



อาคารชุด (CONDOMINIUM)

แบรนด์อาคารชุด ที่ได้รับความนิยมสูงสุด (ทั่วประเทศ)



แสนสิริ	25.7%
ศุภาลัย	24.9%
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	17.3%
ลุมพินี	16.5%
อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์	5.5%

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ

ชาย	36.7%
หญิง	63.3%

ช่องทางการรับรู้ (สื่อ)

ช่องทางออฟไลน์	97.5%
สื่อโทรทัศน์	65.4%
ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	51.1%
จากคำบอกเล่า	45.1%
พนักงาน / เจ้าหน้าที่	41.4%
สาขาของร้านค้า	30.8%
การจัดกิจกรรม / โครงการ	23.6%
แผ่นพับ / เอกสารเผยแพร่	22.4%

ช่องทางออนไลน์	69.6%
Facebook	35.9%
YouTube	23.6%
Line	5.9%
Instagram	3.0%
Tik Tok	2.1%
Twitter	1.7%

ช่วงอายุ

12 - 15 ปี	2.11%
16 - 19 ปี	6.75%
20 - 24 ปี	9.70%
25 - 29 ปี	12.24%
30 - 34 ปี	11.39%
35 - 39 ปี	16.46%
40 - 44 ปี	13.50%
45 - 49 ปี	12.66%
50 - 54 ปี	10.55%
55 ปีขึ้นไป	4.64%

อายุเฉลี่ย 36 ปี, อายุต่ำสุด 15 ปี,
อายุสูงสุด 60 ปี

ภาค

กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	19.8%
ภาคกลาง	17.7%
ภาคเหนือ	19.8%
ภาคอีสาน	19.8%
ภาคใต้	22.8%

อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา	10.5%
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจ	25.3%
รับจ้าง / อาชีพอิสระ	24.5%
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	26.2%
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6.8%
เกษตรกร	
(ทำการเกษตร / ทำสวน / ทำไร่)	3.4%
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.4%
เกษียณอายุ	-
ว่างงาน / อยู่ระหว่างรองาน	-

รายได้

น้อยกว่า 10,001 บาท / เดือน	27.8%
10,001 - 15,000 บาท / เดือน	36.3%
15,001 - 30,000 บาท / เดือน	21.1%
30,001 - 50,000 บาท / เดือน	11.4%
50,001 - 100,000 บาท / เดือน	3.4%
มากกว่า 100,000 บาท / เดือน	-

การรับรู้ และความชื่นชอบของแบรนด์อาคารชุด

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ลุมพินี	40.4%
ศุภาลัย	25.5%
แสนสิริ	14.9%
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	8.5%
อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์	6.4%

ภาคกลาง

ลุมพินี	40.5%
แสนสิริ	23.8%
อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์	21.4%
เอพี	7.1%
ศุภาลัย	4.8%

ภาคเหนือ

ศุภาลัย	31.9%
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	25.5%
แสนสิริ	23.4%
เอพี	4.3%
ลุมพินี	4.3%

ภาคอีสาน

แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	38.3%
แสนสิริ	36.2%
ศุภาลัย	25.5%

ภาคใต้

ศุภาลัย	33.3%
แสนสิริ	29.6%
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	11.1%
พลัส คอนโด	9.3%
บ้านสวยกรุป	3.7%
รินทอง	3.7%

เพศชาย

แสนสิริ	28.7%
ศุภาลัย	20.7%
ลุมพินี	20.7%
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	13.8%
อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์	6.9%

เพศหญิง

ศุภาลัย	27.3%
แสนสิริ	24.0%
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	19.3%
ลุมพินี	14.0%
อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์	4.7%



ลักษณะผู้บริโภค แบรนด์ แสนสิริ

เพศ

ชาย	41.0%
หญิง	59.0%

ภูมิภาค

ภาคอีสาน	27.9%
ภาคใต้	26.2%
ภาคเหนือ	18.0%
ภาคกลาง	16.4%
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	11.5%

อาชีพ

ค้าขาย / ประกอบธุรกิจ	31.1%
รับจ้าง / อาชีพอิสระ	26.2%
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	24.6%
เกษตรกร	6.6%
นักเรียน / นักศึกษา	4.9%

รายได้

น้อยกว่า 10,001 บาท / เดือน	27.9%
10,001 - 15,000 บาท / เดือน	36.1%
15,001 - 30,000 บาท / เดือน	19.7%
30,001 - 50,000 บาท / เดือน	9.8%
30,001 - 50,000 บาท / เดือน	6.6%

อายุ

12 - 15 ปี	1.6%
16 - 19 ปี	4.9%
20 - 24 ปี	4.9%
25 - 29 ปี	14.8%
30 - 34 ปี	11.5%
35 - 39 ปี	23.0%
40 - 44 ปี	9.8%
45 - 49 ปี	11.5%
50 - 54 ปี	11.5%
55 ปีขึ้นไป	6.6%

ลักษณะเฉพาะตัวของแบรนด์ แสนสิริ

เป็นแบรนด์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของจีนได้	26.23%
เป็นแบรนด์ที่ผลิตสินค้าหรือมีการให้บริการที่มีคุณภาพ	19.67%
เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง	19.67%
เป็นแบรนด์ที่น่าไว้วางใจแตกต่าง ๆ มาพัฒนาสินค้าหรือบริการอยู่เสมอ	11.48%
เป็นแบรนด์มีความน่าเชื่อถือ	11.48%