

# สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	1
<b>บทที่ 2</b> รัฐวิสาหกิจก่อนทำธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	3
<b>2.1</b> ขนาดของเล็ก (จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และมูลค่าตลาดพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์)	3
2.1.1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	3
2.1.2 มูลค่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	7
<b>2.2</b> ลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	12
2.2.1 เพศและกลุ่มอายุ	12
2.2.2 ระดับการศึกษา	14
2.2.3 สถานภาพการทำงาน	15
2.2.4 มูลค่าการซื้อ	16
2.2.5 ประเภทสินค้าและบริการที่ซื้อ	18
2.2.6 วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการที่สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	23
2.2.7 เหตุผลที่ไม่ซื้อ	24
<b>บทที่ 3</b> รัฐวิสาหกิจประกอบการที่อยู่ในธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	28
<b>3.1</b> จำนวนร้านค้าออนไลน์	28
<b>3.2</b> ประเภทผู้ประกอบการ	31
<b>3.3</b> ประเภทอุตสาหกรรม	32
<b>3.4</b> ขนาดของธุรกิจ	38
<b>3.5</b> การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย)	39

<b>บทที่ 4</b>	<b>การส่งเสริมและสนับสนุนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากภาครัฐ</b>	<b>42</b>
<b>4.1</b>	<b>แนวทางและนโยบายการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ</b>	<b>43</b>
4.1.1	กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ระยะ พ.ศ. 2544-2553 ของประเทศไทย	43
4.1.2	แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) ของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556 (IT2010)	47
<b>4.2</b>	<b>โครงการสนับสนุนจากภาครัฐ</b>	<b>51</b>
4.2.1	โครงการจดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce Registration)	51
4.2.2	โครงการออกเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Trust Mark)	52
4.2.3	การจัดทำศูนย์รับร้องเรียนด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce Complain Hearing Center)	54
4.2.4	โครงการให้บริการการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace)	55
4.2.5	โครงการบริการ SMEs Online	56
	● eMarketPlace (ระบบสนับสนุนช่องทางตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์)	57
	● eBizNet (ระบบจัดช่องทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs)	58
<b>บทที่ 5</b>	<b>บทสรุป</b>	<b>64</b>
<b>5.1</b>	<b>ผู้ริโภค</b>	<b>64</b>
<b>5.2</b>	<b>ผู้ประกอบการ</b>	<b>65</b>
<b>5.3</b>	<b>ภาครัฐ</b>	<b>66</b>



## ภาคผนวก

67

1. นิยามความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

68

2. ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

70

3. ความหมายของ E - Auction

71

## บรรณานุกรม

72

# สารบัญภาพ



หน้า

## บทที่ 2

แผนภาพที่ 2-1	จำนวนประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป และจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2548 ถึง พ.ศ.2550	4
แผนภาพที่ 2-2	ร้อยละผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศต่าง ๆ ในปี พ.ศ.2550	5
แผนภาพที่ 2-3	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามภาค	7
แผนภาพที่ 2-4	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี พ.ศ.2549 และ พ.ศ.2550 จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการ	8
แผนภาพที่ 2-5	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภท B2C ในปี พ.ศ.2548 ถึง พ.ศ.2550 ของประเทศไทย	9
แผนภาพที่ 2-6	มูลค่าการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ ต่างประเทศ (พ.ศ.2549 ถึง พ.ศ.2553)	11
แผนภาพที่ 2-7	ร้อยละของประชากรที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	13
แผนภาพที่ 2-8	ร้อยละของประชากรที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามกลุ่มอายุ	13
แผนภาพที่ 2-9	ร้อยละของประชากรที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษา	14
แผนภาพที่ 2-10	ร้อยละของประชากรที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามสถานภาพการทำงาน	15
แผนภาพที่ 2-11	ร้อยละของประชากรจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ ทางอินเทอร์เน็ต (ใช้ 6,000 บาท เป็นจุดแบ่งพิจารณา)	16
แผนภาพที่ 2-12	ร้อยละของประชากรจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทาง อินเทอร์เน็ต	17
แผนภาพที่ 2-13	ร้อยละมูลค่าการซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตในรอบ 1 ปี (ประเทศมาเลเซีย พ.ศ.2548) 18	18

แผนภาพที่ 2-14 ร้อยละของประชากร จำแนกตามประเภทสินค้าและบริการที่เคยจองหรือซื้อ ทางอินเทอร์เน็ต	19
แผนภาพที่ 2-15 ร้อยละของประเภทสินค้าหรือบริการที่ซื้อบนอินเทอร์เน็ตของประเทศเกาหลีใต้ ในปี พ.ศ.2549	20
แผนภาพที่ 2-16 ร้อยละของประเภทสินค้าหรือบริการที่ซื้อบนอินเทอร์เน็ตของประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ.2550	21
แผนภาพที่ 2-17 เปรียบเทียบร้อยละของประเภทสินค้าหรือบริการที่ซื้อบนอินเทอร์เน็ตของ ประเทศไทย มาเลเซีย และเกาหลีใต้	22
แผนภาพที่ 2-18 ร้อยละของประชากร จำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้าและบริการที่สั่งซื้อ ทางอินเทอร์เน็ต	23
แผนภาพที่ 2-19 ร้อยละของประชากร จำแนกตามเหตุผลที่ไม่จองหรือซื้อสินค้าและบริการ ทางอินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย พ.ศ.2551)	24
แผนภาพที่ 2-20 เหตุผลที่ไม่จองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต (ประเทศมาเลเซีย พ.ศ.2550)	26

### บทที่ 3

แผนภาพที่ 3-1 ร้อยละของสถานประกอบการที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสารในการดำเนินงาน	29
แผนภาพที่ 3-2 จำนวนร้านค้าออนไลน์ของประเทศเกาหลีใต้ ในปี พ.ศ.2550	31
แผนภาพที่ 3-3 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภท ผู้ประกอบการ (พ.ศ.2551)	32
แผนภาพที่ 3-4 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามกลุ่ม อุตสาหกรรม (พ.ศ.2551)	33
แผนภาพที่ 3-5 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามขนาดธุรกิจ (พ.ศ.2551)	39

1

1

แผนภาพที่ 3-6 ตัวอย่างหน้าจอบริษัทสมาชิกผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย 41

## **บทที่ 4**

แผนภาพที่ 4-1 ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามกรอบนโยบาย เทคโนโลยีสารสนเทศ ระยะ พ.ศ.2544-2553 ของประเทศไทย	46
แผนภาพที่ 4-2 ตัวอย่างเครื่องหมาย Registered	51
แผนภาพที่ 4-3 ตัวอย่างเครื่องหมาย Verified	53
แผนภาพที่ 4-4 ตัวอย่างหน้าจอบริษัทรับเรื่องร้องเรียน เครื่องหมาย Verified	54
แผนภาพที่ 4-5 ตัวอย่างหน้าจอบริษัทบริการ eMarketPlace	57
แผนภาพที่ 4-6 ตัวอย่างหน้าจอบริษัทบริการ eBizNet	58



## บทที่ 2

- ตารางที่ 2-1 จำนวนและอัตราร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2551 จำแนกตามภาค 6
- ตารางที่ 2-2 ลักษณะของกลุ่มที่มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงและกลุ่มที่มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างต่ำ 27

## บทที่ 3

- ตารางที่ 3-1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทการจดทะเบียน 30
- ตารางที่ 3-2 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม และประเภทผู้ประกอบการ (พ.ศ.2551) 34
- ตารางที่ 3-3 จำนวนและร้อยละของตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจ B2B ในประเทศเกาหลีใต้ (ปี พ.ศ.2549) 35
- ตารางที่ 3-4 มูลค่าการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ ประเภท B2G ในประเทศเกาหลีใต้ โดยจำแนกตามอุตสาหกรรม (พ.ศ.2549) 36
- ตารางที่ 3-5 ร้อยละของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเวียดนาม จำแนกตาม ประเภทสินค้าและบริการ (พ.ศ.2549) 37

## บทที่ 4

- ตารางที่ 4-1 อันดับ และคะแนน e-Readiness ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ 49
- ตารางที่ 4-2 โครงการสนับสนุนของภาครัฐ และหน่วยงานรับผิดชอบ 59
- ตารางที่ 4-3 สรุปนโยบายภาครัฐในด้านต่างๆ ของต่างประเทศเปรียบเทียบกับประเทศไทย 61

BSTI DEPT. OF SCIENCE SERVICE  
สำนักหอสมุดฯ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิถียุโรป



1110012034

เลขหมู่	658.80285 ๗ 14 2552
เลขทะเบียน	19589
วันที่	11 พ.ค. 2553

105802

หน่วยงานเจ้าของเรื่อง

สำนักสถิติเศรษฐกิจสังคมและประชาคม 3

สำนักงานสถิติแห่งชาติ

โทรศัพท์ 0 2281 0333 ต่อ 1706 , 1709

โทรสาร 0 2282 1122

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ : [icfsurvey@nso.go.th](mailto:icfsurvey@nso.go.th)

หน่วยงานที่เผยแพร่

สำนักสถิติพยากรณ์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ถนนหลานหลวง เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

กทม. 10100

โทรศัพท์ 0 2281 0333 ต่อ 1413

โทรสาร 0 2281 6438

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ : [servicees@uso.go.th](mailto:servicees@uso.go.th)

ปีที่จัดพิมพ์

พ.ศ. 2552

จัดพิมพ์โดย

ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางกอกบลิ๊อค

โทร 0 2281 2055, 0 2281 5089