

# สรุปผลการสำรวจ

ข้อมูลและประเมินสถานการณ์ภาพ  
อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล  
ปี 2566 คาดการณ์แนวโน้ม 3 ปี



สิงหาคม 2567

# บทสรุปผู้บริหาร

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Promotion Agency : depa) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลและประเมินสถานภาพอุตสาหกรรมบริการด้านดิจิทัล ประจำปี 2566 ภาคการณั้แนวโน้ม 3 ปี

โดยเป็นการสำรวจประจำปีเพื่อติดตามข้อมูลความก้าวหน้าตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของอุตสาหกรรม ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในเชิงการวิเคราะห์วางแผนนโยบาย และการกำหนดกลยุทธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันจะเป็นประโยชน์ทั้งภาครัฐและเอกชน

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาทบทวนนิยามกรอบประชากร ตลอดจนวิธีการสำรวจ ในปีนี้ได้ใช้ข้อมูลจากแหล่งที่อ้างอิงได้ เช่น ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ข้อมูลจากสำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน และข้อมูลจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) เป็นต้น

ผลสำรวจอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2566 มีมูลค่ารวม 307,630 ล้านบาท เติบโตจากปี 2565 ร้อยละ 9.28 โดยแยกมูลค่าของแต่ละประเภท คือ e-Retail มีมูลค่า 80,053 ล้านบาท (เติบโตขึ้นร้อยละ 2.25) e-Logistics มีมูลค่า 92,429 ล้านบาท (เติบโตขึ้นร้อยละ 10.73) e-Tourism มีมูลค่า 15,881 ล้านบาท (เติบโตขึ้นร้อยละ 55.10) Online Media มีมูลค่า 43,036 ล้านบาท (เติบโตขึ้นร้อยละ 0.29) e-Advertise มีมูลค่า 24,974 ล้านบาท (เติบโตขึ้นร้อยละ 12.91) Fintech มีมูลค่า 47,690 ล้านบาท (เติบโตขึ้นร้อยละ 12.10) HealthTech มีมูลค่า 1,378 ล้านบาท (เติบโตขึ้นร้อยละ 85.71) และ EdTech มีมูลค่า 2,189 ล้านบาท (หดตัวลงร้อยละ 82.26)

โดยปัจจัยในการเติบโตของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลในภาพรวมมีผลมาจากผู้คนมีความต้องการในการใช้บริการดิจิทัลมากขึ้นจากเปลี่ยนพฤติกรรมตามยุคสมัยที่มีเครื่องมือ และบริการดิจิทัลเกิดขึ้นแทบทุกภาคส่วน ผนวกกับ แรงขับเคลื่อนของคนในสังคมที่มีการใช้เครื่องมือและบริการเหล่านั้น ทำให้ผู้คนที่ไม่เคยใช้ก็เริ่มใช้ตามกระแส ส่งผลให้บริการดิจิทัลด้านต่าง ๆ ขยายตัวทุกประเภท

ภาพรวมบุคลากรด้านอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2566 มี จำนวนบุคลากร 81,120 คน ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 9.95 โดยพนักงาน ด้านไอทีและดิจิทัล ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล มีจำนวน 40,406 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 64.11



## การคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลในระยะ 3 ปี

การคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล คำนวณจากโมเดลสถิติ ซึ่งมีตัวแปรที่ใช้คือ GDP ของประเทศไทย Expert opinion ข้อมูลอัตราการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย และข้อมูลอัตราการเติบโตของ มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซของไทย (อ้างอิงจากบริษัทวิจัย Statista) และประมาณการ รายได้ โดยใช้การวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

การพิจารณาแนวโน้มปี 2567-2569 พบว่า อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล มีการเติบโตต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 1 โดยมีปัจจัยมาจากพฤติกรรมของคน ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยในชีวิตประจำวันมีการใช้เครื่องมือ และบริการ ทางดิจิทัลมากขึ้นต่อเนื่องตลอดหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งเมื่อคุ่นชินกับ การใช้บริการดิจิทัล ก็จะทำให้เกิดการใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ และนำไปสู่การสร้าง การเติบโตของบริการดิจิทัล

ตารางที่ 1 คาดการณ์อัตราการเติบโต 3 ปี ของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (หน่วย : ล้านบาท)

ปี	มูลค่า	เปลี่ยนแปลง
2566	307,630	9.28%
2567	352,944	14.73%
2568	399,215	13.11%
2569	420,932	5.44%

หน่วย: ล้านบาท



- ในปี 2566 อุตสาหกรรมบริการดิจิทัลเติบโตอย่างดี โดยเฉพาะ: e-Tourism, EdTech และ HealthTech ซึ่งได้รับประโยชน์จากการแพร่ระบาดของ COVID-19
- กลุ่ม EdTech เข้ายานผู้ใช้บริการมีอัตราการจ่ายค่าและผู้ที่ต้องการทักษะเฉพาะ เพื่อ Reskill และ Upskill ตอบสนองความต้องการทักษะในารทำงาน
- FinTech และ HealthTech อยู่ในวงจรมุ่งเน้นการลงทุน มีการขยายฐานผู้ใช้บริการเฉพาะผู้ประกอบการซึ่งอยู่ในระดับค่ากลางอย่างต่อเนื่องที่ส่งเสริมรายได้โดยขาดต่อเดือน

รูปมูลค่าอุตสาหกรรม

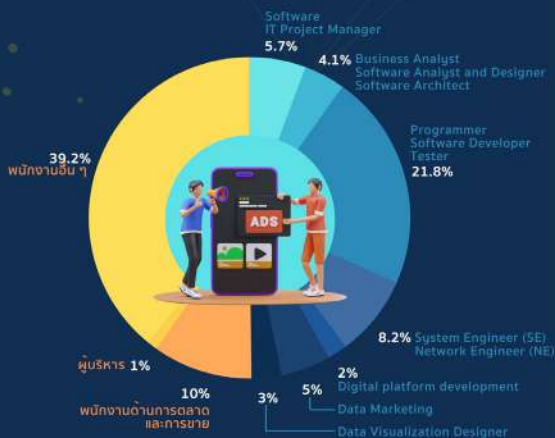
ปี 2564  
233,088

ปี 2565  
281,515

ปี 2566  
+9.28%  
307,630

รวม  
639 บริษัท

## บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2566



หน่วย: คน

พนักงานด้านไอทีและดิจิทัล

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	เปลี่ยนแปลง
Software	2,515	2,462	4,600	86.84%
IT Project Manager	-	-	-	-
Business Analyst, Software Analyst and Designer, Software Architect	5,029	4,925	3,358	-31.82%
Programmer, Software Developer, Tester	13,830	13,542	17,717	30.83%
System Engineer (SE), Network Engineer (NE)	3,772	3,693	6,619	79.23%
Digital platform development	-	-	1,622	-
Data Marketing	-	-	4,056	-
Data Visualization Designer	-	-	2,434	-
รวมบุคลากรด้านไอทีและดิจิทัล	25,145	24,022	40,406	64.11%
ตำแหน่งด้านอื่นๆ	53,970	49,160	40,714	-17.18%
รวมทั้งหมด	79,115	73,782	81,120	9.95%

## คาดการณ์การเติบโตอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2567-2569

	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	Growth 2567	Growth 2568	Growth 2569
มูลค่าอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	307,630	352,943.90	399,214.84	420,932.13	14.73%	13.11%	5.44%
จำนวนบุคลากร (คน)	81,120	85,460	89,861	91,784	5.35%	5.15%	2.14%

# การสำรวจมูลค่าตลาดบริการดิจิทัล ปี 2566

## นิยามอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล

ในการสำรวจข้อมูลอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (Digital Services) ปี 2566 ได้กำหนดนิยามของบริการดิจิทัลไว้ดังนี้

“

**อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (Digital Service)** หมายถึง กลุ่มผู้นำเทคโนโลยี และการบริการมาใช้งาน (Enabling Technology and Services) ซึ่งเป็น บริการซอฟต์แวร์ที่เป็นลักษณะของแพลตฟอร์ม โดยทำหน้าที่เป็น แพลตฟอร์มกลางระหว่างผู้ซื้อ/ผู้ให้บริการ และ ผู้ขาย/เจ้าของกิจการ โดยมีผู้ให้บริการแพลตฟอร์มกลางในการจัดการกระบวนการบนดิจิทัลทั้งหมด ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ซึ่งผู้ให้บริการแพลตฟอร์มอาจเป็น ผู้ให้บริการกลางที่เป็นผู้พัฒนาเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม หรือเป็นผู้ให้บริการ เทคโนโลยีที่เป็นเจ้าของกิจการเองด้วย

### บริการดิจิทัล ประกอบด้วย

1. Retail (Marketplaces, Mails, Direct to Consumer)
2. e-Logistics (Goods & Food Delivery & Booking)
3. e-Tourism (Flights, Hotels, Vacation Rentals)  
Online Media (Content, Video on Demand,
4. Music on Demand)  
e-Advertising (Online Advertising Platform,
5. Sentiment Analysis: Eco-system)
6. Fintech (Payment, Lending, Insurance)
7. HealthTech
8. EdTech

”

ส่วนนิยามขอบเขตประเภทของข้อมูลบริการดิจิทัล หมายถึง กลุ่มผู้นำเทคโนโลยีและการบริการมาใช้งาน (Enabling Technology and Services) ซึ่งเป็นบริการซอฟต์แวร์ที่เป็นลักษณะของแพลตฟอร์ม ทั้ง แพลตฟอร์มกลางและแพลตฟอร์มที่ให้บริการเฉพาะสินค้าและบริการของตัวเอง เท่านั้น โดยแพลตฟอร์มกลาง ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่าง ผู้ซื้อ/ผู้ใช้บริการ และ ผู้ขาย/เจ้าของกิจการ โดยมีผู้ให้บริการแพลตฟอร์มกลางในการจัดการ ขบวนการบนดิจิทัลทั้งหมด ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ซึ่งผู้ให้บริการ แพลตฟอร์ม อาจเป็นผู้ให้บริการกลางที่เป็นผู้พัฒนาเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม หรือเป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยีที่เป็นเจ้าของกิจการเองด้วย เช่น แพลตฟอร์ม การซื้อขายสินค้า แพลตฟอร์มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แพลตฟอร์ม ชำระเงินออนไลน์ แพลตฟอร์มจองห้องพัก แพลตฟอร์มจองตั๋วโดยสาร แพลตฟอร์มสั่งอาหาร รวมถึงแพลตฟอร์มบริการด้านการแพทย์ และ แพลตฟอร์มการเรียนการสอนออนไลน์

การสำรวจได้กำหนดนิยามสำหรับผู้ประกอบการด้านบริการดิจิทัล ดังนี้

- บริษัทที่มีรายได้หลักจากการขายบริการหรือสินค้าผ่านทางดิจิทัล
- บริษัทที่ขายผ่านแพลตฟอร์ม ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นแพลตฟอร์มที่เป็นคนกลางเท่านั้น
- Digital Native Company คือ บริษัทที่ทำธุรกิจผ่านระบบดิจิทัลเท่านั้น
- Digital Immigrant Company คือ บริษัทที่เดิมไม่ได้ทำธุรกิจผ่านระบบดิจิทัล แต่ปัจจุบันขายผ่านระบบดิจิทัลด้วยอีกช่องทางหนึ่ง

โดยในการสำรวจไม่ได้นำ Digital Immigrant Company ที่ไม่จัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินธุรกิจผ่านสื่อดิจิทัลมานับรวมเป็นฐานข้อมูลประชากร

ทั้งนี้ การสำรวจได้กำหนดนิยามบริการดิจิทัลไว้ 8 ประเภท เช่นเดียวกันกับการสำรวจปีที่ผ่านมาดังนี้



**1. e-Retail** หรือ บริการด้านการค้าขายผ่านระบบออนไลน์ : เป็นแพลตฟอร์มตัวกลางที่มีบทบาทในการขายของผ่านออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นมาร์เก็ตเพลส เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน โซเชียลมีเดีย เช่น Lazada, Shopee



**2. e-Logistics** หรือบริการด้านระบบโลจิสติกส์ และส่งอาหารผ่านออนไลน์ : เป็นแพลตฟอร์มตัวกลางในการขนส่งสินค้า ไปยังผู้บริโภคปลายทาง และแพลตฟอร์มตัวกลางในการสั่งซื้อ และส่งอาหารให้กับผู้บริโภค เช่น Kerry, Flash, J&T, Line Man, Grab, Robinhood



**3. e-Tourism** หรือบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านออนไลน์ บริการด้านจองตั๋วโดยสาร จองโรงแรม และจองที่พัก : เป็นแพลตฟอร์มตัวกลางระหว่างเจ้าของทรัพย์สิน และผู้ใช้บริการ หรือนักท่องเที่ยว เช่น Agoda, Booking, Traveloka



**4. Online Media** หรือบริการออนไลน์มีเดีย : บริการด้านสื่อต่าง ๆ เช่น Content, Video on Demand, Music on Demand : บริการประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ

๑) กลุ่มให้บริการเนื้อหาผ่านออนไลน์ และซื้อขายเนื้อหา ผ่านออนไลน์ (Content) เช่น ข่าวออนไลน์ การซื้อขาย e-Book ผ่านออนไลน์ เช่น Ookbee, Wongnai, Pantip.com เป็นต้น รวมถึง กลุ่มสื่อที่ผลิตเนื้อหาเพื่อนำเสนอผ่านออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ บล็อก หรือโซเชียลมีเดีย เช่น The Standard, MGR Online (ผู้จัดการออนไลน์), Beartai, VoiceTV เป็นต้น

๒) กลุ่มที่ให้บริการด้านความบันเทิงผ่านออนไลน์ เป็นกลุ่มภาพยนตร์และเพลงผ่านออนไลน์ (ทีวี หนังสืงเพลง) เช่น หนังสืงออนไลน์ ผ่าน iFlix เป็นต้น ผลการสำรวจพบ แพลตฟอร์ม ดูหนังสืงออนไลน์มีจำนวนมากขึ้น เช่น VIU, WeTV, iQIYI



**5. e-Advertise** หรือบริการด้านการโฆษณาผ่านออนไลน์ : เช่น iTopPlus



**6. Fintech** หรือผู้ให้บริการเทคโนโลยีเพื่อธุรกรรมทางการเงิน : เป็นผู้ให้บริการนวัตกรรมทางการเงิน โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการเงินต่าง ๆ เช่น กลุ่มสตาร์ทอัพฟินซ์วอร์ค กลุ่มบริการ e-Wallet, ผู้ให้บริการ Payment Gateway, Cryptocurrency เป็นต้น โดยไม่รวมถึงธนาคาร



**7. HealthTech** หรือผู้ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการให้บริการทางด้านการแพทย์และสุขภาพ : เป็นแพลตฟอร์มกลาง ในการให้บริการทางการแพทย์และสุขภาพ เช่น Arincare, Diamate



**8. EdTech** หรือ ผู้ให้บริการเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน : เป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีในการให้บริการการเรียนการสอน สื่อด้านการศึกษา เพื่อสร้างการเรียนรู้แบบใหม่ในทุกระดับชั้นเรียน รวมถึงแพลตฟอร์มเพื่อการเรียนรู้การพัฒนาทักษะให้กับคนทำงาน เช่น OpenDurian, Conicle, Globish Acadamia

## ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล

ลักษณะของบริการดิจิทัลทั้ง 8 ประเภทข้างต้น เป็นการให้บริการ ผ่านแพลตฟอร์ม เช่น แพลตฟอร์มการชำระเงิน แพลตฟอร์มการจอง เป็นต้น จึงกำหนดให้ประเภทธุรกิจเหล่านี้ เป็นธุรกิจที่นำเทคโนโลยีและบริการมาใช้งาน (Enabling Technology and Services) ตามห่วงโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล

ประกอบด้วยบริษัทหรือกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

- **Producer** ผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้าหรือบริการ เช่น โรงงาน ร้านค้าในรูปแบบเดิม ผู้ผลิตเนื้อหา
- **Consumer** ผู้ซื้อสินค้า ซึ่งอาจเป็นผู้ซื้อรายย่อย บุคคล องค์กร หรือเป็นลักษณะธุรกิจกับธุรกิจ (B2B)
- **Digital Service Platform** คือ ผู้ให้บริการดิจิทัล ที่เป็นแพลตฟอร์มเชื่อมโยงระหว่าง Producer กับ Consumer
- **Payment System** ระบบบริการชำระเงินในรูปแบบต่างๆ ที่บางครั้งก็อาจเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลประเภทหนึ่งด้วย
- **กลุ่มอื่น ๆ** เช่น ด้านคลังสินค้า หรือด้านการขนส่งสินค้า เป็นต้น

จากการศึกษาระบบนิเวศอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลของประเทศไทย พบว่ามี 2 ลักษณะ คือ 1. การจัดจำหน่ายขายตรงจากผู้ประกอบการ ไปยังผู้บริโภค ซึ่งเกิดขึ้นในบางบริการ เช่น e-Entertainment และ 2. การจัดจำหน่ายหรือให้บริการ ที่มีผู้ประกอบการหลายส่วนเข้ามาเกี่ยวข้อง สามารถนำมาแสดงเป็นระบบนิเวศ เพื่อให้เห็นถึงตัวอย่างผู้ประกอบการ 8 ประเภท ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล

## ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ

การวิจัยได้สำรวจโดยการรวบรวมรายชื่อประชากรเพิ่มเติมจากฐานประชากรปีที่ผ่านมา โดยรวบรวมจากภาคส่วนต่าง ๆ ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง ประกอบด้วย สำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) รวมทั้งสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) โดยพบว่า บางส่วนมีความคล้ายคลึงกัน แต่มีส่วนที่แตกต่างกัน ด้านบริษัทที่เดิมไม่ได้ทำธุรกิจผ่านระบบดิจิทัล แต่ปัจจุบันขายผ่านระบบดิจิทัล ด้วยอีกช่องทางหนึ่ง (Digital Immigrant Company) ที่การวิจัยไม่ได้นับรวม ให้อยู่ในการสำรวจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)

สมาคม ประกอบด้วย สมาคมฟินเทคประเทศไทย (TFA) สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ DAAT กลุ่มบริษัทสตาร์ทอัพ

เว็บไซต์ ประกอบด้วย เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เพื่อค้นหารายชื่อบริษัทที่เกี่ยวข้องกับบริการดิจิทัล เว็บไซต์ของกรมสรรพากร เพื่อค้นหารายชื่อบริษัทที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามกฎหมาย e-Service (ซึ่งเริ่มจัดเก็บภาษีตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2566) เว็บไซต์ส่องสื่อ (Songsue) เพื่อค้นหารายชื่อสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ Similarweb เพื่อค้นหารายชื่อเว็บไซต์ยอดนิยมที่ติดอันดับมีผู้เข้าเยี่ยมชมจำนวนมาก (Top Websites Ranking) ในแต่ละประเภทเพื่อนำมาเพิ่มเป็นผู้ประกอบการ ในกลุ่มบริการดิจิทัล

ทั้งนี้ การวิจัยและการสำรวจใช้ฐานข้อมูลรายชื่อบริษัทบริการดิจิทัล จากปีที่ผ่านมา และดำเนินการค้นหารายชื่อบริษัทรายใหม่ โดยนารายชื่อจากแหล่งต่างๆ มาทำการเทียบเคียงกับรายชื่อเดิมเพื่อไม่ให้ ซ้ำซ้อนกัน ซึ่งการสำรวจในแต่ละประเภทค้นหารายชื่อจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

- ประเภท e-Retail, e-Logistic, e-Travel และ Online Media ค้นหาเพิ่มเติมและเทียบเคียงจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) และสำนักงานพัฒนา-ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.)
- ประเภท e-Advertise ค้นหาเพิ่มเติมและเทียบเคียงจากสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ DAAT และแหล่งอื่น
- ประเภท FinTech ค้นหาเพิ่มเติมและเทียบเคียงจากเว็บไซต์ Similarweb สมาคมฟินเทคประเทศไทย และแหล่งอื่น ๆ
- ประเภท EdTech และ HealthTech ค้นหาเพิ่มเติมและเทียบเคียงจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) สมาคมฟินเทคประเทศไทยและแหล่งอื่น ๆ

โดยในปีนี้มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเข้าข่ายเป็นผู้ให้บริการดิจิทัล 639 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่มีจำนวน 525 ราย

สำหรับรายชื่อผู้ประกอบการในปีนี้ได้ทำการตัดชื่อบริษัทที่ไม่ส่ง งบรายได้ออก รวมทั้งได้มีการเพิ่มรายชื่อใหม่เข้าไป ทั้งนี้ รายชื่อผู้ประกอบการ ที่เข้าข่ายเพื่อใช้เป็นผู้ให้บริการดิจิทัลมีทั้งสิ้น 639 ราย ซึ่งใช้เป็นฐานข้อมูล ประชากรในการสำรวจประจำปี 2566 และคาดการณ์แนวโน้ม 3 ปี โดยได้รวบรวมจำนวนฐานข้อมูลประชากรในแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ฐานข้อมูลประชากรของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านบริการดิจิทัลในแต่ละประเภท ปี 2566 (หน่วย : บริษัท)

ลำดับที่	ประเภท	จำนวนบริษัท ที่รวบรวมปี 2566
1	e-Retail	53
2	e-Logistics	71
3	e-Tourism	36
4	Online Media	82
5	e-Advertise	109
6	Fintech	168
7	HealthTech	74
8	EdTech	46
<b>รวม</b>		<b>639</b>

## ผลการสำรวจตลาดบริการดิจิทัล ปี 2566

มูลค่าอุตสาหกรรมของบริษัทผู้ให้บริการด้านดิจิทัลโดยตรง ปี 2566 จำนวน 639 ราย มีมูลค่ารวม 307,630 ล้านบาท (เติบโตจากปี 2565 ร้อยละ 9.28) โดยมูลค่าดังกล่าวประกอบด้วยบริการดิจิทัล 8 ประเภท (ดังแสดงในตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 มูลค่าอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (หน่วย: ล้านบาท)

ประเภท	จำนวนบริษัท	ปี 2564	ปี 2565	เปลี่ยนแปลง ปี 2565	ปี 2566	เปลี่ยนแปลง ปี 2566
• e-Retail	53	61,274	78,290	27.77%	80,053	2.25%
• e-Logistics	71	70,077	83,472	19.11%	92,429	10.73%
• e-Tourism	36	8,479	10,239	20.76%	15,881	55.10%
• Online Media	82	35,927	42,911	19.44%	43,036	0.29%
• e-Advertise	109	20,682	22,119	6.95%	24,974	12.91%
• FinTech	168	34,968	42,541	21.66%	47,690	12.10%
• HealthTech	74	449	742	65.26%	1,378	85.71%
• EdTech	46	1,232	1,201	-2.52%	2,189	82.26%
<b>รวม</b>	<b>639</b>	<b>233,088</b>	<b>281,515</b>	<b>20.78%</b>	<b>307,630</b>	<b>9.28%</b>

ผลการสำรวจ พบว่า บริการประเภทที่มีมูลค่าอุตสาหกรรมสูงสุด 3 อันดับแรก คือ e-Logistics โดยมีมูลค่า 92,429 ล้านบาท รองลงมา เป็น e-Retail มีมูลค่า 80,053 ล้านบาท และ FinTech มีมูลค่า 47,690 ล้านบาท ทั้งนี้ e-Logistics มีมูลค่าสูงที่สุดมาตั้งแต่ปี 2564 เนื่องจากปัจจุบัน พฤติกรรมของคนไทยนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้ บริการส่งสินค้ามีการมูลค่าสูงขึ้นไปด้วย อย่างไรก็ตาม ทั้ง 3 ธุรกิจ มีอัตราการเติบโตที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565 เนื่องจากผู้ประกอบการ e-Retail ซึ่งเป็นกลุ่มหลักของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ชะลอการส่งเสริมการขาย และดำเนินการปรับสมดุลระหว่างการเติบโตของบริษัทกับผลกำไรที่ได้รับ รวมไปถึงการเติบโตในช่วงปีก่อนหน้าที่เป็นการปรับฐานการใช้บริการด้าน e-Commerce ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงโควิด จึงส่งผลต่อเนื่องไปยังธุรกิจ e-Logistics ทำให้รายได้ลดลง สำหรับกลุ่มธุรกิจ Online Media และ e-Advertise ที่ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับชมมากขึ้น ธุรกิจลดการใช้โฆษณาออนไลน์ลง และมีผู้เล่นเข้ามาในอุตสาหกรรมจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจต่างๆ มีทางเลือกและช่องทางเพิ่มขึ้นในราคาที่ต่ำลง นอกจากนี้ กลุ่มธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของธุรกิจ Fintech หันมาพัฒนาบริการดิจิทัลของตนเองจากภายในธุรกิจของตนเอง



ประเภทของบริการดิจิทัลที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด 3 อันดับแรก คือ HealthTech มีอัตราการเติบโตร้อยละ 85.71 รองลงมาเป็น EdTech มีอัตราการเติบโตร้อยละ 82.26 และ e-Tourism มีอัตราการเติบโตร้อยละ 55.10 โดยปัจจัยที่ทำให้ HealthTech มีอัตราการเติบโตสูง เป็นผลมาจากการทำให้มนุษย์เห็นถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพ จากการแพร่ระบาดในช่วงเวลาที่ผ่านมา ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จึงเป็นโอกาสของธุรกิจและผู้พัฒนาด้านบริการสุขภาพเพื่อยกระดับการดูแลสุขภาพสุขภาพคนในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและให้ผลลัพธ์การรักษาที่แม่นยำ (Health Tech นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ โอกาสแห่งธุรกิจ, ธนาคารกรุงศรี) สอดคล้องกับข้อมูลจาก Statista ระบุว่า ในช่วงปี 2558 – 2560 HealthTech มีมูลค่าการลงทุนต่อเนื่องมากถึง 20% ต่อปี และมีแนวโน้มที่ดีต่อเนื่อง รวมถึงคาดการณ์ว่าปี 2024 จะมีมูลค่าสูงถึง 5.9 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยกสิกร เห็นว่าการลงทุนในอุตสาหกรรม Health Tech ในประเทศไทยช่วงเริ่มต้นยังมีการลงทุนที่มีมูลน้อย และเป็นเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงและอำนวยความสะดวก ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ของไทย และพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพเชิงป้องกันมากขึ้น น่าจะหนุนให้ตลาด Health Tech ในไทยมีแนวโน้มเติบโตอีกในระยะข้างหน้า ทั้งในแง่ของผู้ใช้บริการ ทั้ง B2B ที่ครอบคลุมไปยังกลุ่มธุรกิจ Non-hospital เช่น Nursing Home และ Retirement Community รวมถึง B2C ที่เจาะกลุ่มลูกค้าที่ครอบคลุมทั้งผู้สูงอายุ (ในปี 2565 ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ประมาณ 14 ล้านคน) และวัยทำงานที่มีกำลังซื้อ เพื่อป้องกันและรักษาสุขภาพ

ทั้งนี้ การสำรวจในปี 2566 นี้ยังได้นำมูลค่าผลประกอบการของบริษัทด้าน Platform e-Service หรือที่เรียกว่าผู้ให้บริการดิจิทัลจากแพลตฟอร์มจากต่างประเทศที่ได้ทำการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มรวมเข้ามาด้วย โดยเป็นผลมาจากการที่กรมสรรพากร กำหนดให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มต่างชาติจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2564 เป็นต้นมา ซึ่งปัจจุบันมีบริษัทที่จดทะเบียนแล้วจำนวน 187 ราย โดยกรมสรรพากรได้รายงานผลการจัดเก็บภาษี ปี 2565 และ ปี 2566 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม e-Service แยกตามประเภทแพลตฟอร์มและการบริการของกรมสรรพากร ปี 2565 และ ปี 2566 (หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทแพลตฟอร์มและการบริการ	มูลค่าบริการอิเล็กทรอนิกส์ ปี 2565 (ล้านบาท)	มูลค่าบริการอิเล็กทรอนิกส์ ปี 2566 (ล้านบาท)
• บริการโฆษณาออนไลน์	57,723.57	58,724.00
• บริการขายสินค้าออนไลน์	23,099.43	23,440.57
• บริการสมาชิก เพลง หนังสือ เกมฯ ฯลฯ	9,210.29	10,576.57
• บริการแพลตฟอร์มที่เป็นตัวกลาง	999.43	1,720.29
• บริการแพลตฟอร์มจองที่พัก ตัวเดิน ทาง ฯลฯ	613.43	1,646.00
<b>รวม</b>	<b>91,646.15</b>	<b>96,107.43</b>

หมายเหตุ : ข้อมูล ณ ปี 2567



แต่การแยกประเภทแพลตฟอร์มและการบริการของกรมสรรพากรมีความแตกต่างจากการแบ่งแพลตฟอร์มในการสำรวจครั้งนี้ จึงนำมูลค่าดังกล่าวมาจัดหมวดหมู่ให้ตรงกัน ดังนี้

- บริการโฆษณาออนไลน์ ตรงกับกลุ่ม Online Media
- บริการขายสินค้าออนไลน์ ตรงกับกลุ่ม e-Retail
- บริการสมาชิก เพลง หนังสือ เกมส์ ฯลฯ ตรงกับกลุ่ม Online Media
- บริการแพลตฟอร์มตัวกลาง ไม่ตรงกับกลุ่มใด ๆ โดยตรงในการสำรวจครั้งนี้
- บริการแพลตฟอร์มจองที่พัก ตัวเดินทาง ฯลฯ ตรงกับกลุ่ม e-Tourism

จากนั้นการสำรวจจึงนำไปรวมเป็นมูลค่าของแต่ละประเภท ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 มูลค่าสรุปอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลจำแนกมูลค่าบริการดิจิทัลทั้งในและต่างประเทศ (หน่วย : ล้านบาท)

ประเภท	มูลค่าบริการดิจิทัลไทย	มูลค่าบริการดิจิทัลต่าง ประเทศ (e-Service RD) ปี 2566	รวม
• e-Retail	56,612.43	23,440.57	80,053
• e-Logistics	-	-	92,429
• e-Tourism	14,235	1,646.00	15,881
• Online Media	33,825.71	9,210.29	43,036
• e-Advertise	-	-	24,974
• FinTech	-	-	47,690
• HealthTech	-	-	1,378
• EdTech	-	-	2,189
<b>รวม</b>			<b>307,630</b>

## คาดการณ์การเติบโต ของตลาดบริการดิจิทัล 3 ปี

การคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล มาจากการคำนวณโดยใช้โมเดลสถิติ มีตัวแปรที่ใช้คือ GDP ของประเทศไทย Expert opinion ข้อมูลอัตราการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย และข้อมูลอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซของประเทศไทย (อ้างอิงจากบริษัทวิจัย Statista) และประมาณการรายได้โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

การพิจารณาแนวโน้ม ปี 2567-2569 พบว่าอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลมีการเติบโตต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 6 โดยมีปัจจัยมาจากพฤติกรรมของคนเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในชีวิตประจำวัน มีการใช้เครื่องมือและบริการทางดิจิทัลมากขึ้นต่อเนื่องตลอดหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งเมื่อคุ้นชินกับการใช้บริการดิจิทัลก็จะทำให้เกิดการใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ นำไปสู่การสร้างการเติบโต ของบริการดิจิทัล

ตารางที่ 6 คาดการณ์อัตราการเติบโต 3 ปี ของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (หน่วย : ล้านบาท)

ปี	มูลค่า	เปลี่ยนแปลง
2566	307,630	9.28%
2567	352,944	14.73%
2568	399,215	13.11%
2569	420,932	5.44%

## สรุปการวิเคราะห์เชิงลึก

การสำรวจข้อมูลอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2566 ได้ทำการศึกษา ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งวิเคราะห์เป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

จากผลการสำรวจข้อมูลอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2566 พบว่าประเทศไทยมีมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลอยู่ที่ 307,630 ล้านบาท โดยมีการขยายตัวร้อยละ 9.28 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลของปีก่อนหน้าซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 21 แล้วจะพบว่าอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลของไทยในปี 2566 มีอัตราการขยายตัวที่ลดลงเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับสภาวะการณ์เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของไทยที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศหดตัวลง และการชะลอการลงทุนของภาคเอกชนตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีความน่ากังวล จึงทำให้การขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลไทยในปี 2566 ไม่ได้มีการขยายตัวอย่างโดดเด่นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า



อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลของไทยยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต โดยมีปัจจัยหนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่องหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Generative AI หรือ Intelligent Application ที่มีส่วนช่วยยกระดับการพัฒนาแพลตฟอร์มให้สามารถรองรับการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลได้ในหลากหลายรูปแบบและมีขึ้นเชิงเพิ่มมากขึ้นทำให้ธุรกิจสามารถเปลี่ยนถ่ายจากการให้บริการแบบดั้งเดิมไปสู่การให้บริการแบบดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

อีกทั้ง Smart Phones ที่มีการพัฒนาความสามารถอย่างต่อเนื่อง ก็ทำให้สามารถนำเสนอบริการดิจิทัลที่หลากหลายและมีความซับซ้อนได้เหมือนการให้บริการแบบดั้งเดิมนอกจากนี้ผู้บริโภคยังสามารถเข้าถึงบริการดิจิทัลได้อย่างครอบคลุมและเป็นวงกว้างมากยิ่งขึ้นจากการเข้าถึงโครงข่ายการสื่อสาร 5G ที่ครอบคลุมและมีความเสถียรภาพ ซึ่งช่วยเกื้อหนุนให้ผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการดิจิทัลมากยิ่งขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกและรวดเร็วและคุ้นเคยกับการรับบริการและทำธุรกรรมดิจิทัลในชีวิตประจำวัน ซึ่งส่งผลให้มีอุปสงค์ต่อการใช้บริการดิจิทัลเพิ่มขึ้น ปัจจัยเหล่านี้เองมีส่วนช่วยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมบริการดิจิทัลไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

กล่าวโดยสรุปแล้วปัจจัยที่ช่วยเกื้อหนุนให้อุตสาหกรรมบริการดิจิทัลของไทยยังคงมีการเติบโตเป็นผลมาจาก 3 ปัจจัยสำคัญ คือ 1) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ที่ทำให้สามารถให้บริการดิจิทัลได้อย่างมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของความหลากหลายและความสามารถในการให้บริการ 2) ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการดิจิทัลได้อย่างกว้างขวางและมีเสถียรภาพจากโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลของไทยที่มีความเข้มแข็ง และ 3) พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยและเชื่อมั่นกับการใช้บริการในรูปแบบดิจิทัล



ในส่วนของแนวโน้มอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลในระดับโลก จากข้อมูลของ Statista ชี้ให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายด้านบริการเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation Spending) ซึ่งสื่อถึงค่าใช้จ่ายของธุรกิจในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการยกระดับธุรกิจจากรูปแบบ Non-digital ไปสู่รูปแบบ Digital ในปี 2565 ค่าใช้จ่ายด้านบริการเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับโลกมีมูลค่า 2.15 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 3.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2570 โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตต่อปีแบบทบต้นอยู่ที่ร้อยละ 16.1 ในจำนวนนี้เป็นมูลค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกามากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะจีนและญี่ปุ่น ที่คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลในระดับโลกมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น และได้รับความสนใจเป็นลำดับต้นในการลงทุน

## การสำรวจบุคลากรอุตสาหกรรม บริการด้านดิจิทัล ปี 2566



ภาพรวมบุคลากรด้านอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2566 มีจำนวนบุคลากร 81,120 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.95 จาก ปี 2565 ที่มีจำนวน 73,782 คน ซึ่งบุคลากรส่วนใหญ่ยังคงมาจากกลุ่ม e-Logistics โดยมีจำนวน 41,963 คน สอดคล้องกับมูลค่าตลาดซึ่ง e-Logistics มีมูลค่าสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับบริการประเภทอื่น

ผลสำรวจการจ้างงานบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ซึ่งได้ข้อมูล มาจากกระทรวงแรงงาน สามารถสรุปได้ว่า มีจำนวนบุคลากร รวมทั้งสิ้น 81,120 คน เพิ่มขึ้นจาก ปี 2565 ร้อยละ 9.95 โดยพนักงานด้านไอที และดิจิทัล มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลโดยตรง มีอัตราการจ้างงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 64.11 มีจำนวนบุคลากรรวม 40,406 คน ดังแสดงในตารางที่ 7 และตารางที่ 8

ตารางที่ 7 จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการด้านดิจิทัลปี 2566 แยกตามประเภทบริการ (หน่วย : คน)

ประเภท	ปี 2564	ปี 2565	เปลี่ยนแปลง ปี 2565	ปี 2566	เปลี่ยนแปลง ปี 2566
• e-Retail	5,464	5,996	9.74%	6,691	11.59%
• e-Logistics	46,549	40,076	-13.91%	41,963	4.71%
• e-Tourism	9,797	8,644	-11.77%	7,393	-14.47%
• Online Media	2,715	3,303	21.66%	4,239	28.34%
• e-Advertise	1,062	1,184	11.49%	1,500	26.69%
• FinTech	6,333	7,279	14.94%	10,952	50.46%
• HealthTech	595	654	9.92%	854	30.58%
• EdTech	6,600	6,646	0.70%	7,528	13.27%
<b>รวม</b>	<b>79,115</b>	<b>73,782</b>	<b>-6.74%</b>	<b>81,120</b>	<b>9.95%</b>



ตารางที่ 8 จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลปี 2566 แยกตามตำแหน่งงาน (หน่วย:คน)

ตำแหน่ง	จำนวน			เปลี่ยนแปลง		สัดส่วนปี 2566
	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2565	ปี 2566	
<b>พนักงานด้านไอทีและดิจิทัล</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Software</li> <li>• IT Project Manager</li> </ul>	2,515	2,462	4,600	-2.11%	86.84%	5.67%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Analyst</li> <li>• Software Analyst and Designer</li> <li>• Software Architect</li> </ul>	5,029	4,925	3,358	-2.07%	-31.82%	4.14%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmer</li> <li>• Software Developer</li> <li>• Tester</li> </ul>	13,830	13,542	17,717	-2.08%	30.83%	21.84%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• System Engineer (SE)</li> <li>• Network Engineer (NE)</li> </ul>	3,772	3,693	6,619	-2.09%	79.23%	8.16%
• Digital platform development			1,622			2.00%
• Data Marketing			4,056			5.00%
• Data Visualization Designer			2,434			3.00%
รวมพนักงานด้านไอทีและดิจิทัล	25,145	24,622	40,406	-2.08%	64.11%	49.81%
ตำแหน่งด้านอื่น ๆ	53,970	49,160	40,714	-8.91%	-17.18%	50.19%
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>79,115</b>	<b>73,782</b>	<b>81,120</b>	<b>-6.74%</b>	<b>9.95%</b>	<b>100.00%</b>

คาดการณ์ปริมาณความต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลในปี 2567-2569 มีจำนวน 85,460 คน , 89,861 คน และ 91,784 คน ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 คาดการณ์จำนวนบุคลากร 3 ปี (หน่วย: คน)

ปี	จำนวน	เปลี่ยนแปลง
2566	81,120	9.95%
2567	85,460	5.35%
2568	89,861	5.15%
2569	91,784	2.14%

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ในปี 2567-2569 ที่มีแนวโน้มความต้องการบุคลากรสูงขึ้น เป็นผลมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรมทำให้มีความต้องการบุคลากรมากขึ้นตามไปด้วย อีกทั้งการขยายตัวของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการบุคลากรเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน



## ผลการสำรวจการผลิตบัณฑิตในสาขาที่เกี่ยวข้อง กับบริการดิจิทัล (Educational Sector)

การประเมินสถานภาพนักศึกษาและบัณฑิต อ้างอิงข้อมูลจากจำนวน นักศึกษารับเข้าและผู้จบการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด โดยจำแนกตามสาขา วิชาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ซึ่งการเรียน การสอนปกติใช้เวลาเรียน เฉลี่ยประมาณ 4 ปี แต่อาจมีปัจจัยอื่นที่ทำให้ไม่จบการศึกษาตามกำหนดเวลา จึงนำ เสนอการคำนวณเป็นค่าเฉลี่ยในการ จบการศึกษา 3 ปี เพื่อหาค่าเฉลี่ยโดยรวม

ในภาพรวมพบว่า แนวน้มน้ของการรับนักศึกษาเข้า มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยใน ปี 2566 มีปริมาณนักศึกษารับเข้าถึง 34,518 คนแต่จำนวนบัณฑิตก็ยังคงมี ประมาณ 18,767 คนต่อปี อย่างไรก็ตาม ร้อยละ ของการจบการศึกษาแต่ละสาขามี ค่าที่แตกต่างกันไปแต่ละปี เนื่องมาจาก การเรียนเกินสี่ปีของนักศึกษาบางราย ทำให้ ไม่สามารถระบุอัตราในการจบการศึกษาได้อย่างชัดเจน แต่โดยรวมแล้วมากกว่าร้อยละ 50 ต่อปี ที่สามารถจบการศึกษาได้ โดยสาขาที่มีร้อยละการจบการศึกษาสูงที่สุดในปีการศึกษา 2563 คือ สาขาข้อมูลและการวิเคราะห์ จบการศึกษาอยู่ที่ร้อยละ 100 โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ดังแสดงในตารางที่ 10)

สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ รับเข้าจำนวน 4,727 คน จบการศึกษา จำนวน 3,284 คน ค่าเฉลี่ยในการจบการศึกษาร้อยละ 69.47

สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ รับเข้าจำนวน 7,001 คน จบการศึกษา จำนวน 2,968 คน ค่าเฉลี่ยในการจบการศึกษา ร้อยละ 42.39

สาขาข้อมูลและการวิเคราะห์ รับเข้าจำนวน 1,057 คน จบการศึกษา จำนวน 1,057 คน ค่าเฉลี่ยในการจบการศึกษาร้อยละ 100

สาขาดิจิทัล รับเข้าจำนวน 7,581 คน จบการศึกษา จำนวน 2,754 คน ค่าเฉลี่ยในการจบการศึกษาร้อยละ 36.33

สาขาโฆษณา รับเข้าจำนวน 380 คน จบการศึกษา จำนวน 273 คน ค่าเฉลี่ยในการจบการศึกษาร้อยละ 71.84

สาขาวิศวกรรมซอฟต์แวร์ รับเข้าจำนวน 942 คน จบการศึกษา จำนวน 683 คน ค่าเฉลี่ยในการสำเร็จการศึกษาร้อยละ 72.51

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ รับเข้าจำนวน 7,864 คน จบการศึกษา จำนวน 5,630 คน ค่าเฉลี่ยในการจบการศึกษาร้อยละ 1.59

สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ รับเข้าจำนวน 4,966 คน จบการศึกษา จำนวน 2,682 คน ค่าเฉลี่ยในการจบการศึกษาร้อยละ 4.01



ตารางที่ 10 จำนวนนักศึกษาด้านบริการดิจิทัลรับเข้าและจบการศึกษา จำแนกตามสาขาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (หน่วย : คน)

สาขา	ปีการศึกษา	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566
คอมพิวเตอร์	รับเข้า	7,802	6,956	6,567	6,098	5,089	2,563	4,742	4,727
	จบการศึกษา	4,780	6,633	6,112	5,558	5,977	4,806	3,889	3,284
วิทยาการคอมพิวเตอร์	รับเข้า	5,451	4,878	4,674	4,311	4,805	4,912	6,032	7,001
	จบการศึกษา	3,318	3,946	3,543	2,661	3,194	2,948	2,491	2,968
ข้อมูล	รับเข้า			114	668	561	700	667	1,057
	จบการศึกษา						1	90	1,057
ดิจิทัล	รับเข้า	783	854	2,599	3,448	2,881	5,366	10,313	7,581
	จบการศึกษา	86	304	428	488	969	507	1,255	2,754
โฆษณา	รับเข้า	924	652	495	521	294	735	1,040	380
	จบการศึกษา	912	1,333	762	1,045	1,106	595	257	273
ซอฟต์แวร์	รับเข้า	586	450	701	910	760	1,003	1,007	942
	จบการศึกษา	468	491	483	430	533	398	493	683
ไอที	รับเข้า	8,760	7,576	7,113	6,439	6,706	6,364	6,724	7,864
	จบการศึกษา	4,954	6,511	6,174	4,798	6,329	5,182	4,737	5,630
วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	รับเข้า	2,811	2,856	2,916	3,728	3,280	3,914	4,384	4,966
	จบการศึกษา	1,496	2,111	1,992	1,847	2,229	2,047	2,195	2,682
รวม	รับเข้า	27,117	24,222	25,179	26,123	24,376	25,557	34,909	34,518
	จบการศึกษา	16,014	21,329	19,494	16,827	20,337	16,484	15,407	18,767

## แนวโน้มเทคโนโลยีด้านบริการด้านดิจิทัล

อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงและ การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากวิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในแง่ของการทำงาน การเรียนรู้ และการเข้าสังคม ซึ่งจะมีลักษณะ เป็นแบบออนไลน์มากขึ้น ทำให้เกิดการ ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการบริโภคสินค้า และบริการต่าง ๆ มากขึ้นอย่างก้าวกระโดด แนวโน้มด้านเทคโนโลยีใน อุตสาหกรรมบริการดิจิทัลมุ่งหน้าสู่การพัฒนาแพลตฟอร์ม มีดังนี้

จากรายงานเทรนด์เทคโนโลยีเกิดใหม่ที่มีความน่าสนใจในปี 2023 ของ Gartner พบว่า Super App เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่น่าจับตามองและคาดว่าจะภายใน ปี 2027 ผู้คนทั่วโลกมากกว่าครึ่งจะหันมาใช้งาน Super App ในชีวิตประจำวัน โดย ในปัจจุบันมีตัวอย่าง Super App คือ WeChat จากประเทศจีน ที่รวมการให้บริการ ดิจิทัลอย่างบริการทางการเงิน e-commerce เกม ข่าว และเนื้อหาออนไลน์ต่าง ๆ ไว้ด้วยกันในแอปพลิเคชันเดียว

ทั้งนี้แนวโน้มด้านบริการดิจิทัล ที่น่าสนใจ มี 5 ด้าน ดังนี้

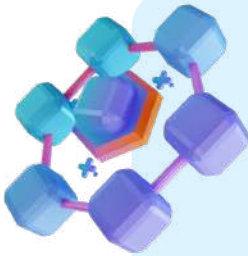


### 1. การชำระเงินผ่านมือถือ (Mobile Payment)

การชำระเงินผ่านมือถือผ่านระบบพร้อมเพย์และ QR Code เป็นรูปแบบ การใช้บริการที่สะดวกสบายและได้ ได้รับความนิยมมากขึ้นในยุคดิจิทัล ผู้คนสามารถชำระเงิน และทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านแอปพลิเคชัน บนสมาร์ทโฟน เมื่อคนไทยคุ้นเคยกับการใช้ระบบนี้มาก ขึ้น จะทำให้สังคมไทย เริ่มเข้าสู่ Cashless Society และ ทำให้บริการดิจิทัลต่าง ๆ อย่าง FinTech และ e-Retail เติบโตขึ้นมา

## 2. กระเป๋าเงินดิจิทัลและเงินดิจิทัล (Digital Wallet and Digital Money)

นโยบายของรัฐบาลใหม่ที่จะแจกกระเป๋าเงินดิจิทัลและเงินดิจิทัลจำนวน 10,000 บาท ให้กับประชาชน จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน กระเป๋าเงินดิจิทัลและการเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล เป็นทั้งการเก็บเงินและข้อมูลการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ โดยเน้น ความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรม



## 3. เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain)

เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสในการทำธุรกรรม และการให้บริการ มีความสำคัญต่อการปรับใช้ใน การบันทึกข้อมูลและการทำธุรกรรมที่ต้องการความถี่และความปลอดภัย ซึ่งรัฐบาลใหม่ได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการแจกเงินดิจิทัล

## 4. โลกเสมือนที่สมจริง (Metaverse)

แนวโน้ม Metaverse เป็นการเชื่อมโยงโลกจริงและโลกดิจิทัลเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างพื้นที่ที่ผู้คนสามารถเข้าถึงและแบ่งปันประสบการณ์ที่มีคุณค่า นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับบริการดิจิทัลใหม่ ๆ





### 5. เอไอและการวิเคราะห์ข้อมูล (AI & Data Analytics)

ผู้ให้บริการดิจิทัลจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพแพลตฟอร์มและบริการของตัวเอง จึงมีการนำระบบเอไอมาเพิ่มความฉลาดของแพลตฟอร์มและบริการในขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับระบบการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

แนวโนมเทคโนโลยีที่กล่าวมานี้ จะสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนี่เปลี่ยนแปลงไป โดยคนจะใช้เครื่องมือดิจิทัลมากขึ้นในการดำเนินชีวิตประจำวัน และจะมากขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับคนที่ไม่ได้ใช้ก็จะถูกกระตุ้นโดยนโยบายภาครัฐที่มีการแจกเงินดิจิทัลนั่นเอง



# Market Survey Summary

Digital Services Industry  
Data and Status Assessment 2023  
3-Year Outlook Forecast



August 2024

# Executive Summary

The Digital Economy Promotion Agency (depa), under the Ministry of Digital Economy and Society, has conducted a survey and assessment of the digital services industry in 2023, with a 3-year forecast. This annual survey aims to track progress and significant changes in the industry, enabling the analysis, policy planning, and strategy development of relevant agencies, benefiting both the public and private sectors.

This research involved a comprehensive review of definitions, population frameworks, and survey methodologies. This year, the study utilized reliable data sources such as the Department of Business Development, Ministry of Commerce; the Social Security Office, Ministry of Labor; and the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (MHESI).

The digital services industry in Thailand generated a total revenue of 307,630 million baht in 2023, marking a 9.28% growth from 2022. Breaking down the revenue by category: e-Retail contributed 80,054 million baht (growing by 2.25%), e-Logistics contributed 92,429 million baht (growing by 10.73%), e-Tourism contributed 15,881 million baht (growing by a significant 55.10%), Online Media contributed 43,036 million baht (growing slightly by 0.29%), e-Advertise contributed 24,974 million baht (growing by 12.91%), Fintech contributed 47,690 million baht (growing by 12.10%), HealthTech contributed 1,378 million baht (growing by a substantial 85.71%), while EdTech experienced a significant decline of 82.26% with a revenue of 2,189 million baht.

The growth of the digital services industry can be attributed to the increasing demand for digital services driven by changing consumer behaviors and the ubiquity of digital tools and services across various sectors. Coupled with the influence of digitally adept individuals, even those who were previously less proficient with technology have begun adopting digital services, leading to the expansion of various digital service categories.

The overall workforce in the digital services industry in 2023 was 81,120, showing a slight decrease from the previous year. However, the number of IT and digital personnel increased by 64.11% to 40,406.



# Digital Services Industry 3 Years Forecast

The forecast of the digital services industry trend is calculated using a statistical model. The variables used in this model include Thailand's GDP, expert opinions, the growth rate of Thailand's digital economy, and the growth rate of Thailand's e-commerce market (sourced from Statista). The revenue is estimated using multiple linear regression analysis.

Considering the trends from 2024 to 2026, it was found that the digital services industry has been experiencing continuous growth as shown in Table 1. This growth is driven by significant changes in consumer behavior, with a notable increase in the daily use of digital tools and services over the past few years. As individuals become more accustomed to using digital services, they tend to incorporate them into other aspects of their lives, further fueling the growth of the digital services industry.

*Table 1: Three-year growth forecast for digital services industry (unit : million baht)*

Year	Value	Changes
2023	307,630	9.28%
2024	352,944	14.73%
2025	399,215	13.11%
2026	420,932	5.44%

Unit: million baht



- In 2023, the digital services industry grew significantly, particularly in e-Tourism, EdTech, and HealthTech, which benefited from the COVID-19 pandemic.
- The EdTech sector expanded its user base to include full-time employees and individuals seeking specific skills to reskill and upskill, addressing the demand for job-related skills.
- FinTech and HealthTech are in the early stages of investment, with a growing user base, but their financial performance remains low. It is expected that once fully developed, they will generate steady revenue.

## Market Value

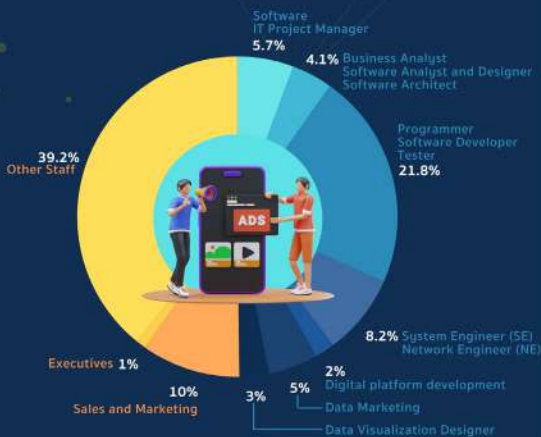
Year 2021  
**233,088**

Year 2022  
**281,515**

Year 2023  
**+9.28%**  
**307,630**

**Total**  
**639**  
**Companies**

## Personnel in Digital Services Industry 2023



Unit: person

IT and Digital Positions	Year 2021	Year 2022	Year 2023	Changes
• Software				
• IT Project Manager	2,515	2,462	4,600	86.84%
• Business Analyst				
• Software Analyst and Designer	5,029	4,925	3,358	-31.82%
• Software Architect				
• Programmer				
• Software Developer	13,830	13,542	17,717	30.83%
• Tester				
• System Engineer (SE)				
• Network Engineer (NE)	3,772	3,693	6,619	79.23%
• Digital platform development	-	-	1,622	
• Data Marketing	-	-	4,056	
• Data Visualization Designer	-	-	2,434	
<b>Total</b>	<b>25,145</b>	<b>24,622</b>	<b>40,406</b>	<b>64.11%</b>
<b>Other Positions</b>	<b>53,970</b>	<b>49,160</b>	<b>40,714</b>	<b>-17.18%</b>
<b>Total</b>	<b>79,115</b>	<b>73,782</b>	<b>81,120</b>	<b>9.95%</b>

## Digital Services Industry Growth Forecast 2024-2026

	Year 2023	Year 2024	Year 2025	Year 2026	Growth 2024	Growth 2025	Growth 2026
<b>Market Value</b> (Unit: million baht)	307,630	352,943.90	399,214.84	420,932.13	14.73%	13.11%	5.44%
<b>Number of personnel</b> (Unit: person)	81,120	85,460	89,861	91,784	5.35%	5.15%	2.14%

Figure 1: Value of digital services industry in 2023

# Digital Services Market Survey 2023

## Definitions of Digital Services Industry

In the 2023 survey on the digital services industry, the following definitions apply:



**Digital Services Industry** refers to a group of people who are enabling technology and services, which are software services in the form of platforms, acting as a central platform between buyers/users and sellers/business owners, with a central platform provider managing the entire digital process from start to finish. The platform provider may be a central service provider who is a developer of platform technology or a technology provider who is also a business owner.

**Digital services** include

1. e-Retail (Marketplaces, Mails, Direct to Consumer)
2. e-Logistics (Goods & Food Delivery & Booking)
3. e-Tourism (Flights, Hotels, Vacation Rentals)
4. Online Media (Content, Video on Demand, Music on Demand)
5. e-Advertising (Online Advertising Platform, Sentiment Analysis: Eco-system)
6. Fintech (Payment, Lending, Insurance)
7. HealthTech
8. EdTech



The definition of the scope of digital service data types refers to the group of technology and service leaders (Enabling technology and services), which are software services in the form of platforms, both central platforms and platforms that provide only their own products and services. The central platform acts as an intermediary between buyers/users and sellers/business owners, with the central platform service provider managing the entire digital process from start to finish. The platform service provider may be a central service provider who is a platform technology developer or a technology provider who is also a business owner, such as a product trading platform, online newspaper platform, online payment platform, hotel booking platform, ticket booking platform, food ordering platform, including medical service platforms and online learning platforms.

The survey defined digital services operators as follows:

- Companies whose primary source of income is the sale of services or goods via digital channels
- Companies that sell via platforms, which do not necessarily have to be middlemen
- Digital Native Companies are companies that do business solely via digital channels
- Digital Immigrant Companies are companies that did not originally do business via digital channels but now sell via digital channels via another channel

This survey, just like last year, has defined eight categories of digital services as follows:



**1. e-Retail:** Intermediary platforms that facilitate e-commerce be they e-marketplace websites, applications, or social media. Examples of e-Retail businesses are Lazada, Shopee and JD Commerce.



**2. e-Logistics:** Including food-delivery businesses : Intermediary platforms that facilitate the transportation of goods to end-consumers, as well as food-delivery platforms. Examples of e-Logistics businesses are Kerry, Flash, J&T, Line Man, Grab and Robinhood.



**3. e-Tourism:** Intermediary platforms that connect property owners with service users / tourists. Examples of e-Tourism businesses are Agoda, Booking, and Traveloka.



**4. Online Media:** Media services such as Content, Video on Demand, and Music on Demand. These services have two main groups as follows:

a) Online content services or online selling of content such as the sale of e-Books. Examples of such online content businesses are Ookbee, Wongnai, and Pantip.com. Included in this group are major media outlets that have served online content. Some of them, like Post Today and Kom Chad Luek, have fully moved from offline to online. Some others, like Bangkok Biz News, Bangkok Post, ASTV Manager and MCOT Radio have provided content through both offline and online channels.

b) Providers of entertainment over online platforms such as music, movies, and TV series. iFlix is one such provider. The survey found that demand for video-streaming services like those provided by VIU, WE, and iQYi had increased.



**5. e-Advertise:** An example of such service providers is iTopPlus.



**6. Fintech:** Providers of innovative financial services. Facilitating financial activities with the help of technology, these providers can be divided into several groups – InsureTech, e-Wallet, Payment Gateway, Cryptocurrency, etc.



**7. HealthTech:** Intermediary platforms that provide medical / healthcare services such as Arincare and Diamate.



**8. EdTech:** Enterprises in this group use technologies to facilitate educational services and provide learning materials, creating new learning environments for all levels. Included in this group are also upskilling platforms for working people such as OpenDurian, Conicle, and Globish Academia.

## Digital Services Industry Ecosystem and Value Chain

The characteristics of the 8 types of digital services above are services provided through platforms such as payment platforms, booking platforms, etc. Therefore, these types of businesses are defined as businesses that use technology and services (enabling technology and services) according to the digital service industry value chain, as shown in Figure 2.



Figure 2: Value Chain of Digital Services Industry

The value chain covers the followings:

- **Producer** or seller of products / services such as factories, traditional shops, and content creators;
- **Consumer** or buyers possibly retail buyers, individuals, organizations or businesses (B2B);
- **Digital Service Platform** or providers of digital services that connect producers with consumers;
- **Payment System** that facilitate payments in various forms and may provide digital services too; and
- **Others** such as warehouses or logistic service providers.

From the study of the digital services industry ecosystem of Thailand, it was found that there are 2 types: 1. Direct sales distribution from entrepreneurs to consumers, which occurs in some services such as e-Entertainment, and 2. Distribution or service provision that involves many entrepreneurs. This can be presented as an ecosystem to show examples of 8 types of entrepreneurs, as shown in Figure 3.



Figure 3: Ecosystems of the digital-services industry

## Population used in the survey

In this survey, the population was bigger when compared with the 2020 survey. Population expanded in response to additional information that had been gathered from various sectors as follows:

Directly related government agencies include the National Innovation Agency (Public Organization) or NIA and the Digital Economy Promotion Agency (depa), as well as the Electronic Transactions Development Agency (ETDA). Some of the similarities were found, but some were different. Companies that did not originally do business through digital systems but now sell through digital systems through another channel (Digital; Immigrant company), which the research did not include, were included in the survey by the Digital Economy Promotion Agency (depa).

Associations include the Thai Fintech Association (TFA), the Digital Advertising Association (Thailand) or DAAT, and a group of startups.

Websites include the Securities and Exchange Commission (SEC) website to search for companies related to digital services; the Revenue Department website to search for companies registered for VAT under the e-Service Act (which will start collecting taxes from July 2023); and the Songsue website to search for online media; and the Similarweb website to search for popular websites ranked by the number of visitors (Top Websites Ranking) in each category to be added as entrepreneurs in the digital service group.

The survey employs a two-step process to identify new digital service companies. First, it utilises a database of companies from the previous year. Second, it conducts a comprehensive search across various sources to identify potential new entrants. By cross-referencing these names with the existing database, the survey effectively mitigates the risk of duplication. Various sources of information are as follows:

- e-Retail, e-Logistic, e-Travel and Online Media: Search for more and compare from National Innovation Agency (NIA), Digital Economy Promotion Agency (depa) and Electronic Transactions Development Agency (ETDA)
- e-Advertise: Search for more and compare from Digital Advertising Association (Thailand) or DAAT and other sources.
- FinTech: Find more and compare from Similarweb, Thai Fintech Association and other sources.
- EdTech and HealthTech: Find more and compare from National Innovation Agency (NIA), Digital Economy Promotion Agency (depa), Thai Fintech Association and other sources.

This year, there are 639 companies operating as digital services providers, up from 525 in 2022.

This year's list of operators has eliminated companies that did not submit income statements, and new names have been added. The total list of operators eligible for use as digital services providers is 639, which will be used as the population database for the 2023 survey and for forecasting trends over the next 3 years. The population database in each category has been compiled, as shown in Table 2.

*Table 2: Population in the 2023 survey on digital services companies by category (unit : company)*

No.	Category	No. of companies in 2023
1	e-Retail	53
2	e-Logistics	71
3	e-Tourism	36
4	Online Media	82
5	e-Advertise	109
6	Fintech	168
7	HealthTech	74
8	EdTech	46
<b>Total</b>		<b>639</b>

## Digital Services Market Survey Results 2023

The industry value of 639 direct digital services companies in 2023 was worth a total of 307,630 million baht (a 9.28 percent growth from 2022). This value consisted of 8 types of digital services (as shown in Table 3).

*Table 3 Digital service industry value (unit: million baht)*

Segment	No. of Company	2021	2022	Changes 2022	2023	Changes 2023
• e-Retail	53	61,274	78,290	27.77%	80,053	2.25%
• e-Logistics	71	70,077	83,472	19.11%	92,429	10.73%
• e-Tourism	36	8,479	10,239	20.76%	15,881	55.10%
• Online Media	82	35,927	42,911	19.44%	43,036	0.29%
• e-Advertise	109	20,682	22,119	6.95%	24,974	12.91%
• FinTech	168	34,968	42,541	21.66%	47,690	12.10%
• HealthTech	74	449	742	65.26%	1,378	85.71%
• EdTech	46	1,232	1,201	-2.52%	2,189	82.26%
<b>Total</b>	<b>639</b>	<b>233,088</b>	<b>281,515</b>	<b>20.78%</b>	<b>307,630</b>	<b>9.28%</b>

The survey results found that the top 3 types of services with the highest industrial value were e-Logistics with a value of 92,429 million baht, followed by e-Retail with a value of 80,053 million baht, and FinTech with a value of 47,690 million baht. E-Logistics has had the highest value since 2021 because currently, Thai people's behavior tends to order products through various platforms, causing delivery services to have higher value as well.

However, all three businesses have a lower growth rate compared to 2022 because e-Retail operators, which are the main groups in the digital services industry, have slowed down their sales promotions to balance growth with profitability. In addition, the growth in the previous year was an adjustment to the rapid increase in e-Commerce service usage during the COVID-19 outbreak, which has had a continuous impact on the e-Logistics business, resulting in lower revenue. For the Online Media and e-Advertisement business groups, consumers have more options to watch, businesses have reduced their use of online advertising, and many players have entered the industry, giving businesses more options and channels at lower prices. In addition, the commercial banking group, which is the main customer of the Fintech business, has turned to developing its own digital services from within its own business.



The top 3 types of digital services with the highest growth rates are HealthTech with a growth rate of 85.71 percent, followed by Ed-Tech with a growth rate of 82.26 percent, and e-Tourism with a growth rate of 55.10 percent. The factors that caused HealthTech's significant growth stems from a heightened awareness of health following the recent pandemic, as well as Thailand's shift toward an aging society. This trend presents a valuable opportunity for businesses and health service providers to enhance healthcare efficiency and deliver more accurate treatment outcomes. (Health Tech, Innovation and Technology for Health, Business Opportunity, Krungsri Bank). This is consistent with data from Statista, which states that during 2015-2017, HealthTech had continuous investment value of up to 20% per year and has a continuous good trend, including the prediction that in 2024, it will be worth as much as 590 billion US dollars. In addition, Kasikorn Research Center noted that initial investments in Thailand's HealthTech industry were relatively low and focused on simple technologies aimed at reducing risk and enhancing convenience. With Thailand entering a fully aging society and consumers increasingly prioritizing preventive health, this sector is poised for further growth. This should support the Health Tech market in Thailand to grow further in the future, both in terms of B2B service users covering Non-hospital business groups such as Nursing Home and Retirement Community, as well as B2C targeting customers covering both the elderly (in 2022, Thailand will enter a complete aging society with a population of approximately 14 million people aged 60 and over) and working-age people with purchasing power to prevent and maintain health.

Additionally, the 2023 survey included the revenue of platform e-service providers or foreign-based digital platform providers that have registered for VAT. This is due to the Revenue Department's mandate for foreign platform providers to register for VAT since September 1, 2021. As of now, 187 companies have registered. The Revenue Department has reported the VAT collection results for 2022 and 2023 as shown in Table 4.

*Table 4: Summary of Value Added Tax Collected from e-Service Platforms Classified by Platform Type and Service, Revenue Department, Fiscal Years 2022 and 2023 (in million baht)*

<b>Platform and service types</b>	<b>Electronic service value 2022 (million baht)</b>	<b>Electronic service value 2023 (million baht)</b>
• Online advertising services	57,723.57	58,724.00
• Retail services	23,099.43	23,440.57
• Subscription services, music, movies, games, etc.	9,210.29	10,576.57
• Intermediary platform services	999.43	1,720.29
• Platform services for booking accommodation, travel tickets, etc.	613.43	1,646.00
<b>Total</b>	<b>91,646.15</b>	<b>96,107.43</b>

*Note: Data as of 2024.*



However, the Revenue Department’s categorization of platforms and services differs from that used in this survey. Therefore, the corresponding values have been reclassified as follows:

- Online advertising services correspond to the online media group.
- Online product sales correspond to the e-Retail group.
- Subscription services for music, movies, games, etc., correspond to the online media group.
- Platform intermediary services do not directly correspond to any group in this survey.
- Booking services for accommodation, tickets, etc., correspond to the e-Tourism group.

The survey results were then combined to provide values for each category, as shown in Table 5.

*Table 5: Summary of digital services industry value, categorized by domestic and foreign digital services value (unit: million baht)*

Segment	Thai digital services value	Foreign Digital Service Value (e-Service RD) 2023	Total
• e-Retail	56,613.43	23,440.57	80,054
• e-Logistics	-	-	92,429
• e-Tourism	14,235	1,646.00	15,881
• Online Media	33,825.71	9,210.29	43,036
• e-Advertise	-	-	24,974
• FinTech	-	-	47,690
• HealthTech	-	-	1,378
• EdTech	-	-	2,189
<b>Total</b>			<b>307,630</b>

## 3-Year Digital Services Market Growth Forecast

The forecast of digital service industry trends is calculated using a statistical model. The variables used are Thailand's GDP, expert opinion, data on the growth rate of Thailand's digital economy value, and data on the growth rate of Thailand's e-commerce market value (referring to research company Statista), and revenue is estimated using multiple linear regression analysis.

Consideration of trends from 2024-2026 found that the digital service industry has continued to grow as shown in Table 6. This is due to factors such as people's behavior changing significantly in their daily lives. They have been using digital tools and services more and more over the past several years. When people become accustomed to using digital services, they will use them in other activities, leading to the growth of digital services.

*Table 6: Forecasted 3-year growth rate of digital service industry (unit: million baht)*

Year	Value	Changes
2023	307,630	9.28%
2024	352,944	14.73%
2025	399,215	13.11%
2026	420,932	5.44%

## Summary of in-depth analysis

The 2023 Digital Service Industry Survey conducted in-depth studies, which were analyzed into the following issues:

From the results of the 2023 Digital Service Industry Survey, it was found that Thailand's digital service industry market value was 307,630 million Baht, with a growth rate of 9.28 percent. When compared to the growth rate of the digital service industry in the previous year, which grew by 21 percent, it was found that the Thai digital service industry in 2023 had a significantly lower growth rate, which is consistent with the global economic situation and the Thai economy, which tends to slow down significantly. In addition, domestic consumer purchasing power has contracted and private sector investment has slowed down due to the economic situation that is still worrying. Therefore, the expansion of the Thai digital service industry in 2023 did not expand significantly compared to the previous year.



Despite being a relatively nascent industry, Thailand's digital service sector has demonstrated consistent growth and shows promising prospects for future expansion. Several factors contribute to this ongoing development.

First, advancements in digital technology, such as Generative AI and Intelligent Applications, are enabling the creation of more sophisticated platforms for delivering digital services. This empowers businesses to seamlessly transition from traditional to digital offerings. Second, the widespread adoption of smartphones has made it possible to access a diverse range of digital services, often rivaling the complexity of traditional ones. Third, the widespread availability of a robust 5G network has significantly enhanced consumer access to digital services, fueling demand. Finally, a shift in consumer behavior towards convenience and digital literacy has further accelerated the adoption of digital services.

In summary, the growth of Thailand's digital service industry is underpinned by three key factors: technological advancements, improved digital infrastructure, and evolving consumer preferences.



Regarding the global trend in the digital services industry, data from Statista shows that spending on digital transformation services, which refers to the costs incurred by businesses in adopting digital technology to upgrade from non-digital to digital operations, amounted to 2.15 trillion US dollars in 2022. It is projected that this figure will increase to 3.9 trillion US dollars by 2027, representing a compound annual growth rate of 16.1%. The United States accounted for the largest share of this spending at 35.8%, followed by the Asia-Pacific region, particularly China and Japan, which contributed 33.5%. This indicates a growing trend in the global digital services industry and a significant interest in related investments.

# Digital Services Workforces Survey in 2023



In 2023, the digital service industry had 81,120 personnel, an increase of 9.95 percent from 2022, which had 73,782 personnel. The majority of personnel still come from the e-Logistics group, with a total of 41,963 personnel, which is consistent with the market value, in which e-Logistics has the highest value when compared to other types of services.

A survey on employment in the digital service industry, using data from the Ministry of Labor, concluded that there are a total of 81,120 personnel, an increase of 9.95 percent from 2022. IT and digital employees are directly related to the digital service industry, with an employment rate increasing by 64.11 percent, with a total of 40,406 personnel, as shown in Table 7 and Table 8.

Table 7: The number of people working in the digital services industry in 2023 by segment (unit : person)

Segment	2021	2022	Changes 2022	2023	Changes 2023
• e-Retail	5,464	5,996	9.74%	6,691	11.59%
• e-Logistics	46,549	40,076	-13.91%	41,963	4.71%
• e-Tourism	9,797	8,644	-11.77%	7,393	-14.47%
• Online Media	2,715	3,303	21.66%	4,239	28.34%
• e-Advertise	1,062	1,184	11.49%	1,500	26.69%
• FinTech	6,333	7,279	14.94%	10,952	50.46%
• HealthTech	595	654	9.92%	854	30.58%
• EdTech	6,600	6,646	0.70%	7,528	13.27%
<b>Total</b>	<b>79,115</b>	<b>73,782</b>	<b>-6.74%</b>	<b>81,120</b>	<b>9.95%</b>



Table 8: The number of people working in the digital services industry in 2023 by type of work (unit:person)

Positions	Amount			Changes		Proportion 2023
	2021	2022	2023	2022	2023	
<b>IT and Digital Staff</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Software</li> <li>• IT Project Manager</li> </ul>	2,515	2,462	4,600	-2.11%	86.84%	5.67%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Analyst</li> <li>• Software Analyst and Designer</li> <li>• Software Architect</li> </ul>	5,029	4,925	3,358	-2.07%	-31.82%	4.14%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmer</li> <li>• Software Developer</li> <li>• Tester</li> </ul>	13,830	13,542	17,717	-2.08%	30.83%	21.84%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• System Engineer (SE)</li> <li>• Network Engineer (NE)</li> </ul>	3,772	3,693	6,619	-2.09%	79.23%	8.16%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital platform development</li> </ul>			1,622			2.00%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Data Marketing</li> </ul>			4,056			5.00%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Data Visualization Designer</li> </ul>			2,434			3.00%
Total	25,145	24,622	40,406	-2.08%	64.11%	49.81%
<b>Other staff</b>	53,970	49,160	40,714	-8.91%	-17.18%	50.19%
<b>Total</b>	<b>79,115</b>	<b>73,782</b>	<b>81,120</b>	<b>-6.74%</b>	<b>9.95%</b>	<b>100.00%</b>

The projected demand for personnel in the digital service industry in 2024-2026 is 85,460, 89,861 and 91,784 persons, respectively, as shown in Table 9.

*Table 9: forecast of the industry's labor demand between 2023 and 2026 (unit : person)*

Year	Number	Changes
2023	81,120	9.95%
2024	85,460	5.35%
2025	89,861	5.15%
2026	91,784	2.14%

Factors affecting the expansion of the digital service industry in 2024-2026, which tends to have higher demand for personnel, are a result of the growth of the industry. In addition, the expansion of entrepreneurs has also led to an increase in the demand for personnel.



## **Graduate Production Survey in Digital Services Related Field (Educational Sector)**

This survey looked into the number of admissions to and graduates of programs related to the digital services industry at all higher-educational institutes in Thailand. On average, it takes four years to complete such programs. However, due to some reasons, some students might not be able to graduate within that time frame. This study used the four-year benchmark to present graduation rates.

Overall, student admissions have shown a continuous upward trend. In 2023, 34,518 students were admitted, while the number of graduates remained around 18,767 per year. Graduation rates vary by field of study each year, and because some students take longer than four years to complete their studies, an exact graduation rate is difficult to specify. However, over 50 percent of students successfully graduate each year. The field with the highest percentage of graduation in the academic year 2020 is Data and Analytics, with a graduation rate of 100 percent. The details are as follows (as shown in Table 10).

Business Computer Field: 4,727 admissions, 3,284 graduates, average graduation rate 69.47 percent.

Computer Science Field: 7,001 admissions, 2,968 graduates, average graduation rate 42.39 percent.

Data and Analytics Field: 1,057 admissions, 1,057 graduates, average graduation rate 100 percent.

Digital Field: 7,581 admissions, 2,754 graduates, average graduation rate 36.33 percent.

Advertising Field: 380 admissions, 273 graduates, average graduation rate 71.84 percent.

Software Engineering Field: 942 admissions, 683 graduates, average graduation rate 72.51 percent.

Information Technology Field: 7,864 admissions, 5,630 graduates, average graduation rate 1.59 percent.

Computer Engineering Field: Admissions: 4,966 people; Graduation: 2,682 people; Average graduation rate: 4.01 percent.



Table 10: The number of admissions to programs related to the digital services industry and the programs' graduates (unit : person)

Field	Academic Year	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Computer Business	Entry	7,802	6,956	6,567	6,098	5,089	2,563	4,742	4,727
	Exit	4,780	6,633	6,112	5,558	5,977	4,806	3,889	3,284
Computer Science	Entry	5,451	4,878	4,674	4,311	4,805	4,912	6,032	7,001
	Exit	3,318	3,946	3,543	2,661	3,194	2,948	2,491	2,968
Data	Entry			114	668	561	700	667	1,057
	Exit						1	90	1,057
Digital	Entry	783	854	2,599	3,448	2,881	5,366	10,313	7,581
	Exit	86	304	428	488	969	507	1,255	2,754
Advertisement	Entry	924	652	495	521	294	735	1,040	380
	Exit	912	1,333	762	1,045	1,106	595	257	273
Software	Entry	586	450	701	910	760	1,003	1,007	942
	Exit	468	491	483	430	533	398	493	683
IT	Entry	8,760	7,576	7,113	6,439	6,706	6,364	6,724	7,864
	Exit	4,954	6,511	6,174	4,798	6,329	5,182	4,737	5,630
Computer Engineering	Entry	2,811	2,856	2,916	3,728	3,280	3,914	4,384	4,966
	Exit	1,496	2,111	1,992	1,847	2,229	2,047	2,195	2,682
Total	Entry	27,117	24,222	25,179	26,123	24,376	25,557	34,909	34,518
	Exit	16,014	21,329	19,494	16,827	20,337	16,484	15,407	18,767

# Digital Service Technology Trends

The digital services industry is facing rapid changes and growth as people's lifestyles change in terms of working, learning and socializing, which will be more online, resulting in the use of digital platforms to consume goods and services in leaps and bounds. Technological trends in the digital services industry heading towards platform development.

According to Gartner's 2023 Emerging Technology Trends Report, Super Apps are one of the technologies to watch and it is expected that by 2027, more than half of people worldwide will turn to using Super Apps in their daily lives. Currently, there is an example of a Super App, WeChat from China, which combines digital services such as financial services, e-commerce, games, news, and various online contents in a single application.

There are 5 interesting trends in digital services as follows:



## 1. Mobile Payment

Mobile payment via PromptPay and QR Code is a convenient and increasingly popular form of service in the digital age. People can make payments and conduct financial transactions anywhere, anytime via smart-phone applications. When Thais become more familiar with this system, Thai society will enter a cashless society and allow various digital services such as FinTech and e-Retail to grow significantly.

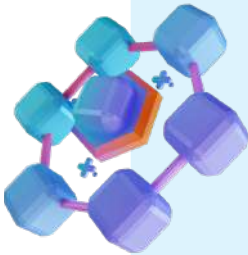
## 2. Digital Wallet and Digital Money

The new government policy to distribute 10,000 baht in digital wallets and digital currency to citizens is expected to boost the use of digital wallets and digital finance within the digital service industry. This initiative promotes digital wallets as convenient and secure tools to save money and facilitate online transactions.



## 3. Blockchain Technology

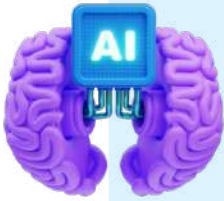
Blockchain technology is an important tool for creating trust and transparency in transactions and services. It is important for the implementation of data recording and transactions that require frequency and security. The new government has emphasized the use of blockchain technology in the distribution of digital money.



## 4. Immersive Virtual Worlds (Metaverse)

The Metaverse trend is about bridging the physical and digital worlds to create spaces where people can access and share valuable experiences. It also opens up opportunities to develop applications for new digital services.






## 5. AI & Data Analytics

Digital service providers need to enhance their platform and service capabilities, so they are introducing AI systems to enhance the intelligence of their platforms and services, while also focusing on data analytics systems as a tool to reach more customers.

These technological trends align with the evolving lifestyles of individuals, who are increasingly incorporating digital tools into their daily lives. This trend is expected to continue. For those who have yet to adopt these tools, government policies distributing digital money will serve as a motivating factor.







## Digital Economy Promotion Agency

 (Headquarter) Ladprao Hills, 80 Soi 4,  
Ladprao Rd., Chomphon, Chatuchak,  
Bangkok 10900, Thailand

 +66 2026 2333  
 [www.depa.or.th](http://www.depa.or.th)  
 depa Thailand

## IMC Outsourcing (Thailand) Company Limited

 (Head Office) 141/7 Sakulthai Surawong Tower  
Level 7th (Unit P8), Surawong Road,  
Suriyawong, Bangrak,  
Bangkok 10500 Thailand

 (+66)99 347 9694,  
(+66)88 192 7975  
 [www.imcinstitute.com](http://www.imcinstitute.com)  
 IMC Institute