

**RED**PAPER

# Stay on Top of Real Estate Industry Trends

Issue 1/2022



# เจาะเทรนด์มาแรง ตอบโจทย์คนยุคใหม่ อยากมีบ้านปี 2565

## สงวนสิทธิ์

รายงานนี้และข้อมูลในรายงานนี้ ("รายงาน") เป็นลิขสิทธิ์ของ บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายที่ใช้บังคับทั้งหมด โดยอยู่ภายใต้การสงวนสิทธิ์ทุกประการของบริษัทฯ และห้ามมิให้คัดลอกหรือเปลี่ยนแปลงส่วนหนึ่งส่วนใดของรายงานนี้ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ หรือขาย หรือใช้ในประการอื่นใด

รายงานนี้มีไว้วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอาจมีบทวิเคราะห์หรือความคิดเห็นจากหลายแหล่งที่มาแต่มิได้เป็นการแสดงว่าบริษัทฯ เห็นพ้องหรือยอมรับข้อมูลนั้นแต่อย่างใด โปรดทราบว่ารายงานนี้ ไม่ว่าโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยายมิใช่การให้คำปรึกษาหรือความคิดเห็น และมีใช้การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนหรือการดำเนินการใดๆ ในกรณีที่มีการกระทำหรือตัดสินใจใดๆ โดยอาศัยเนื้อหาจากรายงานนี้ ท่านต้องเป็นผู้รับความเสี่ยงภัยด้วยตนเองและรับผิดชอบโดยฝ่ายเดียวต่อการกระทำของท่านทุกประการ

บริษัทฯ หรือลูกจ้างของบริษัทฯ ไม่ยืนยันหรือรับประกันไม่ว่าในเรื่องใดๆ อันเกี่ยวข้องกับความปลอดภัย การนำไปปรับใช้ ความเหมาะสม หรือความครบถ้วนสมบูรณ์ของรายงานนี้ และบริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบไม่ว่ากรณีใดๆ ต่อผู้ใด สำหรับบรรดาความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม หรือความเสียหายอันเป็นผลต่อเนื่องอื่นใด อันเกิดขึ้นไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม จากการใช้รายงานนี้



# ปฏิเสธไม่ได้ว่าสถานการณ์ การระบาดของโควิด-19 นอกจากจะส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจให้ชะงัก ไปตามๆ กันแล้ว ยังได้ เปลี่ยนแปลงวิถีการใช้ชีวิต และไลฟ์สไตล์ของ คนไทยอีกด้วย **ทั้งหมดนี้ จะส่งผลกระทบต่อทิศทาง อสังหาริมทรัพย์หรือไม่?**

REDPAPER รายงานข้อมูลและเทรนด์ด้านอสังหาริมทรัพย์ สนับสนุนโดยบริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ ประเทศไทย เผยถึงแนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นระยะเวลาเกินกว่า 2 ปี อ้างอิงจากผลการวิจัยของบริษัท TerraBKK ที่ได้ทำการสำรวจเมื่อปลายปี 2564 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,700 คน ในช่วงอายุ 22-53 ปี และมีรายได้ต่อเดือน 35,000-160,000 บาท ซึ่งจะมีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงราคาประมาณ 2-10 ล้านบาท พบว่า**ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวเพิ่มขึ้น 21% และบ้านแฝดเพิ่มสูงถึง 116% ในขณะที่คอนโดมิเนียมและทาวน์โฮมมีความต้องการไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก**



เพื่อให้เห็นภาพแนวโน้มความต้องการ "บ้าน" ในปี 2565 นี้ REDPAPER ขอนำเสนอบทความที่เจาะลึกถึงเทรนด์ความต้องการที่อยู่อาศัยที่กำลังเป็นที่ต้องการทั้ง 2 ประเภท ประกอบด้วยบ้านเดี่ยวและทาวน์โฮม จากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคโควิด-19 กลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่มีความต้องการบ้านเดี่ยวและทาวน์โฮมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ Now Normal หรือวิถีชีวิตใหม่ที่ต้องอยู่ร่วมกับโควิด-19 สามารถจัดสรรทุกพื้นที่ภายในบ้านได้ตามความต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการ ทำงาน การพักผ่อน ออกกำลังกาย งานอดิเรก การทำกิจกรรมอื่นๆ ภายในบ้านรวมถึงพื้นที่สีเขียวเพื่อเพิ่มความร่มรื่นให้กับที่พักอาศัย และพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยงก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเช่นกัน ดังนั้นการออกแบบและการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านจึงสามารถแบ่งได้ตามลักษณะการใช้ชีวิตออกเป็น 4 ไลฟ์สไตล์ตามกลุ่มเซ็กเมนต์ผู้สนใจซื้อบ้าน ดังนี้

# 4 ไลฟ์สไตล์ของคนซื้อบ้าน

## 21% OUTGOER

### คนชอบทำกิจกรรมนอกบ้าน

- Now Normal ทำให้มีความต้องการ Space ภายในบ้านเพิ่มขึ้น เพื่อทำกิจกรรมได้อย่างอิสระ เช่น พื้นที่พบปะสังสรรค์ มุมพักผ่อน หรือ ห้องออกกำลังกาย

✓ **Gathering, Multifunction Space**

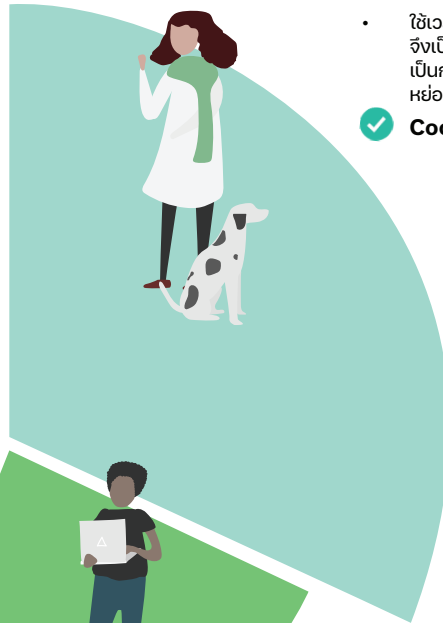


## 32% HOMEBODY

### คนติดบ้าน

- ใช้เวลาส่วนใหญ่ในแต่ละวันที่บ้าน บ้านจึงเป็นพื้นที่รองรับทุกกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการทำอาหาร เลี้ยงสัตว์ หรือพักผ่อนหย่อนใจ

✓ **Cooking, Pet Friendly**



## 23% WELLBEING

### คนใส่ใจสุขภาพ

- ใส่ใจเรื่องสุขภาพ และให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต

✓ **Wellness, Greenspace**



## 24% WELL-ORGANIZED

### คนชอบจัดบ้าน

- ต้องการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านอย่างชัดเจน
- มีพื้นที่รองรับการทำงาน หรือเรียนหนังสือ

✓ **Work/Study Space**



\*ผลสำรวจความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,700 คน

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มองหาบ้านเดี่ยวจะมุ่งเน้นไปที่คนรักการอยู่บ้าน ชอบทำกิจกรรมและใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเป็นส่วนใหญ่ (Homebody) มีวิถีชีวิตการทำงานแบบใหม่ หรือ Work from Home จึงให้ความสำคัญกับการจัดพื้นที่ทำกิจกรรมและทำงานของตนเองให้เป็นระเบียบ (Well-Organized) รวมถึงใส่ใจดูแลเรื่องสุขภาพ (Wellbeing) ในขณะเดียวกันก็ต้องการทาวน์โฮมมีไลฟ์สไตล์ที่ไม่หยุดนิ่ง รักการดูแลสุขภาพ มองหาพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรม (Outgoer)

หากพิจารณาต่อถึงปัจจัยสำคัญในการเลือกที่อยู่อาศัย เมื่อก่อนผู้บริโภคมักคำนึงถึงทำเลที่ตั้งเป็นอันดับแรก ที่พักอาศัยในเมืองที่ใกล้สถานที่ทำงานและใกล้รถไฟฟ้า จึงเป็นที่ต้องการอย่างมาก แต่ในยุค Now Normal ที่องค์กรส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการทำงานแบบ Remote/Hybrid Working ทำให้สามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ จึงลดความจำเป็นที่จะต้องมียุ่อาศัยในเมือง ในขณะที่เดียวกัน ก็พบว่าผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับการมี Space หรือพื้นที่ที่มากขึ้น สามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี และมีความปลอดภัยสูง

# 5S | ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคคำนึงถึง เมื่อมองหาที่พักอาศัย



**63%**  
**SAVE**  
คุ้มค่า คุ้มราคา

- ลดค่าใช้จ่ายในระยะยาว ด้วยวัสดุที่มีคุณภาพ ลดค่าบำรุงรักษา
- คุ้มค่าคุ้มค่า คุ้มเวลา

ความคุ้มค่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบ้าน โดยผู้ซื้อไม่ได้เลือกบ้านที่มีราคาถูกที่สุด แต่จะตัดสินใจเลือกบ้านที่คุ้มค่ากับราคาที่จ่าย ทั้งในด้านคุณภาพและวัสดุการก่อสร้าง ตลอดจนรูปแบบบ้านที่มีความทันสมัย จัดสรรพื้นที่ได้อย่างลงตัว พร้อมฟังก์ชันการใช้งานที่ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้พักอาศัยทุกเจน ออกแบบพื้นที่ได้อย่างลงตัว



**54%**  
**SANITATION**  
ถูกสุขอนามัย

- การดูแลสุขอนามัยของพื้นที่ในโครงการ เน้นความสะอาด ถูกหลักอนามัย
- Smart Home เพื่อลดการสัมผัส

ในยุคโควิดแบบนี้ ความสะอาดถูกสุขลักษณะทั้งในบ้าน และนอกบ้านถือเป็นเรื่องจำเป็นอย่างมาก ดังนั้น การออกแบบบ้านให้มีความปลอดภัย พร้อมสภาพแวดล้อมโดยรอบที่ดี จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับผู้อยู่อาศัย



**53%**  
**SAFETY**  
ปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ

- มาตรการรักษาความปลอดภัย
- ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ช่วยให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกปลอดภัย

มาตรการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ช่วยให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกอุ่นใจและปลอดภัยขณะพักอาศัย และในปัจจุบันผู้ที่มีงบหาบ้านเดี่ยวหรือทาวน์โฮมให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอย่างมาก



**47%**  
**SUSTAINABLE LIVING**  
เพื่อชีวิตที่ยั่งยืน

- เป็นพื้นที่สีเขียวของสวนส่วนกลาง
- ใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เทรนด์บ้านประหยัดพลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสนใจ บ้านเดี่ยวในอนาคตจำเป็นต้องใช้วัสดุก่อสร้างที่ยั่งยืน ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นพื้นที่สีเขียวรอบบริเวณบ้านและในพื้นที่ส่วนกลางเพื่อใช้เป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ



**44%**  
**SOCIABLE DESIGN**  
ถูกใจคนอยู่

- การออกแบบบ้านเพื่อสมาชิกทุกคนในครอบครัว เช่น ผู้สูงอายุ เด็ก ผู้พิการ
- เน้นให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยง

บ้านที่ดีต้องออกแบบตามใจผู้อยู่ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ผู้คนต่างใช้เวลาที่บ้านมากเป็นพิเศษ เป็นทั้งพื้นที่อยู่อาศัย ทำงาน และเรียนหนังสือ นอกจากนี้ ยังต้องใช้วัสดุที่ช่วยลดแรงกระแทก เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ เด็ก และผู้พิการ ทั้งยังต้องคำนึงถึงการจัดแบ่งพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยงอีกด้วย



# บ้านเดี่ยว

## เทรนด์ตอบใจไทย

### ไลฟ์สไตล์แบบ Now Normal วิถีชีวิตใหม่

2 เทรนด์มาแรงตอบใจไทยยุคใหม่ คุ่มค่าและปลอดภัย (Save & Safety)



## SAVE (Value for Money)

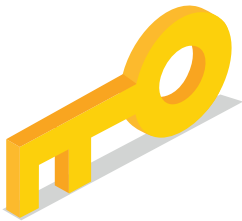
### คุ้มค่า คุ้มราคา

แม้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจส่งผลต่อปัจจัยในการซื้อบ้านของผู้บริโภค ทำให้ผู้อยู่อาศัยมองหาราคาที่จับต้องได้ คุ้มค่าและคุ้มราคา แต่สำหรับผู้ซื้อบ้านเดี่ยวนั้น เน้นที่ความคุ้มค่ามากกว่าราคา ปัจจุบันมีการขยายของเส้นทางรถไฟฟ้าแถบชานเมือง และการพัฒนาของห้างสรรพสินค้า ครบครันทั้งในและนอกเมือง ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องการบ้านเดี่ยวแถบชานเมืองซึ่งมีพื้นที่ใช้สอยที่มากกว่าเมื่อเทียบกับคอนโดมิเนียมในตัวเมือง และที่สำคัญรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ ผู้คนเริ่มเปลี่ยนไปทำงานแบบ Hybrid ซึ่งสามารถทำงานที่บ้านสลับกับที่ออฟฟิศได้ การออกแบบบ้านจึงต้องมีพื้นที่ที่ยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่การใช้สอยได้อย่างคุ้มค่า ทำให้บ้านเป็นทั้งพื้นที่อยู่อาศัย ทำงาน เรียนหนังสือ และทำกิจกรรมอื่นๆ ได้อีกด้วย

## SAFETY

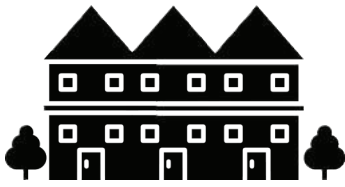
### ปลอดภัยในทุกมิติ

นอกจากความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ความปลอดภัยต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นมาตรการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม สภาพแวดล้อมและสังคมเพื่อนบ้านที่สร้างความอุ่นใจให้กับผู้พักอาศัย ยังรวมถึงการออกแบบและฟังก์ชันภายในบ้านที่สะดวกและปลอดภัย มีระบบ Smart Home ช่วยลดการสัมผัส ควบคุมผ่านอุปกรณ์มือถือ และใช้วัสดุที่ช่วยลดแรงกระแทกเหมาะสำหรับสมาชิกทุกคนในครอบครัว เช่น ผู้สูงอายุ เด็ก และผู้พิการ



ความคุ้มค่านอกเหนือจากเรื่องของราคาและพื้นที่ใช้สอยแล้ว ยังหมายถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งได้กลายเป็นเทรนด์สำคัญที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ บ้านเดี่ยวในอนาคตจึงจำเป็นต้องช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดูแลระยะยาว เช่น การใช้วัสดุก่อสร้างที่ยั่งยืน เพื่อประหยัดทรัพยากร ลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาบ้าน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นพื้นที่สีเขียวรอบบริเวณบ้านและในพื้นที่ส่วนกลาง รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาดูแลและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อยู่อาศัย เช่น แอปพลิเคชันบนมือถือ ที่มีบริการให้คำปรึกษาในการซ่อมบำรุง อัปเดตข่าวสารที่ผู้อยู่อาศัย และบริการอื่นๆ ที่ตอบโจทย์ผู้อยู่อาศัยในยุคปัจจุบัน





# ทาวน์โฮม 2-5 ล้าน

## เทรนด์ตัวเลือกมาแรงสำหรับครอบครัวรุ่นใหม่ เน้นความคุ้มค่าราคาเป็นหลัก



หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เทรนด์การอยู่อาศัยของคนเมืองยุคใหม่เริ่มเปลี่ยนไป มีการมองหาบ้านที่ตอบโจทย์พื้นที่ใช้สอยที่มากขึ้น แต่ยังคงตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวกสบายภายในเมือง ทาวน์โฮมจึงกลายมาเป็นตัวเลือกที่สำคัญสำหรับคนยุคใหม่ โดยเฉพาะสำหรับครอบครัวขนาดเล็กที่กำลังมองหาบ้านเป็นของตัวเอง และอยู่ในงบประมาณที่บริหารจัดการได้ง่าย

REDPAPER ได้เจาะลึกถึงเทรนด์ความต้องการที่อยู่อาศัยประเภททาวน์โฮมที่กระแสมาแรง พบว่า คนที่มีความสนใจซื้อทาวน์โฮมราคาอยู่ในช่วง 3 ล้านบาทขึ้นไปสูงถึง 48% ซึ่งเป็นระดับราคาย่อมเยาเมื่อเทียบกับราคาบ้านเดี่ยวหรือคอนโดในเมือง



ผลสำรวจพบว่า

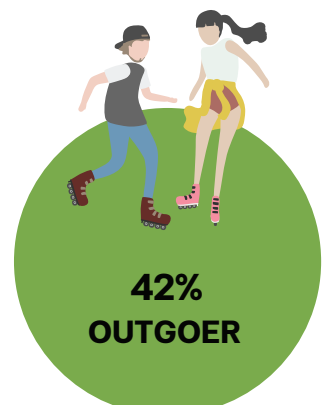
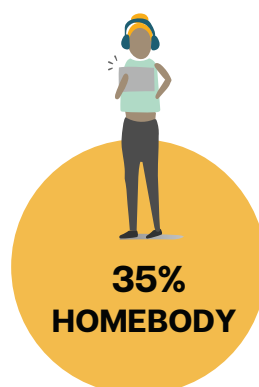
### คนส่วนมากมองหาบ้านทาวน์โฮมในช่วงราคา 2-5 ล้านบาท



สิ่งที่ผู้บริโภคมองหาเป็นอันดับต้น คือ

- มีพื้นที่ใช้สอยเพียงพอ
- ฟังก์ชันที่มีความ Timeless
- ความคุ้มค่า คุ้มราคา

ที่น่าสนใจคือ ความต้องการที่อยู่อาศัย "บ้าน" ประเภททาวน์โฮมเป็นกลุ่มคนที่มีไลฟ์สไตล์ชอบทำกิจกรรมนอกบ้านคิดเป็น 42% และกลุ่มที่ชอบใช้เวลาส่วนใหญ่ในแต่ละวันที่บ้านคิดเป็น 35% จึงเป็นโอกาสดีของผู้พัฒนาทาวน์โฮมที่จับกลุ่มเป้าหมายเน้นไลฟ์สไตล์เป็นหลัก



นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่พิถีพิถันอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ส่วนกลาง สิ่งอำนวยความสะดวก ห้างสรรพสินค้า และรถไฟฟ้าที่จะช่วยลดระยะเวลาการเดินทาง ทั้งนี้ปัจจัยเรื่องพื้นที่ส่วนกลางผู้บริโภคเลือกนำมาพิจารณาเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากภายในบ้านอาจจะมีพื้นที่ใช้สอยที่พอดีหรือจำกัด ส่งผลให้พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น พื้นที่สีเขียว คลับเฮาส์ ฟิตเนส หรือสระว่ายน้ำ กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทาวน์โฮม และในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ผู้คนกลับมาใช้ชีวิตภายในบ้านมากขึ้น ทำให้เทรนด์บ้านมัลติฟังก์ชันมาแรงอย่างต่อเนื่อง



ในอนาคตหากต้องการขยายหรือเปลี่ยนที่พิกออาศัย ทาวน์โฮมถือเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่สามารถรองรับการทำการกรรรมได้หลากหลาย ง่ายต่อการปรับเปลี่ยนที่พิกออาศัยให้เป็นไปตามความต้องการในแต่ละช่วงเวลาของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นโฮมออฟฟิศ ที่เก็บของ สตูดิโอสำหรับถ่ายภาพ หรือขายสินค้าออนไลน์ บ้านยุคใหม่จึงต้องออกแบบให้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา

**สำหรับเทรนด์และแนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ ในปีนี้ผู้บริโภคจะเห็นการเปลี่ยนแปลงและมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้นจากการปรับตัวและพัฒนาโครงการของผู้ประกอบการที่ตอบรับเทรนด์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในยุค Now Normal**





## เกี่ยวกับ

รายงาน “REDPAPER” สนับสนุนโดย เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ ประเทศไทย มุ่งนำเสนอข้อมูล เทรนด์ ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย อุตสาหกรรม และ พาณิชยกรรม พร้อมกับบทความเชิงวิเคราะห์และความคิดเห็น เพื่อแบ่งปันความรู้ให้แก่ภาคธุรกิจ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

T: +66 2 483 0000 ต่อ 4262

E: [th.fpt.pr@frasersproperty.com](mailto:th.fpt.pr@frasersproperty.com)

W: [redpaper.frasersproperty.co.th](http://redpaper.frasersproperty.co.th)

# RED PAPER

Sponsored by

