



Residential Market **Outlook** (2020-2021):

ปรับตัวให้พร้อมกับการพฤติกรรมผู้บริโภค
ในยุค New Normal

July 2020



Section 1

แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัย
ปี 2020-2021:
ผลกระทบจากโควิด-19

- Demand
- Supply
- Outlook



Section 2



แนวทางการปรับตัว
ผู้ประกอบการผู้บริโภคร
ในยุค New Normal

แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัย
ปี 2020 - 2021



Loading...
ผลกระทบจากโควิด-19

ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคลดลงจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

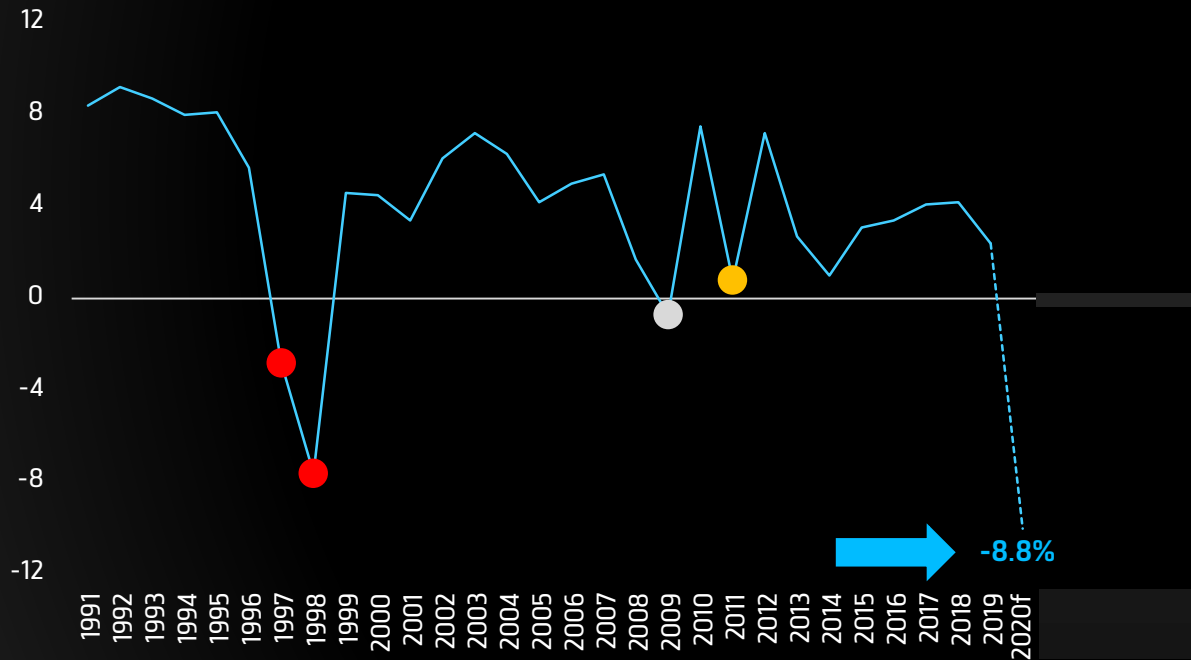
Demand

ที่ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มหดตัวอย่างรุนแรง (Deep Recession)

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มหดตัวอย่างรุนแรง (Deep Recession) ที่ 8.8% ในปี 2020

● วิกฤตปี 1997 ● วิกฤตการเงินโลก (Subprime) ● มหาอุทกภัย

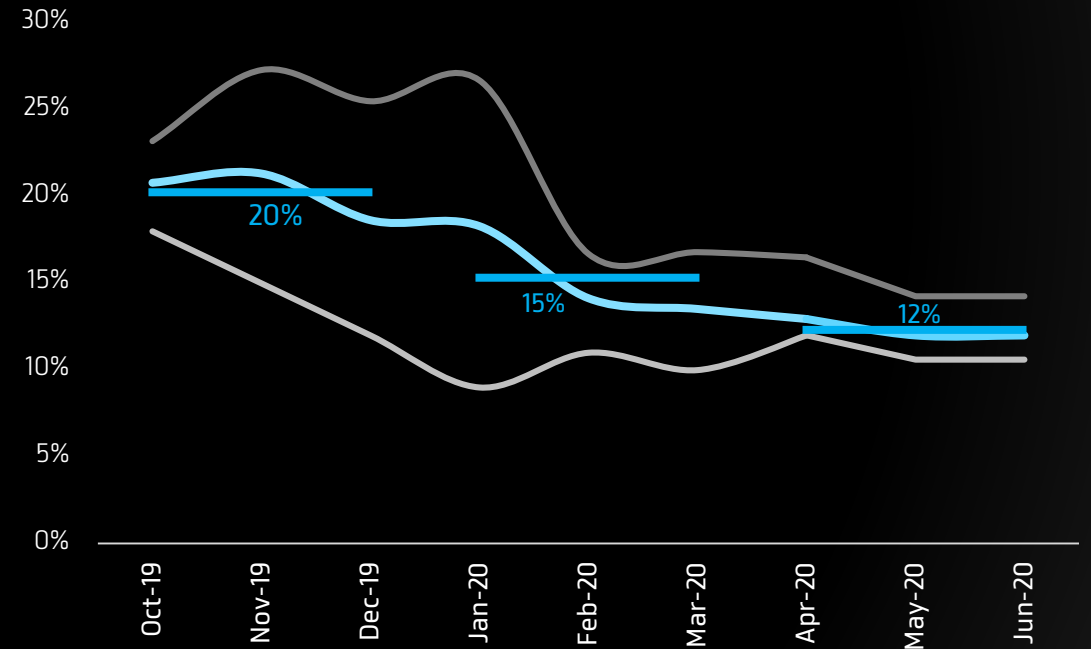
หน่วย: Real GDP (%YoY)



สภาพเศรษฐกิจที่หดตัว ประกอบกับมาตรการ Lockdown ทำให้ยอด Pre-sale ที่อยู่อาศัยเปิดใหม่อยู่ในทิศทางลดลง

● คอนโดมิเนียม ● บ้านจัดสรร ● ที่อยู่อาศัยทั้งหมด ● ค่าเฉลี่ย 3 เดือนของที่อยู่อาศัยทั้งหมด

หน่วย: ยอด Pre-sale (% ของที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ทั้งหมด)



80% ของผู้บริโภคที่ได้รับผลจากโควิด-19 จะเลื่อนการซื้อที่อยู่อาศัยอย่างไม่มีกำหนด

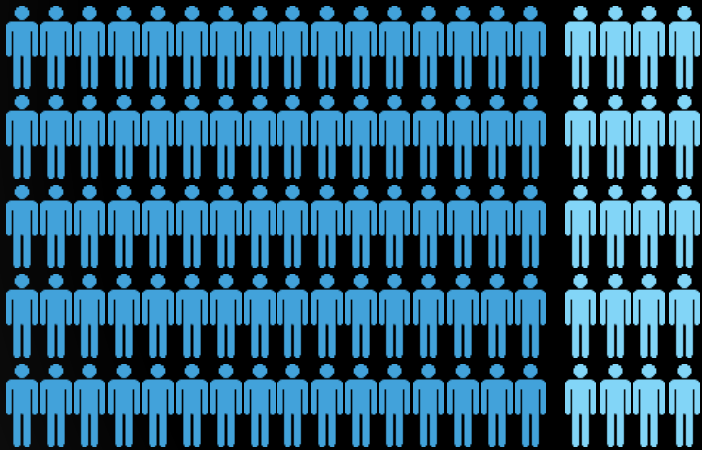
เนื่องจากต้องสำรองเงินไว้ และยังมองว่าการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในเวลานี้ให้ผลตอบแทนไม่มากพอ

ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจ
เลื่อนการซื้อที่อยู่อาศัยออกไปอย่างไม่มีกำหนด

หน่วย: % ของกลุ่มตัวอย่างที่ความตั้งใจซื้อที่อยู่อาศัยได้รับผลกระทบจากโควิด-19

80% ของผู้บริโภค

ตัดสินใจเลื่อนการซื้ออสังหาริมทรัพย์ อย่างไม่มีกำหนด



20% ของผู้บริโภค เลื่อนการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ออกไป ~1 ปี

การสำรวจของ Wunderman Thompson พบว่าผู้บริโภคในแต่ละ
กลุ่มรายได้มีเหตุผลของการเลื่อนการซื้อที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน

อะไรคือสาเหตุ?

ที่ทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ลดลง

ผู้บริโภคที่มีรายได้
<40,000

บาท/เดือน
ต้องสำรองเงินไว้ใช้กับ
สินค้าที่มีความจำเป็น
ต่อการดำรงชีวิต



กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้
>40,000

บาท/เดือน
มองว่าการลงทุน
กับอสังหาริมทรัพย์ในเวลานี้
ให้ผลตอบแทนไม่ดีนัก



รายได้
40,000
บาทต่อเดือน

0 20,000 60,000 80,000

ยอด Pre-sale กลุ่ม Economy (< 3 ลบ.) และ Middle (3-10 ลบ.) ลดลงมาก

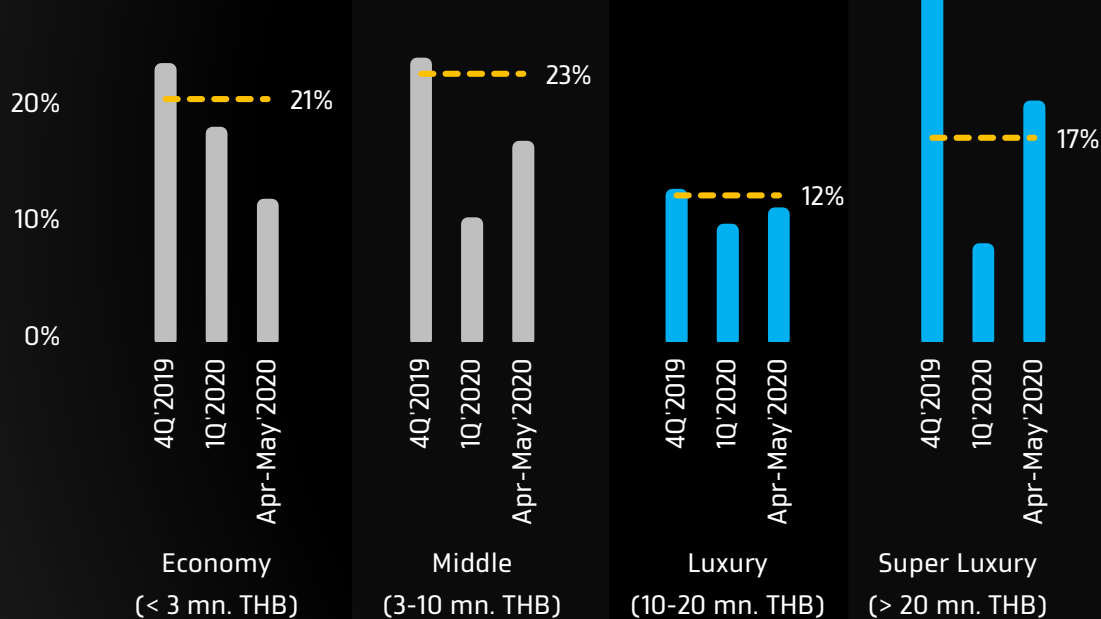
Demand

เนื่องจาก ผู้บริโภคที่เหมาะสมกับที่อยู่อาศัยในกลุ่มนี้ มีอาชีพที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ในสัดส่วนที่สูง

ยอด Pre-sale ที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ในกลุ่ม Economy และ Middle ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

● % Pre-sale ● 1 Yr. Avg.

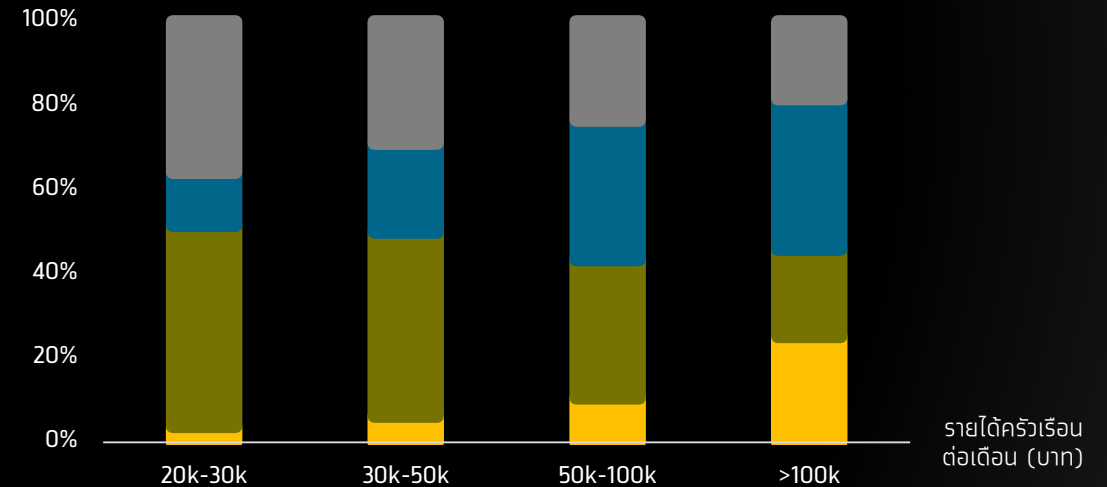
หน่วย: ยอด Pre-sale (% ของที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ทั้งหมด)
30%



ครัวเรือนรายได้ < 1 แสนบาท/เดือน มีอาชีพที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ในค่อนข้างมาก และยังมีอาชีพข้าราชการค่อนข้างน้อย

● นายจ้าง ● จ้างงานตัวเอง ● ข้าราชการ ● ลูกจ้างเอกชน
รายได้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 มาก ได้รับผลกระทบน้อย

หน่วย: % ของอาชีพของหัวหน้าครัวเรือน



หมายเหตุ: 1) อาชีพจ้างงานตัวเอง คือกลุ่มผู้ทำธุรกิจแบบไม่มีลูกจ้างและฟรีแลนซ์ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจรวมกับกลุ่มข้าราชการ

อย่างไรก็ดี พบว่าโครงการที่อยู่อาศัยในบาง Segment ยังได้รับผลตอบแทนที่ดีจากผู้บริโภคอยู่

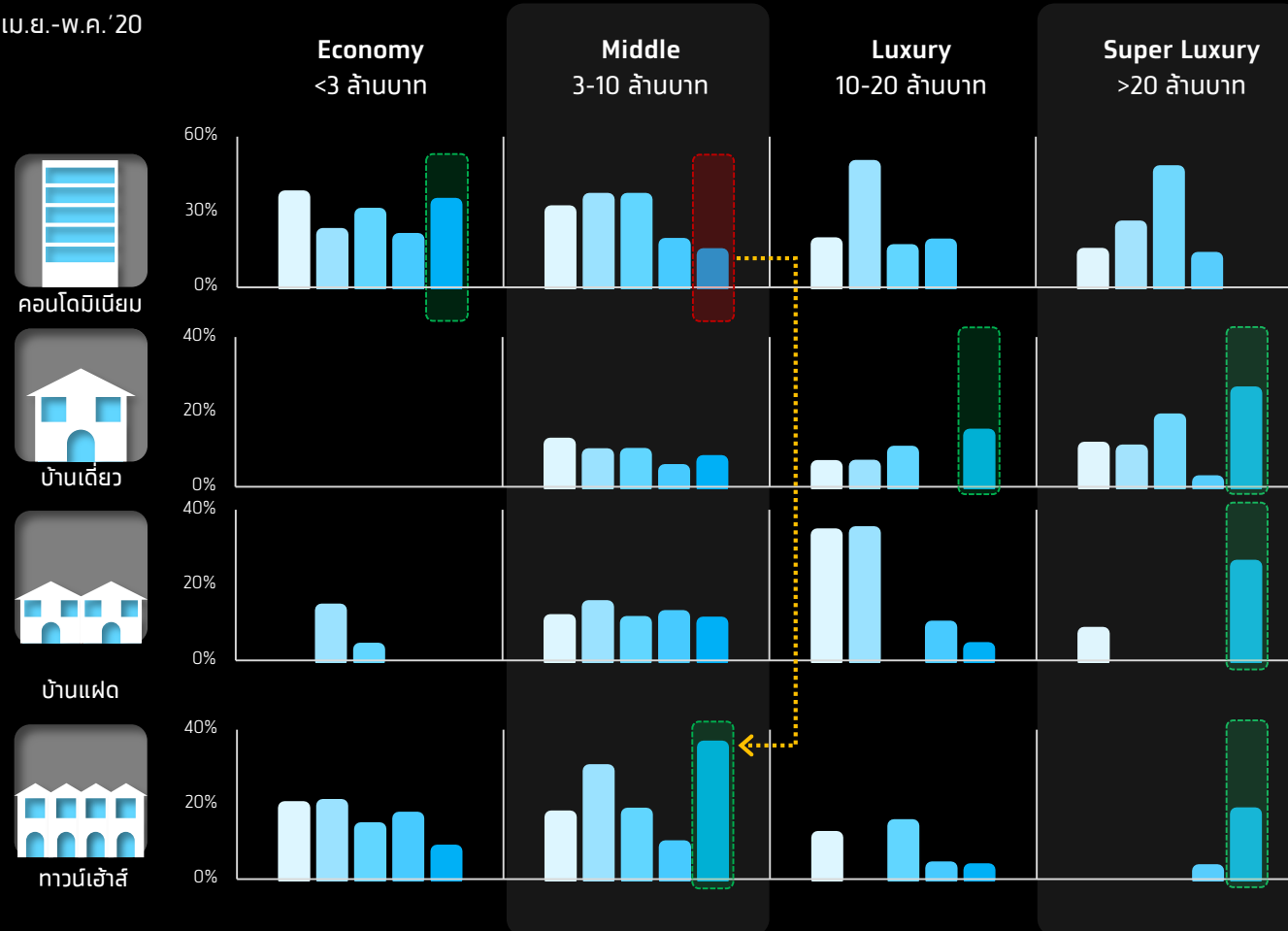
Demand

อาทิ คอนโดฯ ต่ำกว่า 3 ลบ. ทาวน์เฮ้าส์ 3-10 ลบ. และบ้านจัดสรรกลุ่ม Luxury-Super Luxury

ยอด Pre-sale ที่อยู่อาศัยเปิดใหม่แบ่งตามประเภท และระดับราคาของที่อยู่อาศัย

หน่วย: ยอด Pre-sale (% ของที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ทั้งหมด)

● 2Q'19 ● 3Q'19 ● 4Q'19 ● 1Q'20 ● เม.ย.-พ.ค.'20

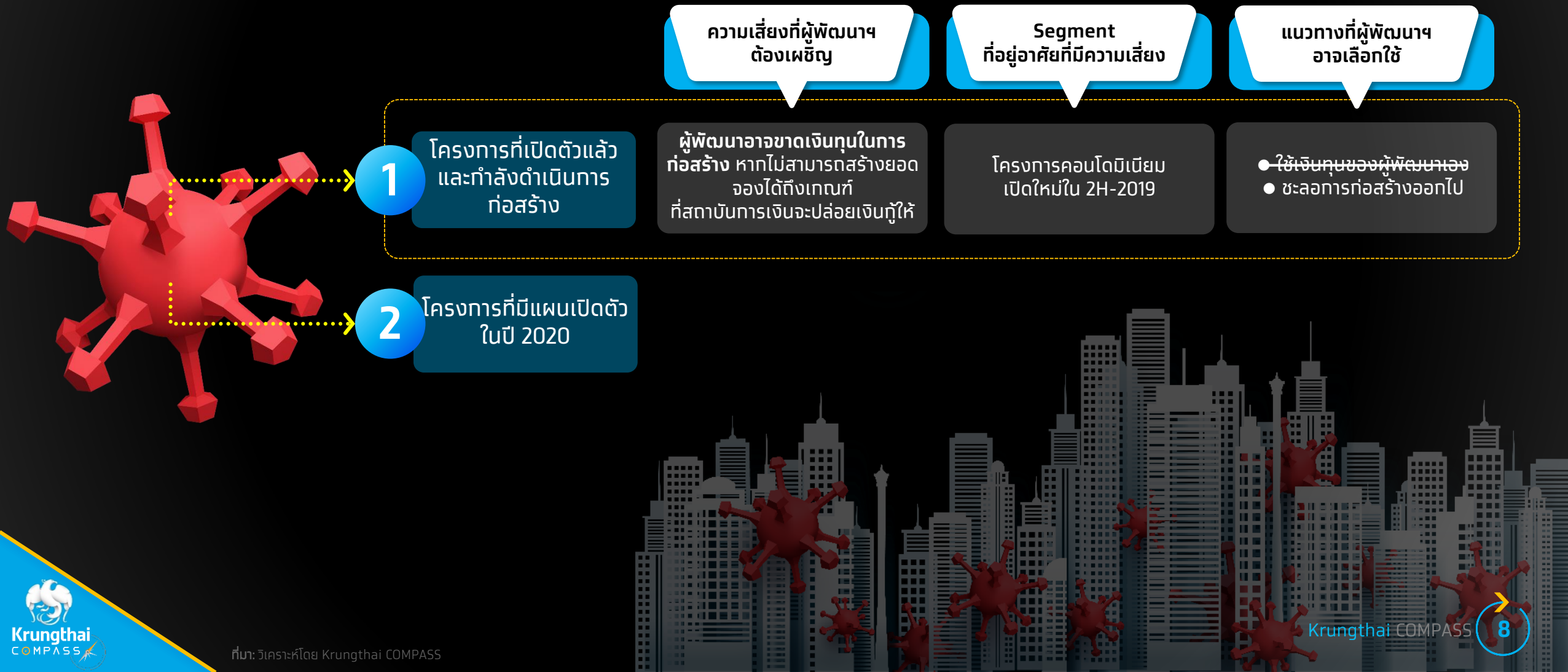


ความต้องการซื้อที่ลดลงจากโควิด-19 ยังส่งผลกระทบต่ออุปทานตลาดที่อยู่อาศัย

Supply

โดยเฉพาะคอนโดฯ ที่เปิดตัวใหม่ใน 2H-2019 เป็นกลุ่มหลัก ที่มีความเสี่ยงต้องชะลอการก่อสร้างออกไป

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุปทานของตลาดที่อยู่อาศัยได้ 2 กรณี



คอนโดฯ เปิดตัวใน 2H-2019 ส่วนใหญ่คือ Segment < 100,000 บาท/ตร.ม. ในรอบตัวเมือง

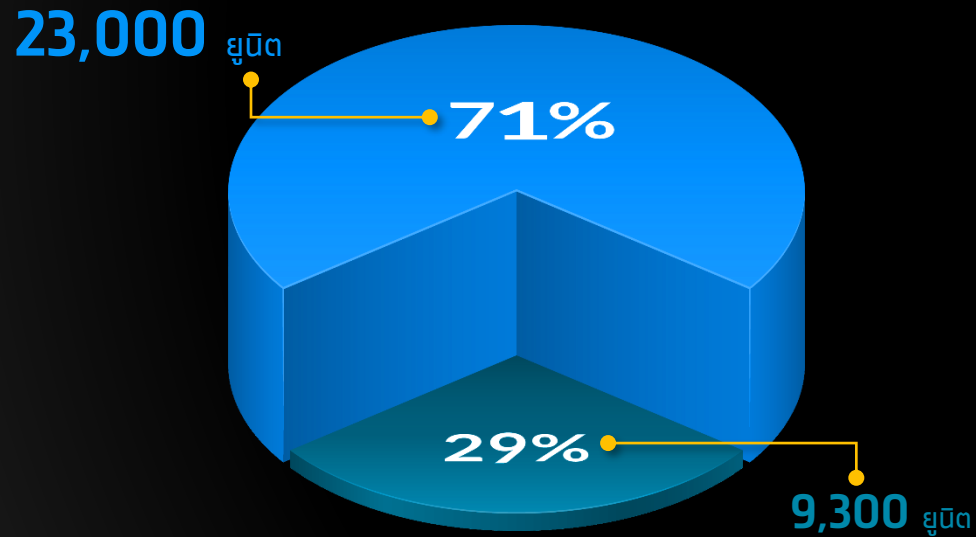
Supply

เช่น บางนา-สมุทรปราการ ธนบุรี และรัชดา-ลาดพร้าว เป็นต้น

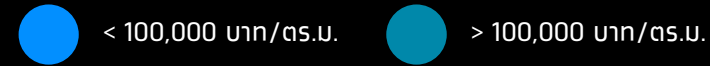
คอนโดมิเนียมราคาต่ำกว่า 100,000 บาท/ตร.ม. คือ Segment ที่ถูกพัฒนามากที่สุดใน 2H-2019



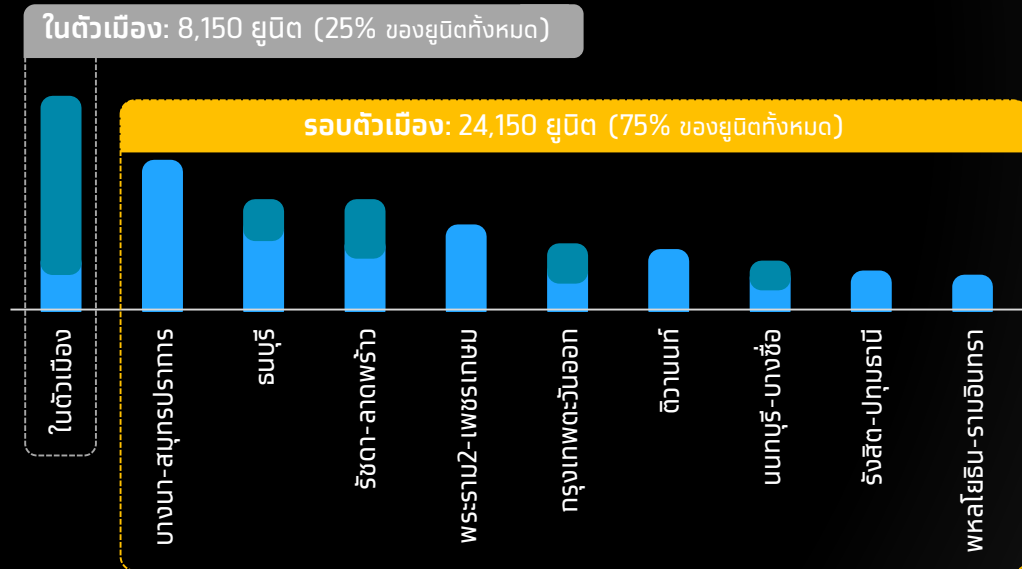
หน่วย: % ของยูนิตที่อยู่อาศัยที่เปิดตัวทั้งหมดใน 2H-2019



75% ของคอนโดมิเนียมถูกพัฒนาใน 2H-2019 มีการเปิดตัวในทำเลรอบตัวเมืองเป็นหลัก



หน่วย: % ของยูนิตที่อยู่อาศัยที่เปิดตัวทั้งหมดใน 2H-2019

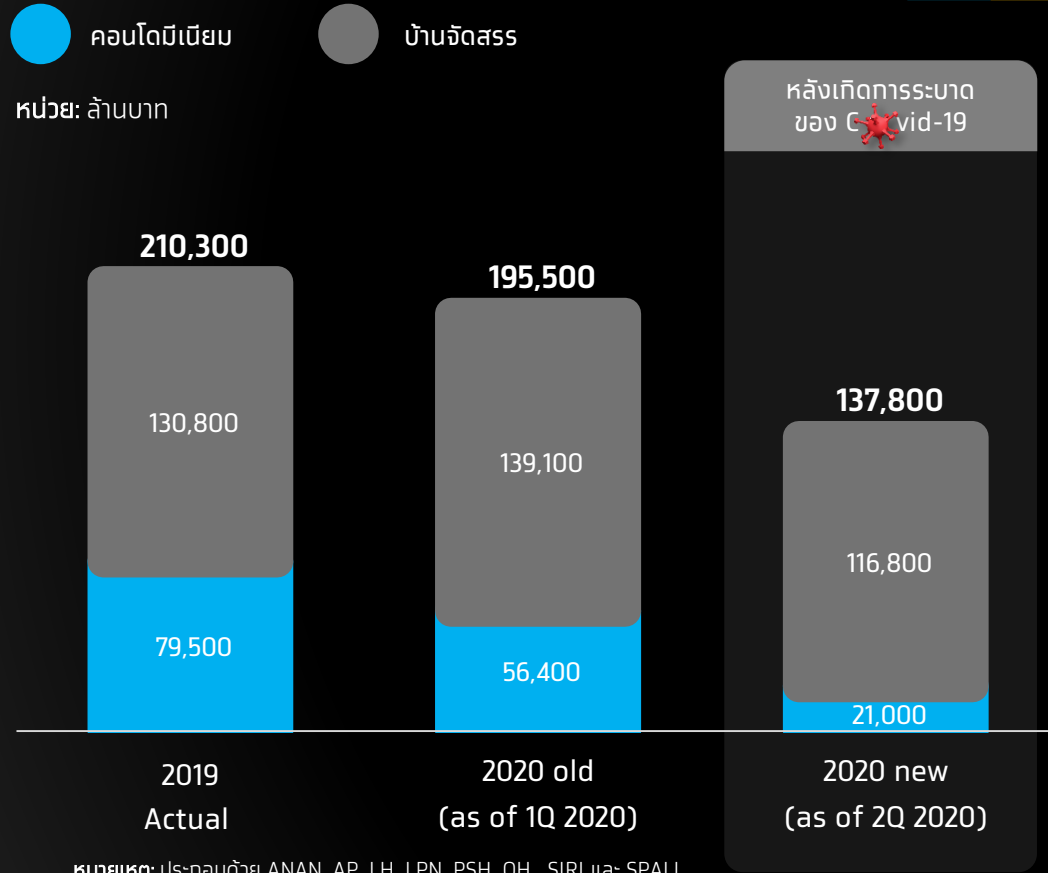


นอกจากนี้ ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ได้ตัดสินใจเลื่อนการเปิดโครงการใหม่ออกไป

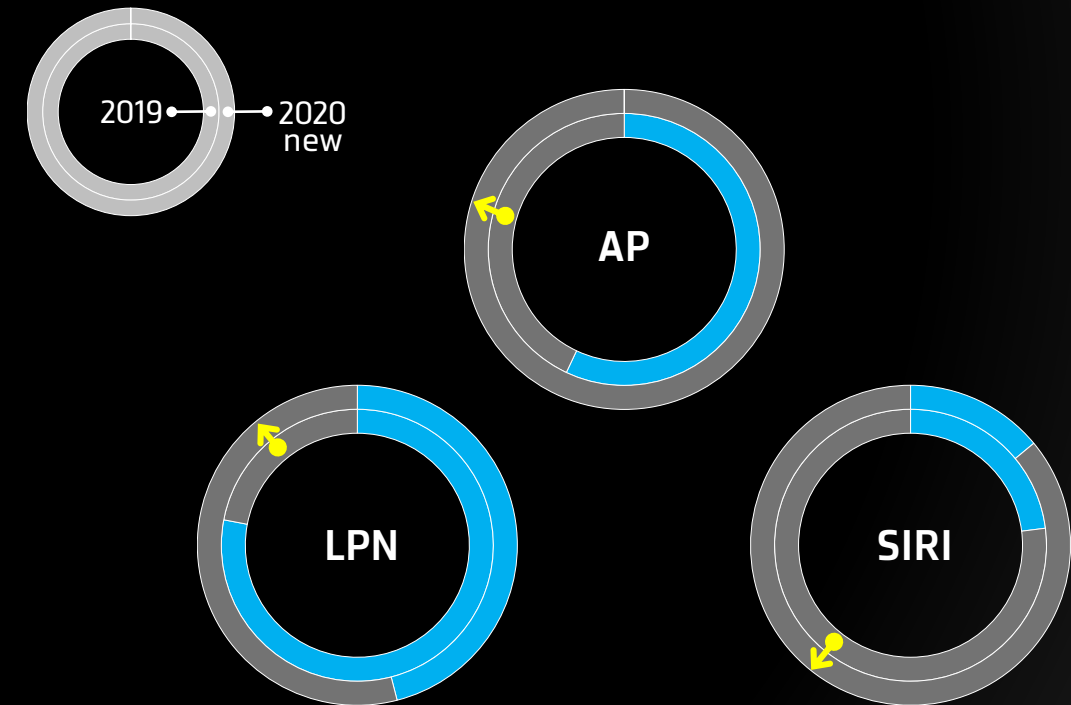
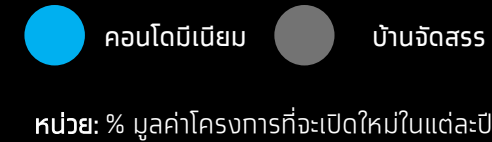
Supply

โดย ยังคงให้ความสำคัญกับตลาดบ้านจัดสรรมากกว่าคอนโดมิเนียม

ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างปรับแผน และเลื่อนการเปิดโครงการใหม่ออกไป แต่ในภาพรวมยังคงเน้นไปที่ตลาดบ้านจัดสรร เป็นหลัก



ตัวอย่างของผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของไทยที่หันมาจับตลาดบ้านจัดสรรกันมากขึ้นในปี 2020



หมายเหตุ: ประกอบด้วย ANAN, AP, LH, LPN, PSH, QH, SIRI และ SPALI
ที่มา: ข้อมูลจาก Analyst Meeting ของแต่ละบริษัท, วิเคราะห์โดย Krunghthai COMPASS

ที่มา: ข้อมูลจาก Analyst Meeting ประจำไตรมาสที่ 1/2020 ของ AP, LPN และ SIRI

Krunghthai COMPASS

10

Krungthai COMPASS คาดทั้งปี 2020 จะมีที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ 72,000 ยูนิต ลดตัว 40%

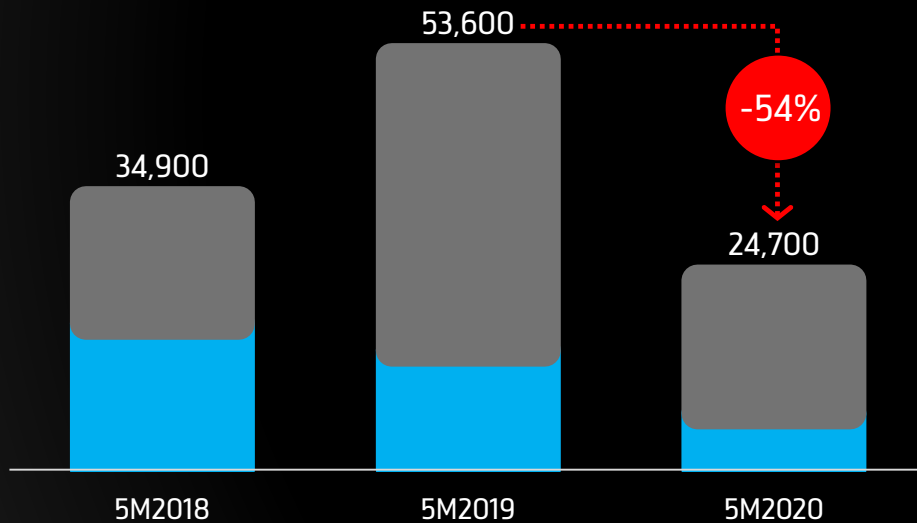
Outlook

โดยมีแรงกดดันหลักจากการที่ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เลื่อนแผนเปิดตัวโครงการใหม่ออกไป

จำนวนยูนิตที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (BMR) ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2020 ลดตัว 54% YoY

● คอนโดมิเนียม ● บ้านจัดสรร

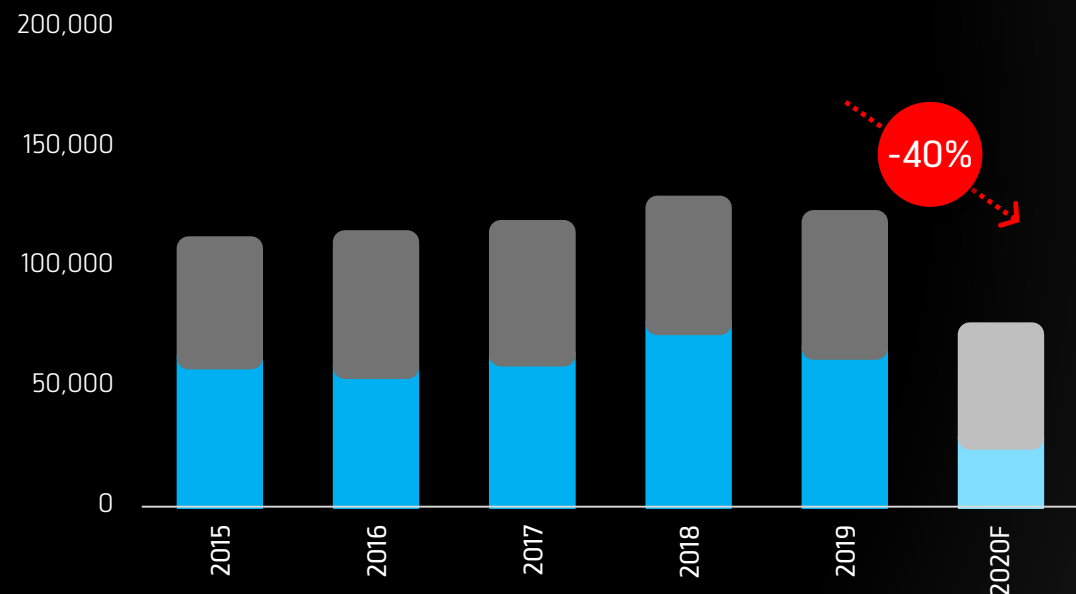
หน่วย: ยูนิต



คาดจำนวนที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ใน BMR สำหรับทั้งปี 2020 จะอยู่ที่ประมาณ 72,000 ยูนิต ลดตัวเกือบ 40% จากปีที่ผ่านมา

● คอนโดมิเนียม ● บ้านจัดสรร

หน่วย: ยูนิต



ความต้องการซื้อที่ถูกบันทึกบนลง จะทำให้มูลค่าโอนที่อยู่อาศัยในปี 2020 ตีลบ 27%

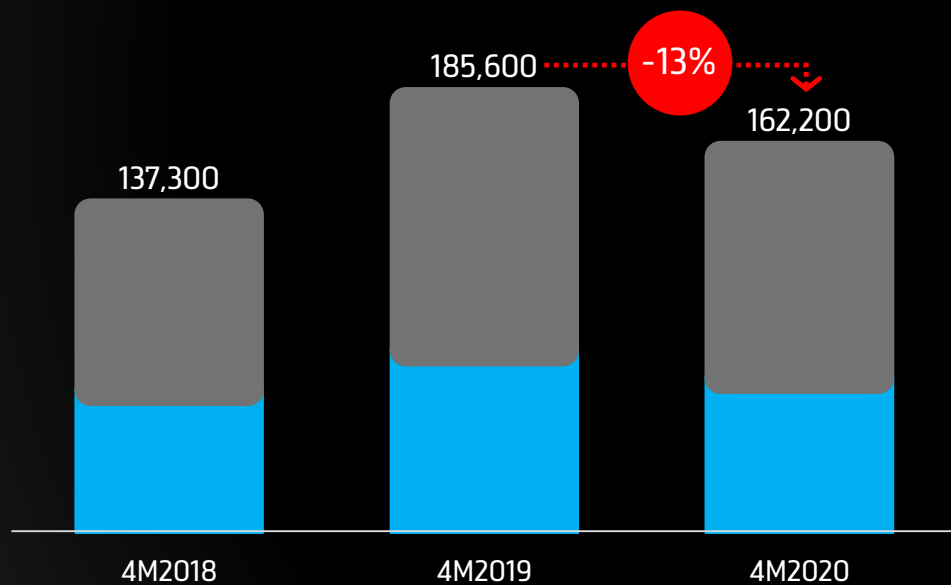
Outlook

หรือมีมูลค่าเท่ากับ 4.2 แสนล้านบาท แบ่งเป็นยอดโอนคอนโดมิเนียมที่ตีลบ 30% และบ้านจัดสรรที่ตีลบ 24%

มูลค่าโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยใน BMR สำหรับช่วง 4 เดือนแรกของปี 2020 หดตัวแล้วเกือบ 13%YoY

● คอนโดมิเนียม ● บ้านจัดสรร

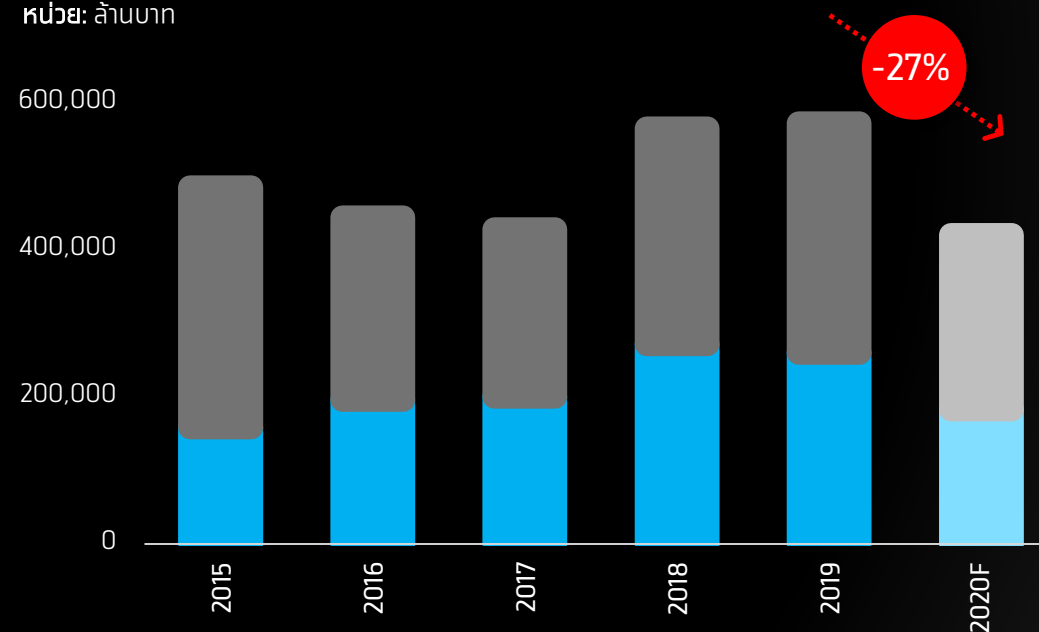
หน่วย: ล้านบาท



คาดว่าทั้งปี 2020 มูลค่าโอนกรรมสิทธิ์มีแนวโน้มหดตัว 27% แบ่งเป็นคอนโดมิเนียมที่ตีลบ 30% และบ้านจัดสรรตีลบ 24%

● คอนโดมิเนียม ● บ้านจัดสรร

หน่วย: ล้านบาท



สต็อกการขายสะสม ณ สิ้นปี 2020 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 5% มาอยู่ที่ 185,000 ยูนิต

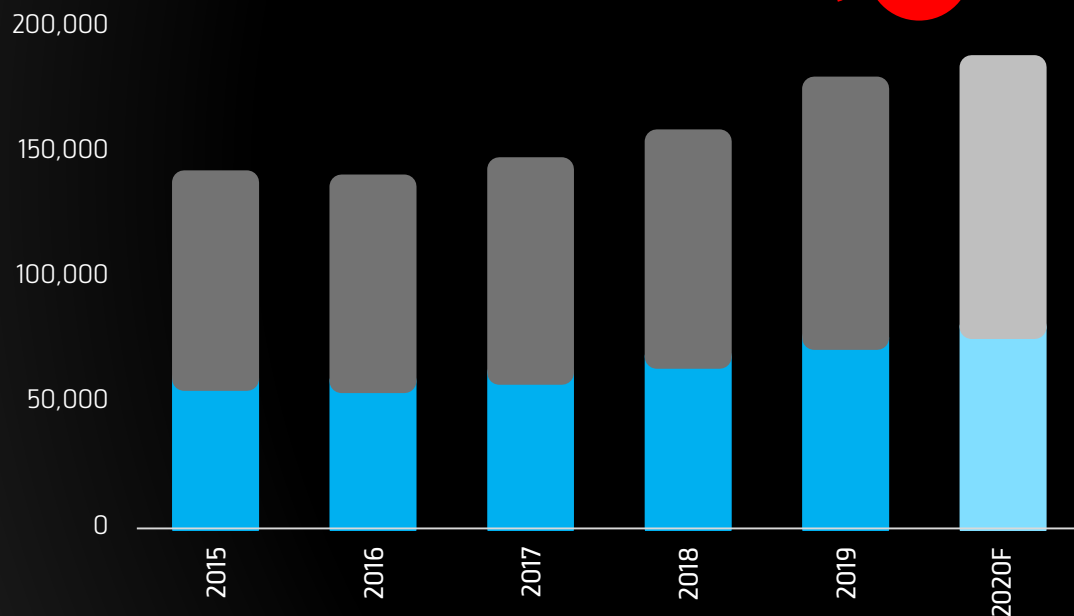
Outlook

โดย สต็อกคอนโดฯ กระจายอยู่ในหลายทำเล ผิดกับบ้านจัดสรรที่มีอยู่ในบางบึงทอง และรังสิต-ปทุมธานี

สต็อกที่อยู่อาศัยสะสมใน BMR มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 5% มาอยู่ที่ประมาณ 185,000 ยูนิต

● คอนโดมีเนียม ● บ้านจัดสรร

หน่วย: ยูนิต



ที่มา: AREA และ REIC, วิเคราะห์โดย Krungthai COMPASS

Segment ที่มีที่อยู่อาศัยการขายมากที่สุด ณ สิ้นปี 2019 แบ่งตามประเภท ทำเล และระดับราคา



แม้ มูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2021 จะมีแนวโน้มทยอยฟื้นตัวตามสภาพเศรษฐกิจ

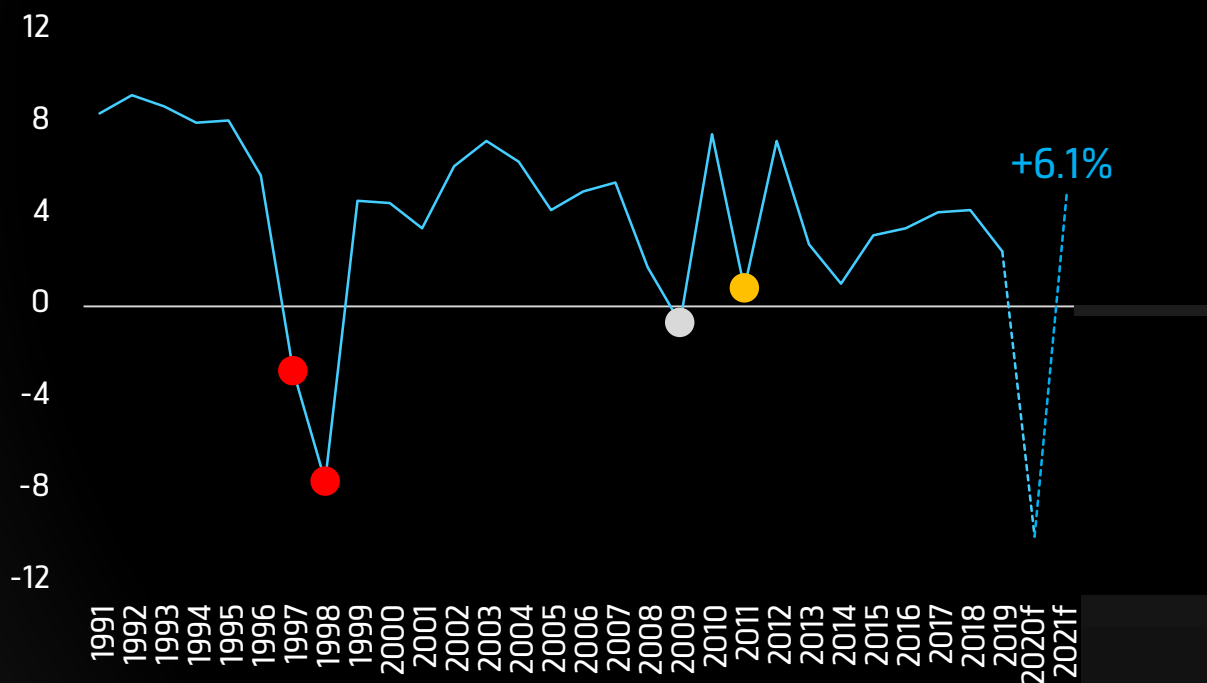
Outlook

แต่ ยังถือว่าอยู่ในระดับต่ำ และคาดว่าจะต้องใช้เวลาอีก 4-5 ปี ถึงจะกลับมาอยู่ในระดับเดียวกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดได้

คาดว่าภาวะเศรษฐกิจไทยที่มีแนวโน้มทยอยฟื้นตัวในปี 2021 จะส่งผลต่อเนื่องให้ตลาดที่อยู่อาศัยทยอยฟื้นตัวตาม

● วิกฤตปี 1997 ● วิกฤตการเงินโลก (Subprime) ● มหาอุทกภัย

หน่วย: Real GDP (%YoY)



ตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2021

มูลค่าโอนกรรมสิทธิ์

470,000 ลบ.
(+12%YoY)

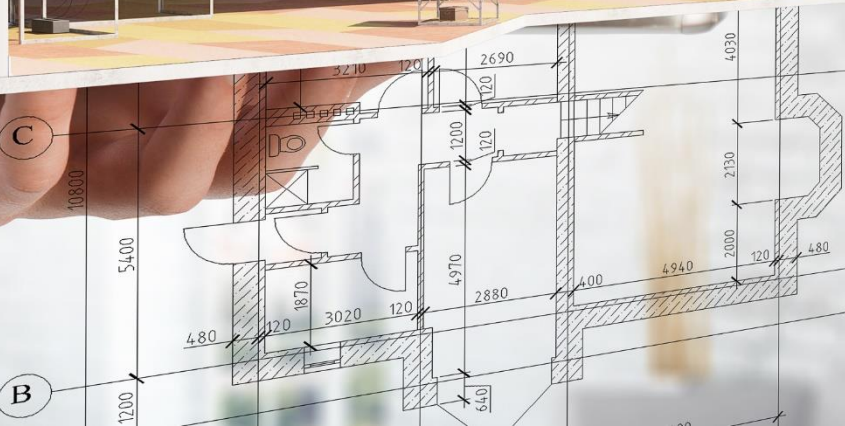
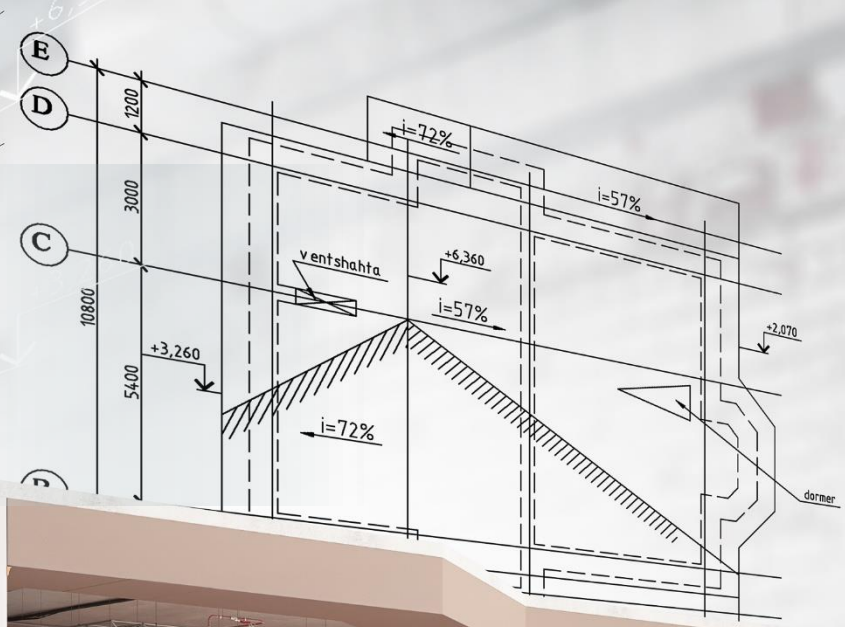
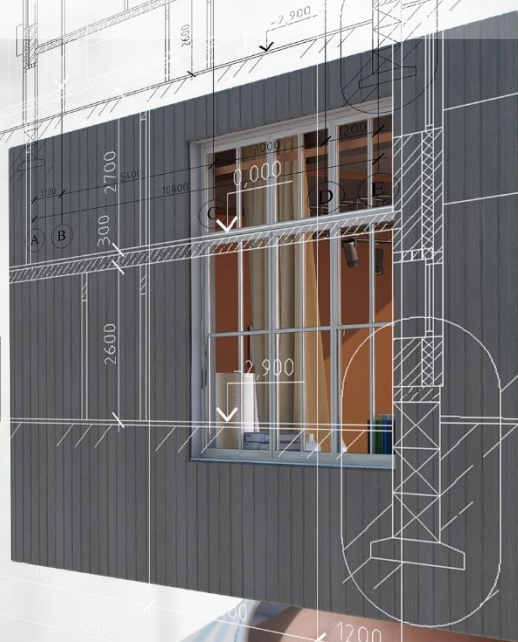
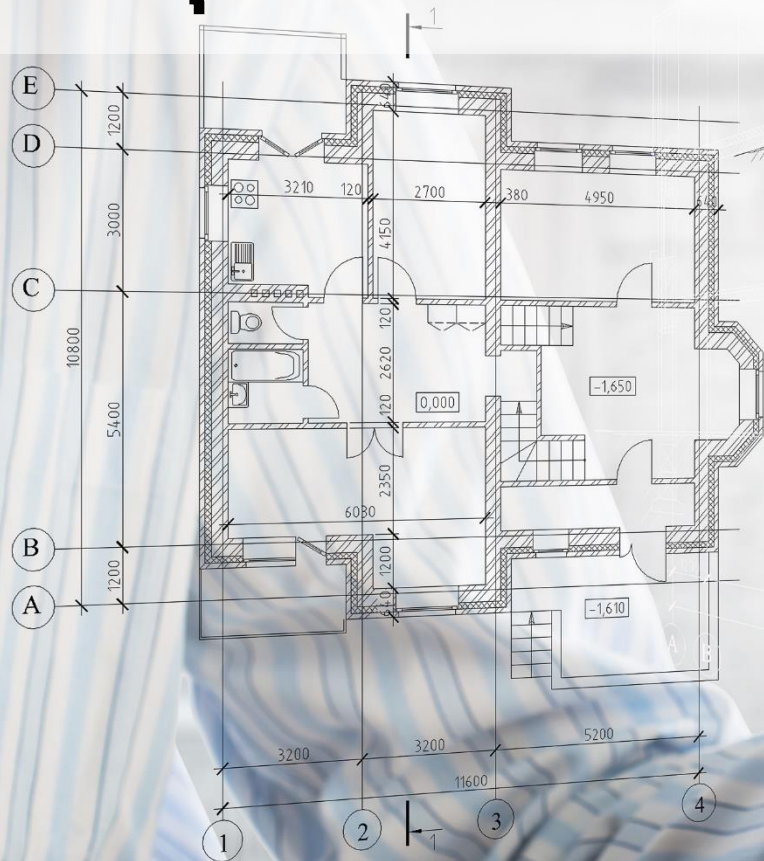
ยูนิตเปิดใหม่

85,000 ยูนิต
(+18%YoY)

สต็อกเหลือขาย

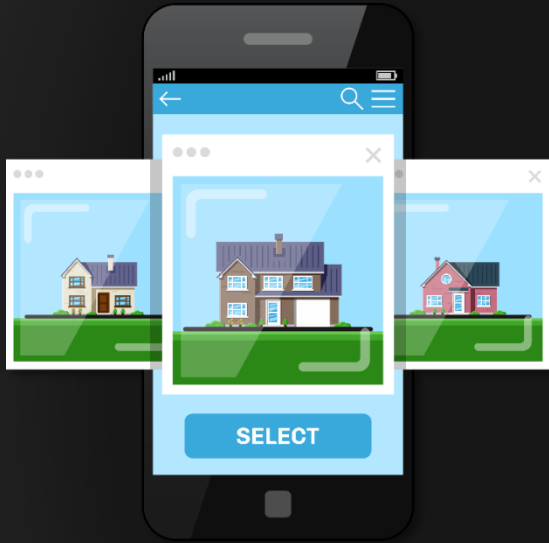
192,000 ยูนิต
(+4%YoY)

แนวทางปรับตัว
รับ **พฤติกรรมผู้บริโภค**
ในยุค **New Normal**



3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่อาจเปลี่ยนไปในยุค New Normal

1



การซื้อสังหาฯ ผ่าน
“**ออนไลน์**”
อาจกลายเป็นเรื่องปกติ

2



ปัจจัยด้านทำเล
อาจไม่สำคัญเท่า
“**ขนาดของที่อยู่อาศัย**”

3



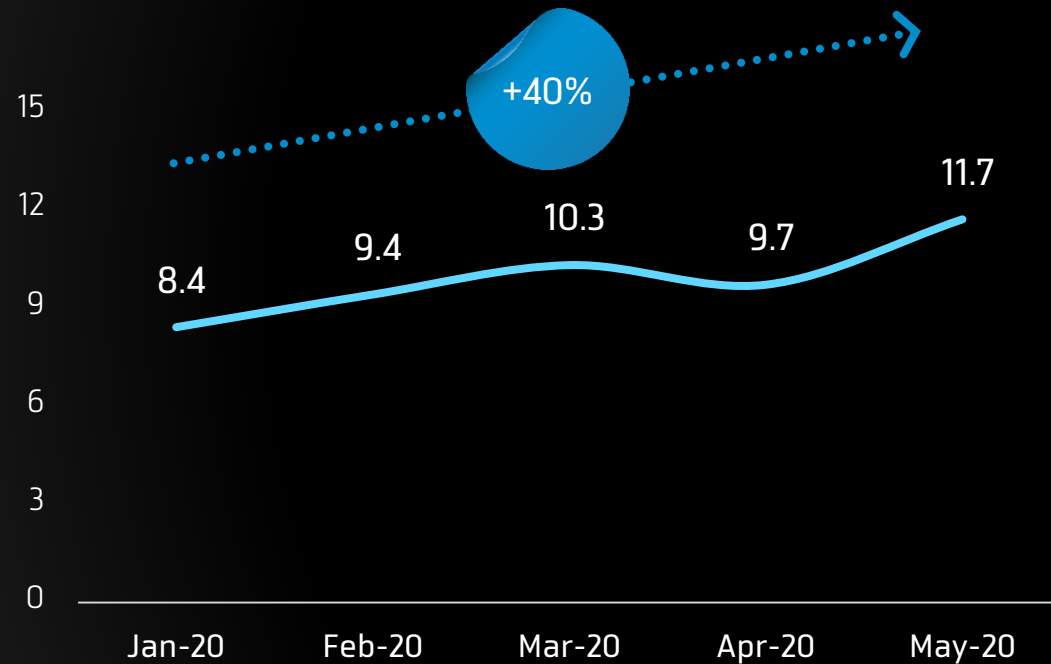
อยากใช้พื้นที่ส่วนกลาง
แบบมี
“**พื้นที่ส่วนตัว**”

การซื้อที่อยู่อาศัยผ่านช่องทางออนไลน์เป็นที่นิยมขึ้น

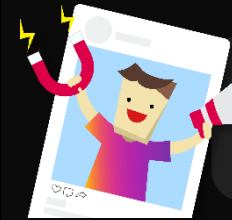
สะท้อนจากยอดเข้าชมเว็บไซต์ผู้พัฒนาอสังหาฯ ที่โตขึ้นถึง 40% ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

จำนวนผู้เข้าชม (Reach) เว็บไซต์ผู้พัฒนาอสังหาฯ ชื่อนำ*
เพิ่มขึ้น 40% ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

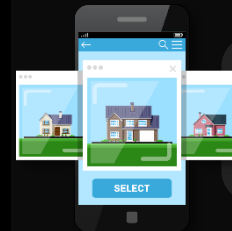
หน่วย: '000 ครั้ง/เว็บไซต์/วัน



แนวทางการปรับตัว ของผู้พัฒนาอสังหาฯ ชื่อนำ



ศึกษาพฤติกรรมว่าทำไมให้ผู้บริโภคเข้าชมโครงการผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เช่น **การใช้โฆษณาผ่าน Influencer**



พัฒนาระบบ **Virtual Visits**
ให้ผู้บริโภคสามารถรับชมโครงการได้อย่างเสมือนจริง

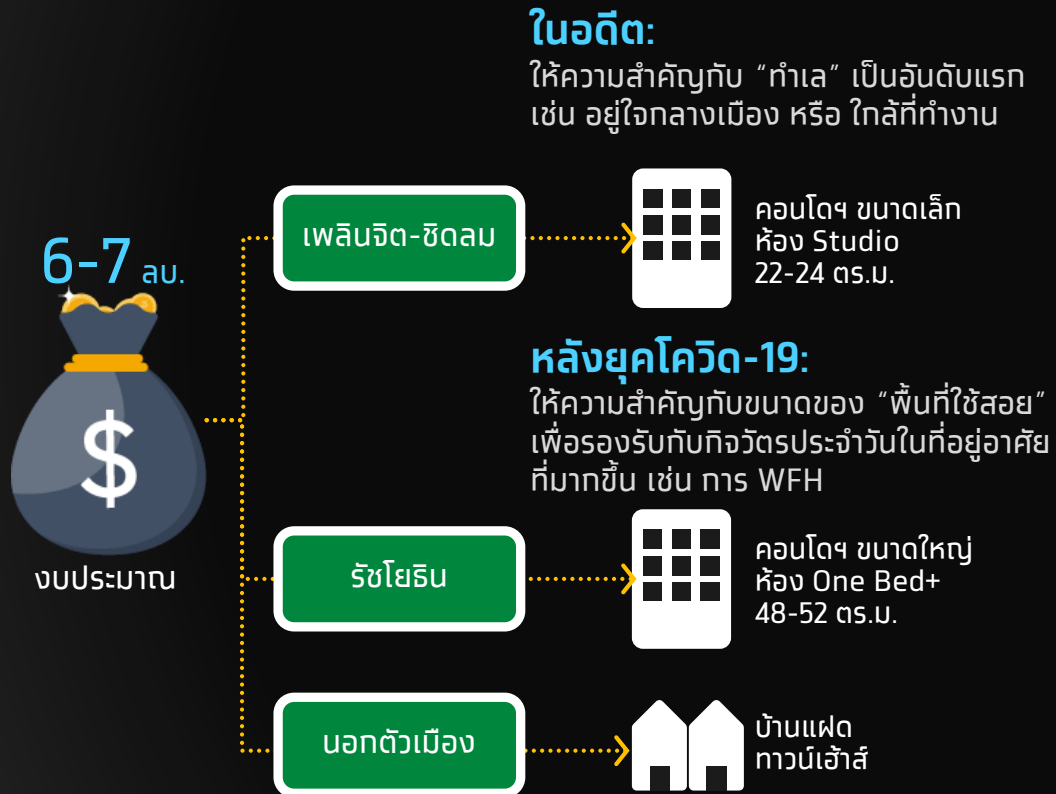


ยกระดับระบบหลังบ้าน (**Back-office**) ให้ผู้บริโภคสามารถชำระเงินและดำเนินการเรื่องเอกสารได้อย่างครบถ้วน

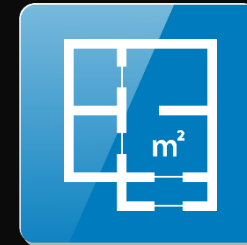
ผู้บริโภคอาจยอมอยู่ห่างจากทำเลใจกลางเมือง เพื่อแลกกับขนาดของ “พื้นที่ใช้สอย” ที่มากขึ้น

เพื่อรองรับกับการใช้ชีวิตในที่อยู่อาศัยที่นานขึ้น โดยเฉพาะ Work From Home

พฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ที่อาจเปลี่ยนไป



แนวทางการปรับตัว ของผู้พัฒนาอสังหาฯ ชื่อนำ



พิจารณาความเป็นไปได้ที่จะ
ลดสัดส่วนห้อง Studio และเพิ่มห้อง One Bed+
ของโครงการคอนโดมิเนียมในบางทำเล



หันมาพัฒนาโครงการบ้านแนวราบมากขึ้น
แทนคอนโดมิเนียม

ผู้บริโภคมองต้องการ “ใช้พื้นที่ส่วนกลาง” แบบมี “พื้นที่ส่วนตัว”

ผู้พัฒนาฯ ต้อง Re-design พื้นที่ส่วนกลาง และติดตั้งอุปกรณ์ Touchless เพื่อตอบโจทย์ความปลอดภัยของผู้บริโภค

ตัวอย่างการติดตั้งอุปกรณ์ Touchless

Touchless door



Touchless lift



ตัวอย่างการ Re-design พื้นที่ส่วนกลาง

Private Fitness



Private Working Space

(จากนั่งรวมๆ เปลี่ยนเป็นนั่งแบบ Pocket แยกกัน)



สรุป

โดยสรุปแล้ว

Krungthai COMPASS ประเมินว่าตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2020 มีแนวโน้มหดตัวหนัก จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มหดตัวอย่างรุนแรง (Deep Recession) ทั้งนี้ **แม้ตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2021 จะมีแนวโน้มทยอยฟื้นตัว**ตามสภาพเศรษฐกิจ แต่คาดว่าจะต้องใช้เวลาอีก 4-5 ปี ถึงจะกลับมาอยู่ในระดับเดียวกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดได้ ทั้งนี้ **ผู้พัฒนาอสังหาฯ ควรติดตาม และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค**ที่อาจเปลี่ยนไปในยุค New Normal เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาที่อยู่อาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด



Q&A



พชรพจน์ นันทรามาศ



กณิศ อ่ำสกุล



Disclosures

This report is not intended to provide the basis for any evaluation of the financial instruments discussed herein. The information was obtained from various sources; we do not guarantee its accuracy or completeness. In particular, information provided herein should be regarded as indicative, preliminary and for illustrative purposes only. There is no representation that any transaction can execute at such terms or price.

Information provided in this report is not intended to constitute legal, tax or accounting advice in relation to entering into any transaction and does not have regard to the particular needs of any specific person who may receive this report. Clients should consult their own financial advisors regarding the appropriateness of investing in any investment strategies discussed or recommended in this report and should understand that statements regarding future prospects may not be realized. While all information this presentation has been produced or compiled from sources believed to be reliable, the Bank makes no representation as to its accuracy or completeness.

