



ผลการศึกษาและจัดทำดัชนีตัวชี้วัด การพัฒนาดิจิทัลของประเทศไทย

(Thailand Digital Outlook 2021)

โครงการศึกษา Thailand Digital Outlook ระยะที่ 3



รัตนวิภา 2564

ชื่อหนังสือ

ผลการศึกษาและจัดทำดัชนีตัวชี้วัด
การพัฒนาดิจิทัลของประเทศไทย
โครงการศึกษา Thailand Digital Outlook ระยะที่ 3

พิมพ์ครั้งที่ 1

รับวันค 2564

จำนวน

200 เล่ม

จัดพิมพ์โดย

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
120 หมู่ 3 ชั้น 9 อาคารรัชฎาสานักก ศูนย์ราชการ
เฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ถนนแจ้งวัฒนะ
แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทรศัพท์ 02-142-1202 โทรสาร 02-143-7962
เว็บไซต์ www.onde.go.th
อีเมลติดต่อ pr.onde@onde.go.th

พิมพ์ที่

บริษัท ไฮสปีด เลเซอร์ปรินต์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
21/13 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 02-579-6718 โทรสาร 02-940-6153
อีเมลติดต่อ hispeedlaserprint2014@gmail.com



สารบัญ



- | | |
|-------|--|
| 1-3 | ภาพรวมของโครงการ Thailand Digital Outlook ระยะที่ 1-3
วัตถุประสงค์
การสรุปภาพรวมการดำเนินงานและจัดเก็บข้อมูล |
| 4-6 | ภาพรวมผู้ตอบแบบสำรวจ
ประชาชนทั่วไป
หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชน
หน่วยงานบริการปฐมภูมิ
(โรงเรียน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล โรงพยาบาลชุมชน) |
| 7-16 | ผลการศึกษา Thailand Digital Outlook ระยะที่ 3 |
| 17-23 | สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย
ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD
เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD |
| 24-45 | ผลตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD |

ภาพรวมของโครงการ Thailand Digital Outlook ระยะที่ 1-2

โครงการระยะที่ 1 (2562)



คัดเลือกตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ
ตามกรอบ OECD Framework
นำร่องอุปกรณ์จำนวน
13 ตัวชี้วัด



รวบรวมข้อมูลทุกมิติในพื้นที่
จังหวัดนำร่อง **3 จังหวัด**
(จังหวัดราชบุรี กanchanaburi และสุพรรณบุรี)



นำเสนอภาพรวมของ
Thailand Digital Outlook

โครงการระยะที่ 2 (2563)

เป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากโครงการระยะแรกโดยขยายขอบเขต
การรวบรวม สำรวจ และวิเคราะห์ข้อมูลตัวชี้วัดตามกรอบ OECD



ขยายขอบเขตการศึกษาเป็น
36 ตัวชี้วัด



ขยายจังหวัดที่ทำการสำรวจ
ครบร 77 จังหวัด
และพัฒนาแบบสำรวจ เพื่อการลงสำรวจ
มากกว่า **35,000 ตัวอย่าง**

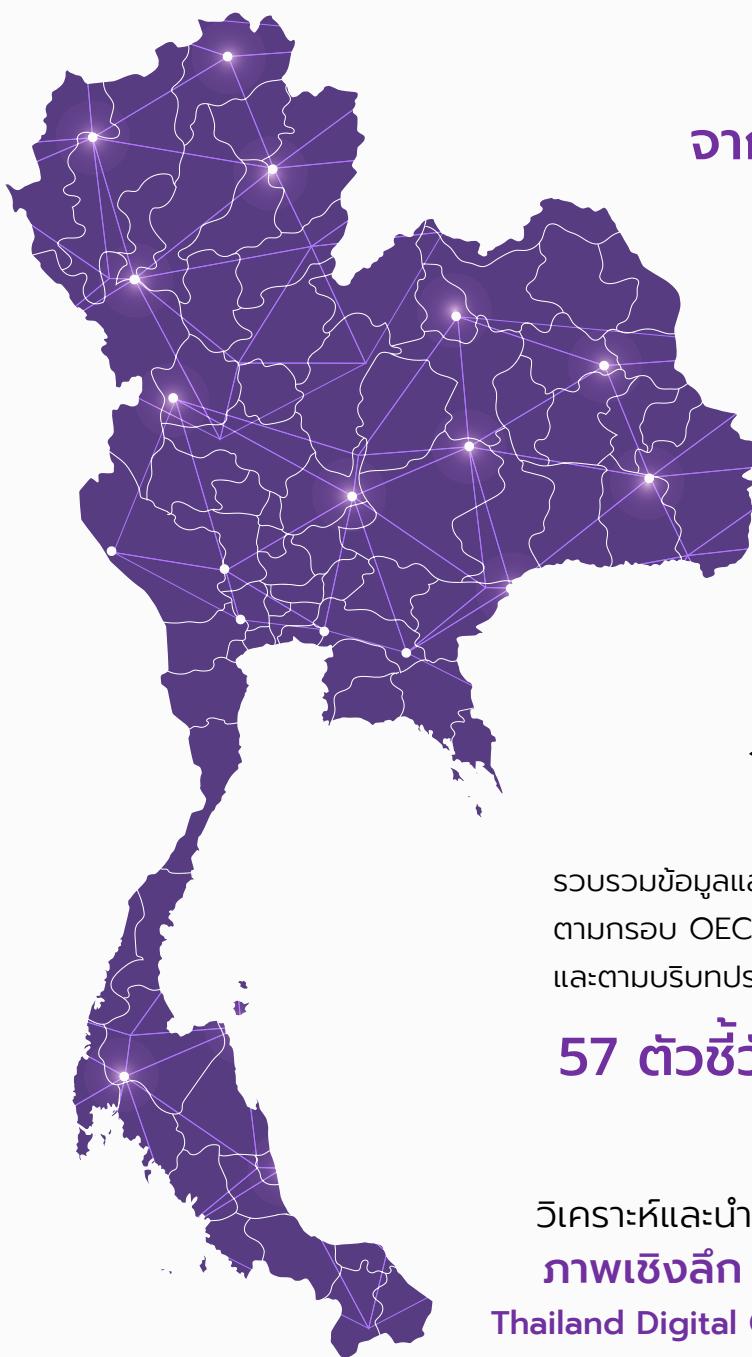


วิเคราะห์และนำเสนอ
ภาพเชิงลึก ของ
Thailand Digital Outlook

ภาพรวมของโครงการ Thailand Digital Outlook ระยะที่ 3

เป็นการดำเนินการต่อจากโครงการระยะที่ 2 โดยขยายขอบเขตการศึกษา การร่วบรวม สำรวจ และวิเคราะห์ข้อมูลของประเทศไทย โดยมีมาตรฐานระดับสากล ผ่านตัวชี้วัดตามกรอบองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)



ข้อมูลผลสำรวจ



จาก 77 จังหวัดก้าวไปประเทศไทย

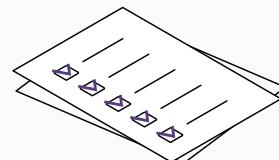
39,145 กลุ่มตัวอย่างประชาชนบุคคลก้าวไป

3,381 หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชน

935 หน่วยงานบริการปฐมภูมิ ภาครัฐ

ประเมินผลแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ
จากหน่วยงานก้าวในและต่างประเทศ

24 หน่วยงาน



รวบรวมข้อมูลและศึกษา
ตามกรอบ OECD Going Digital Toolkit
และตามบันทึกประเทศไทย

57 ตัวชี้วัด

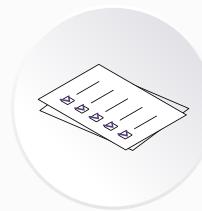
วิเคราะห์และนำเสนอ
ภาพเชิงลึก ของ
Thailand Digital Outlook



วัตถุประสงค์



เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศในระดับสากลในการประเมินผลนโยบาย
การพัฒนาด้านดิจิทัลและศึกษาเปรียบเทียบกับแนวการทำงานการปฏิรูปแบบดิจิทัล
ของประเทศไทยในปัจจุบัน



เพื่อกبحกวนการดำเนินงานในการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย
รวมทั้งศึกษาแนวทางการปฏิรูปนโยบายการพัฒนาดิจิทัลของประเทศไทย
ให้มีมาตรฐานในระดับนานาชาติและสามารถบูรณาการเข้ากับหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้องในอนาคต



เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของประเทศไทยต่อนโยบายดิจิทัลไทยแลนด์
แนวการทำงานและการขับเคลื่อนดิจิทัลไทยแลนด์ให้สอดคล้องกับ
มาตรฐานสากล

การสรุปภาพรวมการดำเนินงานและจัดเก็บข้อมูล

ทำการสำรวจข้อมูล
77 จังหวัด
ขยายขอบเขตการศึกษา 57 ตัวชี้วัด
ครอบคลุม 8 มิติเชิงนโยบาย
(Policy dimension)

ศึกษาการประเมินผลนโยบาย
การพัฒนาด้านดิจิทัลผ่านตัวชี้วัด
OECD Going Digital Toolkit



ขยายขอบเขตการสำรวจ 3 กลุ่มตัวอย่าง
ประชาชนก้าวไป ภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานบริการปัจจุบัน
มากกว่า 43,461 ตัวอย่าง

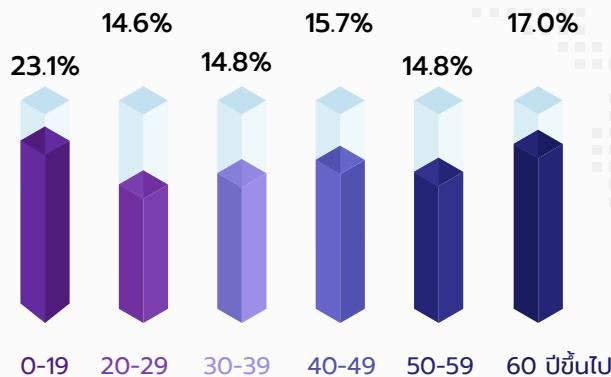
วิเคราะห์และนำเสนอภาพเชิงลึกของ Thailand Digital Outlook

เผยแพร่ผลการศึกษาวิเคราะห์ การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทย

ภาพรวมผู้ต้องแบบสำรับ

ประชาชนก้าวไป

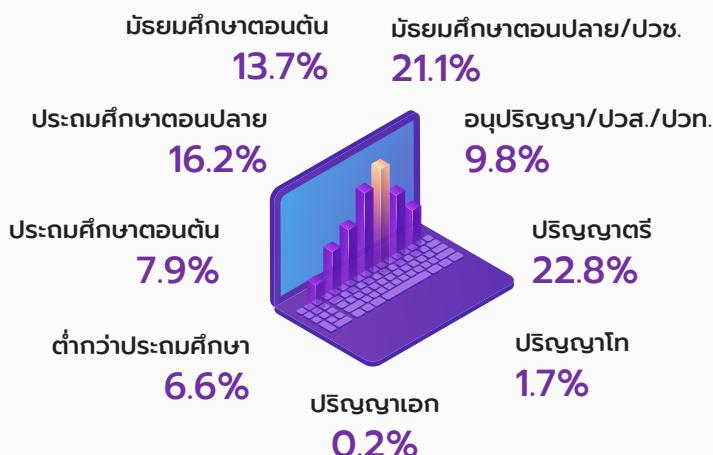
จำนวนผู้ต้องแบบสำรับแบ่งตามอายุ



สัดส่วนอาชีพผู้ต้องแบบสำรับ



ระดับการศึกษาของผู้ต้องแบบสำรับ



รวม **39,145** ตัวอย่าง

นอกเขตเทศบาล **50.4%**

เขตเทศบาล **49.6%**

ກាររວມຜູ້ຕອບແບບສໍາຮວຈ

หน່ວຍງານກາຄຊຽກຂະໜາດ

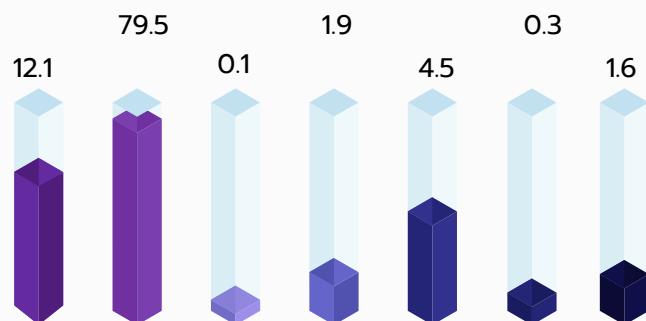
ຮ້ອຍລະສັດສ່ວນແບ່ງຕາມມູລຄ່າຮາຍໄດ້ເຈົ້າຢືນ



ຜູ້ປະກອບການ

3,381 ຕັວອຍ່າງ
ຈາກ 7 ກູມີກາຄກ້ວປະເທສ
ນອກເບດເທກບາລ **26.3%** **73.7%** ເບຕເທກບາລ

ຮ້ອຍລະສັດສ່ວນຕາມລັກບະນະການຈັດຕັ້ງ

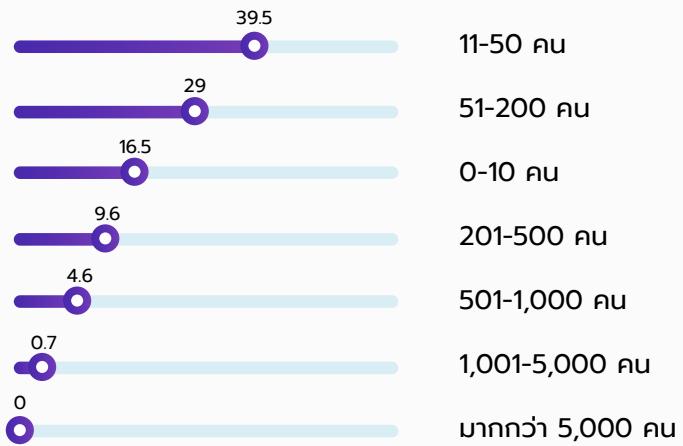


- ຮ້າງໜຸນສ່ວນຈຳກັດ
- ບຣີບັກຈຳກັດ
- ຮ້າງໜຸນສ່ວນສາມັ່ນ
- ຊົກລົງຄັວເຮືອນ
- ເຈົ້າຂອງຄົນເດືອນ
- ຮ້າງໜຸນສ່ວນສາມັ່ນຈົດກະເບີຍນ
- ບຣີບັກນ້າຫນຈຳກັດ

ຮ້ອຍລະສັດສ່ວນແບ່ງຕາມກູມີກາຄ



ຮ້ອຍລະສັດສ່ວນຕາມຈຳນວນບຸຄລາກ



ກາພຣວມຜູ້ຕອບແບບສໍາຮວຈ

หน່ວຍງານບົດການປະຫຼຸມກຸມິ

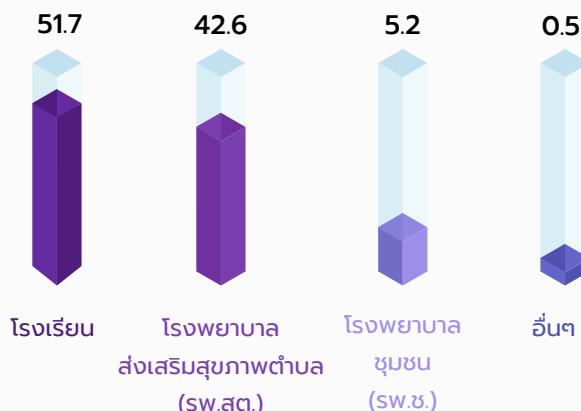
หน່ວຍງານກາຄົກສັງ

935 ຕັວອຍ່າງ

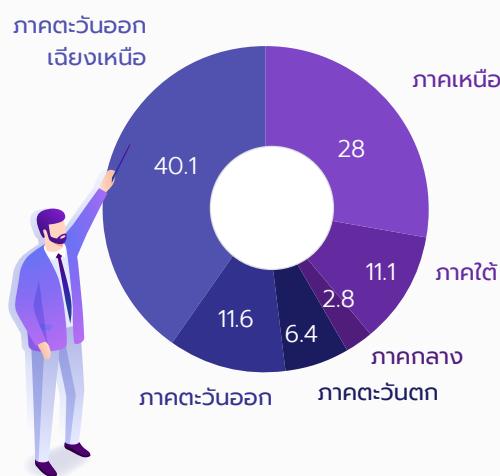
ນອກເຂດເກສບາລ
89.8%

ເຂດເກສບາລ
10.2%

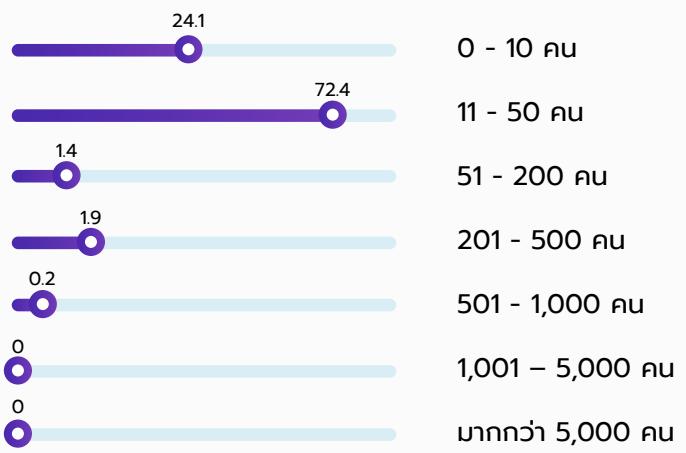
ຮ້ອຍລະສັດສ່ວນຕາມປະເທດໜ່ວຍງານ



ຮ້ອຍລະສັດສ່ວນແບ່ງຕານກຸມິກາຄ



ຮ້ອຍລະສັດສ່ວນຕາມຈຳນວນບຸຄລາກ



ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

มิติที่ 1 การเข้าถึง (Access)



ในมิติการเข้าถึงนี้ เป็นการประเมินการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานรวมถึงระบบโทรศัมภักดิ์เชื่อมต่อเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ตจากผลการประเมินและวิเคราะห์ตัวชี้วัด พบว่าตัวชี้วัดทุกตัวแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบโทรศัมภักดิ์ที่ดีมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์จากการดำเนินการโครงการศึกษา Thailand Digital Outlook ระยะที่ 2 ซึ่งรวมถึงการมีบริการอินเทอร์เน็ตที่มีการให้บริการที่ครอบคลุมประชาชนที่มากขึ้น กังอินเทอร์เน็ตบอร์ดแบนด์ประจำวันและอินเทอร์เน็ตบอร์ดแบนด์เคลื่อนที่ กังในมิติการประเมินภาคประชาชน ภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานบริการปฐมภูมิภาครัฐ โดยในการประเมินด้านความเหลื่อมล้ำผลการวิเคราะห์พบว่ามีการเหลื่อมล้ำของการใช้งานอินเทอร์เน็ตในพื้นที่เขตเมืองและพื้นที่นอกเมืองที่ต่างๆ รวมถึงราคากำไรใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ต่างๆ เมื่อเทียบกับรายได้ของประชาชน

อุปกรณ์ที่ประชาชนใช้เพื่อเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด 3 อันดับแรก



ร้อยละ
97.9
โทรศัพท์เคลื่อนที่



ร้อยละ
39.6
คอมพิวเตอร์พกพา



ร้อยละ
37.9
แท็บเล็ต



ประชากร

ที่อยู่ในพื้นที่บริการ 4G หรือเร็วกว่า



ผู้ประกอบการภาคธุรกิจ

ที่ติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็ว 30 เมกะบิตต่อวินาทีหรือมากกว่า

ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย

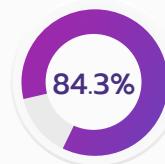
ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021



มิติที่ 2 การใช้งาน (Use)

ในมิติการใช้งานนี้ เป็นการประเมินพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตและออนไลน์กิจกรรมภาคประชาชนและภาคธุรกิจ เอกชน รวมถึงการใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจและการให้บริการภาครัฐ โดยการประเมินตัวใช้เทคโนโลยี จากผลการประเมิน และวิเคราะห์ตัวชี้วัด พบทว่า ประชาชนมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นและใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อการซื้อสินค้าบริการ รวมถึง การใช้บริการภาครัฐที่สูงขึ้น และภาคผู้ประกอบการที่มีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ข้อมูล ผลลัพธ์ที่ได้เกิดขึ้นได้จำกัดสำหรับช่วงเวลาในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดโควิดอย่างรุนแรงในประเทศไทยซึ่งอาจทำให้เกิดการใช้งาน อินเทอร์เน็ตและช่องทางออนไลน์สูงขึ้นกว่าปกติมาก



ของประชาชนอายุระหว่าง 16-74 ปี
ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต



ของผู้ประกอบการ
ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ร้อยละตุณประสังค์หลักของประชาชนในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

75.2	รองรับการทำงาน	49.6	มีส่วนร่วมในการดำเนินการภาครัฐ
71.1	การรับบริการออนไลน์ด้านการศึกษา	48.6	การรับบริการออนไลน์ด้านสาธารณสุข
67.4	การทำธุรกรรม ซื้อขายสินค้าบริการออนไลน์	39.1	ติดตามข่าวสารทั่วไป
65.1	การติดต่อสื่อสารสนทนา	35.6	การใช้งานด้านอื่นๆ
54.7	การทำธุรกรรมออนไลน์ด้านการเงิน	28.2	การสร้างสรรค์เนื้อหา
53.1	กิจกรรมสันทนาการ	2.2	ทำธุรกรรม ด้านการก่อจ่ายออนไลน์
			0.1 อื่นๆ

ปริมาณการใช้ข้อมูลเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบอร์ดแบนด์เคลื่อนที่ อยู่ที่ 18 GB



76.6% ของประชาชนทั่วไป
นิยมซื้อสินค้าบริการออนไลน์

Lazada และ Shopee
เป็นแพลตฟอร์มที่มีการใช้งานมากที่สุด

บริการสั่งอาหาร/เครื่องดื่ม
เป็นบริการออนไลน์ที่ยอดนิยม

ประชาชนชำระเงินผ่านช่องทาง Mobile Banking เฉลี่ยอยู่ที่ 524,820 บาทต่อคนต่อปี



60.7% ของประชาชน

เคยใช้บริการภาครัฐออนไลน์

88.5% ของผู้ประกอบการ

เคยใช้บริการภาครัฐออนไลน์

73.9% ของผู้ประกอบการภาครัฐกิจเอกชน

มีช่องทางออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้าบริการ

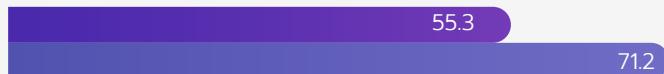
โดยมีช่องทางออนไลน์ที่ภาครัฐกิจเอกชนนัยน์

ใช้เพื่อจำหน่ายสินค้าบริการ

ร้อยละสัดส่วนช่องทางออนไลน์ที่ใช้ในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

Social media platform

เช่น Facebook Page, Line Official, Instagram ฯลฯ



E-Marketplace platform

เช่น Lazada, Shopee, Kaidee, Lnwshop ฯลฯ



ขายผ่านแพลตฟอร์มภาครัฐ



S:UU Electronic Data Interchange (EDI)



Website / Application ของหน่วยงาน e-tailers

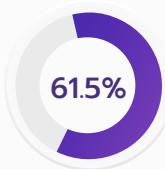
เช่น Amazon, eBay, Central, online, ฯลฯ



อื่นๆ



■ ก่อนโควิด (ก.ย. - พ.ย. 63) ■ ช่วงโควิด (ธ.ค. 63 - ก.ค. 64)



ของผู้ประกอบการภาครัฐกิจเอกชน

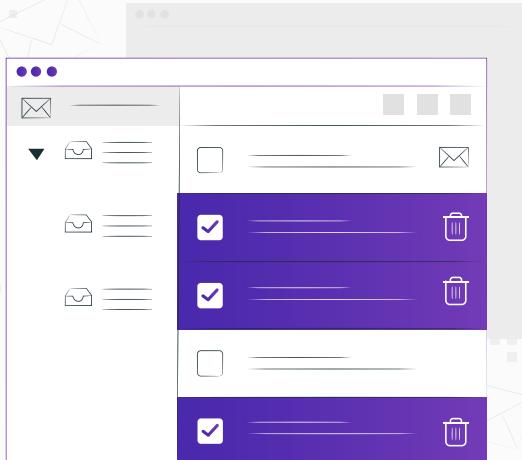
มีการทำการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics)



ของหน่วยงานบริการภาครัฐ

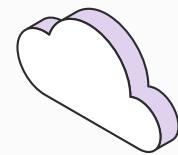
ใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์พัฒนากิจ

หรือให้บริการรูปแบบช่องทางออนไลน์ที่หน่วยงานบริการภาครัฐนัยน์ใช้

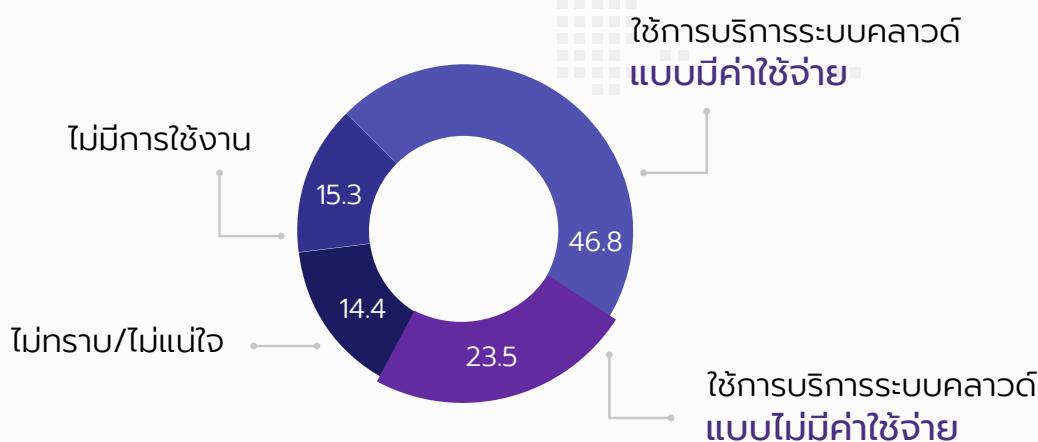


ผู้ประกอบการ ร้อยละ 70.3

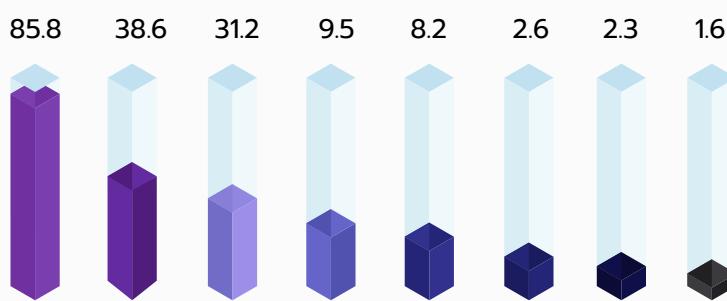
มีการซื้อ/ใช้บริการคลาวด์
ส่วนใหญ่ใช้เพื่อ
เป็นระบบอีเมลบริษัท
และเป็นที่วัดเก็บไฟล์อิเล็กทรอนิกส์



ร้อยละสัดส่วนการซื้อบริการคลาวด์



ร้อยละรูปแบบช่องทางออนไลน์ของหน่วยงาน



- FACEBOOK
- Website
- Line
- Youtube
- Tiktok
- บุนเพลตฟอร์มภาครัฐ
- Instagram
- อื่นๆ

ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021



มิติที่ 3 นวัตกรรม (Innovation)

ในมิตินวัตกรรมนี้ เป็นการประเมินศักยภาพระดับอุตสาหกรรมและระดับประเทศในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารและอุตสาหกรรมดิจิทัล และประเมินสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง จากการประเมินและวิเคราะห์ตัวชี้วัด พบว่า การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยตรงและการลงทุนในธุรกิจ Startup มีสัดส่วนที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สัดส่วนจำนวนผู้ประกอบการจัดตั้งใหม่มีการเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล อย่างไรก็ตาม การประเมินตัวชี้วัดด้านการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) ของกลุ่มนักธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีสัดส่วนมูลค่าการลงทุนที่ลดลงเล็กน้อย ซึ่งอาจทำให้เกิดข้อจำกัดการพัฒนาด้านนวัตกรรม



ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

มิติที่ 4 อาชีพ (Jobs)

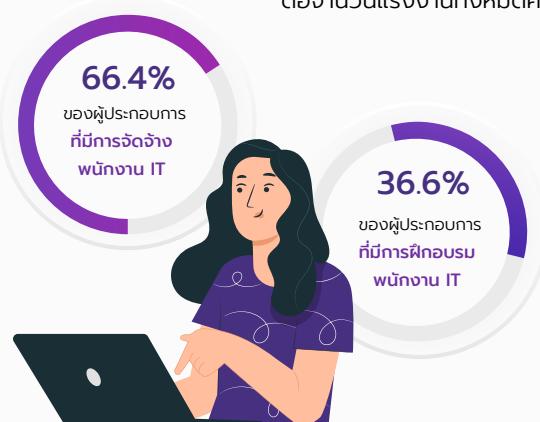


ในมิติอาชีพนี้ เป็นการประเมินสภาพโดยรวมของแรงงานในอุตสาหกรรมดิจิทัลในเชิงปริมาณ และประเมินปัจจัยสนับสนุน เช่น การดำเนินการด้านการพัฒนาทักษะ และการลงทุนในด้านตลาดแรงงาน จากผลการประเมินและวิเคราะห์ตัวชี้วัด พบว่า อุตสาหกรรมดิจิทัลยังประสบปัญหาด้านการพัฒนาแรงงาน โดยตัวชี้วัดหลักอยู่ตัวในมิตินี้สักก้อนให้เห็นถึงการลดลงของแรงงานต่อขนาดของอุตสาหกรรมโดยรวม รวมถึงผลิตภาพของแรงงานที่ลดลง เช่น กับ ชั่งสะก้อนให้เห็นถึงปัญหาการขาดแคลนแรงงานในเชิงปริมาณและคุณภาพ อีกทั้งปัจจัยสนับสนุน คือรายได้เฉลี่ยของแรงงานเมืองลัพธ์ที่ลดลงด้วย จากข้อมูลในมิติอาชีพนี้ สืบให้เห็นถึงความสำคัญในการเร่งพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมดิจิทัลให้สนองกับความต้องการของอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชน

สัดส่วนของเจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ต่อจำนวนแรงงานทั้งหมดคิดเป็น **ร้อยละ 1.15**



สัดส่วนของผู้สำเร็จการศึกษาด้านอุดมศึกษา สาขาวิชาอิทธิยาศาสตร์

เทคโนโลยี วิศวกรรม และคอมพิวเตอร์ ต่อจำนวน

ผู้สำเร็จการศึกษาทั้งหมดคิดเป็น **ร้อยละ 22.39**

สัดส่วนของการใช้จ่ายภาครัฐในการดำเนินนโยบาย

ด้านตลาดแรงงานต่อ GDP (ผลิตภัณฑ์มวลรวมรายได้ประชาชาติ)

คิดเป็น **ร้อยละ 0.061**

หน่วยงานบริการปฐมภูมิ (โรงเรียน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล โรงพยาบาลชุมชน)

<5%

สัดส่วนพนักงาน IT
ในหน่วยงานส่วนใหญ่



เจ้าหน้าที่ IT ส่วนใหญ่กำ
ด้ามการดูแลและพัฒนาเว็บไซต์

<10%

สัดส่วนพนักงาน IT ที่ได้รับ
การฝึกอบรมในหน่วยงาน
บริการปฐมภูมิส่วนใหญ่



ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021



มิติที่ 5 สังคม (Society)

ในมิติสังคมนี้ เป็นการประเมินลักษณะสภาพสังคมในการเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล และความพร้อมในการเป็นสังคมดิจิทัล ที่ทุกคนในสังคมมีส่วนร่วมในการเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยี (Digital Inclusion) โดยไม่มีความเหลื่อมล้ำในด้านเพศ อายุ การศึกษา และสภาพเศรษฐกิจและสร้างให้เกิดประโยชน์จากเทคโนโลยีต่อสังคมโดยรวม จากผลการประเมินและวิเคราะห์ตัวชี้วัด พบว่า ตัวชี้วัดส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงสภาพสังคมที่มีความพร้อมมากขึ้นในการเป็นสังคมดิจิทัล เช่น การเพิ่มขึ้นของร้อยละของบุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ตและสัดส่วนของผู้หลงเชื่องวัย 16-24 ปี ที่สามารถเขียนโปรแกรมได้



ของนักเรียนช่วงอายุ 15-16 ปีที่ได้คะแนนผลประเมิน PISA ความฉลาดด้านการอ่านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ในระดับสูง (ระดับ 5 ขึ้นไป)
(ต่อจำนวนนักเรียนที่ทำการประเมิน PISA ทั้งหมด)



กิจกรรมต่อประชากร
ปริมาณของอัตราการอัตโนมัติที่เกิดขึ้นของประเทศไทย

ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021



มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Trust)

ในมิติความน่าเชื่อถือนี้ เป็นการประเมินความเชื่อมั่นกังวลภาคประชาชนและภาคธุรกิจต่อการใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ ซึ่งประเมินจากพฤติกรรมการใช้ ความกังวล และประสบการณ์กับปัญหาที่เกี่ยวโยงกับเทคโนโลยีและข้อมูล จากการประเมินและวิเคราะห์ตัวชี้วัด พบว่า โดยรวมประชาชนและผู้ประกอบการมีความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์มากขึ้น และปัจจัยสนับสนุนคือการลดลงของสัดส่วนปัญหาด้านออนไลน์ ซึ่งเมื่อประชาชนในฐานะผู้บริโภค มีความมั่นใจมากขึ้น และผู้ประกอบการมีการดูแลระบบดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ให้มีความปลอดภัยและบุคลากรมีความเชื่อถือมากขึ้น โอกาสที่อุตสาหกรรมเทคโนโลยีและดิจิทัลจะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วจะยิ่งสูงขึ้น



ประชาชนก้าวไป

43.6% รู้จัก PDPA

43.1 %

เคยพบปัญหา

ด้านความปลอดภัยทางเทคโนโลยี



การป้องกันส่วนใหญ่
ใช้การเปลี่ยนรหัสผ่าน

13.6%

ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตกังวลไม่เลือกซื้อสินค้า/บริการผ่านช่องทางออนไลน์
เนื่องด้วยมีความกังวลในการส่งคืน

หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชน

80.5% รู้จัก PDPA



การป้องกันส่วนใหญ่
การใช้ระบบยืนยันตัวตน



27.1%

เคยพบปัญหา

ด้านความปลอดภัยทางเทคโนโลยี

28.6%

ของผู้ประกอบการภาครัฐกิจที่ดำเนินงานด้านการรักษาความปลอดภัยทางเทคโนโลยี
สารสนเทศของบริษัท หรือด้านรักษาข้อมูล ดำเนินการโดยบุคลากรลูกจ้างภายในบริษัท

หน่วยงานบริการปฐมภูมิ

(โรงเรียน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล
โรงพยาบาลชุมชน)

สัดส่วนของหน่วยงานบริการปฐมภูมิภาครัฐที่รู้จัก PDPA

69.7%

รู้จัก PDPA

30.3%

ไม่รู้จัก PDPA



ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021



มิติที่ 7 การเปิดการค้าเสรี (Market Openness)

ในมิติการเปิดการค้าเสรีนี้ เป็นการประเมินศักยภาพการแบ่งขั้นของธุรกิจระหว่างประเทศด้วยการใช้ช่องทางออนไลน์ในการให้จัดจำนำสินค้าและให้บริการ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านเศรษฐกิจ จากผลการประเมินและวิเคราะห์ตัวชี้วัด พบว่า สัดส่วนการจัดจำนำสินค้าบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ในตลาดต่างประเทศและธุรกิจที่มีการให้บริการแบบดิจิทัลมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น และสัดส่วนมูลค่าการค้าสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เกียบกับมูลค่าการค้าระหว่างประเทศมีสัดส่วนที่สูงมากเช่นกัน



ตัวชี้วัดและผลการศึกษาการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย

ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

มิติที่ 8 การเติบโตและสภาพความเป็นอยู่ (Growth & Well being)



ในมิติการเติบโตและสภาพความเป็นอยู่นี้ เป็นการประเมินสภาพเศรษฐกิจสังคมและผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยีโดยรวม จากผลการประเมินและวิเคราะห์ตัวชี้วัด พ布ว่า ยังมีประเด็นเกิดขึ้นในภาคธุรกิจดิจิทัลที่ลดลง ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตจากการใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตในรูปแบบความเครียดและความกังวล แต่ในด้านการใช้งานและความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น เช่น การเพิ่มขึ้นของการใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงานทางไกล และการลดลงของร้อยละผู้ที่ประสบปัญหาการถูกหลอกเม็ดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว



อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของมูลค่าเพิ่ม

ที่เกิดขึ้นในภาคธุรกิจดิจิทัล



สัดส่วนของลูกจ้างที่เกิดความเครียด

ระหว่างการทำงานที่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์มากกว่าครึ่งของระยะเวลาทำงานทั้งหมด



สัดส่วนของนักเรียนช่วงอายุ 15-16 ปี

ที่รู้สึกเป็นกังวลเมื่อไม่สามารถใช้งานหรือเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้

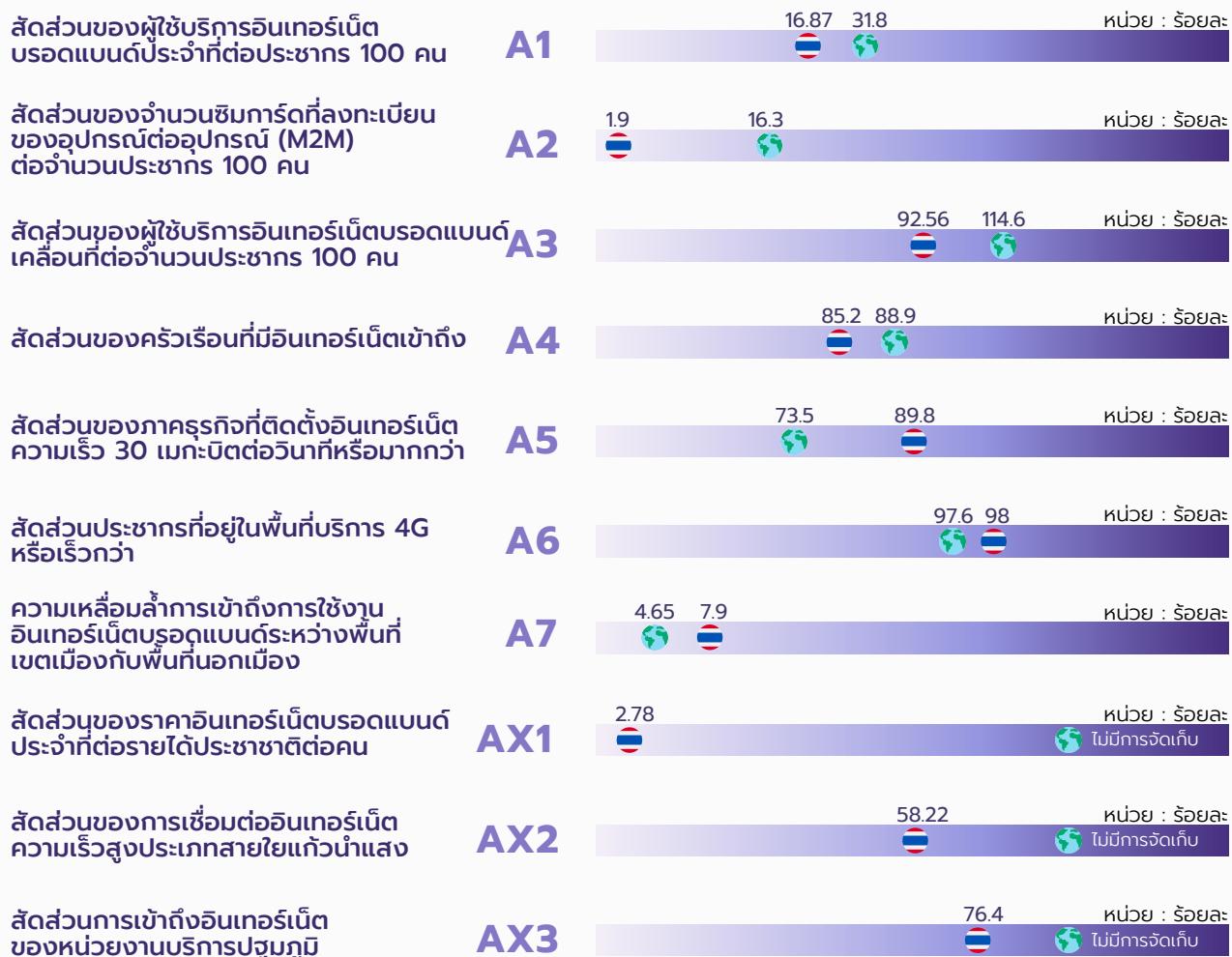
สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

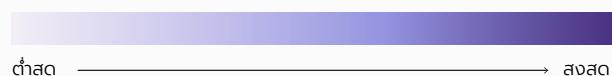
เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD



มิติที่ 1 การเข้าถึง (Access)



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย OECD



← ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย →

← ค่าเฉลี่ยของ OECD →

สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD



มิติที่ 2 การใช้งาน (Use)

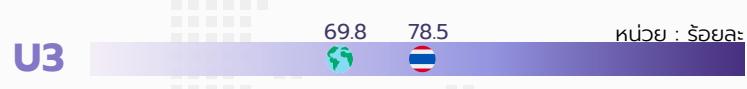
สัดส่วนของบุคคลก้าวไปที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต



สัดส่วนของบุคคลก้าวไปที่เป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีการใช้บริการภาครัฐแบบดิจิทัล



สัดส่วนของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ซื้อสินค้า/บริการผ่านบุหรี่ออนไลน์ในช่วงระยะเวลา 12 เดือน ก้าวไป



สัดส่วนของผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีการจัดทำสินค้า/บริการผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงระยะเวลา 12 เดือน ก้าวไป



สัดส่วนจำนวนธุรกิจที่มีตัวตนบนอินเทอร์เน็ต



สัดส่วนของผู้ประกอบการที่มีการซื้อขายการค้าข้าว



ปริมาณการใช้ข้อมูลเฉพาะต่อเดือนของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบอร์ดแบบเดลิเวอรี่เคลื่อนที่ (หน่วย : กิกะไบต์/เดือน/ผู้ใช้บริการ)



มูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัลต่อคน



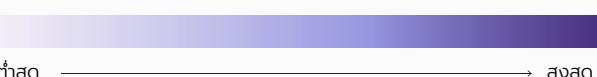
สัดส่วนของการใช้งานครุยวัตภารัฐของหน่วยงานต่อหน่วยงานที่ต้องการใช้งานกังหัน



จำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย OECD



● ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย

● ค่าเฉลี่ยของ OECD



สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD



มิติที่ 3 นวัตกรรม (Innovation)

ร้อยละของการลงทุนในการคิดสร้างสรรค์
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่อ
ผลิตภัณฑ์มวลรวมรายได้ประชาชาติ (GDP)



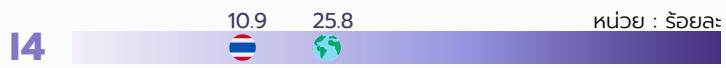
ร้อยละของค่าใช้จ่ายในการลงทุนวิจัย
และพัฒนา (R&D) ของกลุ่มนรรคิจใน
ภาคอุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสาร ต่อ
ผลิตภัณฑ์มวลรวมรายได้ประชาชาติ (GDP)



ร้อยละของมูลค่าการลงทุนของธุรกิจเงิน^{ร่วมลงทุนในภาคธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ}
และการสื่อสาร ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมราย
ได้ประชาชาติ (GDP)



สัดส่วนของผู้ประกอบการจัดตั้งใหม่
(อายุธุรกิจไม่เกิน 2 ปี)
ต่อจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด



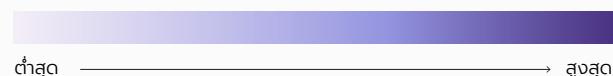
จำนวนการยื่นคำขอสิทธิบัตร
ในประเทศไทย ในสาขาที่เกี่ยวข้อง^{เทคโนโลยีสารสนเทศ}



ปริมาณหุ่นยนต์ที่มีการใช้งานใน
ภาคอุตสาหกรรมการผลิตของ
ประเทศไทยต่อแรงงานใน
ภาคอุตสาหกรรมการผลิต 10,000 คน



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย OECD



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย

ค่าเฉลี่ยของ OECD

สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD



มิติที่ 4 อาชีพ (Jobs)

ร้อยละของเจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสูตรสนับสนุนก้าวหน้า



สัดส่วนของผู้มีงานทำในภาคธุรกิจดิจิทัลต่อจำนวนผู้มีงานทำก้าวหน้า



ร้อยละของแรงงานที่มีงานทำที่ได้รับการอบรมฝึกหัดทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานต่อจำนวนแรงงานก้าวหน้า



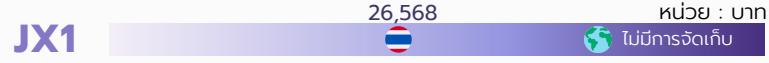
ร้อยละของผู้สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และคณิตศาสตร์ ต่อจำนวนผู้สำเร็จการศึกษาก้าวหน้า



ร้อยละของการใช้จ่ายภาครัฐในการดำเนินนโยบายด้านเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ (GDP)



รายได้โดยเฉลี่ยของแรงงานที่มีตำแหน่งงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ



ผลิตภาพของแรงงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศสมาชิก OECD



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย

ค่าเฉลี่ยของ OECD

สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

|| รายละเอียดเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD ||



มิติที่ 5 สังคม (Society)

ร้อยละของบุคคลทั่วไปช่วงอายุ
55-74 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ต



ร้อยละของบุคคลทั่วไปที่อยู่ในครัวเรือน
ที่มีระดับรายได้ครัวเรือนอยู่ในช่วงร้อยละ 25
ที่ต่ำที่สุด (ครอบครัวลักษณะ 1) ที่ใช้อันเนกประสงค์



សេដស៊ុនបងប្រើអលូយុងចំងាយ 16-24 ក្តី



สัดส่วนความแตกต่างของการใช้งาน อินเทอร์เน็ตระหว่างเพศชายและหญิง



ร้อยละของบุคคลที่ไปที่มีการใช้งาน
เครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงานทางไกล
จากที่บ้าน สูงสุด 1 ครั้ง หรือมากกว่า



ร้อยละของนักเรียนช่วงอายุ 15-16 ปีที่ได้คะแนน
ผลประเมิน PISA ความเฉลียวฉลาดด้านการอ่าน
คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ในระดับสูง
(ต่อจำนวนนักเรียนที่ทำการประเมิน PISA ทั้งหมด)



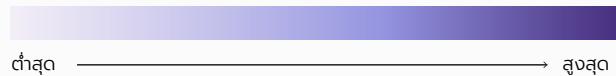
ດັ່ງນີ້ຮູບາລດົຈິກຳລ



ปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้น
ของประเทศไทย (หน่วย: กิกอัตรัมต่อประชากร)



ช่วงค่าตัวซึ่งวัดของประเทศสมาชิก OECD



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย

ค่าเฉลี่ยของ OECD

สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย

ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD



มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Trust)

ร้อยละของผู้ที่ประسับกับปัญหาดักละเม็ดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว (ต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด)



ร้อยละของผู้ที่ไม่เลือกซื้อสินค้า/บริการผ่านช่องทางออนไลน์เนื่องด้วยมีความกังวลในระบบปลดภัยของระบบการชำระเงิน (ต่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด)



ร้อยละของผู้ที่ไม่เลือกซื้อสินค้า/บริการผ่านช่องทางออนไลน์เนื่องด้วยมีความกังวลในการส่งคืนสินค้า (ต่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด)



ร้อยละของบริษัทที่ดำเนินงานด้านการรักษาความปลอดภัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท หรือด้านรักษาข้อมูล ดำเนินการโดยบุคลากรลูกจ้างภายในบริษัท



สัดส่วนของชุดข้อมูลสุขภาพประชาชนที่สามารถแลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงานได้



มิติที่ 7 การเปิดการค้าเสรี (Market Openness)

สัดส่วนของบริษัทที่มีการจัดจำหน่ายสินค้า บริการผ่านช่องทางออนไลน์ ในตลาดต่างประเทศ (การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน)



สัดส่วนของการค้าบริการในธุรกิจที่มีการให้บริการแบบดิจิทัล ต่อการค้าบริการทั้งหมด (โดยพิจารณาจากการนำเข้าและส่งออกบริการ)



สัดส่วนมูลค่าการค้าสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(ICT)เทียบกับมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ



ร้อยละของมูลค่าเพิ่มของการส่งออกสินค้า อันเกิดจากการใช้ประโยชน์ซึ่งบริการดิจิทัล หรือเทคโนโลยีดิจิทัล ต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าของอุตสาหกรรมการผลิตทั้งหมด



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย

ค่าเฉลี่ยของ OECD

สรุปตัวชี้วัดการพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามกรอบขององค์การ OECD

Thailand Digital Outlook 2021

เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD



มิติที่ 8 การเติบโตและสภาพความเป็นอยู่ (Growth & Well being)

อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในภาคธุรกิจดิจิทัล

G1

36.3

55.5

หน่วย : ร้อยละ

ร้อยละของบุคคลทั่วไปที่มีการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการทำงานทางไกลจากที่บ้าน สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือมากกว่า

G2-S5

26.4 36.7

หน่วย : ร้อยละ

สัดส่วนของลูกจ้างที่เกิดความเครียดระหว่างการทำงานที่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์มากกว่าครึ่งของระยะเวลาทำงานทั้งหมด

G3

2.2

61.3

หน่วย : ร้อยละ

ร้อยละของบุคคลทั่วไปที่อยู่ในครัวเรือนที่มีระดับรายได้ครัวเรือนอยู่ในช่วงร้อยละ 25 ถึง 75% (คือไตรที่ 1) ที่ใช้อินเทอร์เน็ต

G4-S2

77.6 83.2

หน่วย : ร้อยละ

สัดส่วนของบุคคลที่มีสกัดเป็นกังวลเบื้องต้นต่อสุขภาพส่วนตัว (ต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ต)

G5

56.4 71.2

หน่วย : ร้อยละ

ร้อยละของผู้ที่ประสบภัยทางดูถูกและเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว (ต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ต)

G6-T1

4.0 6.3

หน่วย : ร้อยละ

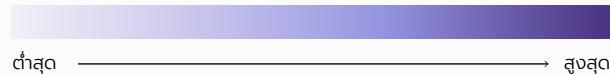
ปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นของประเทศไทย

G7-S8

9.2 17.2

หน่วย : กิโลกรัมต่อประชากร

ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย



ช่วงค่าตัวชี้วัดของประเทศไทย



ค่าเฉลี่ยของ OECD

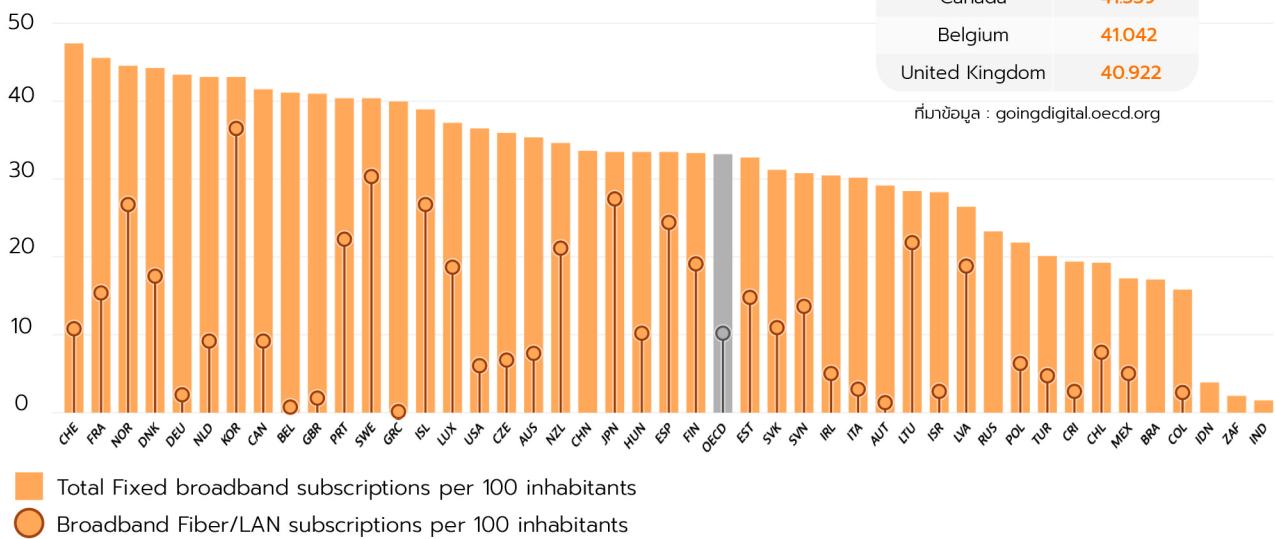
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มาติ๊ก 1 การเข้าถึง (Access)

Fixed broadband subscriptions per 100 inhabitants

2020

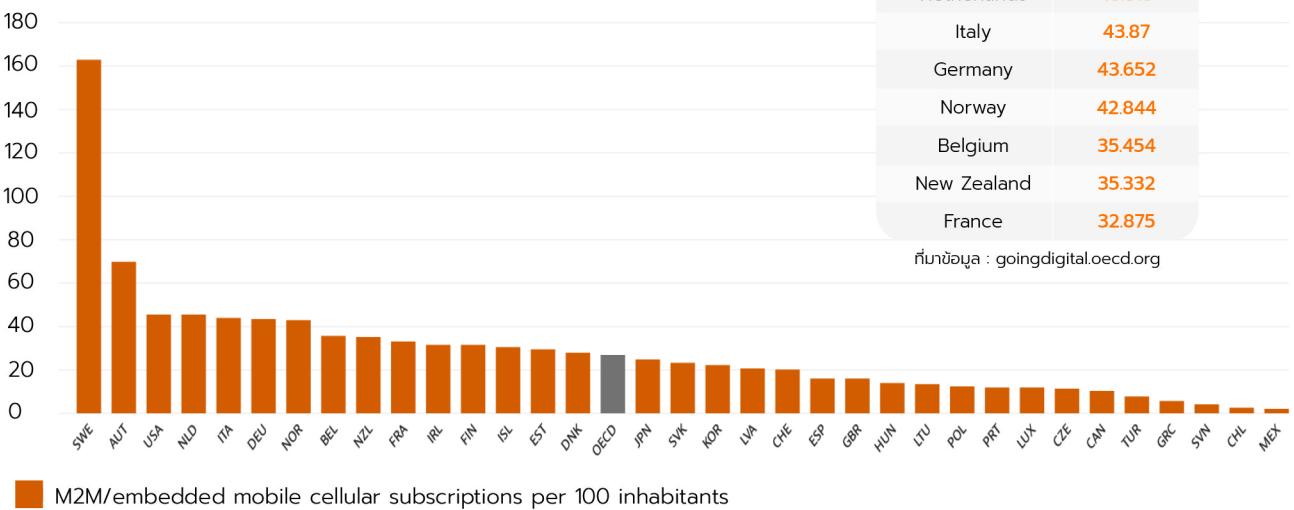
Subscriptions per 100 inhabitants



M2M (machine-to-machine) SIM cards per 100 inhabitants

2020

M2M SIM cards per 100 inhabitants



M2M/embedded mobile cellular subscriptions per 100 inhabitants

ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

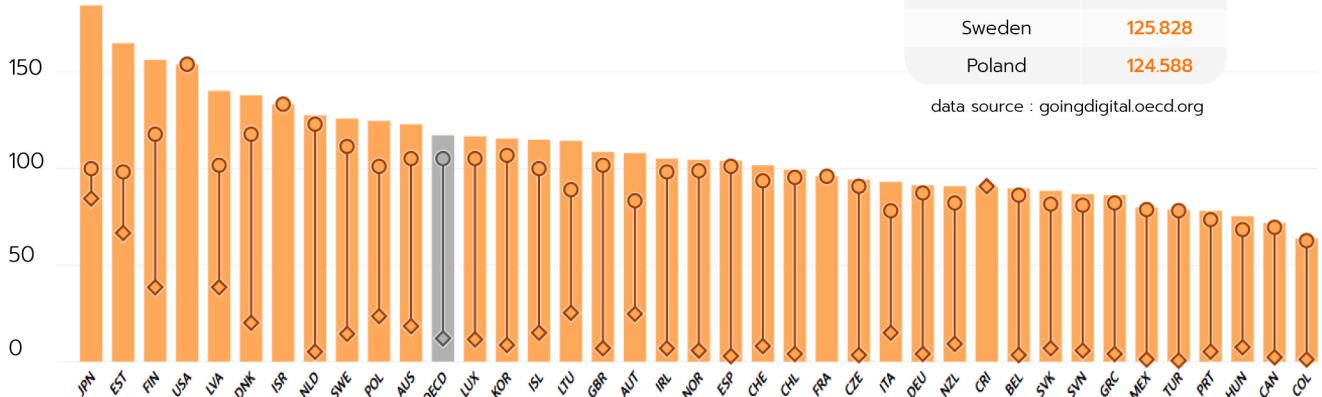
มาติที่ 1 การเข้าถึง (Access)

Mobile broadband subscriptions per 100 inhabitants

2020

Subscriptions per 100 inhabitants

200



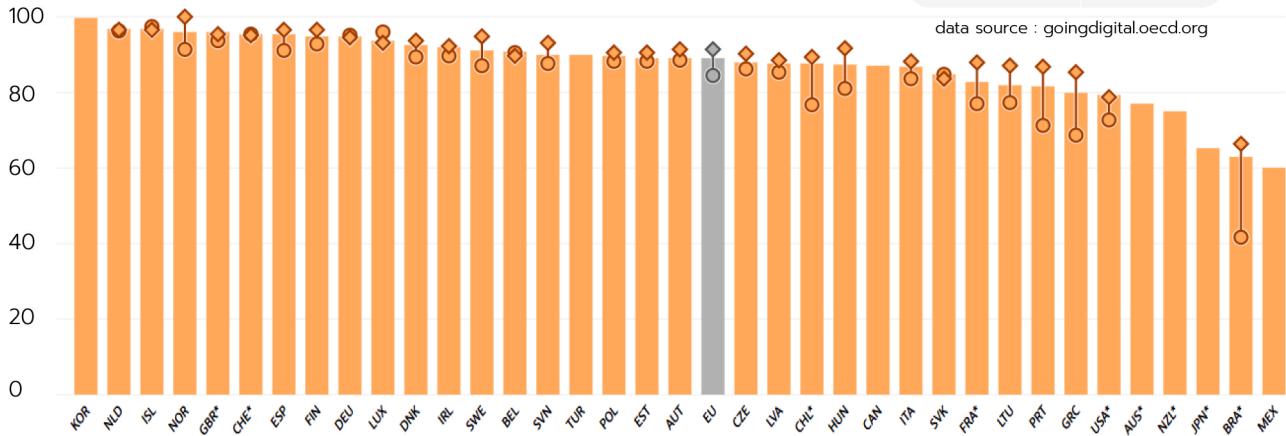
data source : goingdigital.oecd.org

- Total mobile broadband subscriptions per 100 inhabitants
- Data and voice mobile broadband subscriptions per 100 inhabitants
- ◆ Data-only mobile broadband subscriptions per 100 inhabitants

Share of households with broadband connections

2020

% of households



data source : goingdigital.oecd.org

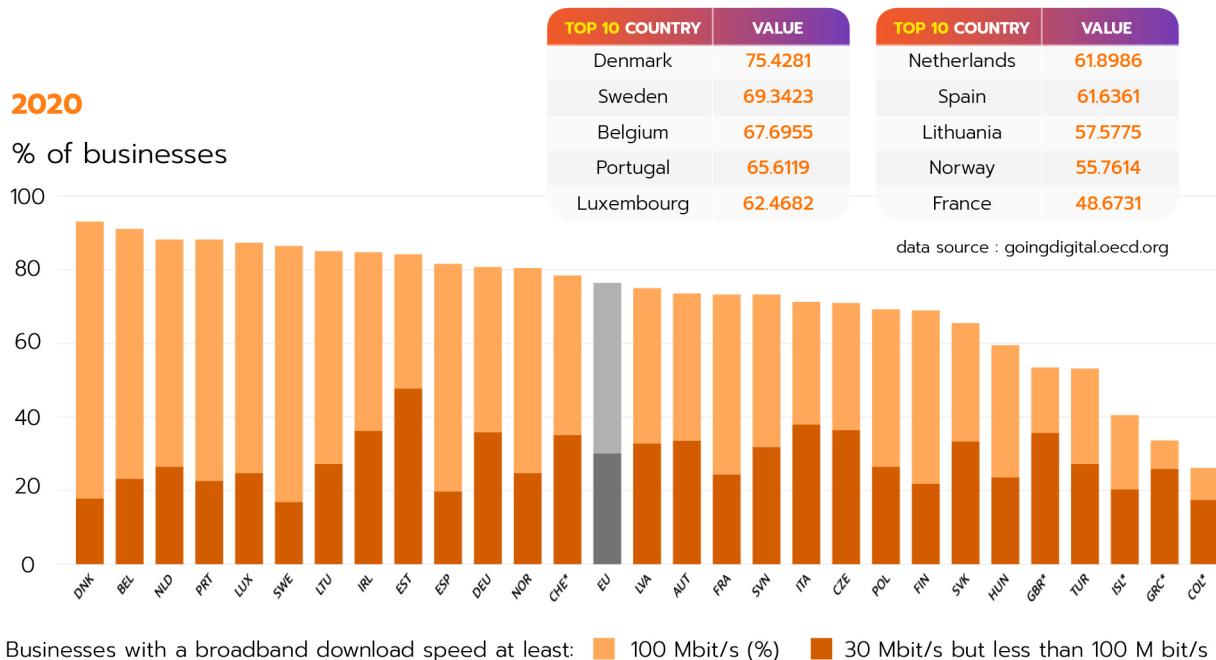
- All (households)

Households living in: ● rural areas ◆ large urban areas

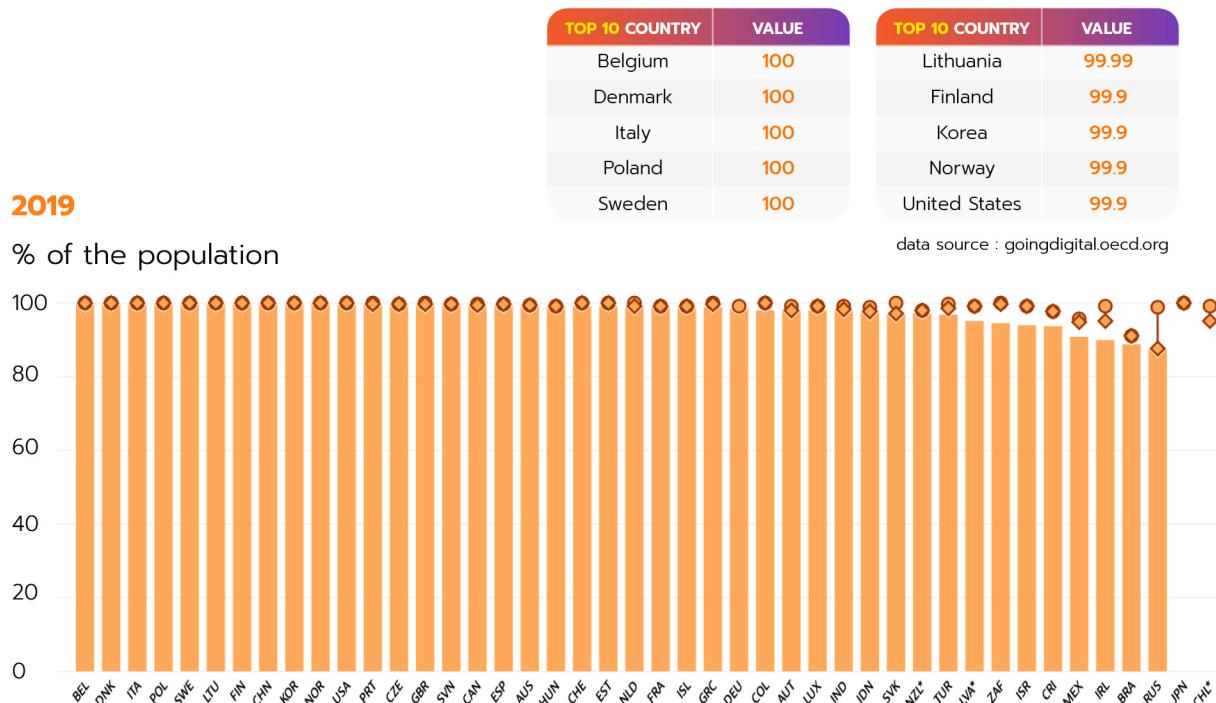
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มาติที่ 1 การเข้าถึง (Access)

Share of businesses with broadband contracted speed of 30 Mbps or more



Share of the population covered by at least a 4G mobile network



■ Proportion of population covered by at least 4G

Proportion of population covered by at least: ● 2G ◆ 3G

ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มาติที่ 1 การเข้าถึง (Access)

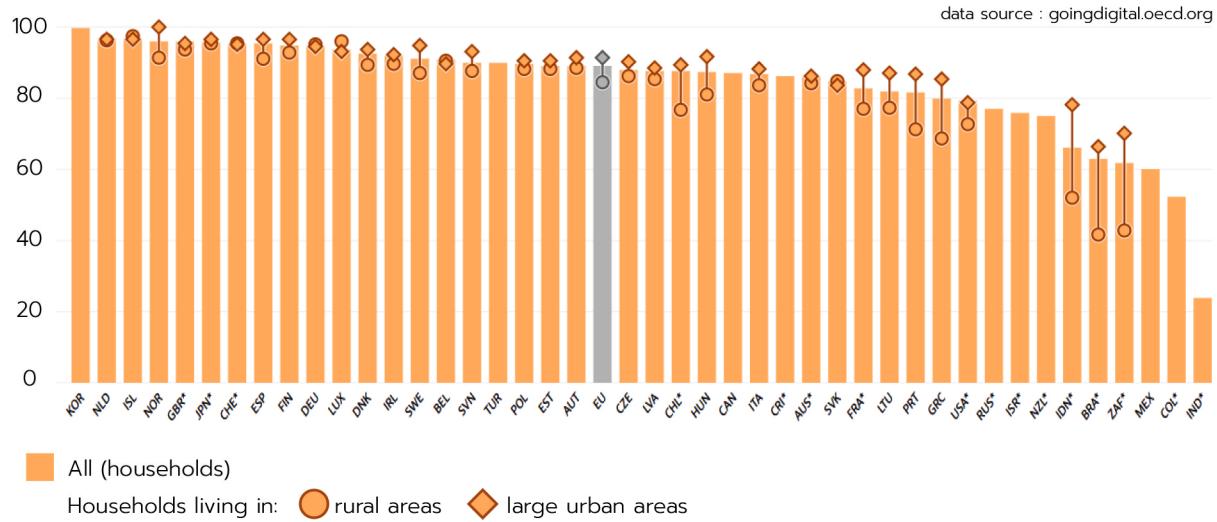
Disparity in broadband uptake between urban and rural households

2020

% of households

TOP 10 COUNTRY	VALUE	TOP 10 COUNTRY	VALUE
Korea	99.74851416	Finland	94.8272
Netherlands	96.9534	Germany	94.8271
Iceland	96.7212	Luxembourg	93.5729
Norway	96.0081	Denmark	92.5007
Spain	95.2835	Ireland	91.8229

data source : goingdigital.oecd.org



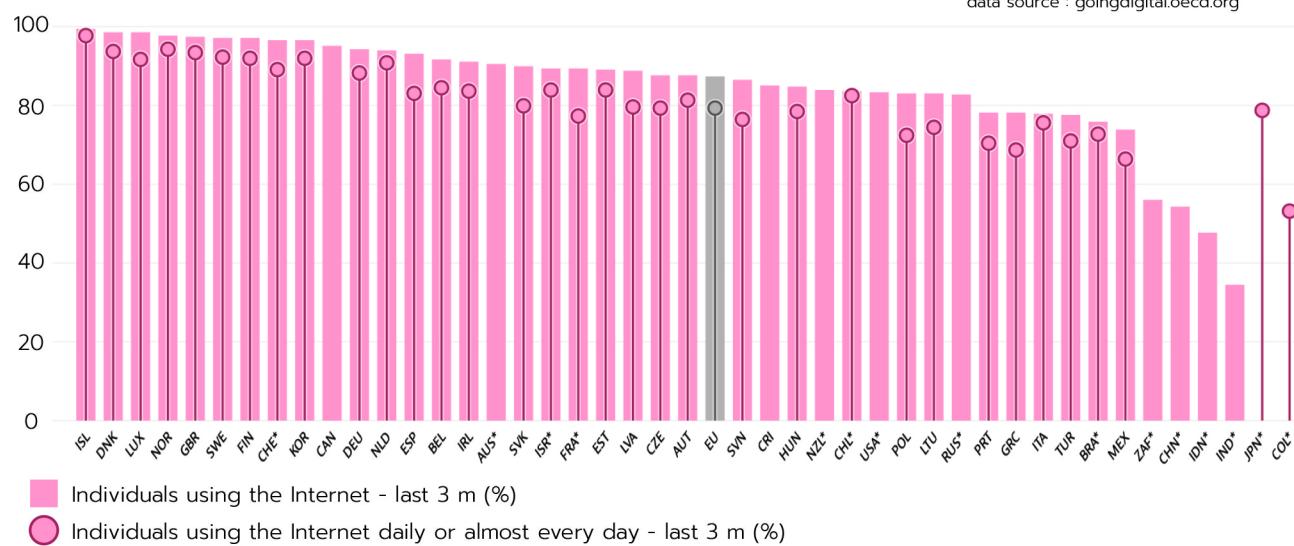
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มาดที่ 2 การใช้งาน (Use)

Internet users as a share of individuals

2020

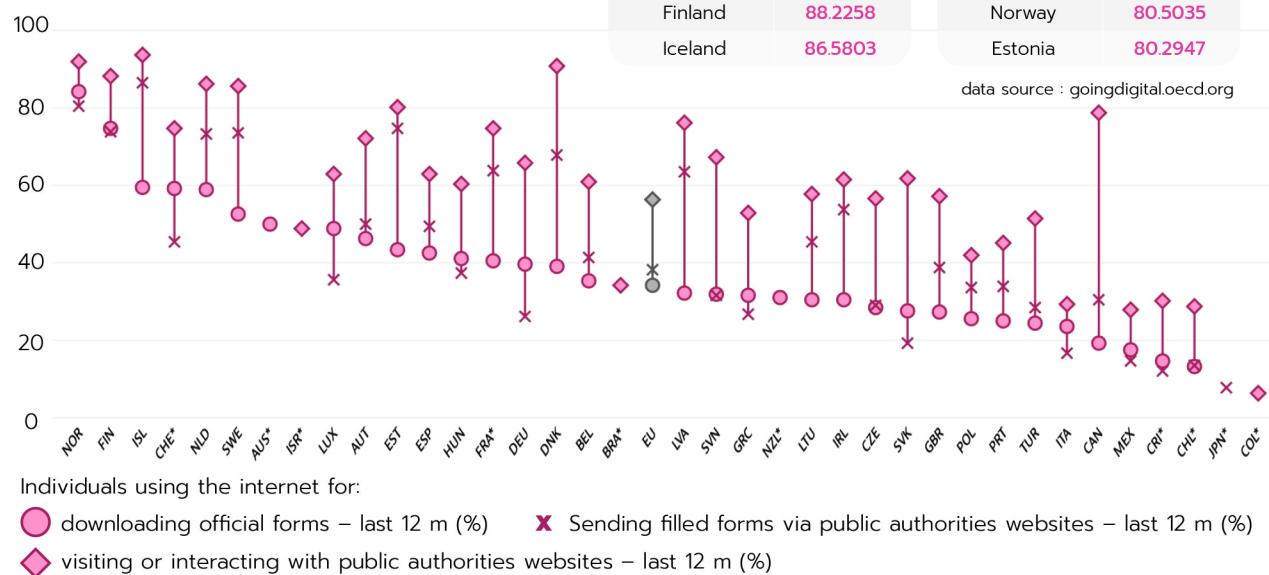
% of individuals



Share of individuals using the Internet to interact with public authorities

2020

% of individuals



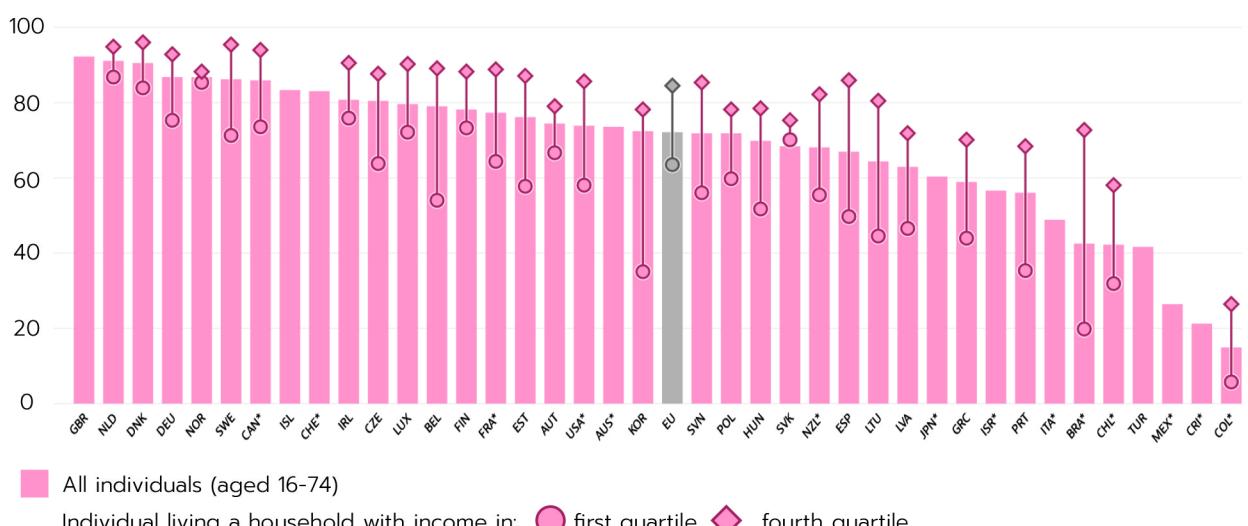
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 2 การใช้งาน (Use)

Share of Internet users who have purchased online in the last 12 months

2020

% of internet users



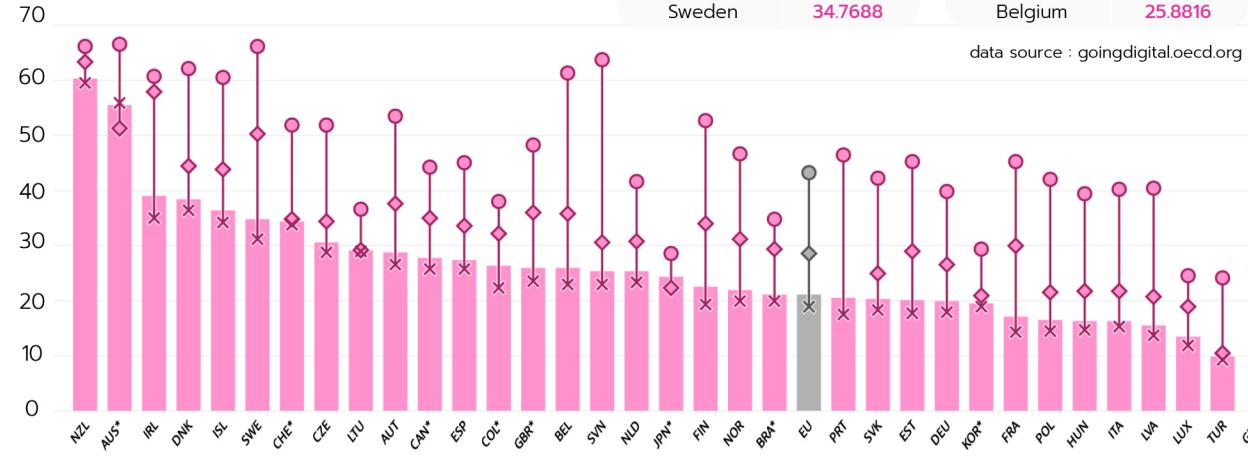
All individuals (aged 16-74)

Individual living a household with income in: ● first quartile ◆ fourth quartile

Share of small businesses making e-commerce sales in the last 12 months

2020

% of businesses



All businesses (10 persons employed or more)

Large (250 employees and more) ◆ Medium (50 to 249 employees)

● Small (10 to 49 employees)

ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 2 การใช้งาน (Use)

Share of businesses with a web presence

2020

% of businesses



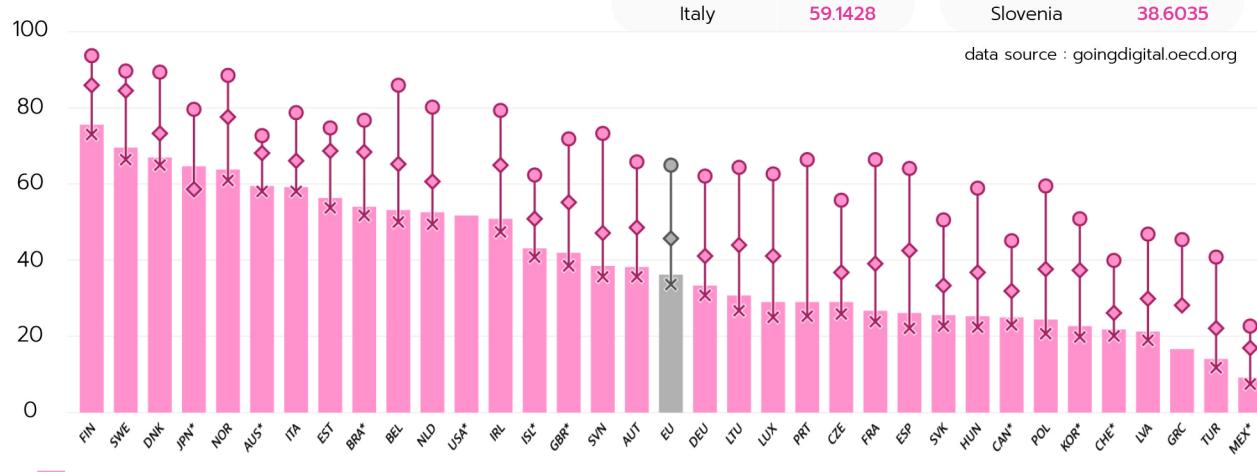
TOP 10 COUNTRY	VALUE
Finland	95.9196
Denmark	92.7669
Austria	90.4229
Sweden	90.0491
Germany	88.3468
Belgium	86.6194
Netherlands	84.1399
Luxembourg	83.9826
Czech Republic	83.3165
New Zealand	82.76

data source : goingdigital.oecd.org

Share of businesses purchasing cloud services

2020

% of businesses



ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มาติที่ 2 การใช้งาน (Use)

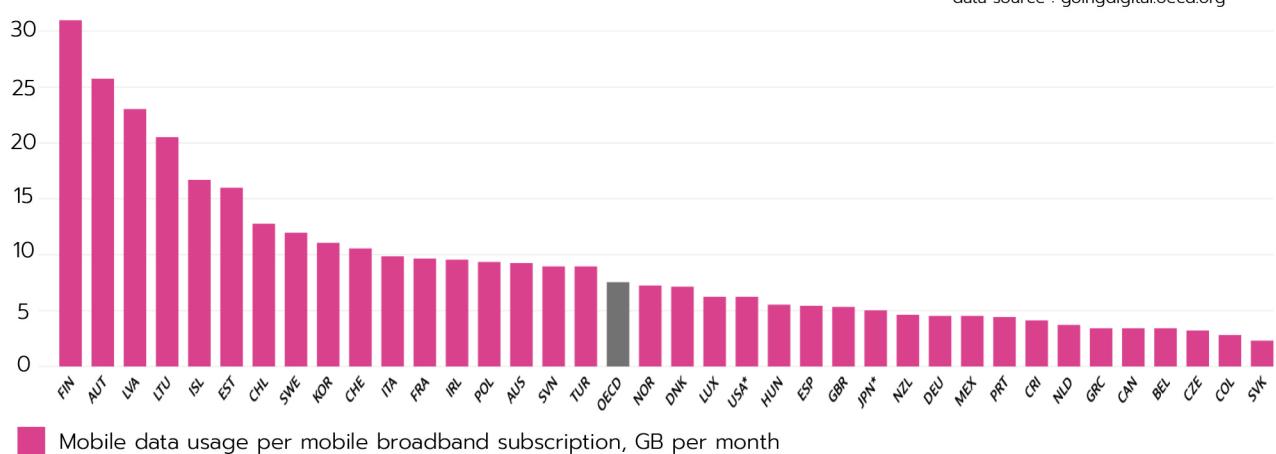
Average monthly mobile data usage per mobile broadband subscription, GB

2020

GB per month

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Finland	30.988
Austria	25.748
Latvia	23.006
Lithuania	20.535
Iceland	16.7
Estonia	15.997
Chile	12.751
Sweden	11.99
Korea	11.048
Switzerland	10.522

data source : goingdigital.oecd.org



■ Mobile data usage per mobile broadband subscription, GB per month

ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 3 นวัตกรรม (Innovation)

ICT investment as a percentage of GDP

2017

% of GDP

5

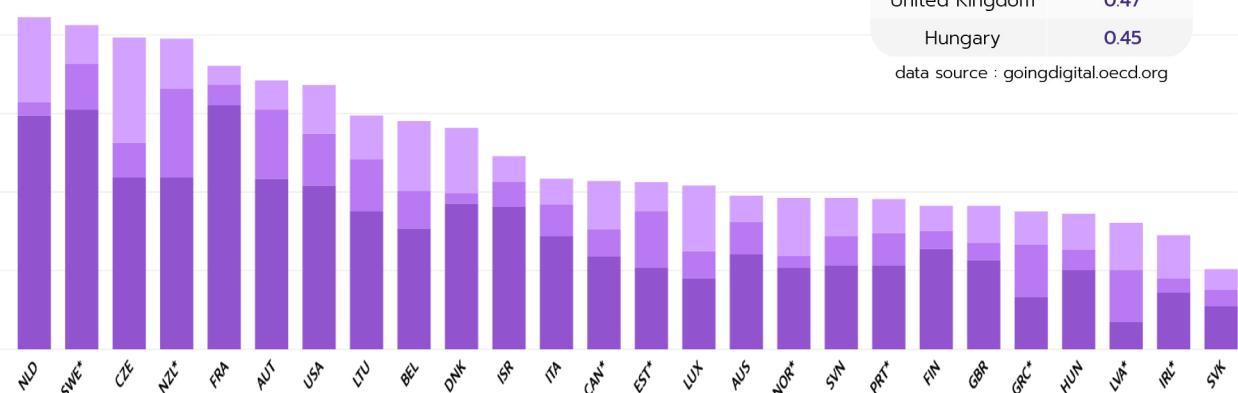
4

3

2

1

0



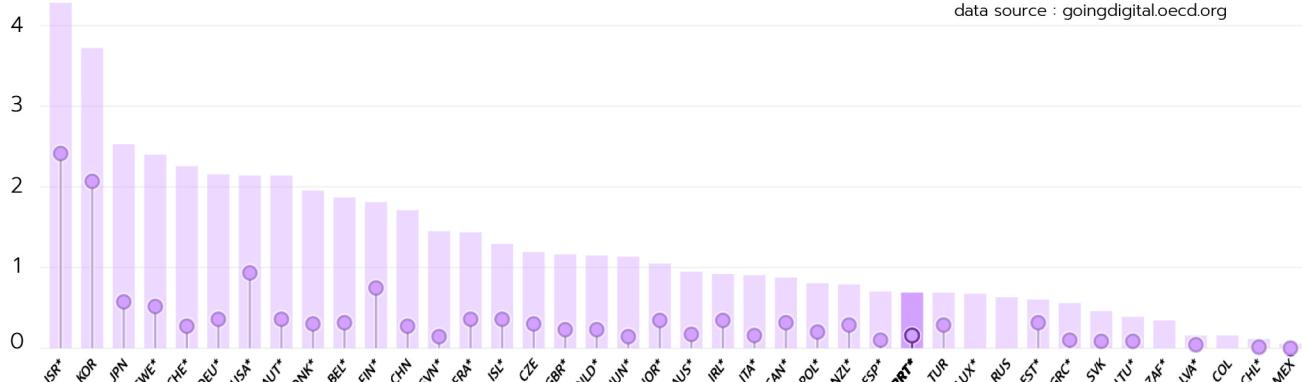
■ Computer hardware, % share of GDP ■ Telecommunications equipment, % share of GDP

■ Computer software and database, % share of GDP

Business R&D expenditure in information industries as a percentage of GDP

2019

% of GDP



data source : goingdigital.oecd.org

■ Total economy

■ Information industries (ISIC 26+58-63)

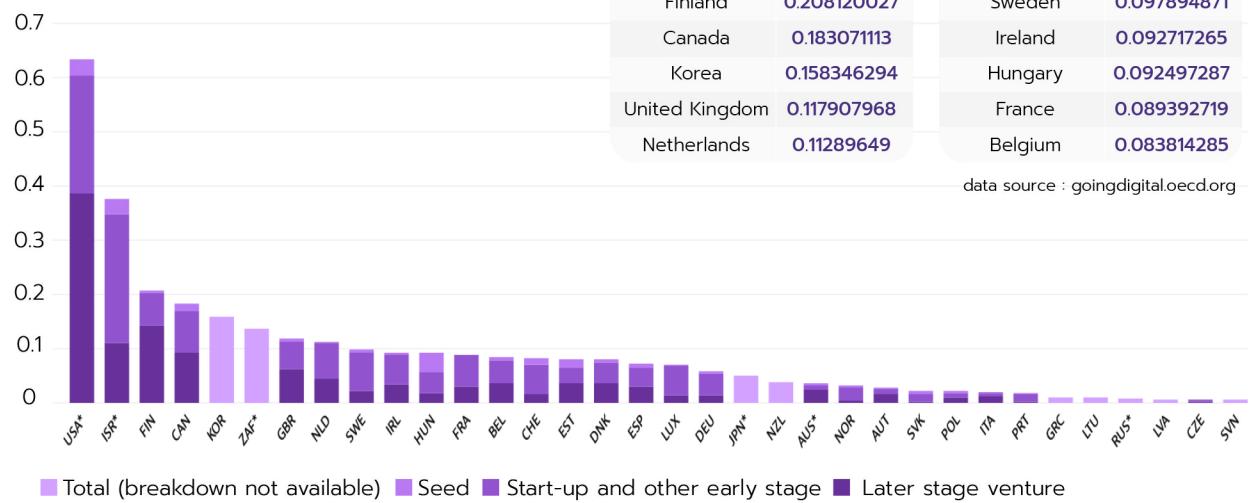
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 3 นวัตกรรม (Innovation)

Venture capital investment in the ICT sector as a percentage of GDP

2020

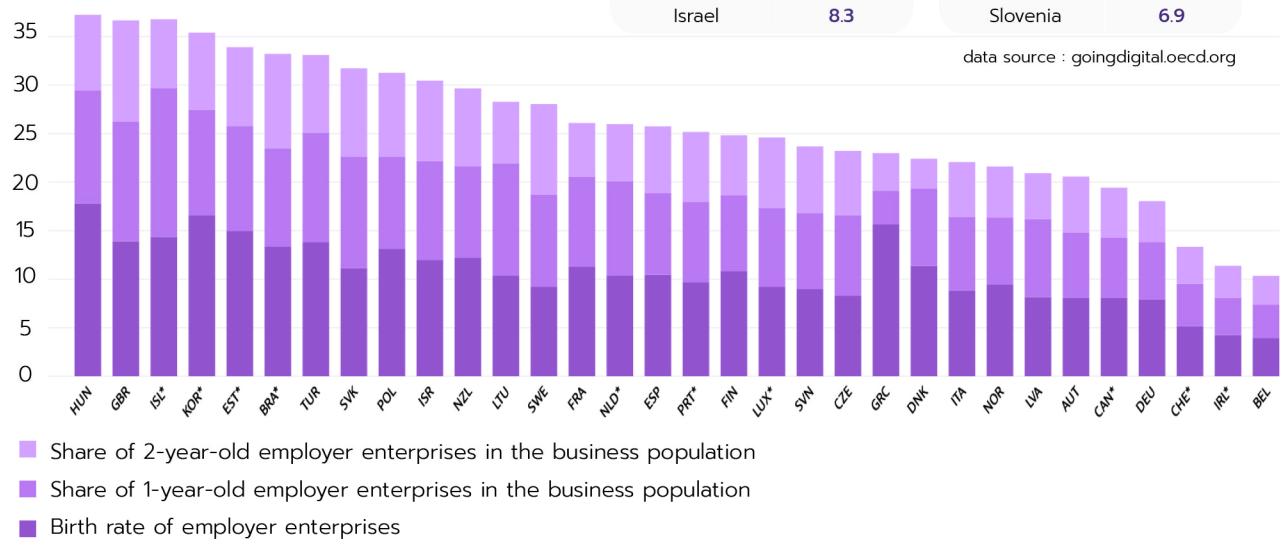
% of GDP



Share of start-up firms (up to 2 years old) in the business population

2018

% of employer enterprises



ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 4 อาชีพ (Jobs)

ICT task-intensive jobs as a percentage of total employment

2017

% of jobs

40

30

20

10

0

■ Specialist (ISCO-08: 133+215+251+252+351+352+742)

■ Other ICT-intensive (ISCO-08: 121+122,134+,211+,216+,231+,241+,242+243)

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Luxembourg	21.68519
United States	17.8225
United Kingdom	17.392
Sweden	16.58881
Lithuania	16.27694

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Estonia	15.76142
Netherlands	15.73361
Switzerland	15.37265
Finland	15.22048
Norway	14.72047

data source : goingdigital.oecd.org

Digital-intensive sectors' share in total employment

2016

% of jobs

50

40

30

20

10

0

■ High digital-intensive industries

■ Medium-high digital-intensive industries

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Netherlands	56.5105
Luxembourg	54.39771
Belgium	53.57978
United States	53.11909
Hungary	52.84689

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Germany	52.81498
United Kingdom	52.59539
Canada	52.53335
Slovak Republic	52.42137
Spain	52.01783

data source : goingdigital.oecd.org

ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 4 อาชีพ (Jobs)

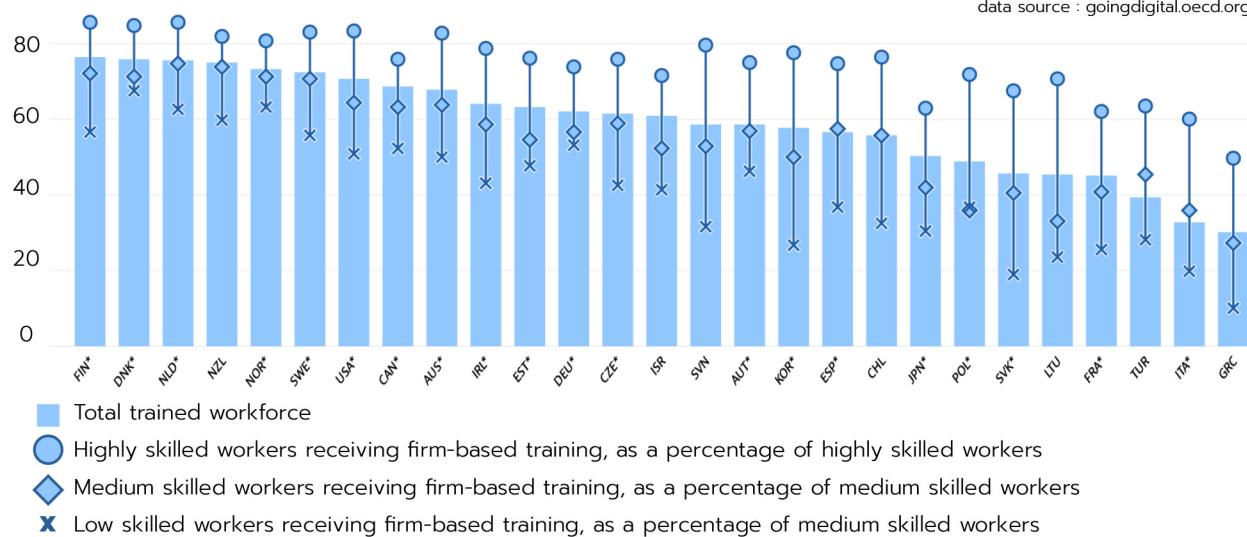
Workers receiving employment-based training, as a percentage of total employment

2015

% of workers

TOP 10 COUNTRY	VALUE	TOP 10 COUNTRY	VALUE
Finland	76.38	United States	70.69
Denmark	75.87	Canada	68.55
Netherlands	75.56	Australia	67.81
Norway	73.22	Ireland	64.1
Sweden	72.42	Estonia	63.3

data source : goingdigital.oecd.org



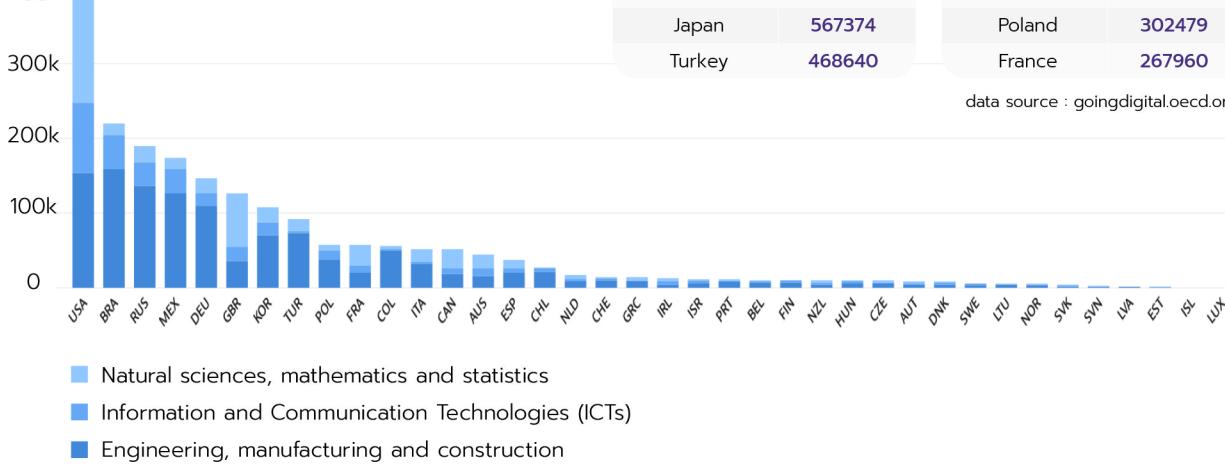
New tertiary graduates in science, technology, engineering and mathematics, as a percentage of new graduates

2019

Graduates

TOP 10 COUNTRY	VALUE	TOP 10 COUNTRY	VALUE
United States	2014860	United Kingdom	431820
Brazil	1250076	Germany	391905
Mexico	648114	Korea	344253
Japan	567374	Poland	302479
Turkey	468640	France	267960

data source : goingdigital.oecd.org



ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 4 อาชีพ (Jobs)

Public spending on active labour market policies, as a percentage of GDP

2019

% of GDP

5

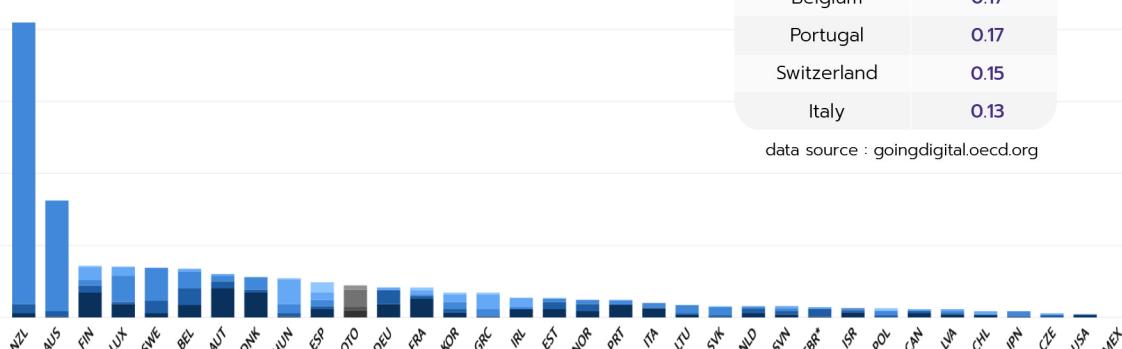
4

3

2

1

0



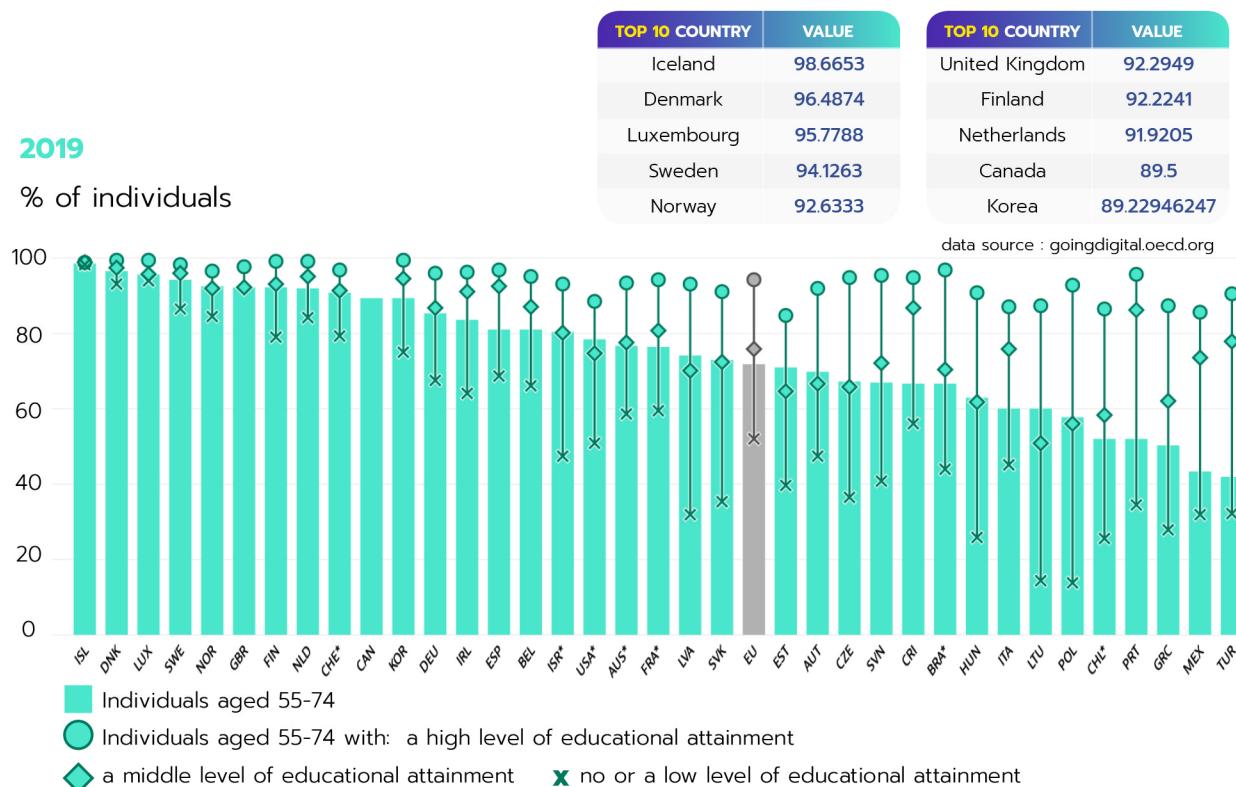
data source : goingdigital.oecd.org

- Start-up incentives
- Direct job creation
- Employment incentives
- Placement and related services
- Training

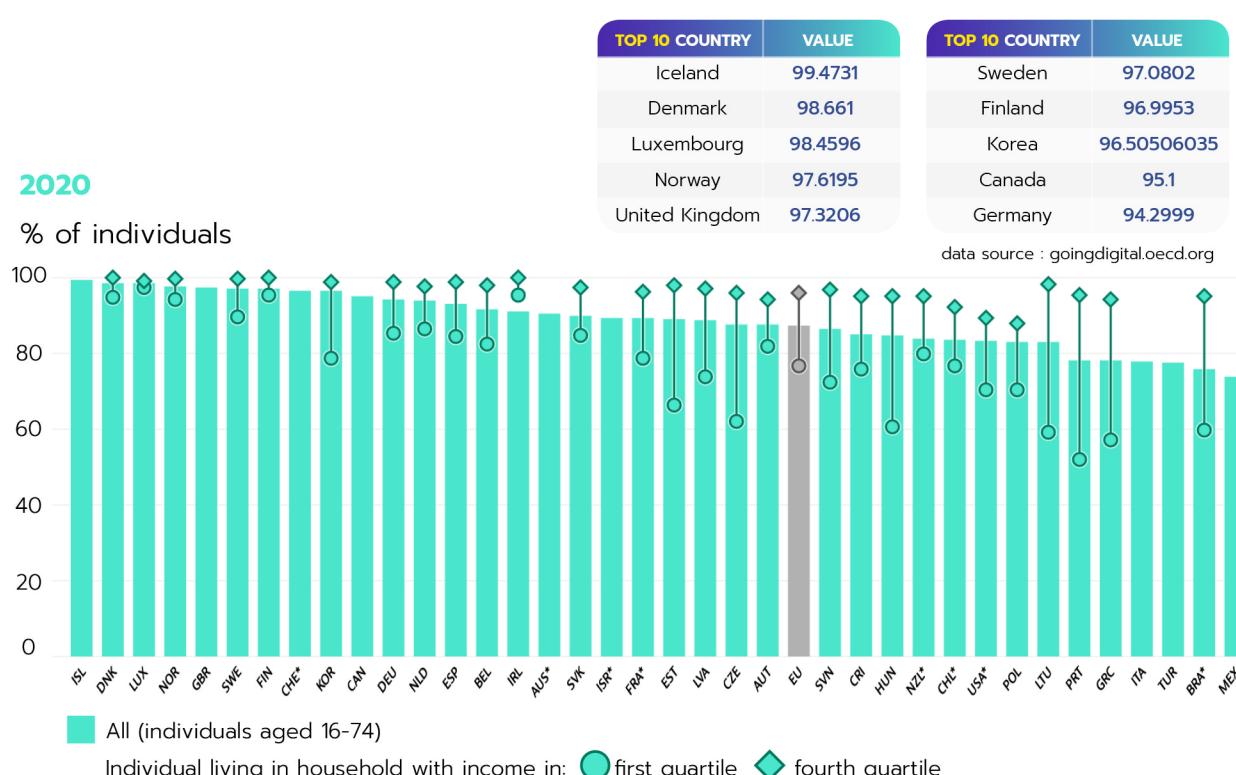
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 5 สังคม (Society)

Percentage of individuals aged 55-74 using the Internet



Percentage of individuals who live in households with income in the lowest quartile who use the Internet



ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 5 สังคม (Society)

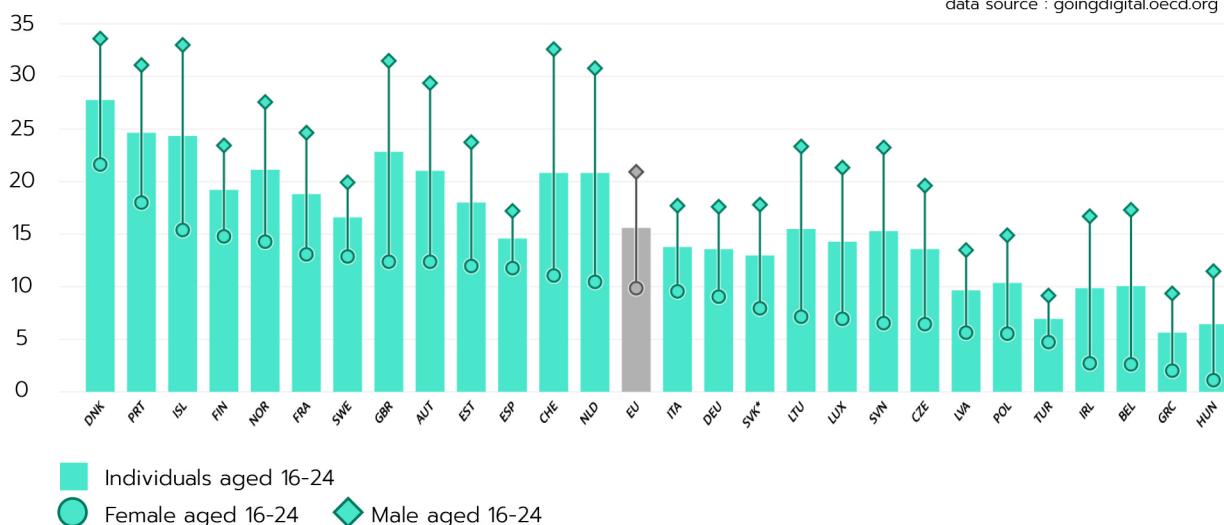
Women as a share of all 16-24 year-olds who can program

2019

% of each age and gender group

TOP 10 COUNTRY	VALUE	TOP 10 COUNTRY	VALUE
Denmark	21.66832	France	13.06966
Portugal	17.99922	Sweden	12.86003
Iceland	15.36419	United Kingdom	12.4069
Finland	14.81812	Austria	12.37322
Norway	14.28571	Estonia	11.97687

data source : goingdigital.oecd.org



█ Individuals aged 16-24
█ Female aged 16-24 ◆ Male aged 16-24

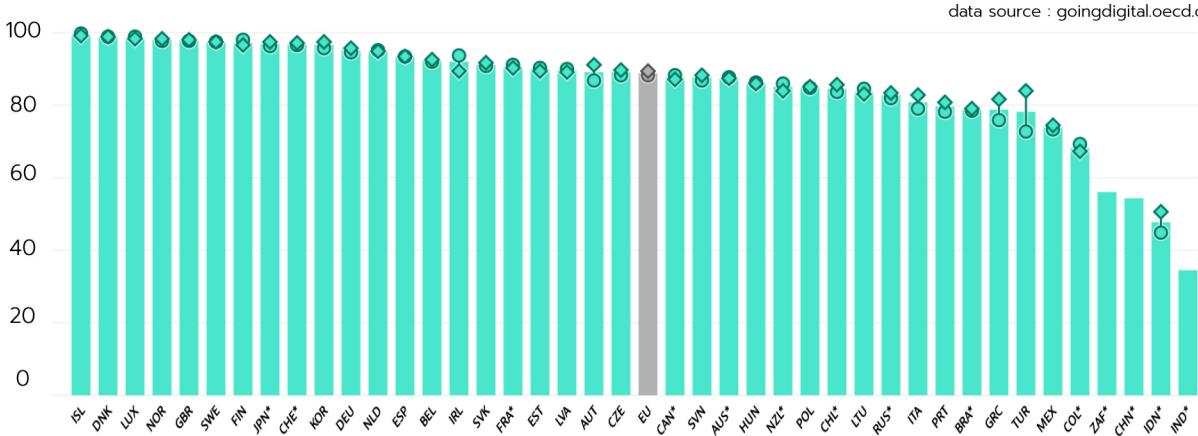
Disparity in Internet use between men and women

2020

% of each age and gender group

TOP 10 COUNTRY	VALUE	TOP 10 COUNTRY	VALUE
Iceland	99.4731	Sweden	97.4608
Denmark	98.8199	Finland	97.1741
Luxembourg	98.5397	Korea	96.54318764
Norway	98.0589	Germany	95.0458
United Kingdom	97.7598	Netherlands	94.9757

data source : goingdigital.oecd.org



█ All (individuals ages 16-74)
█ Male aged 16-74 ◆ Female aged 16-74

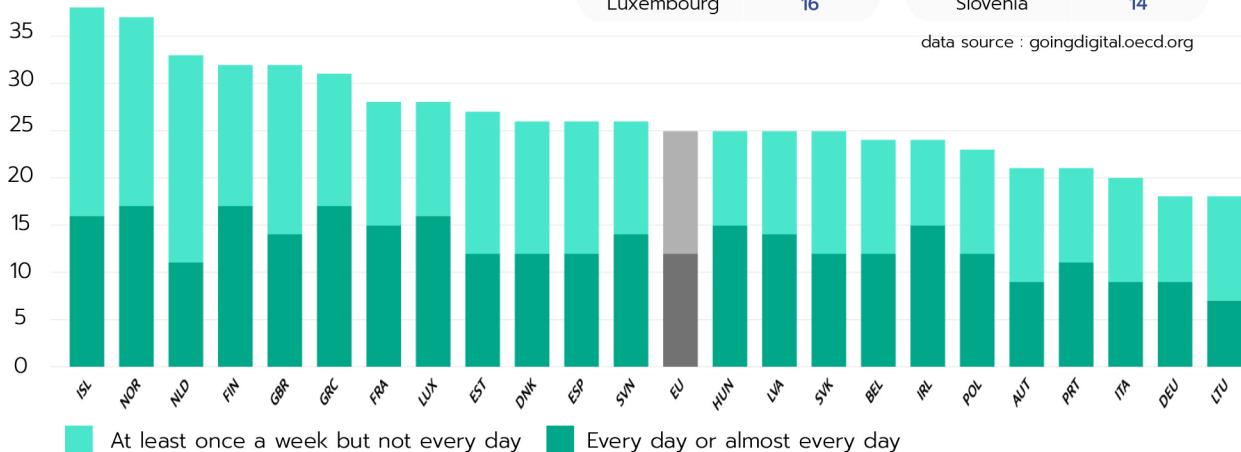
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 5 สังคม (Society)

Percentage of individuals who use digital equipment at work that telework from home once a week or more

2019

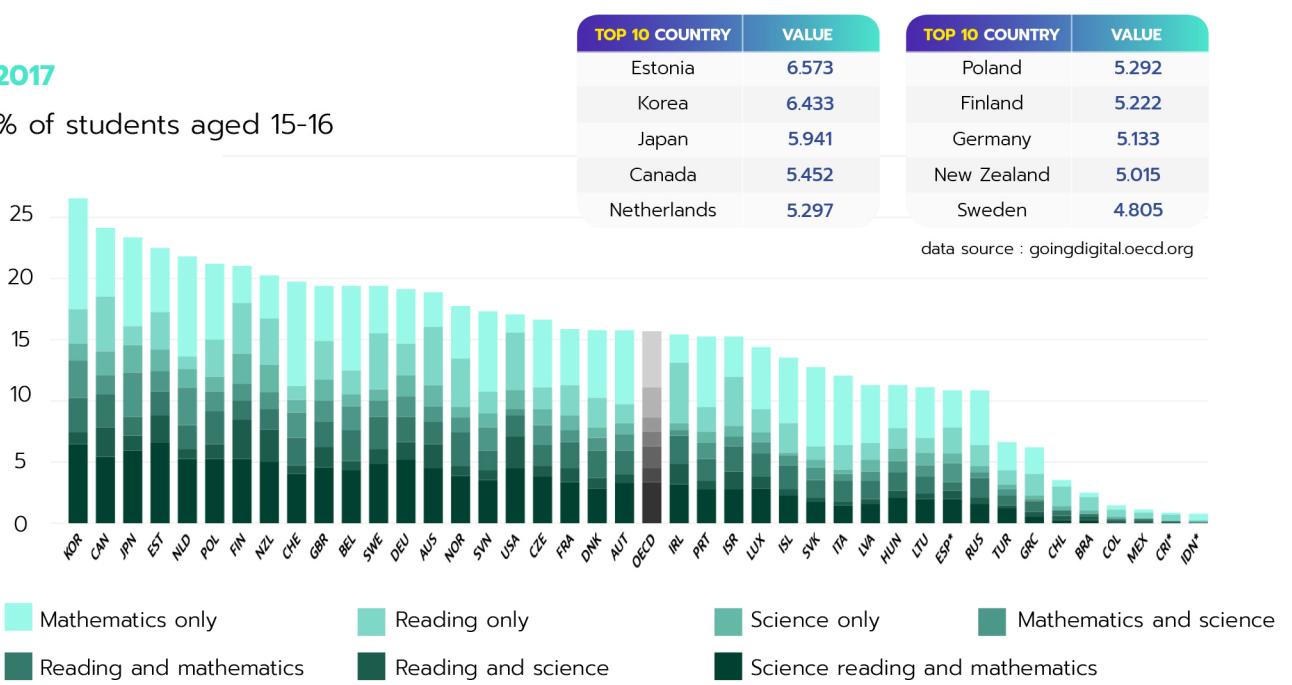
% of each age and gender group



Top-performing 15-16 year old students in science, mathematics and reading

2017

% of students aged 15-16



ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 5 สังคม (Society)

OECD Digital Government Index

2019

Index: 1=highest digital government maturity

0.8

0.7

0.6

0.5

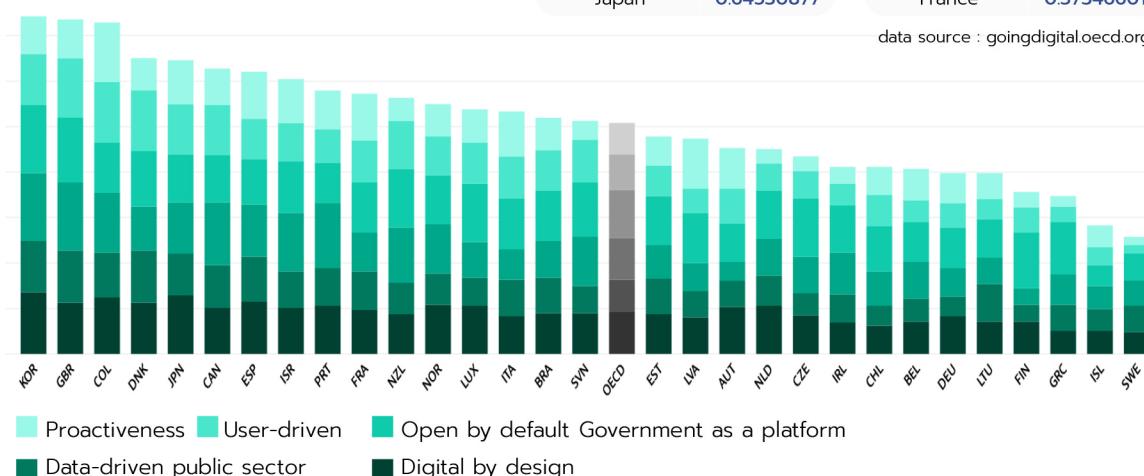
0.4

0.3

0.2

0.1

0



E-waste generated, kilograms per inhabitant

2019

Kg

30

25

20

15

10

5

0

E-waste generated; kg per capita

E-waste recycled or reused; kg per capita

TOP 10 COUNTRY	VALUE	TOP 10 COUNTRY	VALUE
Norway	26	Netherlands	21.6
United Kingdom	23.9	Iceland	21.4
Switzerland	23.4	France	21
Denmark	22.4	United States	21
Australia	21.700001	Belgium	20.4

data source : goingdigital.oecd.org

Norway United Kingdom Switzerland Denmark Australia United Kingdom Switzerland France United States Belgium

E-waste generated; kg per capita

E-waste recycled or reused; kg per capita

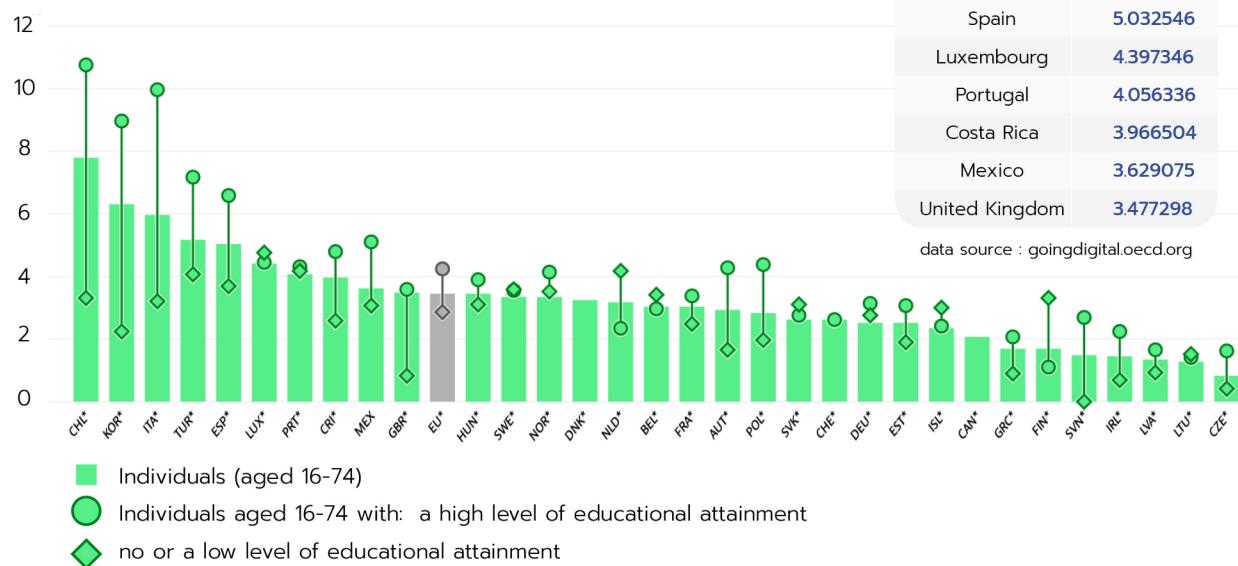
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Trust)

Percentage of Internet users experiencing abuse of personal information or privacy violations

2019

% of Internet users

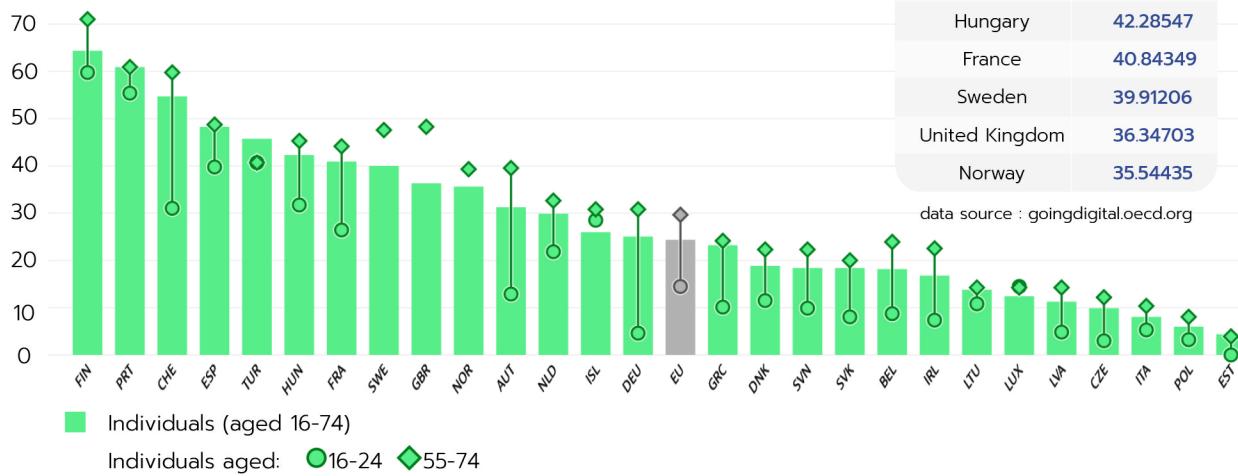


TOP 10 COUNTRY	VALUE
Chile	7.79827
Korea	6.29778
Italy	5.972715
Turkey	5.155457
Spain	5.032546
Luxembourg	4.397346
Portugal	4.056336
Costa Rica	3.966504
Mexico	3.629075
United Kingdom	3.477298

Percentage of individuals not buying online due to payment security concerns

2019

% of Internet users who did not buy online in the last 12 months



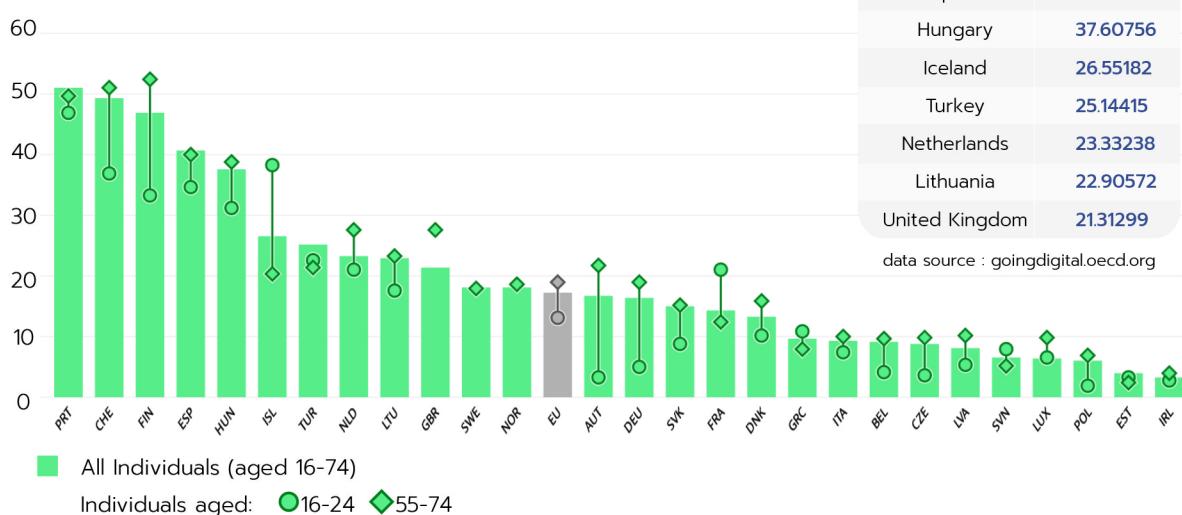
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Trust)

Percentage of individuals not buying online due to concerns about returning products

2019

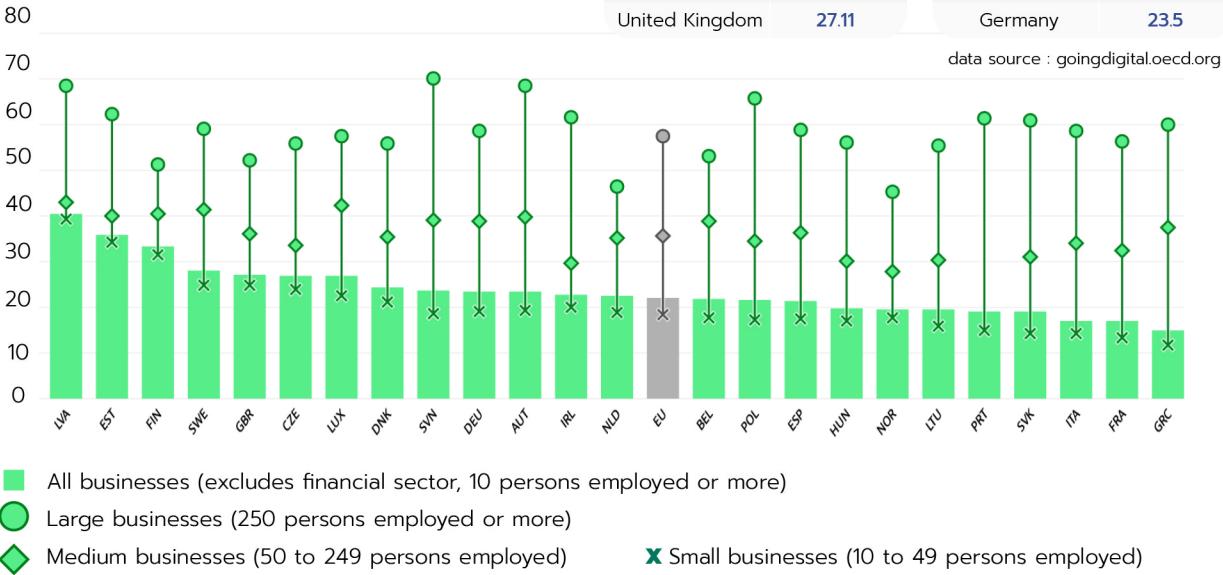
% of Internet users who did not buy online
in the last 12 months



Percentage of businesses in which ICT security and data protection tasks are mainly performed by own employees

2017

% of businesses



ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Trust)

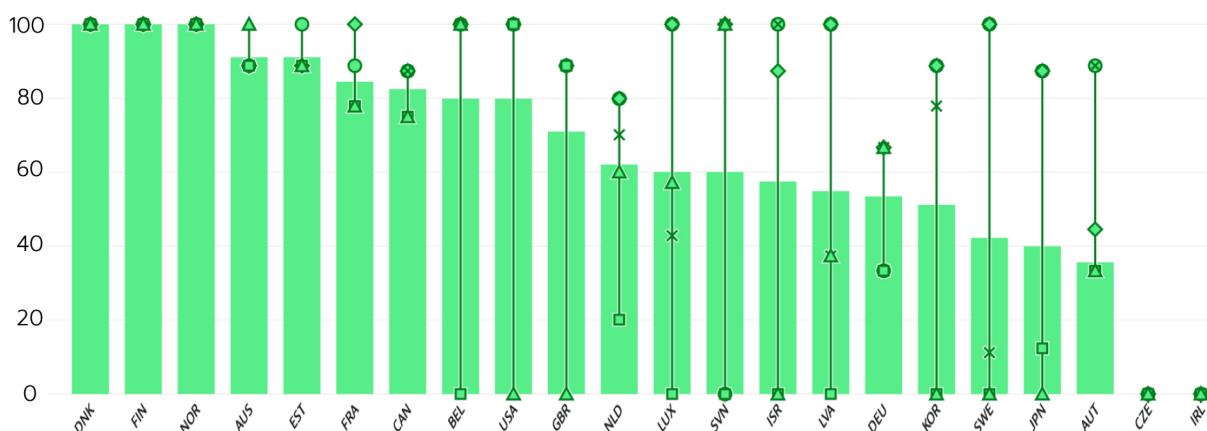
Health data sharing intensity

2020

%

TOP 10 COUNTRY	VALUE	TOP 10 COUNTRY	VALUE
Denmark	100	France	84.4
Finland	100	Canada	82.5
Norway	100	Belgium	80
Australia	91.1	United States	80
Estonia	91.1	United Kingdom	71.1

data source : goingdigital.oecd.org



■ % of sharing potential

National health datasets allowing sharing with:

- government bodies
- ◆ universities and/or non-profit research centres
- ✗ heath care providers
- businesses
- ▲ foreign governments, universities, or ono-profit research centres

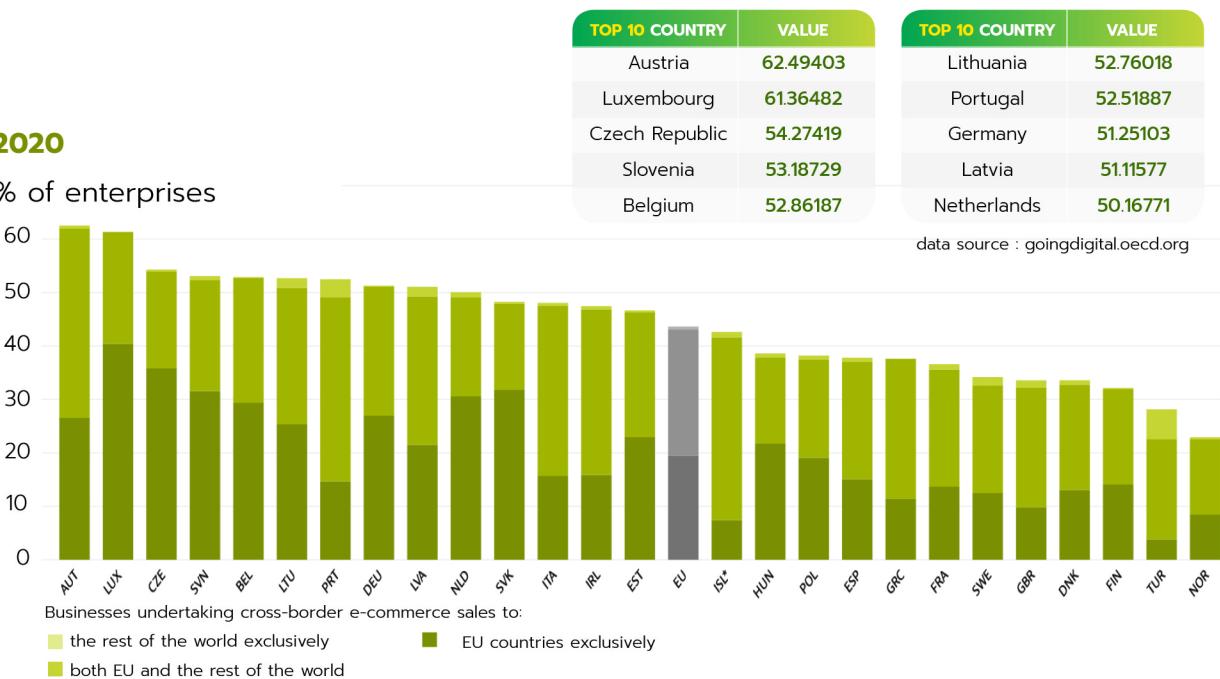
ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 7 การเปิดการค้าเสรี (Market Openness)

Share of businesses making e-commerce sales that sell across borders

2020

% of enterprises

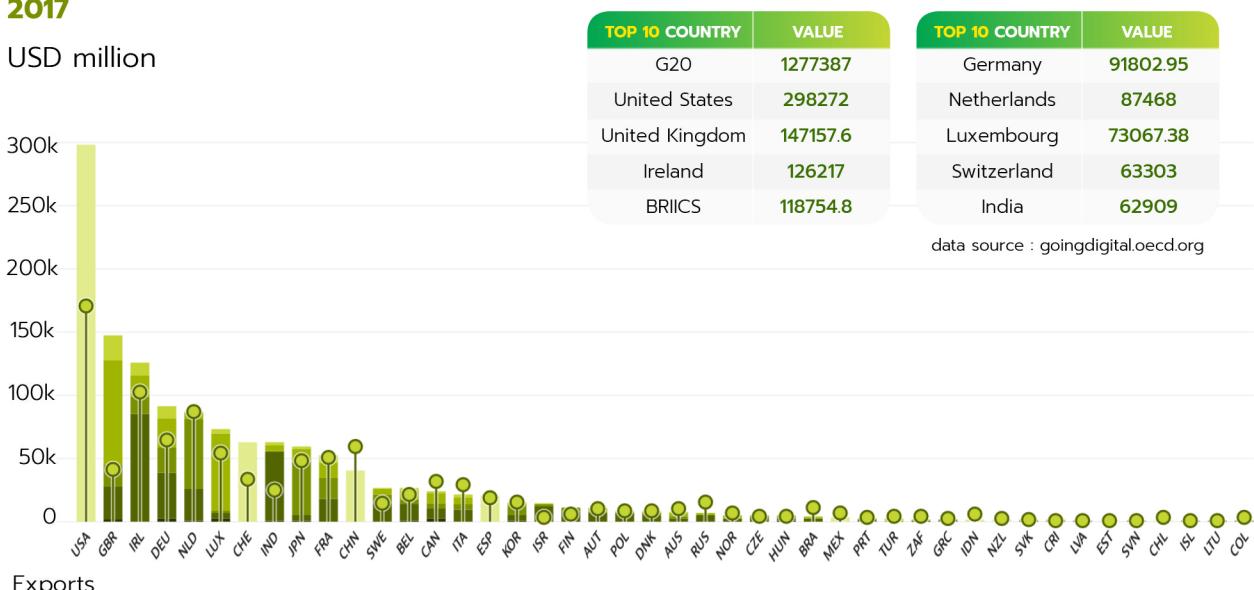


data source : goingdigital.oecd.org

Digitally-deliverable services as a share of commercial services trade

2017

USD million



data source : goingdigital.oecd.org

Imports

Total digitally deliverable services

ผลตัวชี้วัด การพัฒนาด้านดิจิทัลของกลุ่มประเทศ OECD

มิติที่ 7 การเปิดการค้าเสรี (Market Openness)

ICT goods and services as a share of international trade

2018

% of exports

50

40

30

20

10

0

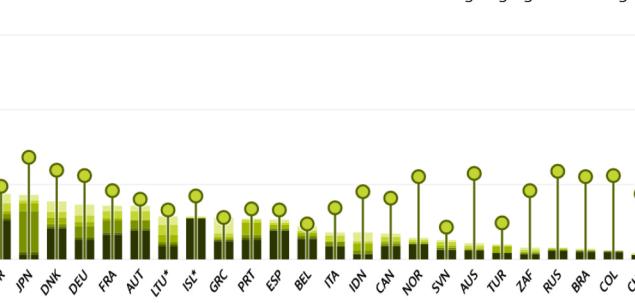
Export

- Computers and peripheral equipment ■ Communication equipment ■ Consumer electronic equipment
- Electronic components ■ Miscellaneous ■ Total ICT services
- Imports
- Total ICT goods and services

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Ireland	41.91281
Israel	28.30189
Korea	28.25135
Luxembourg	22.56456
ASEAN	20.36622

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Czech Republic	16.80759
India	16.21753
Slovak Republic	15.83368
Mexico	15.06226
Sweden	13.5568

data source : goingdigital.oecd.org



Digital-intensive services value added embodied in manufacturing exports,
as a percentage of manufacturing export value

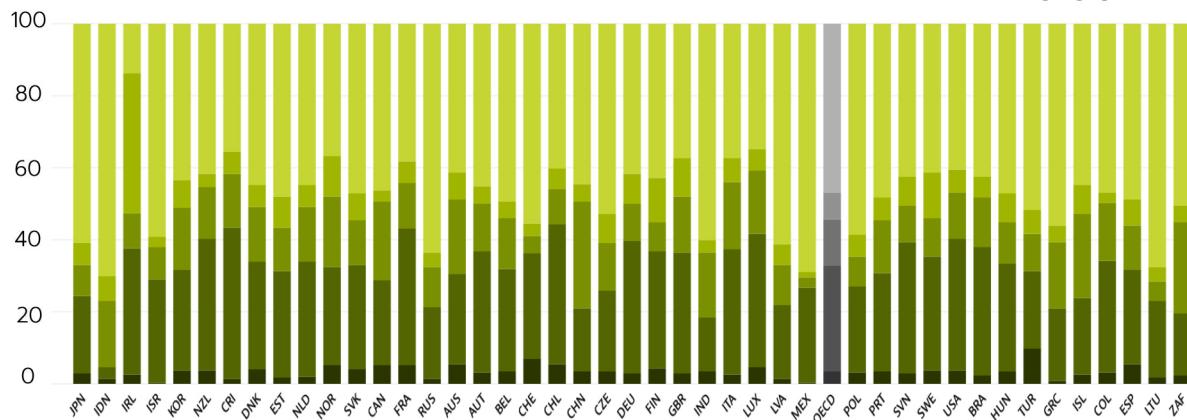
2018

% of domestically produced
digital-intensive services embodies
in manufacturing exports

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Ireland	38.59
Sweden	12.82
Finland	12.37
Norway	11.34
United Kingdom	10.49

TOP 10 COUNTRY	VALUE
Estonia	8.52
Germany	8.4
Czech Republic	8.16
Slovenia	8.12
Iceland	8.06

data source : goingdigital.oecd.org



■ Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles

■ Information and communications (ISIC 58-63) ■ Professional, scientific, technical and support service activities (ISIC 69-82)

■ Financial and insurance activities (ISIC 64-66) ■ Other more digital intensive services



สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

120 หมู่ 3 ชั้น 9 อาคารรัฐประศาสนภักดี

ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ : 0 2142 1202

เว็บไซต์ : www.onde.go.th www.facebook.com/thailanddigitaloutlook

www.onde.go.th

[www.facebook.com/
thailanddigitaloutlook](http://www.facebook.com/thailanddigitaloutlook)

