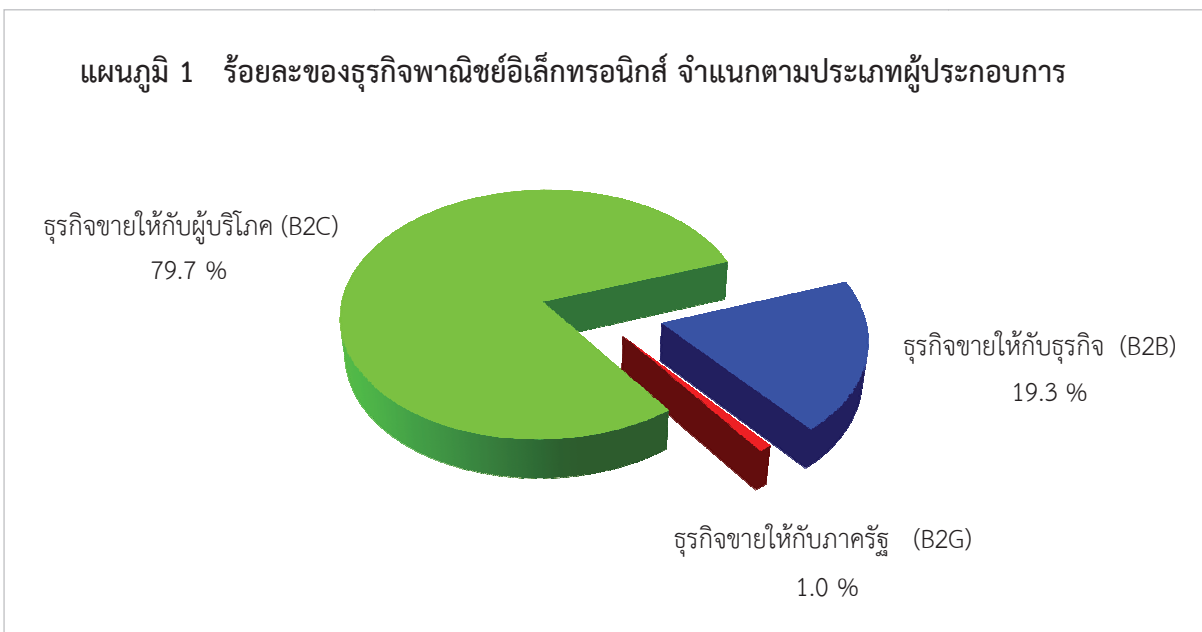


สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ทำการสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องทุกปีตั้งแต่ปี 2550 และครั้งนี้เป็นการสำรวจครั้งที่ 7 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบสถานภาพของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุน เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดนโยบาย วางแผนจัดหามาตรการต่างๆ ในการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาศักยภาพด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และสามารถแข่งขันทางการค้าได้ในระดับสากลตลอดจนใช้ประโยชน์ในการติดตามประเมินผลการพัฒนาที่ผ่านมา ในขณะเดียวกันภาคเอกชนก็สามารถใช้ประโยชน์จากการสำรวจนี้เป็นแนวทางในการขยายตลาดการปรับตัวในการแข่งขันได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการระหว่างเดือนมีนาคม - พฤษภาคม 2556 โดยส่งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติออกไปสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ของสถานประกอบการ/ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้น ธุรกิจประเภทบริษัทหลักทรัพย์ และจัดการกองทุนรวม) ที่มีที่ตั้งแน่นอนหรือมีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่เนื่องจากสถานประกอบการและผู้ประกอบการบางรายไม่ให้ข้อมูล จึงต้องมีการประมาณค่าทางสถิติ เพื่อให้ข้อมูลที่นำเสนอเป็นค่าประมาณสำหรับประชากรที่อยู่ในขอบข่ายของการสำรวจ

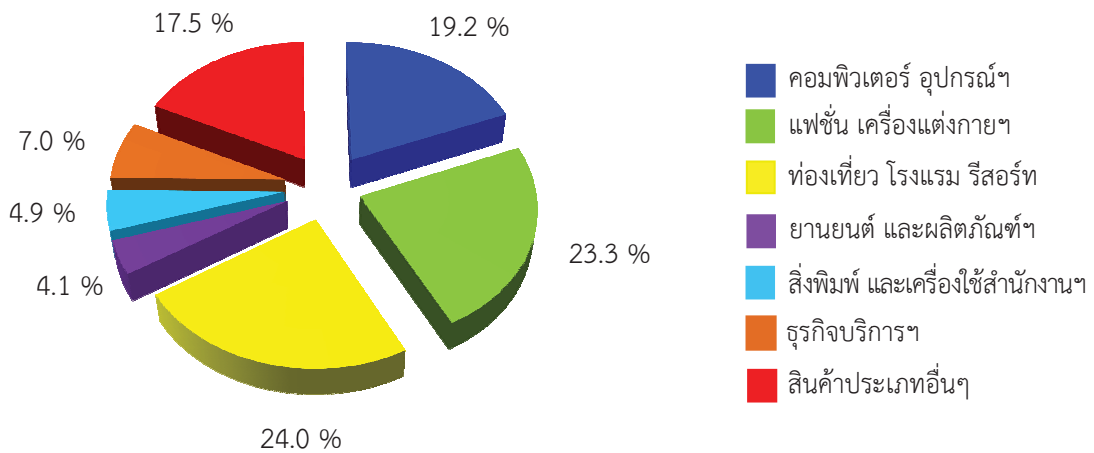
ผลจากการสำรวจ สรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



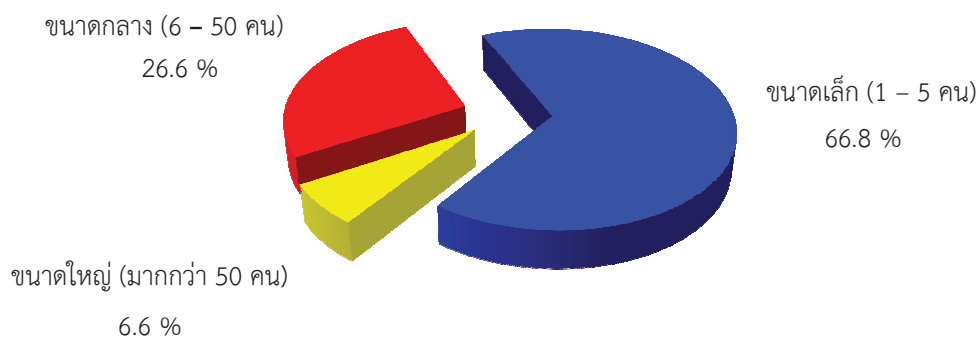
ธุรกิจ e-Commerce ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการประเภท B2C ร้อยละ 79.7 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการประเภท B2B ร้อยละ 19.3 ส่วนผู้ประกอบการประเภท B2G ที่ไม่นับรวมการรับงานจัดซื้อ จัดจ้างจากภาครัฐ โดยการ e-Auction นั้นจะมีเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้น (แผนภูมิ 1)

แผนภูมิ 2 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทธุรกิจหลัก



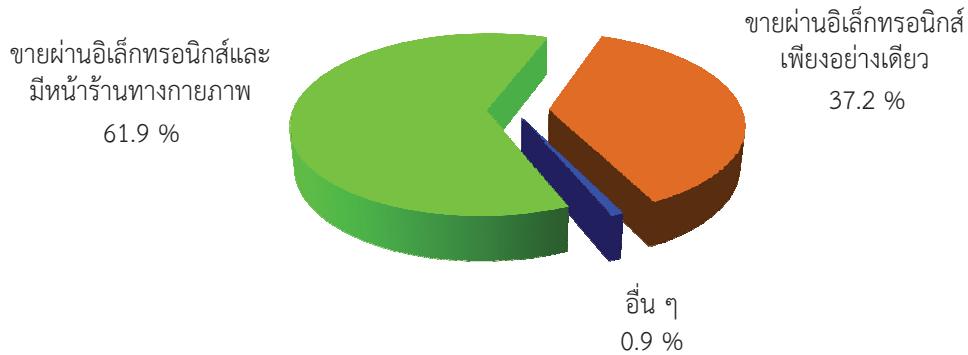
ในภาพรวมของธุรกิจ e-Commerce ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มท่องเที่ยว โรงแรม และรีสอร์ท (ร้อยละ 24.0) รองลงมาเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 23.3) กลุ่มคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 19.2) กลุ่มธุรกิจบริการ (ร้อยละ 7.0) กลุ่มสิ่งพิมพ์/เครื่องใช้สำนักงาน (ร้อยละ 4.9) กลุ่มยานยนต์และผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 4.1) ส่วนกลุ่มสินค้าประเภทอื่นๆ (ร้อยละ 17.5) (แผนภูมิ 2)

แผนภูมิ 3 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามขนาดของธุรกิจ



ถ้าจำแนกธุรกิจตามขนาดของสถานประกอบการ โดยใช้จำนวนคนทำงานเต็มเวลาเป็นเกณฑ์ พบว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (มีคนทำงาน 1-5 คน) ร้อยละ 66.8 ธุรกิจขนาดกลางมีคนทำงาน (6-50 คน) ร้อยละ 26.6 ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ (มีคนทำงานมากกว่า 50 คน) มีเพียงร้อยละ 6.6 เท่านั้น (แผนภูมิ 3)

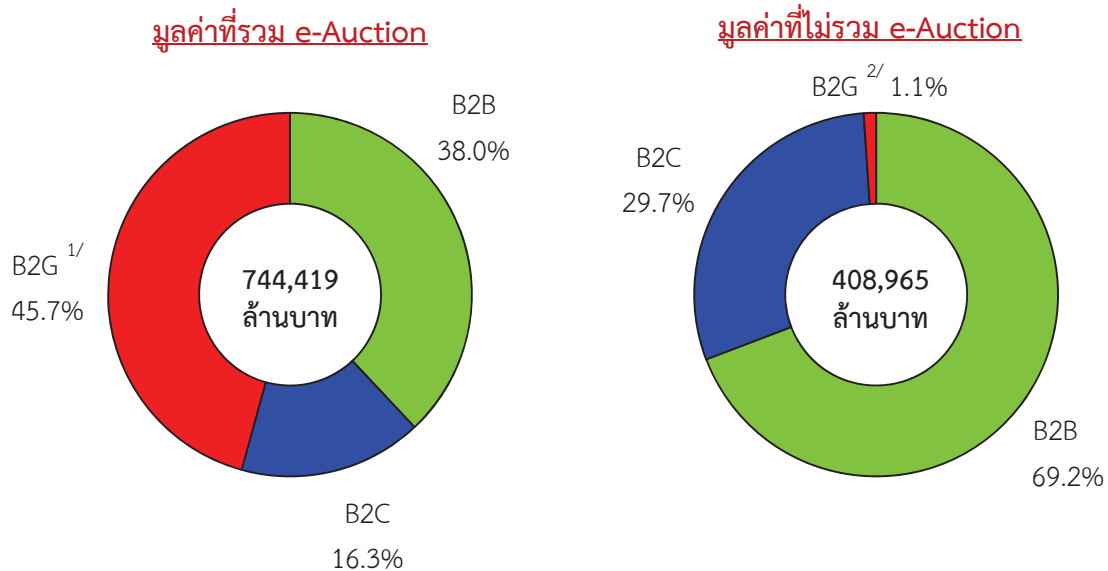
แผนภูมิ 4 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามลักษณะการขายสินค้าและบริการ



ธุรกิจ e-Commerce ทั้งสิ้น ขายสินค้าและบริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์และมีขายหน้าร้านด้วย ร้อยละ 61.9 ส่วนที่ขายผ่านอิเล็กทรอนิกส์อย่างเดียว มีร้อยละ 37.2 ส่วนที่เหลือร้อยละ 0.9 ขายผ่านอิเล็กทรอนิกส์ร่วมกับการขายในลักษณะอื่น เช่น ส่งพนักงานออกไปขายตรง หรือฝากขาย เป็นต้น (แผนภูมิ 4)

2. ผลการประกอบการ

แผนภูมิ 5 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในรอบปีที่ผ่านมา (ปี 2555) จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการ



หมายเหตุ : 1/ มูลค่าได้จากการสำรวจ รวมกับ มูลค่าที่เกิดจากการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ(e-Auction)
2/ มูลค่าที่ได้จากการสำรวจ

ในรอบปีที่ผ่านมา (ปี 2555) ธุรกิจ e-Commerce มียอดขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ประมาณ 744,419 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นยอดขายของผู้ประกอบการ B2B ประมาณ 282,946 ล้านบาท (ร้อยละ 38.0) ผู้ประกอบการ B2C ประมาณ 121,392 ล้านบาท (ร้อยละ 16.3) และผู้ประกอบการ B2G ประมาณ 340,081 ล้านบาท (ร้อยละ 45.7) โดยในส่วนของผู้ประกอบการ B2G ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ มูลค่าที่ได้จากการสำรวจ ซึ่งเป็นมูลค่าที่เกิดจากผู้ประกอบการทำธุรกิจ e-Commerce กับหน่วยงานภาครัฐ โดยตรงไม่ผ่าน e-Auction ประมาณ 4,627 ล้านบาท (ร้อยละ 0.6) และมูลค่าที่เกิดจากการจัดซื้อจัดจ้าง โดยวิธีการประมูลงานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของภาครัฐ (e-Auction) ที่ได้ข้อมูลจากกรมบัญชีกลาง จำนวน 335,454 ล้านบาท (ร้อยละ 45.1)

ส่วนตลาดของธุรกิจ e-Commerce (ไม่รวม e-Auction ของภาครัฐ) จะเป็นตลาดที่ขายในประเทศ ประมาณร้อยละ 81.0 ของมูลค่าขายทั้งสิ้น ส่วนที่ขายไปยังตลาดต่างประเทศประมาณร้อยละ 19.0 (ตาราง 1)

ตาราง 1 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบปีที่ผ่านมา (ปี 2555) จำแนกตามประเภทการขายของผู้ประกอบการ

| การขาย | มูลค่า (ล้านบาท) | ร้อยละ |
|---|------------------|--------------|
| มูลค่าขายรวม | 744,419 | 100.0 |
| จากการสำรวจ | 408,965 | 54.9 |
| B2B | 282,946 | 38.0 |
| B2C | 121,392 | 16.3 |
| B2G | 4,627 | 0.6 |
| จากการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (e-Auction)^{1/} | 335,454 | 45.1 |
| ตลาดที่ขาย^{2/} | 408,965 | 100.0 |
| ในประเทศ | 331,150 | 81.0 |
| ต่างประเทศ | 77,815 | 19.0 |

หมายเหตุ : 1/ ข้อมูลที่ได้จากกรมบัญชีกลาง

2/ ไม่รวมมูลค่าที่เกิดจากการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (e-Auction) ที่ได้ข้อมูลจากกรมบัญชีกลาง

สำหรับวิธีที่ใช้ในการดูแลลูกค้าของธุรกิจ e-Commerce พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ (Call Center) คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองลงมาใช้อีเมลหรือการส่งคำถามผ่านหน้าเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 72.7 ใช้ Social media เช่น facebook, twitter ร้อยละ 23.8 ใช้ระบบสนทนาลูกค้าแบบ Live Chat เช่น MSN, Skype, Gtalk ฯลฯ ร้อยละ 15.2