

โควิดบูม'แนวราบ'สายสีม่วง
'ลลิล'โดดชิงประชากรแฝง

> 19



บนบุรี ถือเป็น 1 ใน 3 พื้นที่ที่มีปริมาณที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่สูงที่สุดในช่วงครึ่งปีแรก 2563 โดยส่วนใหญ่เป็นโครงการจัดสรรแนวราบ ซึ่งบ้านระดับราคา 2-5 ล้านบาทยังคงเป็นสินค้าที่มีความต้องการอยู่เสมอ

โควิดบูม'แนวราบ'สายสีม่วง 'ลลิล'โดดชิงประชากรแฝง

● บุชกร กุศล
กรุงเทพธุรกิจ

ปัญหา“โอเวอร์ซัพพลาย” คอนโดมิเนียมแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้การเปิดตัวคอนโดหยุดชะงัก ทว่าหลังเกิดการระบาดของโควิด-19 ทำให้ทำเลที่อยู่อาศัยของแนวราบในจ.นนทบุรีเริ่มกลับมาคึกคักเนื่องจากพฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยเปลี่ยนไปจากคอนโดมาเป็นแนวราบมากขึ้น รองรับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตและการทำงานที่บ้าน ป้องกันการระบาดของโควิด-19 จึงกลายเป็น “โอกาส” ของโครงการแนวราบ ขณะเดียวกันนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ยังเร่งผลักดันโครงการหนีจากปัญหาฝั่งเมืองรวมจ.นนทบุรีที่จะประกาศใช้ในสิ้นปี 2564 ซึ่งมีข้อจำกัดการพัฒนาโครงการมากกว่าฉบับเดิม

ชูรัช ชุทธกุล กรรมการรองผู้จัดการใหญ่ บริษัท ลลิล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน) กล่าวว่า บริษัทฯยังคงเดินหน้าโครงการอสังหาแนวราบ ล่าสุดได้พัฒนาโครงการลลิล ทาวน์ โลโอ บลิสซ์ รัตนาธิเบศร์-บางใหญ่ มูลค่าโครงการ 900 ล้านบาท รวม 457 ยูนิต ราคาเริ่มต้น 1.99 ล้านบาท และโครงการโลโอ บลิสซ์ วงแหวน-ปิ่นเกล้า (พระราม 5) มูลค่าโครงการ 550 ล้านบาท รวม 283 ยูนิต ราคาเริ่มต้น 1.89 ล้านบาทมูลค่ารวม 1,450 ล้านบาทในจ.นนทบุรีเนื่องจากมองว่าเป็นหนึ่งในทำเลศักยภาพ ระบบคมนาคมสะดวก มีห้างสรรพสินค้า



ชูรัช ชุทธกุล

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเวสต์เกต สถานศึกษา โรงพยาบาล ที่พร้อมรองรับการดำเนินชีวิตของผู้ที่อยู่อาศัยในย่านนี้

ที่สำคัญหลังจากเกิดสถานการณ์โควิด-19 พฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยของลูกค้าเปลี่ยนไปกล่าวคือหันมาให้ความสนใจกับอสังหาแนวราบมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทาวน์โฮม บ้านแฝด และบ้านเดี่ยว เพราะผู้คนวิตกกังวลในการเว้นระยะห่างทางสังคม (social distancing) เพราะใช้ชีวิตในคอนโดมีเนียมอยู่อาศัยและใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันเป็นจำนวนมาก รวมทั้งรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปกล่าวคือ มีการทำงานที่บ้านมากขึ้น

“ลูกค้าเริ่มหันมาซื้อที่อยู่อาศัยแนวราบ

แทนที่จะเป็นคอนโดมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ยิ่งในช่วงหลังจากที่คลายล็อกดาวน์ ยอดขายเพิ่มมากขึ้น เพราะต้องการสเปซที่อยู่อาศัยมากกว่า 30 ตร.ม. เพื่ออยู่อาศัยและทำงานในระดับราคาที่ใกล้เคียงกัน”

จากแนวโน้มอัตราการเติบโตโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้นักพัฒนาอสังหาหลายรายกระโดดเข้ามาเปิดโครงการแนวราบในจ.นนทบุรี เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น อาทิ เอพี พิกษา แสนสิริ และแบรนดิอื่นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นทาวน์โฮมระดับราคาอยู่ที่ 2-3 ล้านบาททำให้ราคาที่ดินจ.นนทบุรี เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดราคาที่ดินขยับขึ้นมาไร่ละ 5 ล้านบาท

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: การเงิน-ลงทุน/-

วันที่: พฤหัสบดี 5 พฤศจิกายน 2563

ปีที่: 34

ฉบับที่: 11722

หน้า: 20(บนขวา), 19

Col.Inch: 69.14

Ad Value: 110,624

PRValue (x3): 331,872

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: โควิดบูม'แนวราบ'สายสีม่วง 'ลิลลี่'โตตติงประชากรแฝง

เนื่องจากพื้นที่จ.นนทบุรี มีประชากรแฝงที่เข้ามาทำงานในพื้นที่ค่อนข้างมาก เพราะเป็นแหล่งการทำงานทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาซื้อคิดเป็นสัดส่วน40%ส่วนที่เหลืออีก60%มาจากคนในพื้นที่โดยคาดการณ์ว่าในอีก 5 ปีจะเป็นจังหวัดที่มีประชากรเลือกอยู่อาศัยสูงสุดรองจากกรุงเทพฯเนื่องจากมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่อเนื่องโดยเฉพาะระบบขนส่งมวลชน ทางรถไฟ และทางรถยนต์ที่จะอำนวยความสะดวกให้กับประชากรในพื้นที่

ซูร์ซึก กล่าวว่ ปัจจุบันซัพพลายอสังหาฯในจ.นนทบุรี รวมทั้งสิ้น 10,000 ยูนิต แบ่งเป็นคอนโด 5,000 ยูนิต และแนวราบ 5,000 ยูนิต และจากข้อมูลตัวเลข 3ปีย้อนหลังพบว่าซัพพลายอสังหาฯในจ.นนทบุรีรวมทั้งสิ้น 18,000-20,000 ยูนิต แบ่งเป็นคอนโด 50% แนวราบ 50%

ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ยังระบุว่า จ. นนทบุรี ถือเป็น 1 ใน 3 พื้นที่ที่มีปริมาณที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่สูงที่สุดในช่วงครึ่งปีแรก 2563 โดยส่วนใหญ่เป็นโครงการจัดสรรแนวราบซึ่งบ้านระดับราคา 2-5 ล้านบาทยังคงเป็นสินค้าที่มีความต้องการอยู่เสมอในกลุ่มเรียลตี้มันด์ (ความต้องการอยู่อาศัยจริง) และเป็นารเปิดตัวโครงการก่อน

ที่จะประกาศ ผังเมืองรวมจ.นนทบุรีใหม่ที่จะประกาศใช้ในปี2564ซึ่งมีข้อจำกัดการพัฒนาโครงการมากกว่าฉบับเดิมทำให้การเปิดตัวโครงการใหม่ๆทำได้ยากขึ้น

“ปัจจุบันคนทำงาน เจ้าของธุรกิจ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการส่วนใหญ่ที่ทำงานในพื้นที่กรุงเทพฯ เริ่มขยับขยายในการมองหาที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑลฝั่งตะวันตกเพิ่มมากขึ้น รวมถึงคนในพื้นที่ จ.นนทบุรี ก็ยังคุ้นชินกับการหาที่อยู่อาศัยใหม่ๆ ในย่านนี้เช่นกัน ส่งผลให้โซนกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันตกกลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกต้นๆของการซื้อบ้านหลังใหม่”

โดยในปีนี้บริษัทยังคงเป้ายอดขายอยู่ที่ 6,200 ล้านบาท และเป้ารับรู้รายได้อยู่ที่ 5,250 ล้านบาท เนื่องจาก 10 เดือนที่ผ่านมาบริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามแผนที่วางไว้แม้ว่าจะเปิดตัวโครงการ เพียงแค่7 โครงการจากที่วางแผนไว้ว่าจะเปิดตัว9-11 โครงการ แต่ก็สามารถชิงส่วนแบ่งตลาดมาจากคู่แข่งในตลาดได้จากกลยุทธ์ราคา ที่ถูกกว่าคู่แข่งประมาณ10% รวมทั้งดีไซน์และฟังก์ชัน ที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตในยุคนิวโนมอล