



UTCC
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Chamber Business Poll

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และหอการค้าไทย

โทรศัพท์ 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

E-mail utcccebf@utcc.ac.th



พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคน ในช่วงเทศกาลสงกรานต์

วันที่ 2 เมษายน 2569

สำรวจทั่วประเทศ จำนวน 1,280 ตัวอย่าง
ระหว่างวันที่ 23- 30 มี.ค. 2569

ข้อมูลทั่วไป

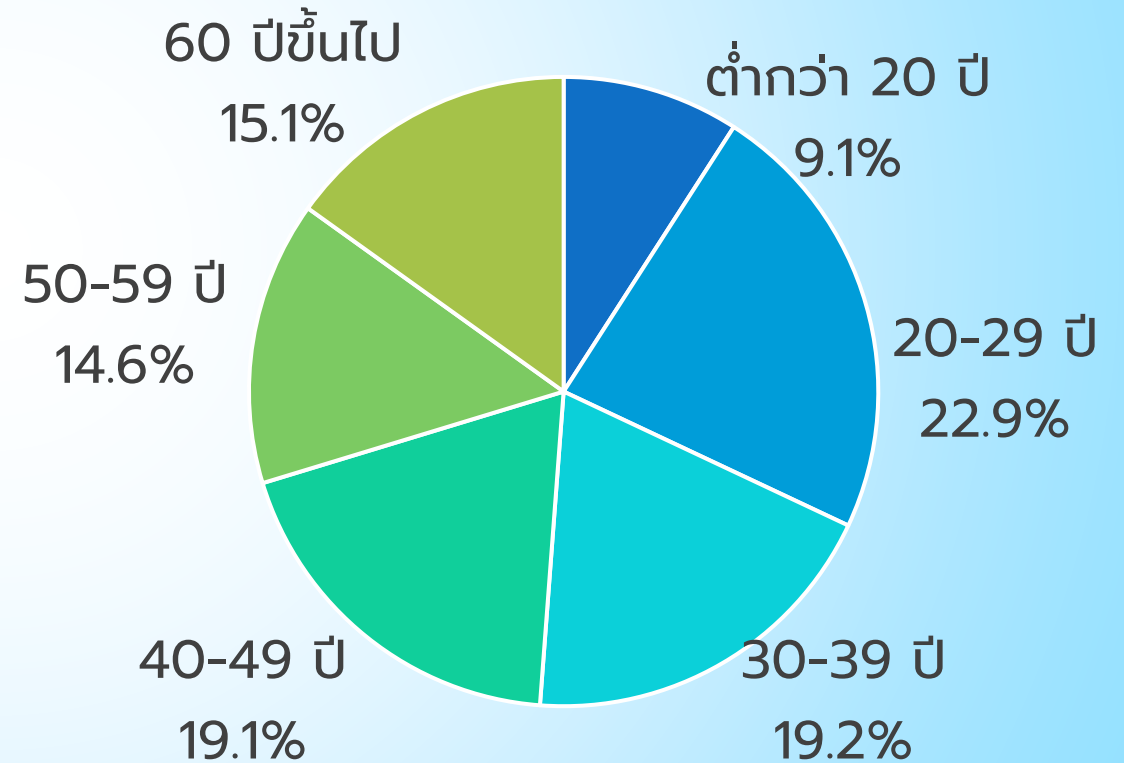
เพศ



51.1%

48.9%

อายุ



ข้อมูลทั่วไป

การศึกษา

	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17.8
ปวส./อนุปริญญา	19.4
ปริญญาตรี	50.6
สูงกว่าปริญญาตรี	9.1
ไม่ได้ศึกษา	0.1

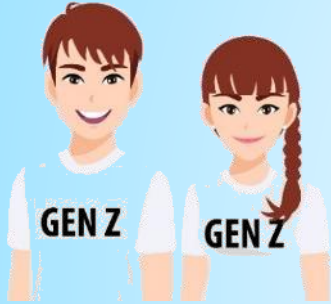
รายได้

	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	7.0
5,000-10,000 บาท	12.9
10,001-20,000 บาท	30.6
20,001-30,000 บาท	27.5
30,001-40,000 บาท	16.5
มากกว่า 40,000 บาท	5.5

ข้อมูลทั่วไป

Generation

15 – 25 ปี



22.7%

26 – 45 ปี



38.5%



23.7%

46 – 60 ปี



15.1%

61 – 79 ปี

อาชีพในปัจจุบัน

	ร้อยละ
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	18.5
เจ้าของกิจการ ค้าขาย	18.1
รับจ้างทั่วไป	12.9
รับราชการ	12.8
กำลังศึกษา	12.6
ทำการเกษตร/ปศุสัตว์/ประมง	10.6
รัฐวิสาหกิจ	6.7
ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน	4.9
ทำงานบ้าน	2.9
รวม	100.0

ภูมิภาค

ภาคเหนือ
18.3%

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
33.1%

ภาคกลาง
18.0%

กรุงเทพฯ และปริมณฑล
16.4%

ภาคใต้
14.2%

ผลการสำรวจ



ปีนี้ท่านคาดว่าจะไปเล่นน้ำสงกรานต์หรือไม่

หน่วย : ร้อยละ

	Z	Y	X	ภาพรวม
ไม่ไปเล่น	46.3	70.8	81.8	58.2
ไปเล่น	53.7	29.2	18.2	41.8
	100.0	100.0	100.0	100.0



แผนการใช้จ่ายในเรื่องการท่องเที่ยว



การวางแผนเดินทางในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2569 เทียบกับ 2568



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

รายละเอียดการเดินทางออกนอกพื้นที่

- ▶ ส่วนใหญ่จะไปเที่ยวค้างคืน (92.6%) โดยค้างแรมมากกว่า 3 คืนเป็นส่วนใหญ่ (82.4%)
- ▶ เดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัว (70.4%) รถตู้ (10.4%) รถบขส. (8.9%) เครื่องบิน (5.9%) รถไฟ (2.2%) และรถมอเตอร์ไซด์ (2.2%) ตามลำดับ
- ▶ ออกเดินทางวันที่ 10 เมษายน 2569 (28.9%) และกลับวันที่ 15 เมษายน 2569 (33.3%)
- ▶ จำนวนวันที่ออกนอกพื้นที่ 4-5 วัน (46.4%)
- ▶ จำนวนผู้ที่ร่วมเดินทางเฉลี่ย 4 คน (รวมตัวท่าน)
- ▶ โดยจะเดินทางกับ ครอบครัว (84.3%) แฟน/คู่รัก (8.2%) เพื่อน (4.5%) ไปคนเดียว (3.0%) ตามลำดับ

รายละเอียดการท่องเที่ยว **เฉพาะกลุ่มที่ไปเที่ยว**

หน่วย : ร้อยละ



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขอรายละเอียดข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

แผนการใช้จ่าย

การวางแผนการทำกิจกรรมและการใช้จ่ายนอกจากแผนการท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

แผนการใช้จ่าย

ร้อยละ
(ของผู้ตอบ)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย
(บาท)

เพิ่มขึ้น

ลดลง

ไม่
เปลี่ยนแปลง



UTCC

Center for Economic
and Business Forecasting

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขอรายละเอียดข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

มูลค่าการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ปี 2569 เทียบกับปี 2568

ร้อยละ



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

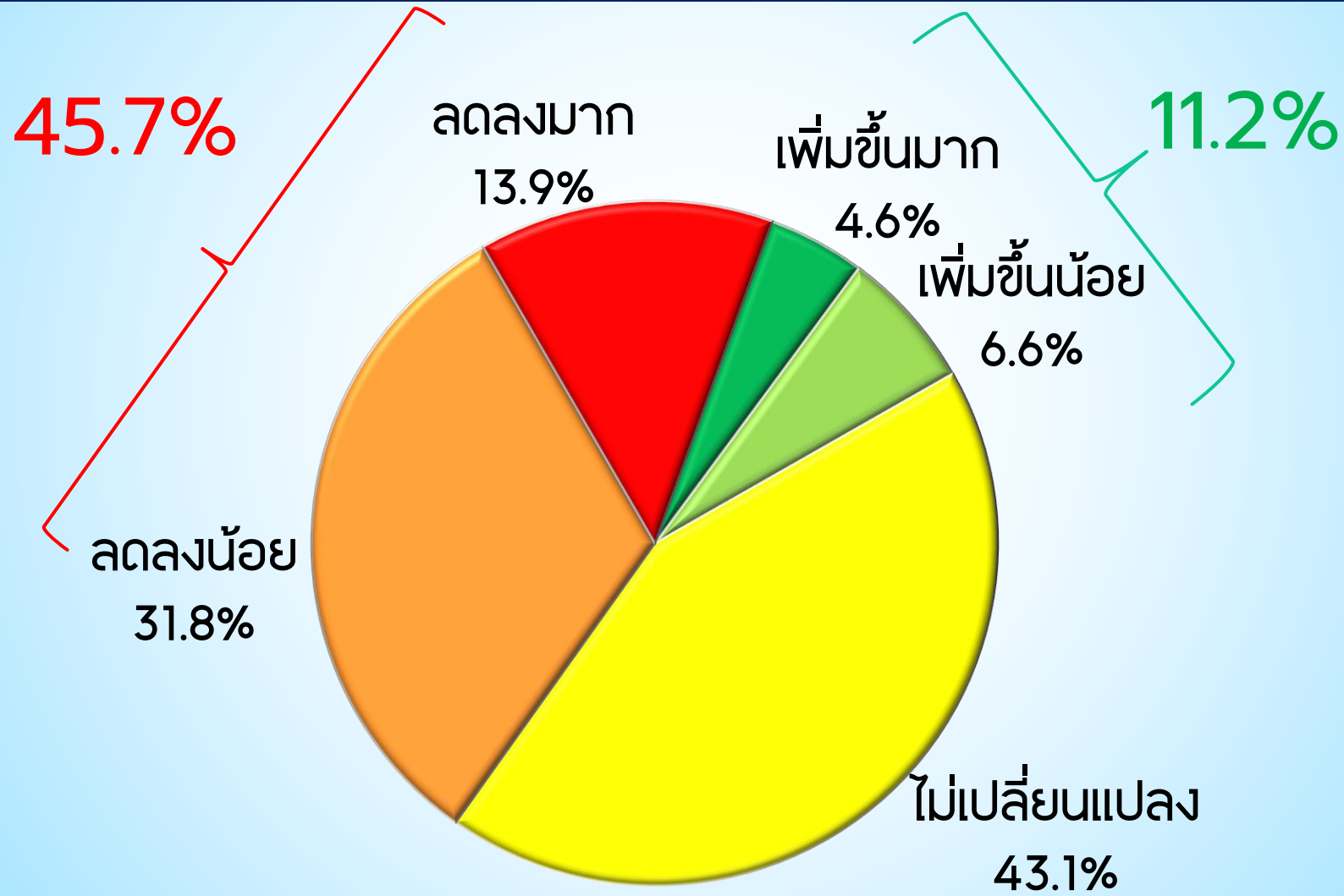
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขอข้อมูลเพิ่มเติมมาที่

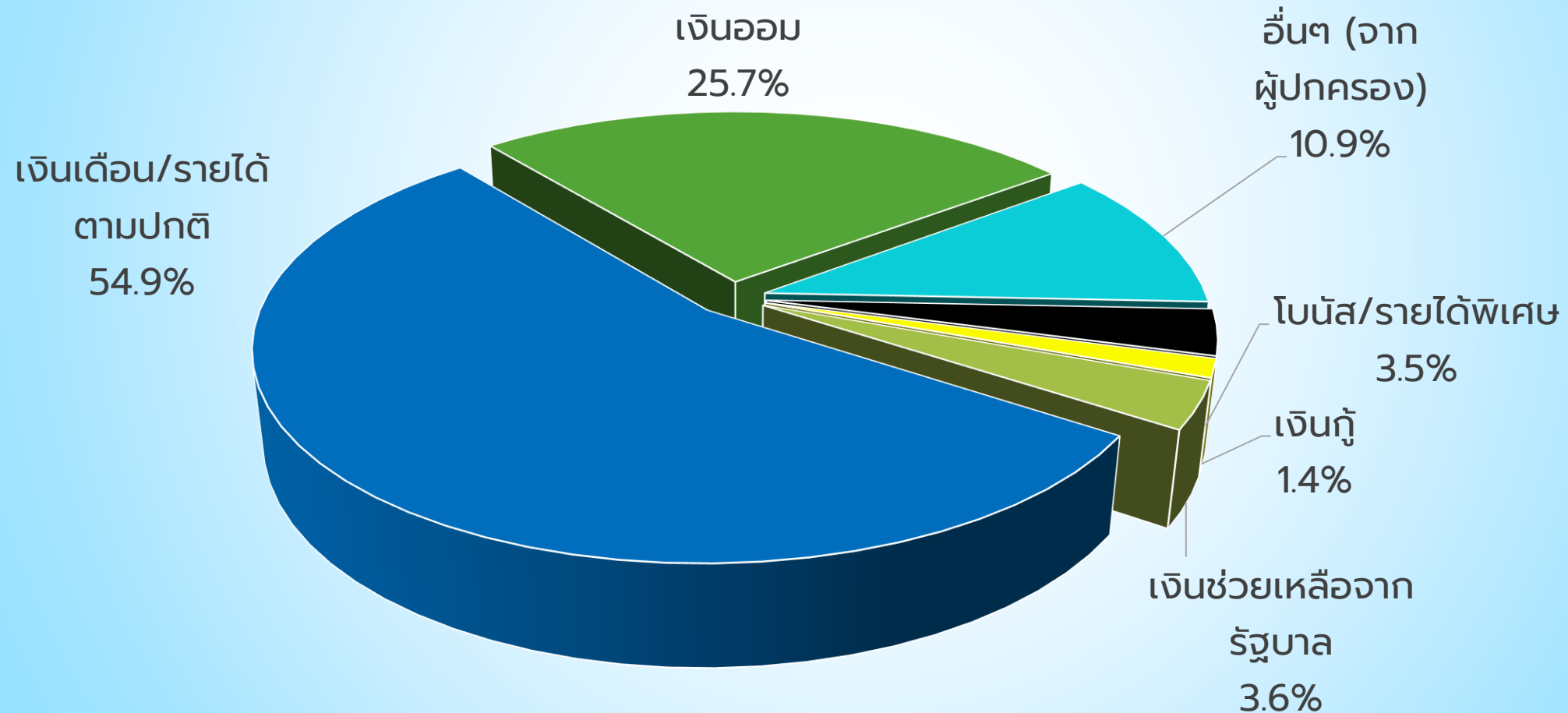
E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

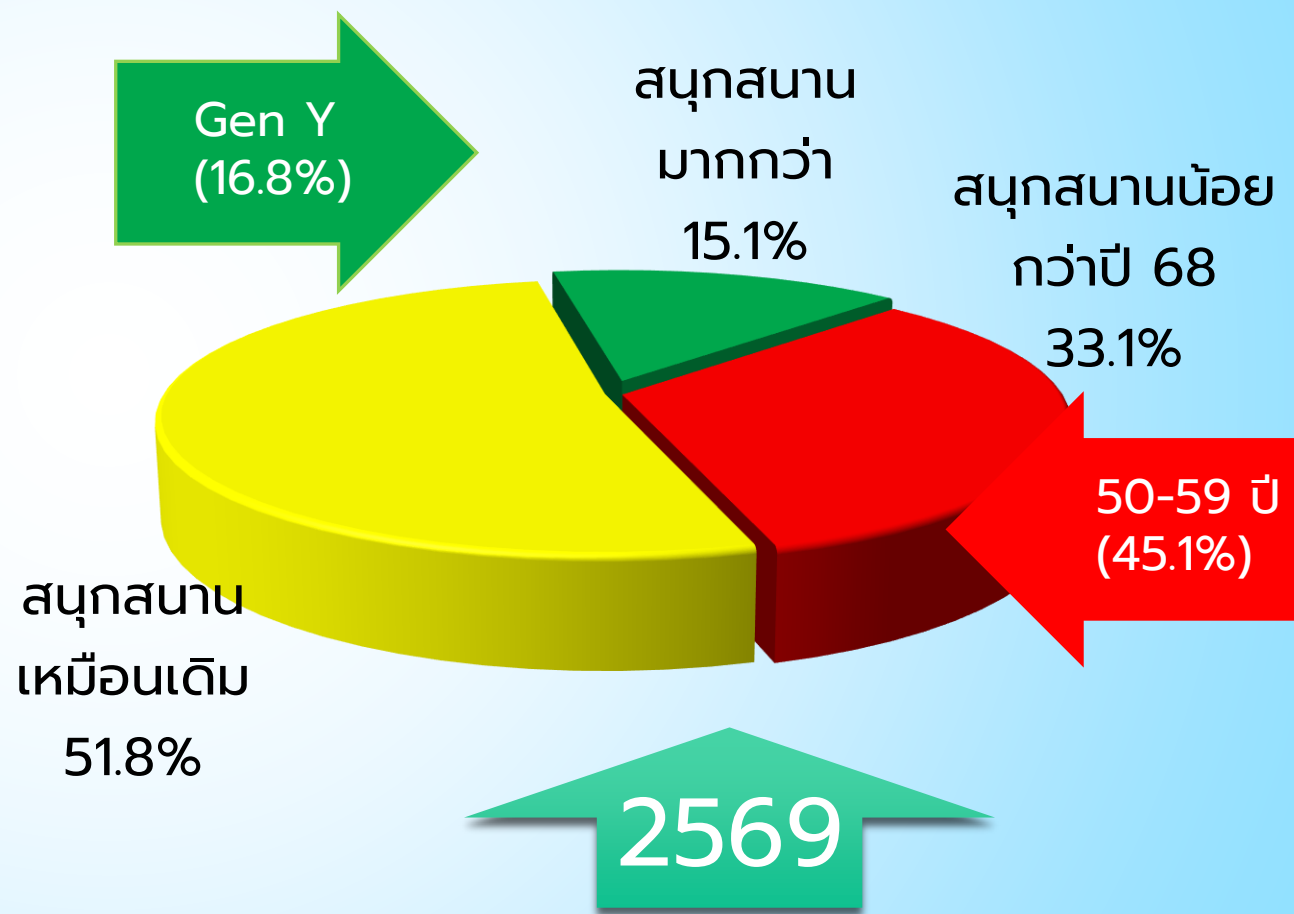
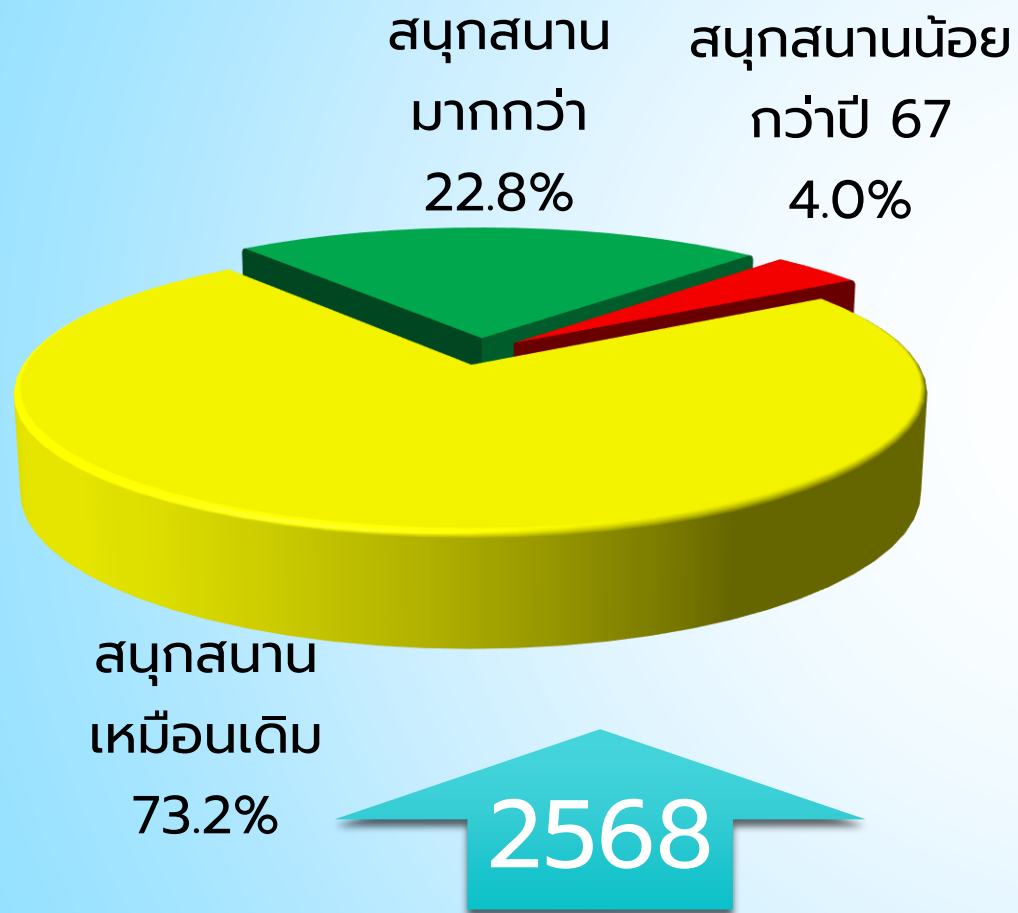
จำนวนชิ้นที่ซื้อในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2569 เทียบกับปี 2568



ที่มาของเงินที่ใช้ในเทศกาลสงกรานต์



บรรยากาศของเทศกาลสงกรานต์ปี 2569 เทียบกับปี 2568 โดยภาพรวม



ความกังวลในช่วงเทศกาลสงกรานต์

หน่วย:ร้อยละ

ปัญหาที่มีความกังวล	ไม่กังวลเลย	กังวลน้อย	กังวลน้อยมาก	กังวลปานกลาง	กังวลมาก	กังวลมากที่สุด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)
ราคาน้ำมันแพง	0.0	0.0	0.0	0.0	4.9	95.1	4.95
ขึ้นราคาสินค้าบริการ	4.2	11.7	18.2	23.2	25.1	17.7	3.06
การจราจรติดขัด	6.2	10.6	17.9	23.1	23.3	18.9	3.03
การลวนลามและละเมิดทางเพศ	7.3	11.6	19.1	26.4	18.8	16.7	2.88
ขโมยเข้าบ้านเมื่อไม่อยู่บ้าน	6.2	12.6	21.7	25.7	20.1	13.7	2.82
การกระทบกระทั่งกันในช่วงสงกรานต์	6.5	16.0	20.8	20.9	19.6	16.2	2.80
อุบัติเหตุเดินทางในช่วงสงกรานต์	6.8	16.2	20.5	21.4	18.5	16.5	2.78
อุบัติเหตุบนถนนจากการเล่นน้ำสงกรานต์	10.5	15.4	17.7	20.8	19.0	16.5	2.72
การเล่นสาดน้ำรุนแรง	7.4	17.7	21.3	19.7	19.3	14.6	2.70
อาชญากรรม จัปลัก	11.1	16.7	17.9	19.8	18.6	15.8	2.65



UTCC

**Center for Economic
and Business Forecasting**

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

เงินสะพัดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2549-2569

รายการ



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขอข้อมูลเพิ่มเติมมาที่

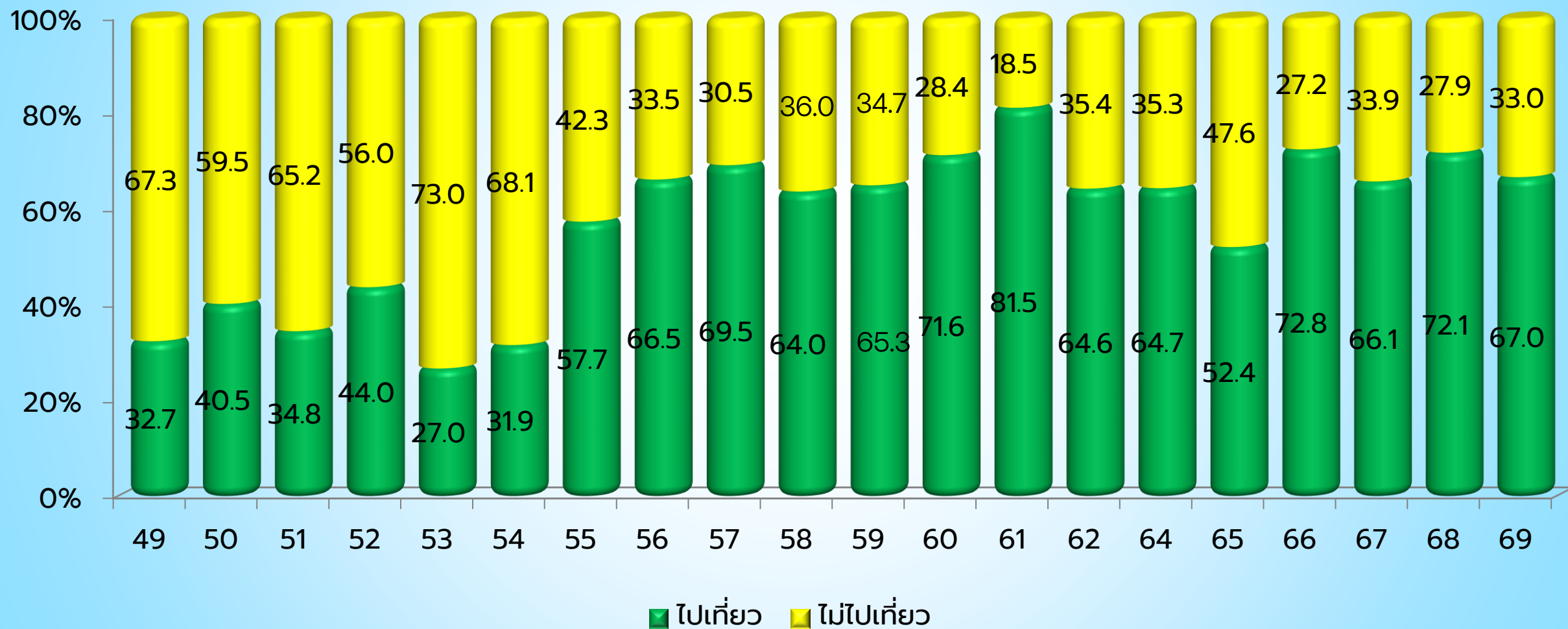
E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

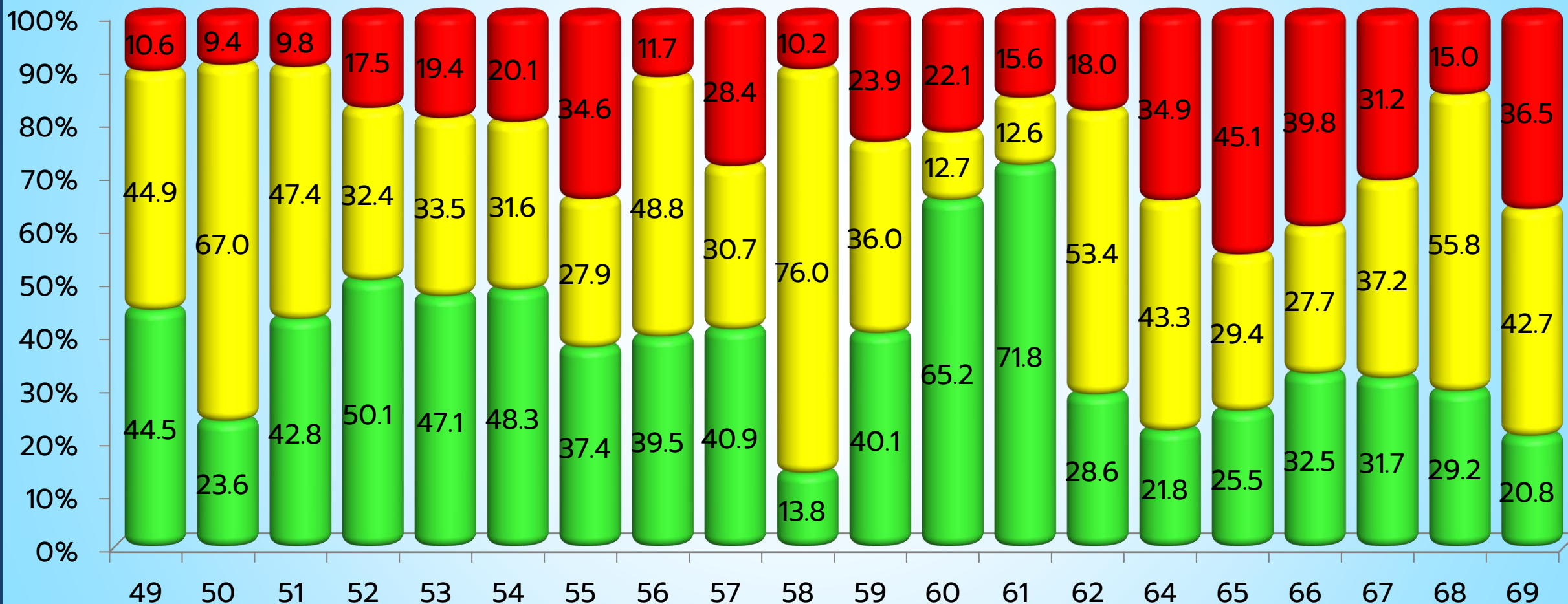
เปรียบเทียบ พฤติกรรมในปี 2549-2569



การวางแผนการท่องเที่ยว



เปรียบเทียบมูลค่าการใช้จ่ายช่วงเทศกาลสงกรานต์



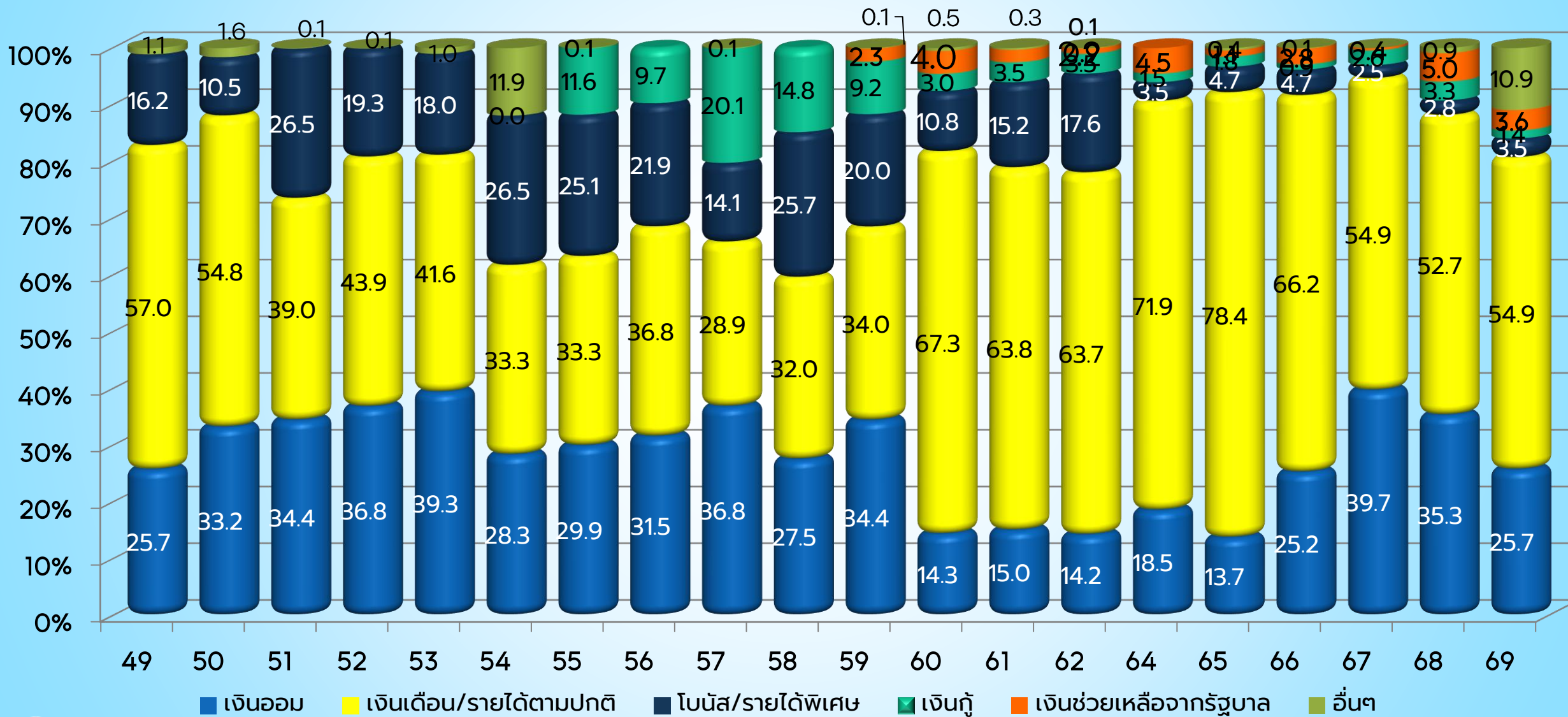
ลดลง

ไม่เปลี่ยนแปลง

เพิ่มขึ้น

หมายเหตุ: ปี 63 ไม่มีวันหยุดสงกรานต์

ที่มาของเงินที่ใช้ในเทศกาลสงกรานต์



เปรียบเทียบแผนการใช้จ่ายอุปโภคบริโภค



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขอข้อมูลเพิ่มเติมมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



UTCC Center for Economic
and Business Forecasting

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



ผลกระทบจากปัจจัยเศรษฐกิจโลกต่อการใช้จ่ายในช่วงสงกรานต์ปี 2569

ท่านมีความกังวลต่อผลกระทบจากความขัดแย้งใน ตะวันออกกลางในประเด็นเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

หน่วย: ร้อยละ

ประเด็น	ไม่กังวลเลย	กังวลน้อย	กังวลปานกลาง	กังวลมาก
ราคาน้ำมันสูง ค่าเดินทางแพงขึ้น	0.0	2.3	12.3	85.4
เศรษฐกิจไทยชะลอตัว	0.9	8.3	22.7	68.1
ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคสูงขึ้น	2.3	8.6	25.7	63.4
รายได้ลดลง	5.6	14.5	31.1	48.8

ความขัดแย้งในตะวันออกกลางและราคาน้ำมันที่ เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อแผนการใช้จ่าย/การท่องเที่ยงของ ท่านในช่วงสงกรานต์ปี 69 อย่างไร



UTCC

Center for Economic
and Business Forecasting

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

สถานการณ์ในปัจจุบันส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้จ่ายในช่วงสงกรานต์ปี 69 อย่างไร



UTCC

Center for Economic
and Business Forecasting

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

รัฐบาลควรดำเนินมาตรการใดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย และบรรเทาผลกระทบในช่วงสงกรานต์ปี 69 มากที่สุด

ประเด็น	ร้อยละ
อุดหนุนราคาน้ำมัน/ลดภาษีพลังงานชั่วคราว	28.3
ควบคุมราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในช่วงเทศกาล	23.9
แจกเงิน/คูปองกระตุ้นการใช้จ่ายในเทศกาล	23.9
ลดค่าโดยสารขนส่งสาธารณะช่วงสงกรานต์	15.5
ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ	8.4

A vibrant night market scene with many people and colorful stalls. The market is filled with various goods, including colorful balloons and lanterns. People are seen walking through the market, some looking at the goods. The scene is illuminated by warm, colorful lights, creating a lively atmosphere.

ทัศนะของผู้ประกอบการ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ 2569

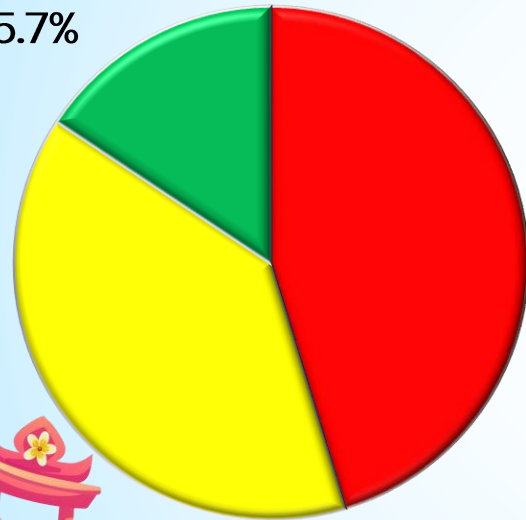
ข้อมูลทั่วไป

ประเภทธุรกิจ	ร้อยละ
อาหารและเครื่องดื่ม	21.8
ค้าปลีก/ค้าส่ง	18.7
สปา/นวดแผนไทย/ความงาม	15.2
สินค้าที่ระลึก/ของฝาก/หัตถกรรม	12.6
โรงแรม/ที่พัก/โฮสเทล/เกสต์เฮาส์	11.7
การท่องเที่ยวและบริการนำเที่ยว	11.1
สถานบันเทิง	8.9
รวม	100

บรรยากาศของเทศกาลสงกรานต์ปี 2569 เทียบกับปี 2568

คึกคักมากกว่าปี 68
15.7%

เหมือนเดิม
39.0%



คึกคักน้อยกว่าปี 68
45.3%

หน่วย: ร้อยละ

	คึกคักมากกว่าปี 68	เหมือนเดิม	คึกคักน้อยกว่าปี 68
กทม.และปริมณฑล	18.1	29.1	52.8
ตะวันออก เฉียงเหนือ	18.4	46.8	34.8
กลาง	8.6	32.8	58.6
เหนือ	10.0	44.3	45.7
ใต้	26.3	42.4	31.3



คาดการณ์จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงสงกรานต์

เทียบกับปี 2568	ร้อยละ
เพิ่มขึ้นมากกว่า 20%	2.4
เพิ่มขึ้น 10-20%	4.6
เพิ่มขึ้น 1-9%	8.3
เท่าเดิม (ไม่เปลี่ยนแปลง)	37.8
ลดลง 1-9%	21.5
ลดลง 10-20%	13.9
ลดลงมากกว่า 20%	11.5

คาดการณ์รายได้ในช่วงสงกรานต์

เทียบกับปี 2568	ร้อยละ
เพิ่มขึ้นมากกว่า 20%	1.5
เพิ่มขึ้น 10-20%	4.6
เพิ่มขึ้น 1-9%	9.2
เท่าเดิม (ไม่เปลี่ยนแปลง)	36.4
ลดลง 1-9%	20.9
ลดลง 10-20%	15.9
ลดลงมากกว่า 20%	11.5



คาดการณ์การใช้จ่ายของลูกค้าในช่วงสงกรานต์



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

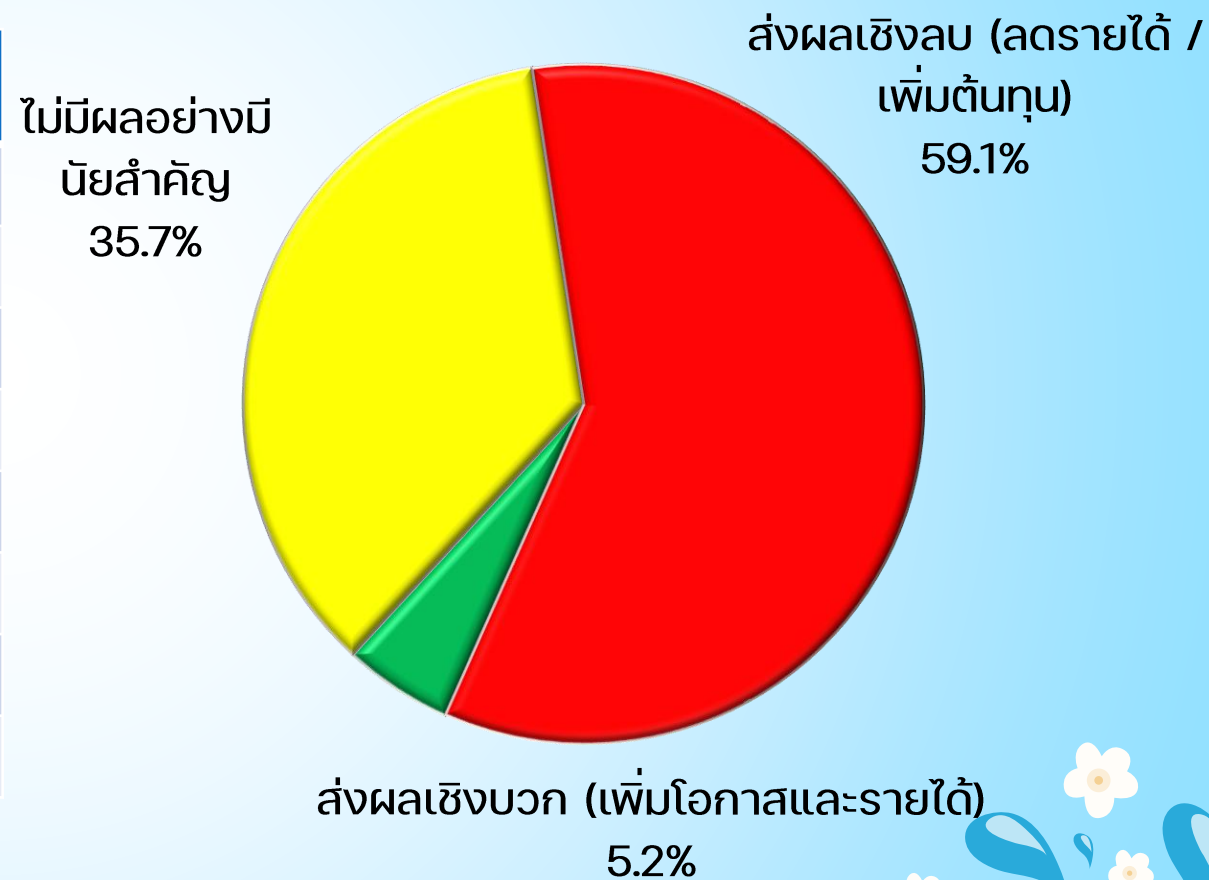
หรือส่งข้อความขออนุญาตหาค่าข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

ปัจจัยภายนอกเหล่านี้ส่งผลต่อธุรกิจของท่านในทิศทางใด

ส่งผลกระทบมากที่สุด	ร้อยละ
ราคาน้ำมันและพลังงานที่ผันผวน	36.9
ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์	25.0
สภาพเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว	10.5
ค่าเงินบาทที่ผันผวน	8.6
นโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาล	6.8
ต้นทุนวัตถุดิบ / ค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น	6.3
ไม่มีปัจจัยภายนอกที่กระทบอย่างชัดเจน	3.7
สภาพอากาศ / ภัยธรรมชาติ	2.1



ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. แก้ปัญหาพลังงาน/ราคาน้ำมัน (23.5%)

- คุมราคาน้ำมัน และเตรียมน้ำมันเชื้อเพลิงให้เพียงพอต่อความต้องการ

2. ลดต้นทุนและค่าครองชีพ (16.0%)

- ลดค่าครองชีพในภาพรวม
- ควบคุมราคาสินค้าจำเป็น

3. สินเชื่อ แหล่งทุน และสภาพคล่อง (16.0%)

- ช่วยค้ำประกันสินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ
- เพิ่มวงเงินลงทุน เพิ่มสภาพคล่องและเงินหมุนเวียน

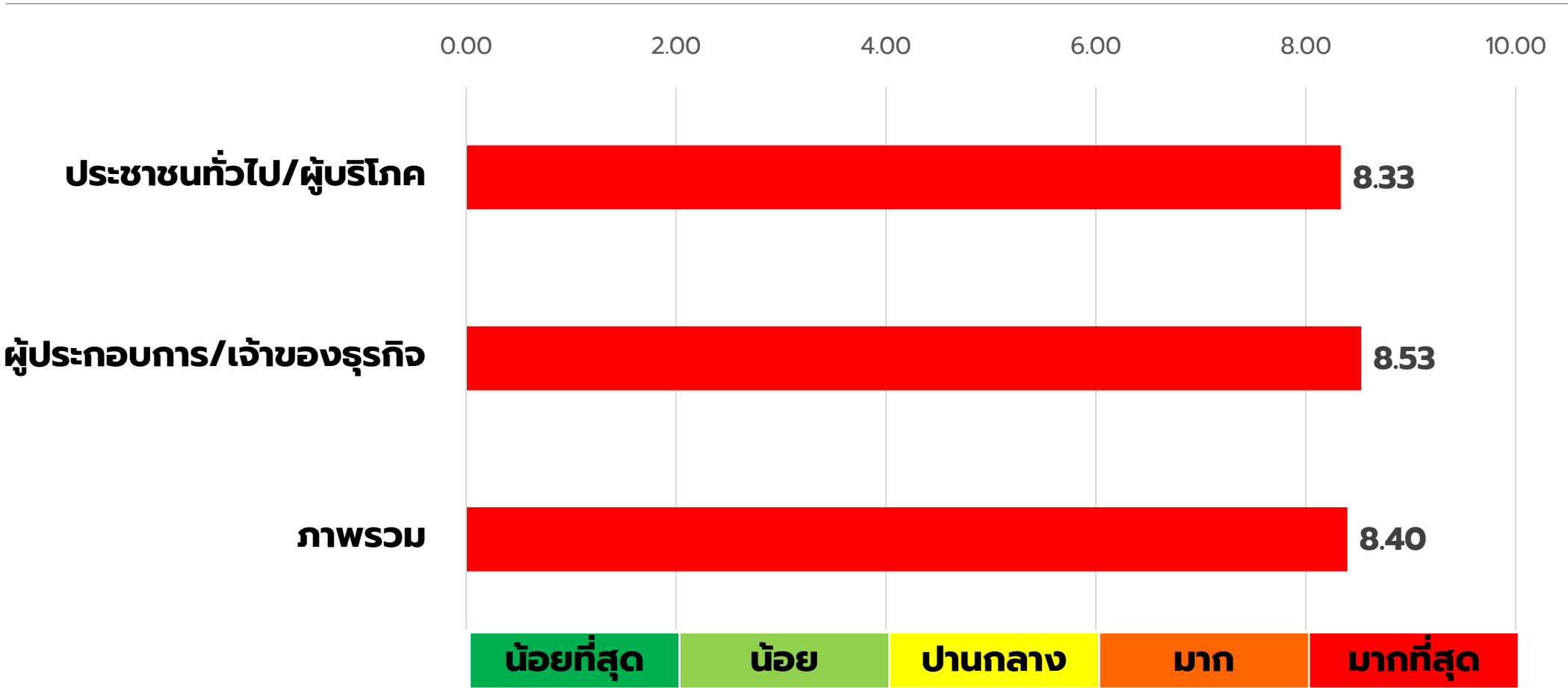
4. พัฒนารัฐกิจและยกระดับมาตรฐาน (9.6%)

- ยกระดับมาตรฐานการผลิต
- เสริมความเข้มแข็งให้กับ SME ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน



พฤติกรรมของประชาชนและผู้ประกอบการ หลังประกาศขึ้นราคาน้ำมัน

ระดับราคาน้ำมันที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นกระทบต่อท่าน/กิจการของท่านมากน้อยเพียงใด



หากระดับราคาน้ำมันปรับเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง ท่านจะมีแผนอย่างไร



UTCC

**Center for Economic
and Business Forecasting**

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

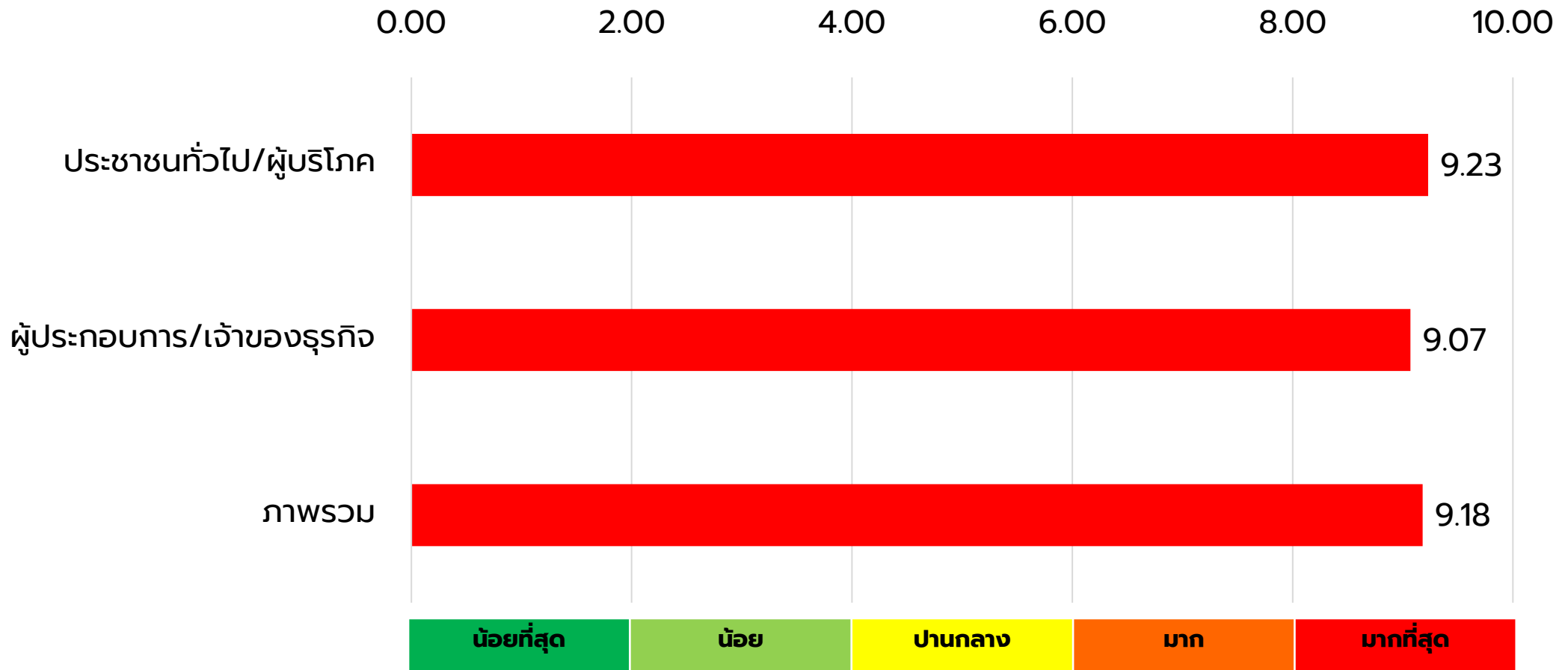
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขอรายละเอียดข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

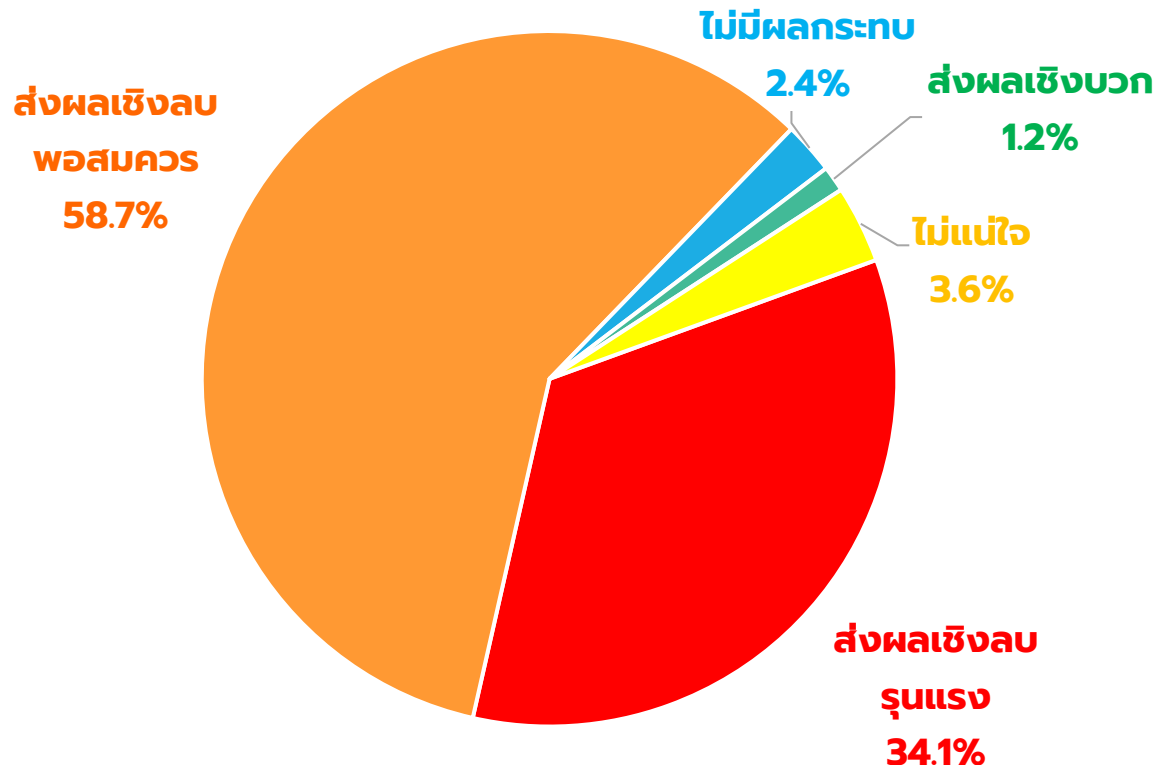
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

ท่านมีความกังวลต่อราคาสินค้าและบริการจะปรับสูงขึ้น/ ภาวะเงินเฟ้อมากน้อยเพียงใด ในอีก 3 เดือนข้างหน้า

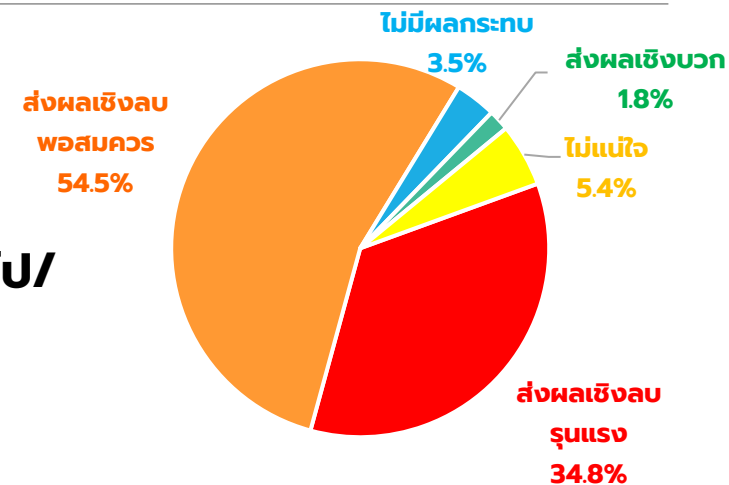


ท่านคาดว่าภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากราคาน้ำมันที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลกระทบต่อท่าน/ธุรกิจของท่านในอีก 3 เดือนข้างหน้าอย่างไร

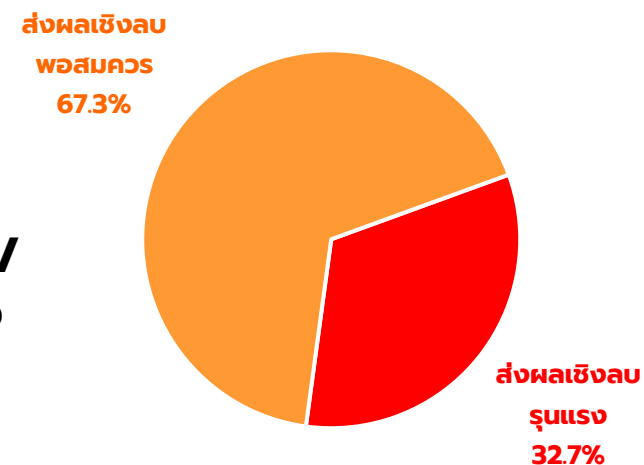
ภาพรวม



ประชาชนทั่วไป/ผู้บริโภค

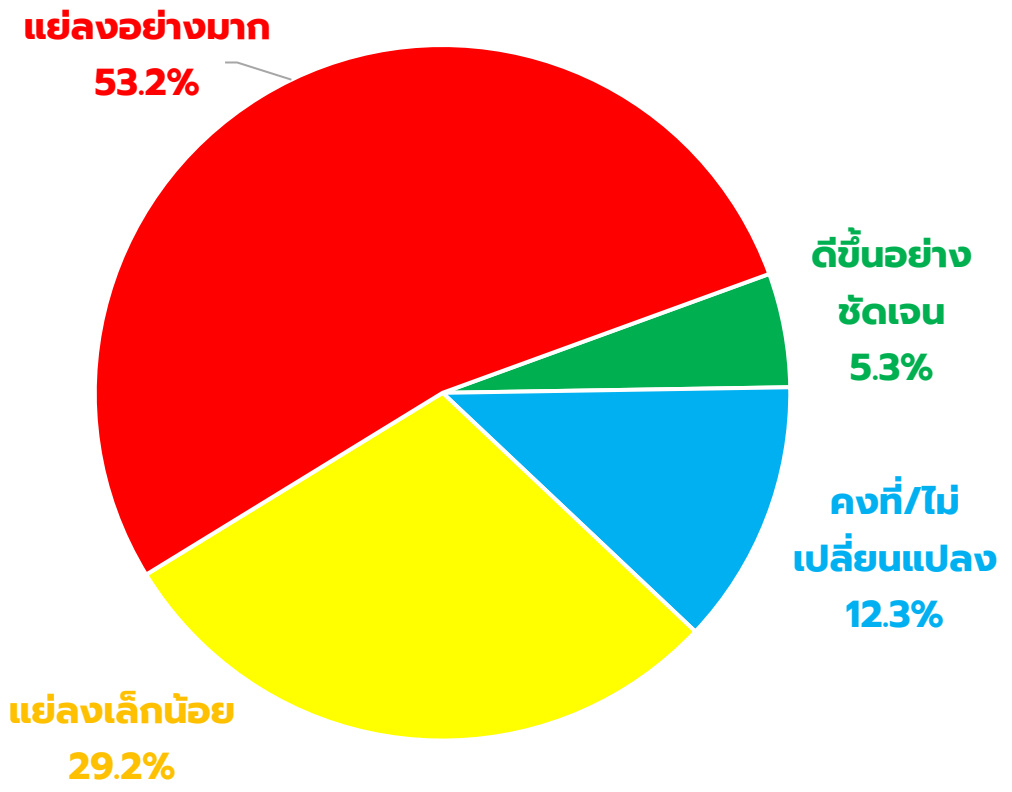


ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ

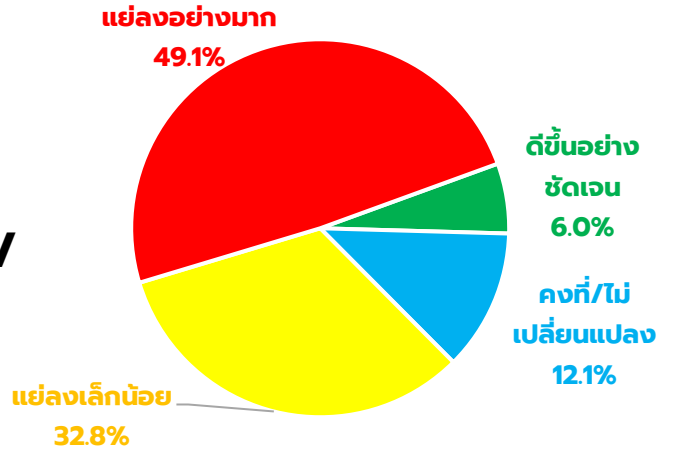


ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิของประเทศไทยหลังช่วงสงกรานต์ 2569 (อีก 3 เดือนข้างหน้า) จะเป็นอย่างไร

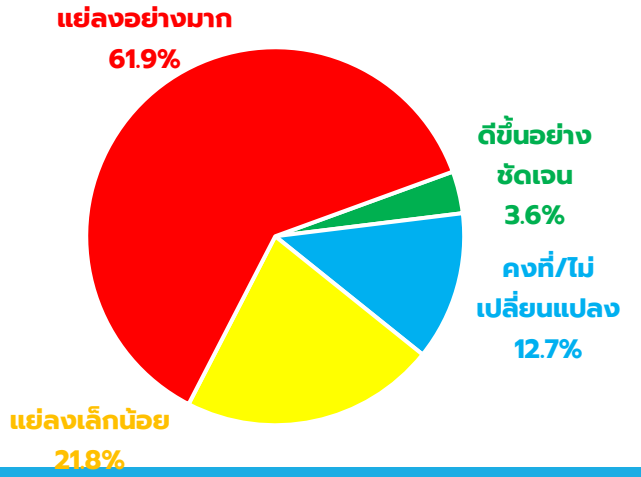
ภาพรวม



ประชาชนทั่วไป/ ผู้บริโภค



ผู้ประกอบการ/ เจ้าของธุรกิจ



ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐเกี่ยวกับการจัดการค่าครองชีพ ต้นทุนธุรกิจ หรือราคาน้ำมัน



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)