

**RED**PAPER

# 3 Real Estate Megatrends for Thailand

Issue 4





# เกาะติด 3 แมกะเทรนด์มาแรง ของอสังหาฯ ไทย

## สงวนสิทธิ์

รายงานนี้และข้อมูลในรายงานนี้ ("รายงาน") เป็นลิขสิทธิ์ของ บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายที่ใช้บังคับทั้งหมด โดยอยู่ภายใต้การสงวนสิทธิ์ทุกประการของบริษัทฯ และห้ามมิให้คัดลอกหรือเปลี่ยนแปลงส่วนหนึ่งส่วนใดของรายงานนี้ไปว่าในรูปแบบใดๆ หรือขาย หรือใช้ ในประการอื่นใด

รายงานนี้มีไว้วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอาจมีทวิเคราะห์หรือความคิดเห็นจากหลายแหล่งที่มา แต่มิได้เป็นการแสดงว่าบริษัทฯ เห็นพ้องหรือยอมรับข้อมูลนั้นแต่อย่างใด โปรดทราบว่ารายงานนี้ ไม่ว่าโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยาย มิใช่การให้คำปรึกษาหรือความคิดเห็น และมิใช่การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนหรือการทำธุรกรรมใดๆ ในกรณีที่มีการกระทำหรือตัดสินใจใดๆ โดยอาศัยเนื้อหาจากรายงานนี้ ท่านต้องเป็นผู้รับความเสี่ยงภัยด้วยตนเอง และรับผิดชอบโดยฝ่ายเดียวต่อการกระทำของท่านทุกประการ

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

# เกาะติด 3 เมกะเทรนด์มาแรง ของอสังหาฯ ไทย

## ความเคลื่อนไหวและแนวโน้มของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการอยู่อาศัย อุตสาหกรรม และอาคารสำนักงาน

การเปิดประเทศของประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกหลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายได้สร้างความหวังว่าเศรษฐกิจจะกลับมาเติบโตอีกครั้ง อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ในภาพรวมเริ่มกลับมาฟื้นตัวให้เห็นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2565 อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจของประเทศไทยและเศรษฐกิจโลกไม่สามารถฟื้นกลับมาได้อย่างรวดเร็ว เพราะยังคงเผชิญกับสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน และภาวะสงครามรัสเซีย-ยูเครน ตามมาด้วยสงครามเศรษฐกิจหรือปัญหาเงินเฟ้อ และสำคัญที่สุดคือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ มนุษย์จึงให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ก่อให้เกิดเป็นเทรนด์ที่น่าจับตามองว่าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในกลุ่มของอยู่อาศัย อุตสาหกรรม และอาคารสำนักงานจะปรับตัวอย่างไร

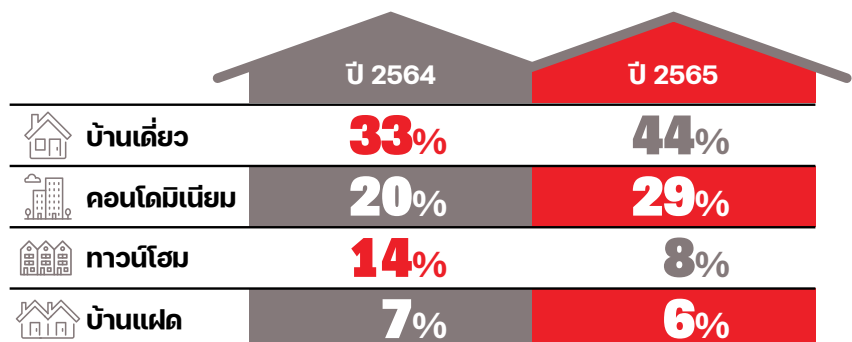
**REDPAPER** รายงานข้อมูลและเทรนด์ด้านอสังหาริมทรัพย์ สนับสนุนโดย บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท นัมเบอร์ส 10 รีเสิร์ช จำกัด ได้ทำการเก็บข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ (Qualitative Approach-In-depth Interview) จำนวน 10 ท่าน และการสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative Online Survey) จำนวน 762 ตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พร้อมก็นำข้อมูลกฤษฎีกาที่มี การเผยแพร่และข้อมูลเทรนด์ต่าง ๆ ที่ REDPAPER เคยนำเสนอไปก่อนหน้านี้มาวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวและประเด็นความท้าทายที่ภาคธุรกิจเผชิญในช่วงที่ผ่านมา เพื่อสรุปเมกะเทรนด์ที่เกิดขึ้น และคาดการณ์ทิศทางอสังหาริมทรัพย์ในอีก 1-2 ปีข้างหน้า



## เทรนด์ธุรกิจ ที่อยู่อาศัย

จากผลวิจัย บริษัท นัมเบอร์ส 10 รีเสิร์ช จำกัด พบว่า แนวโน้มความต้องการซื้อบ้านเดี่ยว ปี 2565 เพิ่มขึ้น 11% และผู้บริโภคมองหาบ้านที่มีมูลค่าตั้งแต่ 7 ล้านบาทขึ้นไปสูงถึง 24% เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ซึ่งมีเพียง 9% เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าบ้านเดี่ยวระดับพรีเมียมกำลังเป็นที่ต้องการของตลาด กลุ่มเป้าหมายของผู้ซื้อบ้านเปลี่ยนไปสู่ตลาดกลางถึงบน คนที่มีกำลังซื้อต้องการขยายการซื้อบ้านหรือสร้างบ้านของตัวเองมากขึ้น ความกังวลในเรื่องสุขอนามัย ความปลอดภัยของครอบครัว และการใช้ชีวิตที่มีพื้นที่ส่วนตัวให้กับสมาชิกในบ้านทุกคน เป็นปัจจัยที่ทำให้บ้านเดี่ยวมาแรง

### แนวโน้มความต้องการซื้อ "ที่อยู่อาศัย" เปรียบเทียบปี 2564 และ 2565

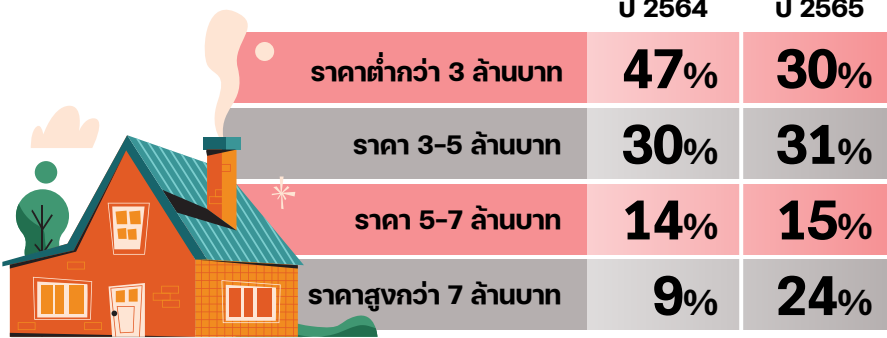


ที่มา: ผลวิจัย บริษัท นัมเบอร์ส 10 รีเสิร์ช จำกัด

# 1 บ้านให้ “คุณค่าทางจิตใจ” ต้องเป็นมากกว่าความเป็นบ้าน

นอกจากลักษณะและขนาดของตัวบ้านที่พอใจแล้ว คนยังให้ความใส่ใจกับการใช้ชีวิตและเฟอร์นิเจอร์มากขึ้น เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนถึงตัวตนของเจ้าของบ้าน มีการใช้ทั้งอารมณ์และความรู้สึกเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมากขึ้น ส่งผลให้ผู้พัฒนาที่อยู่อาศัยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความมีระดับของบ้านออกมาผ่านงานออกแบบและวัสดุที่เลือกใช้ตกแต่ง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นทั้งในเชิงกายภาพและเพิ่มเติมความต้องการ บ่งบอกถึงสถานะและรสนิยมของผู้อยู่อาศัย

## ราคาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ที่ต้องการซื้อในอนาคต



ที่มา: ผลวิจัย บริษัท นัมเบอร์ส 10 รีเสิร์ช จำกัด

# 2 การพัฒนาที่คำนึงถึง “คน” เป็นศูนย์กลาง

ธุรกิจที่อยู่อาศัยเข้าสู่ยุคที่ต้องให้ความสำคัญกับ “คน” อย่างแท้จริง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยเริ่มตั้งแต่คนที่อยู่ต้นน้ำอย่างทีมงานก่อสร้าง ผู้เป็นแรงงานสำคัญในการทำให้บ้านเสร็จสมบูรณ์ แม้ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการก่อสร้างแต่ก็ไม่สามารถทดแทนแรงงานคนได้ทั้งหมด ผู้พัฒนาที่อยู่อาศัยจึงต้องให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงานและแรงงานที่มีฝีมือไว้ ควบคู่กับการฝึกทักษะการทำงานให้ชำนาญยิ่งขึ้นไป เพราะ “คน” เป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่า มีส่วนสำคัญในการสร้างบ้านมีคุณภาพเสร็จในเวลาที่กำหนด และช่วยดูแลความเรียบร้อยไม่ให้เกิดความเสียหายใด ๆ ขณะที่ในส่วนของปลายน้ำคือลูกค้า ผู้พัฒนาที่อยู่อาศัยต้องพัฒนาบ้านด้วยความเข้าใจและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เหมาะกับไลฟ์สไตล์และรูปแบบการอยู่อาศัยที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรองรับการอยู่อาศัยของคนทุกวัย



**คุณประไพ ทยานุวัฒน์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท แกรนด์โฮมมาร์ท จำกัด ให้ความเห็นว่า “สถานการณ์ โควิด-19 ทำให้คนใช้ชีวิตอยู่กับบ้านมากขึ้น โดยผู้มีกำลังซื้อสูงใช้เงินในการตกแต่งบ้าน อวดโฉมดีไซน์ของที่อยู่อาศัยมากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตที่บอกถึงสถานะและรสนิยม ขณะที่คนรุ่นใหม่จำนวนมากใช้พื้นที่บ้านในการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่อีคอมเมิร์ซเติบโต สามารถไลฟ์สดขายสินค้าจากที่บ้านได้ ดังนั้น ผู้พัฒนาที่อยู่อาศัยจะต้องออกแบบบ้านที่สวยงาม เพื่อตอบโจทย์คนใช้บ้านในการทำงานรูปแบบที่ร่วมสมัย ทุกห้องในบ้านต้องสามารถโซฟได้”

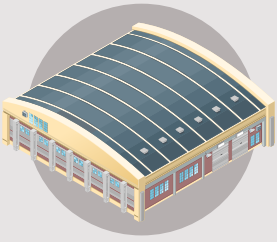
# 3 ESG ไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป

ประเด็น “ESG” หรือ Environment, Social, Governance (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) ถูกพูดถึงกันในวงกว้าง และเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคสมัยใหม่มองหา ผู้พัฒนาที่อยู่อาศัยจึงต้องเกาะติดเทรนด์นี้ ด้วยการปลูกจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายและคู่ค้ามีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยสร้างความน่าอยู่ให้กับสังคม

เราจะเห็น “ที่อยู่อาศัย” ถูกออกแบบมารองรับการใช้ชีวิตของผู้คนได้อย่างยั่งยืน รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเลือกใช้วัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งบ้านที่ส่งผลกระทบท่อสิ่งแวดล้อมน้อย ผลลัพธ์ที่ตามมาคือการใช้งานได้ในระยะยาว รวมถึงนำเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติมาใช้ เพื่อลดการใช้พลังงานและเพิ่มความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

**คุณกำชัย วัฒนธรรม** ผู้จัดการฝ่าย (อาวุโส) บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน) ให้นุมมองว่า “การผลิวัสดุก่อสร้างต้องคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีและมาจากธรรมชาติ โดยเน้นใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างการปรับสูตรการผลิตกระเบื้องหลังคาเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด หรือการออกแบบหลังคาที่ปรับปรุงทำให้สไลปต่ำลงเพื่อใช้วัสดุน้อยลง”

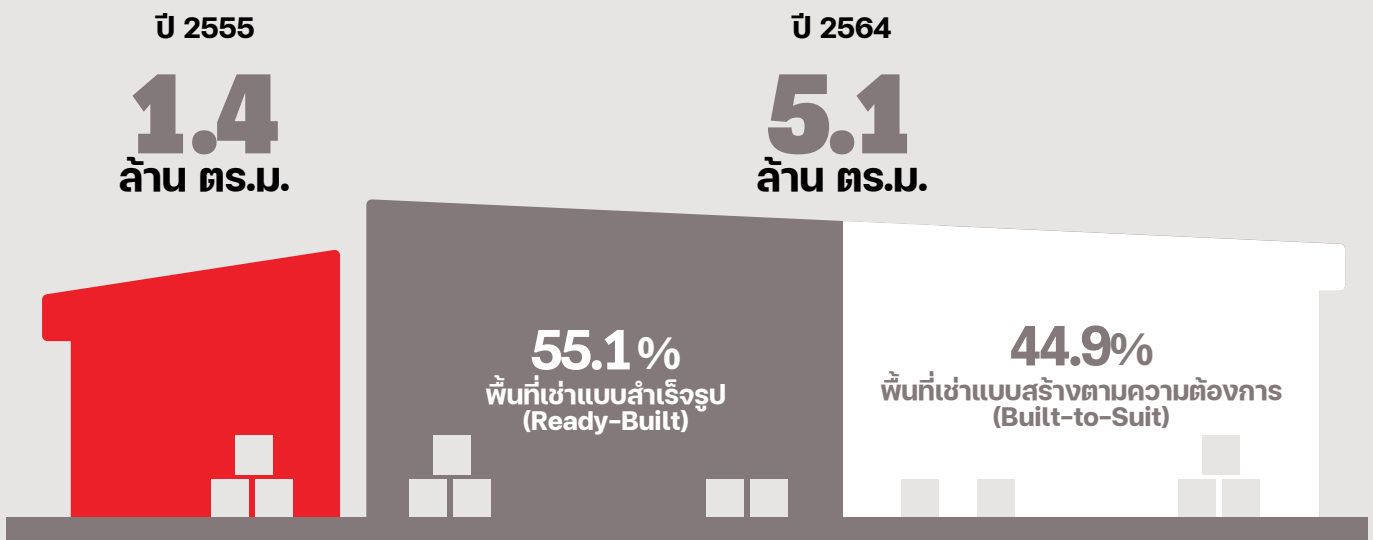
**คุณอุทัย วัชรศิริกุล** กรรมการผู้จัดการ บริษัท โพรซิมมิก จำกัด กล่าวเสริม “ปัจจุบันมีการนำผลิตภัณฑ์และวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้มากขึ้น เพื่อสามารถใช้งานได้ในระยะยาวและร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมได้ทางหนึ่ง ยกตัวอย่างการใช้โซลาร์เซลล์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน ใช้ปูนสูตรพิเศษที่ทำให้เกิดมลพิษน้อยที่สุด และการผลิตสินค้าปูพื้นที่ใช้วัสดุรีไซเคิลเข้ามาเป็นส่วนผสมของวัสดุดิบ แม้จะทำให้ต้นทุนสูงขึ้นแต่ก็พบว่าลูกค้าหรือดีเวลลอปเปอร์มีความต้องการมากขึ้นเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงเทรนด์ในอนาคตที่คนให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างมาก”



# เทรนด์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพื่ออุตสาหกรรม

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่ออุตสาหกรรมในส่วนของโรงงานและคลังสินค้าที่ทันสมัย ซึ่งสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมและโลจิสติกส์ของประเทศไทย คาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากนโยบายการเปิดประเทศของทั่วโลก ทำให้เศรษฐกิจมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น พร้อมทั้งจากยุทธศาสตร์ China Plus One ที่ทำให้ผู้ลงทุนในหลายประเทศเริ่มมีการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นเพิ่มเติมจากประเทศจีน และส่งผลให้ประเทศไทยได้รับอานิสงส์เต็มที่ อันเป็นปัจจัยบวกที่เสริมให้มีความต้องการพื้นที่โรงงานและคลังสินค้าแบบสำเร็จรูป (Ready-Built) และแบบสร้างตามความต้องการของผู้เช่า (Built-to-Suit) เพิ่มขึ้น REDPAPER นำข้อมูลมหภาคและข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์เพื่ออุตสาหกรรมมาสรุปเป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นในอีก 1-2 ปี ดังนี้

สัดส่วนอุปทานคลังสินค้าให้เช่าระดับพรีเมียมในประเทศไทย



ที่มา: บริษัท ใจส์ แลง ลาซาลส์ (ประเทศไทย) จำกัด

## 1 One Stop Service “ใส่ใจบริการที่ครอบคลุม” ตอบสนองทุกความต้องการใช้พื้นที่คลังสินค้า

การขยายตัวต่อเนื่องของธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่เติบโตมาถึงปัจจุบัน รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการรักษาคุณภาพของวัตถุดิบหรือสินค้า ตลอดจนความกังวลเรื่องความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ล้วนผลักดันให้แบรนด์ชั้นนำมีมาตรฐานที่ต้องการใช้คลังสินค้าคุณภาพสูงขึ้น เพื่อตอบโจทย์การดำเนินงานภายในคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ด้านการรักษาคุณภาพรวมถึงสุขอนามัย ซึ่งเป็นประเด็นที่แบรนด์ชั้นนำหลากหลายกลุ่ม เช่น อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าแบรนด์เนม เครื่องสำอาง ฯลฯ ให้ความสำคัญอย่างมาก การมีพื้นที่คลังสินค้าและระบบโลจิสติกส์ที่ดีจึงถือเป็นอาวุธสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

**คุณรัชชศ รวมงคล** หัวหน้าฝ่ายอสังหาริมทรัพย์ ภาคพื้นอินโดจีน บริษัท ดีเอชแอล เอ็กซ์เพรส อินเทอร์เน็ตในเซ็นแนล (ประเทศไทย) จำกัด มีความเห็นว่า “ในฐานะลูกค้าที่เช่าคลังสินค้านั้น เราต้องการบริการที่ครอบคลุมทุกด้าน นอกเหนือจาก Facility Service ที่เป็นพื้นฐาน เราต้องการ Value Added ที่สามารถตอบโจทย์ทุกขั้นตอนของธุรกิจคลังสินค้าและโลจิสติกส์ ผู้ให้บริการคลังสินค้าให้เข้าจึงต้องเป็นทั้งดีเวลลอปเปอร์ และที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการ (Property Management) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นการพัฒนาอาคารคลังสินค้าแบบ Built-to-Suit”

## 2 รูปแบบ Co-Warehouse/Co-Space กำลังมา



ปัจจุบันลูกค้าขนาดเล็กและกลางต่างก็ต้องการพื้นที่ในการเก็บสินค้า แต่อาจมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ให้บริการคลังสินค้าที่สามารถขยายธุรกิจมารองรับลูกค้ากลุ่มนี้ได้ด้วยการขยายบริการในรูปแบบ Co-Warehouse หรือ Co-Space เพิ่มเติมจากการให้บริการลูกค้ารายใหญ่ โดยพื้นที่ Co-Warehouse นี้มีรูปแบบเป็นพื้นที่คลังสินค้าขนาดใหญ่ เพื่อให้บริการลูกค้าทั้งขนาดเล็กและกลางในการใช้พื้นที่คลังสินค้าร่วมกัน

**คุณรัชชต์ รวมนวล** หัวหน้าฝ่ายอสังหาริมทรัพย์ ภาคพื้นอินโดจีน บริษัท ดีเอสแอล เอ็กซ์เพรส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด เสริมว่า “ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์เพื่ออุตสาหกรรมต้องมีความพร้อมให้บริการคลังสินค้าหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่ต้องการพื้นที่แบบเร่งด่วน ก็ควรมีพื้นที่คลังสินค้าสำเร็จรูปพร้อมให้บริการทันที หรือลูกค้าที่ต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่ ทางผู้ประกอบการก็ต้องสามารถออกแบบและพัฒนาได้อย่างรวดเร็วด้วยโซลูชันที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า”

## 3 ESG ไม่มี ถ้าว่ตกรถยนต์

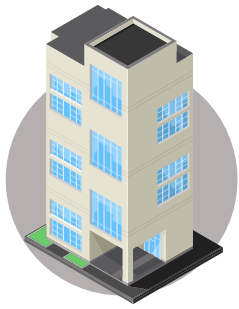
อสังหาริมทรัพย์ด้านคลังสินค้าและภาคอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ให้ความสำคัญกับ ESG มากขึ้นในทุกกระบวนการ โดยเฉพาะด้านความเป็นอยู่ของพนักงาน ผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ผู้ให้บริการคลังสินค้าจึงไม่เพียงแต่ต้องส่งมอบอาคารคลังสินค้าที่ตอบโจทย์ด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การประหยัดพลังงาน สนับสนุนการใช้พลังงานสะอาดจากโซลาร์รูฟท็อป และการใช้พลังงานหมุนเวียนต่าง ๆ แต่ยังคงพัฒนาอาคารคลังสินค้าที่สามารถยกระดับกระบวนการทำงานได้มีประสิทธิภาพ และสร้างผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น อาทิ การวางระบบการจัดการที่ดีในการจัดเก็บสินค้า หรือการออกแบบห้องเย็นแบบควบคุมอุณหภูมิคุณภาพสูงเพื่อรักษาสภาพสินค้าให้คงอยู่ในสภาพดีอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ต้องให้ความสำคัญในด้านความเป็นอยู่ของพนักงาน โดยไม่เพียงแต่ออกแบบอาคารให้ปลอดภัยและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงาน แต่ยังคงคำนึงถึงกิจกรรมการส่งเสริมความปลอดภัยภายในพื้นที่ทำงานด้วย

ปัจจุบัน บริษัทชั้นนำหลายแห่งที่เช่าพื้นที่คลังสินค้านับนโยบายในการร่วมทำธุรกิจกับคู่ค้าที่ให้ความสำคัญกับ ESG

**คุณศักดิ์พัฒน์ สุวรรณศร** ผู้จัดการอาวุโส สำนักงานพัฒนาธุรกิจและระบบโลจิสติกส์ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติกส์ จำกัด ให้ข้อมูลว่า “บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่มองเรื่อง Carbon Footprint และ Net Zero Emissions เป็นอันดับ 1 ถ้าบริษัทใดมีบริการคลังสินค้าที่มีโซลาร์รูฟท็อป หรือ มีมาตรฐาน LEED<sup>1</sup> รองรับก็จะเป็นจุดเด่นที่ทำให้บริษัทต่างชาติให้ความสนใจกัน”

**<sup>1</sup>LEED (Leadership in Energy and Environmental Design: LEED)** คือ มาตรฐานอาคารเขียวเพื่อความเป็นผู้นำด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม ซึ่งก่อตั้งโดยสถาบัน U.S. Green Building Council (USGBC)





# เทรนด์ธุรกิจ อาคารสำนักงาน

จากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาคารสำนักงานให้เข้า เพราะภาคธุรกิจมีการปรับลดขนาดองค์กรและลดขนาดพื้นที่ออฟฟิศ อย่างไรก็ตาม สัญญาณความต้องการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานสมัยใหม่เริ่มกลับมาอีกครั้งในปี 2565 เมื่อสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายและเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว รวมถึงหลายบริษัทออกนโยบายให้พนักงานกลับมาทำงานที่ออฟฟิศ โดย REDPAPER ได้วิเคราะห์ตลาดอาคารสำนักงานให้เช่าและพบเทรนด์ที่น่าสนใจดังนี้

## 1 รูปแบบออฟฟิศสมัยใหม่ต้องมีครบ “ให้มีความสุข” เหมือนอยู่บ้าน

ออฟฟิศสมัยใหม่ที่ดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้กลับเข้าทำงาน



ที่มา: ผลวิจัย บริษัท นัมเบอร์ส 10 รีเสิร์ช จำกัด

ด้วยบริษัทสมัยใหม่คำนึงถึงการดูแลพนักงานให้มีความสุข ช่วยลดความเครียด และเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้องค์กรปรับเปลี่ยนออฟฟิศให้มีบรรยากาศเหมือนบ้าน มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์การทำงานและการผ่อนคลายของพนักงาน รวมถึงมีพื้นที่หลากหลายรูปแบบให้ใช้สอยตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานต่าง ๆ และเพื่อตอบโจทย์ความต้องการใช้งานพื้นที่ที่ยืดหยุ่นที่มีเพิ่มมากขึ้น มากกว่าการใช้ออฟฟิศเป็นที่นั่งทำงานเพียงอย่างเดียว เรียกได้ว่าเมื่อรูปแบบการทำงานของคนในยุคปัจจุบันเปลี่ยนไป รูปแบบพื้นที่ทำงานที่ธุรกิจต้องการก็เปลี่ยนไปเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การใช้พื้นที่ภายในสำนักงานเปิดโอกาสให้พนักงานได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดี

กับเพื่อนร่วมงาน สามารถประสานงานและทำกิจกรรมร่วมกันได้สะดวก สนับสนุนการสร้างสังคมในที่ทำงาน ช่วยกระตุ้น และส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์จนเกิดเป็นไอเดียใหม่ ๆ ที่จะเพิ่มผลผลิตให้องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คุณไมเคิล แกลนซี** กรรมการผู้จัดการ บริษัท โจนส์ แลง ลาซาลส์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “แม้จะมีองค์กรจำนวนมากขึ้นที่ความต้องการให้พนักงานรู้สึกว่าได้รับความยืดหยุ่นผ่านนโยบายการทำงานที่บ้านสลับกับที่ออฟฟิศได้ แต่องค์กรเหล่านี้ต่างตระหนักดีว่า บริษัทจะไม่สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กร ความรู้สึกการเป็นเจ้าของ หรือสังคมของการทำงานร่วมกันเป็นทีมได้เท่ากับการที่พนักงานได้มาเจอหน้ากัน ดังนั้น จึงพยายามออกแบบออฟฟิศให้ทันสมัย สนับสนุนวิธีการทำงานที่ยืดหยุ่น มอบความสะดวกให้มากกว่า แต่ยังคงรู้สึกผ่อนคลายคล้ายกับการทำงานที่บ้าน พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดนี้เพื่อดึงดูดให้พนักงานอยากกลับมาทำงานที่ออฟฟิศมากที่สุด”

## 2 การใช้พื้นที่สำนักงานผันแปรตามรูปแบบการทำงานแต่ละองค์กร

พนักงานมีความต้องการใช้งาน Co-Working Space มากขึ้นควบคู่กับ Fixed Space ซึ่งต้องมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจและจำนวนคน สามารถปรับพื้นที่สำนักงานได้ตามความต้องการ เพื่อความคล่องตัวและสามารถบริหารจัดการต้นทุนทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้บางธุรกิจยังต้องการพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติมอย่างพื้นที่ในการเก็บสินค้าอีกด้วย

**คุณวิมลนิตย์ เลิศพิทักษ์กิจ** ผู้จัดการทั่วไป จัสโต ประเทศไทย มีความเห็นว่า “ตลาดพื้นที่สำนักงานเล็งเห็นเทรนด์ความต้องการใช้พื้นที่สำนักงานชัดเจนมากขึ้น บริษัทหลาย ๆ แห่งในกลุ่ม Start-Up และ SMEs รวมถึงบริษัทข้ามชาติที่เป็น Tech Company หรือ Professional Service มีการนำรูปแบบการทำงานแบบผสมผสาน (ไฮบริด) มาใช้ในที่ทำงาน เพื่อให้มั่นใจว่าการทำงานจะมีประสิทธิภาพ สามารถควบคุมค่าใช้จ่าย รักษาการมีส่วนร่วม และสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานไว้ได้ ขณะเดียวกันก็ต้องการลดความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ต่าง ๆ โดย Co-Working Space สามารถตอบโจทย์ความต้องการเหล่านี้”

## 3 มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีไม่ได้ สำหรับอาคารเกรด A

บริษัทข้ามชาติและบริษัทต่าง ๆ ในต่างประเทศได้กำหนดเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) หรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ (Net Zero) ในปี 2573 ทำให้อาคารสำนักงานเก่าหลายแห่งไม่อยู่ในตัวเลือกของการเป็นสถานที่ทำงานยุคใหม่ที่องค์กรชั้นนำเลือกใช้ โดยอาคารสำนักงานเกรดเอในปัจจุบันถูกออกแบบโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความสะดวกสบายของผู้ใช้อาคาร ซึ่งอ้างอิงตามมาตรฐานของ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) และ WELL Building Standard เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานในอาคารนั้นๆ





# 3 เมกะเทรนด์ ด้านอสังหาริมทรัพย์ที่น่าจับตา

ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ พร้อมด้วยพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง REDPAPER ได้สรุปเป็น “3 เมกะเทรนด์” ที่จะเปลี่ยนมุมมองและวิธีการทำงานของผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์และพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนี้

## ทิศทางอสังหาริมทรัพย์ ปี 2566-2567

ที่อยู่อาศัย	อสังหาริมทรัพย์เพื่ออุตสาหกรรม	อาคารสำนักงาน
บ้านให้ “คุณค่าทางจิตใจ” ต้องเป็นมากกว่าความเป็นบ้าน	One Stop Service “ใส่ใจบริการที่ครอบคลุม” ตอบสนองทุกความต้องการใช้พื้นที่คลังสินค้า	รูปแบบออฟฟิศสมัยใหม่ต้องมีครบ “ให้ความสุข” เหมือนอยู่บ้าน
การพัฒนาที่คำนึงถึง “คน” เป็นศูนย์กลาง	รูปแบบ Co-Warehouse/Co-Space กำลังมา	การใช้พื้นที่สำนักงานผันแปรตามรูปแบบการทำงานแต่ละองค์กร
ESG ไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป	ESG ไม่มีคำว่าตกเทรนด์	มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีไม่ได้สำหรับอาคารเกรด A

## 3 เมกะเทรนด์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

1 เพิ่ม “คุณค่า” ให้กับสินค้าและบริการ

2 ตอบสนองผู้ใช้พื้นที่ด้วยแนวคิด “Human Centric”

3 ปกคลุม “ESG” ในทุกองค์ประกอบของการทำธุรกิจ

### 1. เพิ่ม “คุณค่า” ให้กับสินค้าและบริการ

ค่านึงถึงการเพิ่ม “คุณค่า” ของสินค้าและบริการในการส่งมอบให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการ ยกตัวอย่างการพัฒนาบ้านหรือที่อยู่อาศัยที่ไม่เพียงแต่คำนึงถึงเรื่องฟังก์ชันการใช้งานอย่างเดียว แต่ต้องให้คุณค่าทางจิตใจควบคู่กันผ่านงานออกแบบที่สะท้อนถึงตัวตนและบ่งบอกถึงรสนิยมของผู้อยู่อาศัย เช่นเดียวกับการออกแบบอาคารสำนักงานที่ต้องครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก มีพื้นที่การใช้งานยืดหยุ่นที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์การทำงานที่หลากหลาย พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศของออฟฟิศที่ทำให้พนักงานรู้สึกผ่อนคลายและมีความสุขเหมือนอยู่ที่บ้าน ขณะที่โรงงานและคลังสินค้าก็สามารถเปิดโอกาสให้ผู้คนในพื้นที่อุตสาหกรรมสามารถมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีมาตรฐานได้โดยไม่ต้องไปก่อกำหนดการทำงานในบรรยากาศสำนักงาน พร้อมด้วยการนำเสนอบริการครอบคลุมครบวงจรให้กับลูกค้าได้อย่างหลากหลาย

### 2. ตอบสนองผู้ใช้พื้นที่ด้วยแนวคิด “Human Centric”

เพื่อมุ่งตอบสนองการใช้ชีวิตและความต้องการของผู้ใช้งานอาคารต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น แนวคิด “Human Centric” ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบดีไซน์และเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ที่ยึดผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลางได้ถูกนำมา

ประยุกต์ใช้มากขึ้น โดยผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ด้านความต้องการพื้นฐานแต่ยังสามารถยกระดับการใช้ชีวิต โดยคำนึงถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น พร้อมแนวทางแก้ไขหรือป้องกันให้กับลูกค้าและผู้ใช้งานอาคารต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการที่เหมาะสม ช่วยเติมเต็มคุณภาพชีวิตของผู้คนได้เป็นอย่างดี

### 3. ปกคลุม “ESG” ในทุกองค์ประกอบของการทำธุรกิจ

ประเด็นเรื่อง ESG หรือ Environment, Social, Governance (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) ถูกพูดถึงในแง่ของการเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงในการดำเนินธุรกิจ เพราะปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทที่มีนโยบายหรือแนวทางที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ภัยพิบัติหรือการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพอากาศที่เกิดขึ้น ก็ยิ่งทำให้ผู้บริโภคหันมาหันหน้าและจริงจังเรื่อง ESG มากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น ภาคธุรกิจต้องแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าบริษัทของตนพร้อมมีส่วนร่วมและขับเคลื่อนการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการมีธรรมาภิบาลที่ดีด้วยเช่นกัน

จาก 3 เมกะเทรนด์ข้างต้นเป็นทิศทางที่คาดว่าจะเห็นในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปีนี้และปีถัดไป ซึ่งหากผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์จับเทรนด์ได้ทันและปรับตัวธุรกิจให้สอดคล้องกับเทรนด์ที่เกิดขึ้นก็เชื่อว่าจะสามารถพิชิตใจลูกค้าและผู้ให้บริการ พันธมิตรทางธุรกิจ และสังคมได้ไม่ยาก

#### ขอขอบคุณผู้บริหารสำหรับการให้สัมภาษณ์ REDPAPER

##### บริษัท แกรนด์โฮมมาร์ก จำกัด

คุณประไพ ทยานูวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ

##### จัสโค ประเทศไทย

คุณวิมลฉัตรย์ เลิศพิทักษ์กิจ ผู้จัดการทั่วไป

##### บริษัท โจนส์ แลง ไซซาลส์ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณไมเคิล แกลนซี กรรมการผู้จัดการ

##### บริษัท ดีเอชแอล เอ็กซ์เพรส อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

คุณรัชชศ รวงมงคล หัวหน้าฝ่ายอสังหาริมทรัพย์ ภาคพื้นอินโดจีน

##### บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติกส์ จำกัด

คุณศุภกิตพัฒน์ สุวรรณศรี ผู้จัดการอาวุโส สำนักงานพัฒนาธุรกิจและระบบโลจิสติกส์

##### บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)

คุณกัญชวดี วัฒนธรรม ผู้จัดการฝ่าย (อาวุโส)

##### บริษัท โพรซิมมิก จำกัด

คุณอุทัย วัชรศิริกุล กรรมการผู้จัดการ

##### บริษัท เพอร์เซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

คุณรณพล ศิริธนชัย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Country CEO)

##### บริษัท เพอร์เซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ โฮม (ประเทศไทย) จำกัด

คุณแสนฝัน สุขี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

##### บริษัท เพอร์เซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ อินดัสเทรียล (ประเทศไทย) จำกัด

คุณโสภณ ราชรักษา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



## เกี่ยวกับ

รายงาน “REDPAPER” สนับสนุนโดย เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ ประเทศไทย มุ่งนำเสนอข้อมูล เทรนด์ ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอยู่อาศัย อุตสาหกรรม และพาณิชย์กรรม พร้อมกับบทความเชิงวิเคราะห์ และความคิดเห็นเพื่อแบ่งปันความรู้ให้แก่ภาคธุรกิจ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

T: +66 2 483 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

