

# Thailand Internet User Profile 2015

โดย สุรางคณา วายุภาพ

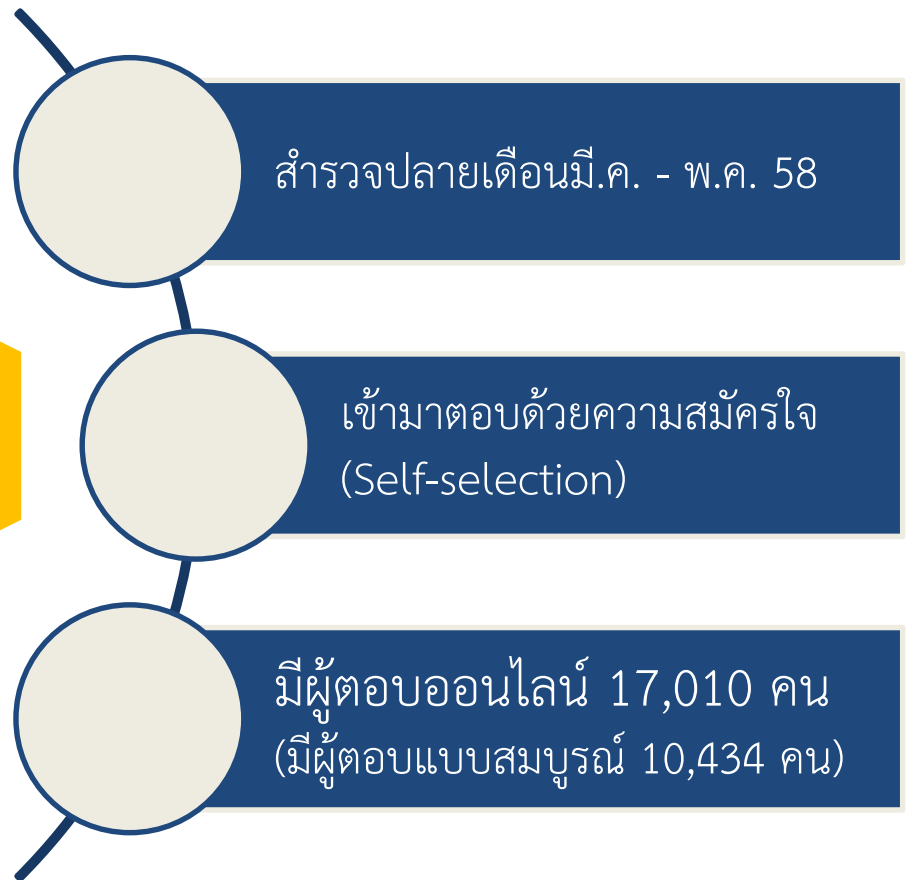
ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

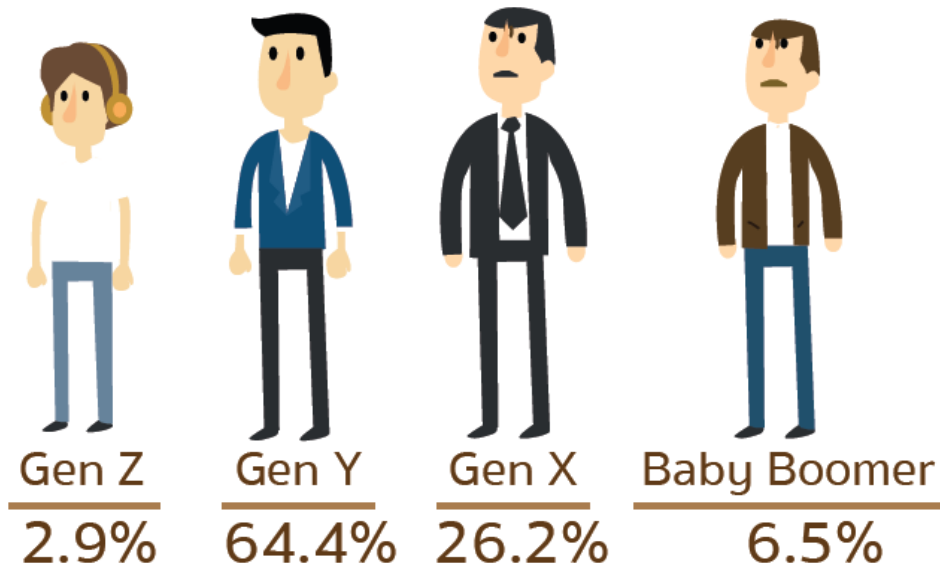
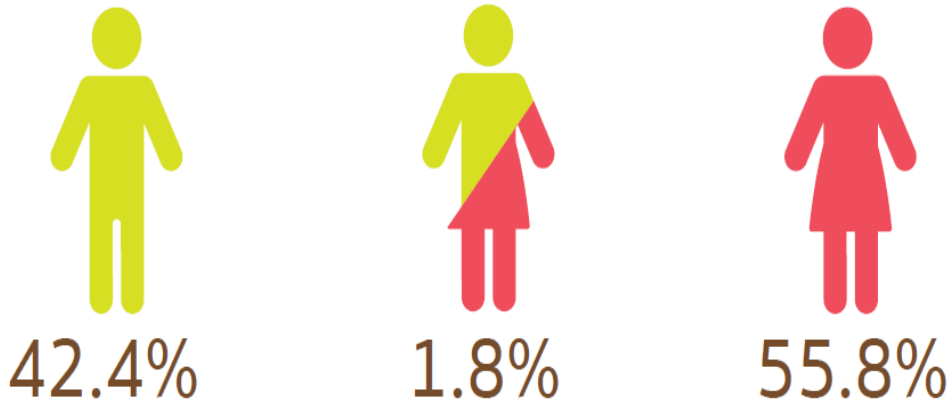
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

การซื้อขาย/บริการ  
ทางออนไลน์ของ “คนไทย”  
ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล



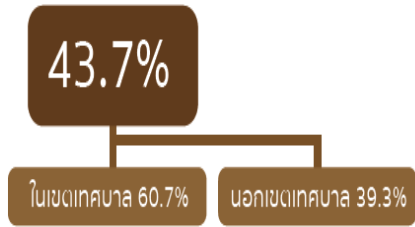


# ผู้ตอบ 10,434 ราย เป็นใคร ??



56.3%

กรุงเทพฯ และปริมณฑล



ต่างจังหวัด

## ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้การถ่วงน้ำหนักด้วยสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายกลุ่มอายุ จากการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน พ.ศ.2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ



# พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต



# การใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย ของเพศต่างๆ



50.4

Hrs/week



58.3

Hrs/week

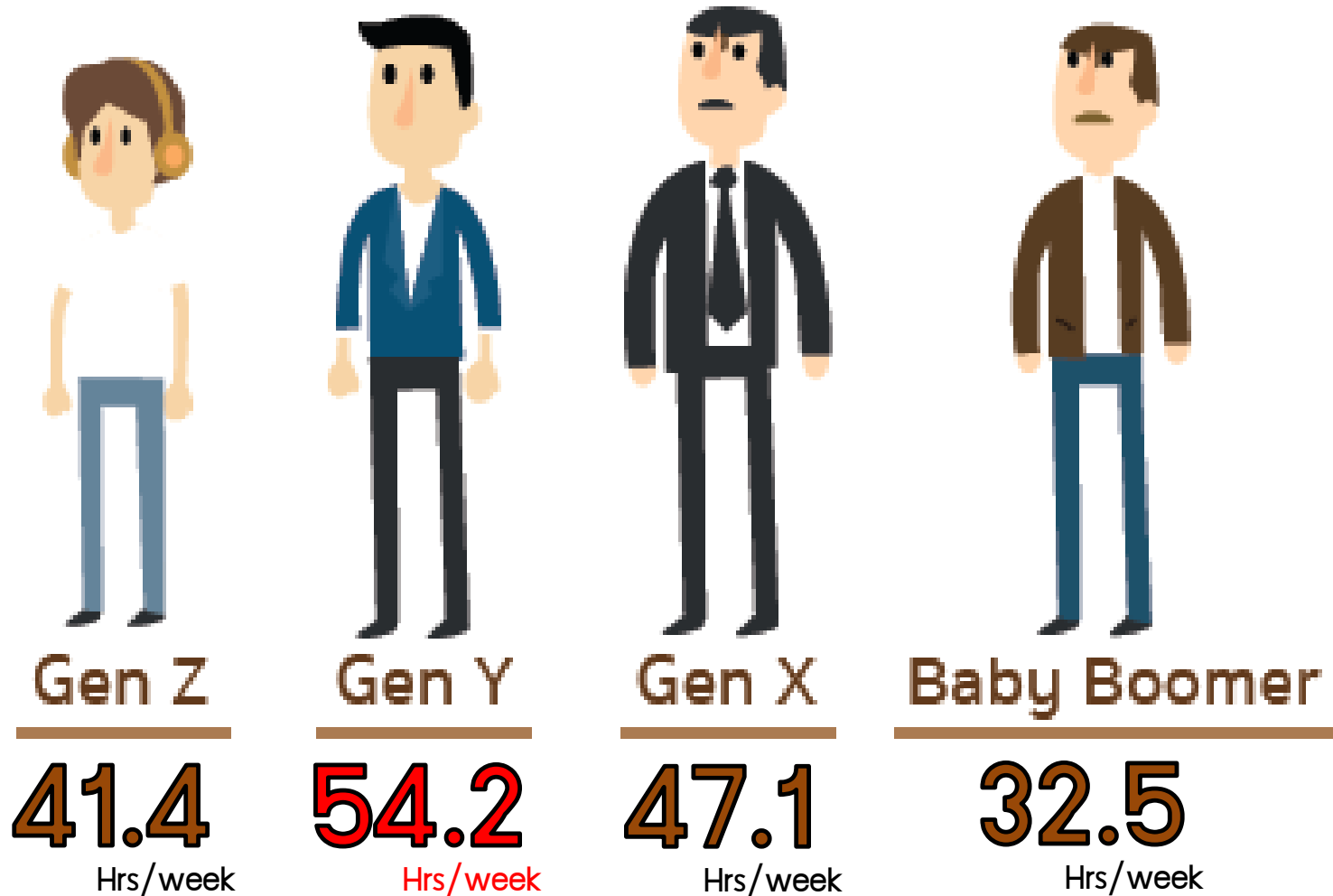


50.4

Hrs/week

**เพศที่สาม ใช้อินเทอร์เน็ต มาก**

# การใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย ของ GEN ต่างๆ



แสดงผลการสำรวจ 5 สค. 58 คน GEN Y (อายุ 15-34 ปี) ชีวิต ติดเน็ต สูงสุด

# อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

## สมาร์ทโฟน



81.8% ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต  
ใช้งานเฉลี่ย 5.7 ชั่วโมงต่อวัน

## คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ



54.5% ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต  
ใช้งานเฉลี่ย 5.4 ชั่วโมงต่อวัน

## คอมพิวเตอร์พกพา



45.0% ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต  
ใช้งานเฉลี่ย 5.0 ชั่วโมงต่อวัน

## แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์



21.0% ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต  
ใช้งานเฉลี่ย 3.8 ชั่วโมงต่อวัน

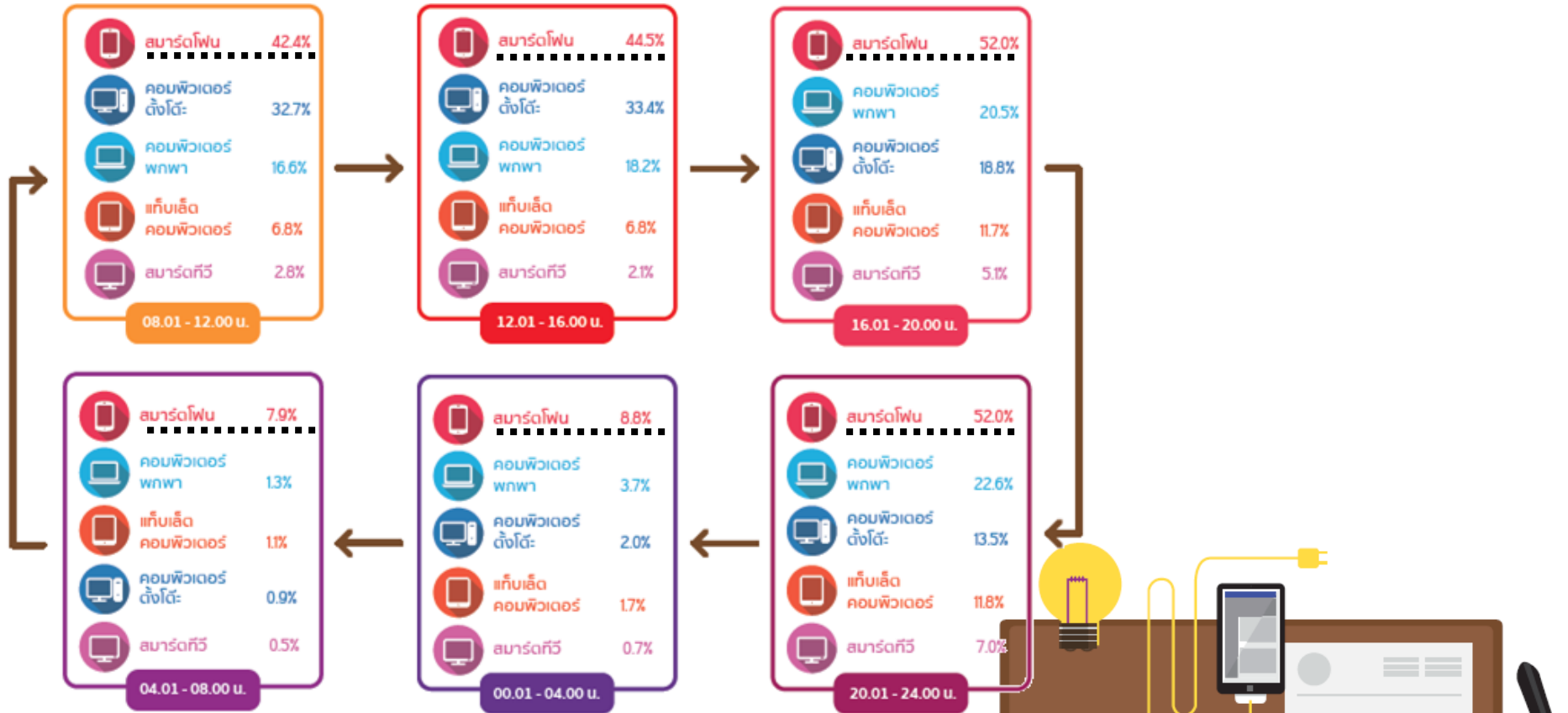
## สมาร์ททีวี



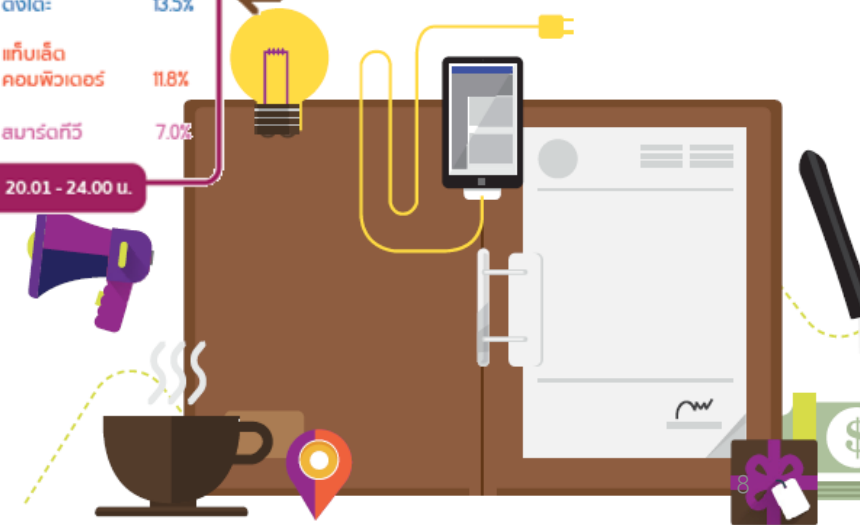
8.5% ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต  
ใช้งานเฉลี่ย 3.0 ชั่วโมงต่อวัน

สมาร์ทโฟน อุปกรณ์ยอดฮิต ครองอันดับ 1 สอวปชอน (ข้อมูลการสำรวจปี 2557-58)

# การใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละช่วงเวลา

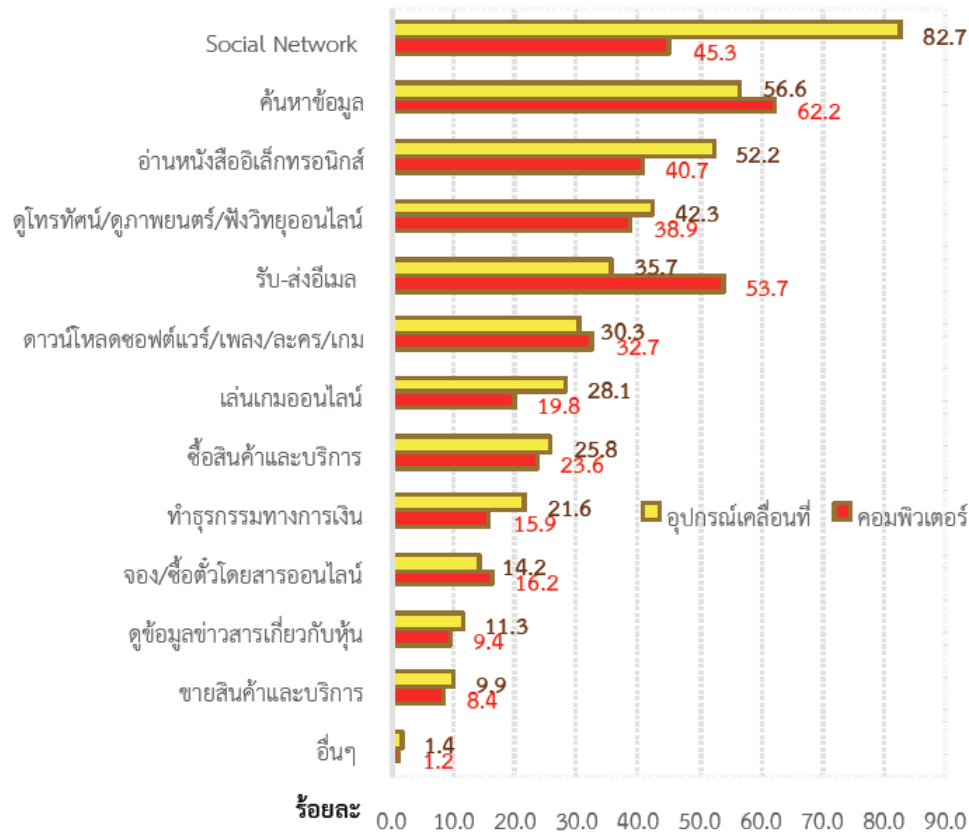


สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่ถูกใช้งานสูงสุด ตลอดเวลา  
 มือถือ กลายเป็น “ปัจจัยที่ห้า ในการดำเนินชีวิต”

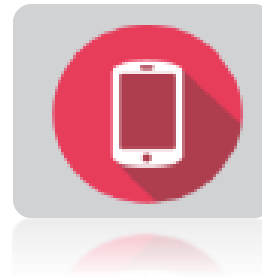




# กิจกรรมยอดฮิตในการใช้อินเทอร์เน็ต



หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกตอบอุปกรณ์และกิจกรรมได้มากกว่า 1 ข้อ



## กิจกรรมยอดฮิต

(สำหรับ Mobile Devices)

1. เครือข่ายสังคมออนไลน์
2. ค้นหาข้อมูล
3. อ่าน e-News, e-Book

## กิจกรรมยอดฮิต

(สำหรับ คอมพิวเตอร์)

1. ค้นหาข้อมูล
2. รับ-ส่งอีเมล
3. เครือข่ายสังคมออนไลน์



# เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นประจำ



## Facebook

สังคมออนไลน์ยอดฮิต 3 ปีซ้อน  
(ผลการสำรวจปี 56-58)

## Twitter & Instagram

เพศที่สาม ใช้หนักสุด  
(เทียบกับ เพศหญิง และ เพศชาย)

## Line

Baby Boomer นิยมใช้สุดๆ  
(เป็นสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นอันดับ 1)



# การซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ ของ “คนไทย” ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

# การซื้อขาย/บริการทางออนไลน์ของ “คนไทย” ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล



# คนกว่า 1 ใน 3 ไม่ซื้อของออนไลน์ เพราะ



กลัวโดนหลอก

57.6



ไม่ได้สัมผัส/  
ไม่ได้ลองก่อนซื้อ

42.1



ไม่มีสินค้าที่ต้องการ

32.2



ชอบเดินช้อปปิ้ง

20.8



ไม่ได้เจอผู้ขายโดยตรง

18.2



อื่น ๆ

4.5

# คนตัดสินใจ “เข้าเว็บ e-Commerce” เพราะ

**58.2%**



ข้อมูลที่ได้จากรีวิว/ความคิดเห็นของผู้เคยใช้สินค้า

**50.2%**



โฆษณาจากเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ต่างๆ

**34.0%**



คำแนะนำจากเพื่อนว่าดี/มีการบอกต่อ ๆ กันมา

**32.3%**



โฆษณาจากโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, Billboard, แผ่นพับ, งานแสดงสินค้า เป็นต้น

**31.5%**



เป็นเว็บไซต์ที่อยู่ในอันดับต้นๆ ของการค้นหาผ่าน Search Engine

**20.8%**



ความเห็นจาก Blogger, Net Idol, ดารา นักร้อง, เซเลบ เป็นต้น

➤➤➤ Viral Marketing การบอกต่อจากผู้ใช้ มีบทบาทสำคัญ  
➤➤➤ สื่อออนไลน์ เหมาะสม มากกว่า สื่อออฟไลน์

# คนตัดสินใจ “ซื้อสินค้า/บริการผ่าน e-Commerce” เพราะ



การนำเสนอข้อมูลของสินค้า/บริการของเว็บไซต์นั้น ๆ

51.2



รูปภาพของสินค้าชัดเจนน่าสนใจ

50.5



สินค้า/บริการนั้น ๆ มีราคาถูกกว่าซื้อผ่านร้านค้า

46.4



ประหยัดเวลาและการเดินทาง สั่งซื้อได้ตลอด 24 ชม.

46.1



มีโปรโมชั่นที่ถูกต้อง

41.6



เว็บไซต์ค้นหาสินค้าได้ง่าย

38.8



มีบริการจัดส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว

33.5



มั่นใจในระบบการสั่งซื้อและระบบการชำระเงิน

29.5



เว็บไซต์มีสินค้าหลากหลาย

29.4



มีบริการจัดส่งฟรี หากซื้อเกินยอดสั่งซื้อขั้นต่ำ

29.4



ผู้ขายสินค้าบริการเป็นผู้มีชื่อเสียง/มีความน่าเชื่อถือ

28.6



คุณภาพและมาตรฐานการบรรจุหีบห่อสินค้า

22.6



มีการรับประกันความพอใจ "ไม่พอใจ ยินดีคืนเงิน"

20.2



มีการออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับอุปกรณ์ที่หลากหลาย

18.4



มีบริการชำระสินค้ากับพนักงานจัดส่งสินค้า

14.5



เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายเฉพาะทางออนไลน์

14.2



DuSmart Call Center

12.3



อื่น ๆ

1.6

# สินค้า/บริการทางออนไลน์ ยอดฮิต ติดอันดับ



ลิปซัน

42.6



อุปกรณ์ไอที

27.5



สุขภาพและความงาม

24.4



การเดินทาง/ท่องเที่ยว

23.2



ดาวน์โหลด

21.0



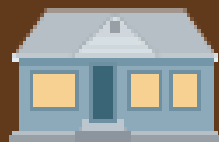
อื่น ๆ

13.0



บันเทิง

12.0



ของใช้ภายในบ้าน

10.8



การเงินการลงทุน

5.8



อัญมณี เครื่องประดับ

5.5



สินค้าแม่และเด็ก

3.4



# สินค้า/บริการทางออนไลน์ ยอดฮิต ติดอันดับ ของเพศต่างๆ



 อันดับ 1  
อุปกรณ์ไอที



 อันดับ 1  
สินค้าแฟชั่น



 อันดับ 1  
สินค้าแฟชั่น

 อันดับ 2  
การเดินทาง/ท่องเที่ยว

 อันดับ 2  
สินค้าสุขภาพและความงาม

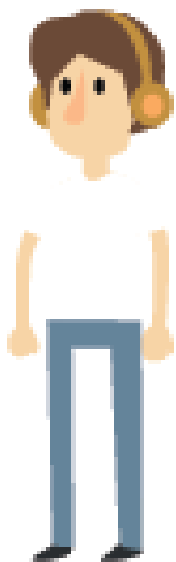
 อันดับ 2  
สินค้าสุขภาพและความงาม

 อันดับ 3  
ดาวนโหลด

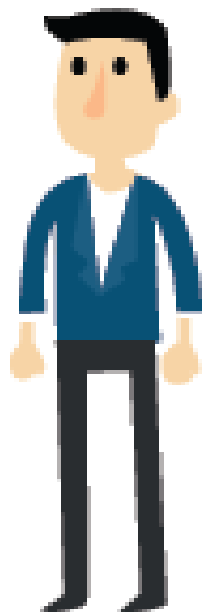
 อันดับ 3  
อุปกรณ์ไอที

 อันดับ 3  
การเดินทาง/ท่องเที่ยว

# สินค้า/บริการทางออนไลน์ ยอดฮิต ติดอันดับ ของ GEN ต่างๆ



**Gen Z**



**Gen Y**



**Gen X**



**Baby Boomer**



**อันดับ 1**  
ลิปซัน



**อันดับ 2**  
อุปกรณ์ไอที



**อันดับ 3**  
ตาวนั้โหลด



**อันดับ 1**  
ลิปซัน



**อันดับ 2**  
สุขภาพและความงาม



**อันดับ 3**  
อุปกรณ์ไอที



**อันดับ 1**  
การเดินทาง/ท่องเที่ยว



**อันดับ 2**  
ลิปซัน



**อันดับ 3**  
อุปกรณ์ไอที



**อันดับ 1**  
การเดินทาง/ท่องเที่ยว



**อันดับ 2**  
อุปกรณ์ไอที

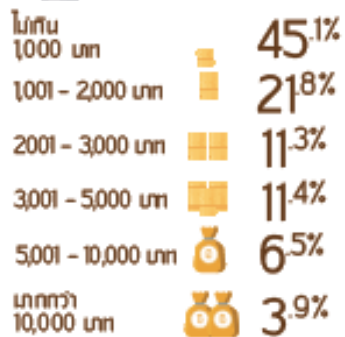


**อันดับ 3**  
ชอวใ้กายในบ้าน

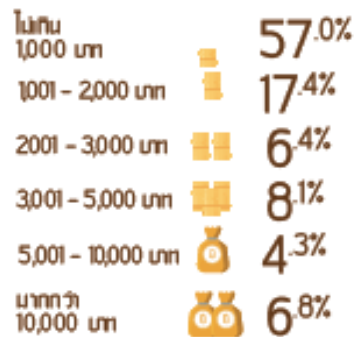
# มูลค่าการซื้อขายออนไลน์ ของสินค้า/บริการแต่ละประเภท



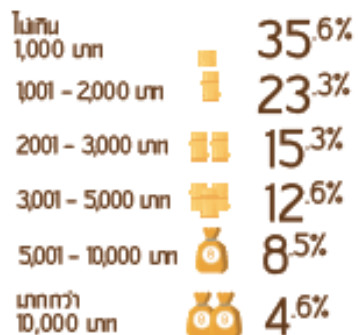
ลิปซัน



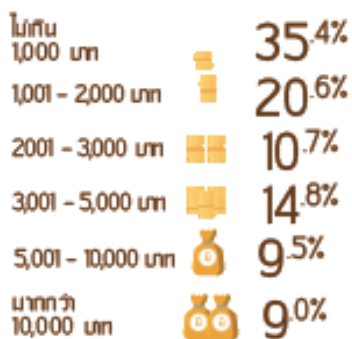
อัญมณี  
เครื่องประดับ



สุขภาพและ  
ความงาม



ของใช้  
ภายในบ้าน

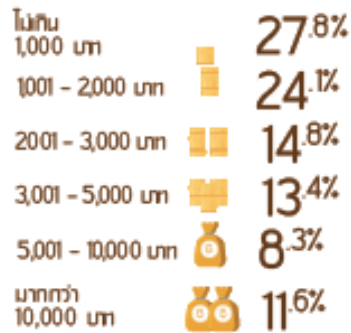


อุปกรณ์ไอที

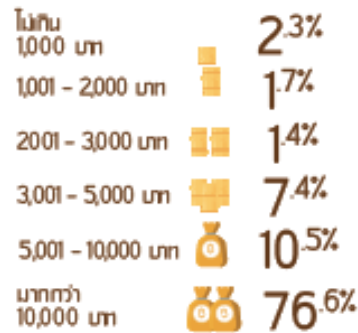


# มูลค่าการซื้อขายออนไลน์ ของสินค้า/บริการแต่ละประเภท

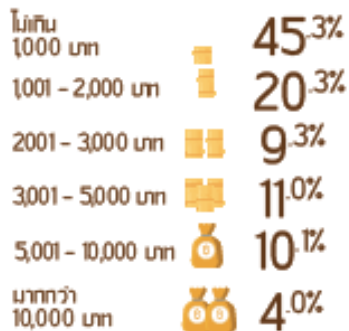
## สินค้าแม่และเด็ก



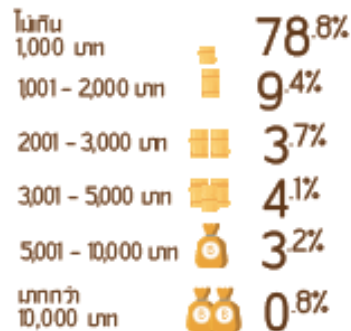
## การเงิน การลงทุน



## บันเทิง



## ดาวน์โหลด



## การเดินทางท่องเที่ยว



# จำนวนครั้งการซื้อออนไลน์เฉลี่ยในรอบ 6 เดือน ของสินค้า/บริการแต่ละประเภท



# ข้อมูลที่ผู้ซื้อให้กับผู้ขายสินค้า/บริการทางออนไลน์



ที่อยู่เพื่อใช้จัดส่งสินค้า  
90.6



ชื่อนามสกุลจริง  
89.5



หมายเลขโทรศัพท์  
73.0



อีเมล  
55.7



วันเดือนปีเกิด  
14.7

1928374650XXX

หมายเลขบัตรประชาชน  
8.6



อาชีพ  
5.5



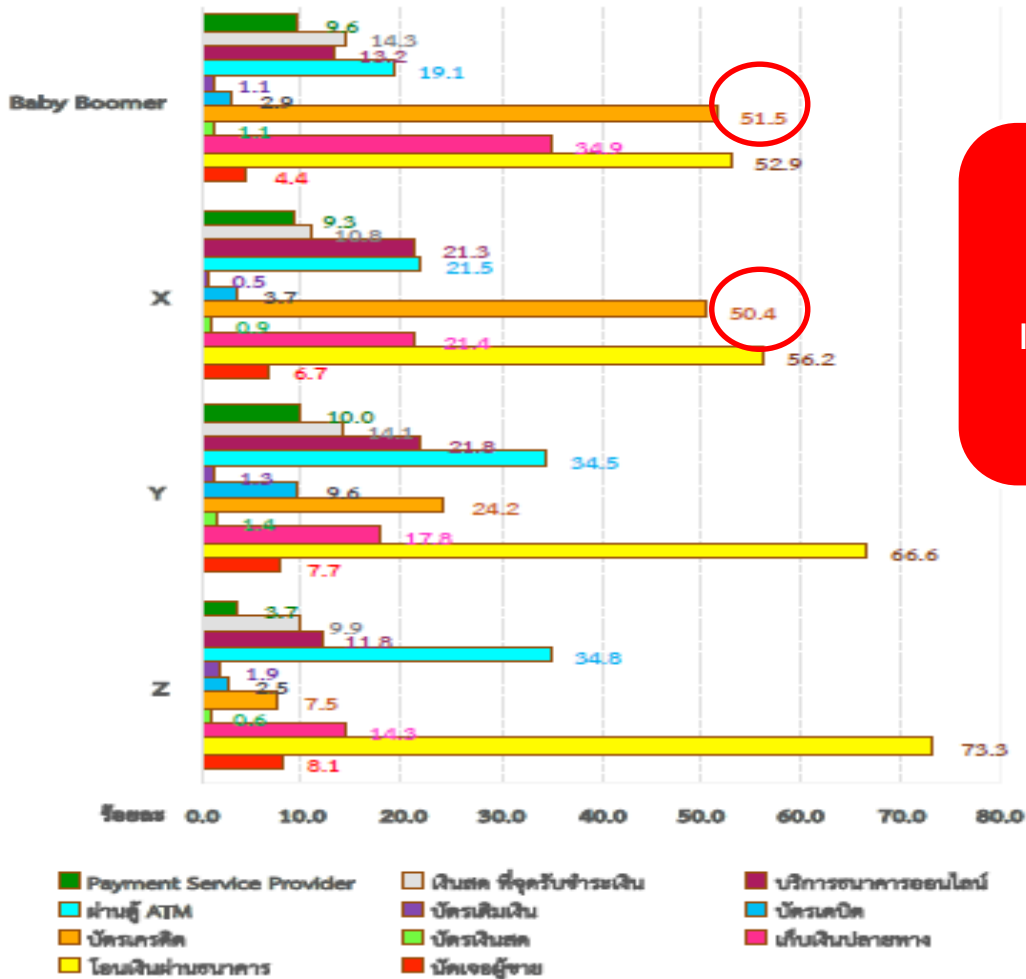
ระดับรายได้  
3.6

## สรุป. เตือนภัย !

การให้ข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญ อาจก่อให้เกิดความสูญเสียต่อการถูกนำข้อมูลไปใช้ และก่อให้เกิดความเสียหายภายหลัง  
จากการสำรวจ Baby Boomer และ Gen X เป็นกลุ่มที่สูญเสียในการให้ข้อมูลส่วนตัวมากที่สุด



# ช่องทางการชำระเงินของ GEN ต่างๆ



**Baby Boomer และ Gen X**  
นิยมใช้บัตรเครดิตในการชำระเงิน  
แต่ขาดความระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนตัวกับ  
ร้านค้าออนไลน์ !!!

# ปัญหาจากการซื้อสินค้า/บริการออนไลน์ และวิธีการร้องเรียน



## ปัญหาจากการซื้อสินค้า/บริการออนไลน์

## วิธีการร้องเรียนของผู้ซื้อออนไลน์







ศูนย์รับเรื่อง  
ร้องเรียน  
ออนไลน์  
BY ETDA

สายด่วน  
**02-123-1223**  
ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ออนไลน์  
สำหรับสมาชิกของเว็บไซต์ THAIEMARKET.COM

### เลือกเรื่องร้องเรียน

- |  |  |  |   |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|---|
| <br>สินค้าได้ช้า<br>รายละเอียด | <br>สินค้าไม่ครบ<br>รายละเอียด | <br>ไม่ได้สินค้า<br>รายละเอียด | <br>ไม่เหมือน<br>รายละเอียด | <br>ชำรุด<br>รายละเอียด | <br>ผิดกฎหมาย<br>รายละเอียด | <br>เรื่องอื่นๆ<br>รายละเอียด |
|--|--|--|---|---|---|---|

**ร้องเรียน**

พบกับเอกสารเผยแพร่อีกมากมายได้ที่

<https://www.etda.or.th/documents-for-download.html>



**เคล็ดลับนักช้อปออนไลน์ ฉบับ...รู้ทันภัยไซเบอร์**  
เผยแพร่: 18.12.2014 (8 เดือนที่  
ผ่านมา)  
ดาวน์โหลด: 872



**จุดประกาย สู่...เจ้าแก๊งออนไลน์ [e-Commerce StartUp!]**  
เผยแพร่: 11.12.2014 (8 เดือนที่  
ผ่านมา)  
ดาวน์โหลด: 2216



**ETDA e-Transactions 2013**  
เผยแพร่: 02.12.2014 (8 เดือนที่  
ผ่านมา)  
ดาวน์โหลด: 390



**ETDA Annual Report 2013**  
เผยแพร่: 22.10.2014 (9 เดือนที่  
ผ่านมา)  
ดาวน์โหลด: 552



**สรุปโครงสร้างกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์**  
เผยแพร่: 30.09.2014 (10 เดือนที่  
ผ่านมา)  
ดาวน์โหลด: 696



**ฉลาดรู้เน็ต**  
เผยแพร่: 05.09.2014 (11 เดือนที่  
ผ่านมา)  
ดาวน์โหลด: 1796



**เอกสารประกอบของ Thailand Internet User Profile 2015**  
เผยแพร่: 06.08.2014  
ดาวน์โหลด: 2973



**Thailand Internet User Profile 2015**  
เผยแพร่: 06.08.2014  
ดาวน์โหลด: 2973