

รายงานสถิติ Thailand Digital Jan 2021

โดย Min Sen Trends 26 กุมภาพันธ์ 2564

ข้อมูลได้มาจาก We are Social และจากการตลาดวันละตอน ของ คุณณัฐพล ม่วงท่า ซึ่งทำให้เข้าใจได้ว่าคนไทยให้ความสนใจใน ดิจิทัลมากขึ้นมาก

คนไทย ผู้ใช้ smartphone ผู้ใช้ internet ใช้ social media

ประชากร (ล้านคน)	69.88	90.66	48.59	55
คิดเป็น (%)	100	129.7	69.5	78.7
เติบโต (%)	0.2	-3.8	7.4	5.8

ภาพรวมของประชากรไทย โดยค่าเฉลี่ยของอายุที่ 40.3 ปี ค่อนข้างสูงกว่าเวียดนาม และการกระจายตัวของคนในเขตเมืองอยู่ประมาณ 51.8 % (การคาดการณ์ว่าคนทั่วโลก 70 % จะอยู่ในเขตเมือง) ความหนาแน่นของประชากรไทย คือ 136.8 คนต่อตารางกิโลเมตร ความสามารถในการอ่านหนังสือสูงถึงกว่า 93 % โดยผู้ชายสูงถึง 95.2 % ในผู้หญิงสูงถึง 92.4 %

การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และ smartphone ในคนไทยค่อนข้างสูง โดยเฉพาะ smartphone สูงถึง 98.9 % ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ 48.5 % มี tablet 34.7 % มีโทรทัศน์ digital 8.4 % มีอุปกรณ์ smart home 5.0 % มี smartwatch 21.9 % มีการใช้ virtual reality 3.4 % การที่มีการใช้ smartphone เพิ่มสูงขึ้นเป็นผลมาจาก COVID และนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ผ่าน app. ต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ smartphone รวมถึงการเรียนผ่านระบบ

online แม้ว่านักเรียน และนักศึกษาหลายคนอาจจะมีปัญหาในการเข้าถึงคอมพิวเตอร์อยู่บ้าง

การใช้เวลาในระบบดิจิทัลต่อวันที่พบ คือ การใช้เวลากับ internet สูงถึง 8 ชั่วโมง 44 นาที ซึ่งสูงกว่าการใช้เวลากับโทรทัศน์ ที่รวมกับ streaming ซึ่งมีเพียง 3 ชั่วโมง 30 นาที และการใช้เวลากับ social media สูงถึง 2 ชั่วโมง 48 นาที ซึ่งสูงกว่าการใช้เวลาในการอ่านหนังสือหรือสิ่งพิมพ์เล็กน้อย ที่ใช้เวลา 2 ชั่วโมง 23 นาที แต่การใช้เวลาในการฟังเพลงเพียง 1 ชั่วโมง 34 นาที การฟังจาก podcast สูงกว่าจากสถานีวิทยุ คือ ใช้เวลา 56 นาที ขณะที่ฟังจากสถานีวิทยุเพียง 44 นาที ขณะที่ใช้เวลาในการเล่น video game สูงกว่าคือใช้เวลา 1 ชั่วโมง 38 นาที

ความเร็วในการเชื่อมต่อ internet ของคนไทยได้รับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ทำให้การเชื่อมต่อ internet ผ่านมือถือเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 51.75 MBPS และ net บ้านของคนไทยเร็วเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ด้วยความเร็วเฉลี่ยอยู่ที่ 308.35 MBPS ต่อวินาที เทียบกับปี 2020 ความเร็วเพิ่มขึ้นถึง 146.4 % โดยอุปกรณ์ที่เข้าถึง web โดยมากมาจากโทรศัพท์ถึง 60.2 % แต่จากคอมพิวเตอร์ก็ไม่น้อยคือ 37.4 % แต่จาก tablet มีเพียง 2.3 % โดยการเข้า web ที่พบมากที่สุด คือ Chrome สูงถึง 72.6 % Safari 16.8 % Samsung 3.2 % Firefox 2.6 % Microsoft edge 2.3 % Opera 1.3 % internet explorer 0.6 % การเข้า web คนไทยยังใช้ Google.com สูงถึง 556 ล้านครั้ง ตามมาด้วย YouTube.com, Facebook.com, Google.co.th, Pantip.com, Sanook.com, Kapook.com, Shopee.co.th, Thairath.co.th, Goo.in.th

นอกจากนั้นเป็นอันดับ 11-20

ได้แก่ xvideos.com, lazada.co.th, [xnxx.com](http:// xnxx.com), [SiamSport.co.th](http:// SiamSport.co.th), [Wikipedia.org](http:// Wikipedia.org), [Phornhub.com](http:// Phornhub.com), [Mgronline.com](http:// Mgronline.com), [Trueid.net](http:// Trueid.net), [line.me](http:// line.me), [Huay.com](http:// Huay.com) ที่น่าสังเกต คือ shopee ได้รับความนิยมในการเข้าถึงสูงกว่า Lazada แต่ยอดขายยังไม่ทราบ และมีช่องทาง rate X สูงถึง 3 ช่องทางใน สิบอันดับต่อมา และห่วยก็ติดอยู่ในอันดับนี้ด้วย ค่าที่คนไทยค้นเยอะที่สุดคือ หนึ่ง แพล ห่วย ผลบอล ไม่ทิ้งกัน เราไม่ทิ้งกัน เพลง แปลภาษา www บอลสด ตรวจห่วย ภาษาอังกฤษ

เทคนิคการใช้การค้นหา ยังใช้เทคนิคเดิมถึง 99 % มีบางส่วนที่มีการใช้คำสั่งด้วยเสียงถึง 48.8 % รวมถึงการใช้ social media ในการค้นหา brands ประมาณ 55.5 % และค้นหาข้อมูลผ่าน social media ซึ่งทำให้ Facebook search ขยับขึ้นมาเป็นเครื่องมืออันดับสองของนักการตลาด และมีการใช้การจำภาพ (image recognition) ซึ่งเป็นการใช้จาก smartphome ถึง 51.4 % รูปแบบของเนื้อหา online ของคนไทยยังคงนิยม online video 99.0 % ตามมาด้วยการฟังทั้งเพลง และอื่น ๆ 67.5 % การติดตาม influencer 51.4 % ฟังวิทยุ online 51 % และฟัง podcast 44.2 % แต่ข้อมูล clubhouse ในปีนี้ยังไม่มี คาดว่าปีหน้าจะได้ถูกจับอันดับ

นอกจากนี้คนไทยยังเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลมากขึ้นถึง 26.2 % โดยเฉพาะการกังวลว่าข้อมูลของเราจะถูกนำไปใช้แบบไหน มีการล้าง cookies จาก web ต่าง ๆ บ่อยมากขึ้นถึง 48.7 % ในรอบเดือนที่ผ่านมา แม้แต่การยืนยันเกี่ยวกับข้อมูลลงใน internet ยังไม่มีข้อมูลคนไทยใช้เวลากับ social media วันละ 2 ชั่วโมง 48 นาที และมีถึง 95.1 % ของคนที่พร้อมเข้าร่วมใน social media โดยมีบัญชี social media แต่ละคนประมาณ 10 บัญชี มีทั้ง Facebook,

Instagram, Twitter, Youtube, Line, TikTok, Pinterest, Wechat, Twitch, Linkedin, Whatsapp, Skype, Snapchat, Badoo, Viadeo โดยมีมากกว่า 1 บัญชีในแต่ละ social media และโดยมากเพื่อใช้ในการทำงานถึง 47 % โดย YouTube ได้รับความนิยมถึง 94.7 % สูงกว่า Facebook อยู่ที่ 93.3 % ตามมาด้วย line 86.2 % และผู้หญิงให้ความสนใจ YouTube สูงถึง 52.5 % มีผู้ใช้งาน YouTube ในไทย 37.3 ล้านคน

โดยการค้นหาใน YouTube มีค่าสำคัญ คือ เพลง หนัง การ์ตูน เก่า รวมเพลง ข่าว รถแห่ คาราโอเกะ เพลงแดนซ์ วิววิว เพลงใหม่ล่าสุด หนังใหม่ ลูกทุ่ง บีม ฟิฟาย Blackpink BTS น้องบีม TikTok โทรศัพท์ smartphone ที่มีการใช้โดยคนไทยนี้เป็นระบบ android 74.8 % ลดลง 1.5 % มีการใช้ iOS จาก Apple สูงถึง 25 % และเพิ่มขึ้น 5.4 % โดยที่ app. ที่นิยมใช้ใน smartphone คือ Social Network 97.6 % Chat 97.4 % entertainment & video 87.8 % Shopping 83.4 % แผนที่ 71.6 % เกม 68.6 % บริการทางการเงิน 68.1 % ดนตรี 65.6 % สุขภาพ และอาหาร 32.4 % หาคู่ 13.4 % และมีการใช้โทรศัพท์ในการ Live หรือ Video call มากขึ้น รวมถึงการ Scan QR code แทนการใช้เงินสด ถึง 45.3 %

การซื้อสินค้า online เป็นที่นิยมของคนทุกวัย โดยวัย 16-24 ปีใช้ 84.8 % วัย 25-34 ปีใช้ 83.3 % วัย 35-44 ปีใช้ 84.2 % วัย 45-54 ปีใช้ 86.6 % และวัย 55-64 ปีใช้ 71.7 % คนไทยเสิร์จหาอะไรเพื่อซื้อของมากที่สุดในปี 2021 คือ กระเป๋า โทรศัพท์ Oppo แพล Samsung Lazada Shopee iPhone ลาซาด้า แพลภาษา Shoes ของเล่น Vivo โน้ตบุ๊ก การ์ตูน ตรวจหวย Huawei รองเท้า ผ้าใบ กระเป๋าสะพายข้าง iPhone 11 มีมูลค่าในการซื้อขายผ่าน

e-commerce 7290 ล้านดอลลาร์ มีจำนวนคนเข้าซื้อสินค้า 33.67 ล้านคน เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน 42.8 % การใช้จ่ายผ่านทางระบบ internet จะใช้ผ่าน mobile payment 45.3 % จ่ายเงินให้กับเพลง หรือ e-publishing 70.3 % จ่ายเงินให้กับการเดินทาง เช่น Uber 31.9 % และจ่ายเงินสำหรับบริการอาหาร online 61 % การมองเห็น Brands สินค้าใหม่ ๆ จะถูกค้นพบได้จาก Search Engine 40.5 % จากโฆษณาในโทรทัศน์ 36.1 % .จากช่องทาง web 35.8 % จาก social media 34.3 % โฆษณาผ่านโทรศัพท์ 33.5 % จาก customer reviews 31.5 %

ติดตามรายละเอียด หรือเรื่องอื่นเพิ่มเติมได้
จาก www.minsenconcept.com