

พาณิชย์เผย โควิดดันยอดซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 0.45 เท่า

นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) เผยว่า ไตรมาสแรก ปี 2564 มูลค่าการซื้อสินค้าออนไลน์พุ่งสูงขึ้นจากที่เคยสำรวจในเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึงร้อยละ 45.05 เป็นผลจากพฤติกรรมในช่วงสถานการณ์โควิด-19 และมาตรการสนับสนุนการใช้จ่ายของภาครัฐ รวมทั้งแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค New Normal

นายภูสิตฯ กล่าวเพิ่มเติมว่า จากการสำรวจประชาชนจำนวน 7,499 คนทั่วประเทศ ของกระทรวงพาณิชย์ เมื่อเดือนเมษายน 2564 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายออนไลน์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (มกราคม – มีนาคม 2564) พบว่า ประชาชนที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มีจำนวนเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 68.97 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และมีพฤติกรรมใกล้เคียงกับผลการสำรวจในปี 2563 ทั้งกลุ่มผู้ซื้อ และสินค้าที่นิยมซื้อ กล่าวคือ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่อายุไม่เกิน 39 ปี สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของคนใน Generation Y และ Generation Z ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น โดยผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล มีการซื้อสินค้าออนไลน์สูงสุดตามด้วยภาคใต้ และภาคกลาง สำหรับสินค้าที่นิยมซื้อออนไลน์ 3 อันดับแรก ได้แก่ **สินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ** คิดเป็นร้อยละ 48.75 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีสัดส่วนยอดการใช้จ่ายร้อยละ 14.37 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด **สินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม** คิดเป็นร้อยละ 47.82 โดยมีสัดส่วนยอดการใช้จ่ายร้อยละ 13.22 และ**สินค้ากลุ่มสุขภาพ/เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนบุคคล** คิดเป็นร้อยละ 41.54 โดยมีสัดส่วนยอดการใช้จ่ายร้อยละ 10.12

เมื่อพิจารณามูลค่าการใช้จ่าย พบว่า ยอดการใช้จ่ายสินค้าออนไลน์ใน 13 กลุ่มสินค้ามีมูลค่าประมาณ 75,000 ล้านบาทต่อเดือน ซึ่งมากกว่าที่เคยสำรวจไว้ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึงร้อยละ 45.05 หรือเพิ่มขึ้น 0.45 เท่า สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในสถานการณ์โควิด - 19 ที่ลดการพบปะผู้คนและลดกิจกรรมทางสังคม และส่วนหนึ่งคาดว่าเกิดจากมาตรการสนับสนุนการใช้จ่ายของรัฐบาล ทั้งโครงการเราชนะ และม.33 เรารักกัน ที่สนับสนุนให้ใช้จ่ายในสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ด้วยเหตุนี้ ประชาชนจึงมีเงินส่วนหนึ่งที่เป็นรายได้ประจำ สามารถซื้อหรือมีกำลังซื้อสินค้าในกลุ่มที่มีความจำเป็นน้อยกว่า อาทิ กลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ กลุ่มสุขภาพ/เครื่องสำอาง และโดยเฉพาะสินค้ากลุ่มโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์มือถือ ถึงแม้จะมีความนิยมซื้อทางออนไลน์ไม่มากนัก (เพียงร้อยละ 19.34) แต่เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาสูง ทำให้มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายสูงถึงร้อยละ 17.54 ของยอดการใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด

นายภูสิตฯ กล่าวเน้นย้ำว่า ในช่วงที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญและดำเนินการขับเคลื่อนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมีนโยบายส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในทุกกระดับ ทุกกลุ่มกิจการ เข้าสู่ระบบออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น เชื่อมโยงผู้ซื้อ-ผู้ขาย สินค้ารายเล็ก-สู่รายใหญ่ ในช่องทางออนไลน์ ทั้งตลาดใน และต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนให้ภาครัฐมีการเก็บข้อมูลการค้าออนไลน์อย่างเป็นระบบและได้มาตรฐาน เพื่อให้การกำหนดนโยบายหรือการออกมาตรการต่าง ๆ ตรงกับความต้องการของผู้ค้าออนไลน์ นอกจากนี้ ยังอบรมให้ความรู้เรื่องการค้าออนไลน์ให้กับผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายในระดับฐานรากอีกด้วย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ภารกิจด้าน e-commerce ของกระทรวงฯ จะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจในประเทศขยายตัวได้เป็นอย่างดี และสามารถผ่านพ้นวิกฤตโควิด-19 ระลอกนี้ไปได้ ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
พฤษภาคม 2564

พาณิชย์เผย โควิดดันยอดซื้อสินค้าออนไลน์ เพิ่มขึ้น 0.45 เท่า

ผลสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายออนไลน์ในรอบ 3 เดือน (มกราคม - มีนาคม 2564)
จากประชาชนจำนวน 7,499 คนทั่วประเทศ

สินค้าที่ได้รับความนิยมซื้อออนไลน์สูงสุด คือ **กลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ**
ขณะที่**สินค้ากลุ่มโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์มือถือ** เป็นสินค้าที่มียอดใช้จ่ายออนไลน์สูงที่สุด

ทั้งนี้ ปริมาณการมูลค่าการใช้จ่ายสูงถึง **75,000** ล้านบาทต่อเดือน 
ซึ่งเพิ่มขึ้น **0.45** เท่า จากที่เคยประมาณการไว้ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2563

สินค้าประเภทใดที่นิยมซื้อออนไลน์ ???



- 1 เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ**
มีผู้เคยซื้อออนไลน์คิดเป็น 48.75 %
- 2 อาหารและเครื่องดื่ม**
มีผู้เคยซื้อออนไลน์คิดเป็น 47.82 %
- 3 สุขภาพ/เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนบุคคล**
มีผู้เคยซื้อออนไลน์คิดเป็น 41.54 %

สินค้าใดมียอดค่าใช้จ่ายสูงสุด ???

- 1 โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์มือถือ**
มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายคิดเป็น 17.54 %
- 2 เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ**
มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายคิดเป็น 14.37 %
- 3 อาหารและเครื่องดื่ม**
มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายคิดเป็น 13.22 %



ใครบ้างที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ ???

อาชีพ

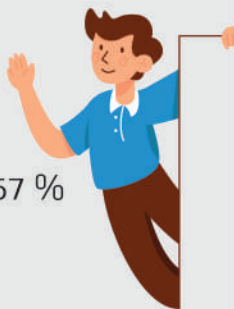
- 1 นักศึกษา** เคยซื้อออนไลน์เฉลี่ย 92.88 %
- 2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ** เคยซื้อ 84.57 %
- 3 พนักงานบริษัท** เคยซื้อออนไลน์เฉลี่ย 84.36 %

ช่วงวัย

ส่วนใหญ่เป็นเด็กรุ่นใหม่ **Gen Y/Gen Z** อายุไม่เกิน 39 ปี

พื้นที่

เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล
ภาคใต้ และภาคกลาง ตามลำดับ



การซื้อสินค้าออนไลน์ที่มากขึ้นสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค New normal และคาดว่ามีตัวเร่งสำคัญจากสถานการณ์โควิด-19 และมาตรการสนับสนุนการใช้จ่ายของรัฐบาลที่ส่งผลให้ประชาชนผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นอีกด้วย

พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นประชาชนในช่วงเดือนเมษายน 2564 จำนวน 7,499 คน ทุกอำเภอทั่วประเทศ¹ เกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (มกราคม – มีนาคม 2564) พบว่า **สินค้าที่ได้รับความนิยมซื้อออนไลน์สูงสุด คือ สินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ** ขณะที่กลุ่มโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์มือถือ เป็นสินค้าที่มีสัดส่วนยอดใช้จ่ายออนไลน์สูงสุด สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค New normal ทั้งนี้ แนวโน้มการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพิ่มขึ้นจากการสำรวจในปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 68.97 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ขณะที่ มูลค่าการใช้จ่ายมากกว่าที่เคยประมาณการไว้ในช่วงเดือนพฤศจิกายนของปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 45.05 ซึ่งส่วนหนึ่งคาดว่าเกิดจากพฤติกรรมการณ์ในช่วงโควิด-19 เป็นสำคัญ ที่ส่งผลให้ประชาชนหันมาใช้จ่ายผ่านทางออนไลน์มากขึ้น โดยมีรายละเอียดผลการสำรวจ ดังนี้

1. จำแนกตามกลุ่มสินค้า

- **สินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.37 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 47.82** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.22 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มสินค้าสุขภาพ/เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนบุคคล มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 41.54** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.12 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มของใช้ในบ้าน/สำนักงาน มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 24.41** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.02 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 19.92** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.79 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์มือถือ มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 19.34** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนสูงสุดร้อยละ **17.54** ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มเครื่องกีฬา/เครื่องเขียน มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 14.82** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.60 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มเพลง ภาพยนตร์ และสินค้าบันเทิงอื่น ๆ มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 13.43** ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.95 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด

¹ สํารวจข้อมูลจากผู้บริโภคใน 76 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร ครอบคลุม 884 อำเภอ/เขต จำนวน 7,499 คน โดยเจ้าหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และสถาบันการศึกษา แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพของประชากรในแต่ละจังหวัด ได้แก่ นักศึกษา เกษตรกร รับจ้างอิสระ พนักงานเอกชน ผู้ประกอบการ พนักงานของรัฐ และผู้ไม่ทำงาน

- **สินค้ากลุ่มซอฟต์แวร์/เกมส์** มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 12.16 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.31 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มการจอง/บริการต่าง ๆ** มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 11.74 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.78 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์** มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 10.57 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.20 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มของเล่น** มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 8.06 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.54 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด
- **สินค้ากลุ่มหนังสือ/นิตยสาร** มีผู้เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.41 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.58 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด

2. จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า ผู้ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุดในช่วงอายุ 20 - 29 ปี โดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 87.00 รองลงมา คือ น้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 85.71 และช่วงอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.13 ทั้งนี้กลุ่มผู้ซื้อใกล้เคียงกับผลสำรวจเดือนพฤศจิกายน 2563 แต่แนวโน้มผู้ซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุดในเดือนพฤศจิกายน 2563 ได้แก่ ผู้ที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ซื้อออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 50.62 รองลงมา 30-39 ปี ร้อยละ 50.20 และ 20-29 ปี ร้อยละ 49.04 ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของคนใน Generation Y และ Generation Z ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น ส่งผลให้สามารถเรียนรู้ และปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้หากพิจารณาถึงปริมาณการใช้จ่ายพบว่า ค่อนข้างใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มอายุที่มียอดใช้จ่ายเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่วง 20-29 ปี ประมาณ 2,379.30 บาท/เดือน รองลงมา 50-59 ปี 2,349.00

3. จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ที่ใช้จ่ายออนไลน์สูงสุดมีอาชีพ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 92.88 โดยเฉพาะในสินค้ากลุ่มโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์มือถือ และกลุ่มคอมพิวเตอร์ รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ ร้อยละ 84.57 และพนักงานบริษัท ร้อยละ 84.36 โดยข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ และนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ/เจ้าของแผงค้า มียอดค่าใช้จ่ายสูงสุด ตามลำดับ

4. จำแนกตามภูมิภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร/ปริมณฑลมีการใช้จ่ายผ่านออนไลน์มากที่สุดร้อยละ 81.62 ตามด้วย ภาคใต้ ร้อยละ 71.68 และภาคกลาง ร้อยละ 68.25 ตามลำดับ

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า ยอดการใช้จ่ายสินค้าออนไลน์ใน 13 กลุ่มสินค้าของไทยมีมูลค่าสูงถึง 75,000 ล้านบาท² ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในยุค New normal และในช่วงโควิด-19 ที่ลดการพบปะผู้คน มีการทำงานที่บ้านและมีเวลารว่างจากการเดินทางมากขึ้น ทั้งนี้ มูลค่าการใช้จ่ายดังกล่าวมากกว่าที่เคยประมาณการไว้ในช่วงเดือนพฤศจิกายนของปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 45.05 (เดือนพฤศจิกายน 2563 มีมูลค่า 52,000 ล้านบาท/เดือน) นอกจากนี้ยังคาดว่า การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งเกิดจากมาตรการสนับสนุนการใช้จ่ายของรัฐบาล และจากผลการสำรวจ พบว่า ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเด็กรุ่นใหม่อายุไม่เกิน 39 ปี และเป็นที่น่าสนใจว่าช่วงอายุ 20-29 ปี เป็นกลุ่มสำคัญที่นิยมซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากที่สุด รวมทั้งมียอดค่าใช้จ่ายสูงสุดอีกด้วย หากพิจารณาด้านอาชีพพบว่า ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ และนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ/เจ้าของแผงค้า มีแนวโน้มใช้จ่ายในจำนวนเงินที่มากกว่าในกลุ่มสินค้า สอดคล้องกับความมั่นคงในอาชีพ และการเงิน

² ประมาณการจากยอดใช้จ่ายเฉลี่ยรายกลุ่มสินค้า จากแบบสอบถามดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนเมษายน 2564 ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และข้อมูลจำนวนประชากร ปี 2563 อายุมากกว่า 15 ปี ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ตารางที่ 1 ผลสำรวจการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยแบ่งตามกลุ่มสินค้า

สินค้า	เคยซื้อ (%)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท)	สัดส่วนค่าใช้จ่าย (%)
กลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ	48.75	1,085.70	14.37
กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม	47.82	1,018.55	13.22
กลุ่มสินค้าสุขภาพ/เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนบุคคล	41.54	897.47	10.12
กลุ่มของใช้ในบ้าน/สำนักงาน	24.41	1,362.19	9.02
กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	19.92	1,255.30	6.79
กลุ่มโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์มือถือ	19.34	3,341.83	17.54
กลุ่มเครื่องกีฬา/เครื่องเขียน	14.82	894.32	3.60
กลุ่มเพลง ภาพยนต์ และสินค้าบันเทิงอื่น ๆ	13.43	534.60	1.95
กลุ่มซอฟต์แวร์/เกมส์	12.16	395.47	1.31
กลุ่มการจอง/บริการต่างๆ	11.74	2,440.67	7.78
กลุ่มคอมพิวเตอร์	10.57	3,903.45	11.20
กลุ่มของเล่น	8.06	705.10	1.54
กลุ่มหนังสือ/นิตยสาร	7.41	786.40	1.58

ตารางที่ 2 ผลสำรวจการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยแบ่งตามอายุ อาชีพ และภาค

อายุ	สัดส่วนผู้ที่ซื้อสินค้า (%)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท)	อาชีพ	สัดส่วนผู้ที่ซื้อสินค้า (%)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท)
<20	85.71	2,126.53	เกษตรกร	42.04	1,752.34
20-39	83.20	2,355.41	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ /พนักงานรัฐ	84.57	2,789.41
40-59	57.52	2,226.64	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ /เจ้าของแผงค้า	68.98	2,478.62
>60	25.28	2,112.96	นักศึกษา	92.88	2,426.36
ภาค	สัดส่วนผู้ที่ซื้อสินค้า (%)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท)	พนักงานบริษัท	84.36	2,201.82
กรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล	81.62	2,857.28	ไม่ได้ทำงาน	43.32	2,192.60
ภาคเหนือ	64.42	2,112.39	รับบริการ/อาชีพบริการอิสระ	64.74	1,799.12
ภาคใต้	71.68	2,300.18			
ภาคกลาง	68.25	2,228.24			
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	67.86	2,326.45			