



UTCC

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Chamber Business Poll



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และหอการค้าไทย
โทรศัพท์ 0-2697-6341 Fax. 0-2697-6342



ทัศนคติ พฤติกรรมและการใช้จ่ายของผู้บริโภค ช่วงวันวาเลนไทน์

จำนวน 1,245 ตัวอย่าง (ทั่วประเทศ)

วันที่สำรวจ 2 - 8 กุมภาพันธ์ 2565

เพศ

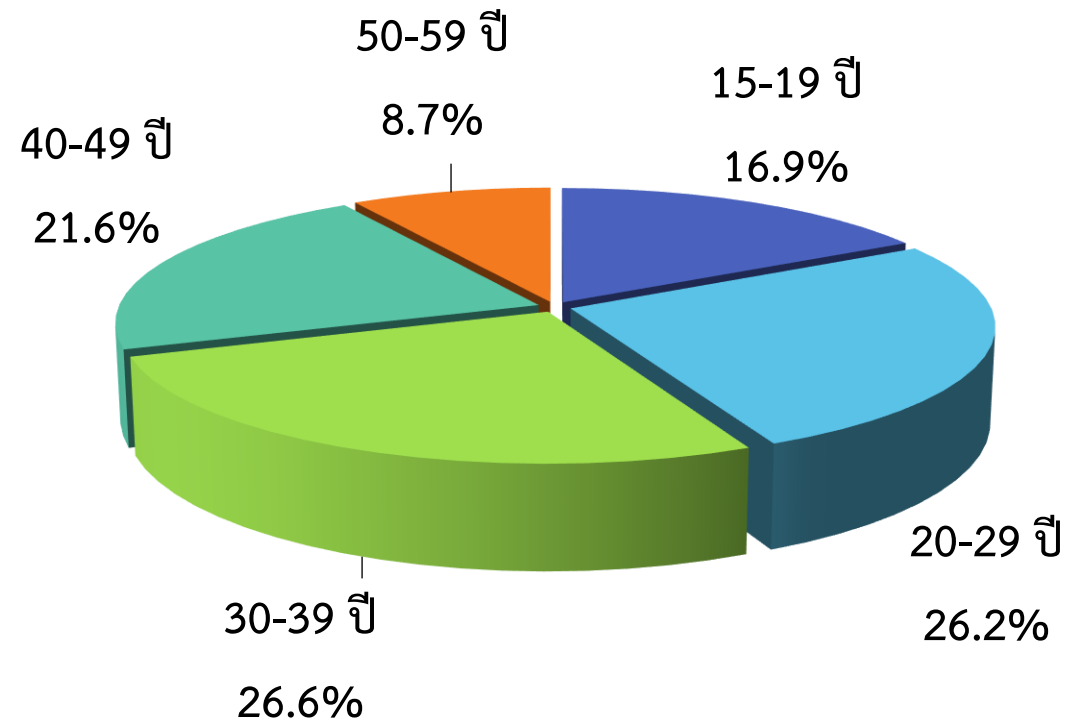


45.8%



54.2%

อายุ



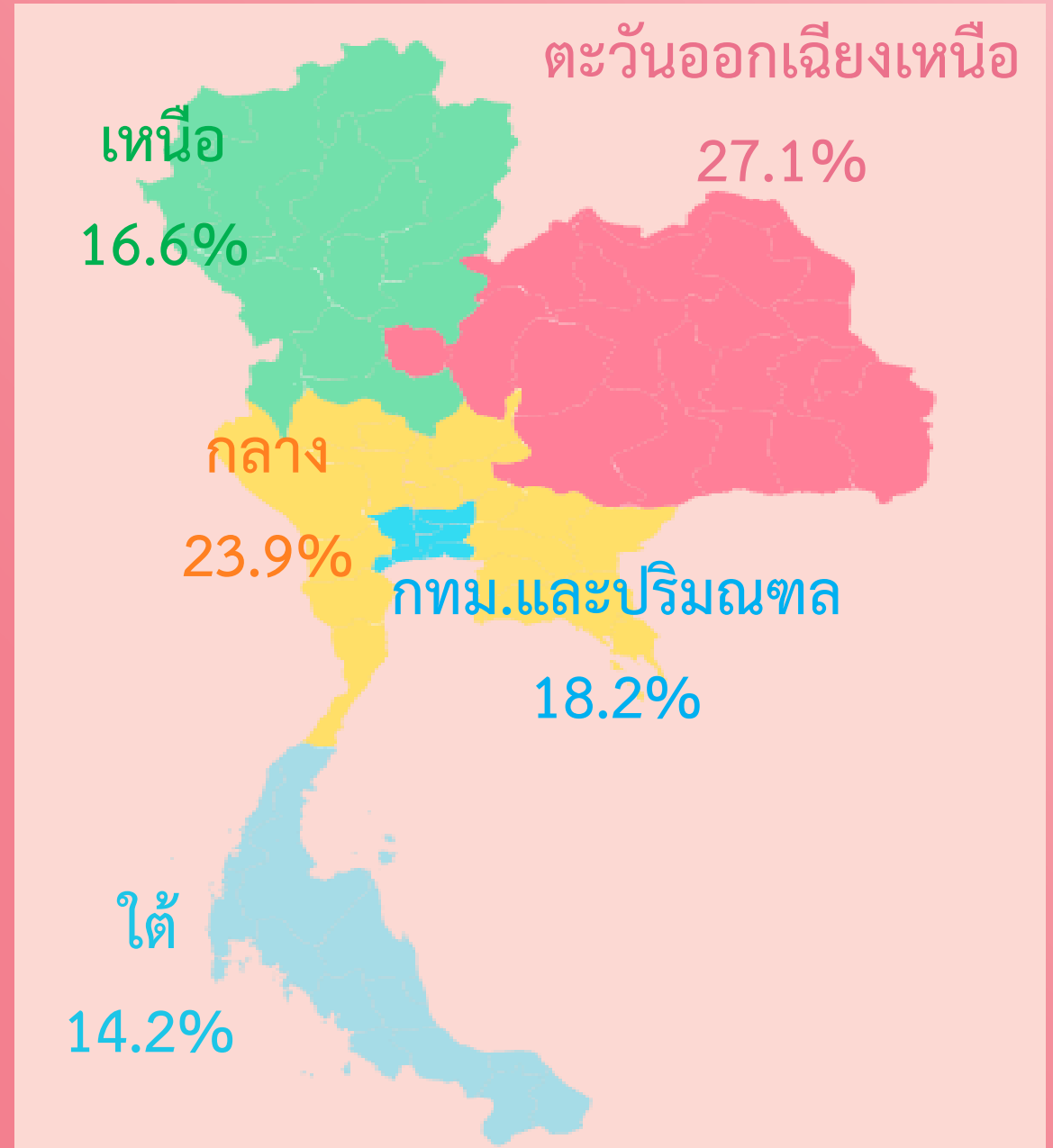
ระดับการศึกษา

	ร้อยละ
ประถม	0.6
มัธยมต้น	7.0
มัธยมปลาย/ปวช.	20.5
อนุปริญญา/ปวส.	14.2
ปริญญาตรี	56.7
สูงกว่าปริญญาตรี	1.0

รายได้

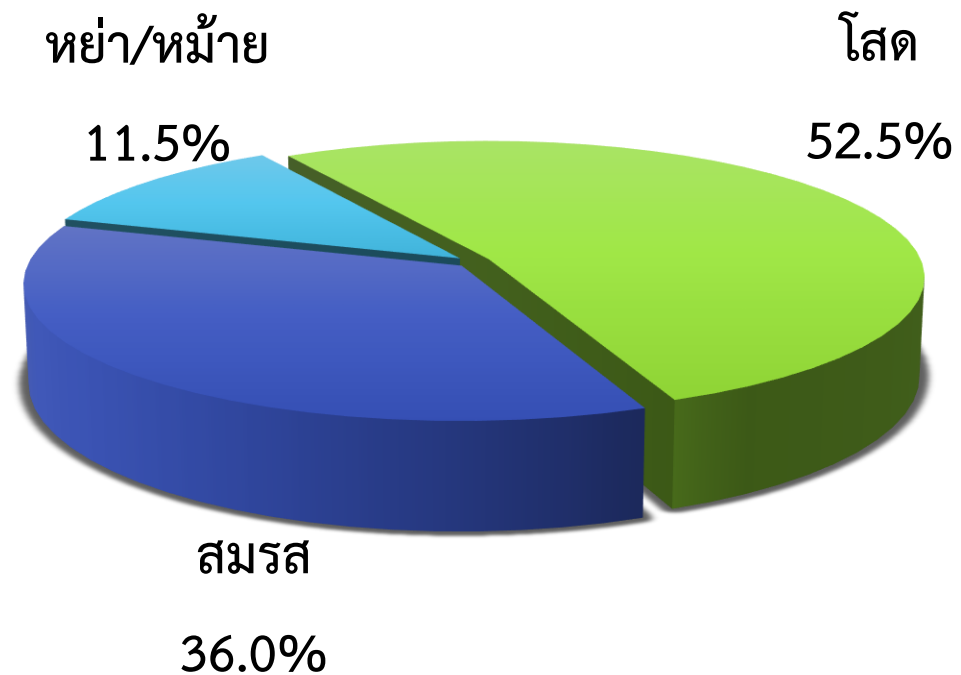
	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5.5
5,001 – 10,000 บาท	18.2
10,001 – 20,000 บาท	41.4
20,001 – 30,000 บาท	16.8
30,001 – 40,000 บาท	12.5
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	5.6

ภูมิภาค

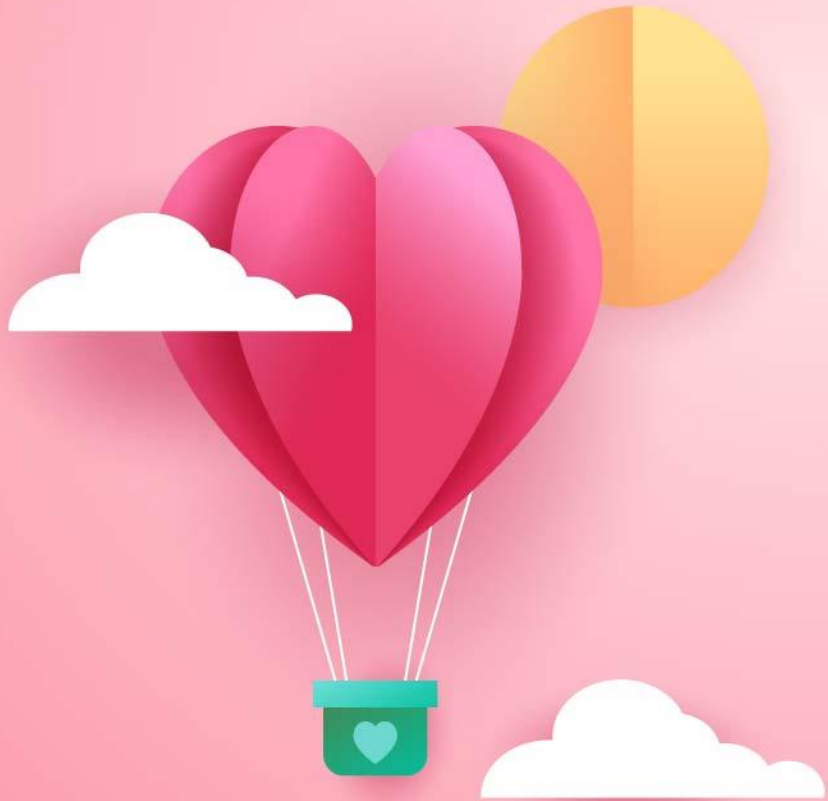




สถานะ



กรณีที่เป็นโสด	ร้อยละ
มีแฟนแล้ว	52.6
ยังไม่มีแฟน	29.8
มีคนรู้ใจแล้ว	17.6

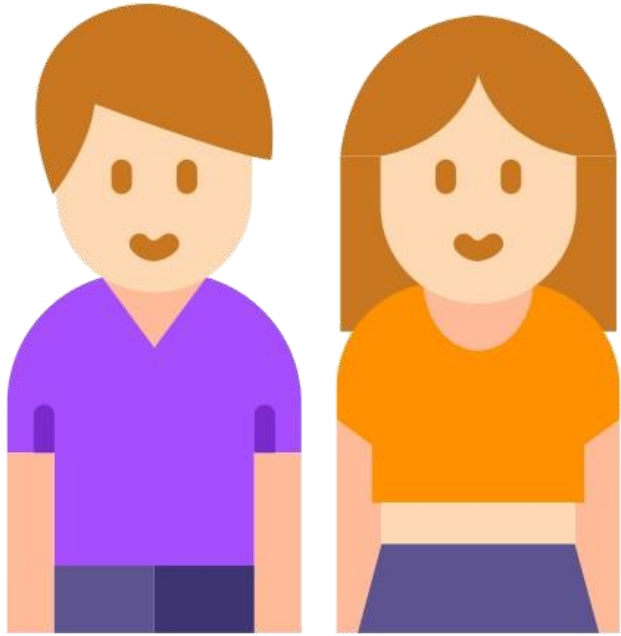


ความคิดเห็นเกี่ยวกับ วันวาเลนไทน์





ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับ วันวาเลนไทน์



วัยรุ่น 50.3%



วัยทำงาน 42.2%



คู่สมรส 7.5%



ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศใน วันวาเลนไทน์ในปี 2565 เทียบกับปี 2564

หน่วย: ร้อยละ



UTCC
**Center for Economic
and Business Forecasting**
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



การฉลองในวันวาเลนไทน์



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





การฉลองในวันวาเลนไทน์

ฉลองกับ	ร้อยละ	สถานที่เลี้ยงฉลอง
คนรัก	83.5	ห้างสรรพสินค้า (39.6%) ร้านอาหาร (29.0%) บ้านของตนเอง (13.3%)
เพื่อน	16.2	ร้านอาหาร (38.6%) สถานที่ที่มีการจัดงาน (19.3%) บ้านของเพื่อน (17.5%)
คนในครอบครัว	0.3	ที่บ้าน (0.2%) ร้านอาหาร (0.1%)
รวม	100.0	



ความรักของท่านคืออะไร: แยกช่วงอายุ

อันดับ 1

อันดับ 2

อันดับ 3

หน่วย: ร้อยละ

	GenZ	GenY	GenX	โดยรวม
ความรับผิดชอบ	22.4	25.7	31.4	26.3
ความเข้าใจ	24.0	20.4	22.1	21.6
ความสุข	14.8	20.4	14.2	17.7
กำลังใจ	23.0	14.5	10.3	15.4
การร่วมทุกข์ร่วมสุข	7.7	14.5	20.0	14.3
ความสนุก	7.1	3.6	2.0	4.0
การให้	1.0	0.9		0.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0



ความรักของท่านคืออะไร: แยกภูมิภาค

อันดับ 1

อันดับ 2

อันดับ 3

หน่วย: ร้อยละ

	กทม.และ ปริมณฑล	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	เหนือ	ใต้	โดยรวม
ความรับผิดชอบ	33.1	28.6	17.1	21.7	33.6	26.2
ความเข้าใจ	16.6	17.6	28.1	28.7	16.8	21.6
ความสุข	19.7	14.7	17.1	22.4	16.0	17.6
กำลังใจ	11.5	11.8	19.0	17.5	18.4	15.3
การร่วมทุกข์ร่วมสุข	11.5	20.6	16.2	7.7	11.2	14.4
ความสนุก	7.6	5.0	2.5	0.7	4.0	4.0
การให้	-	1.7	-	1.3	-	0.9
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

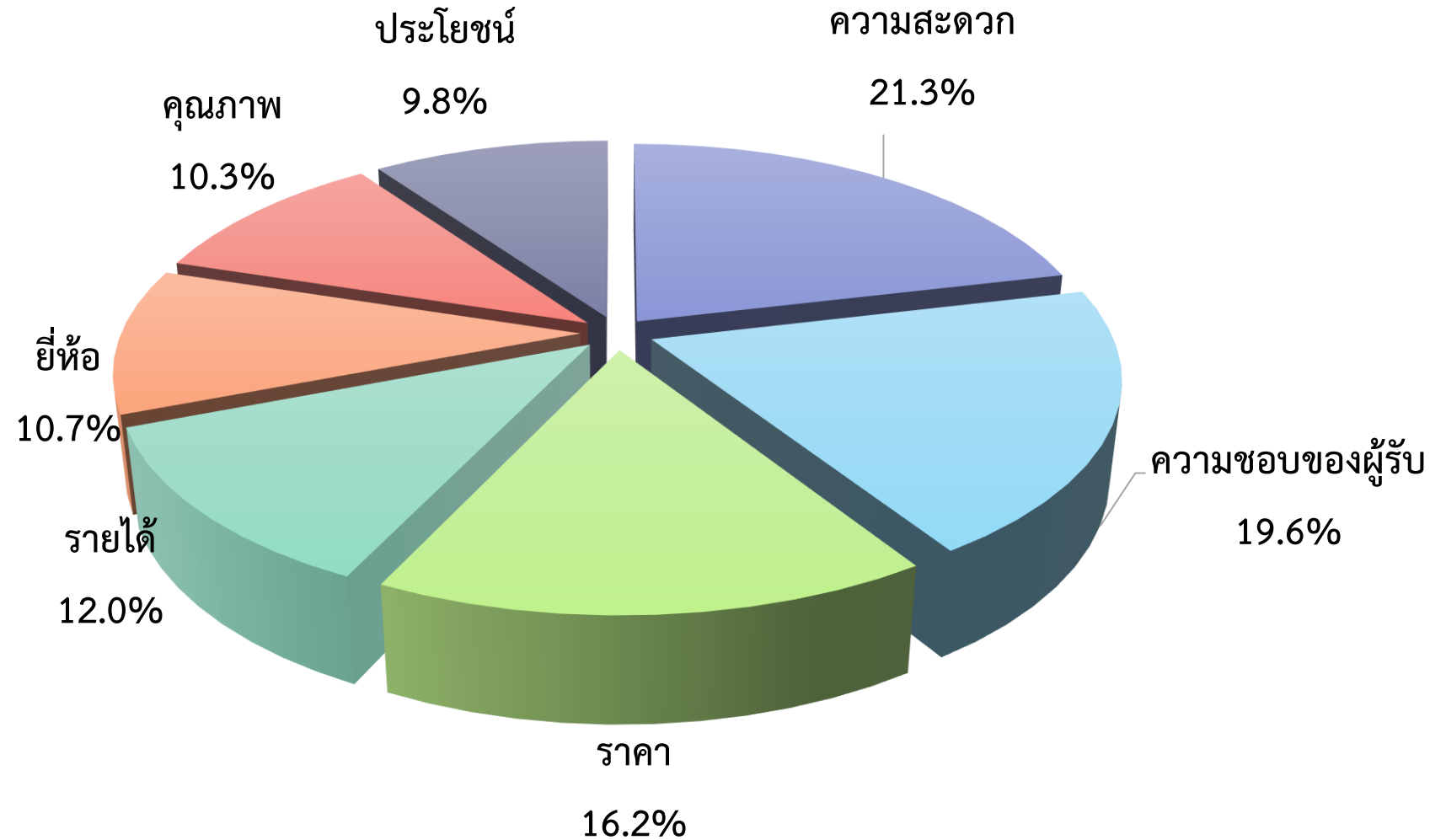




พฤติกรรมและการใช้จ่าย
ในช่วงวันวาเลนไทน์



ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อของขวัญในวันวาเลนไทน์





ช่องทางการบอกรัก/อวยพรในวันวาเลนไทน์



บอกต่อหน้า 52.6%



โทรผ่านช่องทาง
อินเทอร์เน็ต 22.6%



คุยผ่านโทรศัพท์
13.8%



คุยผ่านสังคมออนไลน์
11.0%



การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการใช้จ่ายในช่วงวันวาเลนไทน์

หน่วย : ร้อยละ



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก โดยเฉลี่ย (บาท/คน)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก: จำแนกช่วงอายุ



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebfbf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก: จำแนกช่วงอายุ



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebfbf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



การใช้จ่ายโดยรวมในช่วงวันวาเลนไทน์ (บาท/คน)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



การใช้จ่ายโดยรวมในช่วงวันวาเลนไทน์: จำแนกอายุ



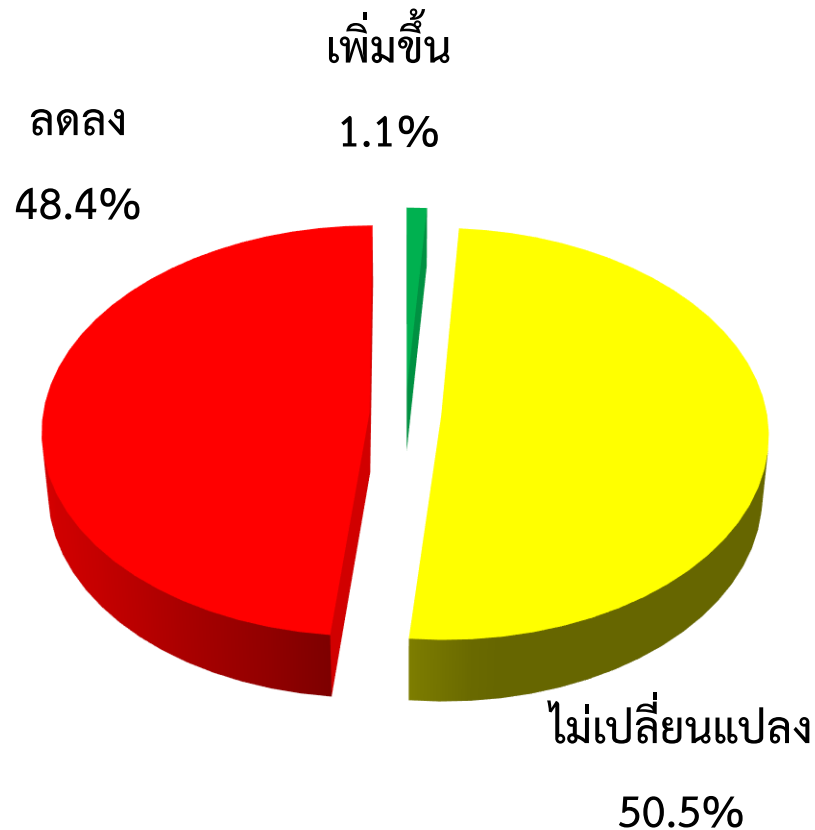
UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

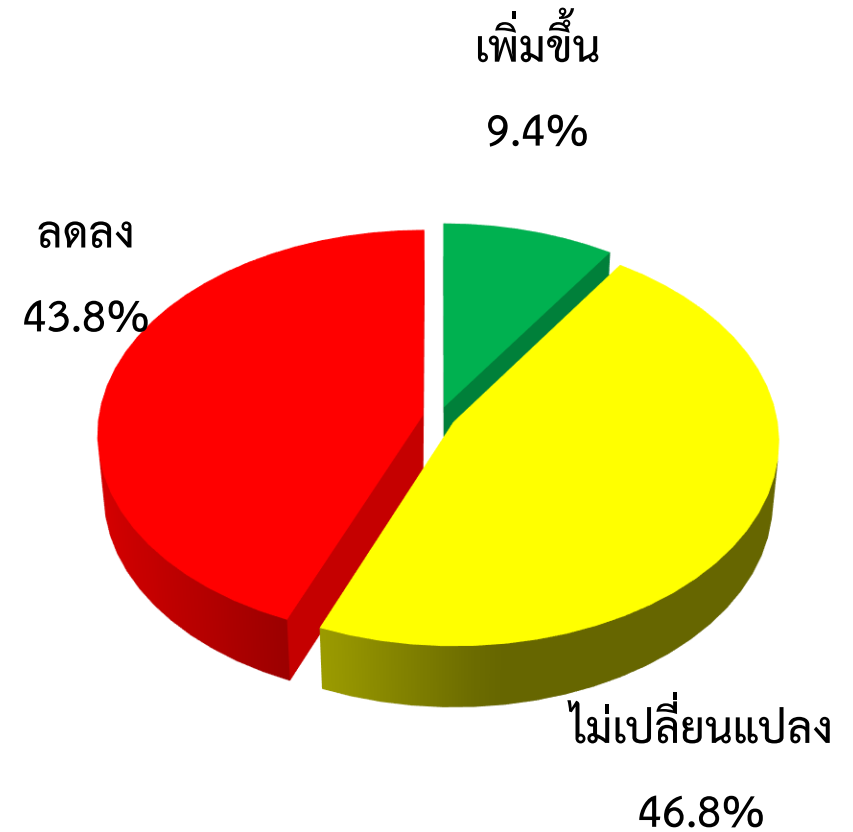


การซื้อขายสินค้าเมื่อเทียบกับปี 64

ปริมาณ



มูลค่า





เหตุผลในการใช้จ่ายเมื่อเทียบมูลค่ากับปี 64

เหตุผลที่ใช้จ่ายมูลค่าเพิ่มขึ้น	ร้อยละ
มีความหลากหลายในการซื้อเพิ่มขึ้น	37.0
ของแพง	34.8
มีช่องทางในการซื้อมากขึ้น	19.6
รายได้เพิ่ม	8.6

เหตุผลที่ใช้จ่ายมูลค่าลดลง	ร้อยละ
รายได้ลดลง	25.4
ของแพง	22.1
เศรษฐกิจแย่	17.8
ประหยัด	17.4
ค่าใช้จ่ายสูง	10.3
ค่าครองชีพสูง	4.2
ตกงาน	1.4
มีหนี้	1.4



ที่มาของเงินที่ใช้ในช่วงวันวาเลนไทน์: แยกอายุและภูมิภาค

หน่วย: ร้อยละ



	Z	Y	X	โดยรวม
เงินเดือน	82.6	87.4	92.6	87.6
เงินช่วยเหลือภาครัฐ	3.0	5.8	6.4	5.3
เงินออม	14.4	6.8	1.0	7.1
	100.0	100.0	100.0	100.0



หน่วย: ร้อยละ

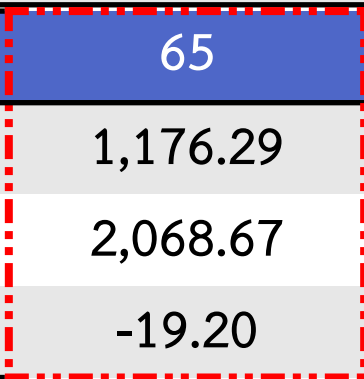


	กทม.และปริมณฑล	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	เหนือ	ใต้	โดยรวม
เงินเดือน	64.6	89.8	91.8	92.4	98.3	87.6
เงินช่วยเหลือภาครัฐ	7.6	8.1	3.4	5.5	1.6	5.3
เงินออม	27.8	2.1	4.8	2.1	0.1	7.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



เงินสะพัดในช่วงวันวาเลนไทน์

ปี พ.ศ. (เฉลี่ยรวม)	50	51	52	53	54	55
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย:บาทต่อคน	651.75	1,281.59	1,457.07	1,074.07	1,288.82	1,348.85
มูลค่าการใช้จ่าย:ล้านบาท	1,876.37	2,159.46	2,325.58	2,450.08	2,655.43	2,791.87
%yoy	-	15.1	7.69	5.35	8.38	5.13
ปี พ.ศ. (เฉลี่ยรวม)	56	57	58	59	60	
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย:บาทต่อคน	1,509.98	1,813.23	1,901.10	2,258.05	2,262.57	
มูลค่าการใช้จ่าย:ล้านบาท	3,210.40	3,361.28	3,513.31	3,675.36	3,707.34	
%yoy	15.00	4.70	4.52	4.61	0.87	
ปี พ.ศ. (เฉลี่ยรวม)	61	62	63	64	65	
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย:บาทต่อคน	2,394.80	2,318.96	1,814.01	1,306.28	1,176.29	
มูลค่าการใช้จ่าย:ล้านบาท	3,822.27	3,701.22	3,246.97	2,560.24	2,068.67	
%yoy	3.10	-3.17	-12.27	-21.15	-19.20	





ความคิดเห็นเกี่ยวกับคู่รักกลุ่มใดที่มีการฉลองวันวาเลนไทน์ โดยการมีเพศสัมพันธ์: แยกตามสมัย

หน่วย: ร้อยละ

สมัย	นักเรียน	นักศึกษา	วัยทำงาน(โสด)	รวม
GenZ	33.7	33.7	32.6	100.0
GenY	26.2	31.5	42.3	100.0
GenX	33.3	33.8	32.9	100.0
โดยรวม	29.7	32.5	37.8	100.0



ความคิดเห็นเกี่ยวกับคู่รักกลุ่มใดที่มีการฉลองวันวาเลนไทน์ โดยการมีเพศสัมพันธ์: แยกตามช่วงอายุ

หน่วย: ร้อยละ

ช่วงอายุ	นักเรียน	นักศึกษา	วัยทำงาน(โสด)	รวม
15-19 ปี	32.2	32.9	34.9	100.0
20-29 ปี	27.0	32.6	40.4	100.0
30-39 ปี	27.5	33.6	38.9	100.0
40-49 ปี	37.0	30.2	32.8	100.0
50-59 ปี	22.1	33.8	44.1	100.0
โดยรวม	29.7	32.5	37.8	100.0



สถานที่ที่วัยรุ่นอาจมีการฉลองวันวาเลนไทน์ โดยการมี เพศสัมพันธ์

หน่วย: ร้อยละ

	โรงแรม ม่านรูด	ห้องพัก รายวัน	อะพาร์ต เมนต์	ที่บ้านที่ไม่มี ใครอยู่	สวน สาธารณะ	ห้องพักที่ เช่าอยู่	รวม
GenZ	42.3	33.7	4.1	2.6	1.5	15.8	100.0
GenY	38.4	32.8	6.8	1.9	2.3	17.8	100.0
GenX	46.4	28.0	8.7	2.9	1.4	12.6	100.0
โดยรวม	41.3	31.8	6.6	2.3	1.9	16.1	100.0



ทัศนคติต่อคำพูดที่ว่า “การมีเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงานเป็นเรื่องปกติสำหรับคนในปัจจุบัน”

หน่วย: ร้อยละ

	GenZ	GenY	GenX	โดยรวม
เป็นเรื่องธรรมดา	42.9	48.0	45.1	46.0
เป็นเรื่องที่ไม่ควรทำ	40.3	35.6	40.8	38.1
แล้วแต่มุมมอง	16.8	16.4	14.1	15.9
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

แยกเพศ	ชาย				หญิง			
	GenZ	GenY	GenX	โดยรวม	GenZ	GenY	GenX	โดยรวม
เป็นเรื่องธรรมดา	46.4	52.5	44.4	49.1	39.4	44.0	45.6	43.5
เป็นเรื่องที่ไม่ควรทำ	34.0	27.9	50.7	34.3	46.5	42.4	34.4	41.1
แล้วแต่มุมมอง	19.6	19.6	4.9	16.5	14.1	13.6	20.0	15.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



ท่านคิดว่าจำนวนคนที่มีเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงานในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไร

หน่วย: ร้อยละ

	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม
GenZ	54.6	16.3	29.1	100.0
GenY	38.6	22.2	39.2	100.0
GenX	50.5	17.0	32.5	100.0
โดยรวม	44.9	19.6	35.5	100.0



ท่านยอมรับได้หรือไม่หาก ภรรยา/สามี ของท่าน เคยมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่าน

	ยอมรับได้		ยอมรับไม่ได้		ภรรยาของท่าน		สามีของท่าน		หน่วย: ร้อยละ
	ยอมรับได้	ยอมรับไม่ได้	ยอมรับได้	ยอมรับไม่ได้	ยอมรับได้	ยอมรับไม่ได้	ยอมรับได้	ยอมรับไม่ได้	
GenZ	52.6	47.4	57.7	42.3	47.5	52.5	47.5	52.5	
GenY	49.3	50.7	52.1	47.9	46.8	53.2	46.8	53.2	
GenX	39.5	60.5	38.3	61.7	40.3	59.7	40.3	59.7	
โดยรวม	47.6	52.4	50.4	49.6	45.2	54.8	45.2	54.8	



ท่านยอมรับได้หรือไม่หากภรรยา/สามีของท่านเคยมีเพศสัมพันธ์ ก่อนแต่งงานกับท่านแยกตามภาค

หน่วย: ร้อยละ

	ยอมรับได้	ยอมรับไม่ได้	รวม
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	55.0	45.0	100.0
ภาคเหนือ	58.8	41.2	100.0
ภาคกลาง	40.3	59.7	100.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29.2	70.8	100.0
ภาคใต้	50.4	49.6	100.0
โดยรวม	47.6	52.4	100.0



ทัศนคติต่อปัญหาเด็กและเยาวชนเมื่อเทียบในช่วงปัจจุบันกับ 3 ปีที่ผ่านมา

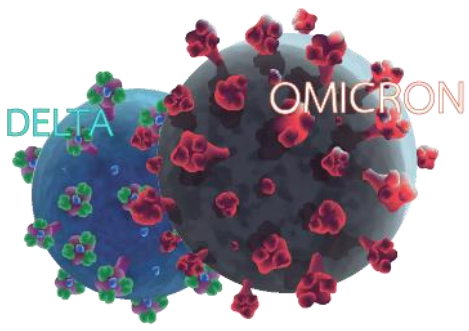
หน่วย : ร้อยละ

ปัญหา	รุนแรงน้อยลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รุนแรงมากขึ้น
โสเภณีเด็ก	13.5	25.7	60.8
การเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร	10.2	29.9	59.9
ยาเสพติด	8.8	32.1	59.1
เด็กเร่ร่อน	15.6	26.0	58.4
พ่อ-แม่ไม่มีวุฒิภาวะในการเลี้ยงดู	20.9	22.2	56.9
ขาดศีลธรรม	10.5	33.0	56.5
การยกพวกตีกัน	19.7	24.5	55.8
มีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน(ใส่ถุงยางอนามัย)	20.5	24.0	55.5
การตั้งครรภ์ก่อนแต่งงาน	17.0	28.0	55.0
การคลอดแล้วทิ้ง	22.1	23.1	54.8
การล่วงละเมิดทางเพศของคนใกล้ชิด	19.0	27.5	53.5
ล่อลวงทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค	19.1	27.5	53.4
ปัญหาเด็กและเยาวชนโดยรวม	12.9	19.9	67.1

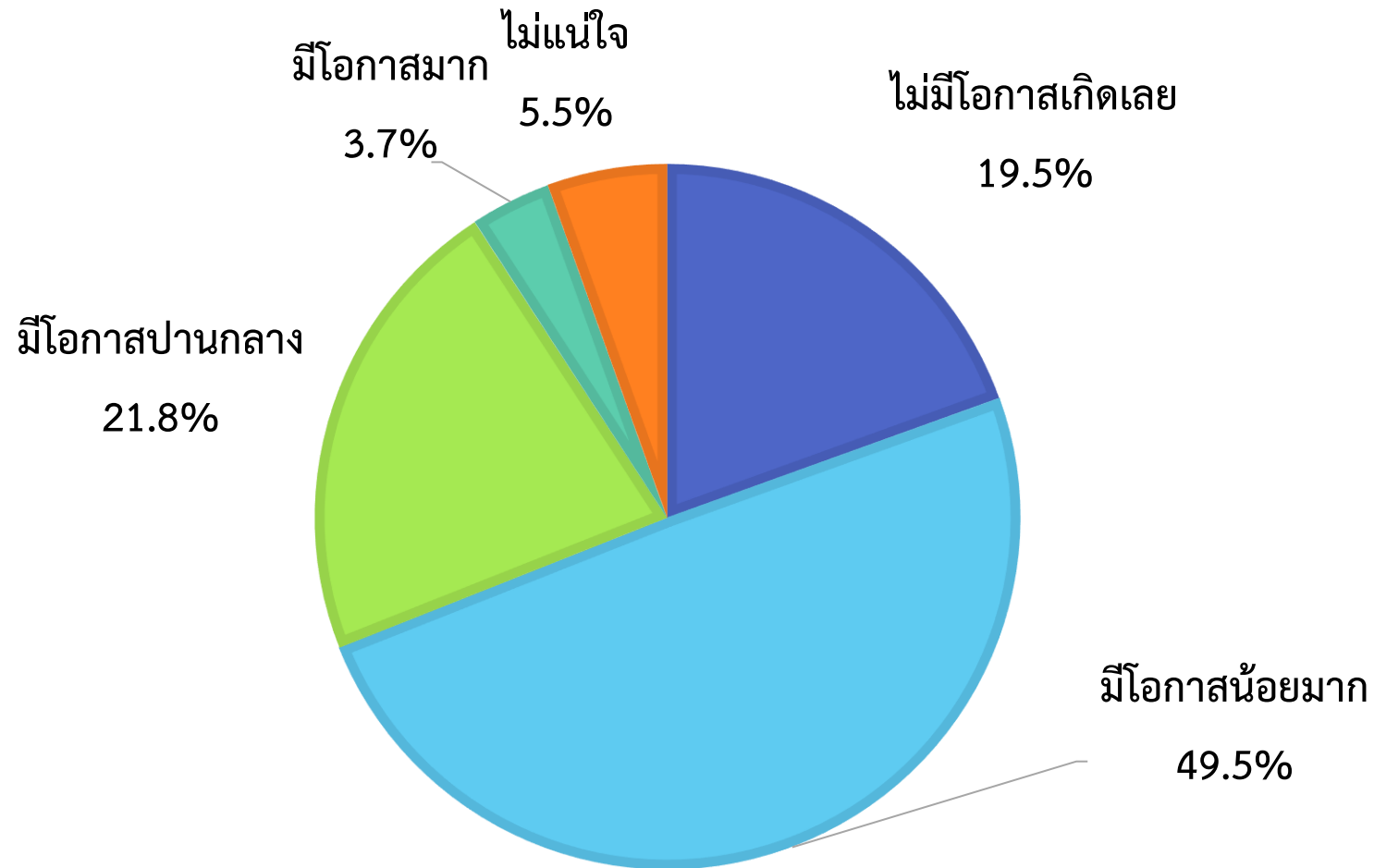


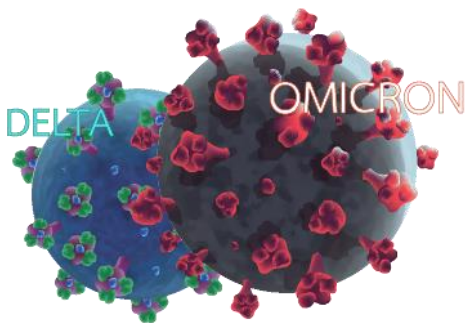
ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การแพร่ระบาดของโควิด-19 โอมิครอน





ท่านคิดว่าในช่วงวันวาเลนไทน์จะมีโอกาสให้เกิดการติดเชื้อกลุ่มใหม่หรือระลอกใหม่หรือไม่





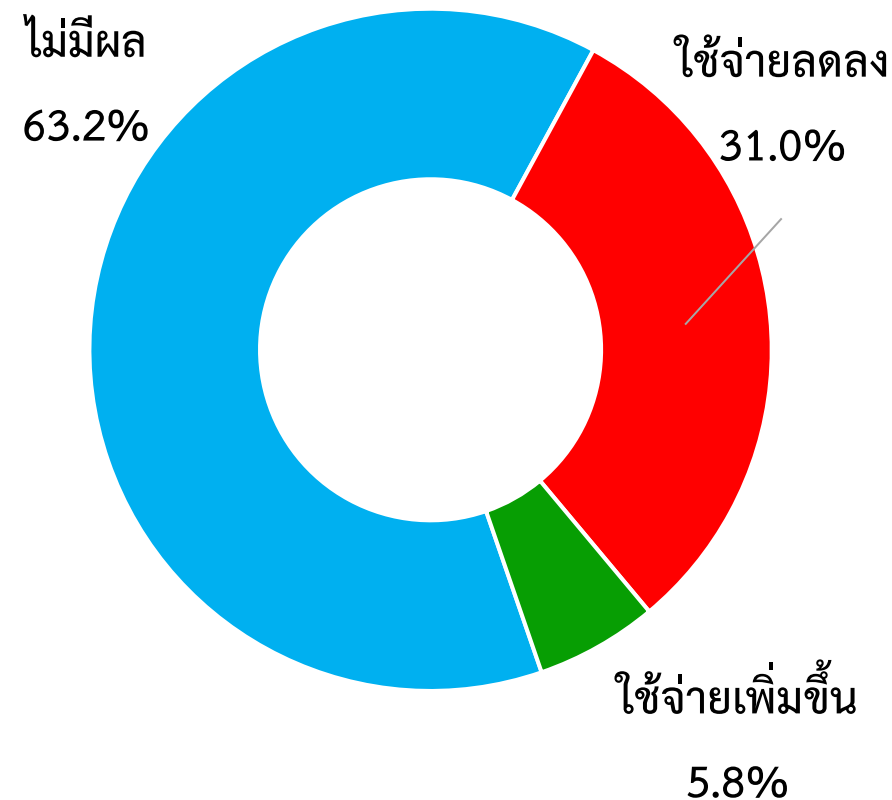
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โคมิครอน มีผลต่อประเด็นเหล่านี้หรือไม่

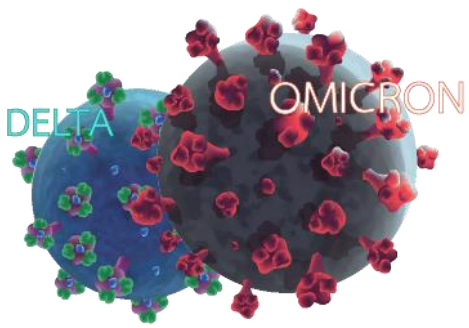
การตัดสินใจออกไปทำกิจกรรมวันวาเลนไทน์

หน่วย: ร้อยละ

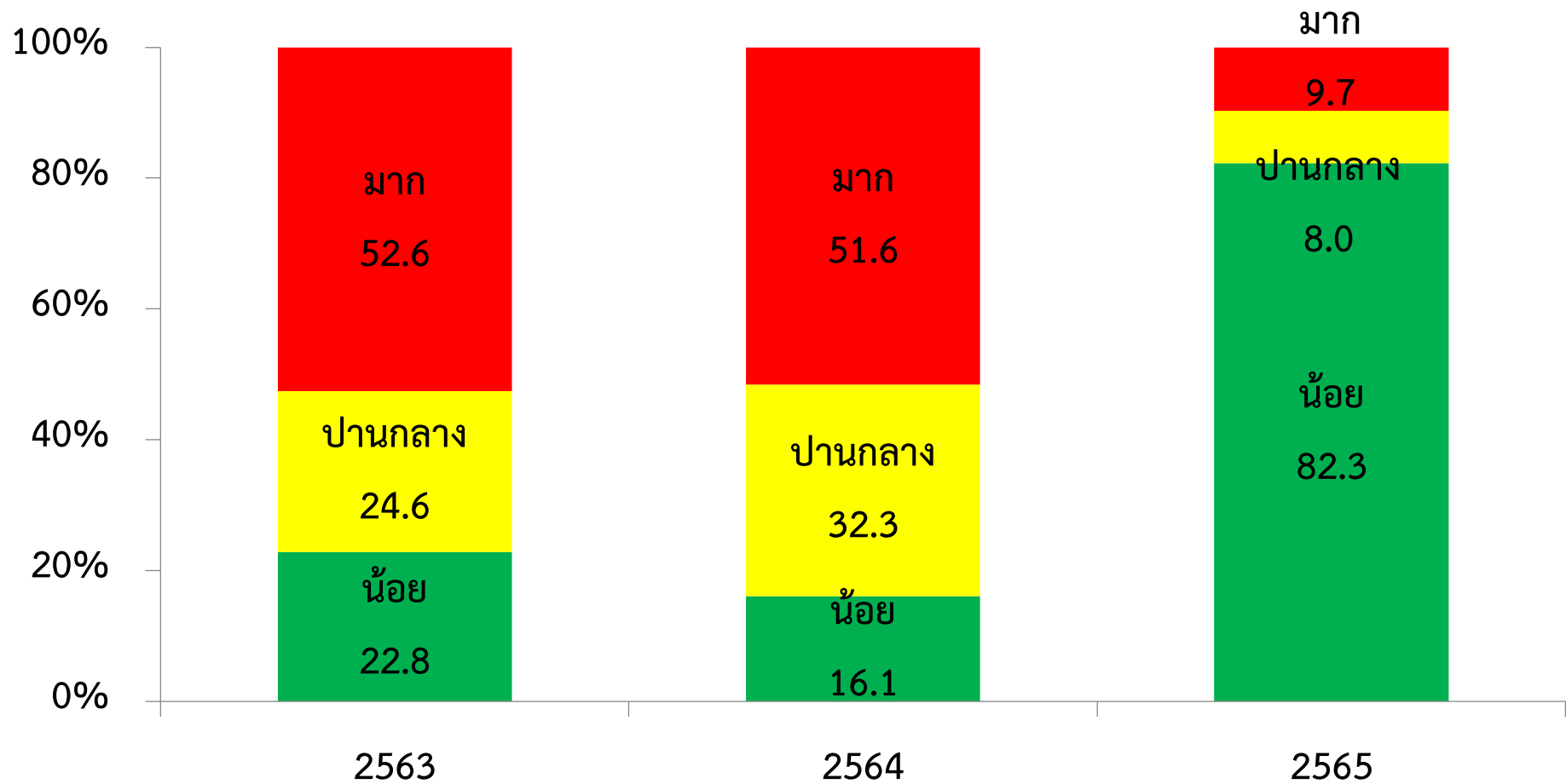
	ฉลอง	ชื่อของขวัญ
ไม่มีผล	46.8	53.0
ไม่ออกไปแน่นอน	18.9	21.3
ออกไปแน่นอน	18.4	6.3
ไม่แน่ใจ	15.9	19.4

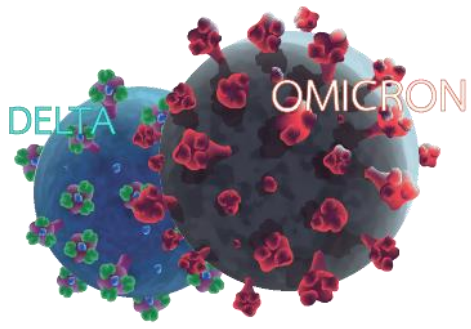
ผลต่อมูลค่าการใช้จ่ายโดยรวมในวันวาเลนไทน์



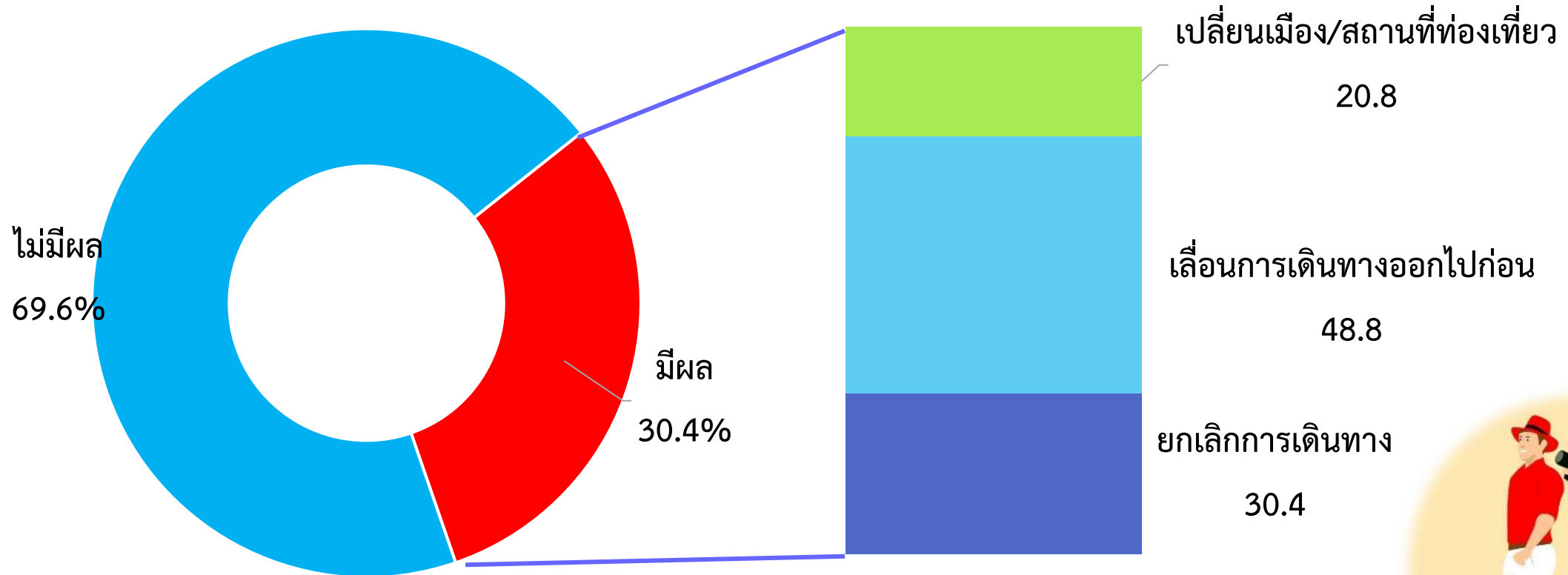


ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โอมิครอน





สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โคมิครอน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศหรือไม่ อย่างไร?





ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
มาตรการคนละครึ่ง



ท่านพึงพอใจกับจำนวนเงินคนละครึ่ง (1,200 บาท) หรือไม่

หากสามารถเพิ่มวงเงินได้



UTCC
**Center for Economic
and Business Forecasting**
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342
หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่
E-Mail: utcccebf@yahoo.com
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ
และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ท่านอยากให้มีโครงการคนละครึ่งต่ออีกหรือไม่

จำนวนเงินเฉลี่ยต่อเดือน
ที่อยากได้



อยากให้มีต่ออีก
94.4%

อยากให้มีต่ออีก....เดือน

จำนวนเดือน	ร้อยละ
1 เดือน	31.2
2 เดือน	21.5
3 เดือน	18.1
4 เดือน	2.2
5 เดือน	1.8
6 เดือน	25.2

จำนวนเงิน	ร้อยละ
1,000	0.1
1,500	48.4
1,800	0.1
2,000	4.2
3,000	14.6
3,500	1.2
4,000	1.0
5,000	30.3
6,000	0.1
เฉลี่ย	2,855 บาท