีสาขาทั่วประเทศ

เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในทุกกลุ่มผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง จากปัจจัยของความหลากหลายของสินค้า และความน่าเชื่อถือ



ร้านค้าปลีกท้องถิ่น

ได้รับความนิยมจากกลุ่มบ้านราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท เนื่องจากความสะดวก ที่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง



การสั่งซื้อจากผู้ผลิต และ การจัดหาโดยผู้รับเหมา

ส่วนใหญ่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สร้างบ้านราคาสูงกว่า 10 ล้านบาท เนื่องจากปัจจัยในเรื่องของความน่าเชื่อถือ และการสร้างความแตกต่างของวัสดุให้มีเอกลักษณ์



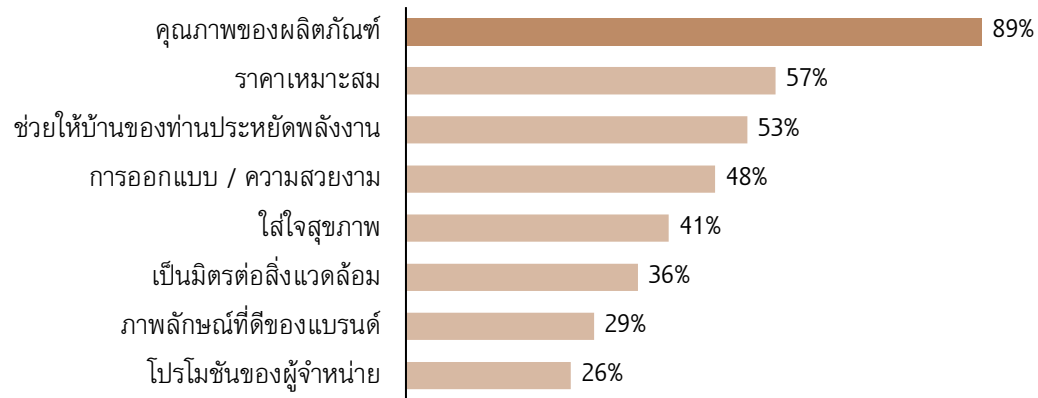
แพลตฟอร์มออนไลน์

แม้ปัจจุบันจะยังได้รับความนิยมไม่มาก แต่ผู้ที่เลือกใช้ให้ความสำคัญในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมถึงราคา/โปรโมชั่นเป็นหลัก ตลอดจนบริการจัดส่งที่มีความสะดวก

ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับงานตกแต่งเป็นหลัก ขณะที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง ทั้งงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง

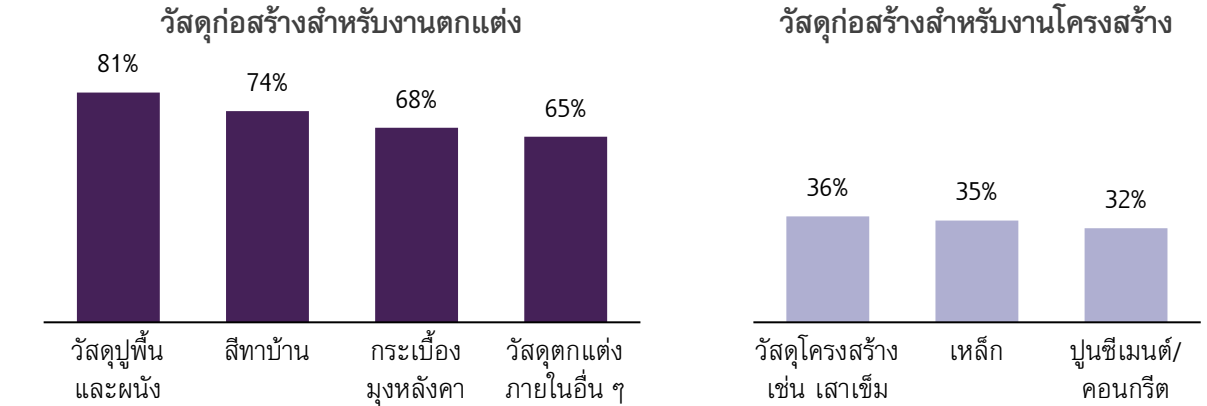
คำถาม : ปัจจัยที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้วัสดุก่อสร้าง

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



คำถาม : วัสดุก่อสร้างใดที่ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ (ไม่รวมเฟอร์นิเจอร์ และสุขภัณฑ์)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว



คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง เป็นปัจจัยที่ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง



ราคาและโปรโมชั่น เป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญรองลงมา และสำคัญต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับงานโครงสร้าง มากกว่างานตกแต่ง



วัสดุก่อสร้างที่ช่วยให้บ้านประหยัดพลังงาน ได้รับความนิยมทั้งงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง



การออกแบบ/ความสวยงาม เป็นสิ่งที่ผู้เลือกซื้อกระเบื้อง และวัสดุตกแต่งอื่น ๆ ให้ความสำคัญ



ผู้บริโภคทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับงานตกแต่ง

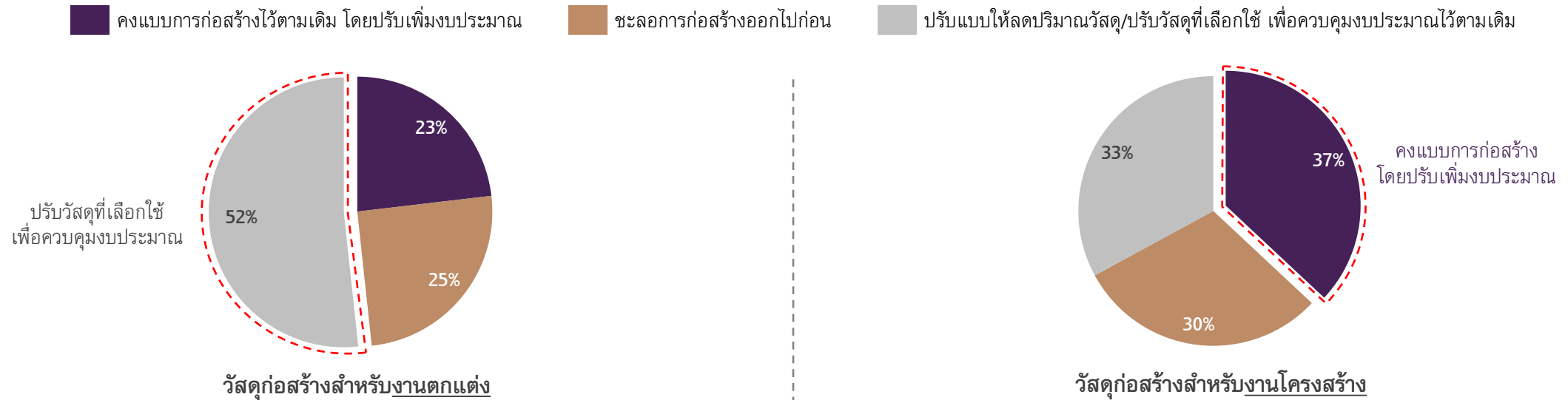


ผู้บริโภคบางส่วน โดยเฉพาะผู้ที่สร้างบ้านราคาไม่เกิน 10 ล้านบาท มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับงานโครงสร้าง เพื่อควบคุมงบประมาณให้มีความเหมาะสม ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ

แนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้างที่ยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้ที่มิมีแผนสร้างบ้านปรับตัว โดยส่วนใหญ่เลือกปรับวัสดุ ตกแต่งเพื่อคุมงบไว้ตามเดิม ขณะที่วัสดุโครงสร้างยังคงแบบไว้ตามเดิม โดยปรับเพิ่มงบประมาณ

คำถาม : ท่านมีการปรับตัวอย่างไรต่อราคาวัสดุก่อสร้างที่คาดว่าจะยังคงอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องในปี 2023

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อ/สร้างที่อยู่อาศัย



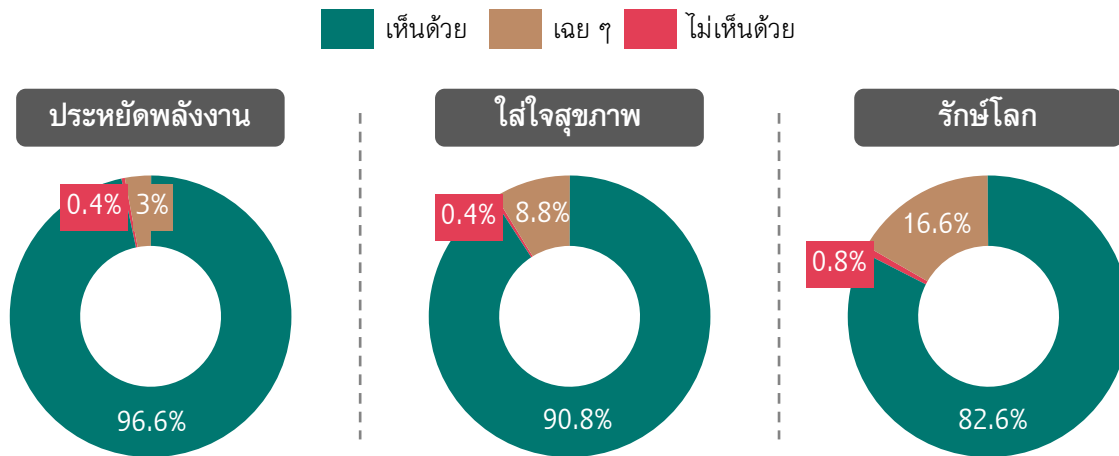
- แนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้างที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้ที่มิมีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่เลือกปรับเปลี่ยนวัสดุและรูปแบบการตกแต่ง เพื่อควบคุมงบประมาณไว้ตามเดิม โดยความหลากหลายของวัสดุ และช่องทางการเลือกซื้อ ทำให้ผู้ที่มิมีแผนสร้างบ้านเองมีความยืดหยุ่นในการปรับใช้วัสดุตกแต่ง
- ขณะที่ผู้สร้างบ้านหรือราคาสูงกว่า 10 ล้านบาท มีแนวโน้มคงรูปแบบ และวัสดุตกแต่งไว้ตามเดิม โดยปรับเพิ่มงบประมาณ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ไม่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณ และให้ความสำคัญกับการตกแต่งที่อยู่อาศัย

- แนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้างที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้ที่มิมีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่ปรับเพิ่มงบประมาณสำหรับวัสดุงานโครงสร้าง โดยยังคงแบบก่อสร้างไว้ตามเดิม เพื่อความคงทน และลดโอกาสในการเกิดปัญหาโครงสร้างของบ้านในระยะยาว
- อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ตั้งงบประมาณก่อสร้างไว้ไม่เกิน 1 ล้านบาท มีแนวโน้มปรับแบบก่อสร้างให้ลดปริมาณการใช้วัสดุงานโครงสร้างลง เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ ที่ต้องอาศัยการควบคุมต้นทุนเป็นสำคัญ

ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองสนใจเลือกวัสดุก่อสร้างที่ตอบโจทย์การประหยัดพลังงาน ใส่ใจสุขภาพ และรักษ์โลก โดยส่วนใหญ่ยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นไม่เกิน 5% เป็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

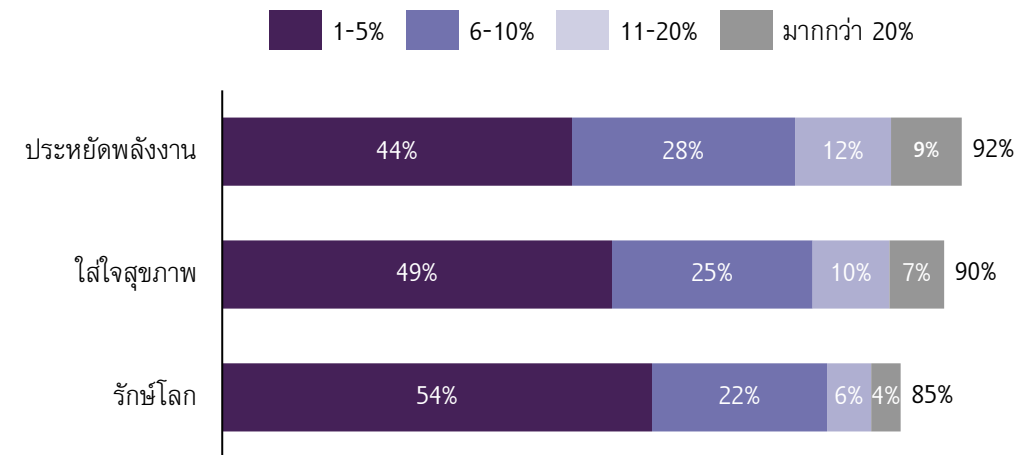
คำถาม : ท่านสนใจเลือกใช้วัสดุก่อสร้างตามเทรนด์ต่าง ๆ หรือไม่

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อ/สร้างที่อยู่อาศัย



คำถาม : ท่านคิดว่าจะยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับวัสดุก่อสร้างตามเทรนด์ต่าง ๆ อย่างไร

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อ/สร้างที่อยู่อาศัย



ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่สนใจเลือกวัสดุก่อสร้างที่ตอบโจทย์เมกะเทรนด์ต่าง ๆ เช่น การประหยัดพลังงาน ใส่ใจสุขภาพ รักษ์โลก และส่วนใหญ่ยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นราว 1-5%



วัสดุก่อสร้างที่ช่วยให้บ้านประหยัดพลังงาน ได้รับความสนใจ และมีสัดส่วนการยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นมากที่สุด สะท้อนว่าผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และเต็มใจลงทุนกับวัสดุก่อสร้างที่ช่วยให้บ้านประหยัดพลังงาน



ความใส่ใจสุขภาพ เป็นอีกปัจจัยที่ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองให้ความสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่ม Baby boomer ที่มีความใส่ใจด้านสุขภาพมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น



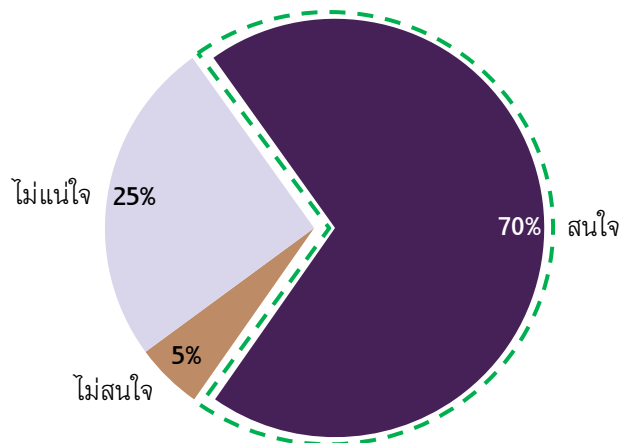
เทรนด์รักษ์โลก มีสัดส่วนของผู้ที่ให้ความสนใจสูงกว่า 80% โดยเฉพาะในกลุ่ม Gen Z ที่ให้ความสำคัญกับประเด็นการใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอื่น

ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อรองรับเทรนด์ต่าง ๆ และทำการตลาดในกลุ่มสินค้าดังกล่าวมากขึ้น โดยการกำหนดราคาขายที่สูงกว่าราคาสินค้าทั่วไปไม่เกิน 5% ก็จะช่วยขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น

ผู้มีแผนสร้างบ้านเองที่สนใจติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ตั้งงบก่อสร้างบ้านมากกว่า 5 ล้านบาท ขณะที่กลุ่มที่ยังไม่สนใจติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ส่วนใหญ่ยังกังวลด้านค่าใช้จ่าย ทั้งการติดตั้ง และการซ่อมบำรุง

คำถาม : ท่านสนใจการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์พร้อมกับการสร้างบ้านหรือไม่

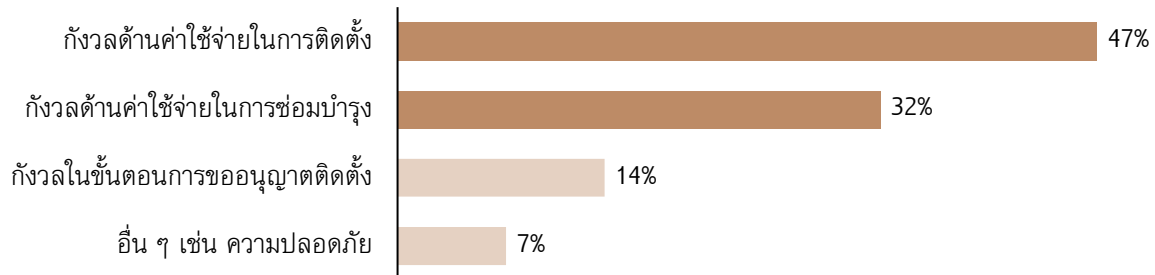
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนสร้างที่อยู่อาศัย



มากกว่า 75% ของกลุ่มที่สนใจติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ พร้อมการสร้างบ้าน เป็นกลุ่มที่ตั้งงบประมาณการก่อสร้างบ้านไว้มากกว่า 5 ล้านบาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ และมีความกังวลด้านค่าใช้จ่ายในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์อยู่ในระดับต่ำ ประกอบกับแนวโน้มการใช้พลังงานสูงตามพื้นที่ใช้สอยที่มาก ทำให้การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานได้

เป็นโอกาสสำหรับผู้รับเหมาก่อสร้าง ในการนำเสนอการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ พร้อมกับการสร้างบ้าน โดยการร่วมมือกับผู้ประกอบธุรกิจรับติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตั้ง และการบำรุงรักษา จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง รวมถึงสร้างโอกาสเพิ่มรายได้อีกด้วย

คำถาม : เหตุผลใดที่ท่านไม่สนใจ/ไม่แน่ใจการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ พร้อมกับการสร้างบ้าน

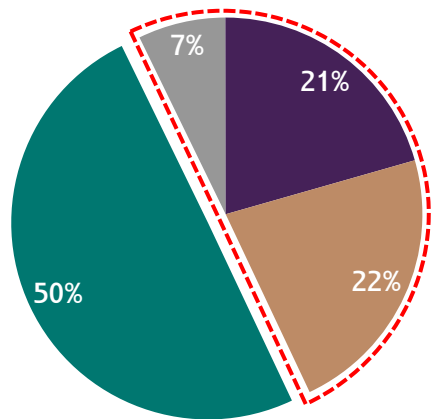


ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองราวครึ่งหนึ่งสนใจบ้านโครงสร้างสำเร็จ โดยส่วนใหญ่ตั้งงบก่อสร้างบ้านไม่เกิน 3 ล้านบาท ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายของบ้านระดับราคาดังกล่าวได้มากขึ้น

คำถาม : ท่านสนใจการสร้างบ้านแบบโครงสร้างสำเร็จรูป (Prefab และ Modular) หรือไม่

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อ/สร้างที่อยู่อาศัย

■ เฉย ๆ ■ ไม่แน่ใจ ■ ไม่สนใจ ■ สนใจ



50% ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง ไม่สนใจ/ไม่แน่ใจ/เฉย ๆ ต่อการสร้างบ้านแบบ Prefab และ Modular

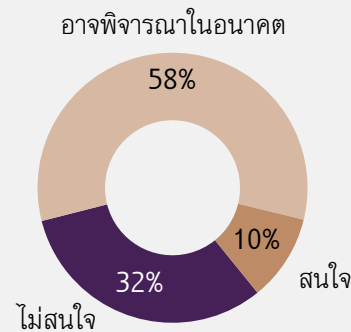
73% ของผู้ที่สนใจสร้างบ้านแบบ Prefab และ Modular ตั้งงบประมาณการก่อสร้างบ้านไว้ไม่เกิน 3 ล้านบาท

โดยการใช้วัสดุก่อสร้างแบบ Prefab และ Modular จะช่วยกำหนดระยะเวลาในการก่อสร้างให้เร็วขึ้นได้ และช่วยลดค่าใช้จ่ายแรงงานลง ส่งผลให้ผู้สร้างบ้านสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้มากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการสร้างบ้านระดับราคาดังกล่าว

คำถาม : เหตุผลใดที่ท่านไม่สนใจ/ไม่แน่ใจ/เฉย ๆ ต่อการสร้างบ้านแบบโครงสร้างสำเร็จ



คำถาม : ท่านจะพิจารณาต่อเติมแบบโครงสร้างสำเร็จสำหรับการต่อเติมบ้านในอนาคตหรือไม่



แม้ราว 50% ของผู้ที่สร้างบ้านตัวเอง ยังไม่สนใจ/ไม่แน่ใจ/เฉย ๆ ต่อบ้านโครงสร้างสำเร็จ เนื่องจากความกังวลด้านอายุการใช้งาน และค่าซ่อมบำรุง แต่ราว 68% ของผู้ที่ยังไม่สนใจ ให้ความสนใจและอาจพิจารณาใช้โครงสร้างสำเร็จสำหรับการต่อเติมบ้านในอนาคต ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในการปรับกลยุทธ์การตลาด รวมถึงสร้างความรู้และความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภค เพื่อขยายตลาดในอนาคต

Part 4

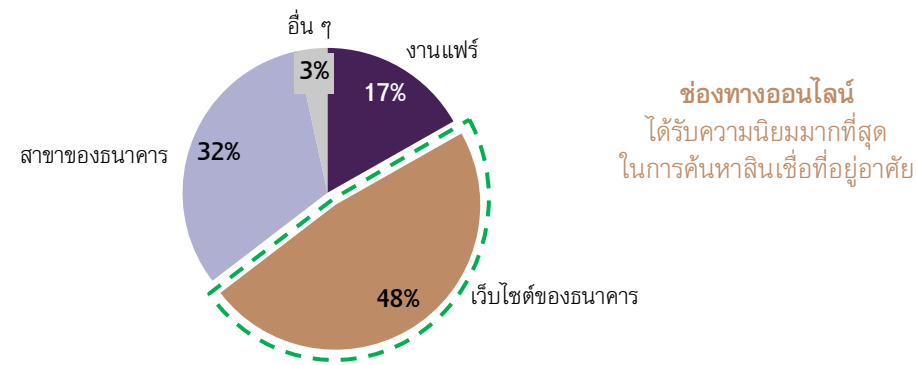
ผู้สร้างบ้านเองพร้อมชำระ สินเชื่ออย่างไร



ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักสำหรับการค้นหาสินเชื่อที่อยู่อาศัย สำหรับการประกันที่อยู่อาศัยยังเป็นการติดต่อสาขาธนาคารเงิน/บริษัทประกันเป็นหลัก ขณะที่การตรวจรับบ้านยังคงตรวจรับด้วยตัวเองเป็นหลัก

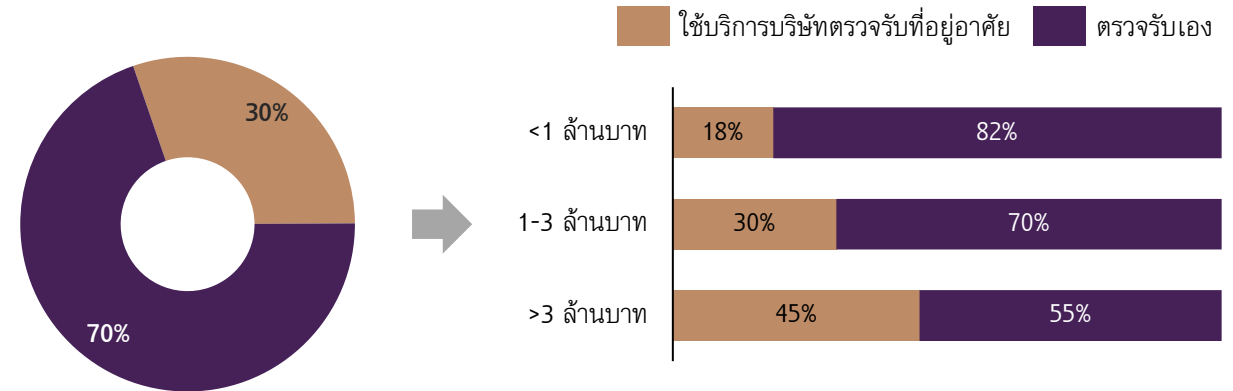
คำถาม : ท่านค้นหาข้อมูลสินเชื่อที่อยู่อาศัยผ่านช่องทางใดมากที่สุด

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนสร้างที่อยู่อาศัย



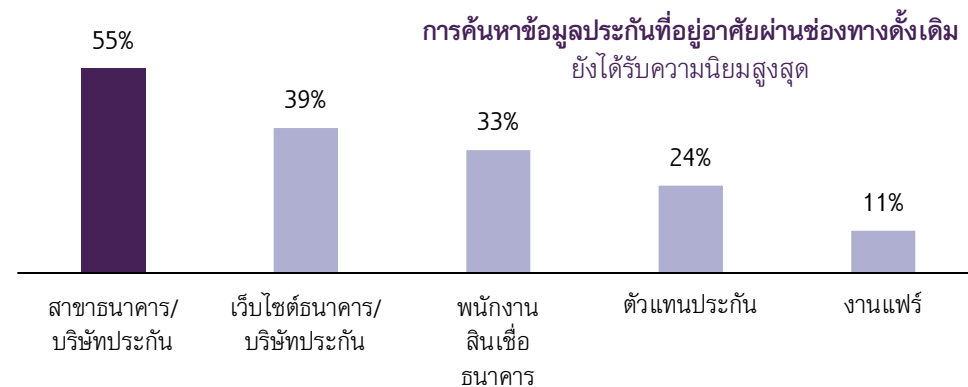
คำถาม : ท่านตรวจรับที่อยู่อาศัยอย่างไร

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนสร้างที่อยู่อาศัย



คำถาม : ท่านค้นหาข้อมูลประกันที่อยู่อาศัยผ่านช่องทางใด

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนสร้างที่อยู่อาศัย

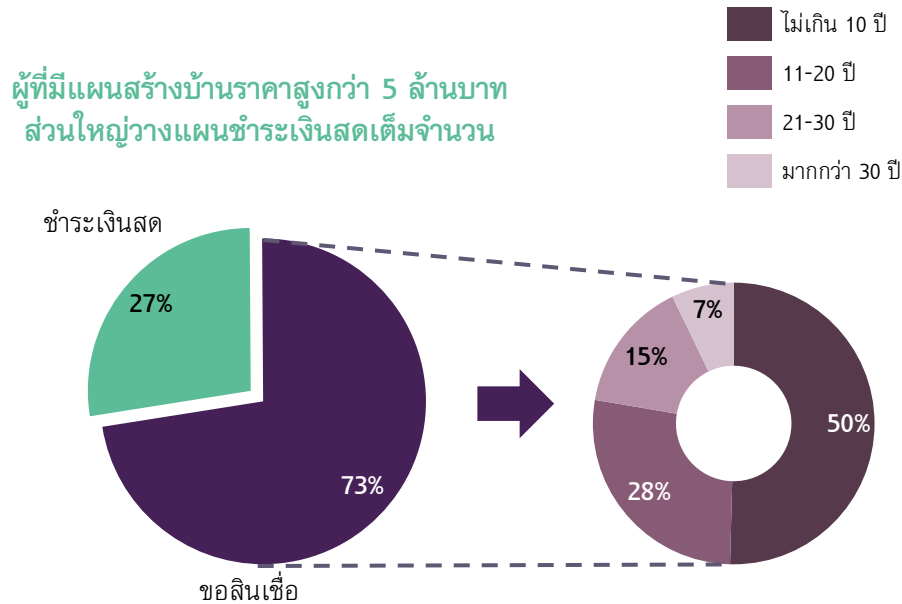


- ผู้บริโภคส่วนใหญ่ราว 70% ยังคงตรวจรับที่อยู่อาศัยประเภทบ้านสร้างเองด้วยตัวเอง
- กลุ่มที่มีแผนสร้างบ้านด้วยงบประมาณมากกว่า 3 ล้านบาท มีแนวโน้มใช้บริการบริษัทตรวจรับที่อยู่อาศัยมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้น จึงเป็นช่องทางของผู้ประกอบการธุรกิจรับตรวจบ้านในการขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้สร้างบ้านเอง โดยเฉพาะกลุ่มบ้านระดับราคา 3 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อและส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ที่มีการให้บริการครบวงจร จึงมีแนวโน้มมองหาบุคคลกลางที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรับที่อยู่อาศัย เพื่อลดโอกาสในการเกิดปัญหาในการอยู่อาศัย และลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมภายหลัง

ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่มีความต้องการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยแต่ละกลุ่มวางแผนผ่อนชำระในระยะเวลาที่แตกต่างกัน

คำถาม : ท่านวางแผนจะชำระค่าสร้างบ้านอย่างไร

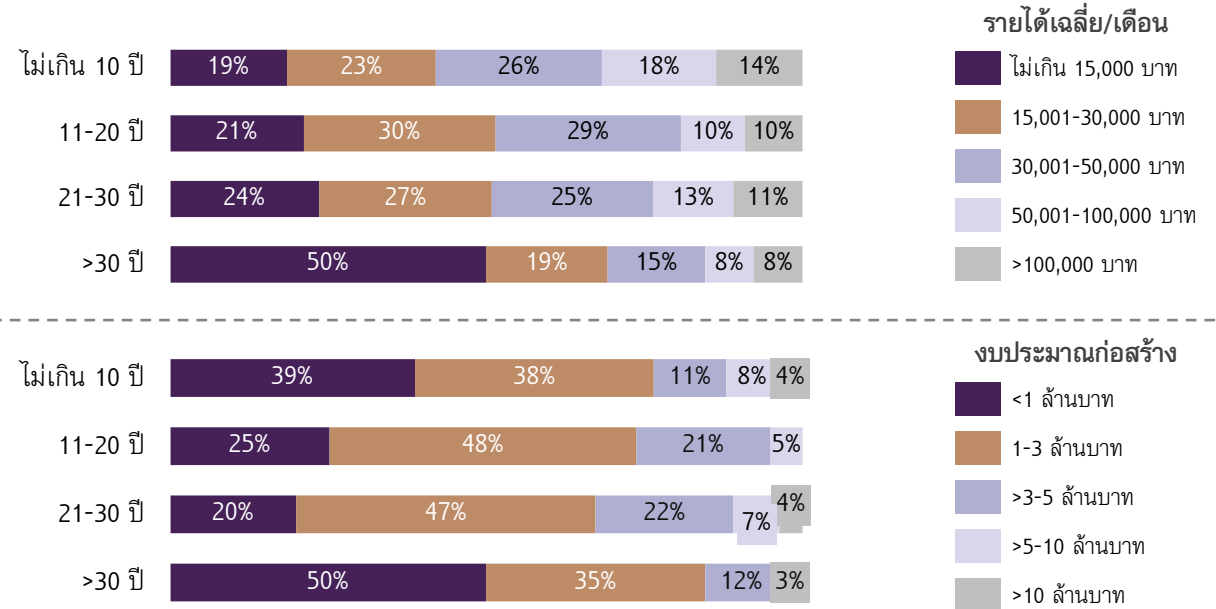
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะสร้างที่อยู่อาศัย



73% ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองมีความต้องการขอสินเชื่อ โดยราว 50% ของผู้ขอสินเชื่อวางแผนผ่อนชำระไม่เกิน 10 ปี

คำถาม : ระยะเวลาที่ท่านวางแผนจะผ่อนชำระค่าก่อสร้างบ้าน

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะผ่อนชำระค่าก่อสร้างบ้านสร้างที่อยู่อาศัย



ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่ต้องการขอสินเชื่อ โดยแต่ละกลุ่มวางแผนผ่อนชำระในระยะเวลาที่ต่างกัน

- ผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท/เดือน และมีงบสร้างบ้านสูงกว่า 5 ล้านบาท ส่วนใหญ่วางแผนผ่อนชำระไม่เกิน 10 ปี
- ผู้มีรายได้ 15,001-50,000 บาท/เดือน และมีงบสร้างบ้าน 1-5 ล้านบาท ส่วนใหญ่วางแผนผ่อนชำระค่าที่อยู่อาศัย 11-30 ปี
- ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท/เดือน และมีงบสร้างบ้านไม่เกิน 1 ล้านบาท ส่วนใหญ่วางแผนผ่อนชำระระยะยาวมากกว่า 30 ปี



Part 5

นัยต่อผู้ประกอบการ

Key Takeaways



1

การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดของผู้รับเหมาก่อสร้างให้สอดคล้องตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าถึงลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มมองหาผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป

- ผู้รับเหมาก่อสร้างรายกลางและเล็ก ทั้งกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และกลุ่มที่ให้บริการทั้งงานโครงสร้างและตกแต่งภายใน จะต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนเป็นหลัก ทั้งต้นทุนวัสดุก่อสร้างและต้นทุนแรงงาน เนื่องจากมีความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคาที่สูงจากผู้รับเหมา SMEs จำนวนมาก ประกอบกับได้รับความนิยมจากผู้ที่ตั้งงบสร้างบ้านไม่เกิน 3 ล้านบาทเป็นหลัก ซึ่งเป็นลูกค้าในกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่ายเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม การสร้างผลงานที่ดี และการรับประกันงานก่อสร้าง จะช่วยสร้างความโดดเด่น และความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ทำให้เป็นโอกาสที่ได้รับความนิยมมากขึ้น รวมถึงช่วยลดความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคาในอนาคตด้วย
- ผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ควรเน้นกลยุทธ์ทำการตลาดในพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัดในหัวเมืองท่องเที่ยวและการค้าที่สำคัญเป็นหลัก ควบคู่กับการนำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ และระบบ Smart home พร้อมกับการสร้างบ้าน เป็นต้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ตั้งงบก่อสร้างที่อยู่อาศัยในช่วง 3-10 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มองหาบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ที่ให้บริการครบวงจร และบริการเพิ่มเติมที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับเทรนด์ในปัจจุบัน



2

ผู้รับเหมาก่อสร้างทุกกลุ่มยังต้องอาศัยการบอกต่อ เนื่องจากการแนะนำผู้รับเหมาก่อสร้างจากบุคคลใกล้ชิดเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม รวมถึงยังต้องทำการตลาดรูปแบบออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการเพิ่มกลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุมในทุกช่วงวัย เนื่องจากกลุ่ม Baby boomer ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและมีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงทางเศรษฐกิจน้อยกว่ากลุ่มอื่น ยังคงค้นหาผู้รับเหมาก่อสร้างผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด และบุรุษงานแพร่เป็นหลัก ขณะที่กลุ่ม Gen Y ที่อยู่ระหว่างการสร้างครอบครัว และ Gen Z ที่มีแนวโน้มเป็นกำลังซื้อสำคัญในอนาคต ให้ความสนใจในการค้นหาผู้รับเหมาผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่ากลุ่มอื่น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

Key Takeaways



3

พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความยืดหยุ่นในการปรับรูปแบบและวัสดุก่อสร้างสำหรับงานตกแต่ง เป็นโอกาสสำหรับร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ในการขยายสาขา โดยเฉพาะในพื้นที่ต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมถึงการเพิ่มความหลากหลาย ทั้งรูปแบบและระดับราคาของผลิตภัณฑ์ตกแต่ง เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้ทุกกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ทุกรายต้องมีการปรับกลยุทธ์ด้วยเช่นกัน อาทิ ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนควบคู่กับการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตกแต่ง ด้วยการสำรองเป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ผลิตโดยไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้า



4

เมกะเทรนด์ต่าง ๆ เช่น บ้านประหยัดพลังงาน ความใส่ใจสุขภาพ วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีแนวโน้มได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น เป็นโอกาสสำหรับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รองรับเทรนด์ต่าง ๆ ให้มีความหลากหลาย และทำการตลาดในกลุ่มสินค้าดังกล่าวมากขึ้น ทั้งนี้การกำหนดราคาวัสดุก่อสร้างตอบโจทย์เมกะเทรนด์ให้สอดคล้องตามการรับรู้และความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่าวัสดุก่อสร้างทั่วไปไม่เกิน 5% จะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างฐานลูกค้า รวมถึงช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ด้วย



5

ผู้ประกอบการบ้านแบบโครงสร้างสำเร็จรูป (Prefab และ Modular) ควรเน้นกลยุทธ์ที่สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ รวมถึงประโยชน์ของการใช้งาน และการบำรุงรักษาให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะการใช้โครงสร้างสำเร็จรูปในการต่อเติมบ้านของผู้บริโภคในอนาคต เพื่อเป็นการขยายตลาดของการก่อสร้างบ้านในรูปแบบดังกล่าว ซึ่งแม้ปัจจุบันผู้บริโภคบางส่วนจะยังไม่สนใจการสร้างบ้านรูปแบบโครงสร้างสำเร็จรูป เนื่องจากยังคงมีความกังวลด้านอายุการใช้งาน และค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง แต่ก็พบว่าแนวโน้มที่จะพิจารณาใช้ในการต่อเติมบ้านในอนาคตมากขึ้น

Key Takeaways



6 การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้รับเหมาก่อสร้าง และผู้ประกอบการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตั้งและการบำรุงรักษา เพื่อนำเสนอการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ พร้อมกับการสร้างบ้าน จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสร้างบ้านราคาสูง มีพื้นที่ใช้สอยมาก และมีแนวโน้มการใช้พลังงานมาก ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ในระยะยาว



7 การขยายขอบเขตของธุรกิจตรวจรับที่อยู่อาศัยไปยังกลุ่มบ้านสร้างเอง และการต่อเติมที่อยู่อาศัย โดยนำเสนอข้อดีจากการตรวจรับบ้านแบบสร้างเอง และต่อเติมบ้านด้วยผู้เชี่ยวชาญที่สามารถช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหา และค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมภายหลังการเข้าอยู่อาศัย โดยเฉพาะกลุ่มบ้านระดับราคาสูงกว่า 3 ล้านบาท ที่มีแนวโน้มใช้บริการตรวจรับที่อยู่อาศัยมากกว่ากลุ่มอื่น เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการขยายฐานลูกค้า และสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการตรวจรับบ้านได้



8 ผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ที่มีการให้บริการแบบครบวงจร อาจมีการนำเสนอบริการเพิ่มเติม เช่น การอำนวยความสะดวกด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย การทำประกันที่อยู่อาศัย โดยการเป็นพันธมิตรกับผู้ให้บริการ อาทิ สถาบันการเงิน บริษัทประกัน จะช่วยยกระดับการให้บริการให้ครบวงจรยิ่งขึ้น

SCB EIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



- WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

- LINE OFFICIAL ACCOUNT

Find us at : [@scbeic](https://www.facebook.com/scbeic)

- CONTACT US

E-mail: eic@scb.co.th

INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

SCB  EIC