



**UTCC**

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

# Chamber Business Poll

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และหอการค้าไทย

โทรศัพท์ 0-2697-6341 Fax. 0-2697-6342

วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2561



# ทัศนคติ พฤติกรรม และการใช้จ่าย ช่วงวันวาเลนไทน์

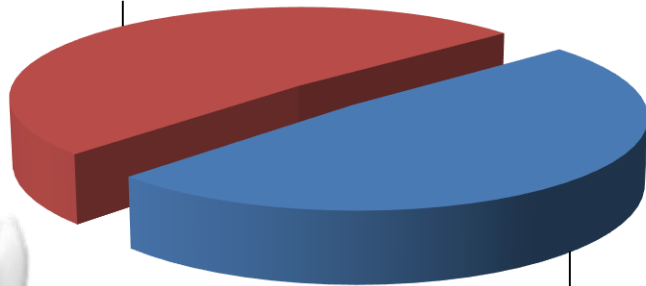
จำนวน 1,200 ตัวอย่าง (ทั่วประเทศ )

วันที่สำรวจ 30 ม.ค.-6 ก.พ. 2561

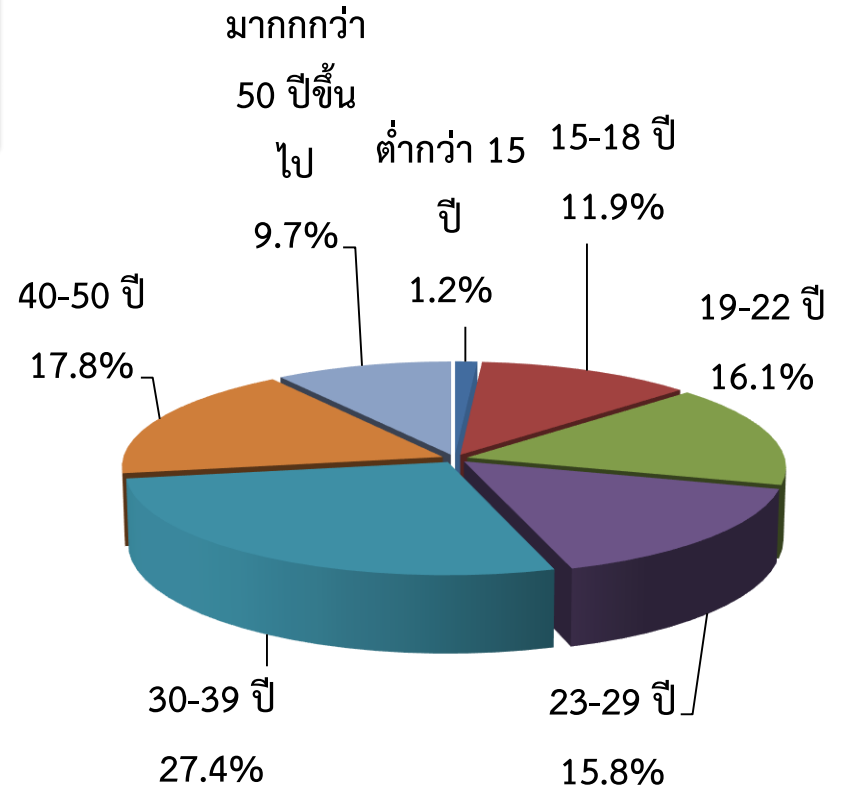
# อายุ

## เพศ

หญิง  
51.4%



ชาย  
48.6%



## ระดับการศึกษา

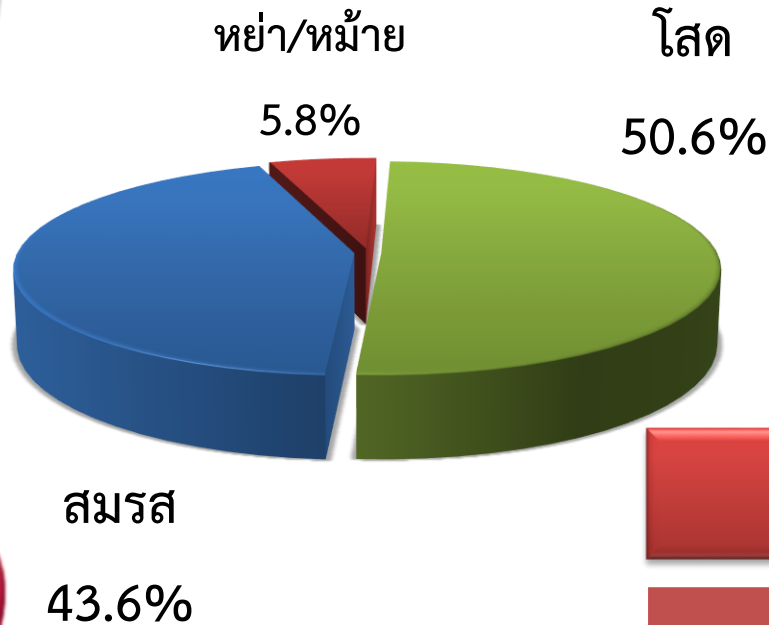
	ร้อยละ
ประถม	1.7
มัธยมต้น	15.2
มัธยมปลาย/ปวช.	35.2
อนุปริญญา/ปวส.	12.3
ปริญญาตรี	28.7
สูงกว่าปริญญาตรี	6.8

## รายได้

	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	10.2
5,001 – 10,000 บาท	34.6
10,001 – 20,000 บาท	30.0
20,001 – 30,000 บาท	14.6
30,001 – 40,000 บาท	7.8
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	2.8



# สถานะ



กรณีที่เป็นโสด	ร้อยละ
มีแฟนแล้ว	18.0
ยังไม่มีแฟน	15.7
มีคนรู้ใจแล้ว	16.8

# ภูมิภาค

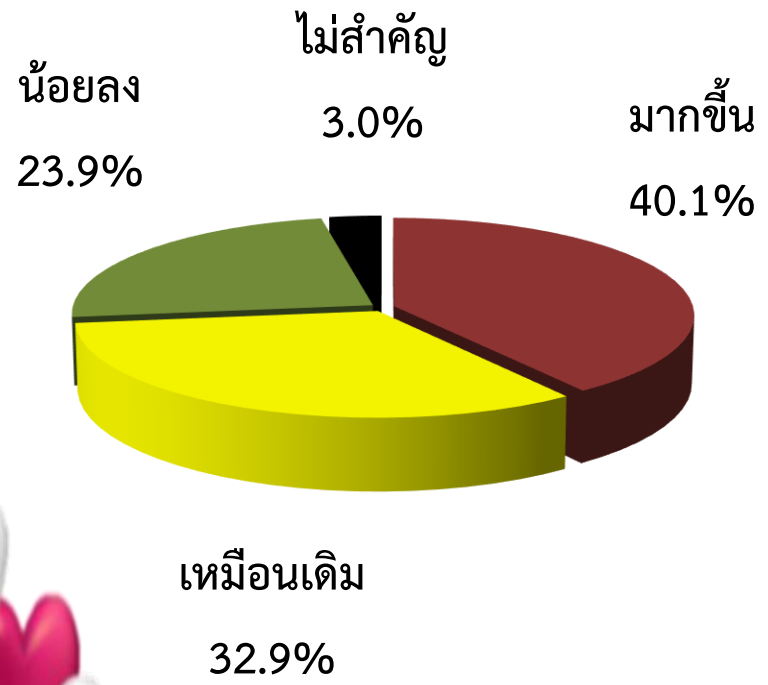
	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	16.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	28.0
ภาคกลาง	27.4
ภาคเหนือ	15.3
ภาคใต้	12.3



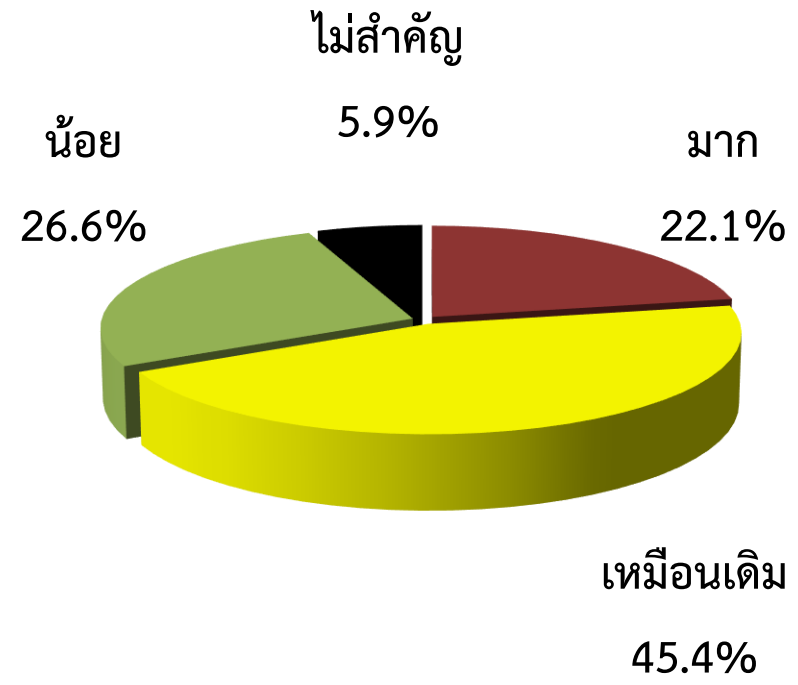
# ทัศนคติความคิดเห็นเกี่ยวกับ วันวาเลนไทน์

# เปรียบเทียบความสำคัญของวันวาเลนไทน์ ในปัจจุบันกับอดีต (5-10ปีที่ผ่านมา)

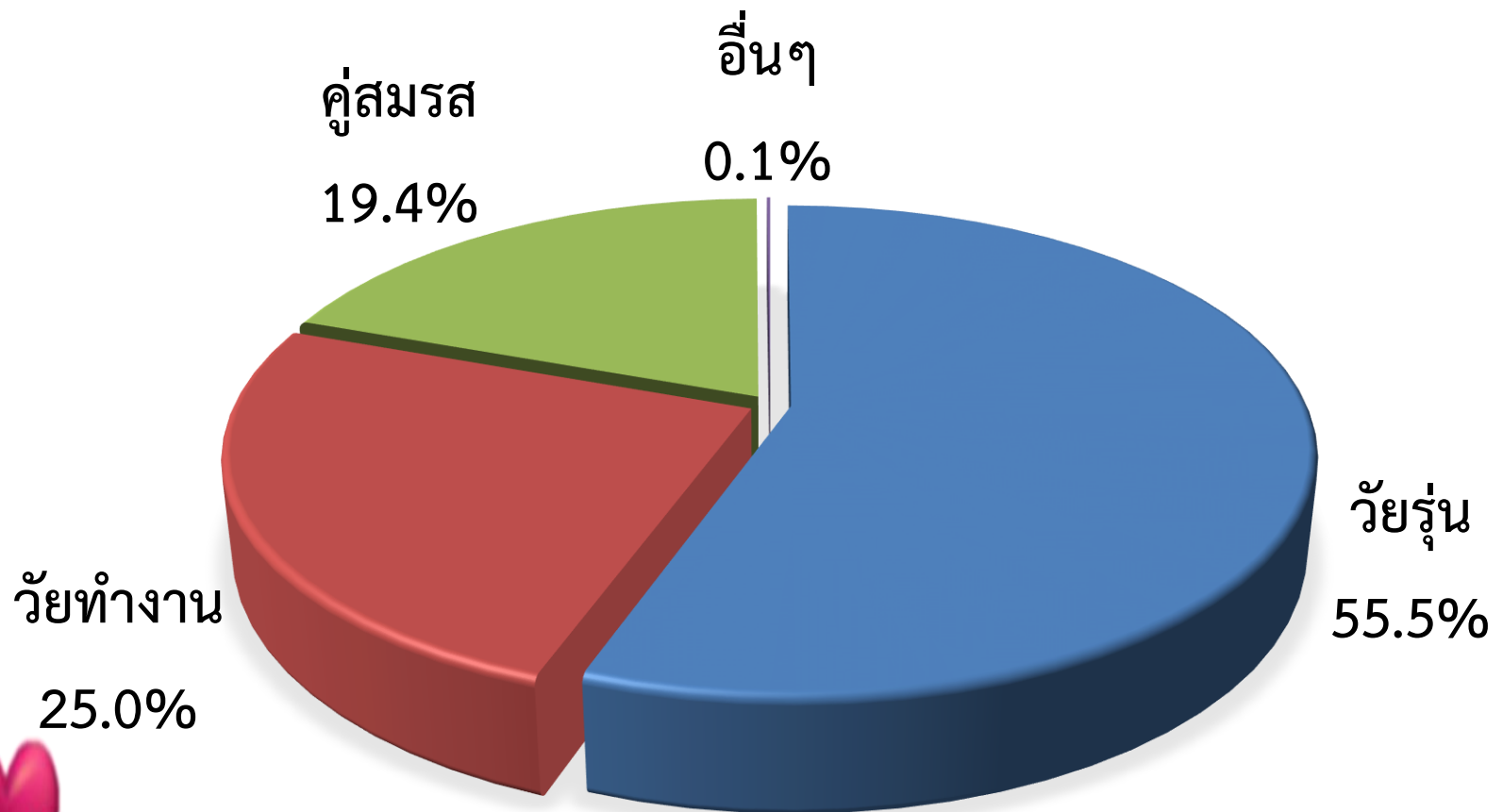
คนทั่วไป



ตัวแทน



# ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับ วันวาเลนไทน์



# ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศใน วันวาเลนไทน์ในปี 2561 เทียบกับปี 2560

ความดี

มาก

น้อย

ไม่เปลี่ยน

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

# การฉลองในวันวาเลนไทน์

ไน  
4

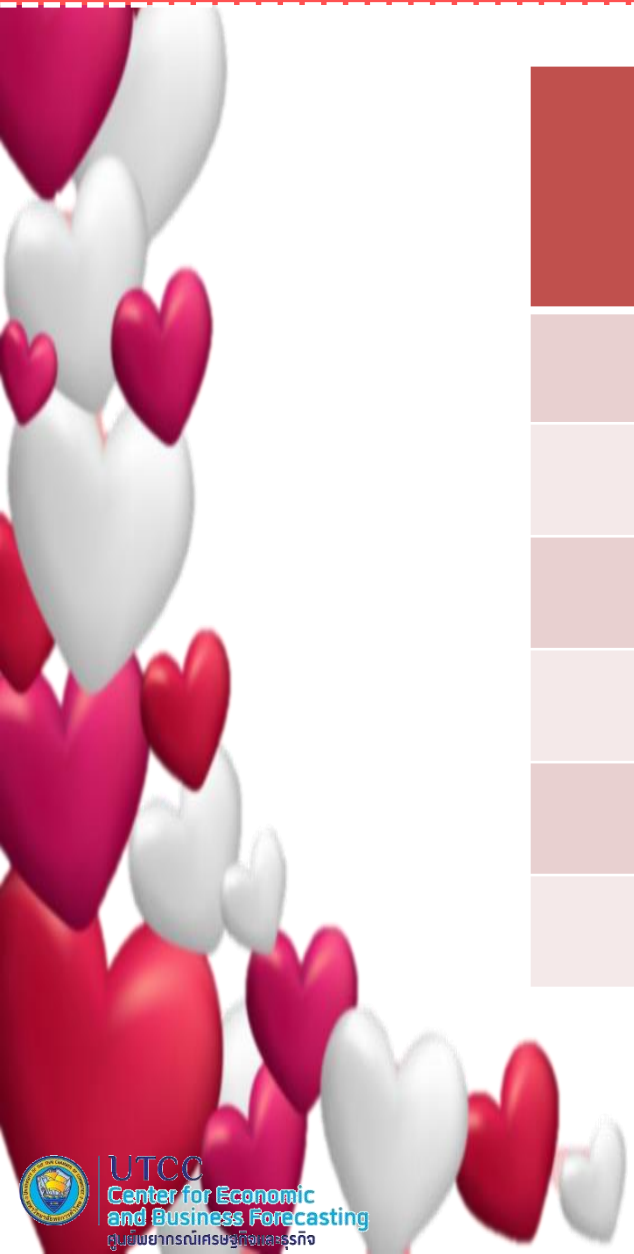
หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

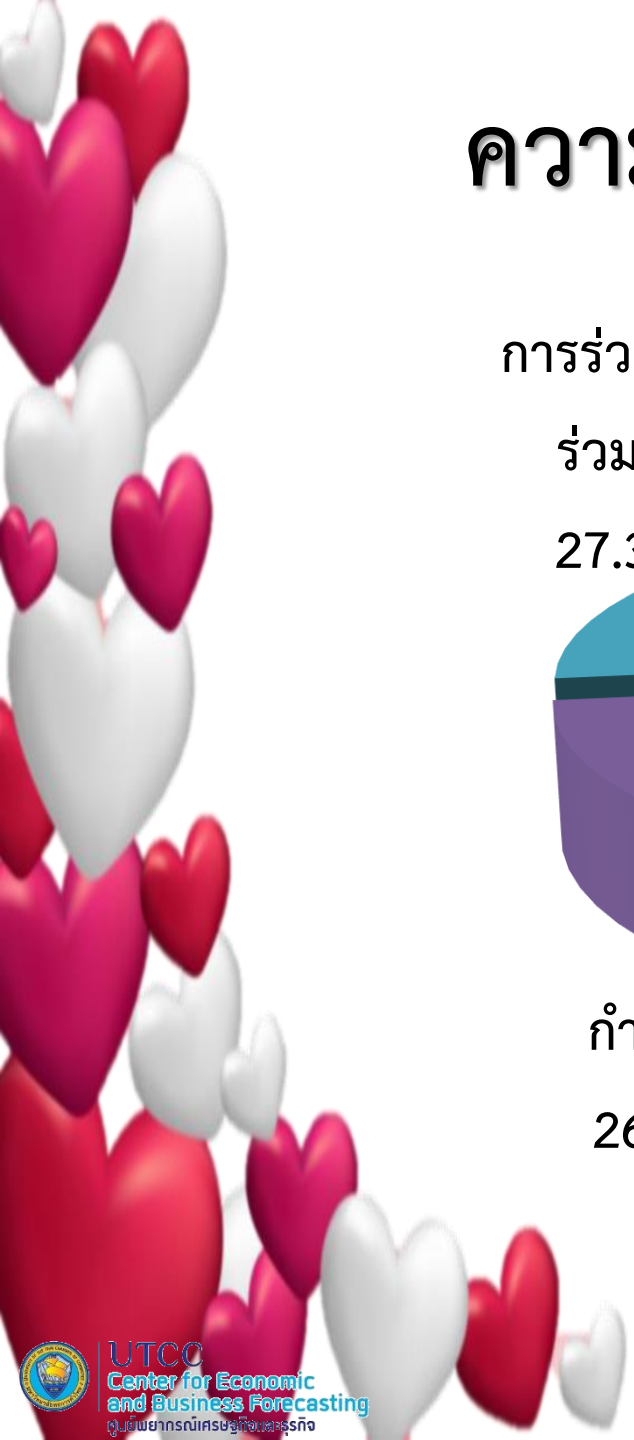
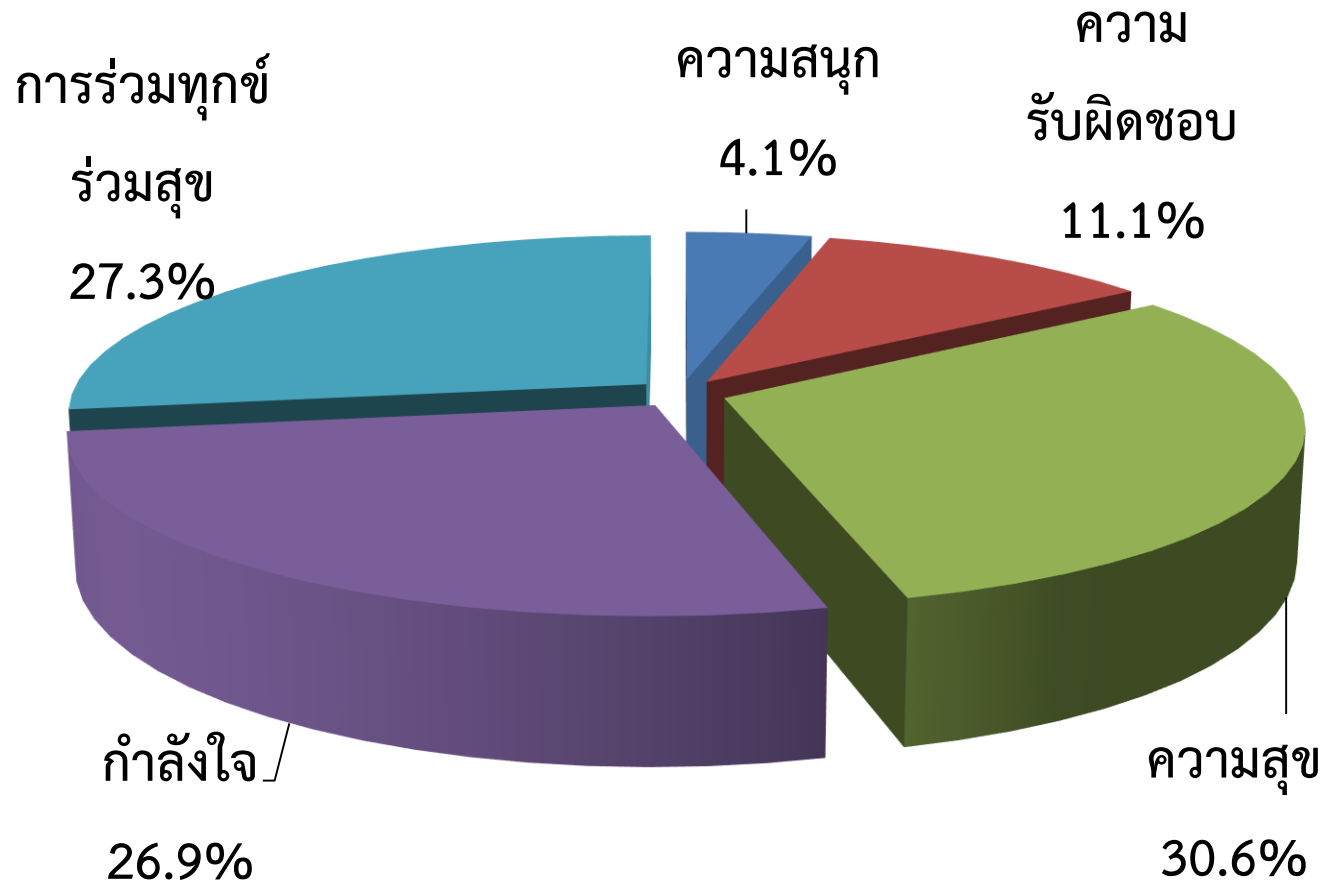


# ท่านจะแสดงความรักกับใครในวันวาเลนไทน์

แสดงความรักกับ	ร้อยละ
คนรัก	56.4
พ่อแม่	18.1
เพื่อน	17.8
พี่น้อง	3.9
อื่นๆ (ลูก,ครอบครัว)	3.8
รวม	100.0



# ความรักของท่านคืออะไร



# ความรักของท่านคืออะไร:แยกช่วงอายุ

หน่วย • ร้อยละ

ความสุข

การร่วมทุกข์ร่วมสุข

กำลังใจ

ความรับผิดชอบ

ความสนุก

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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



# พฤติกรรมและการใช้จ่าย ในช่วงวันวาเลนไทน์

# ความคาดหวังจากคู่รักในวันวาเลนไทน์

ข้อมูลเบื้องต้น

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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



๒๓

# การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการใช้จ่ายในช่วงวันวาเลนไทน์

หน่วย : ร้อยละ

กิจกรรมและการซื้อของ	ร้อยละของผู้ตอบ	จำนวนเงินเฉลี่ย	เพิ่มขึ้น	ไม่เปลี่ยนแปลง	ลดลง
----------------------	-----------------	-----------------	-----------	----------------	------

ซื้อดอกไม้

1

เดินห้าง

7

ซื้อของขวัญ

9

ท่องเที่ยวในประเศ

4

ซื้อช็อกโกแลต

0

ไปทานข้าวนอกบ้าน

3

ไปดูหนัง

5

ซื้อการ์ด

7

ซื้อตุ๊กตา

8

อยู่บ้าน

0

ไปทำบุญ

3

ไปบ้านแฟน

5

ไปคาราโอเกะ

3

ท่องเที่ยวต่างประเศ

7

พาแฟนมาบ้าน

0

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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



# การซื้อขายสินค้าในช่วงวันวาเลนไทน์

ดอก

ของช

อาท

ช็อกโก






กา

อื่น

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

# ดอกไม้ที่นิยมมอบให้กันในวันวาเลนไทน์

ดอกไม้	ร้อยละ
 กุหลาบ	71.9
ลิลลี่ 	10.0
 คาร์เนชั่น	7.2
ทิวลิป 	6.9
 ดอกกรั๊ก	2.8
อื่นๆ	1.1

# ช่องทางการบอกรัก/อวยพรในวันวาเลนไทน์

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

# ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก โดยเฉลี่ย (บาท/คน)

1500  
1200  
900  
600  
300  
0

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

# ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก: จำแนกอายุ

## ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยบาทต่อคน

ช่วงอายุ	
ต่ำกว่า 15 ปี	5
15-18ปี	5
19-22ปี	4
23-29ปี	5
30-39ปี	9
40-49ปี	9
50ปีขึ้นไป	1,0

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

# การใช้จ่ายโดยรวมในช่วงวันวาเลนไทน์

ช่วงอายุ

ต่ำกว่า15ปี

15-18

19-22

23-29

30-39

40-49

มากกว่า 50 ปี

เฉลี่ยรวม

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

2

06

75

38

59

10

67

30



# เงินสะพัดในช่วงวันวาเลนไทน์

ปี พ.ศ.	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย: บาทต่อคน	มูลค่าการใช้จ่าย: ล้านบาท	%yoy
---------	-------------------------------	------------------------------	------

๒๕๕๖

๒๕๕๗

๒๕๕๘

๒๕๕๙

๒๕๖๐

๒๕๖๑

๒๕๖๒

๒๕๖๓

๒๕๖๔

๒๕๖๕

๒๕๖๖

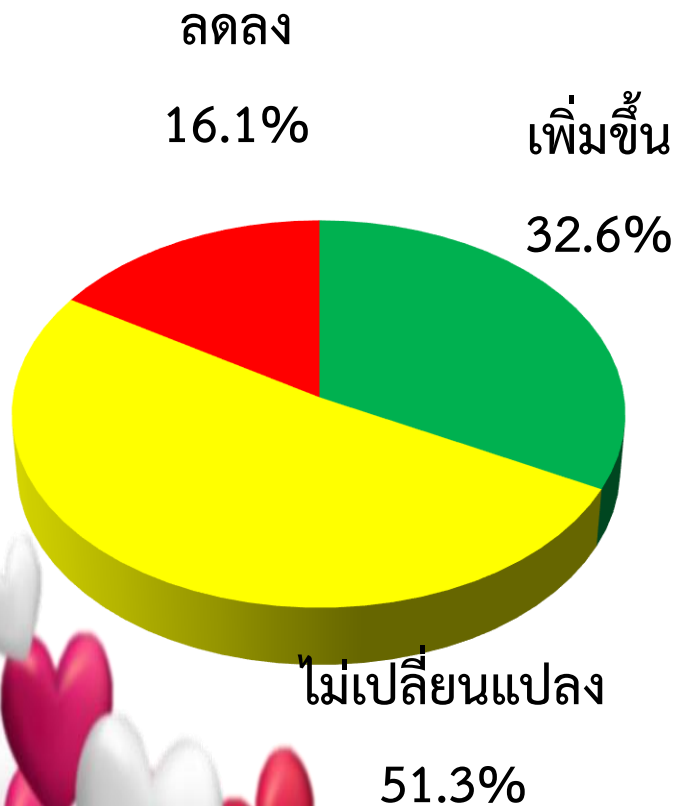
๒๕๖๗

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

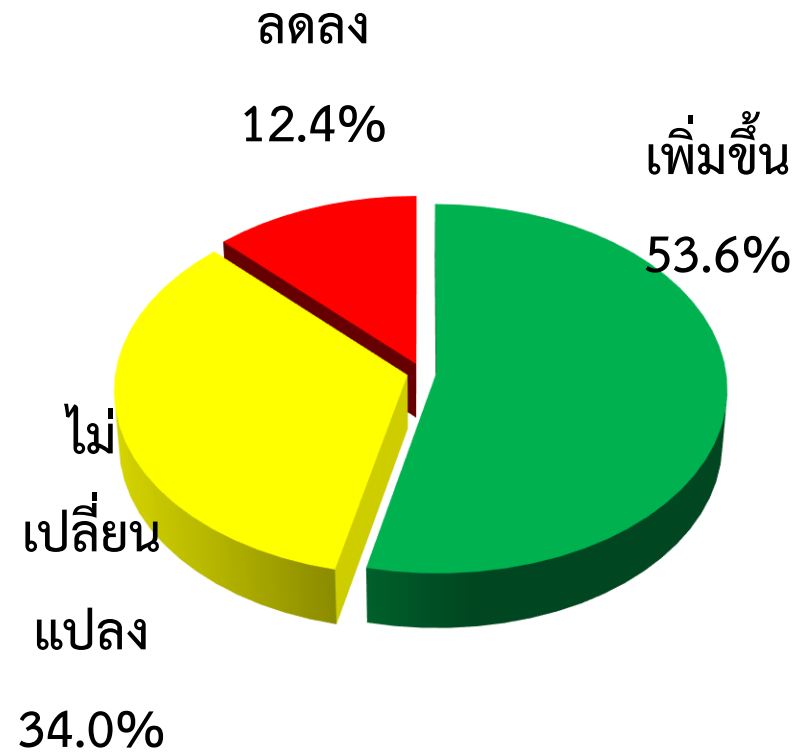
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

# การซื้อขายสินค้าเมื่อเทียบกับปี 60

## ปริมาณ



## มูลค่า

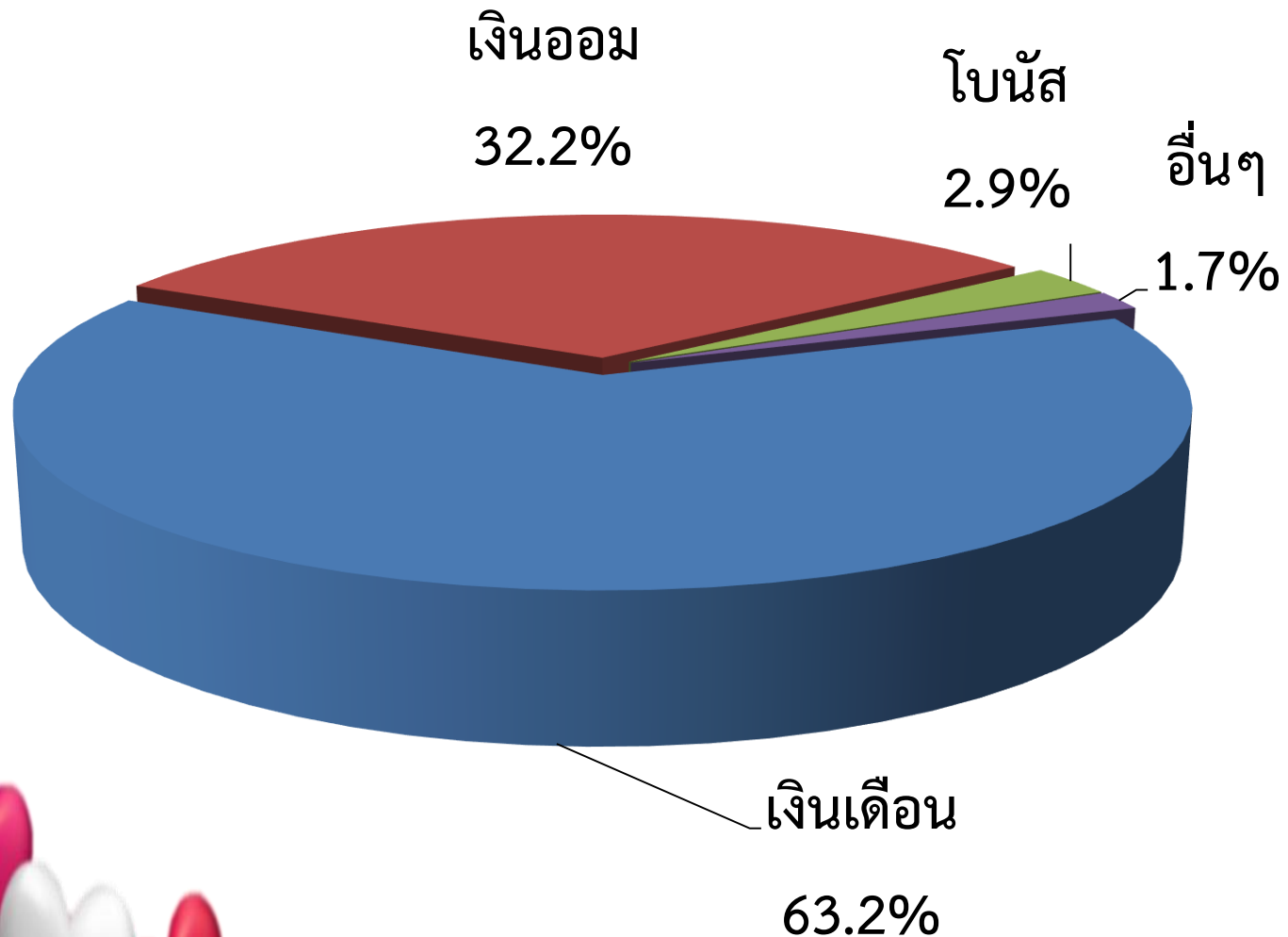


# เหตุผลในการใช้จ่ายเมื่อเทียบมูลค่ากับปี 60

เหตุผลที่ใช้จ่าย มูลค่าเพิ่มขึ้น	ร้อยละ
ราคาสินค้าแพงขึ้น	26.5
รายได้เพิ่มขึ้น	20.9
เศรษฐกิจดีขึ้น	17.3
ค่าครองชีพสูง	12.2

เหตุผลที่ใช้จ่ายมูลค่า ลดลง	ร้อยละ
ประหยัดค่าใช้จ่าย	26.2
สินค้ามีราคาแพง	24.6
เศรษฐกิจไม่ดี	21.3
รายได้ลดลง	18.0

# ที่มาของเงินที่ใช้ในช่วงวันวาเลนไทน์



# ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ



# ทัศนະเกี่ยวกับความสำคัญของวันต่างๆ

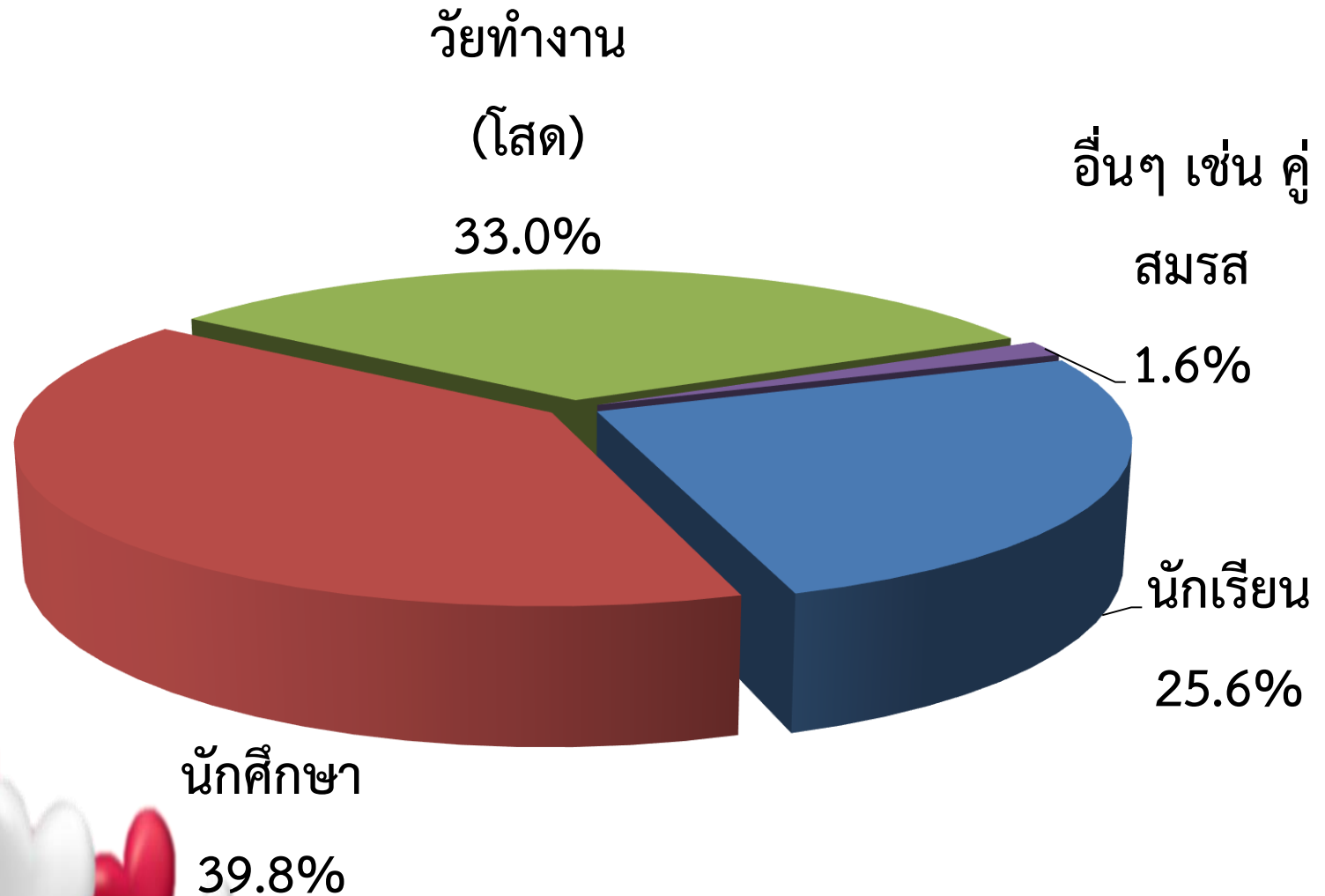
ลำดับความสำคัญของวันต่างๆ	ร้อยละ
วันพ่อ/แม่	28.4
วันสำคัญทางศาสนา	22.4
วันปีใหม่/คริสตมาส	16.3
วันเกิด	14.7
สงกรานต์	8.0
วันตรุษจีน	5.8
วันวาเลนไทน์	4.3
อื่นๆ	0.02



# ลำดับความสำคัญของวันต่างๆ

ต่ำกว่า15ปี	15-18ปี	19-22ปี	23-29ปี	30-39ปี	40-50ปี	สูงกว่า50ปี
วันพ่อ/แม่	วันพ่อ/แม่	วันพ่อ/แม่	วันพ่อ/แม่	วันพ่อ/แม่	วันพ่อ/แม่	วันพ่อ/แม่
วันเกิด	วันสำคัญทางศาสนา	วันสำคัญทางศาสนา	วันสำคัญทางศาสนา	วันสำคัญทางศาสนา	วันสำคัญทางศาสนา	วันสำคัญทางศาสนา
วันปีใหม่	วันปีใหม่	วันปีใหม่	วันปีใหม่	วันปีใหม่	วันปีใหม่	วันเกิด
วันสำคัญทางศาสนา	วันเกิด	วันเกิด	วันเกิด	วันเกิด	วันเกิด	วันปีใหม่
สงกรานต์	สงกรานต์	สงกรานต์	สงกรานต์	วันตรุษจีน	สงกรานต์	สงกรานต์
วันตรุษจีน	วันตรุษจีน	วันวาเลนไทน์	วันวาเลนไทน์	สงกรานต์	วันตรุษจีน	วันตรุษจีน
วันวาเลนไทน์	วันวาเลนไทน์	วันตรุษจีน	วันตรุษจีน	วันวาเลนไทน์	วันวาเลนไทน์	วันวาเลนไทน์

# คู่รักกลุ่มไหนมีแนวโน้มจะฉลอง วันวาเลนไทน์โดยการมีเพศสัมพันธ์



# ทักษะของผู้ตอบตามอายุต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับคูรั๊กกลุ่มใด ที่มีการฉลองวันวาเลนไทน์โดยการมีเพศสัมพันธ์

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

# สถานที่ใดที่วัยรุ่นน่าจะจะมีการฉลองวาเลนไทน์ โดยการมีเพศสัมพันธ์

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

อ

# สถานที่ที่วัยรุ่นอาจมีการฉลองวันวาเลนไทน์ โดยการมีเพศสัมพันธ์

ต่ำกว่า 15 ปี

15-18 ปี

19-22 ปี

23-29 ปี

30-39 ปี

40-50 ปี

มากกว่า  
50 ปีขึ้นไป

โดยรวม

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

# ทักษะเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ

หน่วย : ร้อยละ

ประเมิน

แจ้งด้วย

ไปแจ้งด้วย

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

วันวาเลนไทน์ก่อน  
วันวาเลนไทน์ก่อน  
การเข้มงวดของ  
เพศสัมพันธ์ลดลง  
การเข้มงวดของ  
มีเพศสัมพันธ์  
โอกาสติดเชื้อจาก  
วันวาเลนไทน์ก่อน  
การมีเพศสัมพันธ์  
ท้องก่อนถึงจะแต่  
การทำแท้งควรที่  
การมีคู่นอนพร้อม

ทักษะต่อคำพูดที่ว่า “การมีเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงาน  
เป็นเรื่องปกติสำหรับคนในปัจจุบัน”

ต่ำกว่า

15-18

19-22

23-29

30-39

40-50

มากกว่า 50

โดยร

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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



# ท่านคิดว่าจำนวนคนที่มีเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงาน ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไร

ต่ำกว่า 1

15-18

19-22

23-29

30-39

40-50

มากกว่า 50

โดยรวม

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

ท่านยอมรับได้หรือไม่หากภรรยา/สามีของท่านเคยมี  
เพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่าน

ต่ำกว่า

15

19

23

30

40

มากกว่า

โด

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

ท่านยอมรับได้หรือไม่หากภรรยาของท่านเคยมี  
เพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่าน

ต่ำกว่า

15

19

23

30

40

มากกว่า

โด

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

# ท่านยอมรับได้หรือไม่หากสามีของท่านเคยมี เพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่าน

ต่ำกว่า

15

19

23

30

40

มากกว่า

โด

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

ท่านยอมรับได้หรือไม่หากภรรยา/สามีของท่านเคยมี  
เพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่านแยกตามภาค

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

ภาค

กรุง

ปัญหา

รุนแรงน้อย

ไม่เปลี่ยนแปลง

รุนแรงมาก

ล่อลวงทางโซเชียล

การยกพวกตีกัน

การเพศสัมพันธ์

ยาเสพติด

ขาดศีลธรรม

มีเพศสัมพันธ์เ

การล่วงละเมิด

เด็กเร่ร่อน

การตั้งครรภ์ก่อ

การคลอดแล้ว

โสเภณีเด็ก

พ่อ-แม่ไม่มีวุฒิ

ปัญหา

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

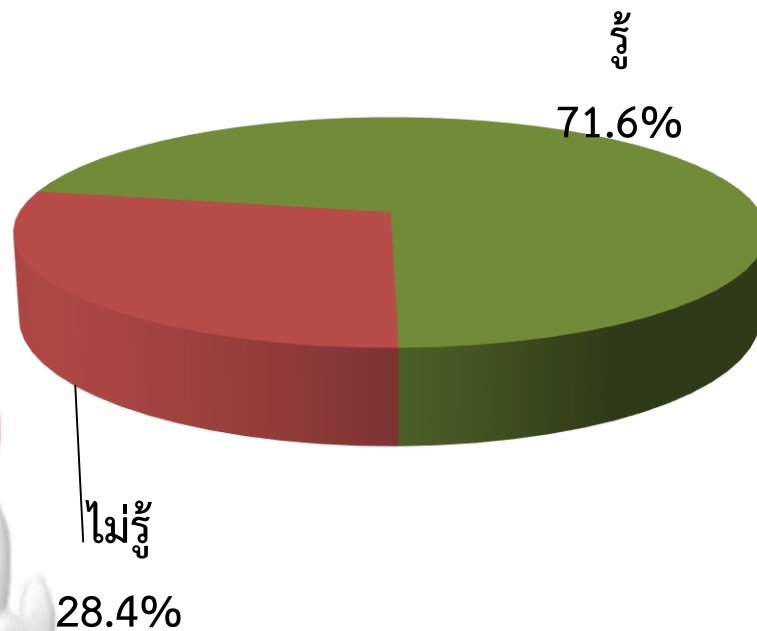
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342



# ทักษะการรับรู้ถึงสถานการณ์การ ท้องก่อนวัยอันควร



# ท่านทราบหรือไม่ในปัจจุบันประเทศไทยมีเด็กและเยาวชนไทย มีการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร และคิดว่ามีมากน้อยเพียงใด



จำนวน	ร้อยละ
น้อยมาก	22.0
น้อย	16.9
ปานกลาง	22.9
มาก	32.2
มากที่สุด	6.0
รวม	100.0

ท่านทราบหรือไม่ในปัจจุบันประเทศไทยมีเด็กและเยาวชนไทยมีการ  
ตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร และคิดว่ามีมากน้อยเพียงใด แยกภาค

ภา

กรุงเทพฯ และ

ภาคตะวันออกเฉียง

ภาค

ภาค

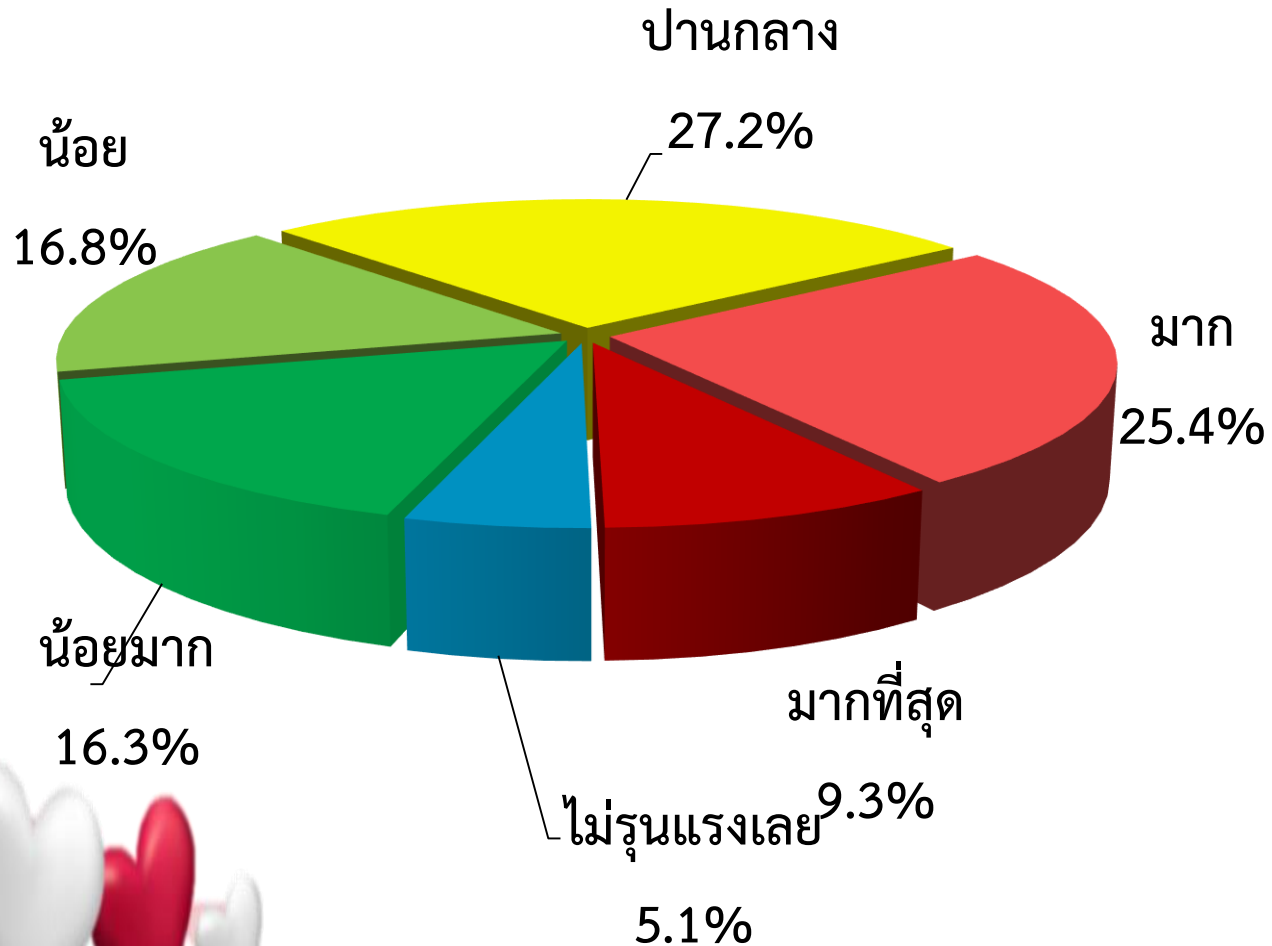
ภาค

โดย

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ และธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

# ระดับความรุนแรงของปัญหาเด็กและเยาวชนในการ ตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร



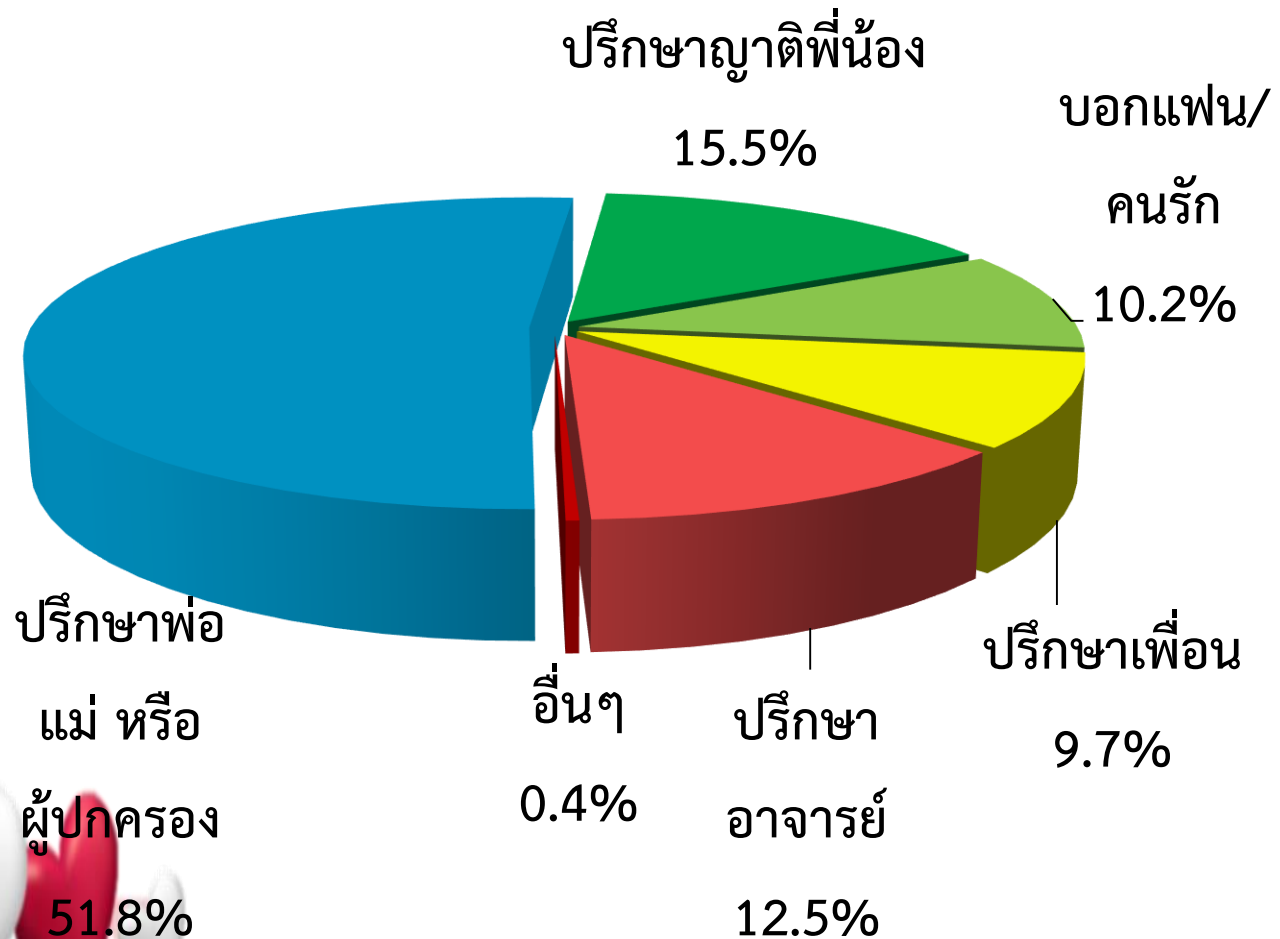
# สาเหตุของการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร

สาเหตุของการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร	ร้อยละ
ขาดความอบอุ่น/ครอบครัวมีปัญหา	15.1
สิ่งเร้าผ่านสื่อประเภทต่างๆ	14.6
ไม่สามารถยับยั้งชั่งใจได้	14.5
ไม่รู้วิธีการป้องกัน	14.4
ไม่มีที่ปรึกษาหรือคำแนะนำในเรื่องเพศศึกษา	14.3
ถูกล่วงละเมิดทางเพศ	13.7
เกิดจากการขาดความรู้เรื่องเพศศึกษา	13.2
อื่นๆ	0.1

# ทัศนคติต่อเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของ เยาวชนในปัจจุบัน

ทัศนคติต่อเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร	ร้อยละ
เป็นเรื่องปกติ เพียงแต่ต้องรู้จักป้องกัน	25.1
เป็นเรื่องปกติ เพราะสังคมยอมรับได้	12.7
เป็นเรื่องปกติ เพราะต่างประเทศก็ยังมี	6.6
ไม่ควร เพราะยังขาดวุฒิภาวะ	36.1
ไม่ควร เพราะสังคมยังไทยยังไม่ยอมรับ	19.5
รวม	100.0

# บุคคลที่ท่านต้องการไปขอคำปรึกษามากที่สุด เมื่อมีการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร



ช่องทางการสื่อสารที่ท่านเห็นว่าจะมีช่วยสร้าง  
การรับรู้ถึงความไม่พร้อมของการตั้งครุภัณฑ์ในวัยรุ่น

ช่องทางการสื่อสาร	ร้อยละ
โซเชียลมีเดีย	13.5
โทรทัศน์	12.4
อินเทอร์เน็ต	12.1
แผ่นพับ	11.0
วิทยุ	11.0
การจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ของการตั้งครุภัณฑ์	10.6
หนังสือพิมพ์	10.3
โปสเตอร์	9.7
ทำกิจกรรมตามแหล่งชุมชน	9.2



# ต้องการให้ปัญหาของการท่องเที่ยวก่อนวัยอันควรนั้นลดลง ต้องเริ่มจากกลุ่มใด

กลุ่มที่ปรึกษาในการแก้ปัญหา	คะแนน
ผู้ประกอบการ/ครอบครัว	23.0
ตัวแทนวัยรุ่น/เยาวชน	22.3
สถาบันการศึกษา	20.0
ชุมชน	17.7
องค์กรภาครัฐ/ภาคเอกชน	17.0

## รูปแบบที่ต้องการให้ดำเนินการ

- ❖ อบรมและให้ความรู้เรื่องเพศศึกษาแก่เยาวชน
- ❖ ตั้งคณะกรรมการดูแลเด็กและเยาวชน
- ❖ ทำกิจกรรมตามแหล่งชุมชน ตามโรงเรียน และสถานศึกษา
- ❖ เผยแพร่ให้ความรู้ผ่านสื่อต่างๆ
- ❖ ปลุกฝังจิตสำนึกที่ดีให้กับเยาวชน
- ❖ เริ่มจากสถาบันครอบครัวให้ความอบอุ่น และอบรมแก่เยาวชน
- ❖ ส่งเสริมให้เยาวชน และวัยรุ่นเล่นกีฬามากขึ้น