



Chamber Business Poll

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และหอการค้าไทย

โทรศัพท์ 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

E-mail utcccebf@utcc.ac.th



พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค ในช่วงเทศกาลสงกรานต์

วันที่ 4 เมษายน 2566

สำรวจทั่วประเทศ จำนวน 1,350 ตัวอย่าง

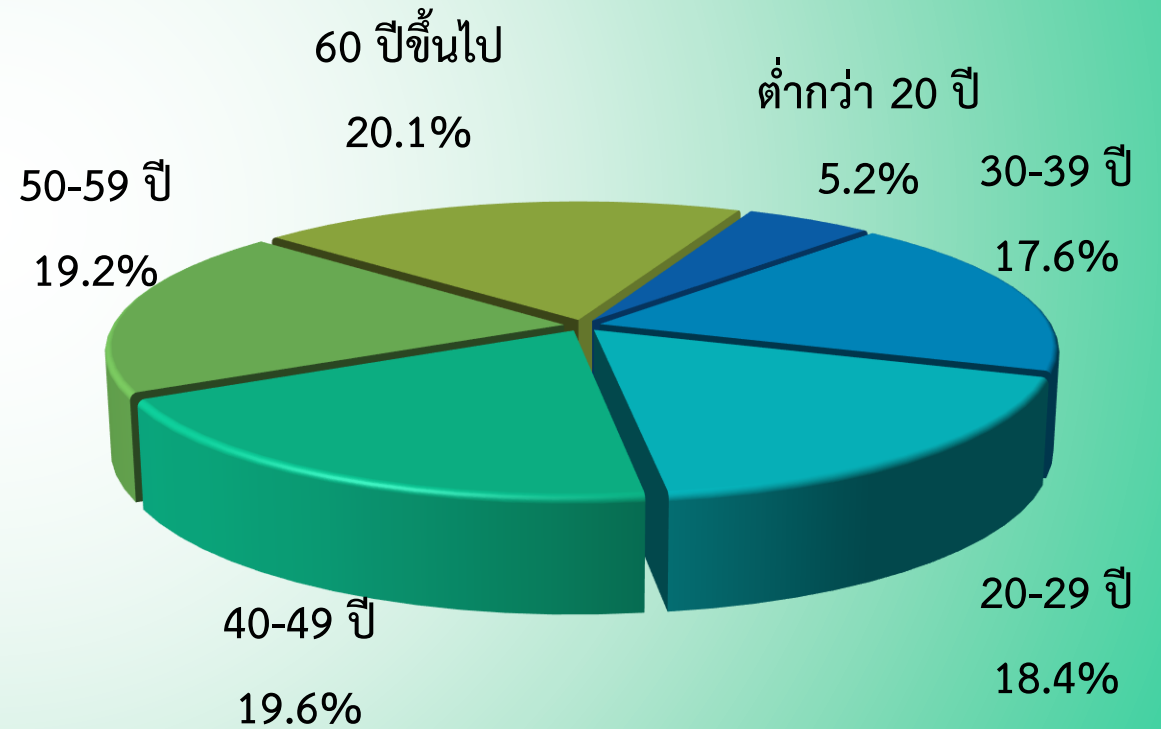
ระหว่างวันที่ 25 - 30 มี.ค. 2566

ข้อมูลทั่วไป

เพศ



อายุ



ข้อมูลทั่วไป

การศึกษา

	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18.2
ปวส./อนุปริญญา	20.4
ปริญญาตรี	51.1
สูงกว่าปริญญาตรี	2.7
ไม่ได้ศึกษา	3.9
อื่นๆ	0.9

รายได้

	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.6
5,000-10,000 บาท	18.9
10,001-20,000 บาท	24.0
20,001-30,000 บาท	20.5
30,001-40,000 บาท	19.8
มากกว่า 40,000 บาท	13.2



ข้อมูลทั่วไป

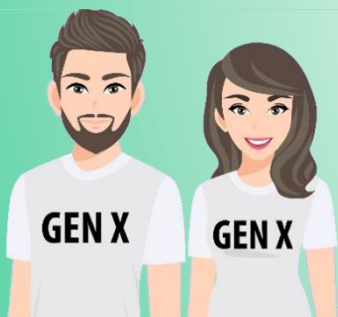
Generation



11.1%



37.7%



29.0%



22.2%

อาชีพในปัจจุบัน

	ร้อยละ
กำลังศึกษา	7.0
ไม่ได้ทำงาน	7.3
รับจ้างรายวัน	15.6
พนักงานเอกชน	14.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13.1
เจ้าของกิจการที่มีลูกจ้าง	14.3
เจ้าของกิจการที่ไม่มีลูกจ้าง	12.6
เกษตรกร/รับจ้างภาคการเกษตร	10.6
เกษียณ/บำนาญเกษียณ/บำนาญ	2.2
อาชีพอิสระ	3.2
อื่นๆ	0.1
รวม	100.0



ภูมิภาค

ภาคเหนือ
12.9%

ภาคกลาง
18.6%

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
27.3%

กรุงเทพฯ และปริมณฑล
28.1%

ภาคใต้
13.1%

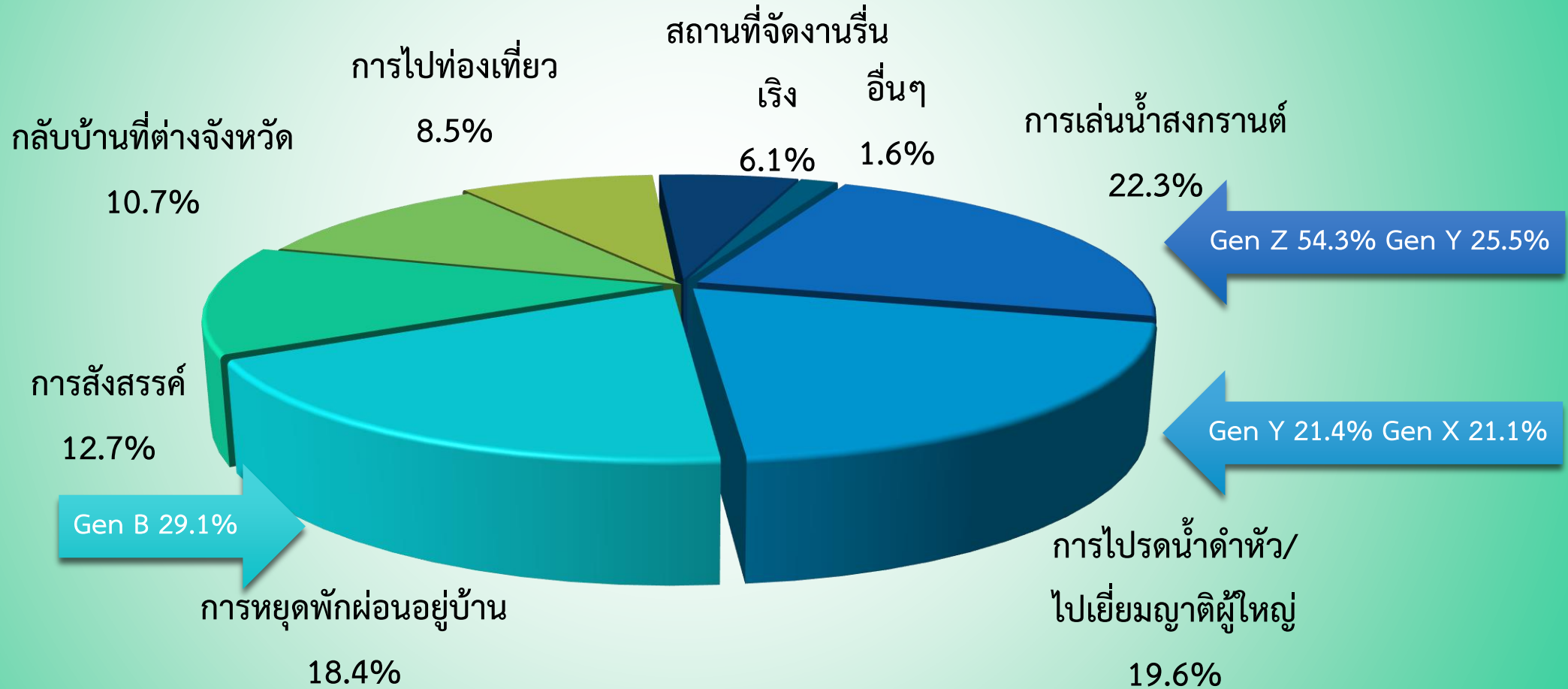




ผลการสำรวจ



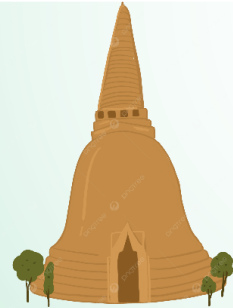
หากพูดถึงวันสงกรานต์ท่านจะนึกถึงอะไรเป็นอย่างแรก



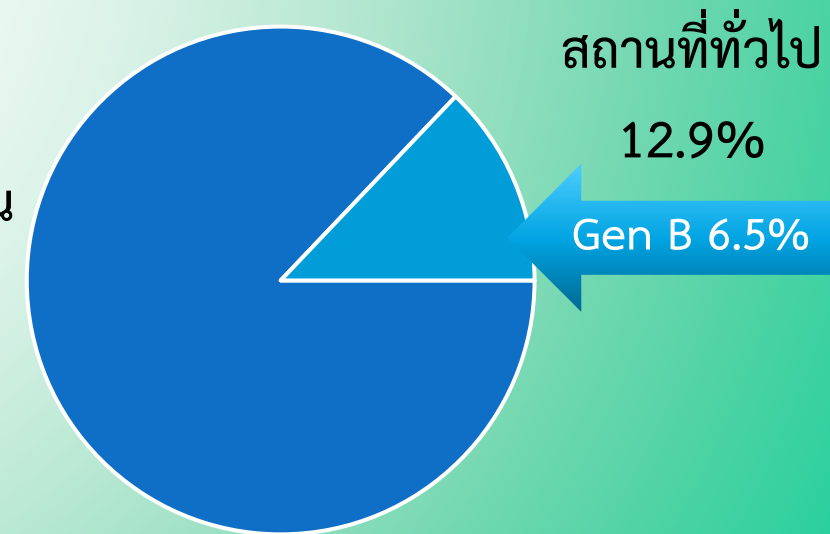
ปีนี้ท่านคาดว่าจะไปเล่นน้ำสงกรานต์หรือไม่

	Z	Y	X	B	ภาพรวม
ไปเล่นแน่นอน	66.7	41.6	28.5	16.3	35.0
ไม่ไปเล่น	12.2	37.3	52.1	71.9	46.5
ไม่แน่ใจ	21.1	21.1	19.4	11.8	18.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

คาดว่าจะไปเล่นน้ำสงกรานต์ท่าน
คิดว่าจะไปเล่นน้ำที่ใด



สถานที่จัดงาน
87.1%



กิจกรรมที่นิยมในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ปี 2566

หน่วย : ร้อยละของผู้ตอบ



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



กิจกรรมส่วนใหญ่ที่ทำในชว่งวันสงกรานต์ท่านมักจะทำร่วมกับคนกลุ่มใด



พ่อ/แม่ 31.6%



แฟน/คนรัก 28.1%



ญาติ 17.1%



เพื่อน 15.4%



ทำคนเดียว 7.7%



แผนการใช้จ่ายในเรื่องการท่องเที่ยว



การวางแผนเดินทางในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2566 เทียบกับ 2565

สงกรานต์ 2566



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



รายละเอียดการท่องเที่ยว

- ส่วนใหญ่จะไปเที่ยวเช้า-เย็นกลับ (16.3%) สำหรับที่ไปค้างแรมจะไปมากกว่า 2 คืนเป็นส่วนใหญ่ (79.3%)
- เดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัว (81.2%) เครื่องบิน (12.2%) รถบขส. (3.6%) รถไฟ และรถตู้ ตามลำดับ
- ออกเดินทางวันที่ 12/13 กลับวันที่ 15/16
- จำนวนที่ร่วมเดินทางรวมตัวท่าน 2-5 คน
- โดยจะเดินทางกับ ครอบครัว (53.2%) ไปคนเดียว แฟน/คู่รัก เพื่อน ตามลำดับ

วันที่ออกเดินทางนอกพื้นที่	ร้อยละ	วันที่กลับเข้าพื้นที่	ร้อยละ
วันที่ 11 เม.ย. 66	13.2	วันที่ 14 เม.ย. 66	8.5
วันที่ 12 เม.ย. 66	24.9	วันที่ 15 เม.ย. 66	28.0
วันที่ 13 เม.ย. 66	24.9	วันที่ 16 เม.ย. 66	31.2
วันที่ 14 เม.ย. 66	16.4	วันที่ 17 เม.ย. 66	14.8



• รายละเอียดการท่องเที่ยว เฉพาะกลุ่มที่ไปเที่ยว



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



A top-down view of various items used in Thai festivals, arranged on a large, vibrant green banana leaf. On the left, a large golden bowl is filled with a mix of white, pink, and red flower petals, including a prominent yellow chrysanthemum. To its right are two smaller golden bowls, one containing red and white petals and the other containing white and pink petals. A small, clear plastic bottle with a red cap and a yellow liquid inside sits near the center. Two plastic water guns, one yellow and one orange, are positioned at the top. Scattered around are several individual flowers, including pink and white plumerias and small white blossoms. At the bottom, a circular white flower garland with a tassel of pink and white flowers is visible.

แผนการใช้จ่าย

การวางแผนการทำกิจกรรมและการใช้จ่ายนอกจากแผนการท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

แผนการใช้จ่าย	ร้อยละ (ของผู้ตอบ)	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย (บาท)	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่ เปลี่ยนแปลง
---------------	-----------------------	------------------------------	-----------	------	--------------------



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

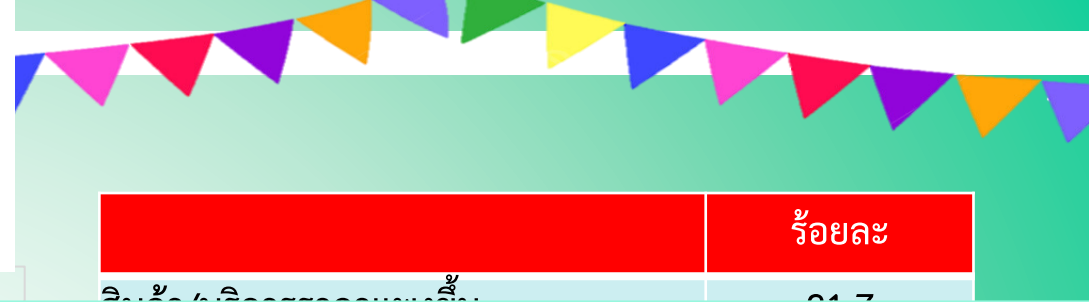
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

มูลค่าการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลสงกรานต์

ปี 2566 เทียบกับปี 2565



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

จำนวนชิ้นที่ซื้อในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2566 เทียบกับปี 2565



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ของฝากเมื่อไปอวยพรในเทศกาลสงกรานต์



ประเภทของฝาก	ร้อยละ
เงินสด	27.1
พวงมาลัย	20.0
ผลไม้	11.6
วิตามิน	11.3
ของรับประทาน	8.7
เสื้อผ้า รองเท้า	7.1
สินค้าฟุ่มเฟือย (เครื่องประดับ,ทอง ฯลฯ)	5.5
เครื่องดื่มบำรุง	4.2
สินค้าคงทน(เครื่องใช้ไฟฟ้า ,เครื่องเรือน ฯลฯ)	2.6
สินค้าotop	1.6
ดอกไม้	0.3



บรรยากาศของเทศกาลสงกรานต์ปี 2566 เทียบกับปี 2565 โดยภาพรวม



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

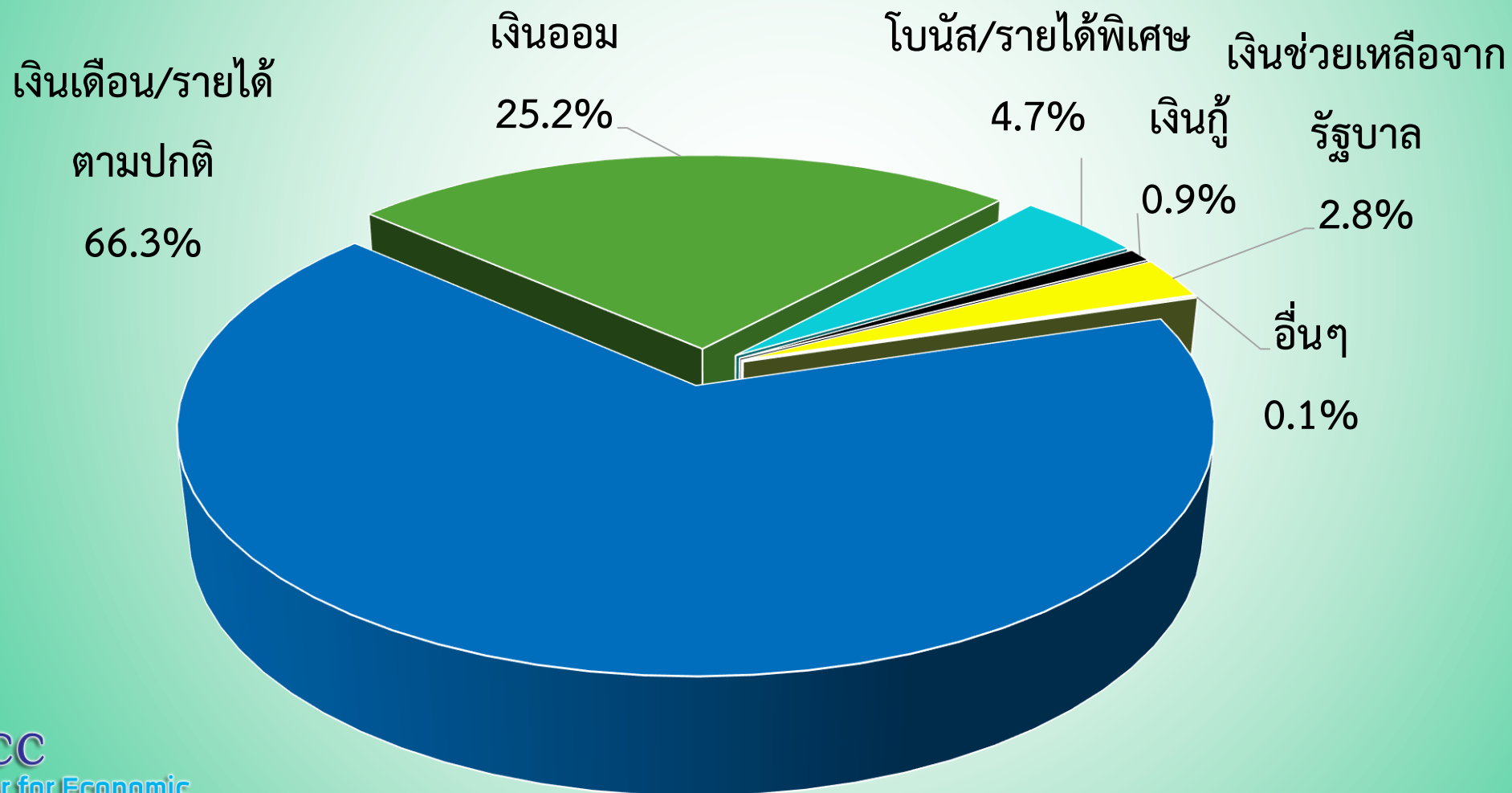
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

ที่มาของเงินที่ใช้ในเทศกาลสงกรานต์



หากมีข่าวการระบาดของโควิด-19 อีกครั้ง แต่ไม่รุนแรง จะมีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว/ทำกิจกรรมในช่วงสงกรานต์ หรือไม่

หน่วย : ร้อยละ

การเปลี่ยนแปลง	ท่องเที่ยว	กิจกรรมอื่น
ยกเลิกการไปเที่ยวปีนี้	9.9	9.0
ไปในพื้นที่ที่มีการระบาดน้อย	11.3	8.0
ไปเที่ยวใกล้ๆ แทน	17.1	13.7
ไปที่ที่ไม่ค่อยมีคนไป	12.2	13.1
ยังคงไปเหมือนเดิม	49.5	56.1

หากในพื้นที่ยังมีปัญหา PM 2.5 จะมีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว/ทำกิจกรรมในช่วงสงกรานต์ หรือไม่

หน่วย : ร้อยละ

การเปลี่ยนแปลง	ท่องเที่ยว	กิจกรรมอื่น
ยกเลิกการไปเที่ยวปีนี้	10.8	10.4
ไปในพื้นที่ที่มีฝุ่นน้อย	24.4	23.6
ไปเที่ยวสถานที่ปิด	9.8	14.7
ยังคงไปเหมือนเดิม	55.1	51.0



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในช่วงสงกรานต์ แยกตาม Gen

หน่วย : ร้อยละ

หากมีข่าวการระบาดโควิด-19 อีกครั้ง <u>แต่ไม่รุนแรง</u>	Z	Y	X	B	ภาพรวม
ยกเลิกการไปเที่ยวปีนี้	2.1	6.2	7.3	13.3	9.9
ไปในพื้นที่ที่มีการระบาดน้อย	7.4	12.8	12.9	8.5	11.3
ไปเที่ยวใกล้ๆ แทน	16.0	16.5	15.3	21.2	17.1
ไปที่ที่ไม่ค่อยมีคนไป	10.6	13.7	7.7	16.4	12.2
ยังคงไปเหมือนเดิม	63.9	50.8	56.8	40.6	49.5

หากในพื้นที่ยังมีปัญหาPM 2.5	Z	Y	X	B	ภาพรวม
ยกเลิกการไปเที่ยวปีนี้	4.3	7.5	6.9	24.9	10.8
ไปในพื้นที่ที่มีฝุ่นน้อย	20.2	26.2	21.6	27.0	24.4
ไปเที่ยวสถานที่ปิด	6.4	11.2	9.3	9.5	9.8
ยังคงไปเหมือนเดิม	69.1	55.1	62.2	38.6	55.1



เปรียบเทียบพฤติกรรม
ในปี 2549-2566



การวางแผนการท่องเที่ยว



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



เปรียบเทียบสัดส่วนการใช้จ่ายช่วงเทศกาลสงกรานต์



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ที่มาของเงินที่ใช้ในเทศกาลสงกรานต์



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

หน่วย: บาท

สำรวจนักท่องเที่ยว

49

50

51

52

53

54

55

56

57



UTCC

Center for Economic
and Business Forecasting

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



เปรียบเทียบแผนการใช้จ่ายอุปโภคบริโภค

หน่วย: บาท

การวางแผน

49

50

51

52

53

54

55

56

57



UTCC

Center for Economic
and Business Forecasting

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตรหัสข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



เงินสะพัดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2549-2566



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

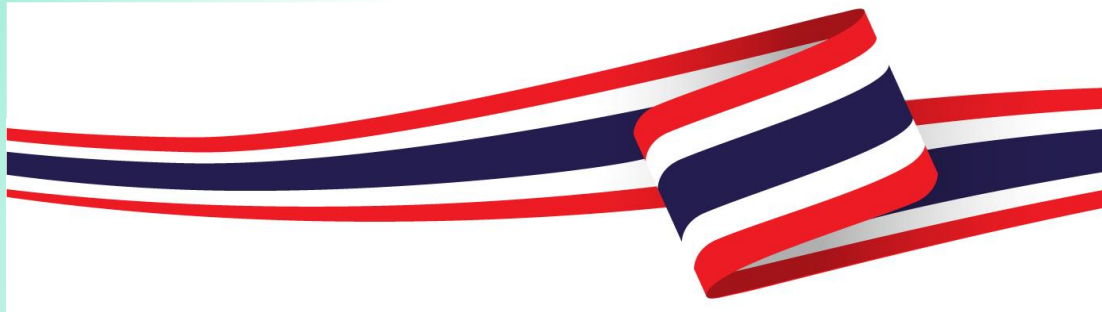
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุญาตขอข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





ทักษะต่อประเด็นอื่นๆ



ท่านคิดว่าประเทศไทยควรเร่งส่งเสริมเรื่องใดมากที่สุด

	ร้อยละ
การสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้ประชาชน	25.7
แก้ไขปัญหาการคอร์รัปชัน	20.8
การดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่างๆ ตามกรอบ BCG	10.1
การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ	9.7
สวัสดิการด้านสุขภาพ	8.6
การพัฒนาคน	8.5
ส่งเสริมด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล และนวัตกรรม	8.5
การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	5.4
อื่นๆ	2.6
รวม	100.0



ท่านต้องการให้รัฐบาลชุดใหม่เข้ามาแก้ไขมากที่สุด

ปัญหาที่ต้องการให้รัฐบาลชุดใหม่เข้ามาแก้ไขมากที่สุด

ร้อยละ

แก้ไขปัญหาปากท้อง ความยากจน หนี้สิน และความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย	30.8
เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจ รวมถึงสนับสนุนภาคการค้าและภาคบริการ ให้กลับมาสู่ภาวะปกติ	26.4
แก้ไขปัญหาคอร์รัปชันให้หมดไป ผ่านการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง	15.6
ควบคุมค่าครองชีพของภาคประชาชน ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม	8.7
สนับสนุน รวมถึงปรับปรุงระบบการศึกษา ให้มีความเหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้ง่าย	5.6
เพิ่มเติมรัฐสวัสดิการ ให้กับประชาชน อย่างครอบคลุมและเหมาะสม	5.1
ออกมาตรการสนับสนุนภาคแรงงาน โดยเฉพาะการเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ รวมถึงการพัฒนาทักษะแรงงาน	4.7
ปรับรูปแบบการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ ให้มีประสิทธิภาพและมีความทันสมัย	3.1



การเลือกตั้งครั้งนี้ท่านมีการวางแผนจะไปเลือกตั้งหรือไม่

แยกตาม Generation

หน่วย: ร้อยละ

Gen	ไปแน่นอน	ไม่ไปแน่นอน	ไม่แน่ใจ	รวม
Z	88.3	2.6	9.1	100
Y	92.1	3.6	4.3	100
X	90.2	2.9	6.8	100
Baby	85.2	6.2	8.6	100
รวม	89.6	3.9	6.5	100



ความคาดหวังว่ารัฐบาลชุดใหม่จะเข้ามาแก้ไขปัญหาประเทศ **คะแนนเต็ม 10**

แยกตามภูมิภาค	
	ค่าเฉลี่ย
กทม.และปริมณฑล	8.79
ตะวันออกเฉียงเหนือ	7.20
กลาง	8.41
เหนือ	7.80
ใต้	7.57
รวม	8.00

แยกตาม Gen	
	ค่าเฉลี่ย
Z	8.02
Y	7.88
X	8.08
Baby	8.07
รวม	8.00



GDP?

ทิศทางการขยายของภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2566

หน่วย: ร้อยละ

	ธ.ค. 65	ม.ค. 66	เม.ย. 66
ต่ำกว่า 2.50%	10.9	25.1	11.0
2.51%-3.00%	14.0	0.3	43.3
3.01%-3.50%	40.1	1.0	15.5
3.51%-4.00%	18.0	13.8	1.4
มากกว่า 4.00%	0.6	40.9	5.3
ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ	16.4	18.9	23.5

