



**UTCC** University of  
the Thai Chamber  
of Commerce

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



**UTCC**  
Institute of  
Trade Strategies  
สถาบันยุทธศาสตร์การค้า

# Chamber Business Poll

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
และหอการค้าไทย



โทรศัพท์ 0-2697-6357  
อีเมล its.utcc@gmail.com

# พฤติกรรมการใช้จ่ายออนไลน์ ของผู้บริโภคในช่วงโควิด-19

จำนวน 1,217 ตัวอย่าง (ทั่วประเทศ )  
วันที่สำรวจ 24-28 พฤษภาคม 2564

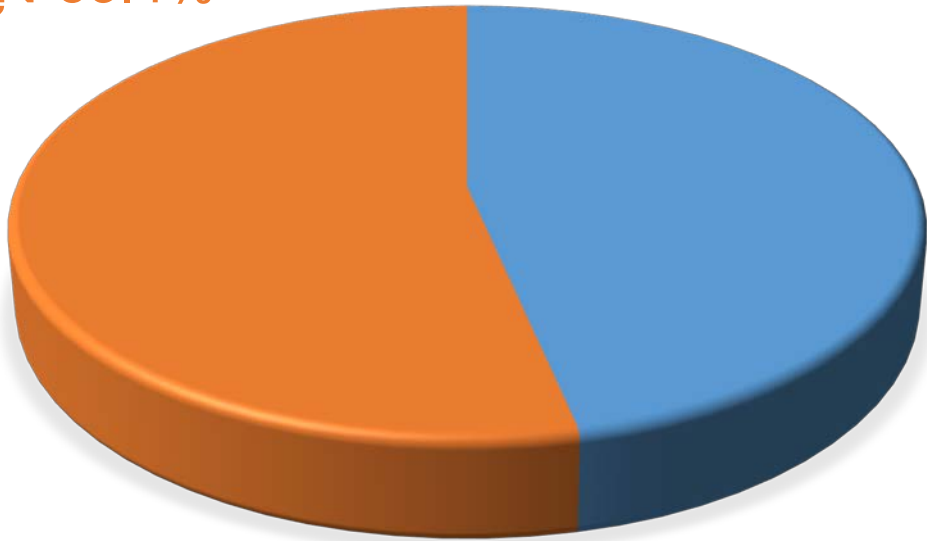


# - ข้อมูลทั่วไป -

เพศ

หญิง 53.4%

ชาย 46.6%



อายุ

ระดับอายุ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6.3
20-29 ปี	25.4
30-39 ปี	30.0
40-49 ปี	21.7
50-59 ปี	13.8
60 ปีขึ้นไป	2.8
รวม	100.0

# - ข้อมูลทั่วไป -

## การศึกษา

ระดับการศึกษา	ร้อยละ
ประถมศึกษา	3.6
มัธยมต้น	7.5
มัธยมปลาย/ปวช.	12.2
อนุปริญญา/ปวส.	16.4
ปริญญาตรี	49.2
สูงกว่าปริญญาตรี	11.1
รวม	100.0

## อาชีพ

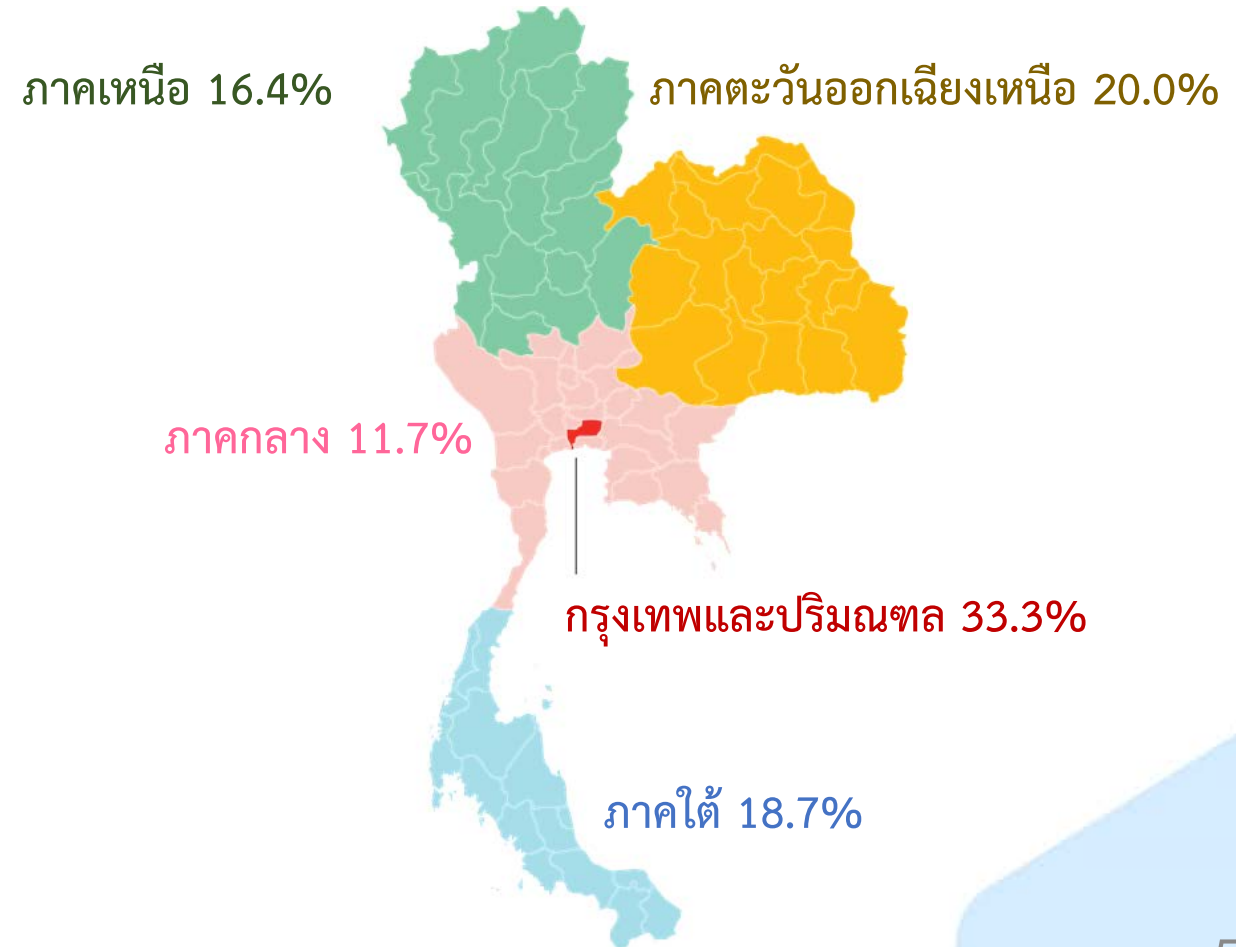
อาชีพ	ร้อยละ
กำลังศึกษา	11.6
ไม่ได้ทำงาน	6.0
รับจ้างรายวัน	12.6
พนักงานเอกชน	25.2
รับราชการรัฐวิสาหกิจ	15.6
เจ้าของกิจการ	24.7
แม่บ้าน	3.5
อื่นๆ	0.7
รวม	100.0


# - ข้อมูลทั่วไป -

## รายได้ต่อเดือน

## ภูมิภาค

ระดับการศึกษา	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	16.3
5,000-10,000 บาท	16.9
10,001-20,000 บาท	18.5
20,001-30,000 บาท	16.8
30,001-40,000 บาท	16.2
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	15.3
รวม	100.0



พฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการ  
ออนไลน์ของผู้บริโภค  
ในช่วงการระบาดของโควิด-19 



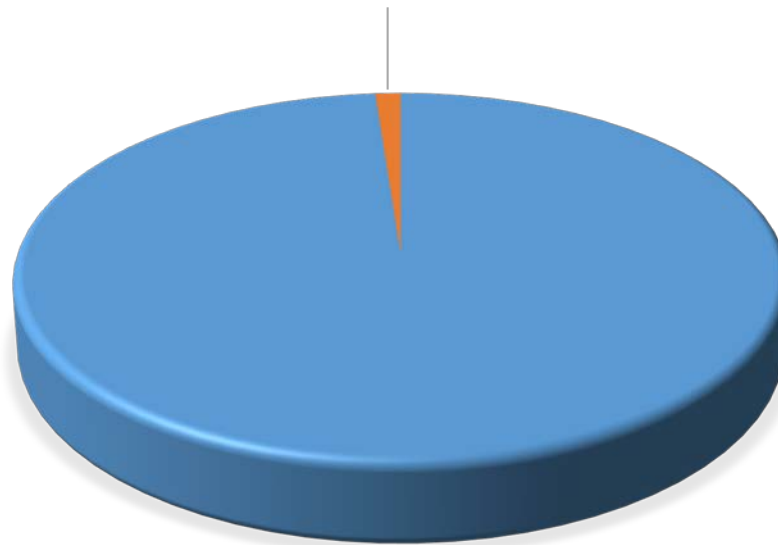
สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Institute of Trade Strategies

University of the Thai Chamber of Commerce

# ปัจจุบัน ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง

ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต 1.2%  
ใช้อินเทอร์เน็ต 98.8%



ช่วงวัย	ใช้เวลาเฉลี่ย/วัน
Gen Z (อายุต่ำกว่า 19 ปี)	9 ชั่วโมง 25 นาที
Gen Y (อายุระหว่าง 19-38 ปี)	7 ชั่วโมง 30 นาที
Gen X (อายุระหว่าง 39-54 ปี)	5 ชั่วโมง 30 นาที
BabyBoomer(อายุระหว่าง 55-73 ปี)	3 ชั่วโมง 31 นาที

สาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	ร้อยละ
เล่นไม่เป็น	86.6
เล่นไม่เก่ง ไม่ชำนาญ	13.4
รวม	100.0

เฉลี่ย 6 ชั่วโมง 30 นาที

# กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

กิจกรรม	ร้อยละ	
ใช้ Social Media	17.7	①
ติดต่อสื่อสารออนไลน์	14.5	②
ซื้อสินค้าออนไลน์	12.5	③
ดูโทรทัศน์/ดูหนัง/ฟังเพลง	11.0	④
ค้นหาข้อมูลออนไลน์	8.9	
อ่านข่าวสาร/บทความ/หนังสือพิมพ์	8.9	
ชำระเงินสินค้าและบริการ	8.2	
รับ-ส่งอีเมล	5.5	
เรียนออนไลน์	5.2	
บริการสั่งอาหาร	4.4	



# กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (แยกตาม Generation)

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

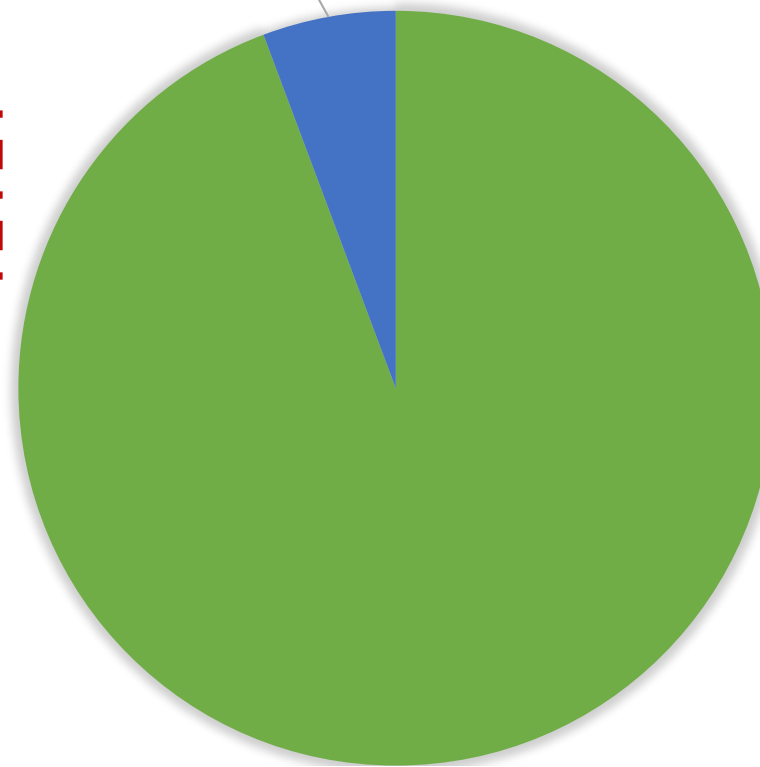
Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

# ใช้จ่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

ไม่มี/ไม่เคย 5.7%

มี/เคย 94.3%



สาเหตุที่ไม่ใช้จ่ายออนไลน์	ร้อยละ
ไม่เชื่อมั่นในร้านค้าออนไลน์ กลัวโดนหลอก	29.0
กลัวสินค้าที่สั่งไม่เป็นไปตามที่คิด	26.1
ไม่ได้สัมผัส/ไม่ได้ลองก่อนซื้อ	18.8
ใช้อุปกรณ์ในการสั่งซื้อสินค้าไม่เป็น	15.9
ซื้อหน้าร้านสะดวกและรวดเร็วกว่า	7.2
ไม่มีสินค้าที่ต้องการ	2.9
รวม	100.0

ใช้จ่ายออนไลน์	ร้อยละ
ใช้จ่ายด้านสินค้า	25.2
ใช้จ่ายด้านบริการ	25.4
เคยใช้จ่ายทั้ง 2 ด้าน	49.4
รวม	100.0

(Gen Z) ใช้จ่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



(Gen Y) ใช้จ่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(Gen X) ใช้จ่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(Baby Boomer) ใช้จ่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# ช่วงวิกฤติโควิด-19 ซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางใดบ่อยที่สุด

## ระลอกแรก 🦠

(ต้นเดือน ม.ค. 63)

ช่องทาง	ร้อยละ
ซื้อจากหน้าร้าน	75.0
ซื้อทางออนไลน์	19.3
เท่าๆกัน	5.7
รวม	100.0

## ระลอกสอง 🦠🌿

(กลางเดือน ธ.ค. 63)

ช่องทาง	ร้อยละ
ซื้อจากหน้าร้าน	45.4
ซื้อทางออนไลน์	26.7
เท่าๆกัน	27.9
รวม	100.0

## ระลอกสาม 🦠🌿🦠

(เม.ย. 64 - ปัจจุบัน)

ช่องทาง	ร้อยละ
ซื้อจากหน้าร้าน	38.9
ซื้อทางออนไลน์	49.3
เท่าๆกัน	11.8
รวม	100.0

(Gen Z) ช่วงวิกฤติโควิด-19 ซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางใดบ่อยที่สุด

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



(Gen Y) ช่วงวิกฤติโควิด-19 ซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางใดบ่อยที่สุด

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(Gen X) ช่วงวิกฤติโควิด-19 ซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางใดบ่อยที่สุด

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(Baby Boomer) ช่วงวิกฤติโควิด-19 ซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางใดบ่อยที่สุด

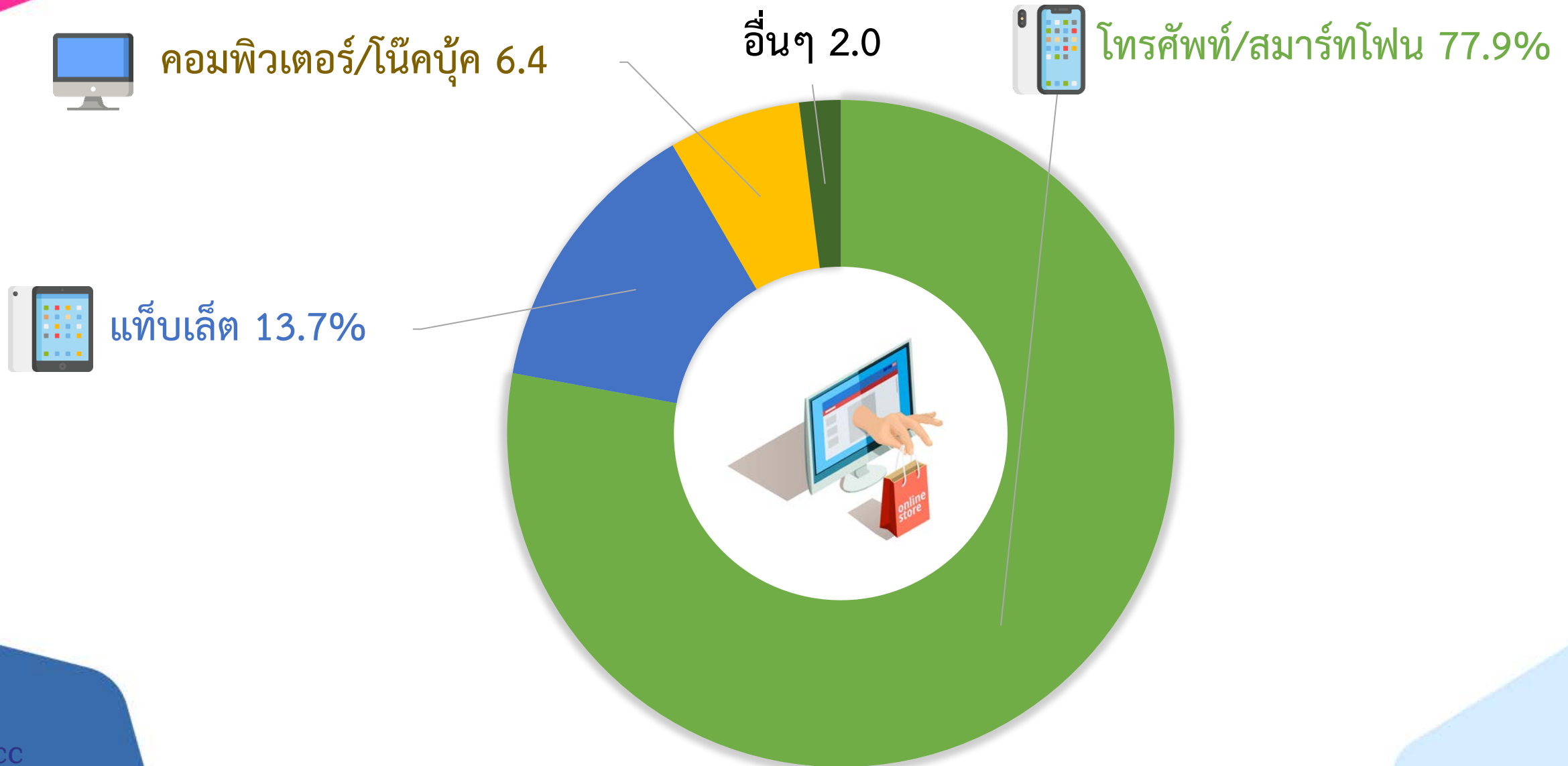
## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

# อุปกรณ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์



อุปกรณ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ (แยกตาม Generation)

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## Social Media

ความถี่	ร้อยละ	ช่องทาง	ร้อยละ
เป็นประจำทุกวัน	75.6	Facebook	75.6
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	1.3	Line	31.0
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	2.4	Instagram	21.4
2 สัปดาห์ครั้ง	2.4	Twitter	2.1
เดือนละ 1 ครั้ง	11.1	รวม	100.0
มากกว่า 1 เดือน	7.2		
รวม	100.0		

## Market Place

ความถี่	ร้อยละ	ช่องทาง	ร้อยละ
เป็นประจำทุกวัน	13.0	Shopee	36.8
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	28.1	Lazada	28.6
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	8.5	7-Eleven	17.4
2 สัปดาห์ครั้ง	15.6	Taobao	6.7
เดือนละ 1 ครั้ง	24.0	Alibaba	5.3
มากกว่า 1 เดือน	10.8	JD Central	3.2
รวม	100.0	Amazon	1.9
		Oshopping	0.1
		รวม	100.0



# ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ (ต่อ)

## Application

ความถี่	ร้อยละ	ช่องทาง	ร้อยละ
เป็นประจำทุกวัน	21.1	Grab	42.0
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	35.8	Food Panda	34.5
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	19.1	Line Man	19.8
2 สัปดาห์ครั้ง	8.7	Gojek	2.6
เดือนละ 1 ครั้ง	7.9	อื่นๆ	1.0
มากกว่า 1 เดือน	7.4	รวม	100.0
รวม	100.0		

## Travel

ความถี่	ร้อยละ	ช่องทาง	ร้อยละ
เป็นประจำทุกวัน	1.2	Traveloka	50.5
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	1.0	Agoda	37.4
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	1.0	Skycanner	11.9
2 สัปดาห์ครั้ง	9.1	อื่นๆ	0.2
เดือนละ 1 ครั้ง	26.7	รวม	100.0
มากกว่า 1 เดือน	61.0		
รวม	100.0		





(Gen Z) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





# (Gen Z) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





# (Gen Y) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# (Gen Y) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





# (Gen X) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# (Gen X) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





(Baby Boomer) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# (Baby Boomer) ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

ปัจจัย	ระดับ				Generation (ค่าเฉลี่ย)			
	(1) ไม่มีผลเลย	(2-3) น้อย	(4) ปานกลาง	(5-6) มาก	Gen Z	Gen Y	Gen X	Baby Boomer
ราคา	1.0	5.8	27.5	65.8	5.5	4.7	4.8	4.8
ความสะดวก	0.0	0.7	22.6	76.7	5.4	5.1	4.9	5.1
รวดเร็ว ประหยัดเวลา	0.0	8.9	22.3	68.8	4.6	4.7	4.8	5.0
ยี่ห้อ/ตราสินค้า	3.7	22.2	21.2	52.9	3.3	4.1	4.4	4.7
ค่าขนส่งถูก/บางร้านส่งฟรี	0.3	5.2	26.3	68.3	4.5	4.8	4.9	5.0
ระบบการชำระเงินง่าย	6.0	12.8	20.6	60.6	4.5	4.4	4.4	4.9
หลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน	0.3	4.8	26.1	68.8	5.4	4.9	4.8	5.1
เปรียบเทียบราคาสินค้ากับเจ้าอื่นได้	0.6	7.5	23.1	68.7	4.9	4.7	4.8	4.9
โปรโมชั่น	0.5	6.4	19.8	73.3	4.9	4.8	4.9	5.0
ผู้ซื้อรับรอง/มีรีวิวที่ดี	4.4	12.7	14.0	69.0	4.6	4.5	4.6	4.9

หมายเหตุ: 1 = ไม่มีผลเลย, 2 = น้อยที่สุด, 3 = น้อย, 4 = ปานกลาง, 5 = มาก, 6 = มากที่สุด



# ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ (แยกตาม Generation)



## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

โปรแมชชีน	0.0	2.4	14.3	83.3	เบรแมชชีน	0.8	8.0	19.7	71.5
ผู้ซื้อรับรอง/มีรีวิวที่ดี	2.4	19.0	11.9	66.7	ผู้ซื้อรับรอง/มีรีวิวที่ดี	4.7	14.2	13.9	67.1

# ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ (แยกตาม Generation)



## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย












Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)




โปรแมชชีน	0.3	4.9	20.7	74.1
ผู้ซื้อรับรอง/มีรีวิวที่ดี	4.4	11.2	15.6	68.8

เบรแมชชีน	0.0	3.1	19.4	77.6
ผู้ซื้อรับรอง/มีรีวิวที่ดี	3.1	5.1	9.2	82.7

# การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

หมวดสินค้า รายการสินค้า		งบประมาณเฉลี่ย (บาท)	เปรียบเทียบกับช่วงก่อนระบาดระลอก 3 <small>หน่วย : ร้อยละ</small>			
			ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	เพิ่มขึ้น	%การเปลี่ยนแปลง
	เครื่องใช้ไฟฟ้า	1,962.5	25.4	53.2	21.4	-0.3
	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	1,617.5	30.5	48.0	21.5	-3.5
	เสื้อผ้าและแฟชั่น	1,258.5	32.5	38.0	29.5	-3.8
	เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ภายในบ้าน	2,231.4	20.5	61.8	17.5	1.2
	อาหารและเครื่องดื่ม	1,588.4	22.3	38.3	39.4	7.0
	เครื่องสำอางและความงาม	1,335.1	29.5	43.4	27.1	1.3
	อุปกรณ์กีฬา	1,622.8	31.4	50.2	18.3	-3.4
	เครื่องประดับ	1,323.9	25.1	54.9	20.1	-0.4
	อุปกรณ์ยานยนต์	2,236.1	23.1	59.6	17.3	0.1
	อุปกรณ์ป้องกันโควิด-19	1,545.0	43.4	13.9	42.7	2.6
	ยาเวชภัณฑ์และอาหารเสริม	1,665.1	38.2	42.6	19.2	-5.9
	พืชผัก ไม้ดอกและไม้ประดับ	1,402.8	32.7	54.7	12.7	-10.7

# การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ (ต่อ)

หมวดบริการ รายการสินค้า		งบประมาณเฉลี่ย (บาท)	เปรียบเทียบกับช่วงก่อนระบาดระลอก 3 <small>หน่วย : ร้อยละ</small>			
			ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	%การเปลี่ยนแปลง
	รับส่งพัสดุ-เอกสาร- อาหาร/เครื่องดื่ม	1,159.4	26.4	49.0	24.6	2.3
	รับส่งผู้โดยสาร	1,229.6	33.8	54.4	11.8	-9.9
	บริการฝากซื้อสินค้า	1,039.18	30.0	56.5	13.6	-6.7



# Gen Z การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

หมวดสินค้า

เปรียบเทียบ (ปี 2022)

เปรียบเทียบกับช่วงก่อนระบาดระลอก 3

หน่วย : ร้อยละ

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ยาเวชภัณฑ์และอาหารเสริม

41.2

55.9

2.9

-10.4



พืชผัก ไม้ดอกและไม้ประดับ

12.5

83.3

4.2

-0.5

# Gen Z การใช้ง่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# Gen Y การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

หมวดสินค้า

เปรียบเทียบเดือน (ปี ๒๐๒๑)

เปรียบเทียบกับช่วงก่อนระบาดระลอก 3

หน่วย : ร้อยละ

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ยาเวชภัณฑ์และอาหารเสริม

1,497.7

42.8

42.2

15.0

-8.4



พืชผัก ไม้ดอกและไม้ประดับ

1,236.1

31.9

58.3

9.8

-11.1

39

# Gen Y การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





# Gen X การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

หมวดสินค้า

เปรียบเทียบ (ปี ๒๕๖๓)

เปรียบเทียบกับช่วงก่อนระบาดระลอก 3

หน่วย : ร้อยละ

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ยาเวชภัณฑ์และอาหารเสริม

2,028.8

30.3

37.9

31.8

-0.1



พืชผัก ไม้ดอกและไม้ประดับ

1,907.2

45.3

32.1

22.6

-12.9

# Gen X การใช้ง่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# Baby Boomer การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

หมวดสินค้า

เปรียบเทียบ (ปี 2022)

เปรียบเทียบกับช่วงก่อนระบาดระลอก 3

หน่วย : ร้อยละ

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ยาเวชภัณฑ์และอาหารเสริม

2,321.4

21.4

53.6

25.0

0.0



พืชผัก ไม้ดอกและไม้ประดับ

880.0

20.0

40.0

40.0

3.3

# Baby Boomer การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# ช่องทางการชำระเงินสินค้าและบริการทางออนไลน์

ช่องทาง	ร้อยละ
ชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร	32.0 ①
ชำระเงินปลายทาง	28.1 ②
บัตรเครดิต/เดบิต	20.1 ③
โอนเงินชำระผ่านบัญชีธนาคาร	11.5
ชำระเงินผ่าน PayPal	4.6
ชำระผ่านเคาท์เตอร์เซอร์วิส	2.0
ชำระเงินผ่าน ATM	1.7

# ช่องทางการชำระเงินสินค้าและบริการทางออนไลน์ (แยกตาม Generation)

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

เซอร์วิส

ชำระเงินผ่าน ATM

1.2

ชำระผ่านเคาท์เตอร์  
เซอร์วิส

2.2

เซอร์วิส

ชำระเงินผ่าน ATM

0.8

# ช่วงระยะเวลาที่ทำการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงระยะเวลา	ระดับ			
	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	เพิ่มขึ้น	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท)
ช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19	16.1	72.1	11.8	3,088.4
ช่วงระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (ระลอกแรก)	18.4	49.8	31.8	3,536.9
ช่วงระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (ระลอกสอง)	28.0	51.8	20.2	3,570.1
ช่วงระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (ระลอกสาม)	21.7	42.0	36.3	3,890.3
ช่วงสิ้นสุดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (ฉีดวัคซีนทั่วประเทศ)	34.7	40.5	24.8	3,532.0

หน่วย : ร้อยละ

# Gen Z ช่วงระยะเวลาที่ทำการซื้อสินค้าและบริการทาง



## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(ฉีดวัคซีนทั่วประเทศ)



# Gen Y ช่วงระยะเวลาที่ทำการซื้อสินค้าและบริการทาง



## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(จัดทําขึ้นทวประเทศ)

# Gen X ช่วงระยะเวลาที่ทำการซื้อสินค้าและบริการทาง



## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(จัดทําขึ้นทวประเทศ)

# Baby Boomer ช่วงระยะเวลาที่ทำการซื้อสินค้าและ



## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม


กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

(จัดทําขึ้นทวประเทศ)

# ท่านเริ่มทำการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาใดของ ความรุนแรงการเกิดวิกฤติโควิด-19

ช่วงระยะเวลา	ร้อยละ
เมื่อทราบถึงผู้ติดเชื้อโควิด-19 เข้ามาภายในประเทศ (ม.ค.-ก.พ. 63)	16.9
เมื่อติดเชื้อโควิด-19 เริ่มกระจายไปในวงกว้าง มีผู้ติดเชื้อมากขึ้น และเสียชีวิตภายในประเทศ (มี.ค. 63)	40.5 
เมื่อการแพร่ระบาดเกิดขึ้นไปทั่วประเทศ ทว่าการเริ่มประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน (หลังจาก 26 มี.ค. 63)	15.0
เมื่อเกิดคลัสเตอร์สถาบันเที่ยงานท่องเที่ยวและอื่นๆ (3 เม.ย. 63)	10.8
ยังซื้อเท่าเดิม ความรุนแรงไม่มีผลต่อการซื้อของออนไลน์	16.8
รวม	100.0

ท่านเริ่มทำการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาใดของความรุนแรงการ  
เกิดวิกฤติโควิด-19

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

ออนไลน์	
รวม	100.0

ท่านเริ่มทำการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาใดของความรุนแรงการ  
เกิดวิกฤติโควิด-19

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email its.utcc@gmail.com

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

ออนไลน์

รวม

100.0

ออนไลน์

รวม

100.0

# การใช้จ่ายออนไลน์ เมื่อเทียบกับช่วงการระบาดกับ หลังสิ้นสุดการระบาดโควิด-19

การใช้จ่าย	ร้อยละ	เฉลี่ย (บาท)
ใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น	11.1	1,809.59
ใช้จ่ายน้อยลง	12.0	2,496.15
ใช้จ่ายมากขึ้น	30.5	2,872.91
ยังใช้จ่ายเหมือนเดิม	46.5	
รวม	100.0	

แหล่งที่มาของรายได้	ร้อยละ
เงินเดือน/รายได้ตามปกติ	93.9
เงินออม	3.9
โบนัส/รายได้พิเศษ	2.0
รวม	100.0

การใช้จ่ายออนไลน์ เมื่อเทียบกับช่วงการระบาดกับ

และด้วยสถานการณ์โควิด-19

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# บริษัทที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้า (E-Logistics)

บริษัทขนส่ง		ร้อยละ	เหตุผลที่เลือกบริการขนส่ง	ร้อยละ
 Kerry Express	26.0	①	ส่งเร็ว และใช้งานสะดวก	25.2 ①
 ไปรษณีย์ไทย	24.2	②	มีศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ/ทั่วโลก	22.5 ②
 Flash Express	17.4	③	พื้นที่ให้บริการครอบคลุม	14.3 ③
 Lalamove	10.1		ราคาเริ่มต้นถูก	14.1
 Grab Express	10.0		มีวงเงินประกัน	11.9
 SCG Express	3.6		ระยะเวลาในการจัดส่ง 1-2 วันทำการ	11.8
 Line Man	3.4			
 Alpha	2.3			
 DHL Express	2.3			
			รวม	100.0



# Gen Z บริษัทที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้า (E-Logistics)

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# Gen Y บริษัทที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้า (E-Logistics)

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# Gen X บริษัทที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้า (E-Logistics)

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



# Baby Boomer บริษัทที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้า (E-Logistics)

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

# อุปสรรคและปัญหาจากการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

ช่องทาง	ร้อยละ	
สินค้าชำรุด/เสียหาย	29.7	①
ระยะเวลาขนส่งล่าช้า	20.4	②
สินค้าที่ได้รับมาไม่ตรงปก	18.4	③
กลัวโดนหลอก	17.5	
ไม่มีรีวิว/ให้คอมเมนต์	13.9	
รวม	100.0	

## หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กรุณาติดต่อ สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tel. 0-2697-6357 | Email [its.utcc@gmail.com](mailto:its.utcc@gmail.com)

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการและนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

# สิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนการใช้จ่ายอีคอมเมิร์ซ

ประเด็น	ร้อยละ
ปรับปรุง พัฒนาระบบบริการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์	33.6 ①
ปรับลดภาษีสำหรับคนทำธุรกิจขายของออนไลน์	16.0 ②
ส่งเสริมสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการทำอีคอมเมิร์ซ	10.4 ③
พัฒนาผู้ประกอบการรอบด้าน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้	8.2
ให้คำแนะนำผู้ประกอบการรายใหม่ หันมาทำธุรกิจบนตลาดออนไลน์	7.7
ปล่อยสินเชื่อ “สำหรับผู้ขายของออนไลน์”	3.4
อื่นๆ	20.7
รวม	100.0



# ข้อเสนอแนะที่อยากให้ผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซแก้ไขหรือปรับปรุง

ประเด็น	ร้อยละ
ปรับปรุงการให้บริการโดยรวม โดยเฉพาะการติดตามสถานะการขนส่งสินค้า	27.6 <span>①</span>
สินค้านี้คุณภาพ มีใบรับประกันตัวสินค้า และตรงตามโฆษณา	26.4 <span>②</span>
สินค้าที่ได้รับมาต้องมีสภาพสมบูรณ์ ไม่ชำรุดเสียหาย	15.0 <span>③</span>
มีความซื่อสัตย์ ไม่หลอกลวงลูกค้า	8.6
จัดโปรโมชั่นส่งฟรี	7.5
ให้ความช่วยเหลือ/ให้คำแนะนำกับลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ	2.6
อื่นๆ	12.4
รวม	100.0