

การสำรวจพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า โฆษกกระทรวงพาณิชย์เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เดือนสิงหาคม 2568 จำนวน 5,467 ราย ซึ่งครอบคลุมประชาชนทั่วประเทศ เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน ผลการสำรวจพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงมีความนิยมในการเลือกซื้อสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าในหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุด ขณะที่สินค้าหมวดความงามและแฟชั่นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีในอนาคต โดยมีรายละเอียดผลการสำรวจ ดังนี้

- **ความนิยมการเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน** ในภาพรวมพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีการซื้อสินค้าไทย โดยสินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ที่ร้อยละ 42.99 รองลงมาคือ สินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ ที่ร้อยละ 15.85 ของใช้ในบ้านและของตกแต่งบ้าน ที่ร้อยละ 14.64 สินค้าสุขภาพ ที่ร้อยละ 10.68 สินค้าความงามและของใช้ส่วนบุคคล ที่ร้อยละ 9.90 และเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่ร้อยละ 7.25 หากพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่ำกว่า 29 ปี นิยมเลือกซื้อสินค้าความงามและของใช้ส่วนบุคคลสูงกว่ากลุ่มอื่น ในขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับและสินค้าสุขภาพมากกว่า เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้พบว่า กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป นิยมซื้อของใช้ในบ้านและของตกแต่งบ้านในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่น และเมื่อพิจารณาตามกลุ่มภูมิภาค พบว่า แต่ละภูมิภาคมีความนิยมสินค้าที่แตกต่างกันออกไป ภาคเหนือมีความนิยมในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงสินค้าสุขภาพมากกว่าภูมิภาคอื่น ในขณะที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลนิยมซื้อสินค้าเครื่องประดับ ของใช้ในบ้านและของตกแต่งบ้านมากกว่าภูมิภาคอื่น ซึ่งให้เห็นถึงรสนิยมและรูปแบบการบริโภคที่แตกต่างกันไปตามบริบททางภูมิภาค

- **สาเหตุที่ทำให้ประชาชนเลือกซื้อสินค้าไทย** ในภาพรวมพบว่า ประชาชนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไทยจากเหตุผลด้านคุณภาพของสินค้าและราคาถูกเป็นสำคัญ ที่ร้อยละ 24.55 และ 24.12 ตามลำดับ และตามมาด้วยความสะดวก ที่ร้อยละ 22.06 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามรายสินค้าพบว่า ในแต่ละหมวดสินค้ามีเหตุผลการเลือกซื้อที่แตกต่างกันออกไป โดยกลุ่มที่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ประชาชนให้ความสำคัญกับคุณภาพมากที่สุด ขณะที่กลุ่มของใช้ในบ้านและเครื่องประดับนอกจากคุณภาพแล้วประชาชนยังได้ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเลือกซื้อด้วยอีกทางหนึ่ง และในกลุ่มสินค้าความงามและของใช้ส่วนบุคคลมีการเลือกซื้อสินค้าจากการเข้าถึงได้ง่าย และเมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้พบว่า กลุ่มรายได้สูงเลือกซื้อสินค้าโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นหลัก กลุ่มรายได้ปานกลางให้ความสำคัญกับคุณภาพควบคู่กับความสวยงามของสินค้าในสัดส่วนสูงกลุ่มอื่น ขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำนิยมเน้นปัจจัยด้านราคาและความสะดวกเป็นสำคัญ

- **แหล่งเลือกซื้อสินค้าที่ประชาชนนิยมเลือกซื้อสินค้าไทย** ในภาพรวม ประชาชนเลือกซื้อสินค้าไทยผ่านร้านค้าปลีกทั่วไปมากที่สุด ที่ร้อยละ 31.06 ตามด้วยห้างสรรพสินค้า อาทิ ร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าชั่วคราว และงานกิจกรรมในห้าง ที่ร้อยละ 23.69 และช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม อาทิ Shopee Lazada และ Tiktok Shop ที่ร้อยละ 17.29 เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มอายุพบว่าประชาชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี และนักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุด โดยเฉพาะการซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตสะท้อนถึงโอกาสการเติบโตของช่องทางดังกล่าวที่อาจมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต ขณะเดียวกันร้านค้าปลีกทั่วไปและร้านค้าชุมชนยังคงมีความสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรและผู้สูงอายุที่ใช้ช่องทางนี้เป็นหลัก และเมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้พบว่า กลุ่มที่มีรายได้สูงยังคงนิยมซื้อสินค้าผ่านห้างสรรพสินค้าและแพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่าช่องทางอื่น

- **แนวโน้มการซื้อสินค้าของประชาชนในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2568** ในภาพรวม พบว่าประชาชนยังคงมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าไทยเท่าเดิม ที่ร้อยละ 61.03 อย่างไรก็ตาม ประชาชน ร้อยละ 26.45 มีแนวโน้มซื้อสินค้าไทยลดลง ซึ่งมากกว่าสัดส่วนประชาชนที่มีแนวโน้มการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น ที่ร้อยละ 11.06 และอื่น ๆ ที่ร้อยละ 1.46 โดยสัดส่วนสินค้าที่มีแนวโน้มการเลือกซื้อลดลง ได้แก่ สินค้าสุขภาพ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และของใช้ในบ้านและของตกแต่งบ้าน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ในอีกทางหนึ่ง สินค้าไทยที่ประชาชนมีแนวโน้มซื้อเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ สินค้าความงามและของใช้ส่วนบุคคล รวมถึงสินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ และเมื่อพิจารณาแบ่งตามอายุพบว่าประชาชนที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มซื้อสินค้าไทยเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ประชาชนที่มีอายุเพิ่มมากขึ้นมีแนวโน้มซื้อสินค้าไทยลดลง สอดคล้องกับการพิจารณาตามรายอาชีพที่พบว่า อาชีพไม่ได้ทำงานและบ้านานามีแนวโน้มซื้อสินค้าไทยลดลงมากที่สุดและนักศึกษาที่มีแนวโน้มซื้อสินค้าไทยเพิ่มขึ้นมากที่สุด

- **การปรับปรุงสินค้าไทยที่ประชาชนต้องการ** ในภาพรวม พบว่า ประชาชนต้องการให้สินค้าไทยมีการพัฒนาในด้านราคาที่เหมาะสมมากที่สุด ที่ร้อยละ 26.88 ตามมาด้วยการพัฒนาคุณภาพสินค้า ที่ร้อยละ 26.34 และความน่าเชื่อถือของสินค้า ที่ร้อยละ 17.65 ซึ่งสอดคล้องกับการพิจารณาในทุกกลุ่ม โดยกลุ่มประชาชนที่ไม่ได้มีการซื้อสินค้าไทยและกลุ่มที่มีแนวโน้มการซื้อสินค้าไทยลดลง ต่างต้องการให้มีการพัฒนาในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และความหลากหลายของสินค้ามากยิ่งขึ้น ในขณะที่กลุ่มที่มีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าไทยมากขึ้น ต้องการให้มีการพัฒนาด้านความหลากหลายของสินค้าและด้านรูปลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่าความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นในกลุ่มอายุน้อย ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มที่อาจมีความสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าไทยในอนาคต และเมื่อพิจารณาแบ่งตามรายภูมิภาคพบว่าประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ มีความต้องการให้ปรับปรุงด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์สูงกว่ากรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งมีความต้องการในการเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อจำกัดของผู้บริโภคในต่างจังหวัดที่มีตัวเลือกน้อยหรืออาจยังไม่สามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างทั่วถึง

นายพูนพงษ์ กล่าวทิ้งท้ายถึงผลการสำรวจครั้งนี้ว่า ประชาชนยังคงนิยมเลือกซื้อสินค้าไทยโดยสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่มยังคงได้รับความนิยมและเป็นสินค้าที่ประชาชนเลือกซื้อสูงสุด ขณะเดียวกันผลการสำรวจยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของสินค้าไทยในสินค้าหมวดใหม่ ๆ โดยเฉพาะสินค้าความงามและแฟชั่นที่เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ ซึ่งให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และการดูแลตนเองที่มากยิ่งขึ้น จนอาจพัฒนาเป็นกระแสหลักและขยายตัวเป็นตลาดสำคัญในอนาคต อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจยังชี้ให้เห็นถึงความท้าทายจากแนวโน้มการเลือกซื้อสินค้าไทยที่ลดลง ที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก อาทิ ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น และปัจจัยภายใน อาทิ ข้อจำกัดด้านคุณภาพ ราคา และความหลากหลาย ซึ่งเป็นประเด็นที่จำเป็นต้องติดตามและศึกษาอย่างใกล้ชิดต่อไป

ทั้งนี้ เพื่อให้การใช้สินค้าไทยได้รับความนิยมและเป็นสินค้าที่ประชาชนให้ความเชื่อมั่นตลอดจนพัฒนาสินค้าไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันและก้าวสู่การเป็นตลาดกระแสหลักที่ผู้บริโภคเลือกใช้ ซึ่งจะกลายเป็นฐานสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งแก่ผู้ประกอบการในประเทศ กระทรวงพาณิชย์ยังคงดำเนินมาตรการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง อาทิ การขับเคลื่อนโครงการ ไทยทำ ไทยใช้ ไทยช่วยไทย เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสนับสนุนสินค้าที่ผลิตในประเทศ การพัฒนาและผลักดันระบบการรับรองคุณภาพสินค้าไทย เช่น เครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนมาตรการควบคุมการนำเข้าสินค้า ราคาถูกล้นทะลักจากต่างประเทศที่อาจกระทบต่อการแข่งขันของสินค้าไทยอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงการศึกษาแนวทางการพัฒนาของสินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนให้สินค้าไทยสามารถเติบโตและยกระดับศักยภาพของสินค้าไทยได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว