

SCB EIC Residential real estate survey 2024

บ้านสวยถูกใจ สร้างใหม่ ช่อมได้ ตามสไตล์ที่ลงตัว

เจาะพลสำรวจ

SCB EIC Residential real estate survey 2024

SCB  EIC

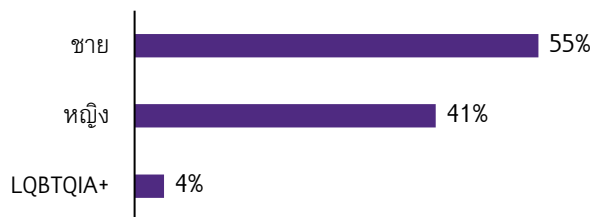
Content

เรื่อง	หน้า
Key summary	4
Part 1 : สำรวจดีมานด์ตลาดบ้านสร้างเอง	7
Part 2 : เมื่อคนมีบ้านต้องการปรับปรุง ซ่อมแซม	13
Part 3 : ช่าง และผู้รับเหมาแบบใดที่ผู้บริโภคมองหา	17
Part 4 : ผู้บริโภคเลือกวัสดุก่อสร้างอย่างไร	21
Part 5 : ส่งเสริมการใช้งาน Smart home	27
Part 6 : โอกาส และภัยต่อธุรกิจ	32

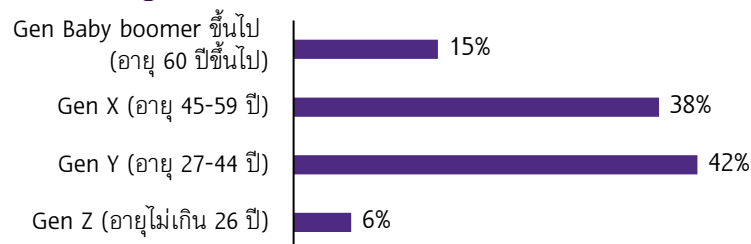
การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคด้านที่อยู่อาศัยของ SCB EIC (SCB EIC Real estate survey 2024) ผ่านช่องทางออนไลน์ Survey monkey ระหว่างวันที่ 14 กุมภาพันธ์ ถึง 11 มีนาคม 2024 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,185 คน



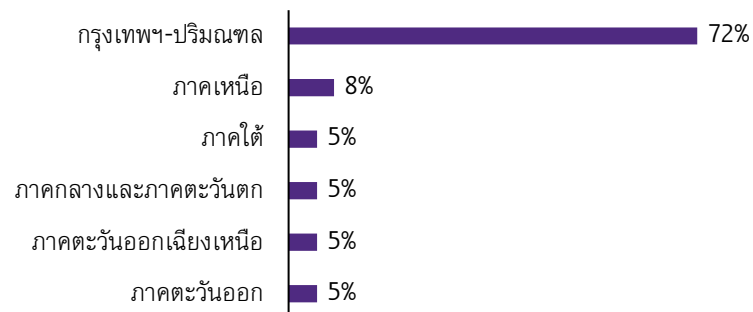
IWF



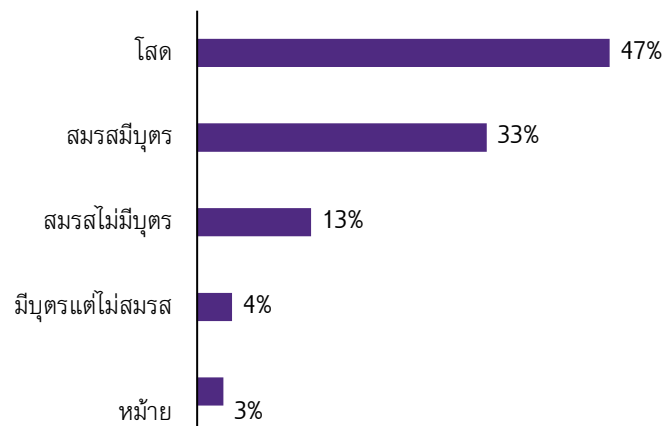
ช่วงอายุ



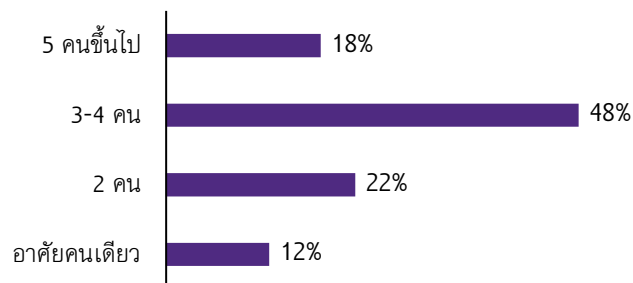
ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน



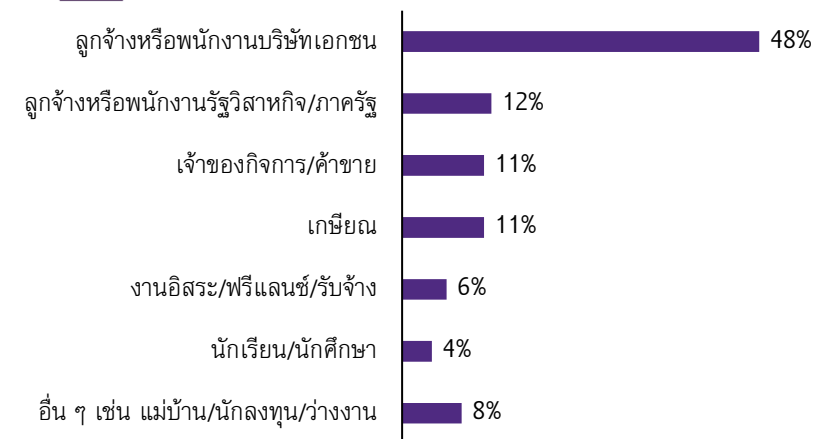
สถานภาพ



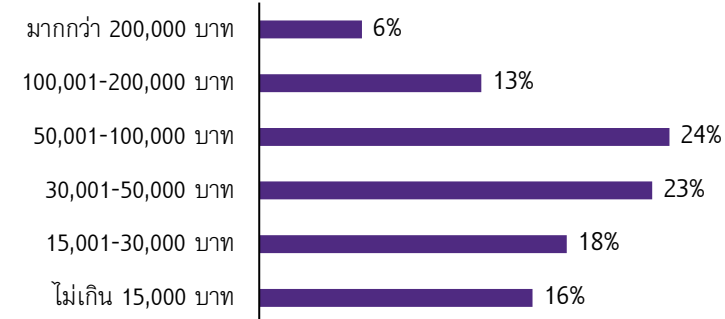
ขนาดครอบครัว



อาชีพปัจจุบัน



รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน



หน่วย : สัดส่วนของผู้ตอบ, %

Key summary



ผู้ที่มีที่ดินเป็นของตนเอง หรือของครอบครัวอยู่เดิม สนใจที่จะสร้างที่อยู่อาศัยเอง แทนการซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร โดยงบประมาณสำหรับบ้านสร้างเอง ส่วนใหญ่ตั้งไว้ไม่เกิน 3 ล้านบาท ทั้งนี้กลุ่มที่มีงบประมาณสร้างบ้าน 3.1-10 ล้านบาท มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ซึ่งเป็นแรงหนุนตลาดบ้านสร้างเองในปี

54%

มีแผนสร้างบ้านเอง
แทนการซื้อ

38%

ตั้งงบสร้างบ้านเองไว้ที่
1.1-3 ล้านบาท



ทำเลยอดนิยมสำหรับบ้านสร้างเองยังคงเป็นพื้นที่หัวเมืองต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา ชลบุรี รวมถึงพื้นที่กรุงเทพฯ รอบนอก เช่น บางซื่อ บางพลัด พระโขนง บางกะปิ และพื้นที่ปริมณฑล เช่น แนวถนนราชพฤกษ์ บางกรวย บางใหญ่ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และสามารถเดินทางเข้าสู่ใจกลางเมืองได้สะดวก

ต่างจังหวัด

ส่วนใหญ่นิยมสร้างบ้านในงบ
ไม่เกิน 3 ล้านบาท

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

มีการสร้างบ้านในงบ 3.1-5 ล้านบาท
มากกว่าในต่างจังหวัด



กลุ่มผู้มีรายได้ระดับปานกลางลงมา มีแนวโน้มพึ่งพาสินเชื่อเพื่อสร้างบ้าน โดยมีระยะเวลาชำระคืนยาวกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ระดับสูงกว่า โดยกลุ่มที่วางแผนจะใช้เวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อสร้างบ้านมากกว่า 30 ปี มีสัดส่วนผู้มีระดับรายได้ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือนกว่า 62%

ผู้มีรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท

มีแนวโน้มพึ่งพาสินเชื่อสำหรับการก่อสร้างบ้าน และผ่อนชำระเกิน 30 ปี



ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านส่วนใหญ่มีเหตุผลจากที่อยู่อาศัยในปัจจุบันทรุดโทรม สะท้อนการใช้จ่ายเงินในการปรับปรุงบ้านตามความจำเป็น อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีแผนปรับปรุงบ้านมากกว่าความจำเป็นพื้นฐาน เช่น เพิ่มพื้นที่ใช้สอย เปลี่ยนรูปแบบบ้านให้ถูกใจ มากกว่า 40% มีงบประมาณที่ตั้งไว้มากกว่า 3 แสนบาท สะท้อนว่ายังมีกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อปรับปรุงที่อยู่อาศัย

34%

ปรับปรุงตามความจำเป็น
จากบ้านทรุดโทรม

ปรับปรุงซ่อมแซมบ้าน

ส่วนใหญ่ตั้งงบไว้
1.1-3 แสนบาท



ค่าใช้จ่ายการปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่พักอาศัย ส่วนใหญ่มาจากเงินเก็บออม อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือน ยังคงมีความต้องการสินเชื่อในการปรับปรุง ซ่อมแซมบ้าน โดยส่วนหนึ่งมาจากสภาพที่พักอาศัยทรุดโทรม หรือชำรุด จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องปรับปรุง ซ่อมแซมโดยทันที และยังไม่มีเงินออมที่เพียงพอสำหรับดำเนินการ

64% ใช้เงินออม เพื่อปรับปรุงซ่อมแซมบ้าน

ขณะที่ผู้มีรายได้ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือน มีแนวโน้มพึ่งพาสินเชื่อ

Key summary



ปัจจัยกดดันทางเศรษฐกิจส่งผลให้ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้านส่วนใหญ่ที่ตั้งงบประมาณไว้สูงกว่า 1 แสนบาท มีโอกาสลดลงประมาณลง รวมถึงราคาวัสดุก่อสร้างที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้านส่วนใหญ่ มีโอกาสลดลงประมาณลงในทุกกลุ่มระดับรายได้

67%

ของผู้ที่ตั้งงบประมาณไว้มากกว่า 1 แสนบาท
สำหรับการปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้าน

มีโอกาสลดลงประมาณลง



ในต่างจังหวัด และพื้นที่ปริมณฑลที่ส่วนใหญ่มูลค่าการก่อสร้างไม่เกิน 3 ล้านบาท นิยมใช้บริการผู้รับเหมาที่สามารถให้บริการได้ตั้งแต่งานโครงสร้าง ไปจนถึงงานตกแต่งภายใน อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีงบสร้างบ้านไม่เกิน 1 ล้านบาทส่วนใหญ่เลือกผู้รับเหมาในท้องถิ่น เนื่องจากมีความสะดวกในการติดต่อ และการต่อรองราคารวมถึงมีความเหมาะสมต่องบประมาณ ขณะที่การก่อสร้างบ้านในกรุงเทพฯ ที่มูลค่าการก่อสร้างส่วนใหญ่สูงกว่า 3 ล้านบาท มักเลือกใช้บริษัทรับก่อสร้างบ้านขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง จากเหตุผลด้านความน่าเชื่อถือ และสามารถให้บริการได้ครบวงจร

42%

ในต่างจังหวัด

สนใจผู้รับเหมาที่สามารถทำตั้งแต่งานโครงสร้าง
ไปจนถึงงานตกแต่งภายใน และส่วนใหญ่ใช้ช่าง
หรือผู้รับเหมาท้องถิ่น สำหรับก่อสร้าง
บ้านที่มูลค่าก่อสร้างต่ำกว่า 1 ล้านบาท

47%

ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

สนใจบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่



การพิจารณาเลือกช่าง/ผู้รับเหมา สำหรับการก่อสร้างและการปรับปรุงซ่อมแซม หรือต่อเติม ส่วนใหญ่พิจารณาจากผลงานที่ผ่านมา และราคาที่เหมาะสมเป็นหลัก โดยผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y และ Gen Z มักค้นหาข้อมูลของช่าง/ผู้รับเหมาผ่านอินเทอร์เน็ต Social media และจากการรีวิวของ Influencer ซึ่งแตกต่างจากกลุ่ม Gen X ที่ยังมองหาผู้รับเหมาผ่านการแนะนำจากคนรู้จัก หรือการเข้าชมงานแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องบ้าน

27%

มองหาช่าง/ผู้รับเหมา
ผ่านการแนะนำโดยคนรู้จัก

Gen Y และ Gen Z

ค้นหาช่าง/ผู้รับเหมา ผ่านอินเทอร์เน็ต

Social media และ Influencer

มากกว่ากลุ่ม Gen X ขึ้นไป

Key summary



ผู้บริโภคเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง ทั้งสำหรับงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง โดยพิจารณาจากคุณภาพ และราคาที่คุ้มค่าเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงให้ความสำคัญกับดีไซน์และความสวยงามที่ตรงกับสไตล์ความชอบของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

84%

เลือกวัสดุก่อสร้างที่คุณภาพ
และความทนทาน

ราคา และโปรโมชั่น

ยังสำคัญต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง
ทั้งงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง



ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ เป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคมากที่สุด จากการวางจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย รวมถึงมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และมีการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ในการให้บริการเพิ่มเติม เช่น บริการขนส่ง และติดตั้ง อย่างไรก็ตาม การซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต ผ่านการติดต่อซื้อขายบนช่องทางออนไลน์/Social media ได้รับความนิยม โดยเฉพาะในกลุ่ม Gen Y และ Gen Z

54%

ซื้อวัสดุก่อสร้าง
จากร้านที่มีสาขา
ทั่วประเทศ

62%

เลือกร้านที่มีสินค้า
หลากหลาย
และน่าเชื่อถือ

Gen Y และ Gen Z

ซื้อวัสดุก่อสร้าง
ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
มากกว่าคน Gen อื่น



ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และซ่อมแซม ต่อเติมบ้านส่วนใหญ่สนใจเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติพิเศษ ที่ช่วยประหยัดพลังงาน หรือช่วยลดความร้อนให้กับตัวบ้าน วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสุขภาพ รวมถึงวัสดุก่อสร้างที่รักษ์โลก โดยส่วนใหญ่ ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เกิน 5%

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มไม่เกิน 5%

สำหรับการซื้อวัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติพิเศษ โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ
กดดันให้สัดส่วนผู้ที่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มลดลงจากปีก่อน



ระบบ Smart home ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิด ระบบตรวจจับความเคลื่อนไหว ได้รับความสนใจมากที่สุดจากผู้บริโภค โดยสัดส่วนของผู้ที่สนใจติดตั้งระบบดังกล่าวมีเพิ่มขึ้นตามมูลค่าของตัวบ้าน อย่างไรก็ตาม ระบบอื่น ๆ เช่น ระบบประหยัดพลังงาน และรักษาสุขอนามัย ได้รับความสนใจรองลงมา

90%

สนใจติดตั้งระบบ Smart home
โดยมูลค่าบ้านยังสูง
ยังมีความต้องการมาก

46%

กังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบ
Smart home มากที่สุด โดยส่วนใหญ่
มีรายได้ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือน



ค่าไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ได้รับความสนใจ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยประหยัดค่าไฟฟ้า และเพื่อนำมาใช้ติดตั้งร่วมกับระบบ Smart home และ EV Charging ซึ่งกลุ่มผู้ที่สนใจใช้งานในลักษณะนี้มากที่สุดคือ กลุ่ม Gen Y และ Gen X โดยเฉพาะกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 3-4 คนขึ้นไป และมีรายได้สูงมากกว่า 1 แสนบาท/เดือนขึ้นไป

57%

สนใจติดตั้ง
แผงโซลาร์เซลล์

ส่วนใหญ่ตั้งงบประมาณสำหรับ
การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์
ไม่เกิน 1.5 แสนบาท

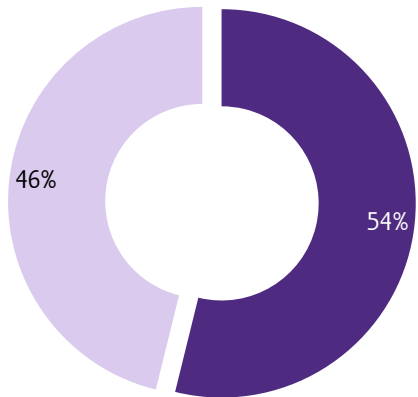
สำรวจดีมานด์ ตลาดบ้านสร้างเอง



เกินกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยใหม่ มีแผนที่จะสร้างบ้านเองแทนการซื้อ โดยส่วนใหญ่มีที่ดินเป็นของตนเอง/ครอบครัว และพิจารณาปัจจัยด้านความยืดหยุ่นในการต่อเติมพื้นที่มากขึ้น

ท่านมีแผนที่จะสร้างที่อยู่อาศัยเอง แทนการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่หรือไม่
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยใหม่ภายใน 5 ปี ข้างหน้า

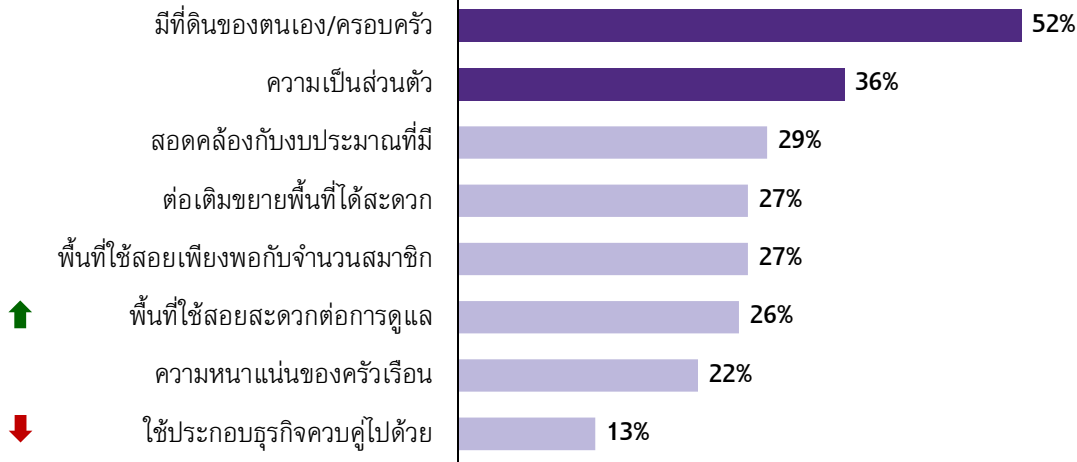
■ มีแผนสร้างบ้านเอง
■ ไม่ใช่ แต่มีแผนซื้อบ้านจากโครงการ หรือบ้านมือสอง



54% ของผู้ที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยใหม่
มีแผนที่จะสร้างบ้านเองแทนการซื้อ

เหตุผลใดที่ทำให้ท่านสนใจสร้างบ้านเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง

ลำดับผลสำรวจ	
2023	2024
1	1
2	2
3	3
6	4
5	5
4	6
8	7
7	8



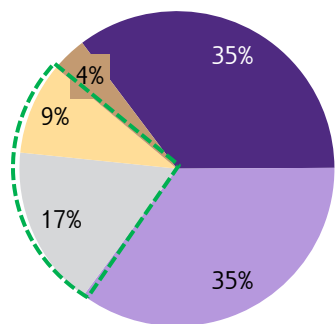
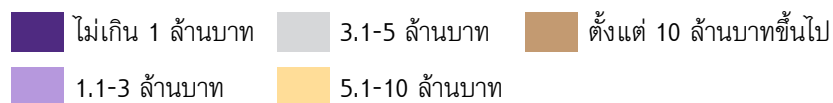
52% ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง
มีที่ดินเป็นของตนเอง/ครอบครัว

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีที่ดินเป็นของตนเอง หรือของครอบครัวอยู่เดิม สนใจที่จะสร้างที่อยู่อาศัยเอง แทนการซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร สอดคล้องกับสถานการณ์แนวโน้มราคาที่ดิน และราคาบ้านจัดสรรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ความต้องการต่อเติมเพื่อขยายพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านได้สะดวก เป็นเหตุผลที่ได้รับความนิยมในการสร้างบ้านเองมากขึ้น เมื่อเทียบกับผลสำรวจในปี 2023 โดยบ้านสร้างเองสามารถลดข้อจำกัดของการซื้อบ้านในโครงการจัดสรรที่มีพื้นที่จำกัด ซึ่งการต่อเติมหรือปรับปรุงพื้นที่ทำได้ยากกว่า

งบประมาณสำหรับบ้านสร้างเอง ส่วนใหญ่ตั้งไว้ไม่เกิน 3 ล้านบาท ทั้งนี้กลุ่มที่มีงบประมาณ 3.1-10 ล้านบาท มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไป

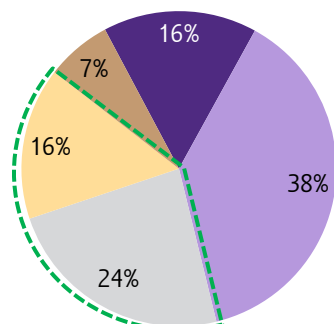
ท่านวางแผนจะสร้างบ้านด้วยงบประมาณเท่าใด (ไม่รวมค่าที่ดิน)

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง



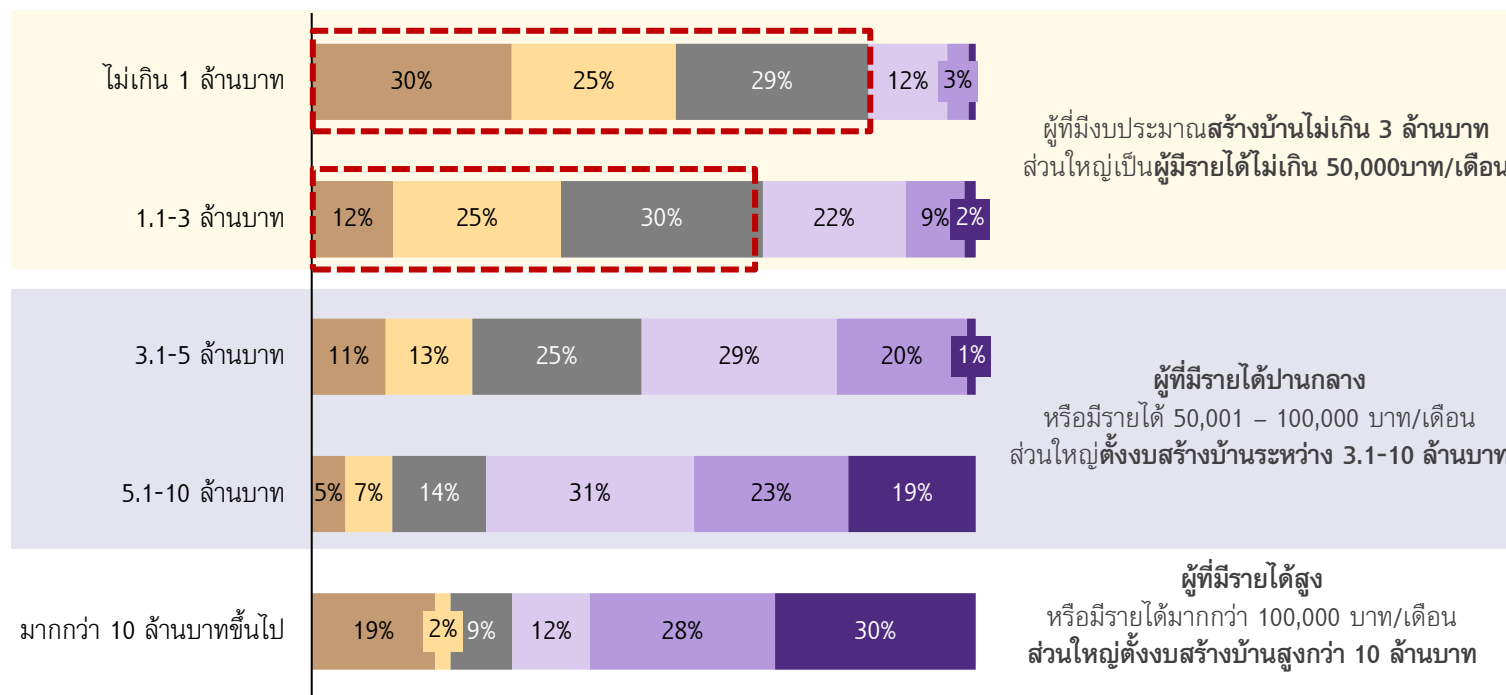
2023

งบประมาณก่อสร้างบ้าน
3.1-10 ล้านบาท มีสัดส่วนรวม 26%



2024

งบประมาณก่อสร้างบ้าน
3.1-10 ล้านบาท มีสัดส่วนรวม 40%



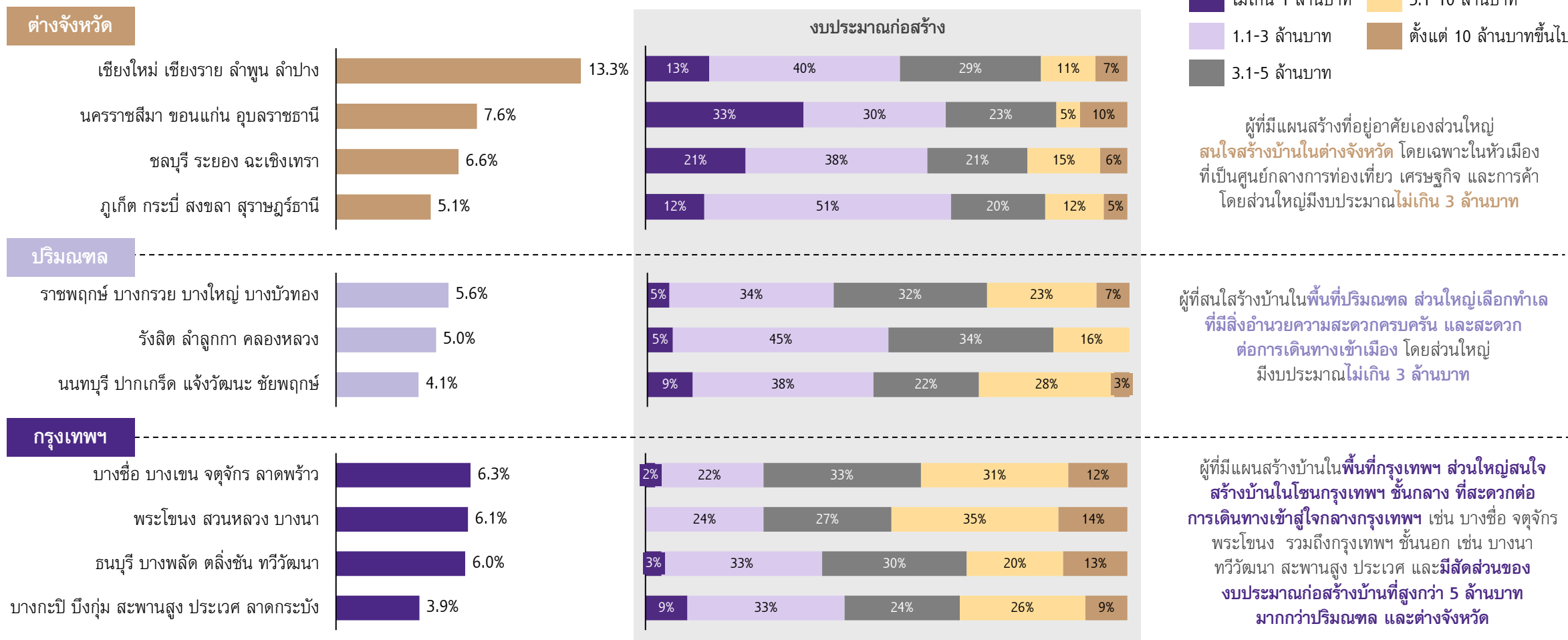
รายได้ต่อเดือน



หัวเมืองต่างจังหวัด ได้รับความสนใจในการสร้างบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งงบประมาณไม่เกิน 3 ล้านบาท ขณะที่ทำเลยอดนิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ยังคงให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ใจกลางเมือง

ท่านมีความสนใจสร้างบ้านในทำเลใดมากที่สุด

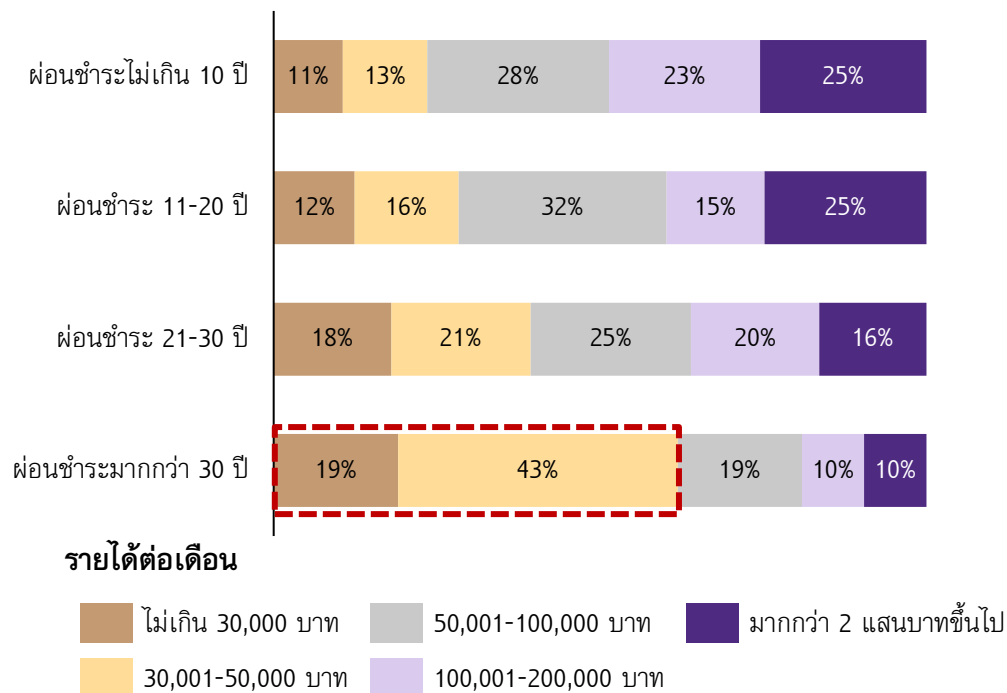
หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง



ผู้มีแผนสร้างบ้านไม่เกิน 3 ล้านบาท โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีระดับรายได้ปานกลางลงมา อาจต้องลดงบประมาณก่อสร้างจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยมีแนวโน้มพึ่งพาสินเชื่อ และมีระยะเวลาชำระคืนยาวกว่ากลุ่มผู้มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไป

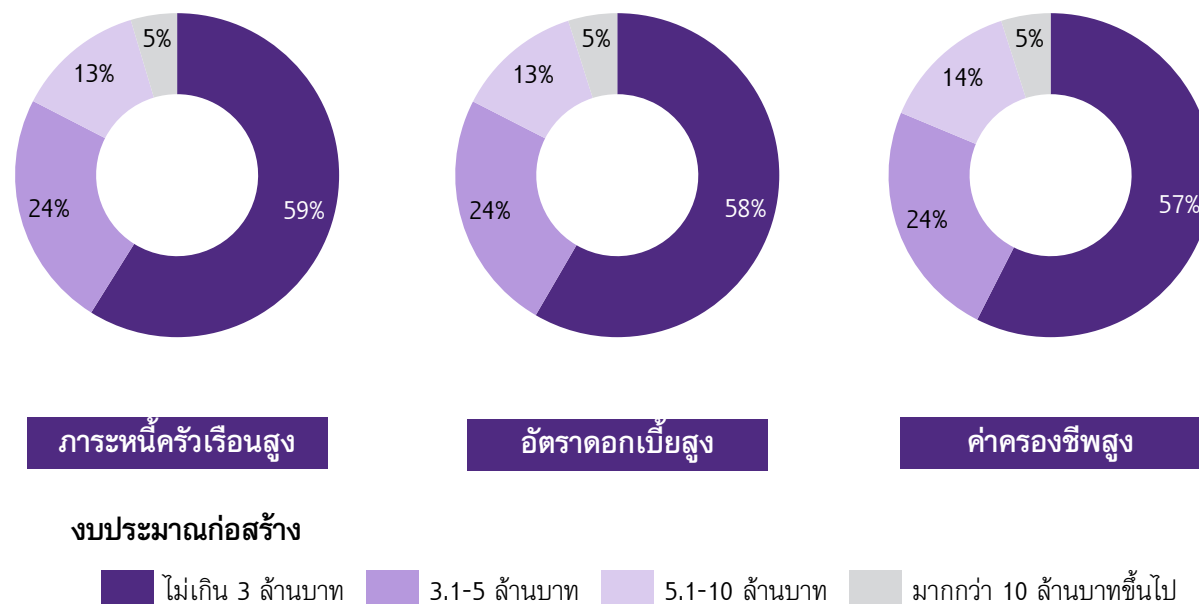
ท่านวางแผนจะชำระค่าสร้างบ้านอย่างไร

หน่วย : % ของผู้มีแผนสร้างบ้านเอง และขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน



ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลให้ท่านลดงบประมาณก่อสร้างบ้าน

หน่วย : % ของผู้มีแผนสร้างบ้านเอง (เฉพาะผู้ที่ตอบว่าเห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง)

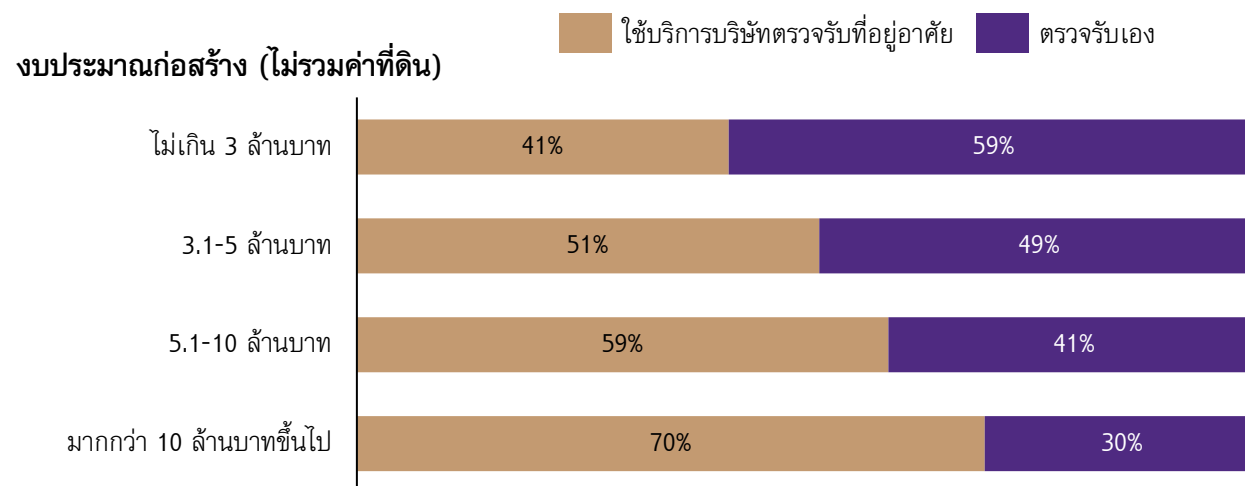


- กลุ่มผู้มีรายได้ระดับปานกลางลงมา มีแนวโน้มพึ่งพาสินเชื่อเพื่อสร้างบ้าน โดยมีระยะเวลาชำระคืนยาวกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ระดับสูงกว่า โดยกลุ่มที่วางแผนจะใช้เวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อสร้างบ้านมากกว่า 30 ปี มีสัดส่วนผู้มีระดับรายได้ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือนกว่า 62%
- ภาระหนี้ครัวเรือน อัตราดอกเบี้ย รวมถึงค่าครองชีพสูง ส่งผลให้ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองมีแนวโน้มลดงบประมาณการก่อสร้าง โดยเฉพาะผู้ที่มีงบประมาณสร้างบ้านไม่เกิน 3 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม มาตรการช่วยเหลือในด้านอัตราดอกเบี้ย เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ การตรึงอัตราดอกเบี้ย สำหรับผู้ที่ขอสินเชื่อเพื่อสร้างบ้าน จะสามารถช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการผ่อนชำระสินเชื่อได้มากขึ้น

ความต้องการใช้บริการตรวจรับบ้านเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ซึ่งผู้มีแผนสร้างบ้านสนใจใช้บริการจากบริษัทตรวจรับบ้านเพิ่มขึ้นโดยสอดคล้องไปตามมูลค่าการก่อสร้างบ้าน

ท่านมีแผนตรวจรับที่อยู่อาศัยอย่างไร

หน่วย : % ของผู้มีแผนสร้างบ้านเอง



- ผู้มีแผนสร้างบ้านสนใจใช้บริการบริษัทตรวจรับบ้านเพิ่มขึ้น จากการสำรวจในปี 2023 โดยสัดส่วนของผู้ที่มีแผนใช้บริการตรวจรับบ้านที่เพิ่มขึ้นจาก 43% ในปี 2023 เป็น 48% ในปี 2024
- กลุ่มผู้มีแผนสร้างบ้านที่ใช้งบประมาณการก่อสร้างมากกว่า 3 ล้านบาทขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะใช้บริการบริษัทตรวจรับบ้าน มากกว่ากลุ่มที่ใช้งบประมาณในการก่อสร้างไม่เกิน 3 ล้านบาท เนื่องจากบ้านราคาสูงจำเป็นต้องใช้ความเชี่ยวชาญของบริษัทตรวจรับบ้าน ในการตรวจสอบการก่อสร้างที่มีพื้นที่ใช้สอยขนาดใหญ่กว่า รวมถึงมีระบบสาธารณูปโภคที่ซับซ้อนมากกว่า

เปรียบเทียบผลสำรวจความต้องการใช้บริการตรวจรับที่อยู่อาศัย



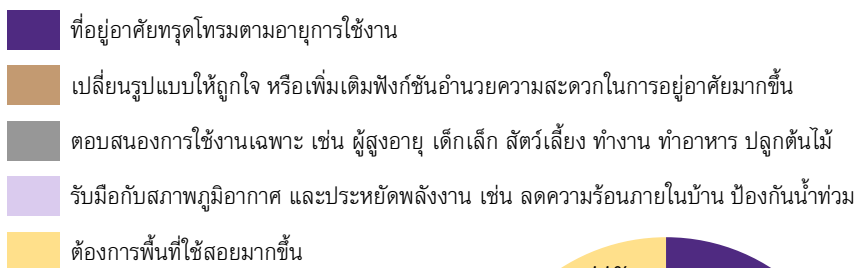
เมื่อคนมีบ้านต้องการ ปรับปรุง ซ่อมแซม



ความทรุดโทรมตามอายุการใช้งาน เป็นสาเหตุให้มีการปรับปรุงซ่อมแซมบ้านมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งงบประมาณไว้ที่ 1.1-3 แสนบาท

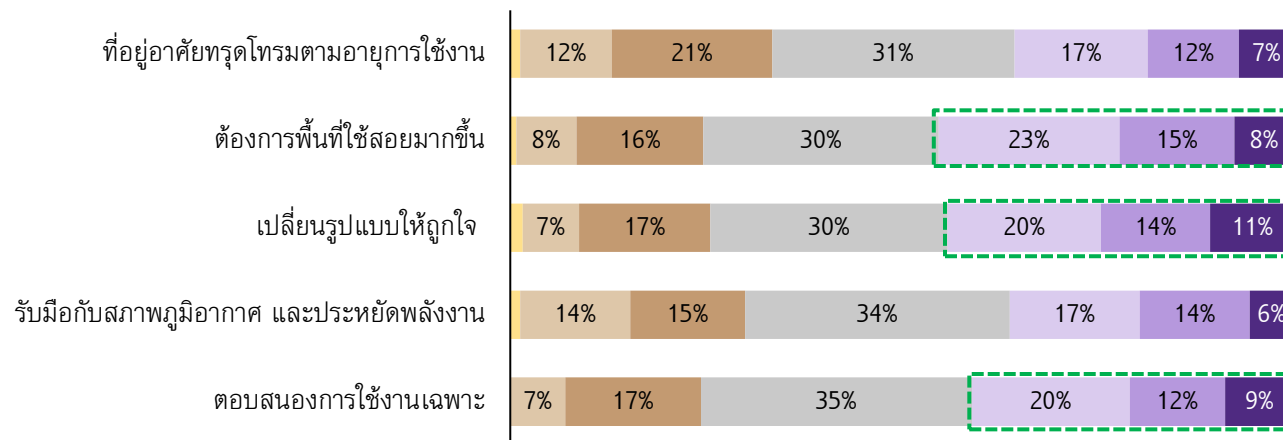
เหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย



ท่านวางแผนจะปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัยด้วยงบประมาณเท่าใด

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย



งบประมาณก่อสร้าง

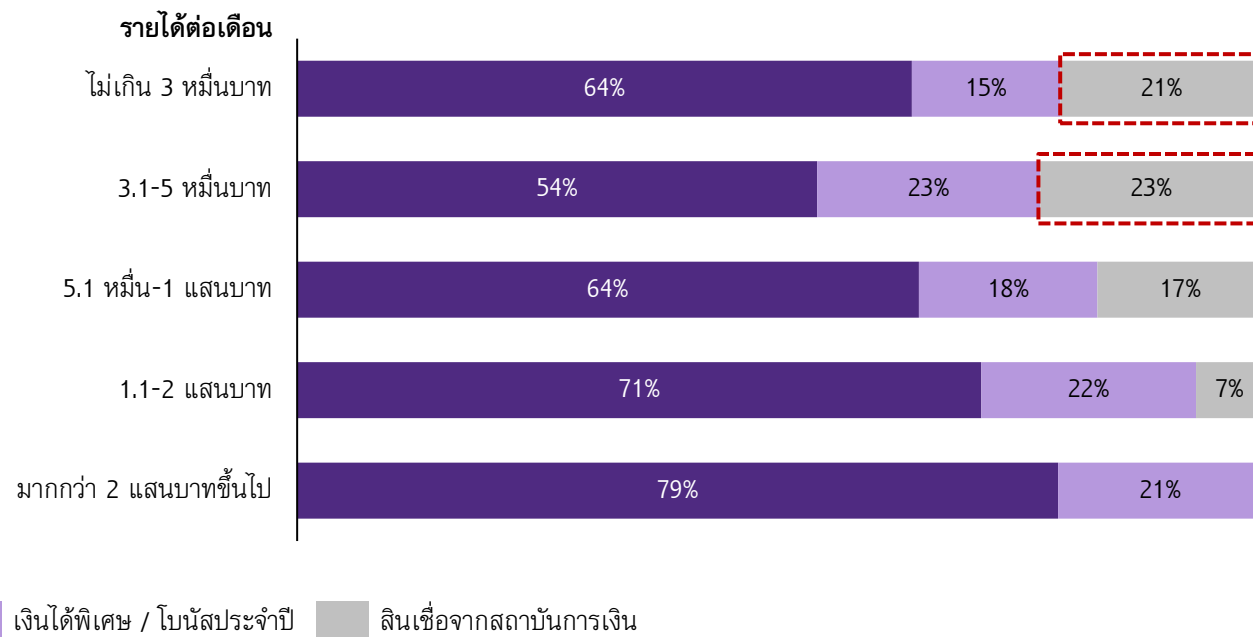
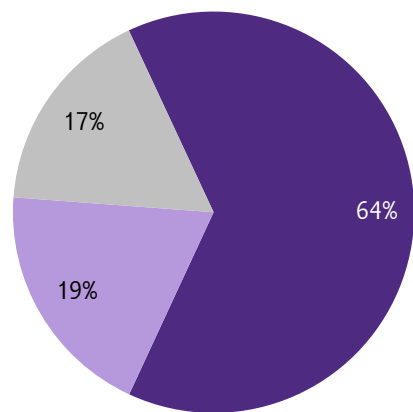


- ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านส่วนใหญ่มีเหตุผลจากที่อยู่อาศัยในปัจจุบันทรุดโทรมตามอายุการใช้งาน โดยตั้งงบประมาณไว้ที่ 1.1-3 แสนบาท สะท้อนการใช้จ่ายเงินในการปรับปรุงบ้านตามความจำเป็น ในช่วงที่ยังเผชิญแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นภาระหนี้ และค่าใช้จ่ายที่อยู่ในระดับสูง
- อย่างไรก็ดี ผู้ที่มีแผนปรับปรุงบ้าน ซึ่งเป็นความต้องการปรับปรุงที่มากกว่าความจำเป็นพื้นฐาน เช่น เพิ่มพื้นที่ใช้สอย เปลี่ยนรูปแบบบ้านให้ถูกใจ รวมถึงเพื่อตอบสนองการใช้งานเฉพาะ เช่น พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง เด็ก ผู้สูงอายุ ปรับปรุงเป็นพื้นที่ทำงาน หรือพื้นที่เอนกประสงค์อื่น ๆ มากกว่า 40% มีงบประมาณที่ตั้งไว้มากกว่า 3 แสนบาท สะท้อนว่ายังมีกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อปรับปรุงที่อยู่อาศัย ซึ่งจะมีส่วนกระตุ้นตลาดปรับปรุงซ่อมแซมบ้านได้

ผู้มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้านส่วนใหญ่ใช้เงินออม อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้มีระดับรายได้ปานกลางลงมา มีความต้องการสินเชื่อในการปรับปรุง ซ่อมแซมบ้าน

งบประมาณหลักในการปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัยของท่านส่วนใหญ่มาจากแหล่งใด

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย



- แม้ว่าผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้านส่วนใหญ่มีแผนจะใช้จ่ายด้วยเงินออมมากที่สุด แต่สำหรับกลุ่มผู้มีระดับรายได้ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือน ยังคงมีความต้องการสินเชื่อในการปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านสัดส่วนมากกว่ากลุ่มผู้มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไป โดยส่วนหนึ่งมาจากสภาพที่พักอาศัยทรุดโทรม หรือชำรุด จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องปรับปรุง ซ่อมแซมโดยทันที และยังไม่มียอดเงินออมที่เพียงพอสำหรับดำเนินการ โดยกลุ่มดังกล่าวส่วนใหญ่ใช้งบประมาณ 1.1-3 แสนบาท สะท้อนความต้องการบริการสินเชื่อสำหรับการปรับปรุง ซ่อมแซมบ้าน

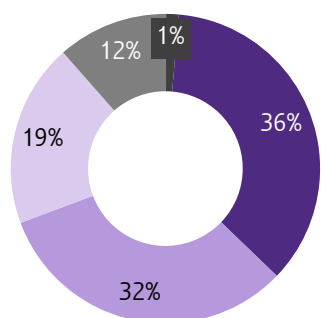
ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย ส่งผลให้ผู้ที่มิเแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้านมีแนวโน้มลดงบประมาณ โดยเฉพาะกลุ่มที่ตั้งงบประมาณไว้สูงกว่า 1 แสนบาท

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลให้ท่านลดงบประมาณปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้าน

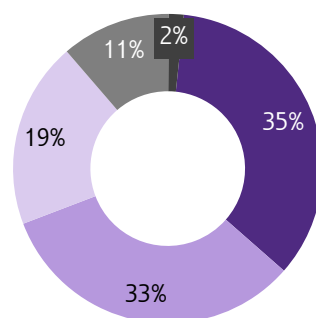
หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย (เฉพาะผู้ที่ตอบว่าเห็นด้วย)

งบประมาณที่ใช้

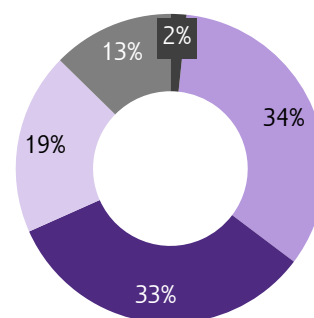
ไม่เกิน 1 หมื่นบาท
 1.1-5 หมื่นบาท
 5.1 หมื่น - 1 แสนบาท
 1.1-3 แสนบาท
 มากกว่า 3 แสนบาท



ค่าครองชีพสูง



ภาระหนี้ครัวเรือนสูง

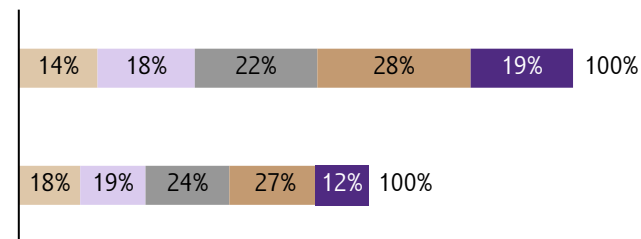


อัตราดอกเบี้ยสูง

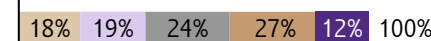
ปัจจัยที่มีผลให้ท่านลดงบประมาณปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้าน

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย (เฉพาะผู้ที่ตอบว่าเห็นด้วย)

ราคาวัสดุก่อสร้างที่อยู่ในระดับสูง



ข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อ



รายได้ต่อเดือน

ไม่เกิน 1.5 หมื่นบาท
 3.1-5 หมื่นบาท
 มากกว่า 1 แสนบาทขึ้นไป

1.6-3 หมื่นบาท
 5.1 หมื่น - 1 แสนบาท

- ปัจจัยกดดันทางเศรษฐกิจส่งผลให้ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้านส่วนใหญ่ที่ตั้งงบประมาณไว้สูงกว่า 1 แสนบาท มีโอกาสลดงบประมาณลง
- ราคาวัสดุก่อสร้างที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้านส่วนใหญ่ มีโอกาสลดงบประมาณลง ในทุกกลุ่มระดับรายได้
- กลุ่มผู้มีระดับรายได้ปานกลางลงมา ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือน ที่ยังมีความต้องการบริการสินเชื่อสำหรับการปรับปรุง ซ่อมแซมบ้าน มีความกังวลด้านข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อ มากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า

ช่าง และผู้รับเหมาแบบใด
ที่บุรีรัมย์มองหา

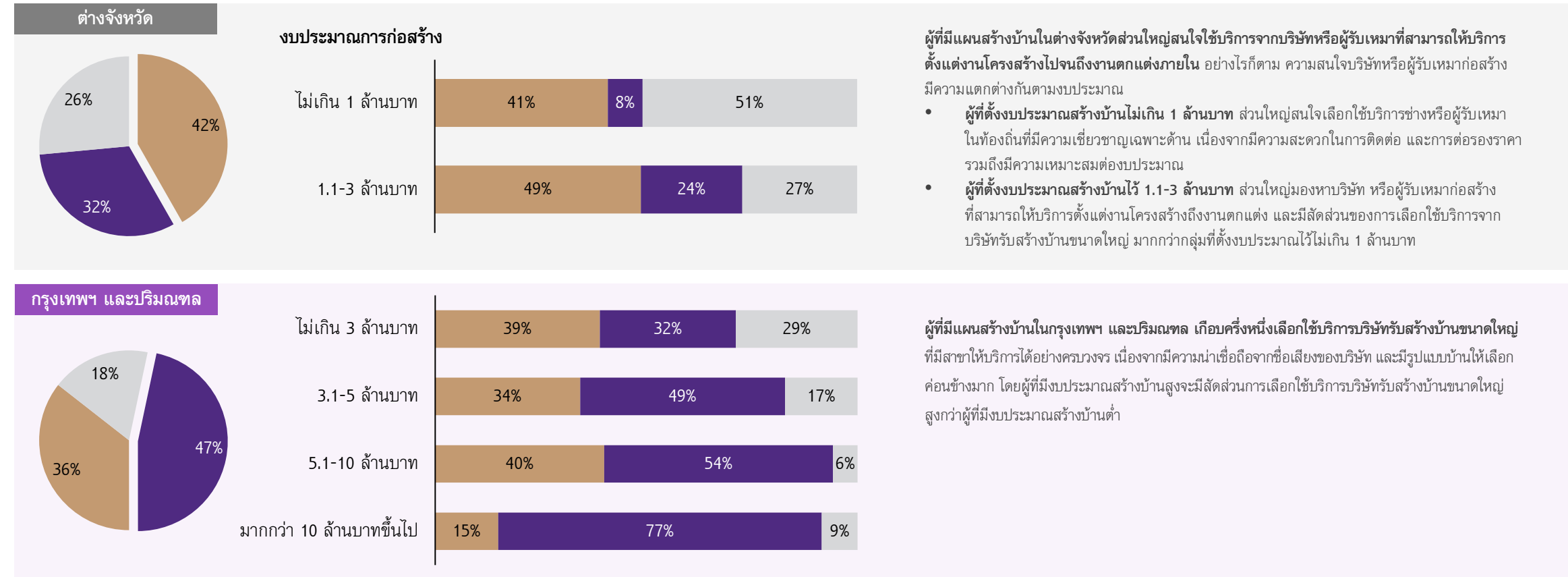


ผู้มีแผนสร้างบ้านเองเลือกผู้รับเหมาแตกต่างกันตามงบประมาณการสร้างบ้าน โดยบ้านที่งบประมาณไม่เกิน 1 ล้านบาทในต่างจังหวัด นิยมใช้ช่างในท้องถิ่น ขณะที่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลนิยมใช้บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่

ท่านมองหาบริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมาที่มีลักษณะใด

หน่วย : % ของผู้มีแผนสร้างบ้านเอง

บริษัทรับสร้างบ้าน / ผู้รับเหมา ที่ให้บริการทั้งงานโครงสร้าง และตกแต่งภายใน บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ที่มีสาขาให้บริการครบวงจร ผู้รับเหมาในท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

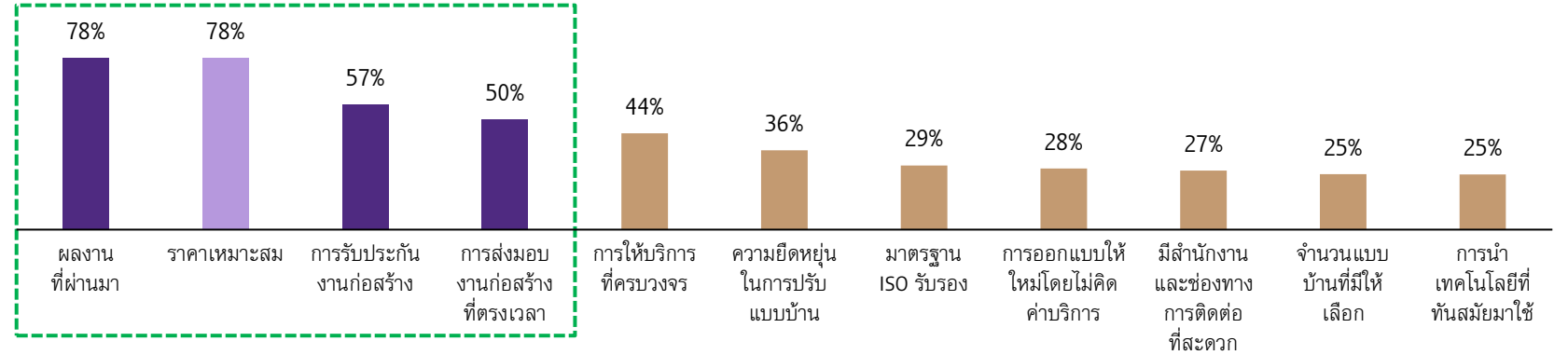


ความน่าเชื่อถือที่สะท้อนจากผลงานที่ผ่านมา และราคาที่เหมาะสม เป็นสิ่งที่ผู้ที่ซื้อบ้านเองพิจารณาเลือก ผู้รับเหมามากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นการเลือกจากการแนะนำโดยคนรู้จัก ที่มีประสบการณ์มาก่อน

ท่านมองหาบริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมาที่มีลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง

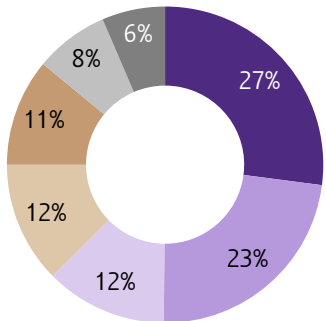
ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา ทั้งผลงานที่ผ่านมา การรับประกันงาน และการส่งมอบงานก่อสร้างที่ตรงเวลารวมถึงปัจจัยด้านราคาที่มีความเหมาะสม



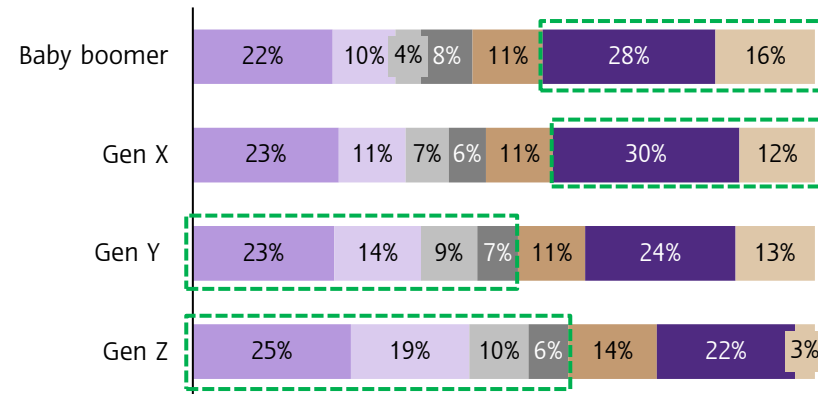
ท่านค้นหาบริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมาผ่านช่องทางใด

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง

การแนะนำโดยคนรู้จัก เว็บไซต์ของบริษัทรับสร้างบ้าน Social media งานแฟร์ สื่อโฆษณาต่างๆ รีวิวโดย Blogger, Influencer, Youtuber เว็บไซต์รวมช่างและผู้รับเหมา



- ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่ 27% มองหาผู้รับเหมาผ่านการแนะนำโดยคนรู้จัก เนื่องจากต้องการความเชื่อมั่นและคำแนะนำจากคนใกล้ชิดที่มีประสบการณ์โดยตรง
- รองลงมาเป็นการค้นหาจากเว็บไซต์ของบริษัทรับสร้างบ้านที่เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมจากหลายช่วงวัยมากขึ้น เมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่แล้ว ที่ได้รับความนิยมในกลุ่ม Gen Y และ Gen Z เป็นหลัก

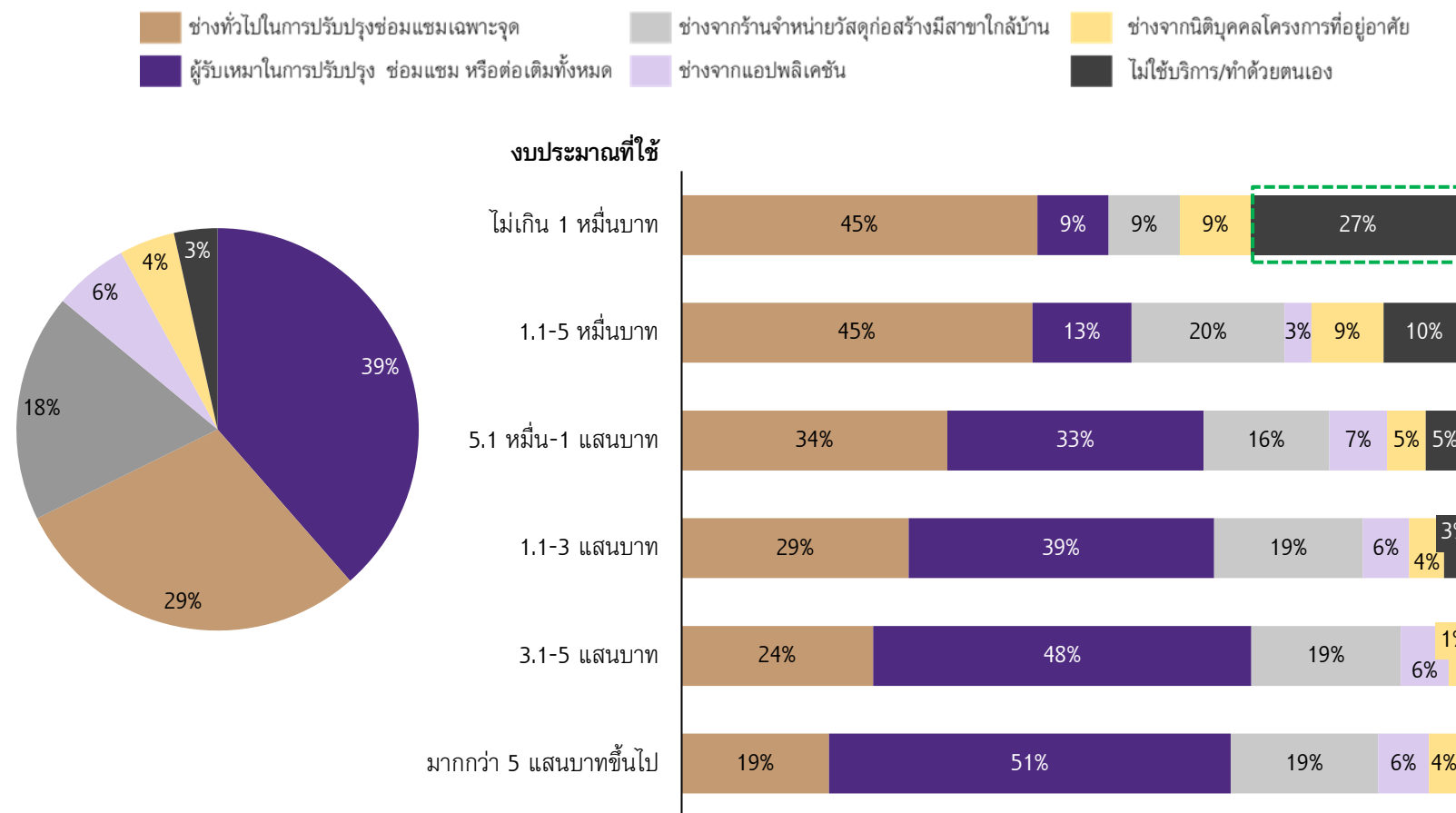


ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองหาบริษัทหรือผู้รับเหมาสร้างบ้านในช่องทางที่แตกต่างกันออกไปตามกลุ่มอายุ โดยกลุ่ม Gen Y และ Gen Z จะมีการค้นหาผ่านอินเทอร์เน็ต, Social media และ Influencer มากกว่ากลุ่ม Gen X ขึ้นไป ที่ส่วนใหญ่มองหาผู้รับเหมาผ่านการสร้างประสบการณ์ด้วยตนเอง เช่น การสอบถามคำแนะนำจากคนรู้จัก และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง มากกว่าคนรุ่นใหม่

ผู้มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซมบ้าน ส่วนใหญ่ให้ผู้นับเป็นผู้นำดำเนินการ อย่างไรก็ตาม งานปรับปรุงที่มีขนาดเล็ก ที่ใช้งบประมาณไม่เกิน 1 แสนบาท เช่น ระบบไฟฟ้าทั่วไป ประปา ยังเป็นโอกาสสำหรับช่างทั่วไปที่ให้บริการเฉพาะด้าน

ท่านเลือกใช้บริการจากช่างกลุ่มใดในการปรับปรุงซ่อมแซมที่พักอาศัย

หน่วย : % ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย



งานต่อเติมพื้นที่ใช้สอย และงานปรับปรุงบ้านทั้งหลัง แต่ยังคงโครงสร้างเดิมไว้ (Renovate) ที่ใช้งบประมาณสูงกว่า 1 แสนบาท ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้บริการจากช่างผู้รับเหมาทั้งหมด

งานปรับปรุงที่มีขนาดเล็กกว่า ที่ใช้งบประมาณไม่เกิน 1 แสนบาท เช่น ระบบไฟฟ้าทั่วไป ประปา หรือระบบ Smart home ยังเป็นโอกาสสำหรับช่างทั่วไปที่ให้บริการเฉพาะด้าน หรือช่างจากร้านวัสดุก่อสร้างที่มีสาขา ซึ่งมีจุดเด่นในด้านระบบการให้บริการ และมีพันธมิตรที่หลากหลาย สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร

นอกจากนี้ ยังมีผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านบางส่วนที่ดำเนินการด้วยตนเอง โดยเฉพาะการปรับปรุง/ซ่อมแซมเล็กน้อย เช่น การติดตั้งระบบ Smart home หรือระบบอัตโนมัติที่ไม่ซับซ้อน การเปลี่ยนก๊อกน้ำ และอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ทำได้ง่ายเป็นงาน DIY ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในงบประมาณไม่เกิน 1 หมื่นบาท

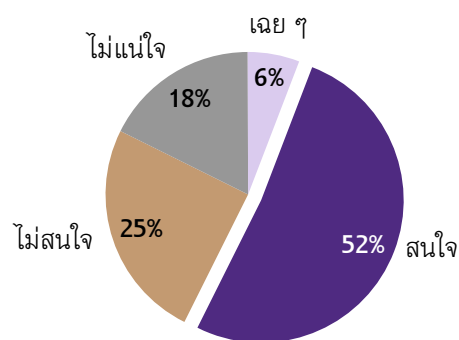
ผู้บริโภคร เลือกวัสดุก่อสร้างอย่างไร



ผู้ที่มิแพนสร้างบ้านเองส่วนใหญ่สนใจการก่อสร้างด้วยโครงสร้างสำเร็จรูป จากข้อดีด้านการลดระยะเวลา การก่อสร้าง ขณะที่บางส่วนยังกังวลด้านความคงทน และความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยน

ท่านสนใจการสร้างบ้านแบบโครงสร้างสำเร็จ ประเภท Prefab และ Modular หรือไม่

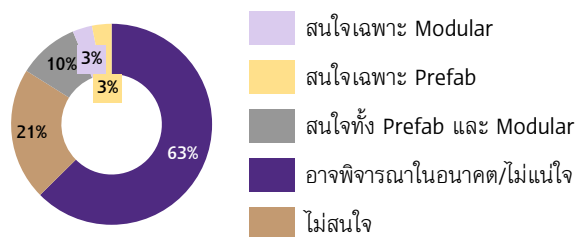
หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง



52% ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สนใจการก่อสร้างบ้านโดยใช้แบบ
โครงสร้างสำเร็จ โดยส่วนใหญ่
ตั้งงบประมาณการก่อสร้างบ้าน
ไว้ที่ 1.1-3 ล้านบาท

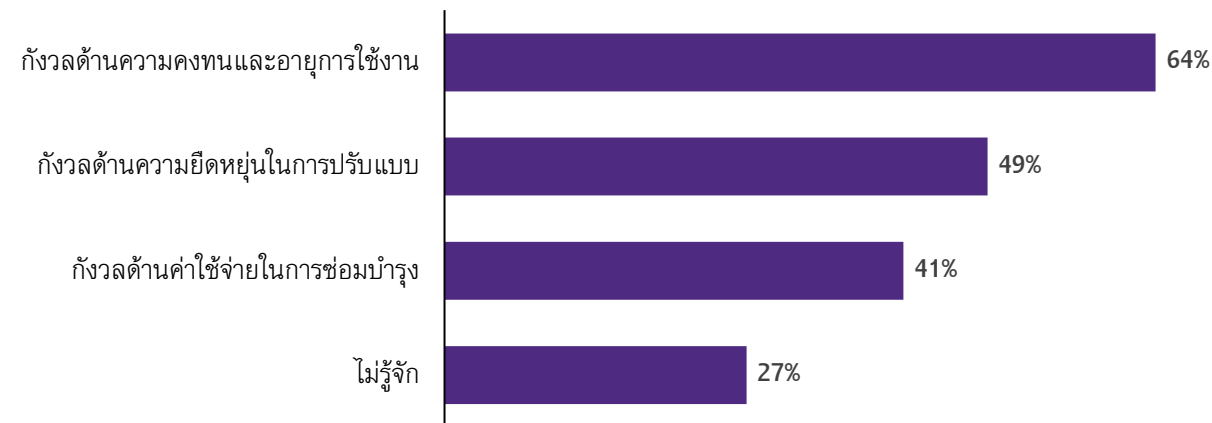
คำถาม : ในอนาคต หากมีโอกาสในการต่อบ้านท่านจะพิจารณาต่อเติมแบบโครงสร้างสำเร็จหรือไม่



แม้จะมีผู้ที่ไม่สนใจ/ไม่แน่ใจ การก่อสร้าง
โดยใช้แบบโครงสร้างสำเร็จกว่า 43%
แต่กลุ่มนี้ยังมีโอกาสที่จะพิจารณาการก่อสร้าง
ด้วยโครงสร้างสำเร็จในอนาคต

เหตุผลใดที่ท่านไม่สนใจ/ไม่แน่ใจต่อการสร้างบ้านแบบโครงสร้างสำเร็จ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเองและไม่สนใจ/ไม่แน่ใจ ต่อการสร้างบ้านแบบโครงสร้างสำเร็จ



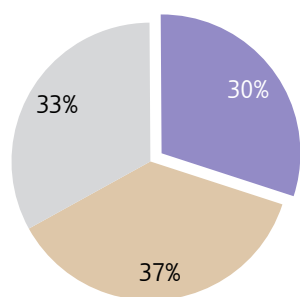
- กลุ่มที่ไม่สนใจ/ไม่แน่ใจต่อการสร้างบ้านแบบโครงสร้างสำเร็จมีความกังวลด้านความคงทน และอายุการใช้งานของโครงสร้างสำเร็จรูปมากที่สุด เนื่องจากมีความเสี่ยงที่จะเผชิญปัญหาจากการใช้งาน โดยเฉพาะรอยร้าวซึมระหว่างรอยต่อโครงสร้าง
- รองลงมาเป็นความกังวลด้านความยืดหยุ่นของการปรับเปลี่ยน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการปรับปรุง หรือต่อเติมขยายพื้นที่บ้านสร้างเองในอนาคต

ราคาวัสดุก่อสร้างที่ยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้ที่มิเแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มิเแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้าน ชะลอการก่อสร้างออกไปก่อน

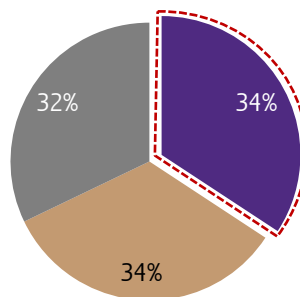
ท่านมีการปรับตัวอย่างไรต่อราคาวัสดุก่อสร้างที่คาดว่าจะยังคงอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องในปี 2024

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย

คงแบบการก่อสร้างไว้ตามเดิม โดยปรับเพิ่มงบประมาณ ชะลอการก่อสร้างออกไปก่อน ปรับรูปแบบ และวัสดุที่ใช้ เพื่อควบคุมงบประมาณไว้ตามเดิม

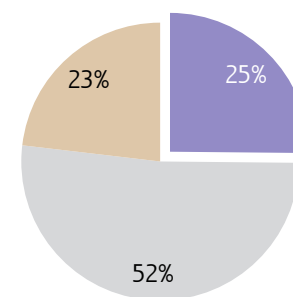


2023

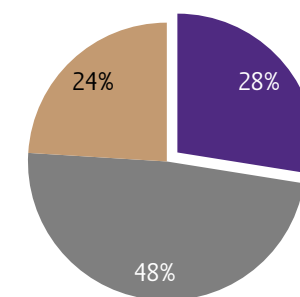


2024

ชะลอการก่อสร้าง
ออกไปก่อน



2023



2024

วัสดุก่อสร้างสำหรับงานโครงสร้าง

- ราคาวัสดุก่อสร้างประเภทงานโครงสร้าง ที่ยังอยู่ในระดับสูงในปี 2024 ส่งผลให้ผู้ที่มิเแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติม ชะลอการก่อสร้างออกไปก่อน มากกว่าผลสำรวจในปีที่ผ่านมา เนื่องจากให้ความสำคัญกับโครงสร้างบ้านในระยะยาว ขณะที่กลุ่มที่จะปรับเพิ่มงบประมาณ มีสัดส่วนลดลงจากปีที่ผ่านมา
- อย่างไรก็ดี ยังมีผู้ที่ต้องการคงแบบการก่อสร้างไว้ตามเดิม โดยกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับรายได้ปานกลาง-สูง ที่มีงบประมาณสร้างบ้าน 5.1-10 ล้านบาท

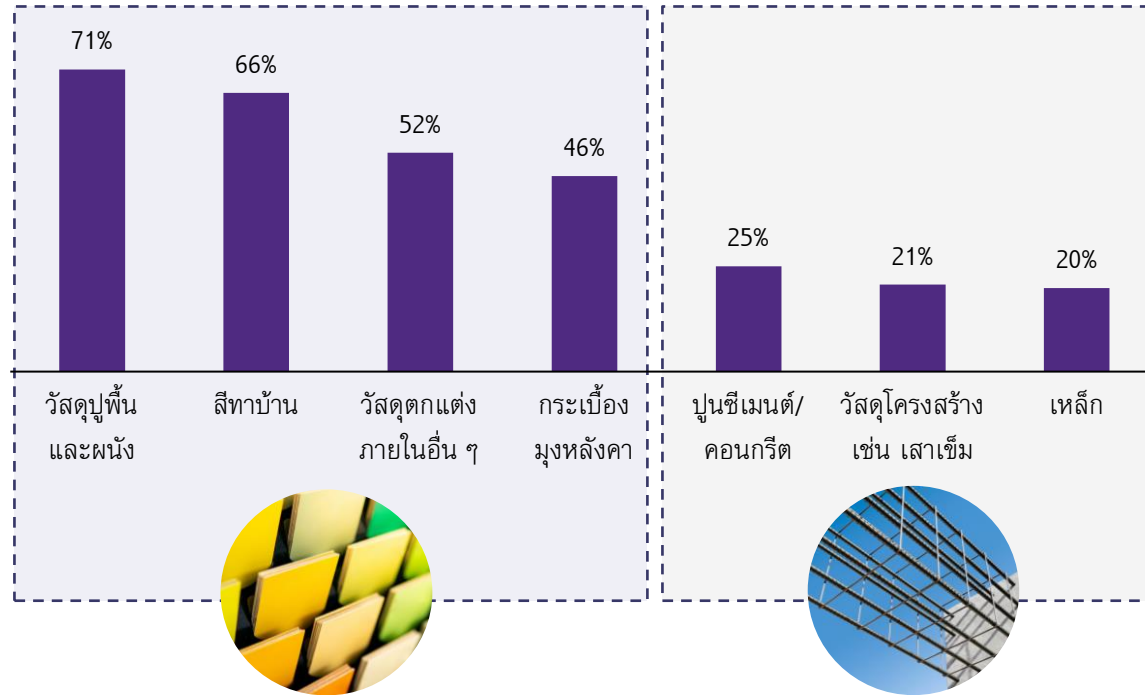
วัสดุก่อสร้างสำหรับงานตกแต่ง

- ราคาวัสดุก่อสร้างประเภทวัสดุสำหรับงานตกแต่ง เช่น กระเบื้อง สีทาอาคาร ที่ยังอยู่ในระดับสูงในปี 2024 ส่งผลให้ผู้ที่มิเแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมส่วนใหญ่ ปรับรูปแบบและวัสดุเพื่อควบคุมงบประมาณไว้ตามเดิม โดยกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับรายได้ไม่เกิน 1 ล้านบาท/เดือน
- อย่างไรก็ตาม ผู้ที่จะชะลอการก่อสร้างออกไปก่อนมีสัดส่วนมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มผู้มีระดับรายได้มากกว่า 1 ล้านบาท/เดือนขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะปรับเพิ่มงบประมาณ โดยคงรูปแบบการตกแต่ง และวัสดุที่ใช้ไว้ตามเดิม

วัสดุก่อสร้างประเภทวัสดุตกแต่ง เช่น กระเบื้อง สีทาบ้าน เป็นวัสดุที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ต้องการเลือกซื้อด้วยตนเอง มากกว่าวัสดุโครงสร้าง โดยคุณภาพ และความคุ้มค่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ

วัสดุก่อสร้างประเภทใดที่ท่านต้องการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย

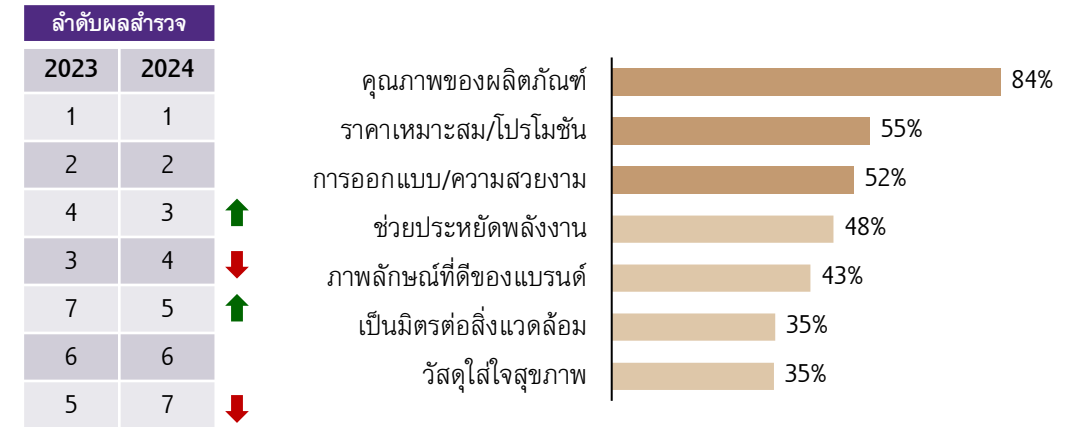


ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เลือกวัสดุตกแต่งด้วยตนเอง เพื่อตอบใจสไตล์ของตนเอง และสอดคล้องกับงบประมาณที่ตั้งไว้

ผู้บริโภคบางส่วน หรือประมาณ 20%-25% เลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างสำหรับงานโครงสร้างด้วยตนเอง เนื่องจากต้องการความมั่นใจด้าน ความปลอดภัยของโครงสร้างบ้าน และควบคุมงบประมาณ

ปัจจัยที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง/ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย



คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง

ราคาและโปรโมชัน เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา และสำคัญต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับงานโครงสร้าง มากกว่างานตกแต่ง

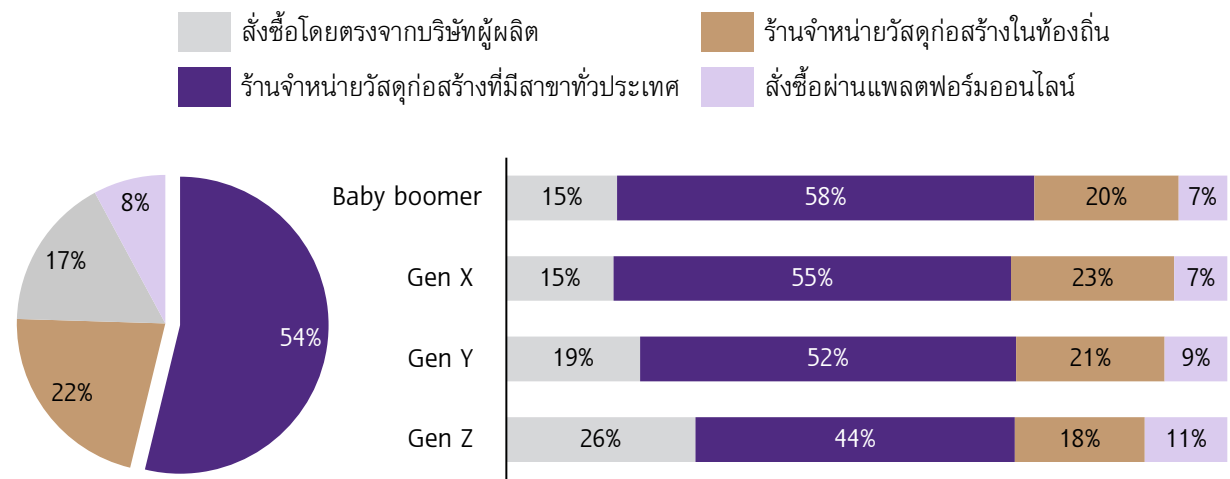
การออกแบบ/ความสวยงาม เป็นสิ่งที่ผู้เลือกซื้อกระเบื้อง และวัสดุตกแต่งอื่น ๆ ให้ความสำคัญ

วัสดุก่อสร้างที่ช่วยให้บ้านประหยัดพลังงาน ได้รับความนิยมทั้งงานโครงสร้าง และงานตกแต่ง

ร้านวัสดุก่อสร้างที่มีสาขาทั่วประเทศยังคงได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากมีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ประกอบกับความน่าเชื่อถือของร้านค้า

ท่านเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านช่องทางใด

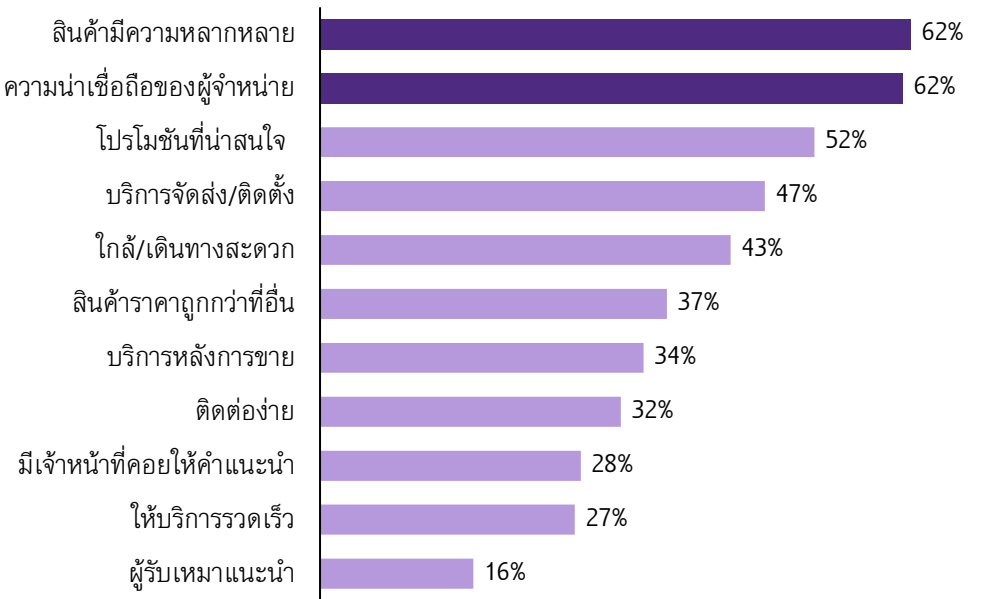
หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย



- 54% ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมบ้าน เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ โดยพิจารณาจากความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือกซื้อ และความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านขนาดใหญ่ และมีชื่อเสียง
- การเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และสั่งซื้อโดยตรงจากบริษัทผู้ผลิตได้รับความนิยมในกลุ่ม Gen Y และ Gen Z เมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีผู้ผลิตหลายรายหันมาทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ และผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ก็มีโอกาสเข้าถึงแพลตฟอร์มประเภทดังกล่าวมากกว่าคนในวัยอื่น
- บริการจัดส่ง/ติดตั้ง ขยับอันดับขึ้นมาอยู่ลำดับต้น ๆ สะท้อนความต้องการของผู้ซื้อ ที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันด้านบริการ ซึ่งเป็นจุดแข็งของร้านวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ที่มีสาขาให้บริการทั่วประเทศ นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีแนวโน้มการค้นหาข้อมูลสินค้าด้วยตนเองมากขึ้น เห็นได้จากการมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำสินค้าที่ขยับอันดับลงจากการสำรวจในปี 2023

ปัจจัยที่ท่านสนใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าแต่ละแห่ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง/ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย

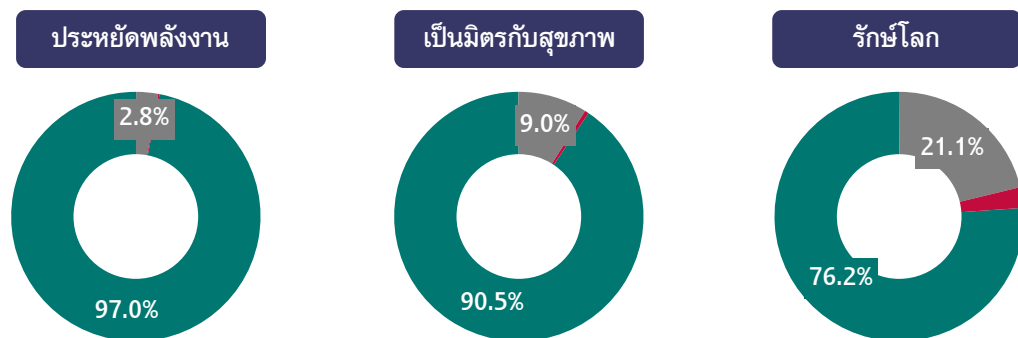


วัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติพิเศษ อย่างช่วยประหยัดพลังงาน เป็นมิตรกับสุขภาพ และรักษ์โลก ได้รับความสนใจจากผู้ซื้อ แต่ความยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับวัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติพิเศษลดลงจากปีก่อน สะท้อนถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่กดดันกำลังซื้อ

ท่านสนใจเลือกใช้วัสดุก่อสร้างตามเทรนด์ต่าง ๆ หรือไม่

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย

สนใจ เฉย ๆ ไม่สนใจ

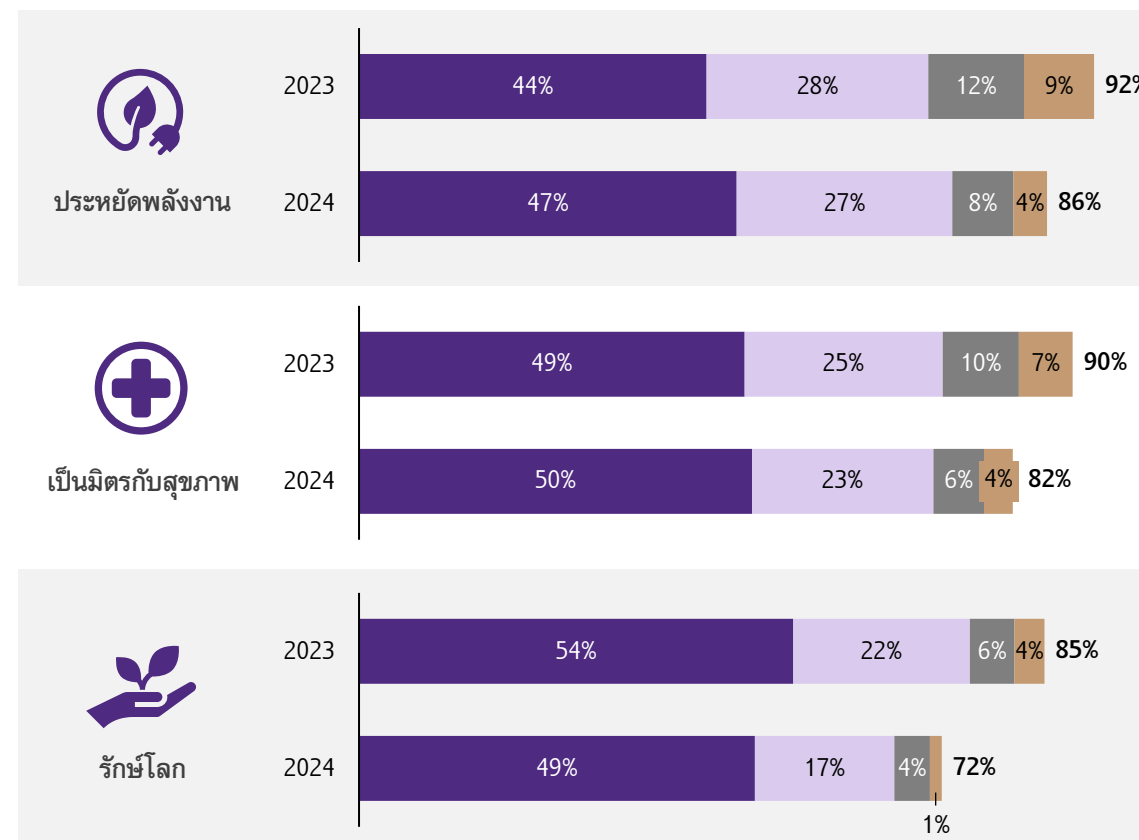


- ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และซ่อมแซม ต่อเติมบ้านส่วนใหญ่สนใจเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติพิเศษ ทั้งประหยัดพลังงาน หรือช่วยลดความร้อนให้กับตัวบ้าน เช่น กระเบื้องมุงหลังคา สีทาภายนอกสะท้อนความร้อน วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสุขภาพ ทั้งคน และสัตว์เลี้ยง รวมถึงวัสดุก่อสร้างที่รักษ์โลก เช่น มาจากกระบวนการรีไซเคิล
- ส่วนใหญ่นิยมจ่ายเงินเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เกิน 5% โดยปัจจัยกดดันทางเศรษฐกิจ ทั้งค่าครองชีพ และภาระหนี้ครัวเรือนในปี 2024 ที่ยังอยู่ในระดับสูง กดดันให้สัดส่วนผู้ที่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับวัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติพิเศษลดลงจากปีก่อน
- วัสดุก่อสร้างที่ช่วยประหยัดพลังงานได้รับความสนใจมากที่สุด และผู้ซื้อยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นมากกว่าวัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติอื่น ๆ สะท้อนการให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงาน ที่แม้จะมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านวัสดุอุปกรณ์ที่สูงกว่าวัสดุอุปกรณ์ทั่วไป แต่จะช่วยลดค่าใช้จ่าย และมีความคุ้มค่าในระยะยาว

ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับวัสดุก่อสร้าง ที่มีคุณสมบัติพิเศษอย่างไร

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย

1-5% 6-10% 11-20% มากกว่า 20%





ส่องทรนด
การใช้งาน Smart home

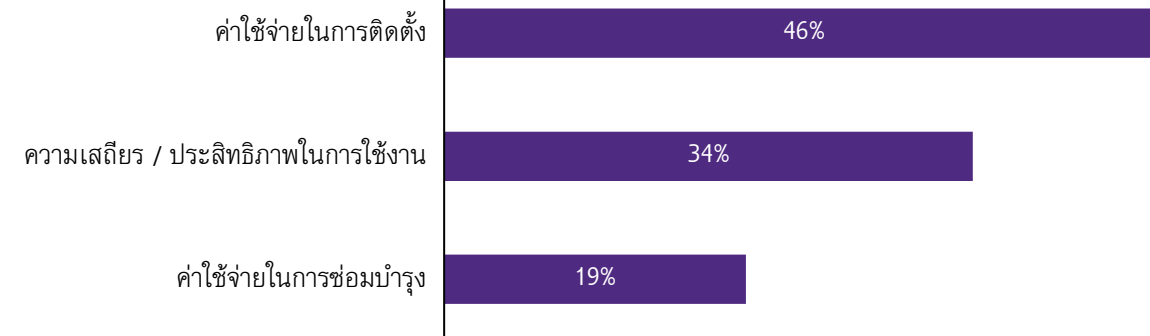
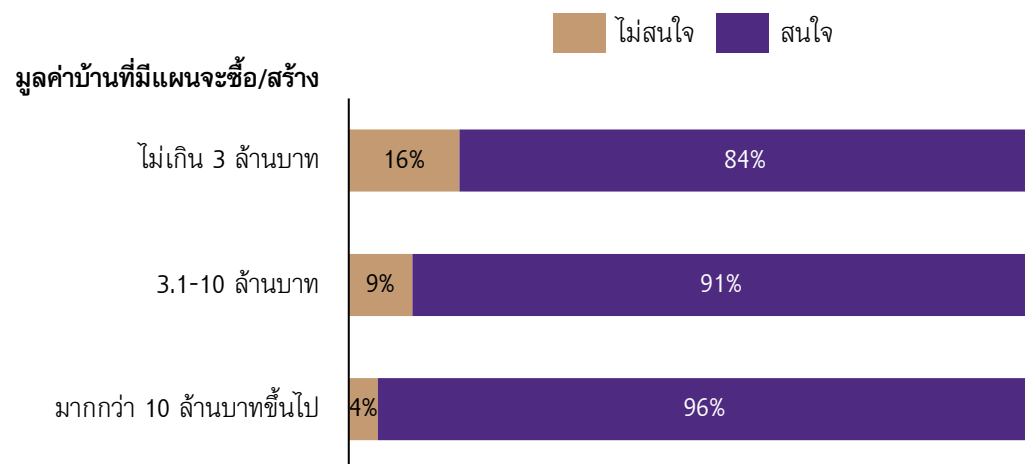
ความสนใจติดตั้งระบบ Smart home เพิ่มขึ้นสอดคล้องไปตามมูลค่าการก่อสร้างบ้าน ขณะที่กลุ่มที่ไม่สนใจหรือไม่แน่ใจที่จะติดตั้ง ยังมีความกังวลในด้านค่าใช้จ่ายการติดตั้งมากที่สุด

ท่านสนใจการติดตั้งระบบ Smart home หรือไม่

หน่วย : % ของผู้ที่มีแผนซื้อ หรือสร้างที่อยู่อาศัย

เหตุผลใดที่ท่านไม่สนใจ/ไม่แน่ใจการติดตั้งระบบ Smart home

หน่วย : % ของผู้ที่ไม่สนใจ/ไม่แน่ใจที่จะติดตั้งระบบ Smart home

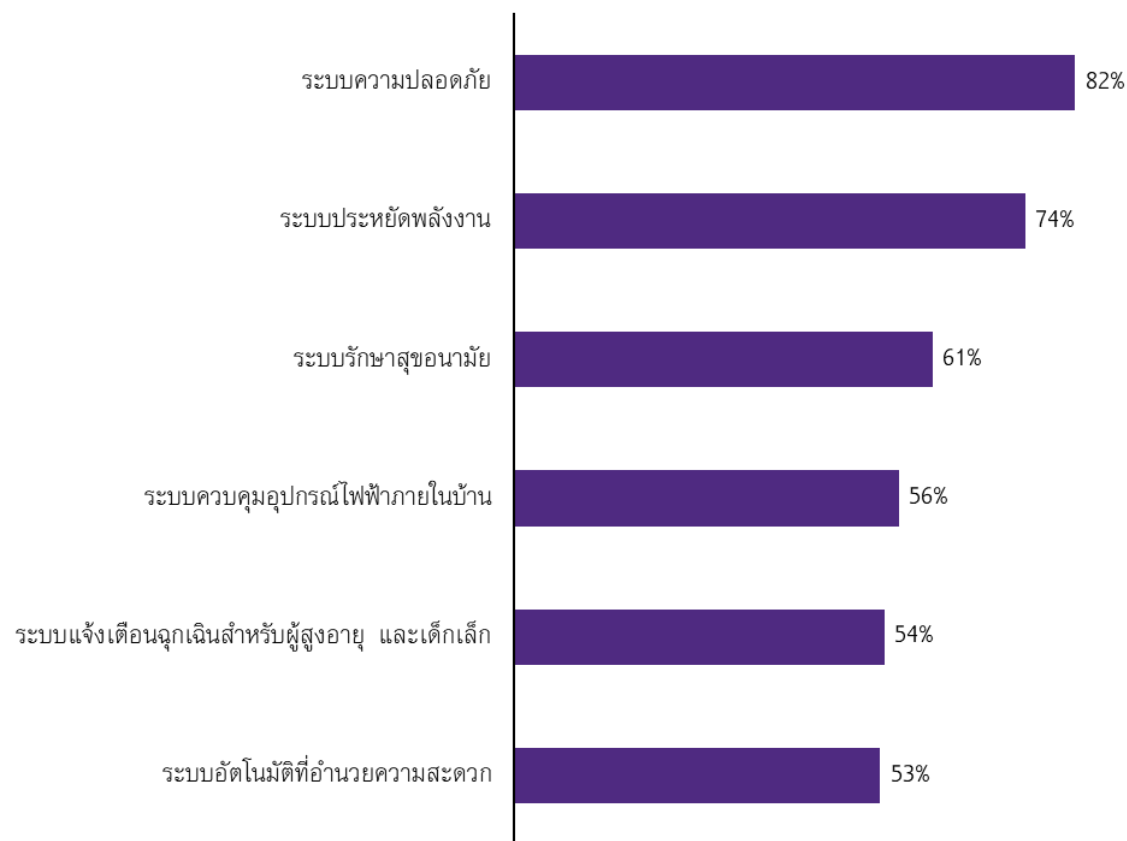


- ผู้ที่มีแผนซื้อ สร้าง ส่วนใหญ่กว่า 90% สนใจติดตั้งระบบ Smart home โดยสัดส่วนของผู้ที่สนใจติดตั้งระบบ Smart home เพิ่มขึ้นสอดคล้องไปตามมูลค่าการก่อสร้างบ้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีกำลังในการซื้อบ้าน/สร้างบ้านที่มีมูลค่าสูงกว่า 10 ล้านบาท ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง และมีความต้องการใช้ระบบ Smart home โดยเฉพาะระบบรักษาความปลอดภัย รวมถึงยังมีความต้องการติดตั้งระบบอัตโนมัติ และระบบอำนวยความสะดวกที่สูงกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า
- ผู้ที่ไม่สนใจ/ไม่แน่ใจที่จะติดตั้งระบบ Smart home มีความกังวลด้านค่าใช้จ่ายในการติดตั้งมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีระดับรายได้ปานกลางลงมา ไม่เกิน 5 หมื่นบาท/เดือน ที่ยังไม่พร้อมรับภาระค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เพิ่มเติม

ระบบ Smart home ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยได้รับความสนใจมากที่สุด นอกจากนี้ ระบบประหยัดพลังงาน ระบบรักษาสุขอนามัย และระบบควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในบ้าน ได้รับความสนใจรองลงมา

ระบบ Smart home ใดที่ท่านสนใจ

หน่วย : % ของผู้ที่สนใจติดตั้งระบบ Smart home



ผู้ที่สนใจติดตั้งระบบ Smart home สนใจระบบการรักษาความปลอดภัยมากที่สุด สะท้อนการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับ 1 นอกจากนี้ ยังสนใจระบบประหยัดพลังงาน ระบบรักษาสุขอนามัย และระบบควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในบ้าน ในสัดส่วนที่รองลงมาตามลำดับ



ระบบความปลอดภัย เช่น Digital door lock กล้องวงจรปิด การตรวจจับความเคลื่อนไหว และแจ้งเตือนเมื่อมีผู้บุกรุก ได้รับความสนใจมากที่สุดเมื่อเทียบกับระบบอื่น ๆ ซึ่งมีประโยชน์ช่วยในการป้องกันทรัพย์สิน และลดความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการโจรกรรม



ระบบประหยัดพลังงาน เช่น ระบบเซนเซอร์ตรวจจับความเคลื่อนไหวที่ช่วยให้หลอดไฟเปิด-ปิดอัตโนมัติเมื่อมีคนเดินผ่านหรืออยู่ภายในห้อง รวมถึงการปรับระดับความสว่างของหลอดไฟให้เหมาะสมกับช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงาน และลดค่าใช้จ่าย



ระบบการรักษาสุขอนามัย เช่น ระบบกำจัดกลิ่น ระบบฟอกอากาศ ตรวจจับและบำบัดฝุ่นละออง หรือเชื้อโรค ระบบปรับความดันอากาศ ที่ช่วยให้ผู้อยู่อาศัยมีสุขภาพอนามัยที่ดี สะท้อนเทรนด์ผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพของคนในครอบครัว

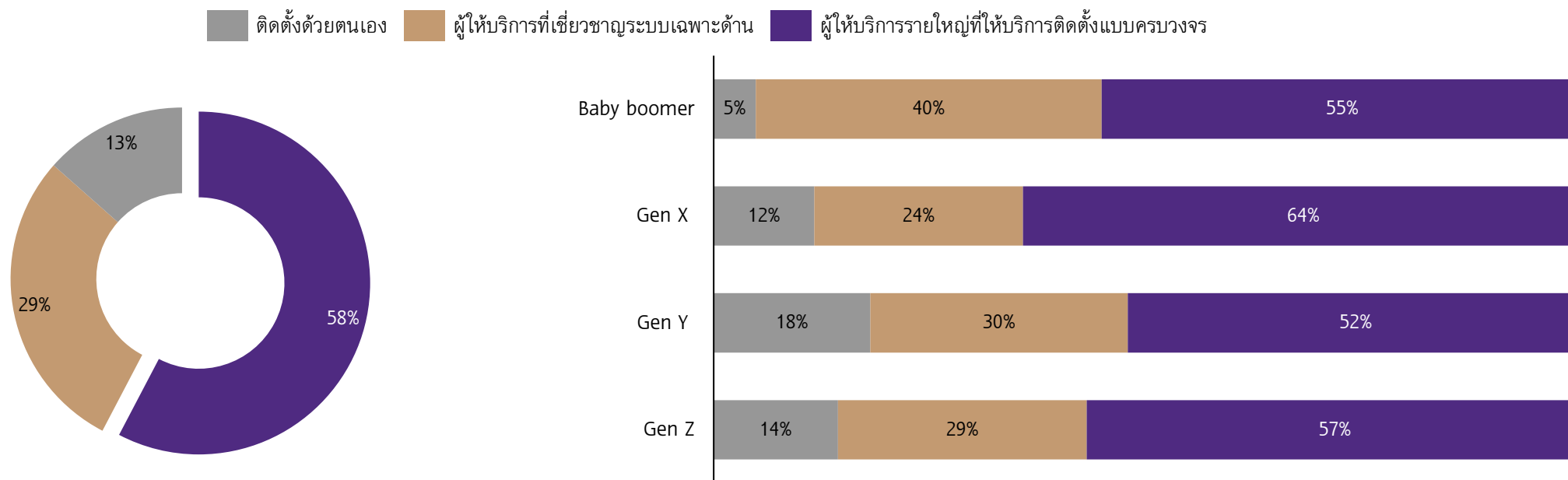


ระบบควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น การสั่งเปิดปิดอุปกรณ์ต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน การสั่งการด้วยเสียง ซึ่งช่วยให้เกิดความสะดวกในการควบคุม และตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์ไฟฟ้า โดยเฉพาะเวลาที่ไม่ได้อยู่บ้าน โดยไม่จำเป็นต้องสัมผัสอุปกรณ์ โดยส่วนใหญ่ได้รับความสนใจจากกลุ่ม Gen Y และ Gen Z

ผู้ให้บริการระบบ Smart home รายใหญ่ที่สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร ได้รับความสนใจมากที่สุด จากผู้ที่สนใจจะติดตั้งระบบ Smart home ในทุกช่วงวัย

ผู้ให้บริการระบบ Smart home ใดที่ท่านสนใจ

หน่วย : % ของผู้ที่สนใจจะติดตั้งระบบ Smart home

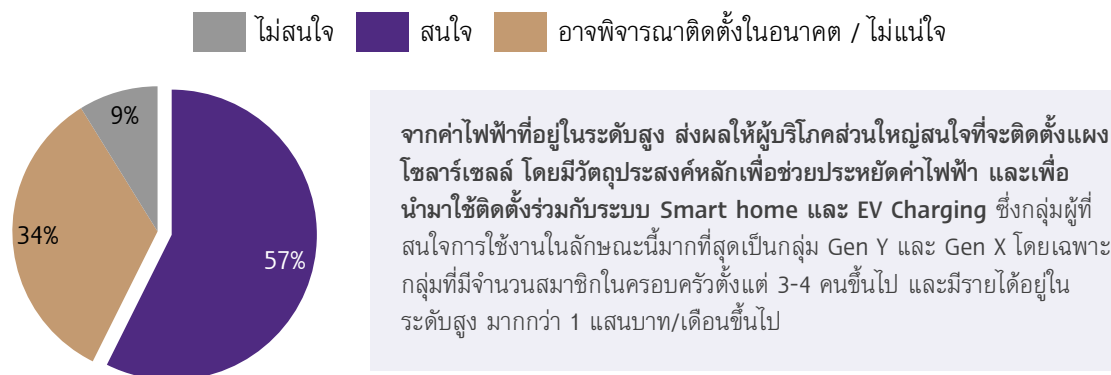


- 58% ของผู้ที่สนใจจะติดตั้งระบบ Smart home และในทุกช่วงวัย สนใจผู้ให้บริการระบบ Smart home รายใหญ่ที่สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร จากการมีระบบ Smart home ที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกฟังก์ชันของบ้าน โดยเฉพาะสำหรับการติดตั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ไฟฟ้า และระบบความปลอดภัยที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้ให้บริการรายใหญ่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ทั้งในด้านบุคลากร การเลือกใช้วัสดุ รวมถึงการรับประกันงานติดตั้ง และบริการหลังการขาย ในขณะที่ระบบที่มีความซับซ้อนน้อยกว่า เช่น การติดตั้งระบบรดน้ำอัตโนมัติ ผู้บริโภคมีแนวโน้มสนใจผู้ให้บริการระบบนั้น ๆ มาติดตั้งให้โดยเฉพาะ
- กลุ่ม Gen Y และ Gen Z ที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีแนวโน้มที่จะติดตั้งอุปกรณ์ Smart home ด้วยตนเอง มากกว่ากลุ่ม Gen อื่น โดยเป็นผลมาจากการเติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทำให้สามารถใช้งาน และมีความเข้าใจในระบบ Smart home

ค่าไฟฟ้าที่อยู่ในระดับสูงส่งผลให้การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ได้รับความสนใจ โดยส่วนใหญ่ตั้งงบประมาณสำหรับการติดตั้งไม่เกิน 1.5 แสนบาท

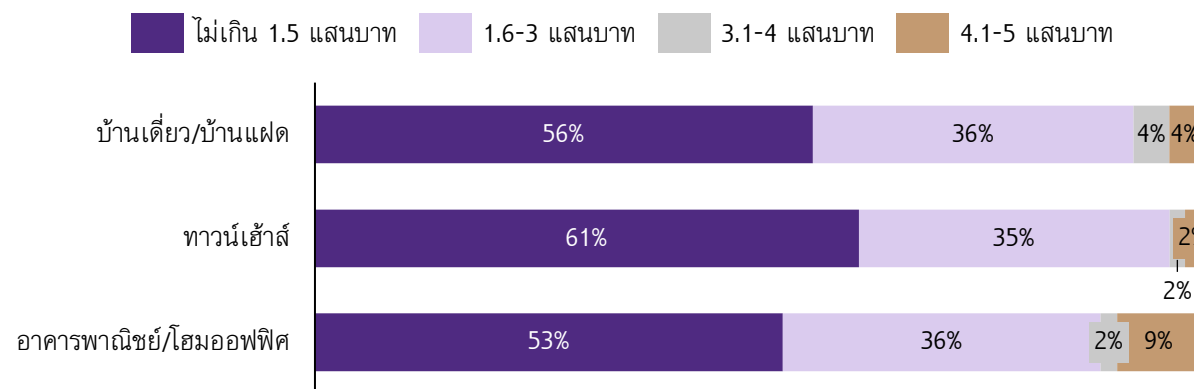
ค่าไฟฟ้าที่อยู่ในระดับสูงในปี 2024 ส่งผลให้ท่านสนใจการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์หรือไม่

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



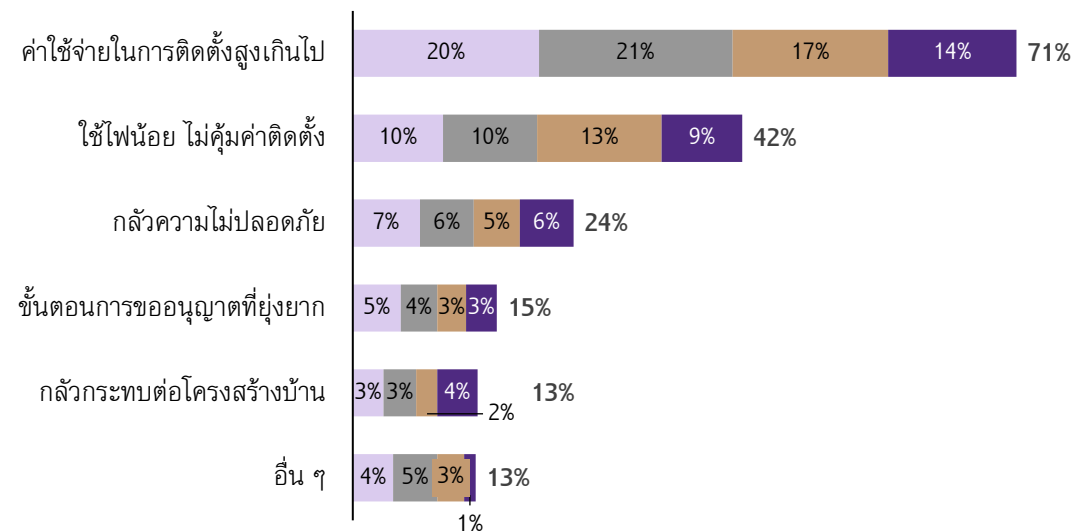
งบประมาณที่ท่านคาดว่าจะจ่ายเพื่อการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์อยู่ที่เท่าไร

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



เหตุผลใดที่ท่านไม่สนใจ/ไม่แน่ใจการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สนใจ/ไม่แน่ใจการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์



รายได้รวมต่อเดือนของครัวเรือน

ไม่เกิน 5 หมื่นบาท 5.1 หมื่น - 1 แสนบาท 1.1-2 แสนบาท มากกว่า 2 แสนบาทขึ้นไป

กลุ่มผู้ที่ยังไม่สนใจ/ไม่แน่ใจที่จะติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ส่วนใหญ่ยังมีความกังวลด้านค่าใช้จ่ายในการติดตั้งที่ค่อนข้างสูง และในกรณีที่มีปริมาณการใช้ไฟฟ้าในช่วงกลางวันไม่มาก รวมถึงค่าไฟฟ้าในแต่ละเดือนไม่ได้อยู่ในระดับสูง จึงยังมองว่าไม่คุ้มค่าที่จะลงทุนติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์

โอกาส
และภัยต่อธุรกิจ



โอกาส และภัยต่อภาคธุรกิจ



ตลาดสร้างบ้านเอง ยังได้แรงหนุน
จากบ้านระดับราคา 3 ล้านบาทขึ้นไป

- บ้านสร้างเองยังได้รับความนิยม โดยเฉพาะจากกลุ่มผู้ที่มีที่ดินเป็นของตนเองอยู่แล้ว ท่ามกลางภาวะราคาที่ดิน และราคาบ้านจัดสรรที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังตอบโจทย์กลุ่มผู้ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว และการต่อเติมขยายพื้นที่ได้อย่างสะดวก
- บ้านสร้างเองระดับราคามากกว่า 3 ล้านบาทขึ้นไป ได้รับความนิยมจากผู้ที่มีแผนสร้างบ้าน ซึ่งเป็นดีมานด์ที่มาจากผู้มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป นับเป็นโอกาสของบริษัทรับสร้างบ้าน และผู้รับเหมาก่อสร้าง ที่ยังสามารถให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการสร้างบ้านในกลุ่มนี้ ท่ามกลางภาวะที่ดีมานด์บ้านสร้างเองที่มาจากผู้มีรายได้ระดับปานกลางลงมาที่ยังชบเซา



ตลาดซ่อมแซม/ต่อเติม เป็นการซ่อมแซม
ตามความจำเป็นเป็นหลัก

- การปรับปรุง ซ่อมแซมบ้าน ยังเป็นไปตามความจำเป็นพื้นฐาน โดยส่วนใหญ่มีสาเหตุจากที่อยู่อาศัยในปัจจุบันทรุดโทรมตามอายุการใช้งาน สะท้อนได้จากการใช้จ่ายตามความจำเป็นในช่วงที่ยังเผชิญแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ยังถือเป็นโอกาสของผู้รับเหมาก่อสร้าง และช่างในการให้บริการในกลุ่มงานทาสีใหม่ เปลี่ยนพื้น เปลี่ยนหลังคา ซึ่งได้รับความนิยมในแผนปรับปรุง ซ่อมแซมมากที่สุด
- อย่างไรก็ดี ผู้ที่มีแผนจะปรับปรุงบ้าน ซึ่งเป็นความต้องการปรับปรุงที่มากกว่าความจำเป็นพื้นฐาน เช่น เพิ่มพื้นที่ใช้สอย เปลี่ยนรูปแบบบ้านให้ถูกใจ รวมถึงเพื่อตอบสนองการใช้งานเฉพาะ เช่น พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง เด็ก ผู้สูงอายุ ปรับปรุงเป็นพื้นที่ทำงาน หรือพื้นที่เอนกประสงค์อื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้มีกำลังซื้อ และมีการตั้งงบประมาณไว้ระดับสูง สะท้อนว่ายังมีกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายในด้านนี้ ซึ่งจะเป็นโอกาสของผู้รับเหมาก่อสร้างในการเป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด โดยผู้รับเหมาก่อสร้างอาจนำเสนอแนวทางการต่อเติม และการปรับรูปแบบบ้านที่ตรงใจลูกค้า มีตัวอย่างรูปแบบงานให้เลือกอย่างหลากหลาย รวมถึงการสร้าง Portfolio ผลงานที่ผ่านมาเพื่อช่วยในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าที่เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อปรับปรุงที่อยู่อาศัยได้

โอกาส และภัยต่อภาคธุรกิจ



กลุ่มช่าง และผู้รับเหมาสร้างบ้าน
ยังมีโอกาสสร้างรายได้จากความต้องการ
สร้างบ้านในพื้นที่ต่าง ๆ

- ความต้องการสร้างบ้านเองในกรุงเทพฯ ซึ่งมีสัดส่วนของกลุ่มระดับราคา 5 ล้านบาทขึ้นไป สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ ยังเป็นโอกาสของบริษัทรับสร้างบ้านรายใหญ่ ประกอบกับข้อจำกัดในการสร้างที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ ทั้งพื้นที่ที่จำกัด และมีความเสี่ยงที่จะกระทบกับอาคารข้างเคียง ส่งผลให้บริษัทรับสร้างบ้านรายใหญ่ซึ่งมีความพร้อม ทั้งอุปกรณ์ เครื่องจักร และแรงงานที่เชี่ยวชาญมีความได้เปรียบในการเป็นผู้รับเหมาสร้างบ้าน อย่างไรก็ตาม ขนาดตลาดที่ขยายตัวได้จำกัด ส่งผลให้การแข่งขันมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัทรับสร้างบ้านรายใหญ่
- สำหรับบริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมา ที่ให้บริการทั้งงานโครงสร้างและตกแต่งภายใน ยังมีโอกาสในการรับสร้างบ้านในปริมาณที่ระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท ที่ตลาดยังมีโอกาสขยายตัว จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะด้านการคมนาคม ไปยังพื้นที่รอบนอกเมือง ซึ่งจะเป็นปัจจัยหนุนต่อการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ประกอบกับราคาที่ดินในปริมาณที่ยังต่ำกว่าเมื่อเทียบกับราคาที่ดินในเขตกรุงเทพฯ
- ความต้องการสร้างบ้านเองในต่างจังหวัด ที่ระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท นับเป็นโอกาสของบริษัทรับสร้างบ้าน/ผู้รับเหมา ที่ให้บริการทั้งงานโครงสร้างและตกแต่งภายใน รวมถึงผู้รับเหมาในท้องถิ่น โดยเฉพาะบ้านสร้างเองระดับราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท จะเป็นโอกาสของผู้รับเหมาในท้องถิ่นที่มีความสะดวกในการติดต่อ ความสามารถในการต่อรองราคา รวมถึงมีความสามารถในการรับงานที่สอดคล้องกับงบประมาณการสร้างบ้าน
- SCB EIC มองว่า มาตรการกระตุ้นอสังหาฯ ในส่วนของการลดหย่อนภาษีสำหรับการปลูกสร้างบ้านจะมีส่วนกระตุ้นกิจกรรมการก่อสร้างบ้านจากผู้ที่มีแผนจะสร้างบ้าน หรือมีที่ดินเป็นของตนเองอยู่แล้ว ให้เกิดการตัดสินใจสร้างบ้านภายในปี 2025 โดย วันที่ 9 เมษายน 2024 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ 2024 โดยมีมาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับผู้ที่ต้องการปลูกสร้างบ้าน กำหนดให้บุคคลธรรมดาหักลดหย่อนค่าจ้างก่อสร้างบ้านให้แก่ผู้รับจ้าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับการจ่ายค่าจ้างตามสัญญาจ้างตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน 2024 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2025 โดยให้หักลดหย่อนภาษีได้ 10,000 บาทต่อทุกจำนวนค่าก่อสร้าง 1 ล้านบาท ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่รวมกันแล้วไม่เกิน 100,000 บาท เฉพาะค่าจ้างก่อสร้างบ้านไม่เกิน 1 หลัง ในปีภาษีที่ก่อสร้างบ้านเสร็จตามสัญญาจ้างที่ได้กระทำขึ้น และเริ่มดำเนินการก่อสร้างตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน 2024 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2025 ซึ่งผู้ที่สร้างบ้านจะสามารถนำค่าใช้จ่ายไปลดหย่อนภาษีได้ ส่งผลดีต่อธุรกิจรับสร้างบ้าน และผู้รับเหมาก่อสร้าง SMEs ที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งจะเป็นตัวเลือกในการรับเหมาก่อสร้างบ้าน

โอกาส และภัยต่อภาคธุรกิจ



การส่งมอบงานที่มีคุณภาพ และราคาที่แข่งขันได้ จะเพิ่มโอกาสในการรับงานครั้งต่อไป ให้กับกลุ่มช่าง และผู้รับเหมา



บริษัทตรวจรับบ้าน มีโอกาสขยายฐานลูกค้า

- ผู้ที่มีแผนปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติมที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญกับคุณภาพของงานปรับปรุง ซ่อมแซม หรือต่อเติม ที่จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการอยู่อาศัย และสร้างภาระค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมเพิ่มเติมอีกในระยะยาว ดังนั้น ความรู้ และความสามารถของช่าง หรือผู้รับเหมา ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการ
- นอกจากนี้ ในยุคที่ผู้บริโภคยังเผชิญแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นภาระหนี้ และค่าใช้จ่ายที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้งบประมาณมีจำกัด ดังนั้น การกำหนดราคาที่แข่งขันได้ การเข้าใจความต้องการและข้อจำกัดของลูกค้า รวมถึงการหา Solution ที่ตอบโจทย์ลูกค้า จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ช่าง หรือผู้รับเหมาจำเป็นต้องบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาอัตรากำไร และสภาพคล่องของกิจการ รวมถึงสามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนด และมีคุณภาพ ซึ่งจะสร้างความน่าเชื่อถือ และเพิ่มโอกาสในการรับงานครั้งต่อไป
- ความเชื่อมั่นและคำแนะนำจากผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่าง หรือผู้รับเหมา ขณะเดียวกันช่าง หรือผู้รับเหมา จำเป็นต้องขยายช่องทางการทำการตลาด ทั้งช่องทางออฟไลน์ และออนไลน์ โดยพบว่าการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องยังเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม รวมถึงช่องทางออนไลน์ อย่างเว็บไซต์ ที่เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมจากหลายช่วงวัยมากขึ้น รวมถึงการทำการตลาดผ่าน Social media และ Influencer เพื่อเจาะกลุ่ม Gen Y และ Gen Z โดยเฉพาะ
- การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้รับเหมา และผู้ประกอบการจัดตั้งแพคเกจโซลาร์เซลล์ เพื่อนำเสนอการติดตั้งแพคเกจโซลาร์เซลล์พร้อมกับการสร้างบ้าน ประกอบกับการมีบริการประเมินความคุ้มค่าในการติดตั้งแพคเกจโซลาร์เซลล์ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถให้บริการได้อย่างครบวงจรมากขึ้น จากค่าไฟฟ้าที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจที่จะติดตั้งแพคเกจโซลาร์เซลล์มากขึ้น แต่ผู้บริโภคบางส่วนยังมีความไม่แน่ใจ โดยเฉพาะประเด็นด้านค่าใช้จ่าย และความคุ้มค่าของการติดตั้งแพคเกจโซลาร์เซลล์
- ความสนใจใช้บริการตรวจรับบ้านที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับบ้านสร้างเองราคามากกว่า 3 ล้านบาทขึ้นไป ที่ได้รับความสนใจในการสร้างมากขึ้นในปี นี้ จะเป็นโอกาสของบริษัทตรวจรับบ้านในการขยายฐานลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ นอกจากนี้ บริษัทตรวจรับบ้านอาจขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Gen Y และ Gen Z โดยเฉพาะการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มดังกล่าวได้ในวงกว้าง รวมถึงการนำเสนอแพคเกจบริการตรวจรับบ้านที่หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของบ้านระดับราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท ก็จะเป็นทางเลือกในการขยายตลาดผู้ให้บริการตรวจรับบ้านได้มากขึ้น

โอกาส และนัยต่อภาคธุรกิจ

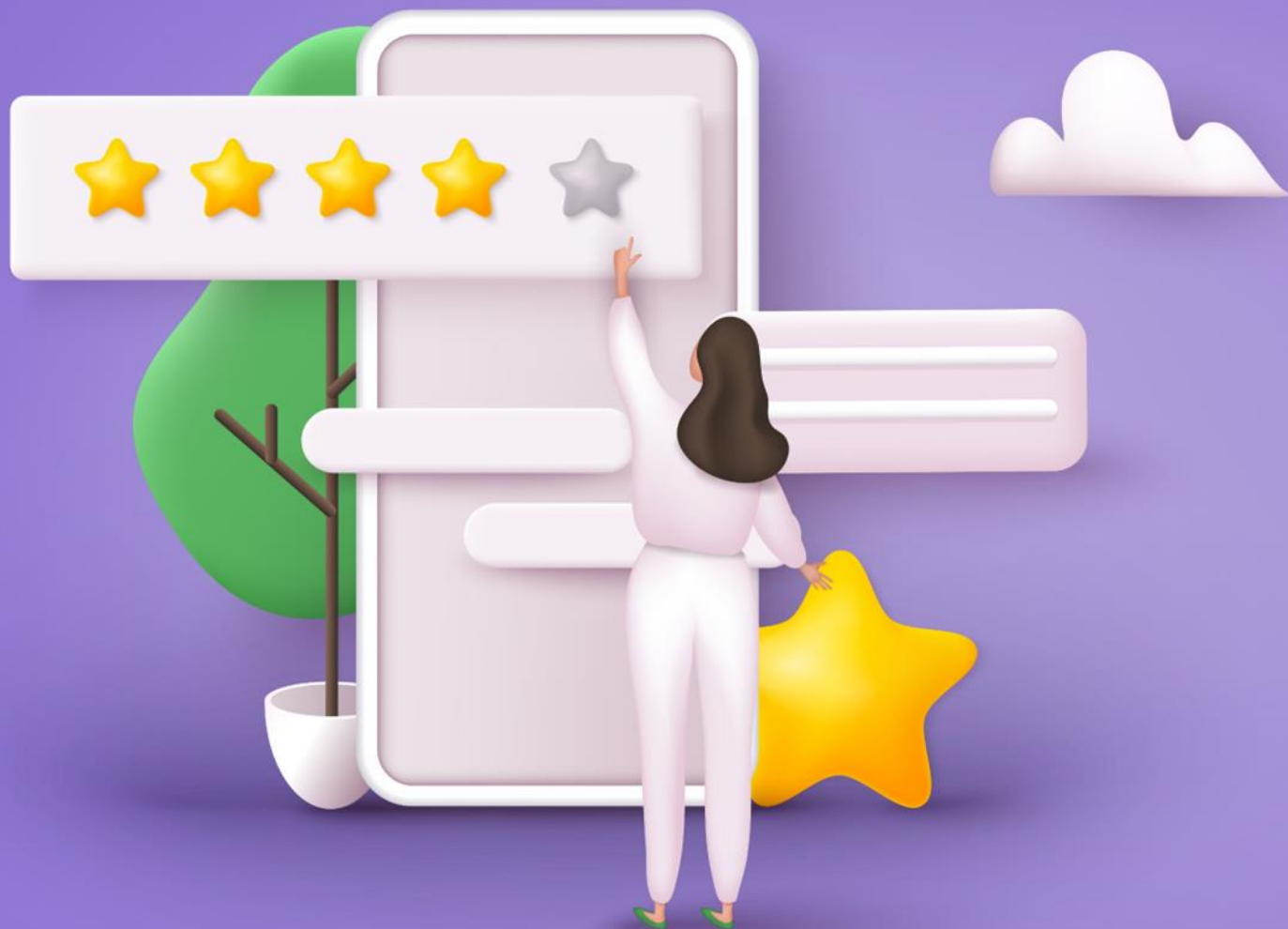


กลุ่มผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ควรนำเสนอ
ความหลากหลายของสินค้าจัดโปรโมชัน
รวมถึงเน้นบริการจัดส่ง และติดตั้ง



กลุ่มผู้ให้บริการระบบ Smart home
ยังมีโอกาส โดยเฉพาะระบบความปลอดภัย

- ร้านค้าจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศยังได้รับความนิยมในการซื้อวัสดุก่อสร้าง ซึ่งการขยายสาขาของผู้ประกอบการ ส่งผลให้ผู้ซื้อวัสดุก่อสร้างมีทางเลือกในการซื้อสินค้าได้มากขึ้น โดยนอกจากการนำเสนอความหลากหลายของสินค้าและการจัดโปรโมชันแล้ว ผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับบริการหลังการขาย โดยเฉพาะบริการจัดส่ง และติดตั้ง ที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างมากขึ้น โดยบริการจัดส่ง และติดตั้ง อาจจะมีคามยืดหยุ่นมากขึ้นไปตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้อย่างครบวงจร นอกจากนี้ การเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ยังได้รับความนิยมในกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำเสนอสินค้า สร้างประสบการณ์ในการซื้อ การโฆษณา รวมถึงการจัดโปรโมชัน บริการหลังการขาย ผ่านทั้งช่องทางออฟไลน์ และออนไลน์ควบคู่กันไปอย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- ผู้ที่มีแผนสร้างบ้านเอง และซ่อมแซม ต่อเติมบ้านส่วนใหญ่สนใจเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณสมบัติพิเศษ ทั้งประหยัดพลังงาน หรือช่วยลดความร้อนให้กับตัวบ้าน เช่น กระเบื้องมุงหลังคา สีทาภายนอกสะท้อนความร้อน วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสุขภาพ ทั้งคน และสัตว์เลี้ยง รวมถึงวัสดุก่อสร้างที่รักษ์โลก เช่น มาจากกระบวนการรีไซเคิล โดยส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เกิน 5% โดยการสื่อสารให้เห็นข้อดีของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เช่น ช่วยลดค่าใช้จ่าย ไม่ทำลายสุขภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความคุ้มค่าในระยะยาว จะหนุนให้เกิดความสนใจซื้อ และยินดีจ่ายเงินเพิ่มมากขึ้น
- ผู้ให้บริการระบบ Smart home รายใหญ่ที่สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร ครอบคลุมทุกฟังก์ชันภายในบ้าน จะสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ โดยการรวบรวมจุดควบคุมระบบ Smart home ไว้บนแพลตฟอร์มเดียว จะอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รวมถึงการให้บริการตรวจสอบดูแลตั้งแต่ขั้นตอนการติดตั้ง การใช้งาน ไปจนถึงบริการหลังการขาย อย่างการรับประกันสินค้าและงานติดตั้ง การซ่อมบำรุงระบบและตัวสินค้า รวมถึงการติดต่อสอบถามได้ตลอด 24 ชั่วโมง จะหนุนให้เกิดการใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง
- ผู้ให้บริการระบบ Smart home รายกลางและเล็ก ยังมีโอกาสสำหรับการให้บริการระบบ Smart home เฉพาะด้าน โดยเฉพาะระบบที่ได้รับความนิยมอย่างระบบความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิด ระบบตรวจจับความเคลื่อนไหว นอกจากนี้ ระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกก็ได้รับความนิยมมากขึ้น เช่น ระบบรดน้ำต้นไม้อัตโนมัติที่เหมาะสมกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับพื้นที่สีเขียว แต่ไม่มีเวลา หรือไม่อยู่บ้านหลายวัน



ท่านพึงพอใจต่อบทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

ร่วมตอบแบบสอบถาม 6 ข้อ
เพื่อนำไปพัฒนามาตรวิเคราะห์ของ
SCB EIC ต่อไป

คลิกเพื่อทำ
แบบสอบถาม

SCB EIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



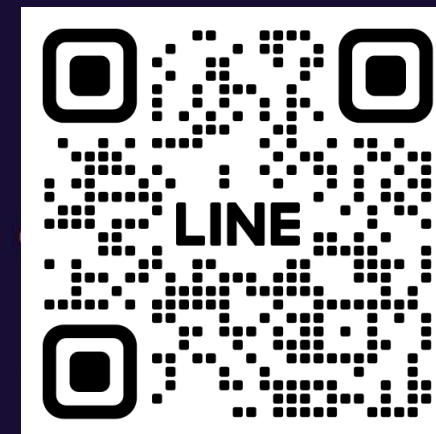
INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

■ WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

■ LINE OFFICIAL ACCOUNT



SCB  EIC