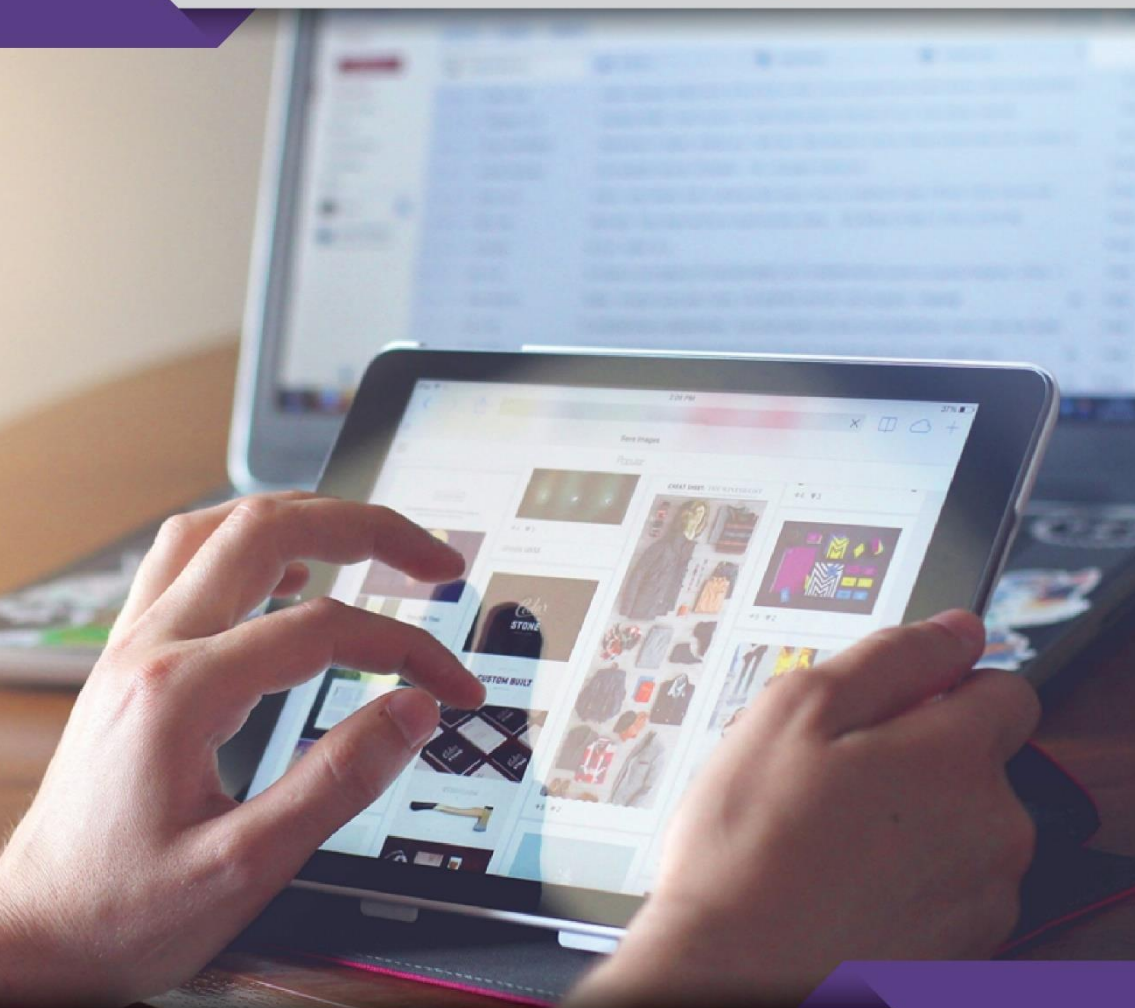




บทสรุปโครงการ

(Project Summary Report)

โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม : Village E-Commerce (ศึกษาและพัฒนา Village E-Commerce)

บทสรุปโครงการ (Project Summary Report)

โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม : Village E-Commerce
(ศึกษาและพัฒนา Village E-Commerce)

พิมพ์ครั้งที่ 1
มีนาคม 2561
จำนวนพิมพ์ 4,000 เล่ม

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษาโครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม Village E-Commerce
(ศึกษาและพัฒนา Village E-Commerce)
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

โดย

สำนักงานคณะกรรมการการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
เลขที่ 120 อาคารรัฐประศาสนภักดี
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
<http://www.onde.go.th>

คำนำ

โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม : Village E-Commerce (ศึกษาและพัฒนา Village E-Commerce) จัดทำขึ้นโดยสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศูนย์ดิจิทัลชุมชนให้มีศักยภาพทางด้านการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับชุมชน และสร้างความเข้มแข็งของชุมชนฐานรากซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ที่จะต้องเป็นผู้ได้รับประโยชน์ และเกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นจากนโยบายที่สำคัญของประเทศ โดยใช้ศูนย์ดิจิทัลชุมชนที่มีอยู่ทั่วประเทศเป็นกลไกสร้างประโยชน์และเกิดความเปลี่ยนแปลงให้ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่ประชาชนฐานปริมิตของประเทศ จึงกำหนดให้มีการศึกษาและพัฒนา Village E-commerce ขึ้น เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของศูนย์ดิจิทัลชุมชนกับการสร้างประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะส่งเสริมการค้าขายออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชน วิสาหกิจชุมชน รวมถึงประชาชนทั่วไปให้เข้าใจถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัล และสร้างประโยชน์ได้อย่างสร้างสรรค์ การพัฒนาต้นแบบหมู่บ้าน/ชุมชนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Village E-commerce) ที่สามารถนำไปขยายผลในเครือข่ายศูนย์ดิจิทัลชุมชนอื่น ๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้ชุมชนฐานรากของประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ตนเอง นำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

การสนับสนุนการทำการค้าในรูปแบบธุรกิจกับลูกค้า (Business to Customer : B2C) จึงเป็นรูปแบบที่สำคัญที่ผู้ประกอบการในประเทศไทยสามารถพัฒนาและส่งเสริมได้อย่างง่าย ด้วยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย จัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่อยู่ทั้งใน

และต่างประเทศ โดยการสนับสนุนการทำการค้าออนไลน์ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจะร่วมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการไทย ก้าวสู่ระดับอุตสาหกรรม ด้วยโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพของประเทศ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้พัฒนาต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
มีนาคม 2561

สารบัญ

หน้า

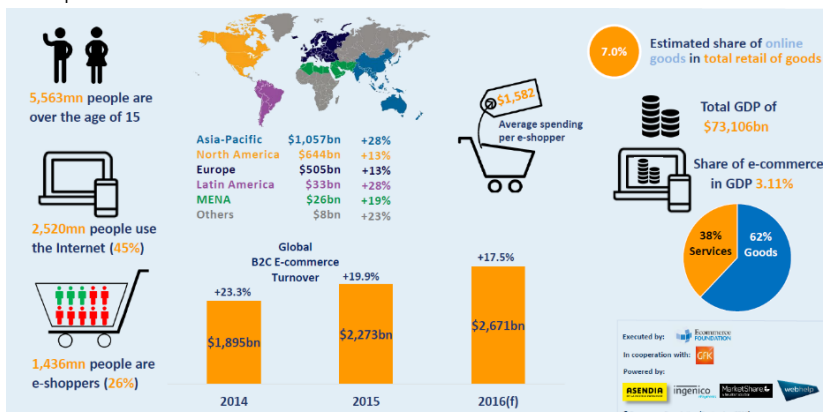
ประเทศที่ประสบความสำเร็จด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	1
สาธารณรัฐประชาชนจีน	10
สาธารณรัฐเกาหลี	14
ประเทศญี่ปุ่น	18
ประเทศอินเดีย	22
ประเทศไทย	26
ศูนย์ดิจิทัลชุมชน ส่งเสริมความรู้ร้านค้าออนไลน์	30
ผลิตภัณฑ์/บริการในชุมชน	35
ปัจจัยในการพัฒนาเป็นศูนย์บ่มเพาะและสนับสนุน การทำการค้า ออนไลน์สำหรับชุมชน	43
รูปแบบธุรกิจส่งเสริมศูนย์ดิจิทัลชุมชน	49
ผลการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน	56
ระยะที่ 1	57
ระยะที่ 2	58
ระยะที่ 3	59

หน้า

พัฒนาตนเองได้ง่ายๆ ผ่านแหล่งเรียนรู้ Online.....	64
ตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	72
ภาคเหนือ	73
ภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	75
ภาคกลางและภาคตะวันตก	77
ภาคใต้	79
หน่วยงานส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	81

ประเทศที่ประสบความสำเร็จด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

องค์กร E-Commerce Foundation ทำการวิจัยข้อมูลกว่า 40 ประเทศทั่วโลกด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้จัดอันดับประเทศที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาจากมูลค่าด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบ B2C มีประเทศที่ประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการชุมชนของประเทศไทย มีประเทศดังต่อไปนี้ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินเดีย โดยมีการสรุปมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของทั้งโลก จากการสำรวจในปี 2558 มีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2,273 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มากถึง 1,436 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 26 ของประชากรทั้งโลก โดยที่ทวีปเอเชียมีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นอันดับที่ 1 มีมูลค่ามากถึง 1,057 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มากถึง 1,436 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 26 ของประชากรที่อายุมากกว่า 15 ปี



ประเทศที่ประสบความสำเร็จด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ ระบบสารสนเทศ เทคโนโลยีสนับสนุน ระบบขนส่งสินค้า และนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐ โดยสามารถจำแนกประเทศที่ทำการค้าออกเป็นรูปแบบเฉพาะ 2 รูปแบบคือ

1) รูปแบบในการขับเคลื่อนด้วยการนำเทคโนโลยี และผู้สนับสนุน ภาคเอกชนเข้ามาร่วมขับเคลื่อน โดยตัวอย่างที่สำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีการผลักดันและขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ โดยมีบริษัท Alibaba Group เป็นกำลังสำคัญหลักในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้ประเทศเกิดการพัฒนาและเข้าสู่ระบบนิเวศด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างรวดเร็ว และประเทศญี่ปุ่น ที่มีการพัฒนาแพลตฟอร์มในการให้บริการ พร้อมระบบที่มีมาตรฐานในการให้บริการให้กับผู้ซื้อสินค้าออนไลน์อีกด้วย และสาธารณรัฐเกาหลี ที่มีการส่งเสริมการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับสื่อ และบริการผ่านระบบออนไลน์

2) รูปแบบการขับเคลื่อนโดยผลักดันอุตสาหกรรมหลักของประเทศให้ก้าวสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาประชาชนฐานรากของประเทศให้มีรายได้เพิ่ม ตัวอย่างเช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีการพัฒนาชุมชน Taobao Village เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในพื้นที่ ประเทศอินเดีย ที่รัฐร่วมกับเอกชนและพันธมิตร ผลักดันและขับเคลื่อนด้านการเกษตร ให้เกิดความสมดุลกันระหว่างความต้องการและกำลังการผลิตของเกษตรกรภายในประเทศ โดยให้สื่อสารและพัฒนาการเรียนรู้ผ่านระบบเทคโนโลยีที่รัฐเปิดให้บริการ

ฉะนั้น ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศต่างๆ จะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้ ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลักดันให้ประชาชน สามารถเข้าถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต และเข้าสู่งการดำเนินการด้าน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบสารสนเทศ และระบบขนส่งสินค้าได้ โดยปัจจัยในการขับเคลื่อนประเทศให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย

1) นโยบายขับเคลื่อน/เอกชนสนับสนุน (Policy & Driven)

กำหนดมาตรการในการขับเคลื่อนและผลักดันของภาครัฐ ที่จะต้องมี พันธมิตรในด้านต่างๆ ร่วมกันส่งเสริมการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

2) ระบบการชำระเงิน (Payment) โครงสร้างหลักของรูปแบบ การชำระเงินที่มีแนวโน้มในการดำเนินการที่เป็นลักษณะสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) โดยจะต้องมีการวางรูปแบบการบริหารจัดการ ทางด้านการเงินของประเทศเพื่อให้สนับสนุนต่อการดำเนินการ ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3) สินค้าและบริการ (Product & Service) สินค้าและบริการ ที่สามารถจัดจำหน่ายในรูปแบบการค้าออนไลน์ที่จะต้องมีความ คุณภาพ และเอกลักษณ์ที่โดดเด่น จึงจะส่งเสริมต่อการขายสินค้าออนไลน์ในระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

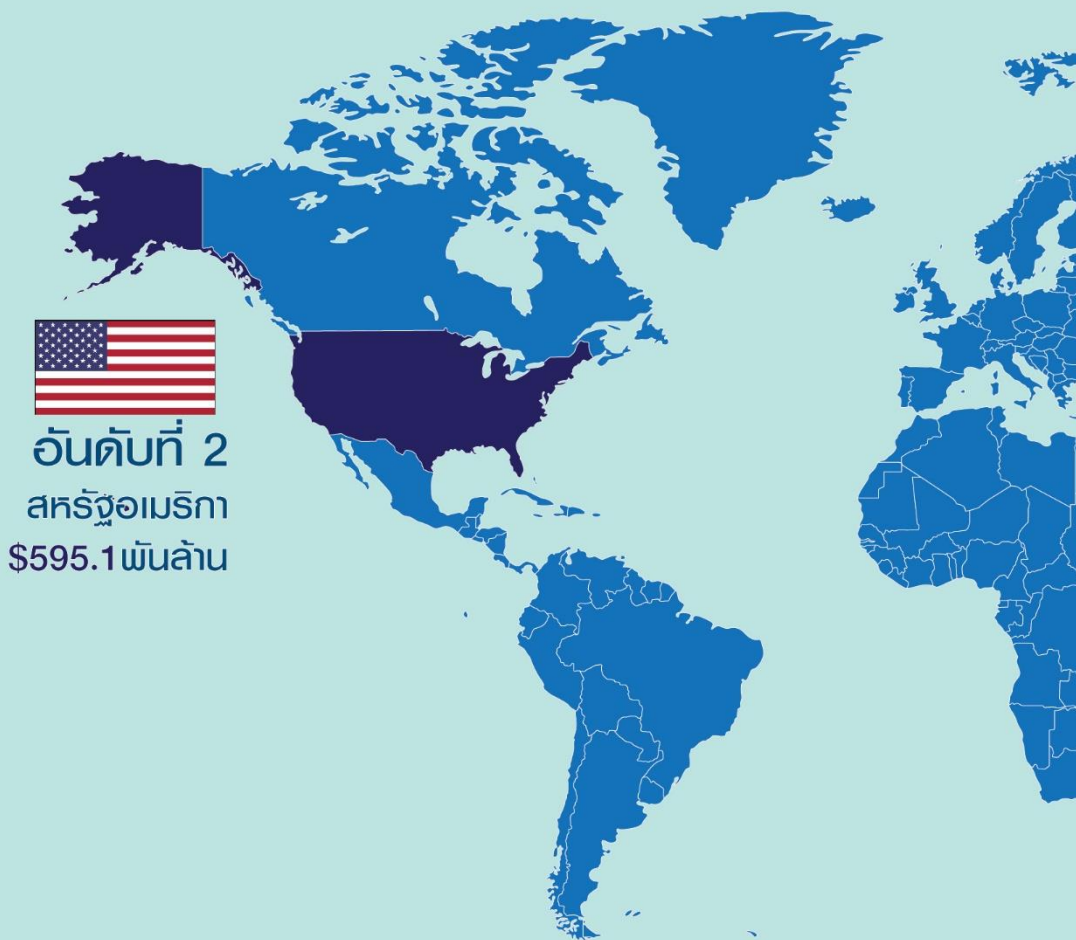
4) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Platform & E-Marketplace) แพลตฟอร์ม ที่ให้บริการหลักของประเทศจะต้องมีระบบที่สร้างความเชื่อมั่น ในการซื้อสินค้า การชำระเงินและการรับประกันสินค้า เพื่อให้เกิด

ความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งการแสดงตัวตนที่ชัดเจนของผู้ประกอบการ จะก่อให้เกิดความสำเร็จในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

5) การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) การดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาดดิจิทัล ด้วยเครื่องมือที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ของตนเอง และการส่งเสริมการใช้สื่อการตลาดดิจิทัลเพื่อผลักดันประชาชนเข้าสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัล

6) ระบบการขนส่งสินค้า (Logistic) ระบบการขนส่งสินค้าเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการขายสินค้าออนไลน์ ด้วยปัจจัยย่อยที่ประกอบด้วย คุณภาพ ค่าใช้จ่าย ความรวดเร็วในการให้บริการ รวมทั้งการจัดส่งรูปแบบเฉพาะต่างๆ ซึ่งองค์กรที่ดำเนินการด้านการขนส่งสินค้าภายในประเทศจะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับการพัฒนาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากข้อมูลผลการศึกษาและปัจจัยที่ประสบความสำเร็จนี้ ประเทศไทยสามารถก้าวตามประเทศที่ประสบความสำเร็จดังกล่าวข้างต้นได้ จะต้องมีการเริ่มการพัฒนาที่ระดับร่วมกัน จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ เพื่อสร้างมูลค่าด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามประเทศต่างๆ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน มีมูลค่าสูงสุดอันดับที่ 1 เป็นมูลค่า 766.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สหรัฐอเมริกา 595.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศญี่ปุ่น มูลค่า 114.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สาธารณรัฐเกาหลี มูลค่า 64.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศอินเดีย มูลค่า 25.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และประเทศไทย มีมูลค่า 19.64 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยแสดงได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



อันดับที่ 2
สหรัฐอเมริกา
\$595.1 พันล้าน

มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce Revenue



หน่วย: พันล้านดอลลาร์สหรัฐ



มูลค่าพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

B2C

(พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)



E-Marketplace ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

淘宝网
Taobao.com

天猫
TMALL.COM

阿里巴巴
Alibaba.com

Source: Ecommerce Foundation, Internetlivestats, Worldbank and eMarketer, 2016

สาธารณรัฐประชาชนจีน China

จำนวนผู้ซื้อ
สินค้าออนไลน์
E-Shopper



Payment การชำระเงิน



Alipay™



WeChat Pay



Baidu Wallet



รูปภาพจาก Aliresearch-Alibaba



สาธารณรัฐประชาชนจีน

สาธารณรัฐประชาชนจีนมีประชากรที่อายุมากกว่า 15 ปี จำนวนมากถึง 1,136.7 ล้านคน มีบัญชีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนทั้งสิ้น 583.1 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 51 ของจำนวนประชากร โดยมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ (e-Shoppers) จำนวน 413.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 36 ของจำนวนประชากร เกิดการซื้อขายสินค้า มูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2555 – 2559 ในปี 2558 มีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบ B2C เท่ากับ 766.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้อัตราผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ การขยายตัวสูงถึงร้อยละ 6.9

สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้รับการจัดอันดับในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ศักยภาพทางด้านการขนส่ง (Logistic Performance Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 28 ของโลก และมีอันดับความง่ายในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 84 ของโลก และมีส่วนแบ่งผลิตภัณฑ์มวลรวมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศอยู่ในอันดับที่ 1 ของโลก ในปี 2559 ดังนั้น ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีศักยภาพทั้งด้านมูลค่า และการขนส่งที่เป็นจุดสนับสนุนให้เกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างสมบูรณ์ได้ มีระบบตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่ สำหรับธุรกิจแบบ B2C คือ เกาเป่า Taobao.com (ภายใต้การดำเนินงานของ Alibaba Group) ที่มีการบริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น อีกทั้งจำนวนประชากรจำนวนมากทำให้มีอัตราการบริโภคสูง จึงสะท้อนสู่มูลค่าด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงสุดในโลก

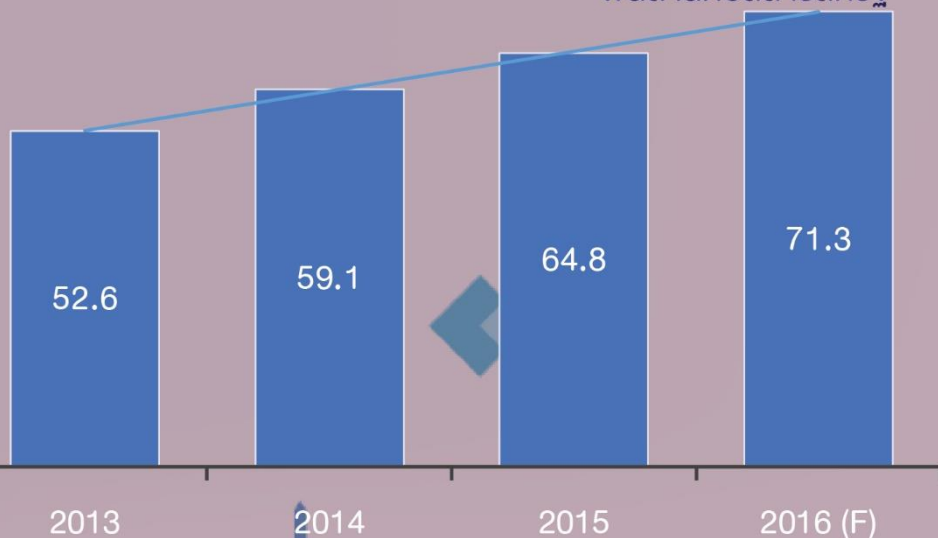
*ข้อมูลข้างต้นอ้างอิงจาก E-Commerce Foundation ปี 2016



มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

B2C

พันล้านดอลลาร์สหรัฐ



E-Marketplace ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

coupang

SSG.COM

사는 게 즐겁다!

LOTTE.com

현대**H**mall

สาธารณรัฐเกาหลี

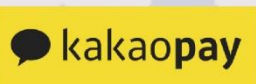
Republic of Korea



จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ E-Shopper



Payment การชำระเงิน



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
เพื่อเศรษฐกิจและสังคมพหุภาคี



รูปภาพจาก Unsplash



카테고리

coupang

전체

찾고 싶은 상품을 검색해보세요!



로켓배송

정기배송

로켓직구

골드박스



기프트카드

기획전

이벤트/쿠폰

볼수록 매력 넘쳐 여성 원피스

새학기 개강여신은 바로 나!

쇼핑하기



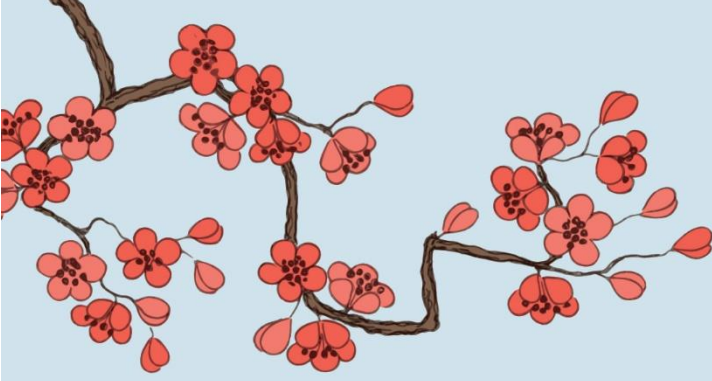
오늘의 발견 | 오늘 쿠팡이 엄선한 가장 HOT한 상품!

สาธารณรัฐเกาหลี

สาธารณรัฐเกาหลีมีประชากรที่อายุมากกว่า 15 ปี จำนวน 43.7 ล้านคน มีบัญชีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนทั้งสิ้น 37.1 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 85 ของจำนวนประชากร โดยมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ (e-Shopper) จำนวน 25 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 57 ของจำนวนประชากร เกิดการซื้อขายสินค้า มูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2555 – 2559 ในปี 2558 มีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบ B2C เท่ากับ 64.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้อัตราผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ มีการขยายตัวร้อยละ 2.6

สาธารณรัฐเกาหลี ได้รับการจัดอันดับในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ศักยภาพทางด้านการขนส่ง (Logistic Performance Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 21 ของโลก และมีอันดับความง่ายในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 4 ของโลก และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศอยู่ในอันดับที่ 3 ของโลก ในปี 2559 ดังนั้น ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสาธารณรัฐเกาหลี มีศักยภาพทั้งด้านมูลค่า และการขนส่งที่เป็นจุดสนับสนุนให้เกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างสมบูรณ์ได้ อีกทั้งยังมีความพร้อมในการดำเนินการลงทุนธุรกิจในประเทศเป็นอันดับต้นๆ โดยระบบตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่เด่นผลักดันให้เกิดมูลค่า คือ Coupang, Lotte, SSG และ Hmall เป็นต้น ปัจจัยสำคัญที่สาธารณรัฐเกาหลีประสบความสำเร็จด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกิดจากจำนวนผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดมีโอกาสนำไปใช้ในการใช้อินเทอร์เน็ตในด้านการพาณิชย์ได้

*ข้อมูลข้างต้นอ้างอิงจาก E-Commerce Foundation ปี 2016



มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

B2C

พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

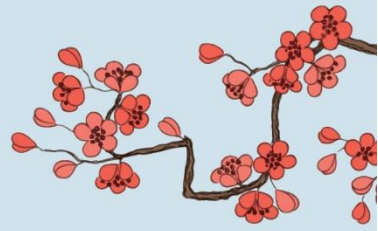


E-Marketplace ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์



ประเทศญี่ปุ่น

Japan



จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ E-Shopper



Payment การชำระเงิน





amazon.co.jp
プライムを始める

すべて

amazon タイムセ

お届け先
タイ王国

Amazonポイント: 残高を確認
マイストア タイムセール

JP
こんにちは。サインイン
アカウント&リスト

注文履

30日間の無料体験

お急ぎ便、お届け日時
指定便が使い放題

prime

タイムセール祭り 本日の注目セール タイムセール祭り セール会場へ



完全
進化した

今すぐ

ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่น มีประชากรที่อายุมากกว่า 15 ปี จำนวน 110.3 ล้านคน โดยมีบัญชีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนทั้งสิ้น 100.3 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 91 ของจำนวนประชากร โดยมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ (e-Shoppers) จำนวน 76.9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนประชากร มูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปี 2555 – 2559 ในปี 2558 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบ B2C เท่ากับ 114.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ มีการขยายตัวร้อยละ 0.5 น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของทวีปเอเชียแปซิฟิกและของโลก

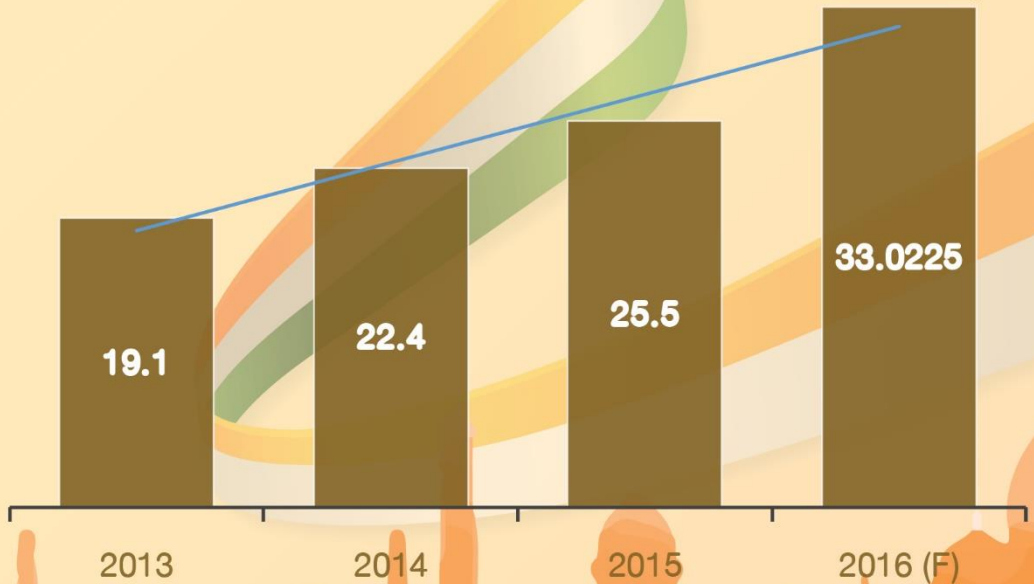
ประเทศญี่ปุ่น ได้รับจัดอันดับในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ศักยภาพทางการขนส่ง (Logistic Performance Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 10 ของโลก และมีอันดับความยากง่ายในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 34 ของโลก และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศอยู่ในอันดับที่ 8 ของโลก ในปี 2559 ดังนั้น ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ มีศักยภาพทั้งด้านมูลค่า และการขนส่ง ซึ่งประชาชนจำนวนมากสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และยังเป็นผู้ซื้อสินค้าออนไลน์เป็นจำนวนมากที่สุดประเทศหนึ่ง โดยมีตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เด่นคือ Amazon, Rakuten เป็นต้น ด้วยจำนวนผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีเป็นจำนวนมาก อีกทั้งระบบการชำระเงินมีรองรับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างครบวงจร ก่อให้เกิดการกระตุ้นการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

*ข้อมูลข้างต้นอ้างอิงจาก E-Commerce Foundation ปี 2016



มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ B2C

พันล้านดอลลาร์สหรัฐ



E-Marketplace ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

Flipkart



infi beam
Shop with a smile

ebay.in



Myntra

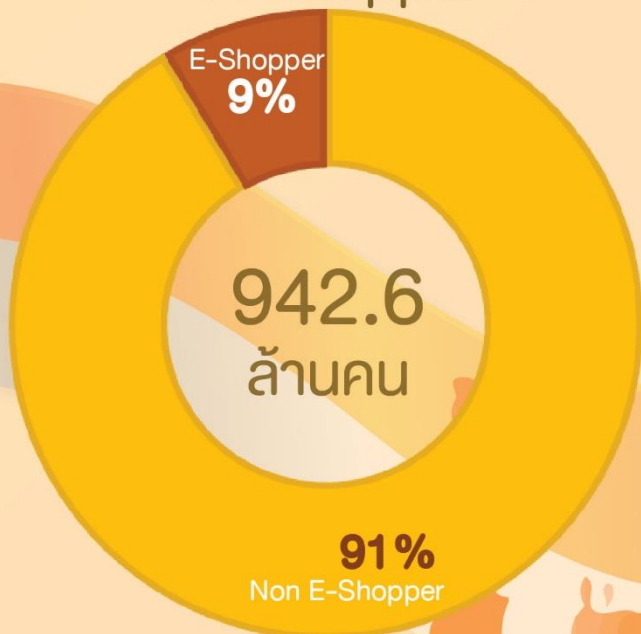
snapdeal



ประเทศอินเดีย

Republic of India

จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ E-Shopper



Payment การชำระเงิน

 instamojo

 payumoney



 PayPal



รูปภาพจาก www.retailnews.asia

Flipkart

Search for products, brands and more



Login & Sign Up

Electronics ▾

TVs & Appliances ▾

Men ▾

Women ▾

Baby & Kids ▾

Home & Furniture ▾

Sports, Books & More ▾



Flipkart
Fashion

Trending Styles
From ₹199

Pocket-Friendly Prices

Deals of the
Day

🕒 09:12:27

[VIEW ALL](#)



Casual Wear

Under ₹699

Men's Clothing



Home Decor Range

Under ₹699

Decals, Clocks & Paintings



Tops, T-Shirts, Shirts

Under ₹599+Extra 10% Off

Campus Sutra, Samriti & more



Diggr Smartwatch

Upto 50% Off

Pedometer | Not for Medical Use

ประเทศอินเดีย

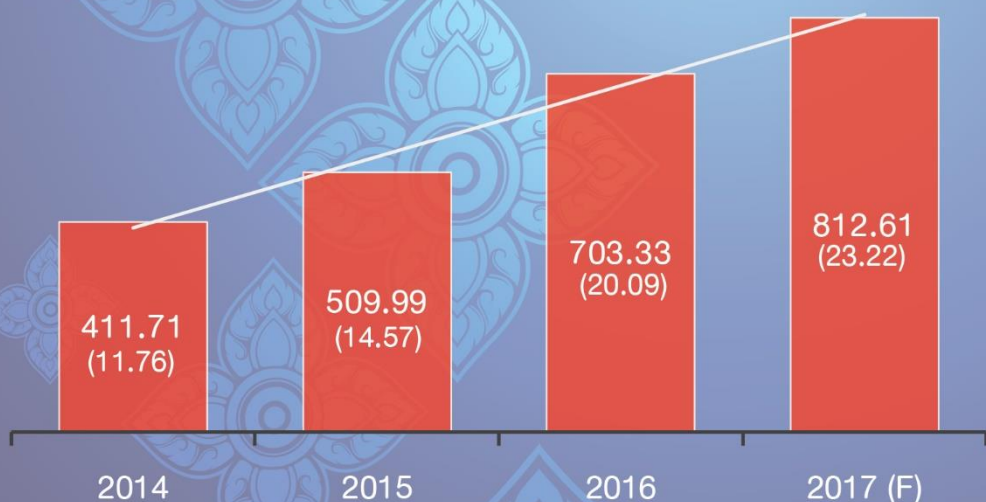
ประเทศอินเดีย มีประชากรที่อายุมากกว่า 15 ปี จำนวน 942.6 ล้านคน โดยมีบัญชีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนทั้งสิ้น 254.5 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 27 ของจำนวนประชากร โดยมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ (e-Shoppers) จำนวน 82.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 9 ของจำนวนประชากร มูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2555 – 2559 ในปี 2558 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รูปแบบ B2C เท่ากับ 25.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่มีอัตราการเติบโตจากปีก่อนหน้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ มีการขยายตัวร้อยละ 7.6

ประเทศอินเดีย ได้รับจัดอันดับในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ศักยภาพทางการขนส่ง (Logistic Performance Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 54 ของโลก และมีอันดับความยากง่ายในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 130 ของโลก และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศอยู่ในอันดับที่ 32 ของโลก ในปี 2559 ดังนั้นด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศอินเดีย มีศักยภาพทั้งด้านมูลค่า และการขนส่งที่ยังไม่สามารถสนับสนุนการขับเคลื่อนให้เกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเต็มที่ โดยมีตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เด่น คือ Flipkart, infibeam, Amazon, ebay, Myntra, Snapdeal เป็นต้น ประเทศอินเดียมีจุดเด่นในด้านการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีการซื้อเครื่องนุ่งห่ม และสินค้าทางด้านเทคโนโลยีจึงส่งผลให้เกิดมูลค่าและเกิดการขับเคลื่อนวงจรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

*ข้อมูลข้างต้นอ้างอิงจาก E-Commerce Foundation ปี 2016



มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ B2C พันล้านบาท (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)



E-Marketplace ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์



Source: รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2559,60
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
แปลงหน่วยจากบาทเป็นดอลลาร์สหรัฐ อัตรา 35 บาท : 1 USD

ประเทศไทย

Thailand



จำนวนครั้งการซื้อสินค้าออนไลน์

มากกว่า 5

ครั้ง/เดือน

2-5
ครั้ง/เดือน

18%

3%

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

29.83

ล้านคน

ปี 2559

41%

ไม่ได้ซื้อ

38%

เดือนละครั้ง

Payment การชำระเงิน



Source: รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559-60

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)



สำนักงานคณะกรรมการอำนวยการ
เพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



ประเทศไทย

ประเทศไทย มีประชากรจำนวน 69.11 ล้านคน โดยมีบัญชีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนทั้งสิ้น 57 ล้านบัญชี* คิดเป็นร้อยละ 82.47 ของจำนวนประชากร มูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2557 – 2560 ซึ่งในปี 2560 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบ B2C เท่ากับ 28.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการเติบโตจากปีก่อนหน้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ มีการขยายตัวร้อยละ 1.9

ประเทศไทย ได้รับจัดอันดับในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ศักยภาพทางด้านการขนส่ง (Logistic Performance Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 45 ของโลก** และมีอันดับความยากง่ายในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business Index) จัดอยู่ในลำดับที่ 46 ของโลก** ในปี 2559 ดังนั้น ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีศักยภาพในด้านมูลค่า แต่ยังคงต้องพัฒนาทางด้านการขนส่งและการประกอบธุรกิจในประเทศ เพื่อให้สามารถสนับสนุนการขับเคลื่อนให้เกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเต็มที่ โดยมีตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เด่นคือ Lazada, Shopee, 11 Street, Addpay, Thailandpostmart และ Lnwshop เป็นต้น ประเทศไทยมีลักษณะในด้านการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยมักจะซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มากกว่าบนแพลตฟอร์มที่ให้บริการ และนิยมเลือกการเก็บเงินปลายทางมากที่สุดเพื่อเชื่อมั่นว่าได้รับของจริง จึงต้องมีการพัฒนาและผลักดันพฤติกรรมให้เข้าสู่ระบบดิจิทัลทั้งหมด เพื่อให้เกิดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพ

*อ้างอิงข้อมูลจาก Hoot suite, We are Social 2018 Digital Yearbook

** อ้างอิงข้อมูลจาก World Bank ปี 2016

ปัจจุบันในประเทศไทยมีการขับเคลื่อนจากหน่วยงานที่ส่งเสริมด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หลายระดับ โดยสรุปเป็นกลุ่มการขับเคลื่อนได้ดังต่อไปนี้

การขับเคลื่อนระดับฐานราก คือ การสร้างให้ประชาชนเกิดอาชีพและการเรียนรู้ โดยมีหน่วยงานส่งเสริมการเรียนรู้ เช่น ศูนย์ดิจิทัลชุมชน สำนักงานคณะกรรมการการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ส่งเสริมทางด้านเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์ กศน. สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กระทรวงศึกษาธิการ ส่งเสริมการเรียนรู้ การสร้างอาชีพในชุมชน เพื่อต่อยอดการผลิตให้จัดจำหน่ายได้ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย พัฒนาและผลักดันผู้ประกอบการในพื้นที่ให้มีการผลิตสินค้าและเกิดเป็นสินค้าเอกลักษณ์ประจำตำบล พร้อมส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบกิจกรรมและการค้าออนไลน์

การขับเคลื่อนระดับผู้ประกอบการธุรกิจ เป็นการขับเคลื่อนและผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีศักยภาพทางการผลิต มีมาตรฐาน และเงินทุนที่จะเกิดเป็นอุตสาหกรรมต่อไปได้ในอนาคต โดยมี กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จัดทะเบียนพาณิชย์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของร้านค้า และส่งเสริมการรับรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พัฒนาและส่งเสริมกระบวนการผลิตเพื่อให้เป็นมาตรฐาน และการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ

การขับเคลื่อนระดับประเทศ มีเป้าหมายในการพัฒนา ด้านมาตรฐานของสินค้าและอัตรากำลังในการผลิตที่สม่ำเสมอ เพื่อก้าวสู่ระดับอุตสาหกรรม พร้อมทั้งจะผลิตให้เกิดการสอดคล้องกับความต้องการภายในประเทศ และส่งออกต่างประเทศ โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าภายในประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น จึงนับได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการขับเคลื่อนด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จากองค์ประกอบตามห่วงโซ่อุปทาน และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการด้านต่างๆ โดยมีการบูรณาการ การส่งเสริมผู้ประกอบการให้ก้าวไปที่ระดับ เพื่อเป็นการพัฒนาตั้งแต่ผู้ประกอบการชุมชนให้สามารถเติบโต ก้าวสู่ระดับอุตสาหกรรมในระดับประเทศ ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน



ศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน

พระธาตุห้ายาว

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

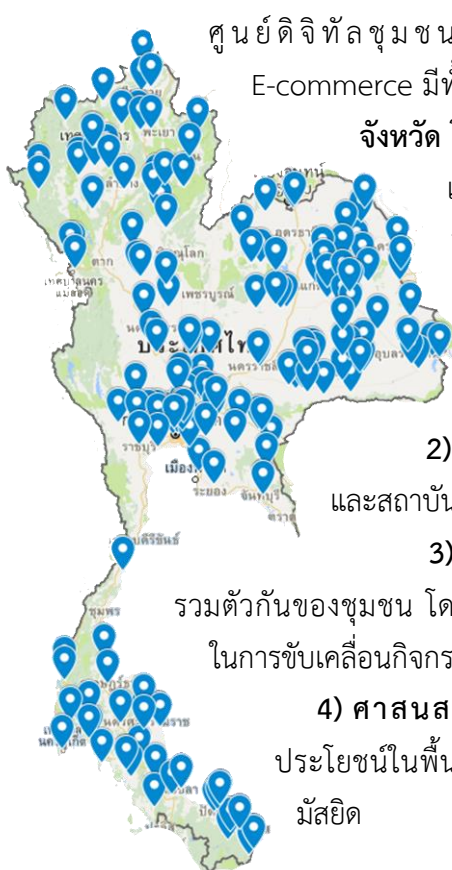


ศูนย์ดิจิทัลชุมชน ส่งเสริมความรู้ร้านค้าออนไลน์



ศูนย์ดิจิทัลชุมชน ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์ให้บริการและส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยมีการจัดอบรมให้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการส่งเสริมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านศูนย์ดิจิทัลชุมชนและศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศมากถึง 2,280 ศูนย์ เพื่อพัฒนาศูนย์ให้มีศักยภาพในการขับเคลื่อนและผลักดันผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สร้างโอกาสในการซื้อขายสินค้า และการรับรู้เรื่องราวของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ในชุมชนท้องถิ่นของประเทศไทย สอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคของประชาชนที่มีการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยมีศูนย์ดิจิทัลชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกเป็น

ศูนย์บ่มเพาะและสนับสนุนการทำการค้าออนไลน์ในระดับชุมชน จำนวน 300 ศูนย์ทั่วประเทศ พร้อมให้บริการในด้านต่างๆ เช่น การฝึกอบรมการเปิดร้านค้าออนไลน์ การเปิดเป็นจุดแสดงและจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน การให้บริการข้อมูลข่าวสารภาครัฐที่เป็นประโยชน์ด้านการค้าออนไลน์ การสนับสนุนการกระบวนการขนส่งและบรรจุ และการเป็นศูนย์การเรียนรู้ออนไลน์ในหัวข้อเรื่องต่างๆ



ศูนย์ดิจิทัลชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ Village E-commerce มีทั้งหมด 300 ศูนย์ ครอบคลุม 67 จังหวัด โดยอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน และสถาบันต่างๆ ประกอบด้วย

- 1) หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนอำเภอ และองค์การบริหารส่วนตำบล
- 2) สถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียน และสถาบันการศึกษานอกโรงเรียน
- 3) ชุมชน เช่น กลุ่มอาชีพ หรือการรวมตัวกันของชุมชน โดยมีประชาชนในพื้นที่เป็นจิตอาสาในการขับเคลื่อนกิจกรรมภายในศูนย์
- 4) ศาสนสถาน ที่เป็นศูนย์กลางในการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ อาทิ ศาลาวัด ห้องสอนศาสนา มัสยิด

ซึ่งนอกจากทางศูนย์ดิจิทัลชุมชนจะมีคอมพิวเตอร์ให้บริการประชาชนที่สนใจ ยังมีผู้ดูแลศูนย์ และวิทยากรอิสระที่ดำเนินการเป็นจิตอาสา โดยได้รับการอบรมจากโครงการ ให้มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ไปสู่ผู้ประกอบการให้สามารถเป็นพ่อค้า แม่ค้าออนไลน์ สร้างช่องทางการขายเพิ่มรายได้ให้กับตนเองได้

เป้าหมายในการดำเนินการเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายโครงการ กลุ่มต่างๆ ประกอบด้วย วิชาสหกิจชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs ให้มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำธุรกิจ โดยมีการดำเนินการภายใต้ศูนย์บ่มเพาะและสนับสนุนการค้าออนไลน์ในระดับชุมชน ที่กระจายทั่วประเทศ ผู้ประกอบการชุมชนสามารถติดต่อศูนย์ให้บริการเพื่อขอคำแนะนำด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และบริการอื่นๆ ได้ตามรูปแบบการให้บริการของศูนย์ดิจิทัลชุมชน โดยสามารถตรวจสอบตำแหน่งที่ตั้งศูนย์ได้ที่เว็บไซต์ ecommerce.onde.go.th







ผลิตภัณฑ์/บริการในชุมชน

ผลิตภัณฑ์/บริการในชุมชน

ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมโครงการจากภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ มีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอัตลักษณ์และมีความโดดเด่น ของสินค้า สามารถนำผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ มาทำการค้าในรูปแบบ การค้าออนไลน์ เพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย สามารถรับรู้ และเข้าถึงได้ โดยมีการจัดเป็นกลุ่มสินค้าเด่นๆ ได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มสินค้า/บริการ	รายการสินค้า
ผ้าทอ-เสื้อผ้า- เครื่องแต่งกาย- สินค้าแฟชั่น	ผ้าทอพื้นเมือง ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ ผ้าย้อมสี ธรรมชาติ ผ้าย้อมคราม ผ้าย้อมมูลควาย ผ้าทอ จากใยพืช ผ้าโสร่งปาเต๊ะ ผ้าคลุมฮิญาบ ชาเจ๊ะ ผ้าบาติก เป็นต้น
เครื่องประดับ- จิวเวลรี่	เครื่องใช้เงิน เช่น ชั้นเงิน พานเงิน เครื่องประดับเงิน เช่น สร้อยเงิน แหวนเงิน กำไลเงิน เครื่องประดับจากไข่มุก เช่น สร้อยมุก แหวนมุก รวมถึงเครื่องประดับพวกเพชร และพลอย เป็นต้น
สินค้าหัตถกรรม- ไม้แกะสลัก- งานฝีมือ- ของตกแต่งบ้าน	ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่จักสาน สินค้าแปรรูปจากกก ผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก กระดาษสา ตะกร้าและ กระเป๋จากเชือกพลาสติก แกะสลักไดโนเสาร์ ของตกแต่งจากไหมพรม ไม้กวาดดอกหญ้า ไม้กวาดทางมะพร้าว มัดเมืองโบราณ กระเป๋า แฟชั่น เครื่องจักสาน กระเป๋าผ้าลายลูกแก้ว เครื่องปั้นดินเผา เครื่องปั้นเซรามิก เฟอร์นิเจอร์ ไม้สัก ของตกแต่งบ้านจากปึกไม้สัก เป็นต้น

กลุ่มสินค้า/บริการ	รายการสินค้า
ผลิตภัณฑ์ความงาม- สมุนไพร-สปา	ลูกประคบสมุนไพร ใบหญ้าคา รักษาราศี สมุนไพรรักษาพิษงู เทียนหอม สมุนไพรเสริม ความงาม เช่น สบู่ ครีมพอกผิว แชมพู เซรั่ม ผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากธรรมชาติ เป็นต้น
ผลิตภัณฑ์อาหาร- อาหารแปรรูป- สินค้าเกษตร	ข้าวเม่า ผักปลอดสารพิษ ข้าวหอมมะลิ หอมข้าว เห็ดภูฐานดำ พืชผัก ชาผักหวานป่า มะม่วง ต้นทานตะวันอ่อน ข้าวโป่ง ผลไม้ พริก ปลาสาม ข้าวหอมมะลิภูเขาไฟ มันสำปะหลัง เสาวรส หม่อนมัลเบอร์รี่ กัลยณาบ ข้าวอินทรีย์ ข้าวฮางอก ไวน์หมากเม่า หน่อไม้ ปลานิลแห้ง ไข่เค็ม แหนมเนือง ขนมหงอกเดี่ยว ต้นไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ เงาะ ทุเรียน ส้มโอทับทิม สยาม ปลาแก้วตากแห้ง ปลาข้าวแฉ่งบอง แกงไตปลาแห้ง เป็นต้น
ท่องเที่ยวและบริการ	ถ้าแก่งละหั่ว บ้านแหลมโฮมสเตย์ เป็นต้น

1. กลุ่มผ้าทอ-เสื้อผ้า-เครื่องแต่งกาย-สินค้าแฟชั่น

ผ้าไหม เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีการเลี้ยงตัวไหมและนำมาถักทอเส้นใยกลายเป็นผ้าไหม เพื่อนำมาประยุกต์ทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม อีกทั้งยังเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าและรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี



ผ้าคลุมฮิญาบ เป็นสินค้าสำหรับชาวมุสลิม มีการจำหน่ายมากในภาคใต้ เนื่องจากเป็นผ้าคลุมศีรษะของผู้หญิงมุสลิม ซึ่งศาสนาอิสลามระบุให้ผู้หญิงสวมผ้าคลุมผมจนปิดหน้าอก เพื่อเป็นการปกปิดร่างกายให้มิดชิด แสดงถึงการสำรวม



2. เครื่องประดับ-จิวเวอรี

เครื่องเงิน เครื่องเงินถือเป็นงานหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่พบทุกภาคทั่วประเทศไทย แต่ภาคเหนือนิยมนำมาทำเป็นเครื่องประดับมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น อาทิ สร้อย แหวน กำไล ปิ่นปักผม และของใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ ชันน้ำ กระเป๋า เข็มขัด เป็นต้น



เครื่องประดับพลอย พลอยของประเทศไทยถือเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก โดยมีแหล่งผลิตพลอยจากภาคตะวันออก ด้วยมีแหล่งแร่ที่ดี และผู้ผลิตที่มีฝีมือความประณีตได้รับมาตรฐานโลก



3. สินค้าหัตถกรรม-ไม้แกะสลัก-งานฝีมือ-ของตกแต่งบ้าน

เครื่องจักสาน มีการนำเอาวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่นมาประยุกต์รวมกับภูมิปัญญา จากภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยมีวัสดุในการจัดทำเป็นจำนวนมาก สามารถสร้างสรรค์เป็นของใช้ที่สร้างมูลค่าให้แก่ประชาชนในพื้นที่ โดยสามารถนำมาประยุกต์เป็นของใช้ อาทิ ที่นั่งข้าว ตะกร้าใส่ของ กระเป๋า และเฟอร์นิเจอร์จักสาน เป็นต้น



งานแกะสลักจากไม้ ในภาคเหนือมีการนำไม้มาแกะสลักเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ โดยใช้จินตนาการและฝีมือของช่างไม้เป็นผู้สร้างสรรค์ โดยสามารถสร้างมูลค่าให้กับชิ้นงานได้อย่างมหาศาล



4. ผลกระทบความงาม-สมุนไพร-สปา

ลูกประคบสมุนไพร หนึ่งในภูมิปัญญาของประเทศไทย มีทุกภูมิภาค มักใช้ในชุมชนเพื่อรักษาอาการเจ็บปวด เคล็ดขัดยอก โดยอาศัยความร้อน และคุณสมบัติสมุนไพร ทำให้บรรเทาอาการดีขึ้น



เทียนหอม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเน้นทางด้านความผ่อนคลาย โดยการนำเอาน้ำมันหอมระเหยมาใส่รวมกับไขผึ้ง เมื่อจุดไฟแล้วสามารถสร้างความรู้สึกผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี โดยมีการจัดทำทุกภูมิภาคตามรูปแบบของตนเอง



5. ผลิตภัณฑ์อาหาร-อาหารแปรรูป-สินค้าเกษตร

ข้าวอินทรีย์ ปัจจุบันเกษตรกรไทยนิยมผลิตข้าวอินทรีย์ (Organic Rice) จำนวนมากขึ้น มีการเพาะปลูกในภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีคุณค่าที่ดีต่อร่างกาย อีกทั้งเกษตรกรสามารถลดต้นทุนการใช้สารเคมี และเพิ่มมูลค่าราคาให้แก่เกษตรกรได้



ส้มโอทับทิมสยาม เป็นพันธุ์ของส้มโอที่ขึ้นชื่อในภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นดินเหนียว อยู่ใกล้ป่าชายเลน ผสมกับส้มโอที่เป็นพืชทนเค็มได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีสีของเนื้อเป็นสีชมพู และมีรสชาติหวาน จึงส่งผลให้ส้มโอพันธุ์ทับทิมสยามเป็นที่นิยม



6. ท่องเที่ยวและบริการ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นบริการที่นำรูปแบบการใช้ชีวิตของชุมชน มาเปิดให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้กิจกรรมต่างๆ โดยให้คนในชุมชนเป็นคนบริหารจัดการ ตามศักยภาพ ความพร้อมของชุมชน สร้างเป็นการท่องเที่ยวในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้เสริมเพื่อสนับสนุนรายได้หลักของประชาชนในพื้นที่ โดยมีการดำเนินการทุกภูมิภาคของประเทศไทย เช่น เที่ยวป่าชายเลน ศูนย์อนุรักษ์ช้าง ทำฝาย แปลงเกษตร เป็นต้น



ดังนั้น ไม่ว่าผู้ประกอบการชุมชนจะมีสินค้าชนิดใด ก็สามารถทำการค้าออนไลน์ได้ทั้งสิ้น เพียงแค่ดึงดูดเด่นของผลิตภัณฑ์และบริการนำเสนอในรูปแบบสื่อ และการเล่าเรื่องให้ผู้บริโภคเห็น จะช่วยให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้เสริมให้กับผู้ประกอบการได้มากขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยในการพัฒนาเป็นศูนย์บ่มเพาะ
และสนับสนุนการทำการค้าออนไลน์
สำหรับชุมชน



ปัจจัยในการพัฒนาเป็นศูนย์บ่มเพาะและสนับสนุน การทำการค้าออนไลน์สำหรับชุมชน



การพัฒนากิจกรรมของศูนย์ดิจิทัลชุมชนให้มีการสนับสนุนการทำการค้าออนไลน์ในระดับชุมชนนั้น มีปัจจัยหลายประการที่จะทำให้ศูนย์สามารถส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาช่องทางการขายสินค้าชุมชน ส่งต่อสินค้าให้กับประชาชนไทยและต่างประเทศได้ โดยมีปัจจัยสำคัญ 4 ประการคือ

1. วิทยาการผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้และให้คำปรึกษาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Village E-Commerce Master) จำเป็นจะต้องมีความรู้ในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าสู่ตลาดออนไลน์ ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) การส่งเสริมการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) การบริหารจัดการร้านค้า (Shop Management) และอื่นๆ โดยจะต้องมีการเพิ่มพูนความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอให้ทันต่อเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการมี

ปฏิสัมพันธ์กับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการโน้มน้าวจิตใจ ความคิดของผู้ประกอบการได้

2. ผู้ประกอบการในชุมชน (Village Entrepreneur) จะต้องมีการเปลี่ยนความคิด (Mindset) และมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีมาเป็นช่องทางเสริมในการสร้างรายได้อีกช่องทางหนึ่ง จึงจำเป็นจะต้องมีการเรียนรู้และปฏิบัติ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ โดยหากผู้ประกอบการมีอายุมาก การเรียนรู้และการเข้าใจไม่ครบถ้วน ควรให้บุตรหลาน หรือหาผู้ที่สามารถช่วยเหลือกิจการได้ช่วยดำเนินการ จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วกว่า อีกทั้ง การบริหารจัดการเวลาในด้านการผลิต การขาย และการบริหารร้านค้าออนไลน์ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องใช้เวลาและจัดแบ่งความสำคัญด้วย

3. มีทำเลที่ตั้งและอุปกรณ์สนับสนุน (Location & Support)
ทำเลที่ตั้งของศูนย์ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หากตั้งอยู่ในศูนย์กลางชุมชนที่มีผู้ประกอบการจำนวนมาก ก็จะส่งผลให้เกิดการสะดวกเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งมีจำนวนอุปกรณ์ที่ช่วยสนับสนุน เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพ เต้นท์ถ่ายภาพ เครื่องพิมพ์ และบริการต่างๆ อาทิ การช่วยบริหารร้านค้า การเป็นจุดรับส่งสินค้า ก็จะส่งผลให้กิจกรรมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ครบวงจร ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่วงจรได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถเป็นร้านค้าสินค้าชุมชนได้

4. นโยบายในการสนับสนุนและงบประมาณสนับสนุน (Policy & Budget Support) ผู้บริหารศูนย์จะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนา

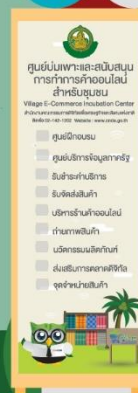
เศรษฐกิจฐานราก ด้วยการสร้างโอกาสทางด้านพาณิชย์ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยสนับสนุนและส่งเสริมผู้ดูแลศูนย์ในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งจะต้องผลักดันให้ผู้ดูแลศูนย์มีการพัฒนา และหน่วยงานของภาครัฐ จะต้องให้ความสำคัญในการผลักดัน ผู้ประกอบการให้มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ เช่น พัฒนาผู้ประกอบการ ฐานราก จากกรมการพัฒนาชุมชน และศูนย์ดิจิทัลชุมชน ให้เกิดอาชีพและ ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ต่อยอดด้วยการผลักดัน เข้าสู่เชิงพาณิชย์ จากกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรม

ดังนั้น ศูนย์ดิจิทัลชุมชนจะต้องมีการพัฒนาและมีปัจจัยในการ สนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดศูนย์รวมในการให้บริการด้านพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดย 4 ปัจจัยข้างต้น เป็นปัจจัยสำคัญจากการดำเนินโครงการ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาด้าน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนา อาทิ ภาวะ ทางเศรษฐกิจ จากสถานะในปัจจุบันของประเทศและของโลก ด้านนโยบาย ในการผลักดันกระตุ้นเศรษฐกิจและตัวชี้วัดในด้านต่างๆ และนโยบายทางด้านภาษี รวมทั้งด้านเทคโนโลยี ทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ ในระบบตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการรับชำระเงิน เป็นต้น จากปัจจัยข้างต้น

จากโครงการศูนย์ดิจิทัล กิจกรรม Village E-Commerce ได้นำ ปัจจัยสนับสนุนดังกล่าว และจากผลการลงพื้นที่หาคำปรึกษา ได้ออกแบบ รูปแบบธุรกิจที่สนับสนุนได้ 3 รูปแบบ เพื่อขับเคลื่อนและผลักดันด้าน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในระดับชุมชนของประเทศไทยดังต่อไปนี้

Business Model

Village E-Commerce



รูปแบบธุรกิจส่งเสริม ศูนย์ดิจิทัลชุมชน



รูปแบบธุรกิจส่งเสริมศูนย์ดิจิทัลชุมชน

จากผลการดำเนินการศึกษาและนำร่องศูนย์บ่มเพาะและสนับสนุนการทำการค้าออนไลน์ในระดับชุมชน จำนวน 300 ศูนย์ทั่วประเทศ โดยจำแนกรูปแบบธุรกิจตามสถานที่ตั้ง แต่เมื่อมีการพิจารณาเวลาในการให้บริการและรูปแบบการปฏิบัติของศูนย์และหน่วยงานต้นสังกัดนั้น และจำนวนผู้ใช้บริการนั้น การจำแนกตามสถานที่ตั้งยังไม่เหมาะสมกับศูนย์ดิจิทัลชุมชน จากการลงพื้นที่ให้คำปรึกษาและกิจกรรมสำรวจสถานภาพศูนย์ จึงได้เสนอรูปแบบธุรกิจ จัดแบ่งตามความเจริญของที่ตั้งศูนย์เป็นหลักซึ่งนำกิจกรรมภายใต้รูปแบบธุรกิจนำเสนอให้มีความสอดคล้องกับการปฏิบัติงาน จำแนกออกเป็น 3 รูปแบบคือ

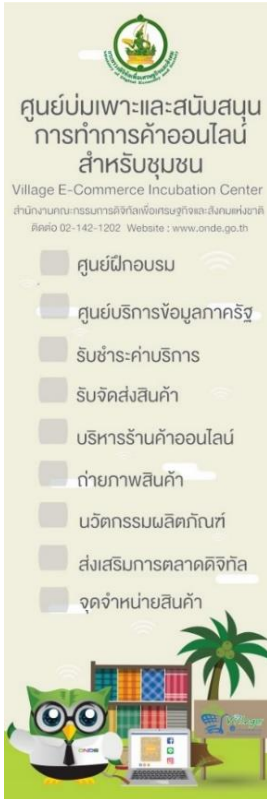
1. รูปแบบธุรกิจสำหรับศูนย์ที่มีศักยภาพด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยประกอบด้วยปัจจัยเชิงพื้นที่ตั้ง จำนวนประชากรในพื้นที่ จำนวนผู้ประกอบการในพื้นที่ ความหลากหลายและความโดดเด่นของสินค้า และสาธารณูปโภคที่สนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่

2. รูปแบบธุรกิจสำหรับศูนย์ที่มีศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยประกอบด้วยสมรรถนะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ดูแลศูนย์ อุปกรณ์ อินเทอร์เน็ต และทักษะที่เหมาะสมของผู้ดูแลศูนย์

3. รูปแบบธุรกิจสำหรับวิทยากรอิสระที่มีทักษะเฉพาะด้าน โดยเป็นรูปแบบที่สนับสนุนวิทยากรอิสระที่มีศักยภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถเข้าถ่ายทอดในระดับพื้นที่โดยไม่ยึดถือสังกัดหรือพื้นที่เป็นสำคัญ

แสดงได้ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

รูปแบบที่ 1 รูปแบบธุรกิจสำหรับศูนย์ที่มีศักยภาพ ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ศูนย์ที่มีศักยภาพด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยปัจจัยเชิงพื้นที่ตั้ง จำนวนประชากร ในพื้นที่ จำนวนผู้ประกอบการในพื้นที่ที่มีความ หลากหลายและความโดดเด่นของสินค้า และสาธารณูปโภคที่สนับสนุนการพัฒนา ผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเน้นกิจกรรมหลัก ในการสนับสนุน 5 หมวดหมู่ คือ 1. จุดจำหน่าย สินค้า 2. จุดรับส่งสินค้า 3. ระบบข้อมูลข่าวสาร 4. การฝึกอบรมให้ความรู้ด้านดิจิทัล และ 5 การขับเคลื่อนภาคการเกษตร



แผนภาพกิจกรรมภายใต้รูปแบบธุรกิจที่ 1

รูปแบบที่ 2 รูปแบบธุรกิจสำหรับศูนย์ที่มีศักยภาพ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

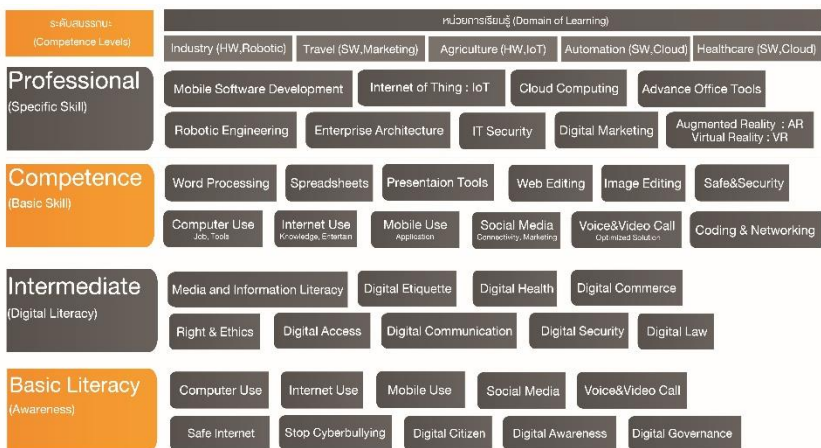


ศูนย์ที่มีศักยภาพด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จะต้องมีส่วนดูแลศูนย์ที่ได้รับการฝึกอบรมทักษะด้านต่างๆ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานฝึกอบรมเพื่อก่อให้เกิดการผลักดันประชาชน เกิดการเรียนรู้ ความสนใจ และแรงบันดาลใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Computer Science, Data Science) และยกระดับทักษะ ความสามารถของ แรงงาน ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา ที่ปฏิบัติเกี่ยวข้องกับดิจิทัล เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนานวัตกรรม ขับเคลื่อนประเทศ ตามกรอบการพัฒนาสมรรถนะทางด้านดิจิทัลของพลเมืองไทย (Thailand Digital Competence Framework for Citizens)

โดยดำเนินการในรูปแบบธุรกิจในปัจจุบันที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะทางด้านดิจิทัลของประชาชนในพื้นที่ ให้ก้าวสู่พลเมืองดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบต่อไป

รูปแบบที่ 3 รูปแบบธุรกิจสำหรับวิทยากรอิสระที่มีทักษะเฉพาะด้าน

รูปแบบการดำเนินการโดยวิทยากรที่มีทักษะความรู้ความสามารถสามารถปฏิบัติหน้าที่ในรูปแบบที่เป็น วิทยากรอิสระที่มีศักยภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในระดับพื้นที่โดยไม่อ้างอิงสังกัดหรือพื้นที่ใดๆ รวมทั้งสามารถเป็นที่ปรึกษาในการดูแลผู้ประกอบการ โดยตรง ซึ่งจะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการได้ง่าย โดยค่าตอบแทนอาจขึ้นอยู่กับรูปแบบการให้บริการ หรือการเป็นนายหน้าขายสินค้าให้ผู้ประกอบการ รวมทั้งบริการอื่นๆ ยกตัวอย่าง เช่น จัดกิจกรรมฝึกอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแปรรูปในชุมชนด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สอนเทคนิคทางด้านการตลาดดิจิทัลโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น



กรอบการพัฒนาสมรรถนะทางด้านดิจิทัลของพลเมืองไทย
(Thailand Digital Competence Framework for Citizens)

โดยสามารถดำเนินการตามกรอบแนวทางการพัฒนาบุคลากรทางด้านดิจิทัล ได้ตามระดับการพัฒนาสมรรถนะทางด้านดิจิทัล มีจำนวน 4 ระดับคือ ระดับการเข้าใจพื้นฐาน (Basic Literacy - Awareness) ระดับการเข้าใจดิจิทัล (Intermediate – Digital Literacy) ระดับการมีสมรรถนะ (Competence – Basic Skill) และระดับผู้เชี่ยวชาญ (Professional – Special Skill) ที่ประชาชนไทยควรได้รับการพัฒนาเป็นลำดับขั้น เพื่อเกิดการถ่ายทอดให้กับผู้ประกอบการได้มีทักษะและสมรรถนะ สามารถดำเนินการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีพื้นฐาน ฉะนั้น ผู้ดูแลศูนย์สามารถพัฒนาประชาชนในพื้นที่ตามลำดับขั้นพื้นฐาน ถึงขั้นเชี่ยวชาญได้ โดยมีองค์ประกอบตามหัวข้อการเรียนรู้ อาทิ การใช้งานคอมพิวเตอร์ ในระดับพื้นฐาน การเข้าใจดิจิทัล ในระดับการเข้าใจ การใช้เครื่องมือสำนักงาน ในระดับสมรรถนะ และการพัฒนานวัตกรรม ในระดับเชี่ยวชาญ เพื่อให้ขับเคลื่อนสอดคล้องกับการพัฒนาพลเมืองดิจิทัลของประเทศไทย ต่อไป

จากผลการดำเนินการตามรูปแบบข้างต้น สามารถสร้างผลลัพธ์ภายใต้รูปแบบการดำเนินการแบบต่างๆ ของศูนย์ดิจิทัลชุมชนของกระทรวง โดยจากผลการนำร่องใช้ในศูนย์ดิจิทัลชุมชนจำนวน 300 ศูนย์ภายใต้โครงการนี้ เกิดความชัดเจนในการบริหารจัดการกิจกรรมของศูนย์ได้ดียิ่งขึ้น ฉะนั้น ศูนย์ดิจิทัลชุมชนอื่นๆ สามารถดำเนินการในลักษณะเดียวกัน โดยอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่สนับสนุนทำให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินการรูปแบบธุรกิจได้ ดังนั้นผู้บริหารศูนย์ฯ จะต้องพิจารณาปัจจัยเสริมอื่นๆ เพื่อให้สามารถใช้รูปแบบธุรกิจที่กำหนดไว้ เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ของประเทศต่อไป

รูปแบบธุรกิจไปใช้ในการปฏิบัติงานสามารถดาวน์โหลดแผนธุรกิจ
ได้ผ่านช่องทางเว็บไซต์โครงการฯ <http://ecommerce.onde.go.th>



ผลการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน

ผลการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน

ผลการดำเนินการโครงการ มีการดำเนินการใน 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การส่งเสริมศูนย์ดิจิทัลชุมชนเป็นศูนย์บ่มเพาะฯ พร้อมวิทยากรประจำศูนย์ ระยะที่ 2 การขยายผลสู่ผู้ประกอบการชุมชน โดยการพัฒนาให้ความรู้และผลักดันเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และระยะที่ 3 ระยะการติดตามและช่วยเหลือผู้ประกอบการชุมชน เพื่อประเมินมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่กระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาและขับเคลื่อน

ผู้ประกอบการชุมชน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP SMEs บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ดิจิทัลชุมชนและหน่วยงานพันธมิตร ในการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากผ่านเครือข่ายศูนย์ดิจิทัลชุมชนเกษตรกร ผู้ผลิตสินค้าและบริการในชุมชนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ และประชาชนผู้สนใจทั่วไป โดยมีผลลัพธ์จำแนกตามระยะการดำเนินการ ได้ดังรายการต่อไปนี้

ระยะที่ 1



การพัฒนาศูนย์บ่มเพาะและสนับสนุนการทำการค้าออนไลน์ในระดับชุมชน และวิทยากร E-Commerce ชุมชน เพื่อเป็นรากฐานที่มั่นคงสำหรับการดำเนินการกับประชาชนในพื้นที่ ดำเนินการในระยะแรกของโครงการ ได้ผลการดำเนินการดังต่อไปนี้

1) เกิดการส่งเสริมและพัฒนาศูนย์บ่มเพาะและสนับสนุนการทำการค้าออนไลน์ในระดับชุมชน **จำนวน 300 แห่ง** ทั่วประเทศ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในชุมชน

2) เกิดการพัฒนาวิทยากร E-Commerce ชุมชน เพื่อเป็นบุคลากรสำคัญที่ให้ความรู้ ดูแลประชาชน และพัฒนาการทำการค้าออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการชุมชน **จำนวน 610 คน** ทั่วประเทศ

ระยะที่ 2



การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน โดยให้วิทยากร E-Commerce ชุมชน ที่ประจำอยู่ในพื้นที่ มีความรู้ ความเข้าใจสินค้า ร่วมกับ ผู้ประกอบการในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการ ทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านหลักสูตรที่ออกแบบขึ้นสำหรับการพัฒนา ผู้ประกอบการชุมชนโดยเฉพาะ โดยดำเนินการในระยะที่สองของโครงการ มีผลการดำเนินการดังต่อไปนี้

1) เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะของ วิชาสหกิจชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs ผ่านการถ่ายทอด ของวิทยากร E-Commerce ชุมชน ในพื้นที่ของศูนย์บ่มเพาะและ สนับสนุนการทำการค้าออนไลน์ในระดับชุมชน จำนวน 6,113 คน ด้วยหลักสูตรสอนชุมชนเปิดร้านค้าออนไลน์ โดยมีเนื้อหา คือ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์/บริการชุมชน การเปิดร้านค้าออนไลน์ การส่งเสริมการขาย สินค้าออนไลน์ การบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ และการบรรจุและจัดส่ง สินค้า

ระยะที่ 3



การผลักดันมูลค่าทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการเรียนรู้การทำการค้าออนไลน์ของวิทยากร E-Commerce ชุมชน ให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถเปิดร้านค้าออนไลน์ จนกระทั่งส่งผลลัพธ์ (Outcome) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยดำเนินการในระยะที่สามของโครงการ มีผลการดำเนินการดังต่อไปนี้

1) เกิดส่งเสริมการเปิดร้านค้าออนไลน์ ผ่านช่องทางต่างๆ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) ระบบร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce Platform) และช่องทางการตลาดออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) จากผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ เกิดร้านค้าออนไลน์จำนวนทั้งสิ้น **4,527 ร้านค้าออนไลน์**

2) เกิดการขับเคลื่อนและผลักดันผู้ประกอบการส่งผลถึงมูลค่าการขายสินค้าที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการชุมชนได้จำนวน **209,879,979.00 บาท** จากผู้ประกอบการที่เปิดร้านค้าออนไลน์ **4,527 ร้านค้า** จากการขายสินค้าต่างๆของผู้ประกอบการ อาทิ ผลิตภัณฑ์จากไม้

อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากผ้า ข้าวสาร เครื่องเบญจรงค์ ผลไม้สด จักสาน เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้เกิดมูลค่าการขายเฉลี่ยผู้ประกอบการ ละ 46,362 บาท ก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ให้ชุมชนเกิด รายได้และความยั่งยืนในการพัฒนาสินค้าชุมชนต่อไป

ดังนั้นจากผลการดำเนินการโครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชนสะท้อน ต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจของสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมั่นคงด้วยวิถีสมาชน ดิจิทัล โดยสำนักงานฯ ยังมีการดำเนินการผลักดันและขับเคลื่อนการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์อีกเป็นจำนวนมาก ผู้ที่สนใจสามารถ เข้ารับการพัฒนาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีดิจิทัลอื่นๆ ได้ที่ศูนย์ดิจิทัลชุมชนใกล้บ้าน และช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ด้วยตนเอง ผ่านระบบ ThaiMOOC ได้โดยสามารถดูช่องทางได้จากเอกสารในส่วน พัฒนาตนเองได้ง่ายๆ ผ่านแหล่งเรียนรู้ Online

จากการดำเนินการใน 3 ระยะนั้นเป็นรูปแบบการดำเนินการ ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างยิ่ง ในการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน ให้มีความรู้ความสามารถทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถ พัฒนาผู้ประกอบการภายใต้ระยะเวลาของโครงการ พร้อมพัฒนาต่อเนื่อง ในรูปแบบการดำเนินธุรกิจของศูนย์ฯ ได้อย่างยั่งยืน สามารถนำไป ประยุกต์ใช้กับรูปแบบกิจกรรมที่เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ ขยายผล การรับรู้ และประเมินวัดผลลัพธ์ ของโครงการและกิจกรรมอื่นๆ เพื่อให้ได้ ผลลัพธ์สอดคล้องกับเป้าหมาย และผลสัมฤทธิ์ที่ดีต่อไป โดยสามารถแสดง ข้อมูลผลลัพธ์สรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

ผลลัพธ์โครงการ

Project Output



วิทยากร E-Commerce ชุมชน
จำนวน 610 คน



ร้านค้าชุมชน Online
จำนวน 4,527 ร้านค้า



รูปแบบธุรกิจสำหรับศูนย์ดิจิทัลชุมชน
จำนวน 3 รูปแบบ

ฟู้ดนต์
(ONDE)





ผู้ประกอบการชุมชน
จำนวน 6,113 คน



มูลค่าการขาย
209 ล้านบาท
(209,879,979.00)



ข้อมูล ณ วันที่ 13 มีนาคม 2561

พัฒนาตนเองได้ง่ายๆ
ผ่านแหล่งเรียนรู้ Online



พัฒนาตนเองได้ง่ายๆ ผ่านแหล่งเรียนรู้ Online

สำหรับผู้ประกอบการที่พร้อมจะเรียนรู้หลักสูตรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในรูปแบบออนไลน์ ผู้ประกอบการจะต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ และจำเป็นจะต้องเตรียมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการทำร้านค้าออนไลน์นั้น มีความจำเป็นจะต้องใช้อุปกรณ์ อาทิ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพ เครื่องพิมพ์เอกสารที่เป็นองค์ประกอบสำหรับการทำร้านค้าออนไลน์ โดยไม่จำเป็นว่าผู้ประกอบการชุมชนจะต้องมีทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ก็สามารถบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ได้ตั้งนั้น การใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จะทำให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจได้

คอมพิวเตอร์



สำหรับการเรียนรู้และ
เปิดร้านค้า

สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต



สำหรับการเรียนรู้และบริหาร
จัดการร้านค้า

กล้องดิจิทัล



สำหรับการถ่ายภาพ
สินค้า/บริการ

เมื่อเตรียมอุปกรณ์พร้อม พิจารณาเนื้อหาในการเรียนรู้ 5 ขั้นตอนสู่การเป็นร้านค้าออนไลน์ ดังข้อมูลต่อไปนี้



5 ขั้นตอนสู่การเป็น ร้านค้าออนไลน์ Village E-Commerce



STEP 1

ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

- หลักการพิจารณาผลิตภัณฑ์ -
- หลักการพิจารณาสินค้าจับต้องไม่ได้ (บริการ)
 - ประเภทธุรกิจ -
 - การตั้งราคา -
- หลักการออกแบบตราสินค้า -
- มาตรฐานสินค้าที่ควรรู้ -



STEP 2

เปิดร้านค้าออนไลน์ (Online Shop)

- พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับร้านค้าออนไลน์ -
- การเลือกระบบร้านค้าออนไลน์ -
- เตรียมข้อมูลร้านค้า -
- วิธีการตั้งค่าร้านค้าออนไลน์ -
- ภาษีร้านค้าออนไลน์ -
- การจดทะเบียนเครื่องหมาย
- รับรองความน่าเชื่อถือการค้าออนไลน์ -



STEP 3

ส่งเสริมการขาย (Online Marketing)

- การตลาดดิจิทัล -
- การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า -
- เครื่องมือการทำตลาดออนไลน์ -





5 ขั้นตอนสู่การเป็น ร้านค้าออนไลน์ Village E-Commerce



01

02

03

04

05

STEP 4

บริหารการขาย (Shop Management)

- การจัดเตรียมสินค้า -
- การตรวจสอบรายการคำสั่งซื้อ -
- การตรวจสอบการชำระเงิน -



STEP 5

บรรจุและจัดส่ง (Packing & Shipping)

- การบรรจุสินค้า -
- การเลือกรูปแบบการขนส่งสินค้า -
- การตรวจสอบการจัดส่งสินค้าถึงมือผู้ซื้อ -



หลักสูตรการสอน 5 ขั้นตอนสู่การเป็นร้านค้าออนไลน์ สำหรับ
ผู้ประกอบการที่สนใจ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านระบบการเรียนรู้
ตลอดชีวิต (ThaiMOOC) และสื่อต่างๆ ของโครงการได้ดังต่อไปนี้



ThaiMOOC.org สำหรับผู้ประกอบการชุมชนสามารถเข้าถึงสื่อ
ที่ส่งเสริมการเรียนรู้โดยผู้ประกอบการชุมชนสามารถใช้บทเรียน
ออนไลน์ เรียนรู้ด้วยตนเองได้ที่ Thaimooc.org ภายใต้รายวิชาชื่อ
“สอนชุมชนเปิดร้านค้าออนไลน์ (Village E-Commerce)” สามารถเข้า
ใช้งานระบบ ThaiMOOC โดย Scan QR Code หรือ เข้าใช้งานผ่าน URL
<http://uqr.to/b2pe> เพื่อเข้าสู่บทเรียนออนไลน์



Village E-Commerce ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย ในชุมชนและองค์กรธุรกิจ

กระทรวงสาธารณสุข
สคช. : Village E-Commerce
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

หลักสูตรส่งเสริม E-Commerce ชุมชน • ร้านค้าชุมชน • เกษตรกรเชิงการค้า • เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี

**ขายง่าย ขายดี
ร้านค้าออนไลน์
ของดี มีคุณภาพในชุมชน**

มีร้านค้าชุมชน 4,500 ร้าน
นำยอดขายกว่า 10,000 ล้านบาท
ไปช่วยพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก
ในชนบท

ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ด้วยเทคโนโลยี
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชน
และเกษตรกรรายย่อย ด้วยเทคโนโลยีระบบ
บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ 4.0

เพิ่มโอกาสในการรับรู้สู่ระดับสากล
เพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงตลาดผู้บริโภค
จากช่องทางออนไลน์ของชุมชน 500 ร้านค้าชุมชน
สู่ตลาดโลกด้วยเทคโนโลยีระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ 4.0

เพิ่มโอกาสทางการขายสินค้าให้ชุมชนเมือง
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชน
และเกษตรกรรายย่อย ด้วยเทคโนโลยีระบบ
บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ 4.0

ส่งเสริมการขายสินค้าออนไลน์ ด้วยเทคโนโลยี
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชน
และเกษตรกรรายย่อย ด้วยเทคโนโลยีระบบ
บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ 4.0

ONDE: Chapter 33 Google Adwords ตัวอย่าง

ONDE: Chapter 17 การตรวจ
สอบสถานะการจัดส่ง

ONDE: Chapter 18 การตรวจ
สอบยอดชำระเงิน

ONDE: Chapter 19 การชำระ
ระบบทะเบียนสินค้า

ONDE: Chapter 29 การขนส่ง
สินค้าไม่ทางตรง

ONDE: Chapter 36 Selling
Cyclone Method ตัวอย่าง

ONDE: Chapter 37
Thailandmall net

ONDE: Chapter 38 การชำระเงิน
ผ่านตู้รับชำระเงิน Addpay

Ecommerce.onde.go.th อีกช่องทางสำหรับการเรียนรู้ผ่านเว็บไซต์โครงการ ประกอบด้วย หลักสูตรส่งเสริม E-Commerce ชุมชน ส่งเสริมการเรียนรู้ รายชื่อร้านค้าชุมชน เผยแพร่ร้านค้าออนไลน์ของชุมชน ข้อมูลโครงการ การดำเนินการและการผลักดันของสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และการสอนเปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี



Facebook : Thailand Village E-Commerce ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของโครงการ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางรวบรวมร้านค้าออนไลน์ของชุมชน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายๆ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตัวอย่างผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ



ความประทับใจผู้ประกอบการ



“รายได้พัฒนาจากหลักร้อย จนกลายเป็นหลักพัน
ปัจจุบันหลักหมื่นถึงหนึ่งแสนบาทต่อเดือน
ขายออนไลน์เพื่อเป็นอาชีพเสริม
จนมีผู้สนใจสั่งซื้อทางออนไลน์
จำนวนมากจนกลายเป็นอาชีพหลัก”

นายภาสกร แสงด้วง จ้ามสาม
ร้านหม้ออ่อมแพร์ ฝ่ามืออ่อมย้อมคราม
จังหวัดแพร่

moh
hom
mohomphrae



เสื้อหม้ออ่อมคราม แขนสั้น...
฿350.00



เสื้ออ้อมอ้อม (คอกลม)
฿350.00



สมุดโน้ต
฿390.00 ราคาเดิม ฿450.00

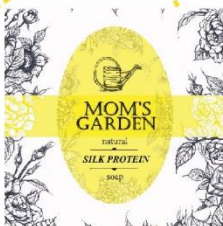


เสื้ออ้อมอ้อม
฿390.00 ราคาเดิม ฿450.00

<https://www.facebook.com/mohomphrae/>

"เริ่มต้นจากการนำเอาวัตถุดิบที่ดีและมีใกล้ตัวมาประยุกต์
คิดค้นสูตรเอง ในการผลิตออกมาเป็นสินค้า เริ่มต้นจาก
ให้คนรอบตัวทดลองใช้ เมื่อลูกค้าเริ่มติดใจสินค้า
จึงได้เกิดการจดจำนำขึ้น เริ่มขายแค่ภายในหมู่บ้าน
เมื่อขายผ่านสื่อออนไลน์ปัจจุบันคนทั่วทั้งประเทศสั่งซื้อเข้ามา
จำนวนมาก และมีออเดอร์สั่งตลอดเวลา"

นางสุกัญญา ทือคำ
ร้าน MOM'S GARDEN ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
จากวังใหม่ธรรมชาติ จังหวัดแพร่



<https://www.facebook.com/momsgardenproduct/>



ภาคเหนือ



"ไม่มีพื้นฐานการทำธุรกิจมาตั้งแต่แรก ลองเสี่ยงลงทุนดูและ
บริหารงานเองทุกอย่าง จนเกิดเป็นโรงงานทำเฟอร์นิเจอร์
ไม้สักสมัยก่อนขายแค่ในจังหวัดแพร่ แต่พอมีสื่อออนไลน์
ตอนนี้ลูกค้าอยู่ทั่วประเทศไทย รายได้ดีขึ้น
ธุรกิจเติบโต และลูกค้ารู้จักเพิ่มมากขึ้น"

นางแววตา เสนะสุกรี
แววตาค้าไม้ เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก
จังหวัดแพร่



<https://www.facebook.com/jeab.ge>



"สร้างสรรค์สินค้าที่แตกต่างจากเศษไม้เหลือใช้
มาทำเป็นของประดับตกแต่งที่ทันสมัย
นอกจากความสวยงามยังคำนึงถึงการใช้งาน
พอเริ่มขายออนไลน์ลูกค้าไม่เห็นของจริง
จำเป็นต้องให้ข้อมูลที่แท้จริงแก่ลูกค้า
เพื่อสร้างความไว้วางใจและเกิดการบอกต่อ"

นายสุธิพงศ์ แปงสุทะ
ร้าน TEAK MANTRA Decorative Products
จังหวัดแพร่




Teak Mantra

<https://www.facebook.com/teakmantra>

ความประทับใจผู้ประกอบการ



"เน้นการนำผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนมารวมกลุ่มกัน
ทั้งผลไม้สด ข้าวหอมมะลิใบเตย และส่วนสินค้าอื่นที่นำมาแปรรูป
เพื่อเพิ่มมูลค่า สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน อีกทั้งยังมีการ
พัฒนาสินค้าและทำการตลาดเพื่อวางจำหน่ายในพื้นที่โดยรอบ
ปัจจุบันมีการวางขายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำแล้ว"

คุณกนกวรรณ วัฒนพานุกูล

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบุรีรัมย์ อำเภอโนนดินแดง
จังหวัดบุรีรัมย์



<https://www.facebook.com/Buriram.Local.Products/>

"เริ่มต้นแรงบันดาลใจจากการเห็นคนอื่นทำแล้วประสบความสำเร็จ
จึงเกิดความสนใจ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการลงมือทำ โดยขายผ่านทาง
facebook สนุ้ล็อตแรก 2,000 ก้อนสามารถขายหมดภายใน 2 วัน
 อีกทั้งสินค้ายังได้รับการรับรองมาตรฐานว่าปลอดภัยต่อผู้บริโภค
 เกิดการซื้อซ้ำจนกลายเป็นธุรกิจ"



กัญญดา ศิรินิตรา (น้องเอย)

สบู Aeywa white pink
จังหวัดอุบลราชธานี



<https://www.facebook.com/Aeywa-White-Pink-621566988045164/>

ภาคตะวันออกเจียงเหนือ



" กาแฟเลยบัสต้า เป็นผลผลิตกาแฟในพื้นที่จังหวัดเลย
ที่พัฒนาสายพันธุ์โรบัสต้ามีอัตลักษณ์พิเศษเฉพาะหอมเข้ม
อึกทั้งที่มันจับเคลือบธุรกิจเป็นสไตล์ควบอย
ช่วยสร้างสีสันบนแผงธุรกิจให้ตอบใจภัย
คอกาแฟที่มีรสนิยมนสโลว์ไลฟ์และกลิ่นอายชนบท
จนได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง"

นายอนันต์ชัย คำเกษม

ร้าน Dansai&Stone Cowboy จังหวัดเลย



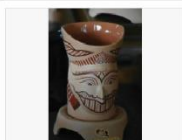
เดอปลัสต้าคอฟฟี่

★★★★★



กาต้มน้ำเหล็ก Meko Pot

★★★★★



แก้วกาแฟเซรามิค Loei Busta ศิลปิน
บ้าน

★★★★★



ชั้นวางชุดล้างกาแฟสเตนเลส 2 ชั้น

★★★★★



<https://goo.gl/a2nEpT>



"สากคฟาร์ม เป็นเจ้าแรกและเจ้าเดียว

ในจังหวัดตราดที่ ผลิตและจำหน่าย กาแฟชะมดและสบูกาแฟชะมด
ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เหมาะสมต่อคนที่ชอบดื่มกาแฟ
แต่เน้นการดูแลสุขภาพพร้อมด้วย ซึ่งเน้นการประชาสัมพันธ์
ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายอีกช่องทางหนึ่ง"

นางสาว สาวิตรี ภูมิประเสริฐ

สากคฟาร์ม กาแฟชะมด จังหวัดตราด



<https://goo.gl/iyyz2J>

ความประทับใจผู้ประกอบการ

"เน้นการผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ โดยตั้งโรงงานฝีมือมาประยุกต์ในการสร้างสรรค์สินค้าที่โดดเด่นและแตกต่าง รวมถึงเน้นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สามารถซื้อเป็นของฝากหรือโอกาสที่ระลึกได้ทุกโอกาส "

คุณบุษรา อ่อนเทศ

ร้านกันตะเบญจรงค์ จังหวัดกาญจนบุรี



ชุดกาเซอริใหญ่



ตลับนามบัตร



โถทรงจุกหมูไม้



ถุงเงิน-ถุงทอง สู่



<https://goo.gl/o97gTW>



"สินค้าจะต้องเป็นที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ โดยการนำเอาลวดลายไทยต่างๆมาประยุกต์ให้แตกต่าง แต่ยังคงความสวยงามไว้ในลวดลายจากการทอที่แสดงออกมา เน้นการออกแสดงตามงานต่างๆ มีหน้าร้านค้า รวมถึงขายผ่านช่องทางออนไลน์ และหากมีช่องทางไหนที่สามารถประชาสัมพันธ์ได้ก็ยินดีที่จะนำสินค้าของตัวเองไปเผยแพร่"

นางสาวชนิยพร ฤทธิ์ชนอุดมพร

ร้านชัยพรผ้าจากทอมือ

จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี



ผ้าตีนจกไหม



ผ้าจกไหม เดิมด้า



ผ้าขาว



ผ้าลายปลาจากไหม เดิมด้า



<https://www.facebook.com/Chanaiporn/>



ภาคกลาง



"ผลิตภัณฑ์เป็นอาหารไทยที่สำเร็จรูป นอกจากเรื่องรสชาติแล้วยังเน้นการสร้างสินค้าที่มีความแตกต่าง โดยคำนึงถึงการพกพา ง่าย สะดวกต่อการรับประทาน อีกทั้งยังปรับให้สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่ และมีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อให้คนรู้จักสินค้าของเราเพิ่มมากขึ้น"

นางฐนิวรรณ กุลมงคล
ร้าน Thaivory จังหวัดนนทบุรี



<https://www.facebook.com/Thaivory/>

"ตั้งแต่เริ่มต้นขายออนไลน์พบว่าร้อยละ 60 รายได้เข้ามาทางช่องทางออนไลน์ทั้งหมด ขึ้นอยู่กับการนำเสนอสินค้าของเราให้แตกต่างจากคู่แข่ง ส่งผลให้เกิดความสนใจและลูกค้ามาสั่งซื้อที่เราเพิ่มมากขึ้น"

คุณสนวน เกียนสี
Go on fruit ผลไม้อบแห้ง
จังหวัดนครปฐม



<https://www.facebook.com/goonfruits> <http://goonfruits.lnwshop.com/>

ความประทับใจผู้ประกอบการ



"เม็ดเงินอาจสะท้อนความสำเร็จในการทำธุรกิจ แต่สิ่งที่สะท้อนให้เห็นได้ชัดในวันนี้คือ ธุรกิจมีชีวิต จากพื้นฐานแนวคิดของคนในครอบครัว เริ่มต้นทำจากสิ่งที่ชอบและมีฝีมือ และพัฒนาสินค้าให้ตรงใจลูกค้า ถ้าทำได้เพียงหนึ่งครั้ง ต่อให้อยู่ไกลก็ไหนก็ต้องกลับมาสั่งของเรา ขายออนไลน์ ยอดสั่งซื้อยิ่งเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว"

นายสันจิติ วงษ์ศิริ
ร้านแกงโตปลาปามณฑา
จังหวัดนครศรีธรรมราช



<https://goo.gl/Mn6qLv>



"นำวัสดุท้องถิ่นมาสร้างให้เกิดมูลค่า โดยคำนึงถึงประโยชน์และความทนทานของการใช้งานเป็นหลัก จากการทอหางออนเป็นพื้นสู่การต่อยอดเป็นของใช้ เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ครอบครัว รวมถึงช่องทางออนไลน์ส่งผลให้คนรู้จักกลุ่มของเราเพิ่มขึ้น มีหลายที่เชิญชวนให้ไปออกงานแสดงสินค้าที่ต่างๆจำนวนมาก"

นางจินดา เลาหวิวัฒน์
กลุ่มทอหางออน จังหวัดนครศรีธรรมราช



<https://goo.gl/db5EBM>



ภาคใต้



"เอกลักษณ์ไทยชายแดนใต้ สู่ความทันสมัยของเครื่องแต่งกาย
เน้นการออกแบบสินค้าที่หลากหลาย และสามารถสวมใส่ได้ทุกเพศ
ทุกวัย ผสมผสานกับลวดลายที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่
ปัจจุบันมีลูกค้าสั่งซื้อทั่วประเทศ และไม่หยุดที่จะพัฒนา
ออกแบบสินค้าต่อไป"

สุชาดา หะยิยามา

ร้านบาราโหมบาติก จังหวัดปัตตานี



<https://www.facebook.com/BarahomBatik/>



"เน้นการขายด้วยการใส่ใจวัตถุดิบในการผลิต โดยขาย
หมอนยางพาราแท้ 100% อีกทั้งมีการพัฒนารูปแบบของหมอน
ตามความต้องการของลูกค้าให้แปลกใหม่
และดูน่าสนใจกว่ารูปแบบทั่วไป โดยเน้นการขายออนไลน์
ขายส่งและรับเป็นตัวแทนจำหน่ายในการกระจายสินค้า
เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดมากขึ้น"

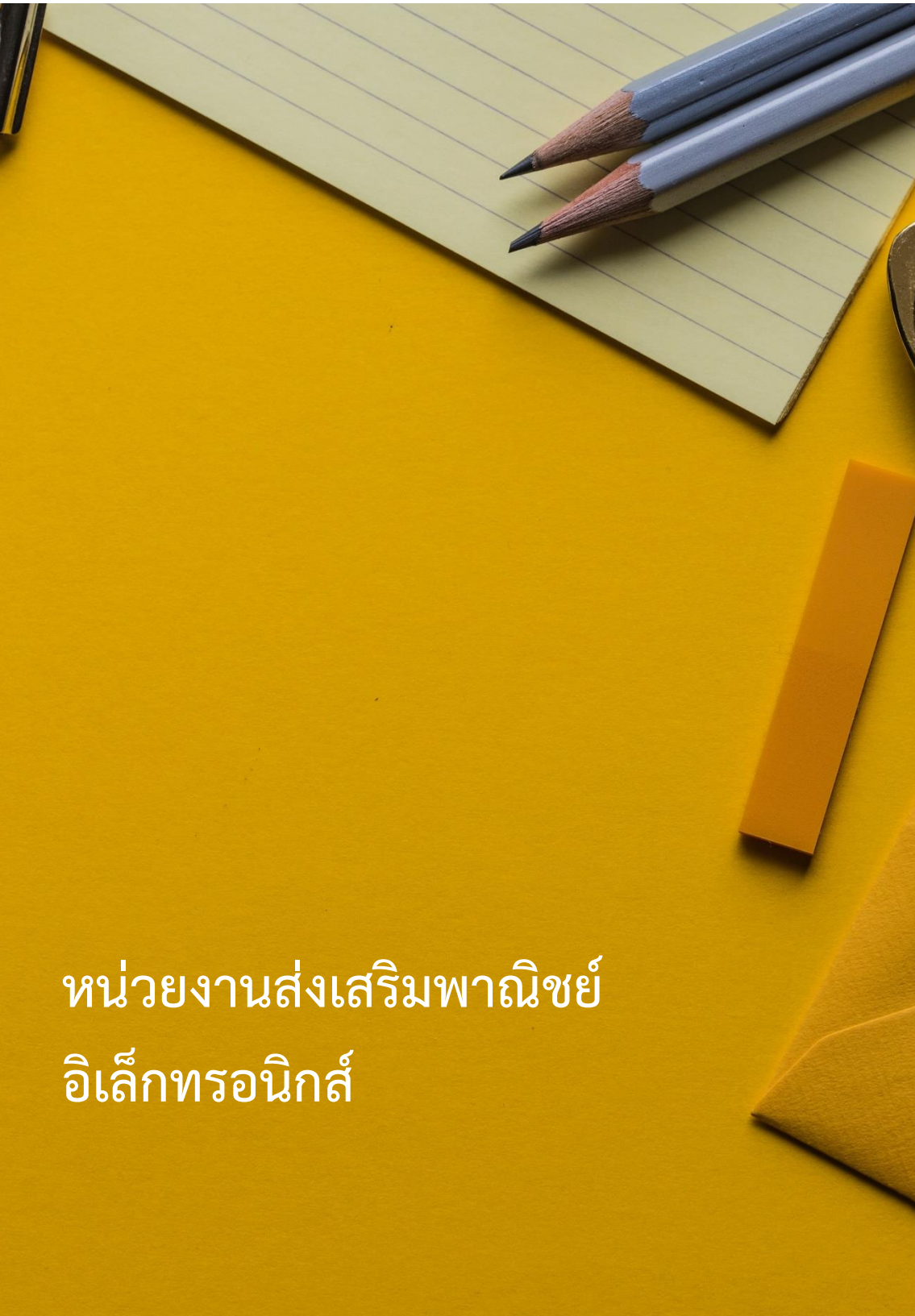
นายอุดม คงสมคิด

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

อุดมลาเท็กซ์ จังหวัดสตูล



<https://www.facebook.com/udomlatexbrand/>

A bright yellow background featuring stationery items: a piece of lined paper with two sharpened blue pencils in the top right, a yellow paper strip, and a yellow envelope in the bottom right.

หน่วยงานส่งเสริมพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

หน่วยงานส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

เลขที่ 120 ม.3 ชั้น 6-9 อาคารรัฐประศาสนภักดี

ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา

5 ธันวาคม 2550 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง

เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

02 141 6747

pr@mdes.go.th

<http://www.mdes.go.th>



สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เลขที่ 120 หมู่ 3 ชั้น 6-9 อาคารรัฐประศาสนภักดี

ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

0 2142 1202

pr.onde@onde.go.th

<http://www.onde.go.th>



กรมการพัฒนาชุมชน - กระทรวงมหาดไทย

ชั้น 5 อาคารรัฐประศาสนภักดี

ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา

5 ธันวาคม 2550 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง

เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

0 2141 6047

cddmail@cdd.go.th

<http://www.cdd.go.th>



โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม : Village E-Commerce

หน่วยงานส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
Department of Business Development

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) กระทรวงพาณิชย์

เลขที่ 563 ถนน นนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

โทร 1570

<http://www.dbd.go.th>



สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย กระทรวงศึกษาธิการ

319 สำนักงาน กศน. กระทรวงศึกษาธิการ

เขตดุสิต กทม. 10300

1660

webmaster_onie@nfe.go.th

<http://www.nfe.go.th>



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

75/6 ถ.พระรามที่ 6 ราชเทวี

กรุงเทพฯ 10400

02 202 4414-18

webmaster_onie@nfe.go.th

<http://www.dip.go.th>



SCAN ME

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

120 หมู่ 3 ชั้น 6-9 อาคารรัฐประศาสนภักดี

ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ 0 2142 1202 | โทรสาร 0 2143 7962

Email : pr.onde@onde.go.th | Website : www.onde.go.th