

Gen Z's New Year 2026 Vibes



กิจกรรมวันเคาน์ดาวน์



ทานอาหารมื้อพิเศษกับแฟน/ครอบครัว 36.63%
อยู่บ้าน/พักผ่อน 23.34%
เคาน์ดาวน์กับเพื่อน 18.43%

งบสำหรับปีใหม่



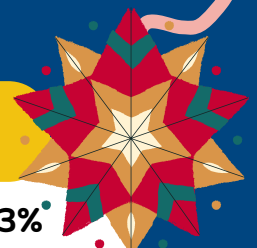
≤ 1,000 บาท 54.14%
1,001–2,000 บาท 29.09%
≥ 2,001 บาท 16.77%
งบน้อยที่สุด 600 บาท
งบมากที่สุด 3,000 บาท
งบเฉลี่ย 1,583.23 บาท

การใช้จ่ายช่วงปีใหม่



อาหาร/ของกิน 63.53%
ท่องเที่ยว/เดินทาง 5.54%
ของขวัญ/ชอปปิ้ง 4.11%

1 คำ สำหรับปีใหม่



เติบโต 17.33%
อบอุ่น 9.81%
อิสระ 8.97%
สำเร็จ 8.70%
พร้อมหน้า 8.39%

ผลการสำรวจโพลสาธารณะ

หัวข้อ Gen Z's New Year 2026 Vibes

รายงานนี้วิเคราะห์ผลสำรวจความคิดเห็นของกลุ่ม Gen Z ต่อเทศกาลปีใหม่ 2026 ที่จัดโดยเอยูโพล สถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ในเดือนธันวาคม 2025 สัมภาษณ์นักศึกษาระดับปริญญาตรีทั่วประเทศ 1,148 คน ผลสำรวจแบ่งเป็น 5 ตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 กิจกรรมวันเคาน์ดาวน์ที่ตั้งใจทำมากที่สุด

อันดับที่	กิจกรรมวันเคาน์ดาวน์ที่ตั้งใจทำมากที่สุด	ร้อยละ
1	ทานอาหารมื้อพิเศษกับแฟน/ครอบครัว	36.63
2	อยู่บ้าน/พักผ่อน	23.34
3	เคาน์ดาวน์กับเพื่อน	18.43
4	ท่องเที่ยว	13.77
5	ทำบุญ/ไหว้พระ	4.59

จากผลสำรวจ สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 36.6) เลือกทานอาหารมื้อพิเศษกับแฟน/ครอบครัว โดยอันดับสองคือ อยู่บ้าน/พักผ่อน (ร้อยละ 23.3) และอันดับสามเคาน์ดาวน์กับเพื่อน (ร้อยละ 18.4). สรุปได้ว่า Gen Z โดยมากชื่นชอบการฉลองปีใหม่แบบใกล้ชิดกับคนสนิทหรือแบบสบายๆ มากกว่าการออกไปปาร์ตี้ใหญ่โต นัยยะเช่นนี้สะท้อนว่า คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับความอบอุ่นของครอบครัว/คนรัก การได้พักผ่อน และใช้เวลาคุณภาพร่วมกัน (มุ่งเน้นความสุขส่วนตัว) มากกว่าการเข้าสังคมอย่างฟุ่มเฟือย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายในช่วงปีใหม่

จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายในช่วงปีใหม่	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	54.14
1,001 – 2,000 บาท	29.09
มากกว่า 2,000 บาท ขึ้นไป	16.77
รวม	100.0
จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายน้อยที่สุด	600 บาท
จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายมากที่สุด	3,000 บาท
จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	1,583.23 บาท

ผลสำรวจพบว่า ร้อยละ 54.1 ตั้งงบประมาณสำหรับปีใหม่ไว้ไม่เกิน 1,000 บาท งบประมาณเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,583 บาท (ต่ำสุด 600 บาท สูงสุด 3,000 บาท). ข้อมูลชี้ว่า Gen Z ส่วนใหญ่มีงบเฉลี่ยและการแจกแจงบ่งชี้การใช้จ่ายที่ค่อนข้างประหยัด ซึ่งสอดคล้องกับสถานะทางการเงินของนักศึกษา/วัยเริ่มต้นทำงาน

ตารางที่ 3 แสดงหมวดค่าใช้จ่ายในช่วงปีใหม่

อันดับที่	หมวดค่าใช้จ่ายในช่วงปีใหม่	ร้อยละ
1	อาหาร/ของกิน	63.50
2	ท่องเที่ยว/เดินทาง	23.60
3	ของขวัญ/ช้อปปิ้ง	6.90

จากผลสำรวจ แนวโน้มการใช้จ่ายพบว่า อาหาร/ของกิน เป็นหมวดหลักที่ Gen Z เตรียมใช้เงินมากที่สุด (ร้อยละ 63.5) ในขณะที่การ ท่องเที่ยว/เดินทาง และ ของขวัญ/ช้อปปิ้ง อยู่ในสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.90 (รวมค่าของขวัญและซื้อของ) ข้อมูลเหล่านี้ชี้ว่า Gen Z ลงทุนกับการ กินดื่ม ในช่วงปีใหม่มากกว่า เทียบกับการท่องเที่ยวหรือซื้อของขวัญ ชัดเจนว่าพวกเขาให้ความสำคัญกับอาหารอร่อยหรือปาร์ตี้เล็กๆ มากกว่าไอเท็มหรือทริปตระเวน นอกจากนี้ จากข้อมูลตั้งใจทำอะไรมากที่สุด พบว่า ร้อยละ 23.6 ตั้งใจจะท่องเที่ยว ในช่วงปีใหม่ (สูงกว่าอันดับทำบุญ หรือ ทำงาน) แม้จะเป็นสัดส่วนการใช้จ่ายจริงไม่มาก นี่ยังพวกเขาอยากเดินทางสร้างประสบการณ์ แต่จะลดงบด้วยวิธีประหยัด (เช่น เที่ยวใกล้ๆ หรือเป็นกลุ่ม) ตามเทรนด์ที่ Gen Z รักประสบการณ์มากกว่าสิ่งของ

ตารางที่ 4 แสดงสิ่งที่ยากทำในช่วงปีใหม่

อันดับที่	สิ่งที่ยากทำในช่วงปีใหม่	ร้อยละ
1	อยู่บ้านพักผ่อน	33.23
2	ท่องเที่ยว	23.58
3	กลับบ้านต่างจังหวัด	17.96
4	ทำงาน	13.61
5	ทำบุญ	6.72

จากผลสำรวจ สิ่งที่ Gen Z ยากทำในช่วงปีใหม่มากที่สุด คือ อยู่บ้าน/พักผ่อน (ร้อยละ 33.2), รองลงมา ท่องเที่ยว (ร้อยละ 23.6) และ กลับบ้านต่างจังหวัด (ร้อยละ 17.96) แสดงว่า Gen Z ส่วนใหญ่ต้องการ พักผ่อน โดยไม่มีภาระ ในช่วงปีใหม่ หรือใช้โอกาสเดินทาง (เที่ยว-เยี่ยมญาติ) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการประสบการณ์ ร่วมกับคนรักและการฟื้นฟูจิตใจ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 6.7) ตั้งใจไปทำบุญหรือทำงาน นับว่าพิธีกรรมแบบดั้งเดิมน้อยลงในกลุ่มนี้ แนวโน้มนี้สอดคล้องกับทิศทางทั่วโลกที่ Gen Z ให้ความสำคัญกับ การใช้เวลาคุณภาพ (Experience, Self-care) กับคนใกล้ชิดมากกว่าการสะสมสิ่งของ

ตารางที่ 5 ให้เลือก “1 คำ” สำหรับปีใหม่

อันดับที่	1 คำ สำหรับปีใหม่	ร้อยละ
1	เติบโต	17.33
2	อบอุ่น	9.81
3	อิสระ	8.94
4	สำเร็จ	8.70
5	พร้อมหน้า	8.39
6	เปลี่ยนแปลง	8.31
7	ปลอดภัย	7.91
8	สุขภาพ	6.01
9	บาลานซ์	5.06
10	มิตรภาพ	3.32
11	ยั่งยืน	2.61
12	จริงใจ	2.29
13	เคียงข้าง	2.14
14	ยอมรับ	1.66
15	ยุติธรรม	1.66
16	ห่วงใย	1.66
17	สันติ	1.42
18	เข้าใจ	1.19
19	เท่าเทียม	0.95
20	เชื่อใจ	0.63

จากผลสำรวจ คำ 5 อันดับแรกที่ Gen Z เลือกแทนความหมายของปีใหม่ 2026 ได้แก่ เติบโต, อบอุ่น, อิสระ, สำเร็จ และ พร้อมหน้า ซึ่งเมื่อพิจารณาเชิงวิเคราะห์จะพบว่า คำเหล่านี้ไม่ได้สะท้อนความรู้สึกแบบแยกส่วน หากแต่เชื่อมโยงกันเป็นภาพรวมของชีวิตที่ Gen Z คาดหวัง ในการก้าวเข้าสู่ปีใหม่

คำว่า “เติบโต” ทำหน้าที่เป็นแกนกลางของความหมายทั้งหมด สะท้อนมุมมองต่อปีใหม่ในฐานะจุดเริ่มต้นของการพัฒนาตนเอง ทั้งด้านความคิด ทักษะ และการใช้ชีวิต ขณะเดียวกัน ความหมายของการเติบโตในมุมมองของ Gen Z ไม่ได้จำกัดอยู่ที่ความก้าวหน้าทางการงานหรือความสำเร็จเชิงวัตถุเท่านั้น แต่เชื่อมโยงกับคุณภาพชีวิต และความเป็นตัวของตัวเองอย่างชัดเจน

คำว่า “อิสระ” และ “สำเร็จ” เป็นภาพสะท้อนของการเติบโตในระดับปัจเจก โดย “อิสระ” แสดงถึงความต้องการกำหนดเส้นทางชีวิตด้วยตนเอง เลือกในสิ่งที่สอดคล้องกับคุณค่าและตัวตน ขณะที่ “สำเร็จ” สื่อถึงการบรรลุเป้าหมายในแบบที่ตนเองนิยาม ไม่จำเป็นต้องยึดติดกับมาตรฐานความสำเร็จของสังคมแบบเดิม ทั้งสองคำจึงสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากความสำเร็จเชิงโครงสร้าง ไปสู่ความสำเร็จเชิงความหมายส่วนบุคคล

ในขณะเดียวกัน คำว่า “อบอุ่น” และ “พร้อมหน้า” ทำหน้าที่เชื่อมมิติของการเติบโตส่วนบุคคลเข้ากับมิติความสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะครอบครัวและคนใกล้ชิด คำเหล่านี้สะท้อนว่า แม้ Gen Z จะให้ความสำคัญกับอิสรภาพและการพัฒนาตนเอง แต่ไม่ได้มองความสำเร็จอย่างโดดเดี่ยว หากต้องการเติบโตบนฐานของความสัมพันธ์ที่มั่นคง ความเข้าใจ และการมีพื้นที่ปลอดภัยทางอารมณ์

เมื่อพิจารณาภาพรวม คำทั้ง 5 คำจึงสะท้อนแนวคิดสำคัญว่า ปีใหม่ 2026 ในมุมมองของ Gen Z คือการเติบโตอย่างมีอิสระและความหมาย โดยไม่ละทิ้งความอบอุ่นของความสัมพันธ์และการอยู่ร่วมกัน เป็นการมองอนาคตที่ผสมผสาน “ตัวตน ความสำเร็จ ความผูกพัน” เข้าด้วยกันอย่างสมดุล ซึ่งเป็นคุณลักษณะเด่นของคนรุ่นใหม่ในบริบทสังคมร่วมสมัย