



TBS Insights

อยู่รอดกับ “โรคเปลี่ยน โลกเปลี่ยน” ในธุรกิจสังหาริมทรัพย์

อาจารย์ ดร. ชูชาติ เตชะโพธิ์วรคุณ
สาขาวิชาธุรกิจสังหาริมทรัพย์

**“ การใช้เทคโนโลยีด้านดิจิทัลเพื่อให้เห็น
ภาพทางกายภาพจริงของพื้นที่ จึงเป็นหนึ่งทางเลือก
ที่สามารถตอบสนองต่อข้อจำกัดเรื่องการเดินทางได้ ”**

ในสถานการณ์ปัจจุบันทั่วโลกต่างกำลังเผชิญหน้ากับ “มหันตภัยร้ายในภาวะฉุกเฉิน” ที่กำลังสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบต่อคนทั่วโลกจากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Coronavirus) หรือ COVID-19 ที่มีต้นกำเนิดมาจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน จนมีการปิดเมืองต่าง ๆ ของจีนและห้ามการเดินทางของชาวจีน ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกก็มีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็น เกาหลีใต้ อิตาลี อิหร่าน สหรัฐฯ นำไปสู่การใช้มาตรการเดียวกับประเทศจีน คือ “การปิดเมือง” การจำกัดการเดินทางของประชาชนมากขึ้น

ภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา เชื้อไวรัสนี้ได้กระจายไปยังทั่วทุกมุมโลก แม้แต่ในประเทศไทยเองก็พบรายงานผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่อง และได้มีประกาศมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐในการปิดสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานศึกษา สถานบันเทิง ศูนย์การค้า ตลาด ร้านอาหารเปิดเฉพาะจำหน่ายนำกลับ สนับสนุนให้ทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) ปิดพรมแดนทางบกทั่วประเทศ ออกพระราชกำหนดสถานการณ์ฉุกเฉิน ประกาศเคอร์ฟิวห้ามออกจากเคหสถาน รวมถึงการห้ามอากาศยานขนส่งโดยสารเข้าประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน ทั้ง เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวิถีชุมชน ทั้งนี้รวมถึงธุรกิจสังหาริมทรัพย์ด้วย

จากรายงานเศรษฐกิจและการเงิน ของธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) ประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2563 มูลค่าการส่งออกโดยรวมยังมีการขยายตัว ส่วนการนำเข้ามีการลดลงร้อยละ 7.8 เป็นผลจากการปิดเมืองของจีน สำหรับการบริโภคภายในประเทศ การใช้จ่ายของภาครัฐไทยมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากความล่าช้าของ พ.ร.บ. งบประมาณ 2563 ในส่วนภาคเอกชน การใช้จ่ายหมวดบริการ โรงแรม การเดินทาง ยอดขายรถยนต์ ยังมีการลดลงอย่างมาก ยกเว้นหมวดสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการเร่งซื้อจากสถานการณ์ COVID-19 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคอยู่ที่ร้อยละ 64.8 ในขณะที่ปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 82 (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2563) หนี้ครัวเรือนในปี 2562 อยู่ราวร้อยละ 80 ของ GDP (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) ประกอบกับเครื่องชี้การลงทุณด้านการก่อสร้างยังคงลดลงเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมาสอดคล้องกับภาคอสังหาริมทรัพย์ที่มีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องจากสถานการณ์ความไม่มั่นคงของวิกฤตโรค COVID-19 ที่ยังไม่พบวัคซีนในการป้องกัน และการแพร่ระบาดที่ยังคงมีอยู่ในแทบทุกพื้นที่

นอกจากนี้สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงร้อยละ 48 รายได้จากชาวต่างชาติ ลดลงร้อยละ 49 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวหลักอย่างจีนลดลงไปมากถึงร้อยละ 85 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ผ่าน 5 สนามบินหลัก เหลือ 623 คน ในวันที่ 28 มีนาคม 2563 ส่งผลต่อภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม คำถามที่ตามมาคือ “ธุรกิจนี้จะต้องปรับตัวอย่างไรให้รอดพ้นจากวิกฤตการณ์ในครั้งนี้?”

ในช่วงที่ผ่านมาพบว่า กระแสของดิจิทัลเข้ามามีบทบาทอย่างมากกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หลายประเภท ค่อย ๆ ปรับตัวให้เข้ากับกระแส เช่น E-Commerce, IoT, VR, platform ต่างๆ ที่ช่วยให้การติดต่อกับลูกค้าสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น แต่ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการจำกัดการเดินทาง ลูกค้าไม่สามารถเข้าถึงและสัมผัสตัวอสังหาริมทรัพย์ได้ด้วยทางกายภาพ โอกาสในการซื้อขายหรือเช่า จึงลดลง ฉะนั้นแนวโน้มของการใช้เทคโนโลยีด้านดิจิทัลเพื่อให้เห็นภาพทางกายภาพจริงของพื้นที่ จึงเป็นหนึ่งทางเลือกที่สามารถตอบสนองต่อข้อจำกัดเรื่องการเดินทางได้ โดยหากสถานการณ์การจำกัดและการควบคุมการเดินทางยังคงอยู่เช่นนี้ต่อไปอีกราว 1 ปี ย่อมส่งผลถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่อาจเปลี่ยนแปลงไปอย่างถาวร แม้ในอดีตโลกของเราจะเคยเจอกับโรคระบาด เช่น โรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS) และโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรง (SARS) มาก่อน ซึ่งส่งผลต่อการปรับตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างมากมาย แต่การปรับตัวของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในยุคของโรคระบาด COVID-19 ครั้งนี้ กำลังทำให้เกิดการพลิกโฉมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไปอย่างไม่มีวันกลับมา ดังตัวอย่างการปรับตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต่อไปนี้

ศูนย์การค้า (พื้นที่เชิงพาณิชย์)

“ การเช่าพื้นที่เพื่อเปิดร้านอาหารในศูนย์การค้า หรือพื้นที่อาคารพาณิชย์อาจจะลดความสำคัญลง ”

ช่องทางที่มากทดแทนการขายสินค้าในศูนย์การค้าหรือพื้นที่เชิงพาณิชย์ คือการขายของออนไลน์หรือ E-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางที่มีการเติบโตอย่างมาก ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากรายงานประจำปี 2562 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ (2562) หรือ ETDA ได้แสดงถึงมูลค่าของ E-Commerce ในประเทศไทย ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2557 ที่มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 2 ล้านล้านบาท และในปี 2561 มีมูลค่าสูงถึง 3.1 ล้านล้านบาท ซึ่งเติบโตร้อยละ 14 จากปี 2560 รวมถึงมี Internet Users ราว 47.5 ล้าน แสดงถึงแนวโน้มการเติบโตอีกมากในปี 2563 และเมื่อมีสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 จะยิ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้มีการใช้ Internet และ E-Commerce มากขึ้น สำนักงาน กสทช. ได้เปิดเผยยอดการใช้งาน ช้อปปิ้งออนไลน์เดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ 2563 ที่ผ่านมา ในแอปพลิเคชัน Shopee Online เพิ่มขึ้นมากกว่า 400% และ Lazada มากกว่า 100% ตามลำดับ

ถึงแม้การเพิ่มขึ้นของการใช้งานออนไลน์อาจจะเกิดขึ้นเพียงในระยะ สั้น ๆ ตามภาวะวิกฤตนี้ แต่ได้ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนได้เข้าสู่โลกของออนไลน์มากขึ้น เสมือนทำให้ผู้บริโภคได้เรียนรู้วิธีการใช้งาน เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเลือกซื้อ สินค้า แม้แต่ธุรกิจด้านอาหารที่มีการสั่งห้ามนั่งทานในร้าน จึงเหลือเพียงการส่ง Delivery และการสั่งอาหารออนไลน์ ทาง ETDA (2563) ได้มีการสำรวจพฤติกรรม การใช้ Online Food Delivery พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 376 คนทางออนไลน์ มีการใช้งานสั่งอาหารออนไลน์กว่าร้อยละ 85 ทาง Line Man ได้แสดงถึงยอดการ ใช้งานในส่วนของการสั่งอาหารออนไลน์เพิ่มขึ้น 3 เท่าจากช่วงเวลาปกติ และ Wongnai แพลตฟอร์มรวมร้านอาหารได้เผยยอดสมัครหน้าร้านอาหารออนไลน์เพิ่มขึ้น 5 เท่า ภายในรอบสัปดาห์ (22-31 มีนาคม 2563) เมื่อเป็นเช่นนี้หากยังมีการสั่งอาหาร ออนไลน์อย่างต่อเนื่อง การเช่าพื้นที่เพื่อเปิดร้านอาหารในศูนย์การค้า หรือพื้นที่อาคาร พาณิชย์อาจจะลดความสำคัญลง แนวคิดด้าน “Cloud Kitchen” ซึ่งเป็นพื้นที่ครัว ให้หลายร้านอยู่ที่เดียวกันเพื่อส่งอาหาร Delivery อาจเกิดขึ้นและประสบความสำเร็จ อย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยรูปแบบธุรกิจนี้เติบโตมากในประเทศอินเดีย ภายใต้ชื่อ Rebel Foods ที่มีมูลค่าประมาณ 16,145 ล้านบาท สำหรับประเทศไทยบริษัท Grab ได้

ริเริ่มดำเนินการแล้วบริเวณสามย่านมิตรทาวน์ที่รวม 12 ร้านดังไว้ที่เดียวและทำอาหารเพื่อส่งออนไลน์เท่านั้น เมื่อเป็นเช่นนี้การปรับตัวของศูนย์การค้าและอาคารพาณิชย์เพื่อเช่าสำหรับทำร้านค้าทั้งหลาย อาจจะต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองให้มีแพลตฟอร์มเพื่อนำตัวเองเข้าสู่โลกออนไลน์และมีการเชื่อมโยงกับออฟไลน์หน้าร้าน รวมถึงการมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ทำเป็น Cloud Kitchen เพื่อรักษาความสำคัญของพื้นที่ปล่อยเช่าทางกายภาพให้สำคัญเทียบเท่ากับพื้นที่ในโลกออนไลน์

ในสถานการณ์วิกฤตจากโรค COVID-19 เราอาจได้เห็นธุรกิจ Cloud Kitchen เกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็ว แม้ว่าในอนาคตสถานการณ์ของการระบาดจะดีขึ้นแล้วก็ตาม จึงเชื่อมั่นได้ว่าธุรกิจกลุ่มนี้จะยังคงอยู่และเติบโตต่อไปภายใต้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

อาคารสำนักงาน

นอกจากการปิดสถานที่ต่าง ๆ แล้ว การสนับสนุนให้มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ก็เป็นอีกมาตรการที่ถูกนำมาใช้ นำโดยภาครัฐที่ให้หน่วยงานของรัฐสามารถทำงานที่บ้านได้ โดยมีหน่วยงานรัฐที่มอลงกะเบียบใช้แพลตฟอร์มทำงานที่บ้านกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมกว่า 865 หน่วยงาน ให้งานกว่า 6 แสนยูสเซอร์ นอกจากนี้ ยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Zoom ที่เป็นระบบวิดีโอคอลใช้สำหรับประชุมทางไกล หรือใช้เพื่อติดต่อสื่อสารผ่านวิดีโอ ถูกดาวน์โหลดทั่วโลกมากกว่า 2 ล้านครั้งต่อวันในเดือนมีนาคม 2563 ซึ่งต่างจากยอดดาวน์โหลดในเดือนมกราคมปีเดียวกันนี้ ที่มียอดดาวน์โหลดเพียง 5.6 หมื่นครั้งต่อวันเท่านั้น จะเห็นได้ว่ายอดดาวน์โหลดเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว จากคนที่ต้องปรับตัวเพื่อทำงานอยู่บ้านมากขึ้น และยังพบว่าอีกหลายแอปพลิเคชัน ก็ถูกดาวน์โหลดและใช้งานเพื่อให้งานทำงานผ่านโลกออนไลน์ที่บ้านมีความสะดวกและลดการเดินทางมากขึ้น เช่น Google Hangouts Meet, Skype, Join.me, Cisco Webex, Blizz by TeamViewer, Bluejeans, Discord เป็นต้น

หากวัฒนธรรมการทำงานที่บ้านหลังจากสถานการณ์โรค COVID-19 คลี่คลายลงยังคงดำเนินอยู่ต่อไป แน่แน่นอนว่าพื้นที่สำนักงานบางส่วนอาจจะถูกลดบทบาทลงโดยเฉพาะห้องประชุมที่มีขนาดใหญ่ การใช้พื้นที่เพียงคนเดียวนั้นก็ยังสามารถประชุมได้ หรือสามารถรวมห้องประชุมขนาดเล็กจากต่างสถานที่ด้วยการวิดีโอคอลเพิ่มความยืดหยุ่นของพื้นที่การทำงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายในส่วนองค่าเช่าลงจะเกิดขึ้นในหลาย ๆ บริษัท รวมถึงการมีประสิทธิภาพในการทำงานที่บ้านอันเกิดจากการลด

ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ทำให้ได้งานที่มากขึ้น ดีขึ้น อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกระตุ้นให้ผู้บริหารหลาย ๆ หน่วยงาน ต้องทบทวนว่าควรให้พนักงานกลับมาทำงานในออฟฟิศแบบเต็มหรือไม่ ทั้งนี้ วิกฤตของอาคารสำนักงานทั้งหลายที่กำลังเกิดขึ้นจากการชะลอหรือยกเลิกการเช่าหรือการจ่ายค่าเช่าที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนี้ อาจไม่ได้เป็นเพียงสถานการณ์ในระยะเวลานี้สั้น ๆ เท่านั้น แต่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อระยะยาว ฉะนั้น อาคารสำนักงานจำเป็นต้องปรับตัวเองเพื่อให้เข้าสู่โลกของการอำนวยความสะดวกสำหรับการทำงานผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น เช่น การเพิ่มฟังก์ชันเรื่องความเร็วของอินเทอร์เน็ต การปรับพื้นที่การทำงานให้เป็นพื้นที่ที่รองรับกลุ่ม Startup โดยเป็นห้องประชุมขนาดเล็กลงแต่เต็มไปด้วยประสิทธิภาพด้านการสื่อสารออนไลน์ที่จะสามารถจัดการประชุมระดับใหญ่ ๆ ได้ เป็นต้น

ที่อยู่อาศัย

**“ การจัดพื้นที่ใช้งานภายในที่อยู่อาศัยที่ต้องมี
มูบส่วนตัวสำหรับการทำงานที่บ้าน หรือเรียนจากที่บ้าน
มากขึ้น พื้นที่การรับพัสดุจากการสั่งของออนไลน์ ”**

สถานการณ์ด้านที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มชะลอลงตั้งแต่ปลายปี 2562 ทั้งอาคารชุดและบ้านจัดสรร โดยมีโครงการที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี 2562 จำนวน 412 โครงการ ลดลงจากปี 2561 ร้อยละ 26 และจำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ในปี 2562 เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.7 จากปี 2561 (REIC, 2562) ส่วนไตรมาส 1 ปี 2563 มีโครงการอาคารชุดเปิดใหม่เพียง 16 โครงการ น้อยที่สุดในรอบ 8 ปี และมีอัตราการขายเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 31 ต่ำสุดในรอบ 10 ปี (คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชันแนล ประเทศไทย, 2563) ทั้งกำลังซื้อจากชาวต่างชาติลดลงและกำลังซื้อภายในประเทศยังไม่กระเตื้องขึ้น ประกอบกับสถานการณ์จากโรค COVID-19 ที่ลดการเดินทางของประชาชนจึงทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะเข้าเยี่ยมชมโครงการและตัดสินใจซื้อลดน้อยลงตามไปด้วย และด้วยภาวะเศรษฐกิจในทุกภาคส่วนมีการชะลอตัวทั้งด้านการลงทุน การผลิต และการค้าการจ้างงาน ทำให้เกิดการชะลอตัวในการซื้อสิ่งหาบริโภคทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยทั้งบ้านมือหนึ่งและบ้านมือสอง

จากสถานการณ์การชะลอตัวดังกล่าว ผู้ประกอบการบางรายจึงต้องหาช่องทางในการเสนองานทางออนไลน์ เช่น บริษัท ดี - แลนด์ กรุ๊ป จำกัด บริษัท พกฤษา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน) และบริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) มีการเปิดขายโครงการที่อยู่อาศัยทางออนไลน์ โดยสามารถจองผ่านทางเว็บไซต์ รวมไปถึงการพาเยี่ยมชมโครงการผ่านวิดีโอคอล นับได้ว่าเป็นการขายอสังหาริมทรัพย์รูปแบบใหม่ ซึ่งหากรูปแบบการขายนี้ประสบความสำเร็จในอนาคตก็จะมีการเปลี่ยนแปลงแพลตฟอร์มในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านที่อยู่อาศัยผ่านระบบออนไลน์อย่างสมบูรณ์แบบ โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องไปถึงโครงการจริงก็สามารถจองห้องหรือบ้านจากสถานที่ใดก็ได้

นอกจากนี้การปรับเรื่องการจัดพื้นที่ใช้สอยในโครงการที่กำลังจะเกิดขึ้นในโครงการใหม่ ๆ ที่ต้องมีพื้นที่ส่วนกลางที่เป็นพื้นที่เปิดโล่งมากขึ้น มีการระบายอากาศที่ดี รวมไปถึงการจัดพื้นที่ใช้งานภายในที่อยู่อาศัยที่ต้องมีมุมส่วนตัวสำหรับการทำงานที่บ้าน หรือเรียนจากที่บ้านมากขึ้น พื้นที่การรับพัสดุจากการสั่งจองออนไลน์ รวมไปถึงการเพิ่มเทคโนโลยีด้าน IoT ให้มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ส่วนกลางและเทียบเคียงได้กับการออกไปทำงานนอกบ้าน เพราะหลังจากสถานการณ์โรคระบาดจบลง หลายๆ หน่วยงาน โดยเฉพาะภาคเอกชน จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเป็นแบบ Work from Home มากขึ้น

บทสรุป

สถานการณ์ COVID-19 เป็นตัวกระตุ้นที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ในสมัยของการระบาดโรค SARS ในปีก่อนก็ได้มีผลกระทบในหลายธุรกิจ แต่เมื่อสถานการณ์ดีขึ้น บางธุรกิจก็กลับมาฟื้นตัวได้อย่างเร็วภายใน 1 ไตรมาส และใช้ระยะเวลา 1 ปี สำหรับการฟื้นตัวได้ครบจนเป็นปกติ แต่สำหรับสถานการณ์ COVID-19 ที่มีแนวโน้มว่าจะยังคงอยู่ในระยะยาวอย่างน้อยจนกว่าจะผลิตวัคซีนได้ ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการทดสอบและผลิตอีก 1 ปี ผลกระทบจึงย่อมรุนแรงมากกว่าสมัยครั้งการระบาดของ SARS

โดยธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบด้วย นำมาซึ่งการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงทั้งเชิงบวกและลบ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ศูนย์การค้าต้องปรับตัวให้ทันกับ E-Commerce การปรับสำนักงานให้มีความยืดหยุ่นเพื่อลดค่าใช้จ่าย การซื้อขายที่อยู่อาศัยโดยไม่ต้องเข้ามาที่โครงการ โรงแรมเพิ่มมาตรฐานความ

สะอาด และธุรกิจคลังสินค้ายังคงเติบโตมาก ทั้งหมดนี้เป็นเพียงการคาดการณ์ ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต บนพื้นฐานของการวิเคราะห์จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นมาเพียง 3 เดือน และยังคงอยู่ในขั้นเริ่มต้นเท่านั้น อย่างไรก็ตาม มนุษย์ ยังคงเป็นสัตว์สังคมที่ยังต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น พื้นที่ทางกายภาพหรือพื้นที่สาธารณะ ยังคงจำเป็นอยู่ ฉะนั้นธุรกิจจอสงหาริมทรัพย์ก็ยังสามารถดำเนินกิจการอยู่ไปได้ トラบเท่าที่มนุษย์ยังต้องการพื้นที่สำหรับการพบปะสังสรรค์ หรือจัดทำกิจกรรมร่วมกัน ดังที่ได้กล่าวไว้ว่า โลกเปลี่ยน โลกเปลี่ยน ธุรกิจจอสงหาริมทรัพย์ใด ๆ ก็ตาม หากต้องการอยู่รอดในยุคโรคแบบนี้ จำเป็นที่จะต้องปรับตัวและสู้กับกระแสความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและทันก่วงก็