



Real Estate of the Future: Redefining Homes

Asst. Prof. Dr. Kessara Thanyalakpark

Managing Director

Sena Development Public Company Limited



BKK Housing Market โตแบบเดิมไม่ได้ ?

Fact 1 : สัดส่วน Demand ในแต่ละกลุ่มราคา ไม่สามารถไปในทิศทางเดียวกับ Supply Housing

กว่า 50 % ของประชากรส่วนใหญ่ มีรายได้ เหมาะกับการซื้อบ้าน ระดับราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท

ระดับรายได้ ในครัวเรือน	ประมาณราคาบ้าน ที่ซื้อได้	จำนวนครัวเรือนใน ทกม. และปริมาณ	
		จำนวน ครัวเรือน	สัดส่วน
น้อยกว่า 10,000	น้อยกว่า 1,200,000	275,000	5%
10,001 - 20,000	1,200,000 - 2,400,000	1,490,000	27%
20,001 - 30,000	2,400,000 - 3,600,000	1,220,000	22%
30,001 - 40,000	3,600,000 - 4,900,000	899,000	16%
40,001 - 50,000	4,900,000 - 6,100,000	580,000	10%
มากกว่า 50,000	มากกว่า 6,100,000	1,150,000	20%
รวมทั้งหมด		5,614,000	100%

ระดับราคา (ล้านบาท)	บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	ทาวน์เฮาส์	อาคาร พาณิชย์	คอนโดมิเนียม	รวมที่อยู่อาศัย	สัดส่วน (%)
น้อยกว่า 1,000,000	761	219	592	148	24,889	26,609	3%
1,000,001 - 2,000,000	463	1,735	1,857	148	166,559	170,762	22%
2,000,001 - 3,000,000	4,500	4,784	4,500	1,792	52,972	68,548	9%
3,000,001 - 5,000,000	27,138	35,654	22,284	5,574	197,227	287,877	36%
5,000,001 - 10,000,000	56,532	16,688	9,186	4,321	99,364	186,091	24%
มากกว่า 10,000,000	28,505	1,700	106	1,116	20,398	51,825	7%
รวมทั้งหมด	117,899	60,780	38,525	13,099	561,409	791,712	100%
สัดส่วน (%)	15%	8%	5%	2%	71%	100%	

ที่มา: จากข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำนักงานสถิติ
หมายเหตุ: กรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบไปด้วย กรุงเทพมหานคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร

*เป็นการคำนวณโดยประมาณ โดยสมมติครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายรายเดือน 30 % ของรายได้
ดอกเบี้ยซื้อบ้าน 5.5%
ระยะเวลา 30 ปี

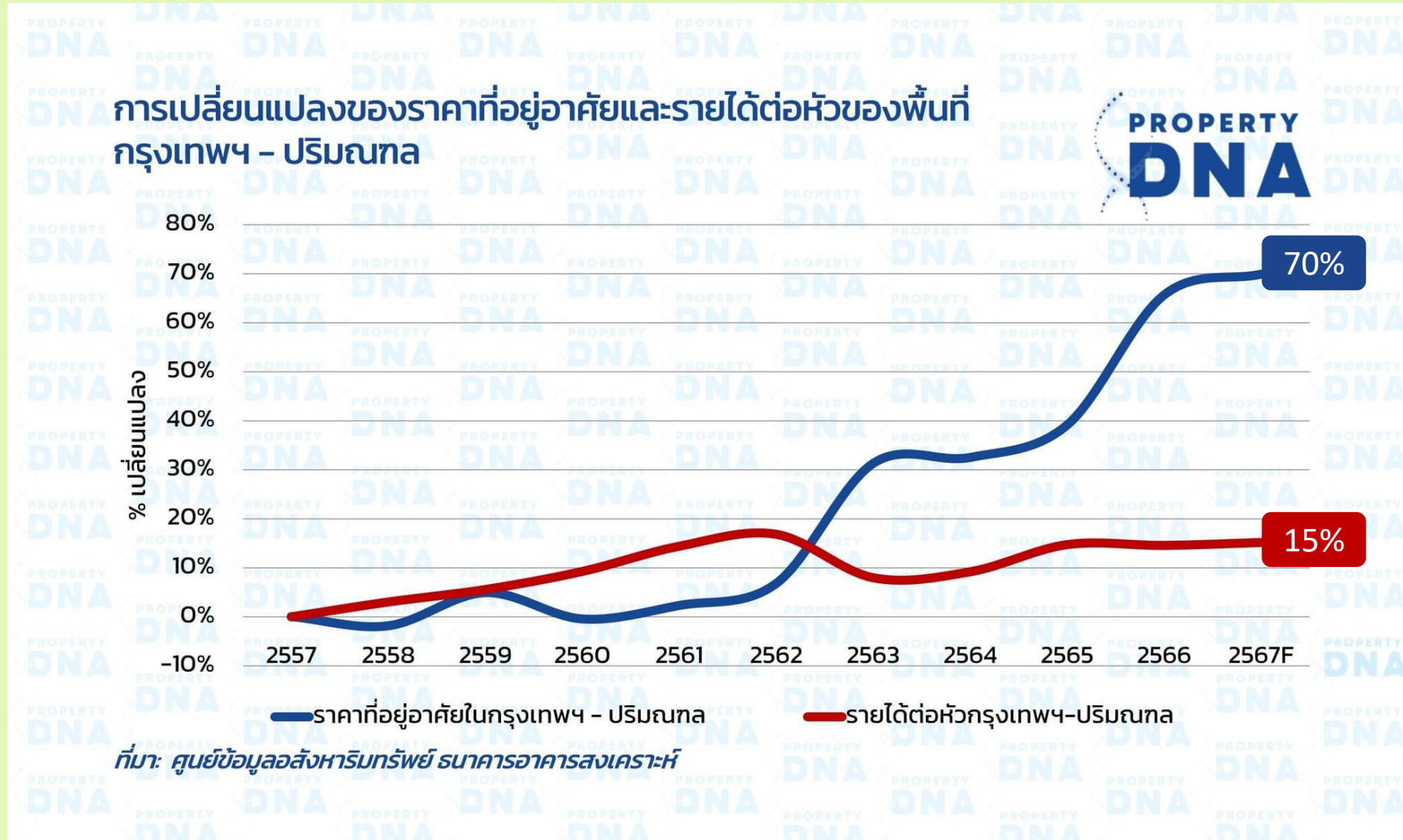
กว่า 50%ของ supply บ้าน มากกว่า 3 ล้านบาท

ที่มา: Agency For Real Estate Affairs (AREA)



Fact 2 : รายได้คน กทม. โตไม่ทันราคาบ้านที่ปรับตัวสูงขึ้น

ราคาบ้านปรับตัวเพิ่มขึ้น 70% เมื่อเทียบกับปี 2557 ในขณะที่รายได้ปรับขึ้นเพียง 15%

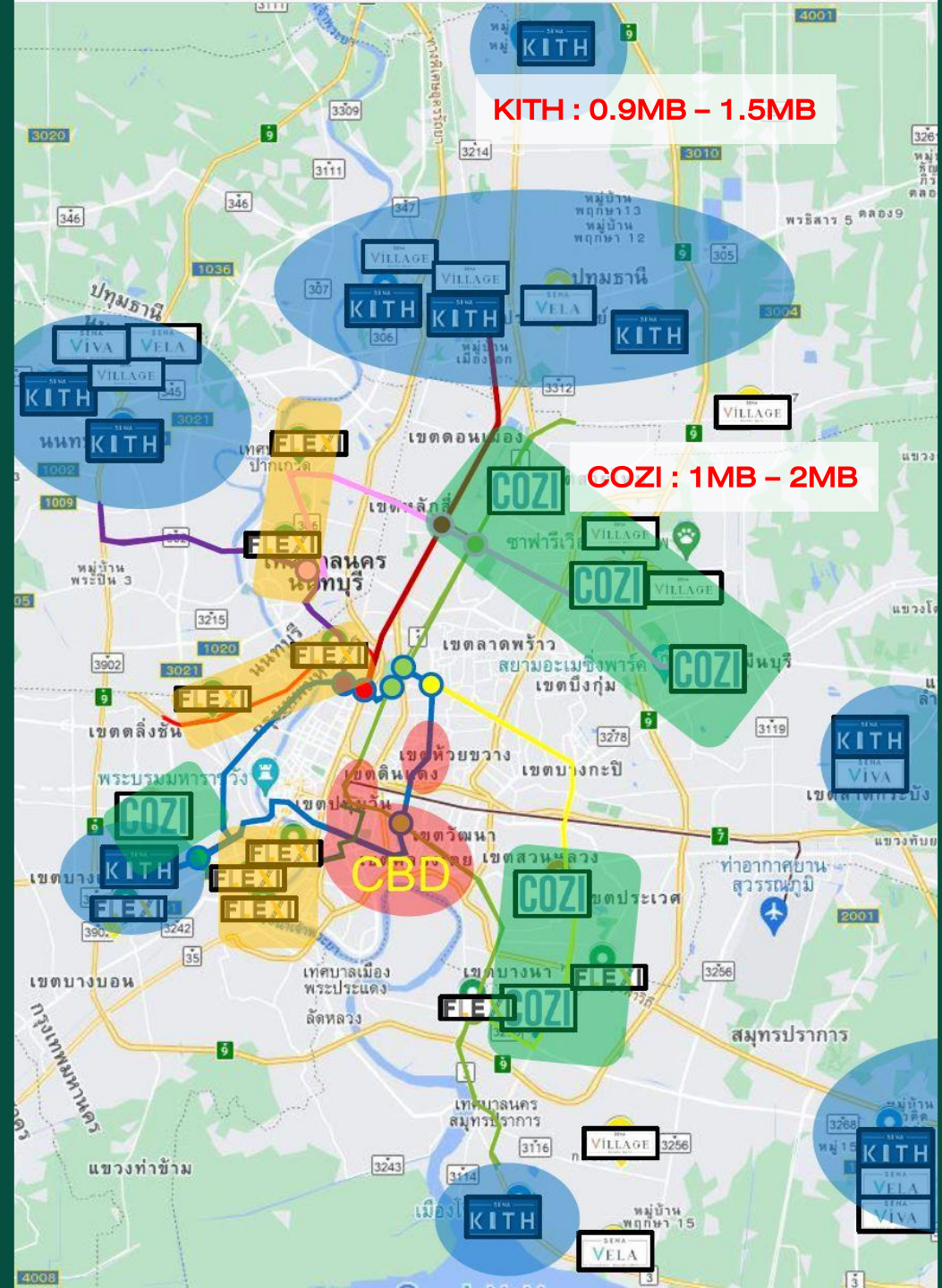


Fact 3 : ค่าเดินทางเป็นส่วนประกอบสำคัญในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

16% ของค่าใช้จ่ายเพื่ออุปโภค เป็นค่าการเดินทาง



Fact 4: ราคาที่อยู่อาศัย
และ ค่าเดินทาง คือราคาที่อยู่อาศัย
ที่แท้จริง



**Fact 4: ราคาที่อยู่อาศัย และ ค่าเดินทาง
คือราคาที่อยู่อาศัยที่แท้จริง**

สายรถไฟฟ้า

- | | | |
|---|---|--|
| 1  | 5  | 9  |
| 2  | 6  | 10  |
| 3  | 7  | 11  |
| 4  | 8  | |

ស័ណ្ឌកម្ម

-  สถานีเชื่อมต่อที่สามารถเปลี่ยนสายได้โดยไม่ต้องออกจากระบบ
 -  สถานีเชื่อมต่อที่สามารถเปลี่ยนสายได้ในระยะไม่เกิน 200 เมตร
 -  สถานีเชื่อมต่อที่มีระยะทางเปลี่ยนสายมากกว่า 200 เมตร
 -  สถานีเชื่อมต่อกับท่าเรือในแม่น้ำเจ้าพระยา

 เรือด่วนเจ้าพระยา  Thai Smile Boat

 เป็นบริการแล้ว  กำลังก่อสร้าง  โครงการในอนาคต

ราคาค่าโดยสาร

เขียว 17-47 และ เพิ่มอีก 15 บาท

เมื่อข้ามโซนสีแดง

น้ำเงิน 17-45 และ +3+3 เมื่อเข้าสี่ม่วง

ม่วง 14-Max20 และ Max51 ที่น้ำเงิน

ทอง 16

15-15

10-45	15-45
15-45	15-45

15-45

แดงเข้ม

แดงอ่อน

ARL 15-45

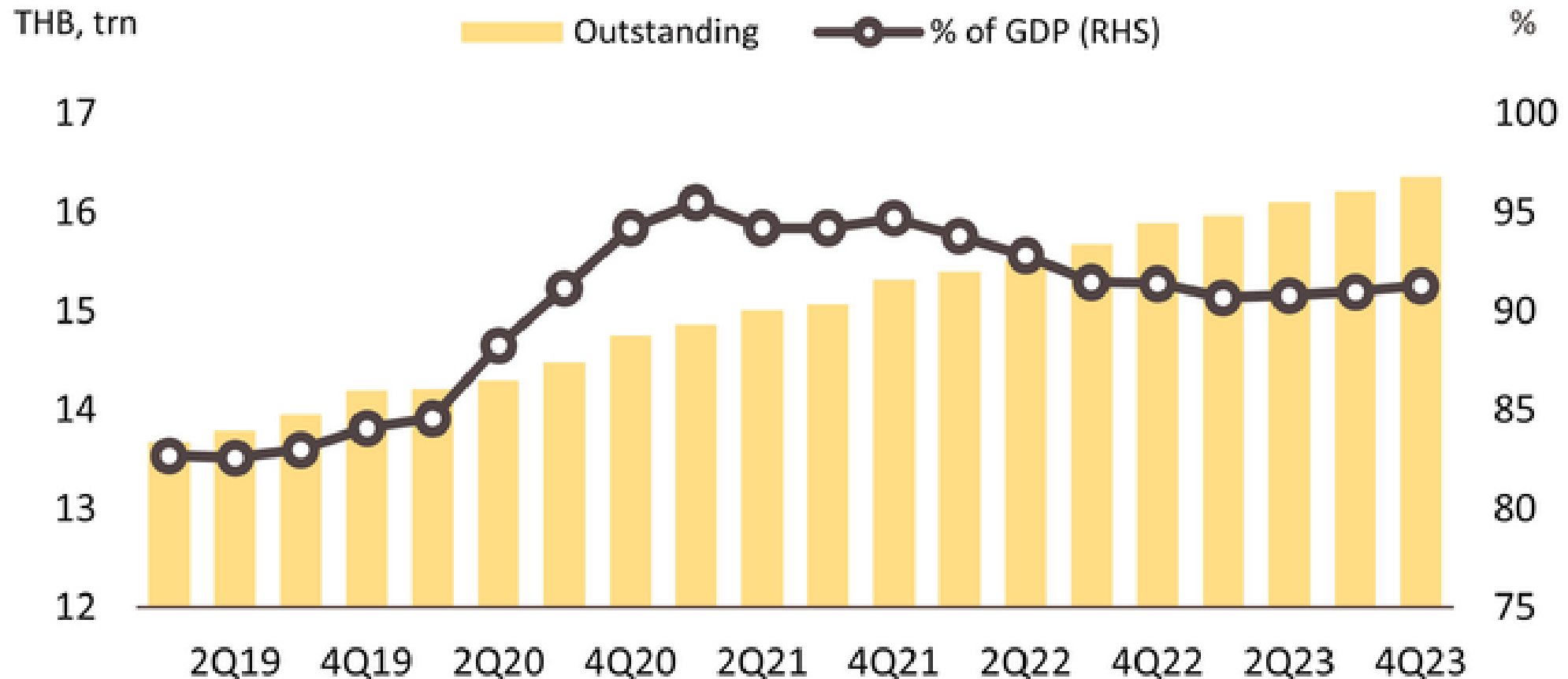
ทุกสายเมื่อเปลี่ยนสี
ต้องซื้อบัตรใหม่ จ่ายเงินใหม่
ยกเว้นระหว่างสีน้ำเงิน กับม่วง



Fact 5: หนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้นสูงและไม่มีแนวโน้มว่าจะลด

หนี้ครัวเรือนไทยพุ่งสู่ระดับ 91.3% ต่อ GDP ด้วยคุณภาพสินเชื่อและความสามารถในการชำระหนี้ที่ลดลง

Household debt to GDP





จาก Fact ทั้ง 5 ข้อเกิดอะไรขึ้นกับธุรกิจอสังหาฯ ในวันนี้

Evidence 1: ยอดปฏิเสธสินเชื่อกู้ยืมอสังหาริมทรัพย์สูงเป็นประวัติการณ์

Reject rate (%)	2023	Q1/2024	Q2/2024
Segment < 3.00 Mb.	50 – 60%	60 – 70%	70%
Segment 3.01 – 7.00 Mb.			50%
Segment 7.01 – 10.00 Mb.			10%++
Segment 10.01 – 20.01 Mb.	10 – 20%	30%	
Segment > 50.00 Mb			0%



ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์
Real Estate Information Center

เกี่ยวกับเรา | สินค้าและบริการ | E-Learning | กิจกรรม | ข่าวและกฎหมาย | บทวิเคราะห์ | เอกสารเผยแพร่



ในแฟรงค์เฟิร์ต เยอรมนี นอกจากเรื่องอัตราดอกเบี้ยจะเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการกังวลแล้ว ยังมีเรื่องต้นทุนที่ดิน ต้นทุนการก่อสร้าง โดยเฉพาะต้นทุนที่ดินที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 50% เช่นพื้นที่ CBD ปีที่แล้วมีราคาประมาณ 2 ล้านบาทต่อตารางวา แต่ปีนี้คาดว่าจะปรับขึ้นมากถึง 3 ล้านบาทต่อตารางวา

การปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ยขึ้นตั้งแต่ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2566 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างในวงสินเชื่อของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับต้นทุนที่ดินที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ต้นทุนการก่อสร้างเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลให้เกิดข้อผิดพลาดที่ยังไม่ถูกดูดซับ ในแฟรงค์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี เปิดมุมมอง "Knight Frank Foresight 2024 Pivoting Towards Opportunities" เเจาะลึกโอกาสและความท้าทาย 4 เชคเตอร์ ที่อยู่อาศัย อุตสาหกรรม โรงแรม อาคารสำนักงาน ในยุคที่ผันผวนสุดาภรณ์นี้

นายแฟรงค์ ชาน กรรมการบริหารและหัวหน้าฝ่ายที่พักอาศัย ในแฟรงค์เฟิร์ต ประเทศไทย ให้ข้อมูลที่น่าสนใจว่า การปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของไทยในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไทยพอสมควร "Reject rate" ในปีที่ผ่านมามีสูงถึง 50-60% โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ที่ราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท ขณะที่บ้านแนวราบได้รับผลกระทบเช่นกัน นั่นเพราะธนาคารอนุมัติการกู้ยืมสินเชื่อที่ยากขึ้น ซึ่งสถานการณ์นี้มีมาตั้งแต่ในปีที่ผ่านมา และน่าจะยังอยู่ต่อไปในปีนี้อย่างน้อยอีก 3 ไตรมาส

อสังหาริมทรัพย์

วิกฤตีสองหาฐานรากสากว่า'ต้มยำกุ้ง' แะพ่อนปรน'แอลทีวี'ประคองตลาด

By บุณย ภู่อิส | ๑9 ก.ค. 2024 เวลา 1๑:๑๑ น.



กรุงเทพฯ

วิกฤติปี 67 กระทบฐานรากอสังฯ

ในปี 2567 ปัญหาเศรษฐกิจต่างจากปี 2540 เพราะปัจจุบันผู้ประกอบการรายใหญ่ ธนาคารมีกำไร แต่ "ประชาชน" ได้รับผลกระทบมาก โดยเฉพาะตลาดกลาง-ล่าง กลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ซึ่งช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาไม่มีการทำ เงินเดือนไม่ขึ้น ที่สำคัญใช้เงินออมไปหมดแล้ว มีการกู้หนี้จากระบบ

อีกปัญหาสำคัญ "ดอกเบี้ยสูง" ขณะที่กำลังซื้อตลาดกลางล่างของไทยไม่มีเงินออม ทั้งนี้หนี้ในระบบจำนวนมาก และแบงก์การดอกเบี้ยไม่ไหว ค่าผ่อนบ้านขึ้นมาเกือบเท่าตัวจากจากปกติดอกเบี้ย 3% ขึ้นมาเป็น 6% ส่วนยอดการปฏิเสธสินเชื่อ (Rejection Rate) สูงถึง 70% เป็นตัวเลขไม่เคยเห็นมาก่อนตลอดระยะเวลา 30 ปีที่อยู่ในวงการอสังหาริมทรัพย์

กำลังซื้อทรุดคึกคักคืบคลานหา ฐาน

ขณะที่ราคาที่ดิน ค่าครองชีพสูงขึ้น ชัฟฟลายแพงขึ้นจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ทั้งที่ดิน วัสดุก่อสร้าง ค่าแรง วัสดุเป็น "K-Shaped" จึงเป็นเหตุผลที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์ราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท ถูกปฏิเสธสินเชื่อถึง 70% จากปกติอยู่ที่ระดับ 20-30% หากสะท้อนจากไตรมาสแรกที่ผ่านมานี้ เป็นครั้งแรกที่ตลาดรวม "ติดลบ" ทุกสินค้าและทุกระดับราคาขายเหวี่ยงบ้านราคาสูงกว่า 50 ล้านบาท และตัวเลขในฝั่งยอดขายที่เป็นตัวนำไปสู่การโอน ถ้ายอดขายขายติดลบ ยอดโอนจะติดลบตามไปด้วย

ปัจจุบันยอดปฏิเสธสินเชื่อสูงถึง60-70% ถือว่าเป็นตัวเลขสูงสุด ตั้งแต่ทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มา30ปี แม้ในช่วงที่เกิดวิกฤติน้ำท่วมยอดปฏิเสธสินเชื่อยังไม่สูงเท่านี้ หากไม่ตรวจสอบความสามารถในการกู้(Pre - Approve)น่าจะมากกว่า60-80%

Evidence 1: ยอดปฏิเสธสินเชื่อที่อยู่อาศัยสูงเป็นประวัติการณ์

การเงิน-การลงทุน

กลุ่มมองหาสะเทือน บ้านราคาเกิน10ล้าน ยอดปฏิเสธสินเชื่อพุ่ง 30%

© 06 มิ.ย. 2024 เวลา 9:29 น.

กรุงเทพธุรกิจ

‘คนไทยถูกปฏิเสธสินเชื่อ’ อีกต้นตอของปัญหาหรือไม่

ประเด็นปัญหาต่อไปคือ ยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นต้นตอของ ‘ปัญหาโอเวอร์ซัพพลาย’ หรือไม่ เพราะหากมองดูที่อัตราการถูกปฏิเสธสินเชื่อ (Rejection Rate) ของคนไทยที่อยู่ในระดับ 60-70% แท้จริงแล้วเป็นผลจากอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) กำหนดไว้สูงเกินไปหรือไม่

ขณะเดียวกัน ส.ส.ก้าวไกลยังชวนมองลักษณะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่มีลักษณะเป็น K-Shaped ซึ่งในภาคอสังหาริมทรัพย์ก็ปรากฏข้อมูลลักษณะนั้นเช่นเดียวกัน กล่าวคือบ้านที่มีราคา 3-5 ล้านบาท ขายไม่ออก แต่บ้านระดับลักซ์ชูรีที่มีราคามากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไปมีอัตราการเติบโตที่ดี

07/2024

บ้านกลุ่มบนถูกปฏิเสธ 30%

อย่างไรก็ตาม ยอมรับว่า ไม่เฉพาะบ้านราคาต่ำเท่านั้น ที่ถูกปฏิเสธสินเชื่อ แต่บ้านราคาสูงขึ้นราคาเกิน 10 ล้านบาทขึ้นไปเจอปัญหาการปฏิเสธสินเชื่อที่สูงขึ้นเช่นเดียวกัน แม้กลุ่มนี้จะไม่ใช่มูลค่าหลักของเสนาก็ตาม โดยปัจจุบันพบยอดปฏิเสธเพิ่มขึ้นจาก 10-20% เป็น 20-30% แม้สัดส่วนการปฏิเสธสินเชื่อจะต่ำ หากเทียบกับราคาบ้านต่ำกว่า 3 ล้านบาท แต่ก็ถือว่าเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมองว่าตลาดกลุ่มบนเป็นตลาดที่เซ็นซิทีฟ และค่อนข้างโอเวอร์ซัพพลายได้ง่าย

นายอิสระ บุญยัง ประธานคณะกรรมการสมาคมการค้ากลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ออกแบบและก่อสร้างสภาพการค้ำแห่งประเทศไทย กล่าวว่าขณะนี้ผลกระทบจากการถูกปฏิเสธสินเชื่อ (Reject Rate) ขยายวงกว้างขึ้นจากกลุ่มสินค้าราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท ได้ขยับสู่กลุ่มระดับราคา 5-7 ล้านบาท พบตัวเลขปฏิเสธสินเชื่อเพิ่มขึ้น หรือภาพรวมกระทบทุกระดับราคา ยอดปฏิเสธสินเชื่อที่ 30-50% ส่งผลต่อยอดสินเชื่อปล่อยใหม่ต่ำสุดในรอบ 6 ปี

นายภัทรชัย หวังส์ ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและการสื่อสาร บริษัท คอลลิเออร์ส ประเทศไทย กล่าวว่า ตลาดอสังหาริมทรัพย์เผชิญปัจจัยลบรุนแรงทั้งปัญหานี้ดรีเวน ดอกเบี้ย และอัตราการปฏิเสธสินเชื่อที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเซ็กเมนต์ ราคาต่อยูนิตต่ำกว่า 3 ล้านบาท ตัวเลขปฏิเสธสินเชื่อสูง 60-70%

นอกจากนี้ ยังพบว่าตลาดกรุงเทพฯ ไตรมาสแรกค่อนข้างซบเซา โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมใหม่เปิดตัวเพียง 3,288 ยูนิต มีซัพพลายน้อยสุดในรอบ 15 ปีถือเป็น การเปิดตัวใหม่ต่ำเป็นประวัติการณ์

06/2024

MGR ONLINE

ค้นหา

นางวงศกรณัฏฐ์ ประสิทธิ์วิภาต กรรมการผู้จัดการ บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟก จำกัด (มหาชน) หรือ PF กล่าวถึงสถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ ว่าตลาดรวมอสังหาฯ 2 ไตรมาสที่ผ่านมายังคงชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดไม่ได้รุนแรงจนทำให้ผู้ประกอบการอสังหาฯ กังวล โดยเฉพาะตลาดบ้านแนวราบ ซึ่งมีการแข่งขันลดลงจากช่วงไตรมาสแรก เนื่องจากในปีนี้มีโครงการเปิดขายใหม่ลดลงอย่างชัดเจน ทำให้ในแต่ละทำเลมีสินค้าในพื้นที่ลดลงการแข่งขันจึงไม่รุนแรงอย่างที่คาดการณ์กันในช่วงต้นปี

ทั้งนี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการอสังหาฯ กังวลไม่ใช่เรื่องการแข่งขันในตลาด แต่กังวลเรื่องปัญหากำลังซื้อของผู้บริโภคที่หดตัวลดลง และปัญหาการปฏิเสธสินเชื่อของสถาบันการเงิน และมาตรการค้ำเค้นมาตรการควบคุมเพดานสินเชื่อที่ทางธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดขึ้น เพื่อป้องกันการก่อหนี้เกินตัวของประชาชน ป้องกันการซื้อบ้านเพื่อเก็งกำไร (Loan to Value) หรือ LTV ซึ่งส่งผลต่อการขอสินเชื่อในกลุ่มลูกค้าตลาดบ้านระดับกลาง-บน ซึ่งมีระดับราคาขาย 7-10 ล้านบาท โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าบ้านหลังแรกและหลังที่สอง

“ปัญหาการปฏิเสธสินเชื่อที่เพิ่มขึ้นได้ขยายตัวลุกลามไปสู่กลุ่มบ้านและที่อยู่อาศัยในตลาดระดับบนมากขึ้นเรื่อยๆ จากเดิมที่เปิดขึ้นในกลุ่มบ้านตลาดล่างระดับราคา 3-5 ล้านบาท โดยปัจจุบันมีอัตราการถูกปฏิเสธสินเชื่อสูงถึง 70% ขณะที่ตลาดกลาง-บน หรือกลุ่มบ้านระดับราคา 5-7 ล้านบาท ปัจจุบันมีอัตราการปฏิเสธสินเชื่อเพิ่มขึ้นเป็น 50% ส่วนกลุ่มบ้านตลาดบนราคา 7-10 ล้านบาท มีอัตราการปฏิเสธสินเชื่อประมาณ 10% จากเดิมที่มีการปฏิเสธสินค้าน้อยมาก”



Evidence 2 : งบประมาณที่ไม่พอในการซื้อและค่าเดินทางที่สูงทำให้พฤติกรรมคนเปลี่ยนไป

คนอยากซื้อบ้านน้อยลงในยุคดอกเบี้ยสูง

ผู้บริโภคกว่า 2 ใน 5 (44%) วางแผนซื้อที่อยู่อาศัยในอีก 1 ปีข้างหน้า ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 53% ในรอบก่อนหน้า ซึ่งถือเป็นสัญญาณสะท้อนให้เห็นว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงไม่ฟื้นตัวสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่ยังคงชะลอตัวต่อเนื่อง นอกจากนี้ในกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง (Real Demand) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางและล่างยังคงมีความเปราะบางทางการเงินจึงจำเป็นต้องลดการก่อหนี้ใหม่

ในทางกลับกันสัดส่วนของผู้เลือกเช่าที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นถึง 14% (จากเดิม 9%) ส่วนอีก 34% ยังไม่มีการวางแผนซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยใด ๆ ขณะที่อีก 8% จะรับมรดกที่อยู่อาศัยต่อจากพ่อแม่และผ่อนชำระต่อไปแทน

- **เงินเก็บไม่พอ ดันคนหันเช่า** เหตุผลหลักที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกเช่าที่อยู่อาศัยนั้นกว่า 3 ใน 5 (61%) เผยว่ายังไม่มีเงินเก็บเพียงพอในการซื้อที่อยู่อาศัยในเวลานี้ ขณะที่เกือบ 2 ใน 5 (38%) มองว่าที่อยู่อาศัยมีราคาแพงเกินไปจึงเลือกเก็บออมเงินแทน และ 27% มองไม่เห็นความจำเป็นหรือความเร่งด่วนที่ต้องซื้อที่อยู่อาศัยตอนนี้ สะท้อนให้เห็นว่าสภาพคล่องทางการเงินยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคไม่พร้อมเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย จึงหันมาเลือกเช่าแทน

สอดคล้องกับเทรนด์ Generation Rent ที่ยังคงได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องด้วยความท้าทายจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทำให้คนรุ่นใหม่และวัยทำงานไม่ต้องการเพิ่มภาระผูกพันทางการเงินในระยะยาวจากการซื้อที่อยู่อาศัย การเช่าจึงตอบโจทย์เรื่องค่าใช้จ่ายมากกว่า และยังได้เปรียบในด้านความยืดหยุ่นและคล่องตัวหากต้องการย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต

โดยผู้เช่าส่วนใหญ่ 31% เผยว่าได้วางแผนเช่า 2 ปี ก่อนจะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเองในภายหลัง ขณะที่ 1 ใน 3 (33%) ยังไม่แน่ใจว่าจะเช่าต่อไปอีกนานแค่ไหน เนื่องจากต้องพิจารณาความพร้อมหลาย ๆ ด้านประกอบกัน

DDproperty Thailand Consumer Sentiment Study H1 2024

3 เหตุผลที่คนเลือกเช่าที่อยู่อาศัย



ปัจจัยที่คนเลือกเช่าต้องการ

87%

อยากได้ค่าเช่าต่ำกว่า 5,000 - 10,000 บาท

51%

เลือกที่อยู่อาศัยที่ตกแต่งครบ พร้อมเช่าอยู่ (Fully-furnished)

31%

วางแผนเช่า 6 เดือน - 2 ปี

Evidence 3 : คนรุ่นใหม่มีความสามารถเข้าถึงที่อยู่อาศัยได้ช้ากว่าคนรุ่นก่อน

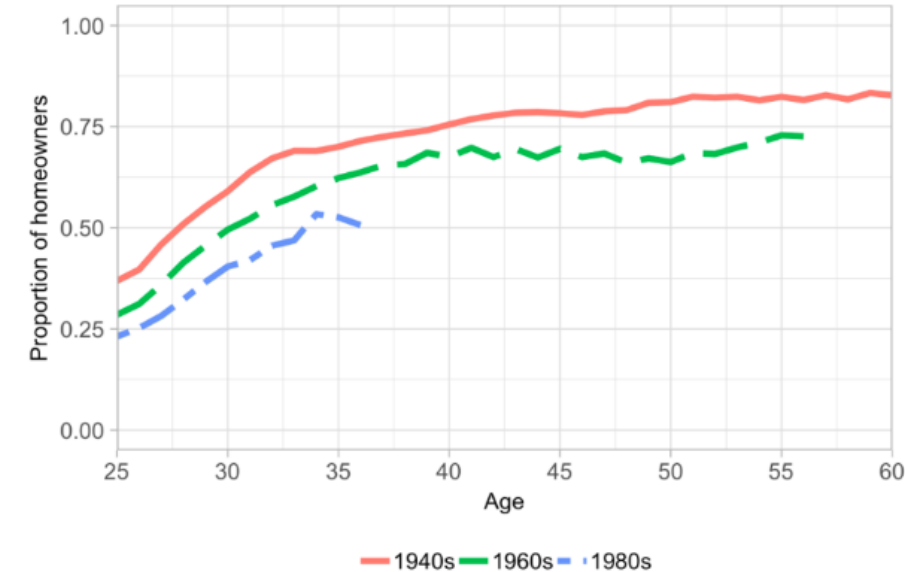


EQUITY, DIVERSITY AND INCLUSION

This is why owning a home is more difficult than ever for young people

- Younger generations are considerably less likely to own their own home than older generations were at the same age.
- Younger people are taking longer to leave their family home, due to changes in the economic environment which prevent the shift to independent living.
- Fluctuations in labour markets, housing markets, and financial conditions can leave a mark on a generation, restricting their access to homeownership.

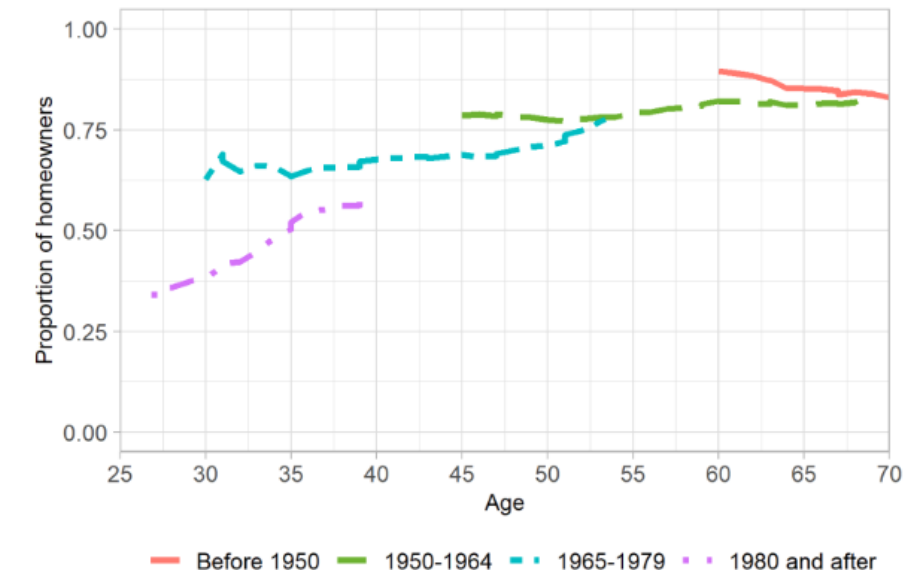
United States



Changes in the economic environment fully explain why younger generations aren't leaving the family home.

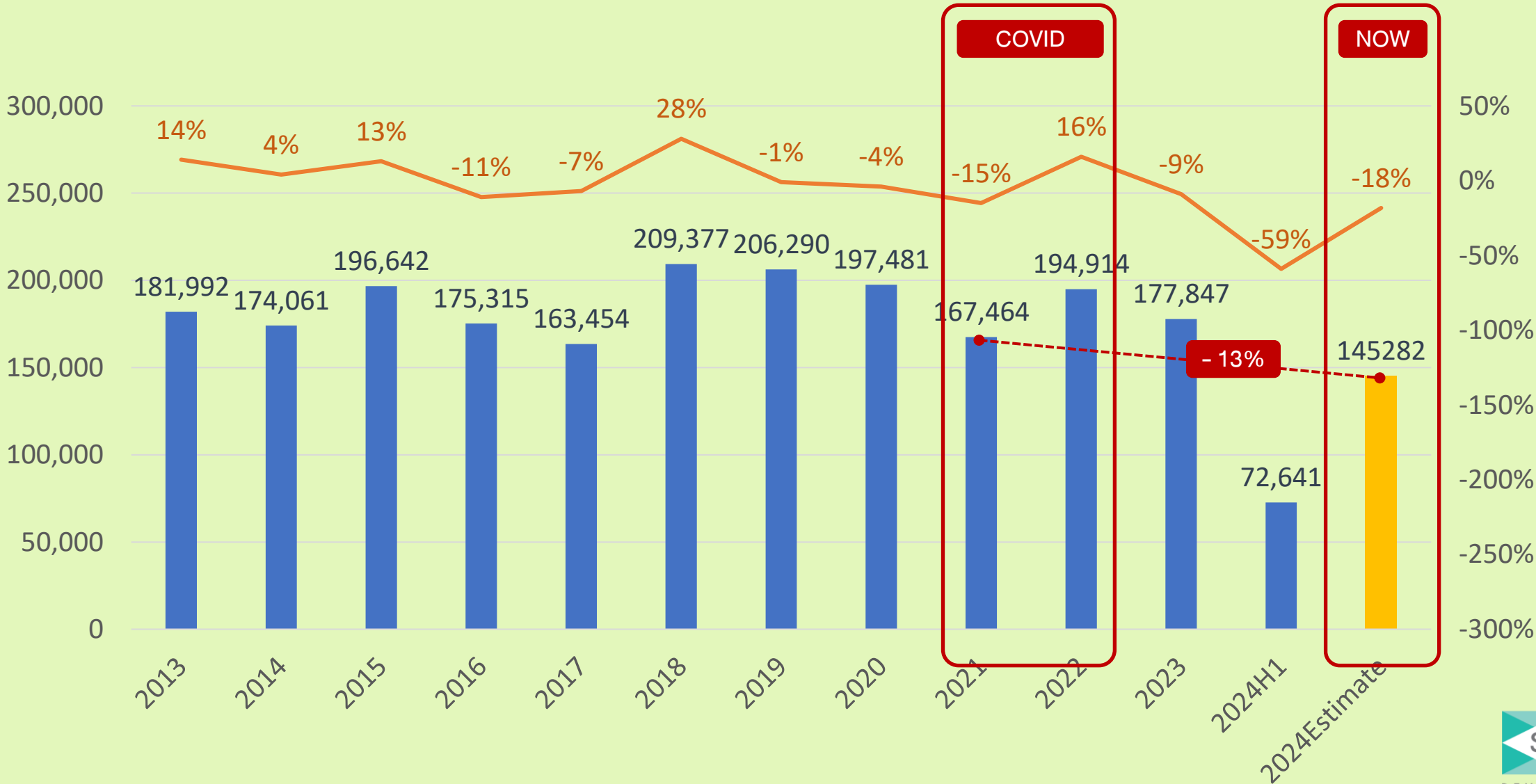
Image: Vox EU

Southern Europe



Evidence 4 : ยอดโอนที่ลดลงอย่างมีนัยยะสำคัญ

ปี 2024 ถ้าครึ่งปีหลังโอนได้เท่ากับครึ่งปีแรก ยอดรวมจะต่ำกว่าช่วง Covid (2021) 13% และน้อยกว่าปี 2023 18%



ถึงเวลาที่จะต้อง
Redefine Housing industry
หรือยัง

เรามาเสนอทางเลือก
และ Redefine
ที่อยู่อาศัยกันดีไหม?



1. เรามาเสนอทางเลือกให้กับรูปแบบที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นกันดีไหม?

คน กทม. มี 2 ทางเลือกในการมีที่อยู่อาศัย

	เช่า Apartment/ Condo	ซื้อเป็นของตัวเอง
ข้อดี	ย้ายที่อยู่อาศัยสะดวก ไม่ผูกมัด	ได้บ้านเป็น Asset ข้อจำกัดด้านการอยู่อาศัยน้อยกว่าการเช่า ค่าใช้จ่ายระยะยาวจะคุ้มกว่า
ข้อเสีย	ค่าเช่าขึ้นทุกปี ค่าเช่าที่จ่ายไปจะสูญเปล่าเป็น expense มี constrain ในการอยู่อาศัย	เป็นหนี้ระยะยาว ขายต่อเพื่อย้ายที่อยู่อาศัยลำบาก



Rent to Own is a type of housing agreement where tenants rent a property with the option or obligation to buy it after a specific period. This model offers a path to homeownership for those who may not have the upfront finances to buy a home right away, allowing them to accumulate equity over time while they rent.

Here's how it typically works:

Key Features of **Rent to Own**

1. **Option Fee:** The tenant typically pays an upfront fee (option fee), which grants them the right to purchase the home at the end of the lease term. This fee may be applied to the eventual purchase price.
2. **Monthly Rent Premium:** In some RTO agreements, a portion of the monthly rent may go towards building equity or a future down payment on the home.
3. **Purchase Option:** At the end of the rental period (usually 1 to 5 years), the tenant has the option (but not the obligation) to purchase the property at a pre-agreed price.
4. **Contract Variations:** Some agreements may require the tenant to buy the property at the end of the lease, while others allow the tenant to ↓lk away if they choose not to purchase.



ChatGPT



Message ChatGPT



“ เปลี่ยนค่าเช่าเป็นออม ”

ไม่ต้องวางเงินก้อน

เป็นเจ้าของได้เหมือนกู้แบงก์แหละ

ไม่ต้องห่วงเครดิต

เงินผ่อนต่อเดือนไม่แพงกว่าปกติเลย

ไม่ต้องกู้!

เข้าอยู่ได้เลย

ไม่เป็นหนี้

ไม่ผูกมัด

เปลี่ยนมือได้ ถ้าเปลี่ยนใจ

LIV ^{SENA} **EX**

Pay Like Rent, Own Like Savings.



Commitment

เดียว

คือ

เข้ามาอยู่

จ่ายทุกเดือน

ดูแลสภาพบ้านให้ดี

2.ขยายขนาดของตลาดที่อยู่อาศัยในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

“ไม่มีคำว่าทำเลไม่ดี .. มีแต่คำว่า เดินทางไม่สะดวก”



Intelligence First Miles

เราคือผู้นำด้านการให้บริการ "Intelligence First Mile" พร้อมรับ-ส่งคุณจากบ้านเชื่อมต่อไปยังขนส่งสาธารณะ เพื่อให้ทุกการเดินทางในชีวิตประจำวันเป็นเรื่องง่ายยิ่งขึ้น เพียงตรวจสอบติดตามตำแหน่งรถ ผ่าน SENA 360 Application โดยใช้แนวการพัฒนาแบบ Smart Mobility ภายใต้หลักการ SDGs

ให้ทุกการเดินทางของท่านเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมรักษาสัญญาโลกกับเรา "V MOVE"



ท่านสามารถตรวจสอบติดตามรถ V-MOVE ออนไลน์ แบบ Real Time

3 ขั้นตอนง่ายๆ ผ่าน SENA 360 Application

ทำให้คุณสามารถวางแผนเวลาออก โดยไม่ต้องรอคอยนานอีกต่อไป



เข้าที่ APP SENA 360
ไปที่เมนู V MOVE
Shuttle Bus (GPS)

ค้นหาจาก Location

เช็คตำแหน่งรถ V MOVE

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม V MOVE Shuttle Service
พร้อมเช็คเส้นทางและเวลาเดินรถ V MOVE ง่ายๆ

เพียงสแกน QR CODE



สแกน QR Code คำนวณโหลด
SENA 360 Application



เรามาเปลี่ยนท่ามกลางความสะดวกในการเดินทาง

VMOVE

First Mile – Last Mile

V MOVE – Shuttle Service รถรับส่งพลังงานไฟฟ้าบริการฟรี
ตัวช่วยที่เชื่อมต่อทุกการเดินทางให้กับลูกบ้านแบบไร้รอยต่อ

TARGET 2024

1,015 Units

CARBON REDUCTION

853 T.CO2



MADE
FROM HER



At the project level, we thoughtfully design living spaces and amenities to cater to residents' needs, ensuring both comfort and convenience.

SMART CITY

มุ่งเน้นการบริหารจัดการที่อยู่อาศัยและชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ด้วยเครื่องมือที่ครอบคลุมทั้ง 7 ของ เมืองอัจฉริยะ

SMART ENERGY

ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด
และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



SMART MOBILITY

ส่งเสริมการเดินทางที่สะดวก
ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



SMART ENVIRONMENT

ส่งเสริมการรักษา และปรับปรุงคุณภาพ
สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ



SMART LIVING

ส่งเสริมการให้บริการที่อำนวยความสะดวกต่อการดำรงชีวิต



SMART PEOPLE

ส่งเสริมให้มีความรู้ และสามารถ
ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์



SMART GOVERNANCE

ส่งเสริมการพัฒนากระบวนการ เพื่อ
ความสะดวก การมีส่วนร่วม และโปร่งใส



SMART ECONOMY



นวัตกรรมทางการเงิน ช่วยให้คนเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยได้ง่ายและยั่งยืนขึ้น



"THE CUSTOMER'S TRUST IS OUR PRIDE"

"ความไว้วางใจจากลูกค้า คือความภูมิใจของเรา"