

# สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ครึ่งแรกปี 2559

1

ภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล  
ครึ่งแรกปี 2559

“ชะลอตัว”

การเปิดตัวโครงการใหม่และความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยลดลง โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยแนวสูง เนื่องจากตลาดเกิดภาวะอึมครึม จากสินค้าค้างสต็อกและการเก็งกำไร

อุปทานที่อยู่อาศัยเปิดใหม่(%yoy)

อุปสงค์ที่อยู่อาศัย(%yoy)

เปิดใหม่ มูลค่าโครงการ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย

ที่อยู่อาศัยเหลือขายสะสมเพิ่มขึ้น 1.7%

อัตราการเปลี่ยนแปลง กรุงเทพฯ และปริมณฑล ครึ่งแรกปี 2559



|                    | แนวสูง | แนวราบ |
|--------------------|--------|--------|
| เปิดใหม่ (%yoy)    | -39.2% | -7.6%  |
| ขายได้ (%yoy)      | -18.4% | -0.7%  |
| เหลือขาย (%change) | +2.2%  | +1.3%  |

“ชะลอตัว และยังมีอุปทานเหลือขายอยู่เป็นจำนวนมาก”

ผู้ประกอบการชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่และเน้นการระบายสต็อก ส่งผลให้ที่อยู่อาศัยเหลือขายสะสมลดลงเล็กน้อยสะท้อนถึงตลาดที่อยู่อาศัยกำลังปรับตัวเข้าสู่ภาวะสมดุลมากขึ้น

2

ภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัยในจังหวัดสำคัญ  
ครึ่งแรกปี 2559

(1.เชียงใหม่ 2.ภูเก็ต 3.ขอนแก่น 4.ชลบุรี 5.ระยอง 6.สงขลา)

อัตราการเปลี่ยนแปลงจังหวัดสำคัญ ครึ่งแรกปี 2559

|                    | แนวสูง | แนวราบ |
|--------------------|--------|--------|
| เปิดใหม่ (%yoy)    | -40.8% | -21.8% |
| ขายได้ (%yoy)      | +14.3% | +0.3%  |
| เหลือขาย (%change) | -18.0% | -0.1%  |

อุปทานที่อยู่อาศัยเปิดใหม่(%yoy)  
เปิดใหม่ มูลค่าโครงการ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย  
-30.5% -34.7% -7.6%

อุปสงค์ที่อยู่อาศัย(%yoy)  
+6.5%

ที่อยู่อาศัยเหลือขายสะสมลดลง -7.9%

3

ภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัย  
ในจังหวัดหัวเมืองรอง ไตรมาส 1 ปี 2559

“ชะลอตัวค่อนข้างมาก”

กำลังซื้อที่อยู่อาศัยในภูมิภาคลดลง แต่สต็อกเหลือขายทั้งแนวสูงและแนวราบยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก ที่อยู่อาศัยเกือบทุกประเภทเปิดตัวใหม่ลดลง ยกเว้นทาวน์เฮ้าส์ โดยบางพื้นที่ไม่มีการเปิดตัวใหม่หรือเปิดตัวใหม่น้อยมาก อาทิ นครราชสีมา พิษณุโลก นครศรีธรรมราช อุตรดิตถ์และมหาสารคาม

อัตราการเปลี่ยนแปลงจังหวัดหัวเมืองรอง ไตรมาส 1 ปี 2559

อุปทานที่อยู่อาศัยเปิดใหม่  
เปิดใหม่ มูลค่าโครงการ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย  
-34.5% -53.2% +13.5%

อุปสงค์ที่อยู่อาศัย  
-11.9%

ที่อยู่อาศัยเหลือขายสะสมลดลง -1.6%



|                    | แนวราบ | แนวสูง |
|--------------------|--------|--------|
| เปิดใหม่ (%yoy)    | -55.4% | -31.3% |
| ขายได้* (%yoy)     | +0.4%  | -17.8% |
| เหลือขาย (%change) | -1.4%  | -2.0%  |

\* ประมาณการโดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก

# สถานการณ์สินเชื่อภาคอสังหาริมทรัพย์ครึ่งแรก ปี 2559

## อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อไตรมาส 2 ปี 2559

Pre-finance ▼ -5.2% yoy  
Post-finance ▲ 8.8% yoy

คาดการณ์ปี 2559 Pre-finance หดตัว -1.5 ถึง -2.5% yoy  
Post-finance เติบโต 7.5 ถึง 8.5 % yoy

## คุณภาพสินเชื่อภาคอสังหาริมทรัพย์ ณ ไตรมาส 2 ปี 2559

“ด้อยลง” ทั้ง Pre-Post finance  
2558 Q1/59 Q2/59  
NPL ต่อสินเชื่อ Pre-finance 3.8% ▲ 4.1% ▲ 4.4%  
NPL ต่อสินเชื่อ Post-finance 2.4% ▲ 2.6% ▲ 2.7%

## สินเชื่อคงค้าง ณ ไตรมาส 2 ปี 2559

Pre-finance 277,492 ล้านบาท ▼ -5.2% yoy

ชะลอตัวลงโดยเฉพาะสินเชื่อสำหรับสร้างอาคารพาณิชย์ และสินเชื่อเพื่อจัดสรรบ้านพร้อมที่ดิน และสร้างคอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์

Post-finance 3,217,570 ล้านบาท ▲ 8.8% yoy

เติบโตในอัตราที่ชะลอลง โดยสินเชื่อเพื่อซื้ออาคารชุดและบ้านจัดสรรขยายตัวได้ดี

## การโอนกรรมสิทธิ์กรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี2559

ครั้งแรกปี 2559 เติบโตได้ดีจากมาตรการของภาครัฐ  
ครั้งหลังปี 2559 คาดว่าชะลอตัวลง จากการดูดซับความต้องการไปแล้วส่วนหนึ่ง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวได้ค่อนข้างช้า

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนา ที่อยู่อาศัย ณ ไตรมาส 2 ปี 2559

ค่าดัชนีปัจจุบัน (Current Situation Index) ▼ 54.7  
ความเชื่อมั่นลดลงทั้งในด้านการขยายและการเปิดตัวโครงการใหม่  
ค่าดัชนีความคาดหวัง (Expectations Index) ▲ 65.4  
ความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นจากแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจและปัญหาการเมืองที่มีทิศทางเป็นบวกมากขึ้น

## กลยุทธ์ของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์

เปิดตัวโครงการใหม่อย่างระมัดระวังและเน้นทำตลาดระบายที่อยู่อาศัยรอขาย

กระจายความเสี่ยง เน้นโครงการแนวราบในจังหวัดที่ยังมีแนวโน้มเติบโต

พัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเน้นเรื่อง Design และ Technology

เน้นทำตลาดผู้ซื้อชาวต่างชาติมากขึ้น

ทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์

พัฒนาบ้านเดี่ยวรองรับตลาดผู้สูงวัย

ระดมทุนผ่านตลาดทุน

## ปัจจัยสนับสนุน

- ➕ การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐ
- ➕ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ราคาวัสดุก่อสร้างและราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวในระดับต่ำ
- ➕ การเปิด AEC และการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว

## ปัจจัยเสี่ยง

- ภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวค่อนข้างช้า ราคาและผลผลิตทางเกษตรตกต่ำ ประกอบกับหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง
- ความเข้มงวดของนโยบายสินเชื่อของสถาบันการเงิน
- ที่อยู่อาศัยเหลือขายยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก ในขณะที่กำลังซื้อในประเทศลดลง
- ราคาที่ดินปรับสูงขึ้นรวมทั้งนโยบายภาษีที่ดินปี 2560 เป็นปัจจัยกดดันในการลงทุนของผู้ประกอบการและการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

## กลยุทธ์ของผู้ประกอบการรายใหญ่

จุดเด่นด้านนวัตกรรมใหม่  
เน้นขยายโครงการทำเลใจกลางเมือง

ANANDA DEVELOPMENT

เน้นความเป็นผู้นำดิจิทัลไฟฟ้าและเปิดตัวระบบการจองซื้อออนไลน์ “Ananda Online Booking”

พิกษา

เน้นทำการตลาด โดยการออกแคมเปญให้ลูกค้าได้รับสิทธิพิเศษเป็นรายโครงการ

AP

รักษาลูกค้าระดับ กลาง-ล่าง และเพิ่มเป้าหมายลูกค้าโครงการระดับกลาง-บนมากขึ้น

PROPERTY PERFECT

ร่วมกับบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร พร้อมทั้งขยายการลงทุนธุรกิจโรงแรมทั้งในและต่างประเทศ

LAND & HOUSES

กระจายความเสี่ยงทำตลาดทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเน้นลงทุนกลุ่มตลาดกลาง-บน พร้อมทั้งขยายการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศมากขึ้น