

อสังหาฯ ยังไม่ตาย-จับสัญญาณคนอยากมีบ้านท่ามกลางโควิด-19



ดีดีพรีอเพอร์ตี มาร์เก็ตเพลสด้านอสังหาฯ อันดับ 1 ของไทย เผยผลการสำรวจ Consumer Sentiment Study H2 2020 ของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียน ชี้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังไหวแต่ค่อยเป็นค่อยไป โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ต้องการบ้านเพื่ออยู่อาศัยเองยังไม่พับแผนซื้อ แต่เพิ่มความระมัดระวังมากขึ้นในการตัดสินใจซื้ออสังหาฯ เนื่องจากความผันผวนสูงของตลาดจากการระบาดของโควิด-19 สมาร์ทโฮมที่มีพื้นที่ใช้สอยตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ กลายเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณา พร้อมกันนี้ผู้บริโภคในอาเซียนยังเห็นโอกาสในการลงทุนเพื่อสร้างความมั่นคงให้ตัวเอง ขณะที่ความไม่แน่นอนด้านราคายังเป็นตัวหน่วงเวลาในการซื้อบ้าน

นางกมลภัทร แสงวงกิจ ผู้จัดการใหญ่ประจำประเทศไทยของ ดีดีพรีอเพอร์ตี กล่าวว่า “แม้ภาคธุรกิจและสังคมของหลายประเทศจะเริ่มกลับมาเข้าสู่ภาวะปกติ แต่อย่าลืมว่าเรายังคงอยู่กันภายใต้บททดสอบที่ไม่สามารถวัดผลได้ และเราอาจจะได้เห็นคลื่นการหยุดชะงักอีกครั้งหากมีการระบาดรอบใหม่ รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงต้องอาศัยเวลาในการฟื้นตัว หลังจากสิ้นสุดมาตรการพักชำระหนี้ของธนาคาร ซึ่งจะเข้าสู่สนามทดสอบของจริง เพราะตัวเลขคนว่างงานที่ยังสูงขึ้นต่อเนื่องจะส่งผลต่อสถานะทางการเงินที่เปราะบางของประชากรในแต่ละประเทศด้วย ดังนั้นการสร้างความต่อเนื่องในการฟื้นตัวและเสถียรภาพให้กับธุรกิจถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากที่ผู้ประกอบการทุกอุตสาหกรรมต้องนำมาพิจารณา แม้จะต้องเผชิญภาวะขาดสภาพคล่องแต่ต้องมั่นใจว่าจะสามารถประคองธุรกิจไปต่อด้วยกลยุทธ์ที่รอบคอบ”

แม้ตลาดอสังหาฯ ทัวทั้งภูมิภาคอาเซียนจะยังคงมีความผันผวน แต่ผู้บริโภคยังคงมีความต้องการที่จะซื้อที่อยู่อาศัย

จากผลการสำรวจ Consumer Sentiment Study รอบล่าสุดของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งให้เห็นสัญญาณบวกของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่มีแนวโน้มจะโตแบบค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากยังเห็นผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ต้องการบ้านเพื่ออยู่อาศัยเองยังไม่พบแผนซื้อ แต่ใช้ความระมัดระวังมากขึ้นในการตัดสินใจ เนื่องจากความผันผวนสูงของตลาดจากการระบาดของโควิด-19

ผลสำรวจในตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่คึกคักที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาค พบว่า ชาวสิงคโปร์มากกว่าครึ่ง (55%) มองว่าความไม่แน่นอนของราคาอสังหาริมทรัพย์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน โดยผู้บริโภคหวังจะเห็นราคาบ้านที่ถูกลง ขณะที่ผู้ประกอบการขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อรอรับผลตอบแทนที่ดีกว่าในภายหลัง การสำรวจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคยังพบว่า 42% ก่อนข้างให้ความสนใจในเรื่องราคาเป็นพิเศษ และ 82% ของผู้ทำแบบสำรวจสนใจบ้าน/คอนโด ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยลงถ้าหากได้ราคาดี อย่างไรก็ตาม ในปีหน้า ผู้บริโภค 40% ตั้งใจซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภคที่ปัจจุบันเป็นผู้เช่า (60%) และผู้ที่ยังอยู่อาศัยกับพ่อแม่ (76%)

- ด้านผลสำรวจของประเทศมาเลเซีย เผยภาพรวมชาวมาเลเซีย 52% มีความตั้งใจที่จะซื้อเพื่อการอยู่อาศัยในช่วงครึ่งปีหลังและหลังโควิด-19 และซื้อเพื่อลงทุน 42% โดยอีกหนึ่งประเด็นที่น่าสนใจ คือ หลังการประกาศขยายเวลาล็อกดาวน์ในประเทศส่งผลให้ผู้บริโภควัยทำงานครอบคลุมทั้งกลุ่มมิลเลนเนียล (อายุระหว่าง 22-29 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่) และกลุ่มผู้เช่าในปัจจุบันเริ่มสนใจซื้อบ้านเพราะต้องการความเป็นส่วนตัวมากขึ้น โดยผลสำรวจพบกลุ่มผู้เช่า (51%) และคนที่ยังอาศัยอยู่กับครอบครัว (44%) ยังเดินทางกลับบ้านและมองว่าการระบาดของโควิด-19 ไม่เป็นอุปสรรคในการซื้อบ้าน นอกจากนี้ผลการสำรวจยังแสดงให้เห็นว่าปัญหาที่ชาวมาเลเซียเผชิญนอกจากความผันผวนของราคาและความล่าช้าในการซื้อบ้านแล้ว ยังมีในเรื่องของการเข้าเยี่ยมชมบ้านตัวอย่างเนื่องจากต้องการเข้าชมโครงการจริงมากกว่าการดูผ่านออนไลน์

- ด้านชาวอินโดนีเซียประมาณ 60% ตัดสินใจชะลอการซื้ออสังหาริมทรัพย์ออกไปชั่วคราว เนื่องจากต้องการเก็บเงินไว้ก่อนในช่วงนี้ และจะกลับมาซื้ออสังหาริมทรัพย์ต่ออย่างแน่นอนในช่วง 2 ไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ไปจนถึงปีหน้า อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามากกว่า 3 ใน 4 ของผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาความสามารถในการผ่อนชำระของตัวเองเป็นอย่างดี แต่รายได้ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ โดยพบว่า 51% มีเงินดาวน์ไม่เพียงพอ ขณะที่ 46% มีความกังวลเรื่องรายได้ที่ไม่แน่นอน ซึ่งเป็นอุปสรรคในการขอสินเชื่อ

- ขณะที่ผู้บริโภคชาวไทย 75% ชะลอการซื้ออสังหาริมทรัพย์ และ 79% มองว่าราคาอสังหาริมทรัพย์ เป็นอุปสรรคสำคัญในการซื้อบ้าน อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้บริโภคถึง 63% ให้ความสนใจและพิจารณาซื้อบ้านผ่านการประมูล เนื่องจากผู้ซื้อที่มีความพร้อมมองว่า อสังหาริมทรัพย์มือสองที่เปิดให้ประมูลเหล่านี้มักอยู่ในทำเลที่หาโครงการใหม่เปิดตัวได้ยาก หรือหากมีก็จะมีราคาที่สูงมากจากราคาดัชนีที่ดินในปัจจุบัน ทำให้โครงการเหล่านี้ตอบโจทย์ทั้งในเรื่องของทำเลและราคาที่เอื้อถึงได้ง่ายมากกว่า และหากมองในอนาคตก็มีแนวโน้มเติบโตมากยิ่งขึ้นด้วย

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังพิจารณาที่จะซื้ออสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่กับพ่อแม่มีแนวโน้มที่จะซื้อที่

อยู่อาศัยเป็นของตัวเองในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 และปี 2564

จากผลสำรวจยังพบอีกว่า ข้อมูลราคา, ทำเลที่ตั้ง และความปลอดภัยในพื้นที่ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคนิยมในอาเซียนส่วนใหญ่ นิยมค้นหามากที่สุด โดยส่วนใหญ่นิยมค้นหาผ่านอินเทอร์เน็ต อาทิ เว็บไซต์ของโครงการ, เว็บไซต์สื่อกลางซื้อ-ขายอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเลือกชมโครงการบ้านที่หลากหลาย หรือบางกลุ่มนิยมใช้นายหน้า เนื่องจากประหยัดเวลาในการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ และนายหน้าบางรายอาจจะมีข้อเสนอพิเศษ

- ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ตั้งใจที่จะซื้อเพื่อลงทุน จึงพิจารณาจากราคา, ทำเลที่ตั้ง, ประเภทของอสังหาริมทรัพย์, ความปลอดภัยของทำเล และแผนการพัฒนาโครงการและสาธารณูปโภคในอนาคตของทำเลนั้น ๆ ทั้งนี้เองชาวอินโดนีเซียต้องการทราบข้อมูลด้านเอกสารทางกฎหมายและขั้นตอนการดำเนินการ รวมถึงรีวิวเกี่ยวกับนายหน้า/ผู้พัฒนาโครงการเมื่อจะตัดสินใจซื้อ-เช่ามากกว่าชาวไทย
- ชาวไทยพิจารณาเรื่องราคา/ยูนิตมาอันดับแรก ถัดมา คือ ขนาดที่อยู่อาศัย, รูปแบบโครงสร้าง, ภาษีและมาตรการของภาครัฐที่ออกมาช่วย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการออกแบบที่อยู่อาศัย และมองหาผลตอบแทนค่าเช่า/การทำกำไรในอนาคต

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับมุมมองและปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาหากต้องการซื้อบ้าน หลังจากเผชิญการระบาดของโควิด-19 โดยพบว่า

- ชาวมาเลเซียพิจารณาเรื่องการระบายอากาศและแสงธรรมชาติมาเป็นอันดับแรก ถัดมาเป็นเรื่องการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มองหาบ้านที่เป็นได้ทั้งออฟฟิศและฟิตเนส และความหนาแน่นโครงการที่ลดลง โดยเฉพาะกลุ่มวัยเกษียณที่ต้องการหลีกเลี่ยงพื้นที่แออัด
- ชาวสิงคโปร์พิจารณาให้ความสำคัญกับทำเลที่อยู่ใกล้ร้านอาหารและห้างสรรพสินค้าเป็นพิเศษ รองลงมาคือในเรื่องของการระบายอากาศและแสงธรรมชาติ มีความต้องการพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น และสนใจระบบบ้านอัจฉริยะที่ตอบโจทย์เรื่องประหยัดพลังงานหากต้องใช้ชีวิตอยู่แต่ในบ้าน ดังเช่นสถานการณ์ที่ผ่านมา

“หากพิจารณาภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า มูลค่าอสังหาริมทรัพย์เองมีความผันผวนตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยิ่งทำให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์มีความผันผวนมากขึ้น อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากผลการสำรวจของเราจะเห็นว่าภาคอสังหาริมทรัพย์ในภูมิภาคนี้มีแนวโน้มการกลับมาเริ่มต้นใหม่ได้จากความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่ยังคงมีอยู่ ประกอบกับผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เริ่มปล่อยสินค้าใหม่ ๆ หรือโครงการที่ถูกพักขายก่อนหน้าออกมาสู่ตลาด ควบคู่กับการเร่งขยายโครงการเก่าพร้อมโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของผู้ซื้อที่มีความพร้อม รวมทั้งสถาบันทางการเงินหลายแห่งก็มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อกู้ซื้อบ้าน ยิ่งทำให้แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ฟื้นตัวขึ้นได้” นางกมลภัทร กล่าวเสริม

นอกจากโปรโมชั่นต่าง ๆ ของผู้ประกอบการแล้ว ดีดีพีหรือเฟอร์ดีดี ขออาสาเป็นอีกหนึ่งตัวช่วยเพิ่มความคึกคักให้กับ

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ผ่านแคมเปญ DDproperty EasyOwn Surprise Day ที่ได้รวบรวมบ้านและคอนโดฯ มากกว่า 20 โครงการ จากหลากหลายทำเลยอดนิยมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ที่เหมาะทั้งซื้อเพื่ออยู่อาศัยเองและซื้อเพื่อลงทุน พร้อมรับส่วนลดสูงสุด 2.75 ล้านบาท รวมทั้งแต่ละโครงการที่เข้าร่วมได้ให้สิทธิพิเศษที่มีทั้งให้ส่วนลด และของแถมเพิ่มเติมด้วย นอกจากนี้ ผู้ที่จองห้อง/บ้านจากแคมเปญนี้ จะได้รับ Gift Voucher Cenpay (เครือเซ็นทรัล) มูลค่า 500 บาทส่งตรงถึงบ้านฟรี

ทั้งนี้ ผู้สนใจต้องลงทะเบียนเพื่อรับสิทธิพิเศษก่อนวันงาน โดยลงทะเบียนได้ที่

<http://easyown.ddproperty.com/register.html> และติดตาม Surprise Deals ได้ในวันศุกร์ที่ 7, 21 สิงหาคม และ 4, 18 กันยายน 2563 ตั้งแต่เวลา 10.00-22.00 น

รู้จักกับ DDproperty

DDproperty (ดีดีพร็อพเพอร์ตี้) เป็นเว็บไซต์สื่อกลางซื้อ-ขายอสังหาริมทรัพย์อันดับ 1 ของไทย และเป็นเว็บไซต์ในเครือ PropertyGuru Group (พร็อพเพอร์ตี้กรุ๊ป) ซึ่งเป็นบริษัทด้านเทคโนโลยีอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของเอเชีย โดยในแต่ละเดือน DDproperty ได้รับความไว้วางใจจากผู้ที่กำลังค้นหาบ้านเข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการบนเว็บไซต์กว่า 3 ล้านราย

พร็อพเพอร์ตี้กรุ๊ปและบริษัทในเครือช่วยให้ผู้ที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยทั่วภูมิภาคได้เข้าถึงรายการประกาศขาย-เช่าที่มีมากกว่า 2 ล้านรายการ อีกทั้งยังมีข้อมูลเชิงลึกและโซลูชันต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้บริโภคในสิงคโปร์, มาเลเซีย, ไทย, อินโดนีเซีย และเวียดนาม ใช้ประกอบการตัดสินใจครั้งสำคัญได้อย่างมั่นใจ

PropertyGuru.com.sg เริ่มให้บริการครั้งแรกในปี 2550 ด้วยการปฏิวัติตลาดอสังหาริมทรัพย์ในสิงคโปร์ด้วยการนำระบบออนไลน์เข้ามาใช้และช่วยให้การหาบ้านมีความโปร่งใสมากขึ้น ในช่วงเวลากว่าทศวรรษที่ผ่านมา พร็อพเพอร์ตี้กรุ๊ปได้พัฒนาและเติบโตจากสื่ออสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของภูมิภาคมาเป็นบริษัทด้านเทคโนโลยีที่มีการเติบโตสูง มีเว็บไซต์สื่อกลางอสังหาริมทรัพย์ อันดับ 1 อยู่ภายใต้การบริหาร มีแอปพลิเคชันที่มีรางวัลเป็นเครื่องการันตีคุณภาพ มีแพลตฟอร์มที่ดีที่สุดเพื่อช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ อย่าง PropertyGuru FastKey อีกทั้งยังมีบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่สำคัญ ๆ อาทิ การจัดงานแฟร์รางวัลด้านอสังหาริมทรัพย์ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วภูมิภาคเอเชีย

สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถเข้าชมได้ที่ www.ddproperty.com