



คนไทยกับสงกรานต์ (Soft Power)

“สวนดุสิตโพล” มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สำรวจความคิดเห็นประชาชนทั่วประเทศ เรื่อง “คนไทยกับสงกรานต์ (Soft Power)” กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,298 คน (สำรวจทางออนไลน์และภาคสนาม) ระหว่างวันที่ 8-11 เมษายน 2568 สรุปผลได้ ดังนี้

1. สงกรานต์ปีนี้ ประชาชนตั้งใจจะเข้าร่วมกิจกรรมใด

อันดับ 1	เข้าวัด ทำบุญ สรงน้ำพระ	60.86%
อันดับ 2	รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่	57.63%
อันดับ 3	เล่นน้ำกับเพื่อน/ครอบครัว	51.23%

2. จากเหตุการณ์แผ่นดินไหว ทำให้ประชาชนกังวลใจในการท่องเที่ยวช่วงสงกรานต์หรือไม่

อันดับ 1	ไม่ค่อยกังวล	34.44%
อันดับ 2	ไม่กังวล	32.90%
อันดับ 3	ค่อนข้างกังวล	22.57%
อันดับ 4	กังวลมาก	10.09%

3. หากสงกรานต์ไทยจะเป็น “Soft Power ระดับโลกที่ต้องมาสัมผัสสักครั้งในชีวิต”

ประชาชนคิดว่าอะไรคือ “หัวใจ” ของสงกรานต์ไทย

อันดับ 1	วิธีเล่นน้ำที่สุภาพ สนุก ปลอดภัย	63.56%
อันดับ 2	ความสนุกสนาน รอยยิ้มแบบไทย	62.33%
อันดับ 3	เสื้อผ้าลายดอกวันสงกรานต์ แฟชั่นผ้าไทย	55.39%

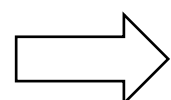
4. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ประเพณีสงกรานต์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้มากขึ้น

อันดับ 1	วางแผนประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ	50.92%
อันดับ 2	ผลักดันให้มีสงกรานต์แต่ละท้องถิ่นตลอดเดือนเมษายน	48.31%
อันดับ 3	จัดแพ็คเกจท่องเที่ยวสงกรานต์เชื่อมเมืองหลัก-เมืองรอง	39.06%

5. ปัญหา/อุปสรรคต่อการยกระดับสงกรานต์ให้เป็น Soft Power ระดับโลก คือเรื่องใด

อันดับ 1	กลยุทธ์และทิศทางของรัฐบาลไม่ชัดเจน	66.46%
อันดับ 2	การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเป็นไทยน้อย	64.61%
อันดับ 3	การเมืองภายในประเทศทำให้ภาพลักษณ์ไม่นิ่งและขาดความเชื่อมั่น	50.19%

*หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถระบุความคิดเห็นได้มากกว่า 1 เรื่อง (คำร้อยละจึงคำนวณในแต่ละข้อ)



สรุปวิเคราะห์ผลโพล : คนไทยกับสงกรานต์ (Soft Power)

สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สำรวจความคิดเห็นประชาชนทั่วประเทศต่อกรณี “คนไทยกับสงกรานต์ (Soft Power)” กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,298 คน (สำรวจทางออนไลน์และภาคสนาม) ระหว่างวันที่ 8-11 เมษายน 2568 พบว่า สงกรานต์ปีนี้ ตั้งใจจะเข้าวัด ทำบุญ สรงน้ำพระ ร้อยละ 60.86 จากเหตุการณ์แผ่นดินไหว กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 67.34 ไม่กังวลกับการท่องเที่ยวช่วงสงกรานต์ (ไม่ค่อยกังวล ร้อยละ 34.44 และไม่กังวล ร้อยละ 32.90) หากสงกรานต์ไทยจะเป็น Soft Power ระดับโลก คิดว่าหัวใจของสงกรานต์ไทย คือ วิถีเล่นน้ำที่สุภาพ สนุก และปลอดภัย ร้อยละ 63.56 ถ้าต้องการให้ สงกรานต์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้มากขึ้น ภาครัฐควรวางแผนประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ ร้อยละ 50.92 สุดท้ายมองว่าปัญหา/อุปสรรคต่อการยกระดับสงกรานต์เป็น Soft Power ระดับโลก คือ กลยุทธ์และทิศทางของรัฐบาลที่ไม่ชัดเจน ร้อยละ 66.46

นางสาวพรพรรณ บัวทอง ประธานสวนดุสิตโพล ระบุว่า “หัวใจของสงกรานต์ไทย” ที่ประชาชนอยากนำเสนอให้ทั่วโลกรู้จัก คือการเล่นน้ำแบบไทยที่สุภาพ สนุกและปลอดภัย ควบคู่ไปกับรอยยิ้มและบรรยากาศความสนุกสนานแบบไทย ๆ แม้จะเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวในช่วงก่อนเทศกาล แต่ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่รู้สึกกังวลและยังคงวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามปกติ ถือเป็นโอกาสสำคัญทางเศรษฐกิจที่รัฐบาลไม่ควรมองข้าม พร้อมแนะนำให้ภาครัฐเร่งวางแผนประชาสัมพันธ์ สงกรานต์ไทยในต่างประเทศอย่างเป็นระบบ หากต้องการยกระดับสงกรานต์ให้เป็น Soft Power ระดับโลกอย่างแท้จริง

นางสาวพรพรรณ บัวทอง

ประธานสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

โทร 086-3766533

ผศ.ดร.อานูภาพ รักษ์สุวรรณ ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายมหาชนและการบริหารงานยุติธรรม โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กล่าวว่า การสำรวจของสวนดุสิตโพลสะท้อนให้เห็นว่าเทศกาลสงกรานต์ยังคงมีพลังทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งสะท้อนให้เห็นถึงความผสมผสานของมิติทางศาสนา ครอบครัวยุคใหม่ และความบันเทิง โดยประชาชนยังคงให้ความสำคัญกับเทศกาลสงกรานต์ในฐานะโอกาสพิเศษแห่งปี แม้ว่าจะเพิ่งผ่านเหตุการณ์แผ่นดินไหว ทั้งนี้เทศกาลสงกรานต์สามารถยกระดับเป็น Soft Power ของไทยที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่ดึงดูดความนิยมนานาชาติได้ แต่ก็ต้องอาศัยการจัดการเชิงยุทธศาสตร์อย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนกิจกรรมท้องถิ่น และการพัฒนาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัยและปลอดภัย อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่สำคัญที่รัฐบาลต้องเร่งแก้ไขคือ “การขาดการวางแผน กลยุทธ์และทิศทางที่ชัดเจนของภาครัฐ” ซึ่งหากได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบ จะช่วยให้สงกรานต์ไทยกลายเป็นวาระระดับโลกที่สามารถส่งออกอัตลักษณ์ไทยได้อย่างแท้จริง

ผศ.ดร.อานูภาพ รักษ์สุวรรณ

ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชากฎหมายมหาชนและการบริหารงานยุติธรรม

โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต



คนไทยกับสงกรานต์ (Soft Power)

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ LGBTQIA+
อายุ ☐ 18-20 ปี ☐ 21-29 ปี ☐ 30-39 ปี ☐ 40-49 ปี ☐ 50 ปีขึ้นไป
การศึกษา ☐ ประถม ☐ มัธยม ☐ ปวช./ปวส./อนุปริญญา ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
อาชีพ ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ ครู/อาจารย์ ☐ ทหาร/ตำรวจ ☐ แพทย์/พยาบาล ☐ พนักงานบริษัท
☐ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ☐ รับจ้าง ☐ เกษตรกร/ประมง ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
☐ เกษียณอายุ ☐ อื่นๆ (ระบุ).....
รายได้ต่อเดือนของท่าน ☐ ต่ำกว่า 15,000 บ. ☐ 15,000-24,999 บ. ☐ 25,000-34,999 บ. ☐ 35,000-45,000 บ. ☐ มากกว่า 45,000 บ.
พื้นที่ ☐ กทม.และปริมณฑล ☐ ภาคกลาง ☐ ภาคตะวันออก ☐ ภาคตะวันตก ☐ ภาคเหนือ ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ ภาคใต้

1. สงกรานต์ปีนี้ ท่านตั้งใจจะเข้าร่วมกิจกรรมใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1.เล่นน้ำกับเพื่อน/ครอบครัว 2.เข้าวัด ทำบุญ สรงน้ำพระ 3.รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ 4.ชมขบวนแห่หรือกิจกรรมวัฒนธรรม
5.กินเลี้ยง/สังสรรค์ 6.ร่วมงานคอนเสิร์ต/ปาร์ตี้/เทศกาลดนตรี 7.แต่งชุดไทยหรือเสื้อลายดอกไปเที่ยว 8.พักผ่อนกับครอบครัวในบ้าน
9.ทำคอนเทนต์ถ่ายภาพสงกรานต์ลงโซเชียล 10.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. เหตุการณ์แผ่นดินไหว หรือข่าวภัยพิบัติล่าสุด ทำให้ท่านกังวลใจในการท่องเที่ยวช่วงสงกรานต์หรือไม่

- 1.กังวลมาก 2.ค่อนข้างกังวล 3.ไม่ค่อยกังวล 4.ไม่กังวล

3. หากสงกรานต์ไทยจะเป็น “Soft Power ระดับโลก” ที่ใคร ๆ ต้องมาสัมผัสสักครั้งในชีวิต ท่านคิดว่าอะไรควรเป็น “สัญลักษณ์” ของสงกรานต์ไทยในเวทีโลก (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1.การจัดอีเวนต์ยิ่งใหญ่ร่วมมือระหว่างรัฐ-เอกชน 2.ขบวนแห่ Soft Power 5 ภูมิภาค 3.ความสนุกสนาน รอยยิ้มแบบไทย
4.ทำรำ ดนตรีร่วมสมัยแบบไทย ๆ 5.เพลงสงกรานต์ ดนตรีสนุก 6.มารยาทการต้อนรับแบบอบอุ่น
7.วิธีเล่นน้ำที่สวยงาม สนุกปลอดภัย 8.เสื้อลายดอกวันสงกรานต์ แพชั่นผ้าไทย 9.อาหารไทย ขนมไทย เทศกาลการกินแบบไทย
10.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ประเพณีสงกรานต์ช่วยสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้มากขึ้น (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1.จัดระบบท่องเที่ยวสงกรานต์แบบแพ็คเกจเชื่อมเมืองหลัก-เมืองรอง 2.ผลักดันให้มีสงกรานต์ท้องถิ่นตลอดเมษายน
3.พัฒนาแอปฯ เล่นน้ำ-แชร์โลเคชัน-ซื้อของไทยแบบครบวงจร 4.วางแผนประชาสัมพันธ์สงกรานต์ไทยในตลาดต่างประเทศล่วงหน้าเป็นระบบ
5.ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และสินค้าชุมชนในเทศกาล 6.ส่งเสริมให้เยาวชนและนักศึกษาออกแบบอีเวนต์ร่วมสมัย
7.สร้างแบรนด์สงกรานต์ไทยให้เทียบเทะกาลดังระดับโลก 8.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านคิดว่าปัญหาหรืออุปสรรคต่อการยกระดับสงกรานต์ให้เป็น Soft Power ระดับโลก คือเรื่องใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1.การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเป็นไทยน้อย 2.การเมืองภายในประเทศทำให้ภาพลักษณ์ไม่นิ่งและขาดความเชื่อมั่น
3.การสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ชัดเจน ตรงกัน 4.ขาดการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ ทิศทางไม่ชัดเจน
5.มองสงกรานต์เป็นแค่เทศกาลประเพณีแบบดั้งเดิม 6.ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากหลายๆ ฝ่าย
7.รัฐบาลผลักดันไม่ต่อเนื่อง ขาดการส่งเสริมในระยะยาว 8.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

P.682021DP SUANDUSIT POLL - DEMOGRAPHIC INFORMATION (April, 2568)
 PROFILE
 Base: ALL RESPONDENTS

		Total			
Total		1298	100.00		
GENDER				MONTHLY INCOME	
-----				-----	
MALE	454	34.98		BELOW 15,000	217 16.71
FEMALE	608	46.84		15,000 - 24,999	495 38.14
LGBTQ+	236	18.18		25,000 - 34,999	321 24.73
				OVER 35,000	265 20.42
AGED				AREA	
----				----	
BELOW 20	150	11.56			
20 - 29	193	14.87		BANGKOK	356 27.43
30 - 39	443	34.13		CENTRAL	205 15.79
40 - 49	359	27.66		NORTH	265 20.42
OVER 50	153	11.78		NORTHEAST	309 23.80
				SOUTH	163 12.56
EDUCATION				STATUS	
-----				-----	
BELOW BACHELOR'S	517	39.83			
BACHELOR'S	561	43.22		1. ONFIELD	406 31.28
OVER BACHELOR'S	220	16.95		2. ONLINE	892 68.72
OCCUPATION					

1. GOVERNMENT/ STATE ENTERPRISE	264	20.34			
5. PRIVATE EMPLOYEE	312	24.04			
6. BUSINESS/TRADING	236	18.18			
7. LABOUR	188	14.48			
9. STUDENT	170	13.10			
Y. OTHER	128	9.86			