

สารบัญ

บทนำ.....	2
ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจ.....	4
พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	13
ประเด็นเด่นในทศวรรษที่ผ่านมา.....	28
บทสรุป.....	35
รายนามคณะผู้จัดทำ.....	37

บทนำ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ได้จัดทำการศึกษาสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกๆ ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2542 เรื่อยมาจนถึงปี 2553 โดยมีการยกเว้น 1 ปีในปี 2549 เพื่อเก็บรวบรวมลักษณะของผู้ใช้และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ไว้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการใช้และพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง ศูนย์ฯ จึงจัดทำสรุปผลงานหนึ่งทศวรรษการศึกษาสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประเทศไทย (2542-2553) นี้ขึ้น เพื่อเรียนรู้จากอดีต และเป็นข้อมูลในการปรึกษาหารือแนวทางการจัดเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

การศึกษาสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประเทศไทยในทุกๆ ปี เป็นการสำรวจออนไลน์ โดยนำแบบสำรวจขึ้นไว้บนเว็บไซต์ และประกาศเชิญชวนให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปตอบแบบสำรวจและแสดงความคิดเห็น ซึ่งทางศูนย์ฯ ได้รับความอนุเคราะห์จากเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยเป็นอย่างดีเสมอมา ในการลงประกาศโฆษณาให้ผู้ใช้งานตอบแบบสำรวจเหล่านี้

โครงสร้าง และคำถามในแบบสำรวจในทุกๆ ปี จะแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจ (Demographics) พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Internet User Behavior) และบทความควบคู่ไปกับคำถามพิเศษของแต่ละปีในทศวรรษที่ผ่านมา สำหรับบทสรุปหนึ่งทศวรรษการศึกษาสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประเทศไทย (2542-2553) จะเลือกยกผลการสำรวจมาเปรียบเทียบเฉพาะข้อมูลที่ได้รับการจัดเก็บอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปีและมีความเสถียรของข้อมูล และมีผลการสำรวจเชิงเปรียบเทียบที่น่าสนใจ ดังแสดงในตารางที่ 1 และจะยกเว้นข้อมูลในบางปีซึ่งแม้จะเป็นตัวแปรในชื่อเดียวกัน แต่อาจมีวิธีการจัดเก็บ หรือคำถามที่มันยยะแตกต่างออกไปจากข้อมูลปีอื่นๆ โดยไม่นำมารวมในการทำวิเคราะห์เปรียบเทียบในที่นี้

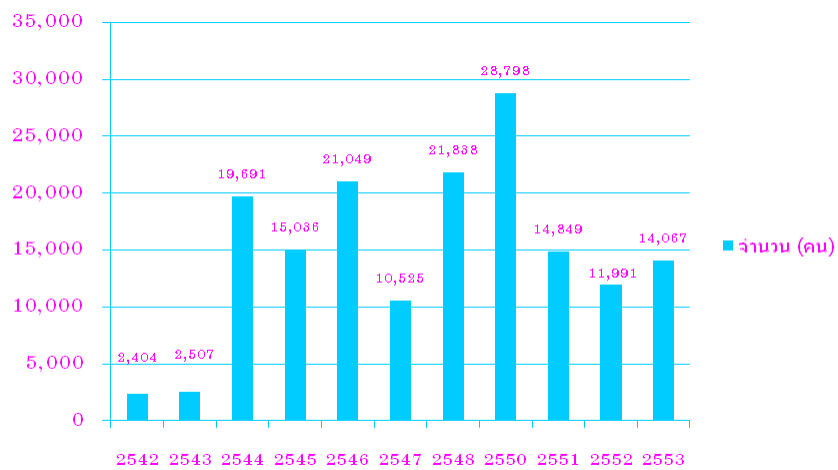
ตารางที่ 1. ประเด็นที่เลือกมาสรุปเปรียบเทียบจาก
ผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประเทศไทย (2542-2553)

ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจ	พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต
<ul style="list-style-type: none">• เพศ• อายุ• เขตที่อยู่ (เมือง/ชนบท)• ระดับการศึกษา• สถานะการทำงาน• ประเภทของอาชีพ• รายได้ครัวเรือนต่อเดือน• การมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน	<ul style="list-style-type: none">• ประสบการณ์การใช้• ความถี่ในการใช้• สถานที่ที่ใช้• กิจกรรมการใช้งาน• ปัญหาบนอินเทอร์เน็ต• เบราเซอร์ที่ใช้• การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต• การใช้บรอดแบนด์• การซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ต

ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจ

การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประเทศไทยเป็นเวลากว่า 1 ทศวรรษ ได้รับความอนุเคราะห์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เชิญชวนจากเว็บไซต์ต่างๆ ของทั้งภาครัฐ และเอกชน เป็นอย่างดีเสมอมา โดยในแต่ละปีจะใช้เวลาปลายปี ประมาณ 2-3 เดือนในการสำรวจ โดยหลังจากการคัดแบบสำรวจที่ไม่ครบถ้วน สมบูรณ์ออกแล้ว มีจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจในช่วงเวลา 11 ปี เพิ่มจากจำนวน ประมาณ 2,500 ราย ใน 2 ปีแรกเป็นจำนวน 1-2 หมื่นรายในปีต่อๆมา ซึ่ง จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจในแต่ละปี ที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ นำไปวิเคราะห์ได้ แสดงไว้ในแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1. จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

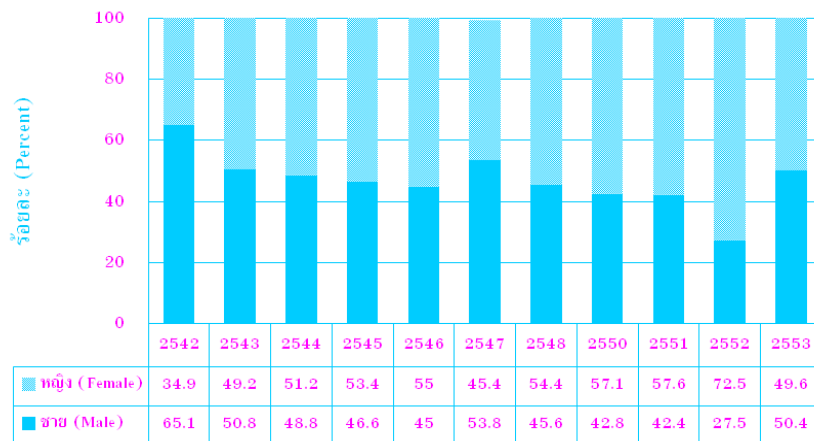


โดยเป็นที่น่าสังเกตเป็นอย่างยิ่งว่า ในจำนวนกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเหล่านี้ สัดส่วนของกลุ่ม เพศ อายุ เขตที่อยู่ ระดับการศึกษา สถานภาพการทำงาน ประเภทของอาชีพ รายได้ครัวเรือนต่อเดือน และการมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน นั้นค่อนข้างจะนิ่ง และไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงรุนแรงในช่วงเวลา 10 ปีมากนัก โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เพศ (Gender)

จากผลการสำรวจจากปี 2542-2553 พบว่า นอกจากในบางปีแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังแสดงในแผนภาพที่ 2

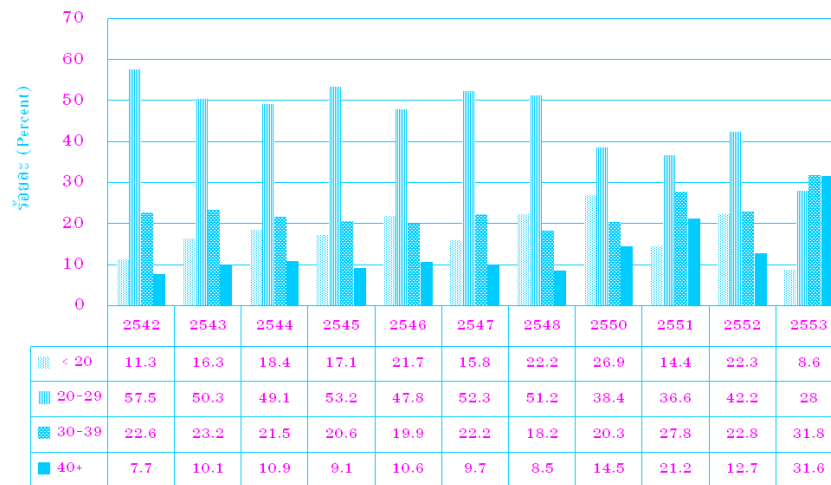
แผนภาพที่ 2. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามเพศ



อายุ (Age)

ในช่วงเวลา 10 กว่าปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสำรวจจะมีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปีมากที่สุด จากนั้นจะเป็นกลุ่ม 30-39 ปี ตามมาด้วยกลุ่มที่อายุน้อยกว่า 20 ปี และกลุ่มที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจน้อยที่สุดคือกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุเกิน 40 ปี อย่างไรก็ตามกลุ่มสุดท้ายนี้มีแนวโน้มสัดส่วนที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในปีท้ายๆ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยอยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี เริ่มเลื่อนเข้าสู่กลุ่มช่วงอายุใหม่

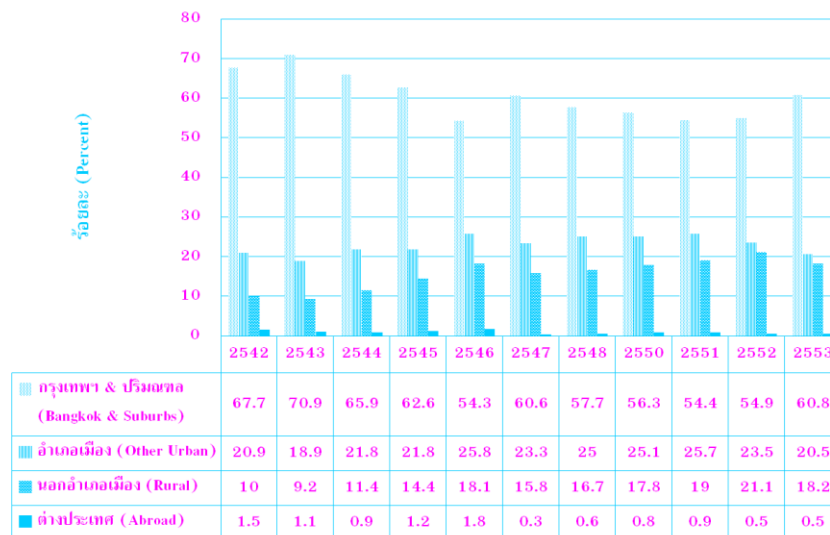
แผนภาพที่ 3. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามกลุ่มอายุ



เขตที่พักอาศัย (Urban versus Rural)

สำหรับเขตที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสำรวจนั้น ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กลุ่มผู้ที่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑลจะมีสัดส่วนอยู่ราวร้อยละ 50-70 และกลุ่มผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองของจังหวัดอื่น ๆ อยู่ที่ประมาณร้อยละ 20-25 อย่างไรก็ตามกลุ่มที่อยู่อาศัยนอกเขตเมือง และชนบทมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากประมาณร้อยละ 10 ในช่วงแรกสูงขึ้นถึงประมาณร้อยละ 20 ในปีท้าย ๆ

แผนภาพที่ 4. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามเขตที่พักอาศัย



ระดับการศึกษา (Education Level)

สำหรับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสำรวจนั้นๆ เรียกว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา แทบจะไม่มีเปลี่ยนแปลงใดๆ ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 50-60 โดยรองลงมาเป็นกลุ่มผู้สำเร็จการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี และกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาพื้นฐานระดับ มัธยมศึกษาหรือปวช. ดังแสดงในตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามระดับการศึกษา

	ต่ำกว่ามัธยมปลาย (Less Than High School)	มัธยมปลายและ ปวช. (High School & Lower Vocational)	ปวส และอนุปริญญา (Upper Vocational)	ปริญญาตรี (Bachelor)	สูงกว่าปริญญาตรี (Higher Than Bachelor)
2542	1.4	4.7	5	67.3	21.6
2543	6.3	12.2	9.3	57.2	15
2544	5.7	11.8	8.4	60.3	13.7
2545	6.3	21	10.4	52.6	9.7
2546	7.5	13.4	8.5	58.5	11.9
2547	4.7	10.7	9.5	61.4	13.7
2548	6.3	14.4	7.3	60	12
2550	8.9	16.3	8	52.7	14
2551	5.4	12.2	7.4	57.3	17.7
2552	8.2	13.2	8.1	58.8	11.7
2553	3.4	9.7	6.2	55.7	25

สถานะการทำงาน (Employment Status)

ในทำนองเดียวกันกับระดับการศึกษาข้างต้น สัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแยกตามสถานะการทำงานนั้น แทบจะไม่มีเปลี่ยนแปลงสำคัญใดๆ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยที่กลุ่มคนทำงานเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ที่ร้อยละประมาณ 45-65 รองลงมาเป็นกลุ่มคนที่กำลังศึกษาอยู่ และกลุ่มที่ทำงานและศึกษาไปพร้อมๆ กัน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามสถานะการทำงาน

	ทำงานอยู่ (Employed)	ศึกษาอยู่ (Full-Time Student)	ทำงานและศึกษา (Employed & Part-Time)	ไม่ได้ทำงาน (Unemployed)	เกษียณ (Retired)
2543	50.2	26.7	16.3	6.3	0.5
2544	47.8	28.3	14.7	8.9	0.4
2545	50.7	33.5	10.6	4.8	0.4
2546	47.3	31	13.8	7.7	0.3
2547	53.2	24.8	15.3	6.4	0.3
2548	46.3	31.3	13.9	8.2	0.3
2550	52	24.6	12.6	9.5	1.3
2551	62	19.8	11.7	5.6	0.9
2552	51.3	29.8	10.3	8.2	0.4
2553	66.5	13.6	11.4	5.9	2.6

ประเภทของอาชีพ (Type of Employment)

ในช่วง 11 ปี ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัท โดยมี สัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40-60 กลุ่มข้าราชการเป็นอันดับสอง และตามมา ด้วยกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างไรก็ตามจากตารางที่ 4 ข้างล่างจะพบว่า ในช่วง ปี 2543-2547 สัดส่วนพนักงานบริษัทจะค่อนข้างสูง หากทว่าหลังจากการแยก กลุ่มธุรกิจเอกชนออกเป็น “พนักงาน” และ “เจ้าของกิจการ” ในปี 2548 สัดส่วน นี้ลดลงไปอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40-50

ตารางที่ 4. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามประเภทของอาชีพ

	ธุรกิจเอกชน (Private Sector)	ข้าราชการ (Government)	รัฐวิสาหกิจ (Government Enterprise)	เจ้าของกิจการ (Business Owner)	พนักงานองค์กร ไม่แสวงกำไร (Non-Profit)
2542	48.2	27.6	15.1	-	9.1
2543	64.2	18.7	11.6	-	5.5
2544	62	19.7	10.3	-	8
2545	58.1	21.8	11.5	-	8.6
2546	54.9	22.6	14.5	-	8
2547	59.6	18	14.7	-	7.7
2548	49.1*	17	14.8	12.4	6.7
2550	41.6*	18.8	14.7	12.6	7.3
2551	46.5*	20.7	16	12.9	3.9
2552	42.9*	15.4	23.7	13.1	4.9
2553	42.7*	23.8	16.6	12.5	4.4

*เฉพาะพนักงานบริษัทเท่านั้น ไม่รวมเจ้าของกิจการซึ่งแยกไปเป็นอีกหมวดหมู่หนึ่งในปี 2548 เป็นต้นไป

รายได้ครัวเรือนต่อเดือน (Monthly Household Income)

เมื่อพิจารณากลุ่มรายได้ของผลการสำรวจ พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มที่มีรายได้ทั้งครอบครัวต่อเดือน 10,000-30,000 บาท คิดเป็นประมาณร้อยละ 35-45 ของผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด และรองลงมาอันดับสองเป็นกลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือนในช่วง 30,000-50,000 บาท ที่ประมาณร้อยละ 15-25 อย่างไรก็ตาม ผลสำรวจในปี 2548 และ 2550 แสดงสัดส่วนของกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทที่สูงมาก ความผิดปกตินี้อาจอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสำรวจใน 2 ปีนั้นส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ยังศึกษาอยู่ก็เป็นได้

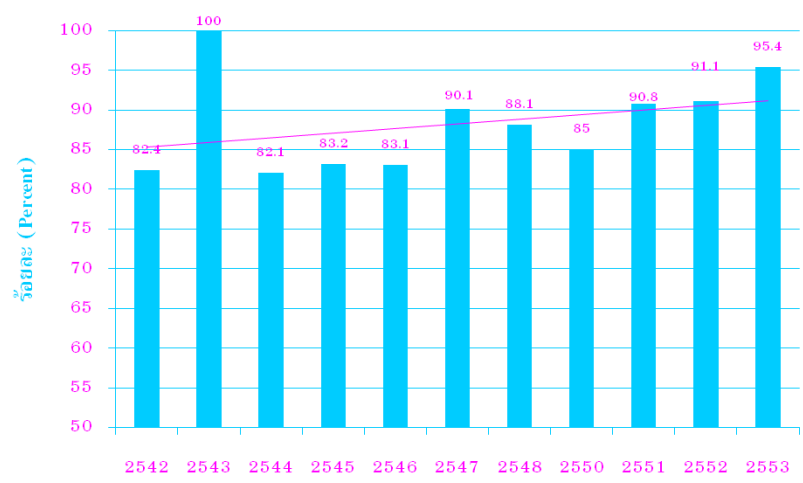
ตารางที่ 5. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

	< 10,000	10,001-30,000	30,001-50,000	50,001-90,000	90,000+
2542	12.5	37.8	23.25	16	10.3
2543	7.8	36.6	25.9	18.5	11.3
2544	11.5	39.6	22.4	16.3	10.3
2545	20	42.9	18.4	11.8	6.9
2546	15.3	43.8	18.5	13.2	9.2
2547	13.2	41.4	20.3	18.5	6.6
2548	53.3	37.7	5.6	2.7	0.7
2550	41.8	39.6	9	5.4	4.2
2551	13.7	36.7	20.4	16.2	13
2552	15.6	42	16.6	16.3	9.5
2553	8.3	34.2	20.5	20.8	16.2

การมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน (Home Computer Ownership)

จากการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ใช้ที่บ้าน โดยที่เมื่อนำข้อมูลทุกปีมาเปรียบเทียบกัน จะเห็นว่าสัดส่วนการมีคอมพิวเตอร์ที่บ้านนั้นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากประมาณร้อยละ 80 ในปี 2542 เป็นร้อยละ 90 กว่าในปีท้ายๆ อนึ่งข้อมูลปี 2543 ที่อัตราการมีคอมพิวเตอร์ที่บ้านสูงถึงร้อยละ 100 นั้น อาจเป็นความผิดพลาดในการจัดเก็บ หรือบันทึกข้อมูล

แผนภาพที่ 5. ผู้ตอบแบบสำรวจที่มีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน



พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

สำหรับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีผล การสำรวจที่น่าสนใจหลายประการ กล่าวคือ ประสบการณ์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตจากแต่ ละสถานที่ กิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสำรวจทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ปัญหาที่ ผู้ตอบแบบสำรวจพบบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เบราเซอร์ที่ผู้ใช้เลือกใช้ วิธีการ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไปจนถึงการมีการเลือกใช้บรอดแบนด์ และสุดท้ายที่ขาด ไม่ได้คือประเด็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือการซื้อขายสินค้าและบริการผ่าน อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต (Years on Internet)

จากผลการสำรวจพบว่า ประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบ สำนวนั้นจะเพิ่มขึ้นตามปีที่ผ่านมา ดังเห็นจากแผนภาพที่ 6 ได้ชี้ว่า ในช่วงปี ต้น ๆ ของการจัดเก็บข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ต กลุ่มผู้ตอบแบบสำรวจที่มี ประสบการณ์ 0-2 ปีมีสูงถึงประมาณร้อยละ 50 โดยที่จำนวนนี้ทยอยลดลงเรื่อย ๆ ในปีต่อ ๆ มาจนถึงน้อยกว่าร้อยละ 10 ในปีสุดท้าย ปรากฏการณ์นี้เกิดพร้อมกับ การเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้ตอบแบบสำรวจที่มีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 4-5 ปี จากประมาณร้อยละ 10 ในปีแรก ๆ ไปถึงร้อยละ 60-70 ในช่วงปีท้าย ๆ

แผนภาพที่ 6. สัดส่วนผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามประสบการณ์

การใช้อินเทอร์เน็ต



ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต (Frequency of Use)

เช่นเดียวกับผลสำรวจประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสำรวจในแต่ละปีที่ผ่านมาไม่มีแนวโน้มที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากข้อมูลในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้น้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็น กลุ่ม 0-5 และ 5-10 ชั่วโมง หรือแม้แต่กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตงานกลางปานกลาง 10-20 ชม ที่มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ในขณะที่กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 20 ชั่วโมงนั้น

เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16 ในปีที่จัดเก็บปีแรก ไปจนถึงประมาณร้อยละ 40 ในปี 2553

แผนภาพที่ 7. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต



ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตจากแต่ละสถานที่ (Point of Access)

สำหรับปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตจากแต่ละสถานที่ จากตารางที่ 6 พบว่า ในขณะที่การใช้อินเทอร์เน็ตจากบ้านนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากประมาณร้อยละ 35 ในปีแรกถึงร้อยละ 55 ในปีท้ายๆ สถานที่สาธารณะที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไปใช้ เช่นโรงเรียน และอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เริ่มลดความนิยมลง ส่วน

การใช้อินเทอร์เน็ตจากที่ทำงาน มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย แม้จะเห็นได้ไม่ชัดเจนนักจากตารางดังกล่าว และสำหรับกลุ่มการใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่ “อื่นๆ” นั้น มีความน่าสนใจในแง่ที่ว่า จำนวนเริ่มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปีท้ายๆ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เริ่มมีมากขึ้น

ตารางที่ 6. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด

	บ้าน (Home)	ที่ทำงาน (Office)	โรงเรียน (School)	อินเทอร์เน็ต คาเฟ่ (Internet Café)	อื่น ๆ (Others)
2542	35.9	41	20.5	2.7	0.4
2543	49.9	33.9	8	7.3	0.9
2544	49.3	29	11.4	9.7	0.6
2545	46.7	31.6	13.7	7.5	0.5
2546	46.9	33.2	13.4	6.1	0.4
2547	44.5	38	12.3	4.8	0.5
2550	38.6	47.9	4.2	7.8	1.7
2551	44.8	44.9	5.9	2.4	2
2552	52.3	37	6.1	2.5	2.1
2553	54.3	39.8	3	1.4	1.5

กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (Top 10 Internet Activities)

สำหรับกิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา โดยที่ผู้ตอบแบบสำรวจสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (แต่ไม่เกิน 3 ข้อ) และนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยของ 10 ปีพบว่า กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ต

มากที่สุด 10 กิจกรรมตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การค้นหาข้อมูล การส่งอีเมล การติดตามข่าว การสนทนาออนไลน์ การเล่นเกมออนไลน์ การเรียนรู้ออนไลน์ การดาวน์โหลดประเภทต่างๆ การฟังเพลงออนไลน์ และการซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ต ดังแสดงในตารางที่ 7 ส่วนกิจกรรมอื่นเช่น การดูโทรทัศน์ออนไลน์ การใช้ VoIP การเขียนบล็อก/ ไดอารี่ การประชุมออนไลน์ แม้จะมีผู้ตอบว่าทำกิจกรรมเหล่านี้บ้างแต่ก็มีไม่มากนัก

ตารางที่ 7. กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

	ค้นหาข้อมูล (Information Search)	อีเมล (Email)	ติดตามข่าว (News Report)	สนทนา (Chat)	เล่นเกมออนไลน์ (Online Game)	เรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning)	ดาวน์โหลดต่างๆ (Internet Download)	แสดงความเห็นบน เว็บไซต์ (Web Board)	ฟังเพลงออนไลน์ (Online Music)	ซื้อของ (Shopping)
2543	30.4	37.3	9.5	7.4	4.6	-	5	4.2	-	1.7
2544	32.2	35.7	9.5	7	2.3	-	5.7	5.8	-	1.8
2545	33.8	37.9	9.4	4.2	2.3	-	4.7	4.7	-	1.4
2546	31.9	31.6	14.1	7.1	5.8	-	3.6	4.6	-	1.3
2547	35	29.2	9	9.1	3.9	-	3.5	3.7	-	-
2548	22.8	24.2	8.6	13.6	13.6	3.8	3.7	4.4	1.8	0.7
2550	22.9	20.5	8.9	8.6	9.8	4.7	5.9	3.5	2.2	1.3
2551	31.4	23	9.3	7.1	2.3	0.1	3.5	1.4	5.8	0.8
2552	29.7	21.9	10.3	5.7	4.1	8	4.6	5.3	1.9	0.4
2553	26.1	27.2	14.1	3.5	2.7	8.2	2.9	5.2	1.1	1.5
ค่าเฉลี่ย (Average)	29.6	28.9	10.3	7.3	5.1	5	4.3	4.3	2.6	1.2
จัดลำดับ (Ranking)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดบนอินเทอร์เน็ต (Top 10 Internet Problems)

ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงปีแรก คือความเร็วของอินเทอร์เน็ต และรองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับอินเทอร์เน็ต (ในปี 2542) แต่หลังจากปี 2546 ที่ได้มีการเพิ่มตัวเลือกคำตอบใหม่เข้ามานั้น ปัญหาไวรัสได้กลายมาเป็นปัญหาสำคัญอันดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม โดยภาพรวมของทั้งทศวรรษ โดยที่ผู้ตอบแบบสำรวจสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (แต่ไม่เกิน 3 ข้อ) และนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยของ 10 ปีพบว่า ปัญหาใหญ่ที่สุดของการใช้อินเทอร์เน็ตคือ การติดไวรัส ความช้าของอินเทอร์เน็ต การมีเนื้อหาช่วยทางเพศที่ไม่เหมาะสม การมีอีเมลขยะจำนวนมาก ความไม่น่าเชื่อถือของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่าย ส่วนความกังวลลำดับรองลงมานั้นได้แก่ การใช้ภาษาหยาบคาย ความเสถียรของเครือข่าย การขโมยข้อมูล และการขาดกฎหมายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมชัดเจน ส่วนปัญหาอื่น ๆ ที่ไม่ได้รับคะแนนมากนัก มีตัวอย่างเช่น ความยากในการค้นหาข้อมูล ปัญหาทางภาษา หรือปัญหาการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

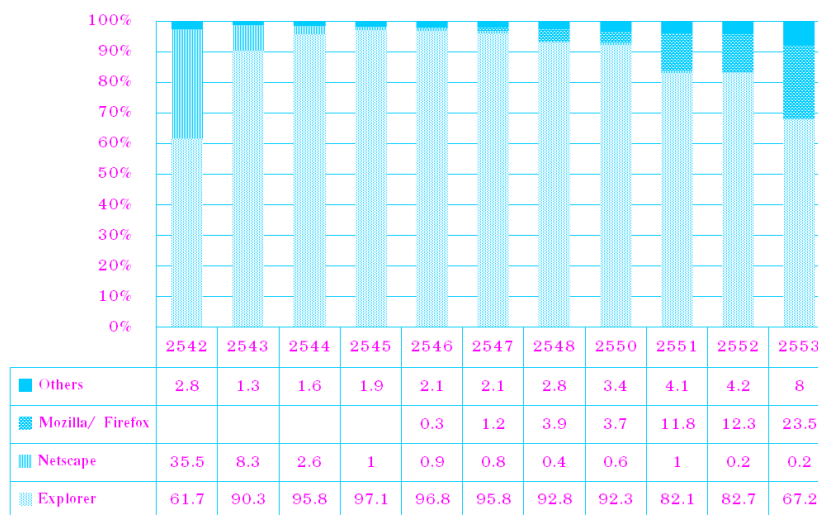
ตารางที่ 8. ปัญหาที่พบบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

	ไวรัส (Virus)	ความเร็วของการสื่อสาร (Speed)	แหล่งข้อมูลทางเพศ (Pornography)	อีเมลขยะ (Junk Mail)	ค่าใช้จ่าย (Expenses)	ความน่าเชื่อถือของเครือข่าย (Network Reliability)	ความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Data Integrity)	การใช้ถ้อยคำหยาบคาย (Impolite Language)	การขโมยข้อมูล (Hacking)	การขาดกฎหมายที่ชัดเจน (Lack of Web-Related Laws)
2542	-	70.7	34.1	16.4	37.7	34.3	25.5	22	24.8	28.4
2543	-	40.1	25.8	15.8	32.3	26.2	22.3	16.9	16	22.7
2544	-	51.2	32.3	25.8	25.8	30	22.6	22.8	17.9	21.9
2545	-	62.5	26.7	38.5	21.3	28.1	22.7	20.2	17.9	20.3
2546	45.7	59	21.6	29.7	20.4	18.6	18.4	14.9	10.3	11.9
2547	55.3	55.2	24.8	28.5	18.8	14.4	19.6	17	13.2	17.8
2548	66.3	54.9	36.9	42.5	26.5	23.1	25.9	33.6	25.6	23.1
2550	62.7	54.9	42.6	37.4	34.4	30.8	23.4	35.1	31.9	18.4
2551	64.4	56.2	60.6	18.1	13.5	13.9	17	11.2	16.2	11.2
2552	48.4	32.9	24.2	19	12.1	14	19	13.5	16.1	11.1
2553	40.2	36.4	20.5	24.2	19.8	16	19.2	11.3	18.5	12.7
ค่าเฉลี่ย (Average)	54.7	52.2	31.8	26.9	23.9	22.7	21.4	19.9	18.9	18.1
จัดลำดับ (Ranking)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

เบราว์เซอร์ที่เลือกใช้ (Browsers)

ดังแสดงในแผนภาพที่ 8 ผลการสำรวจ แสดงแนวโน้มความนิยมของเบราว์เซอร์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเลือกใช้อย่างชัดเจน ในช่วงการสำรวจระยะแรก (ปี 2542) Explorer เป็นผู้นำตลาด โดยมีจำนวนผู้ใช้ประมาณร้อยละ 60 หากแต่ Netscape ก็มีส่วนแบ่งที่สูงพอสมควร ถึงร้อยละ 35.5 หลังจากนั้น Netscape กลับมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงเรื่อยๆ จนเสื่อมความนิยมไปในที่สุด ส่วน Explorer นั้น ได้รับความนิยมจากผู้ตอบแบบสำรวจกลุ่มใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับหนึ่งมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม ในช่วงสองสามปีสุดท้าย ผู้ใช้เริ่มหันมาใช้ Mozilla/Firefox มากขึ้น ส่วนเบราว์เซอร์ ที่เป็น Text mode เช่น Lynx, PDA ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี 2552-2553 เช่นกัน

แผนภาพที่ 8. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามเบราว์เซอร์ที่เลือกใช้



รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Mode of Connectivity)

ผลการสำรวจรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้บ่อยที่สุด พบว่า ในช่วงปีแรก ๆ (2542-2545) นั้น ข้อมูลถูกจัดเก็บในรูปแบบของความเร็วของการรับส่งสัญญาณ ซึ่งผู้ตอบแบบสำรวจนั้นตอบมากที่สุดสำหรับการส่งข้อมูลผ่านโมเด็ม 56 กิโลบิตต่อวินาที (Kbps) และรองลงมาเป็นการใช้สายเช่า Leased Line ทั้งแบบทราบ/ไม่ทราบความเร็ว ส่วนข้อมูลตั้งแต่ปี 2546 ตามแผนภาพที่ 9 นั้นแสดงให้เห็นพัฒนาการของการใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตตามแนวโน้มโลก กล่าวคือ การรับส่งข้อมูลผ่านโมเด็ม Dial Up และการใช้สายเช่าหรือ Leased Line แบบเดิมเป็นรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหลัก จะลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ ในขณะที่ระบบ ADSL ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แผนภาพนี้ยังแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มจะได้รับความนิยม ส่วนข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ เคเบิลโมเด็ม ISDN และอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนมีนัยยะสำคัญ

แผนภาพที่ 9. ผู้ตอบแบบสำรวจแยกตามรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

(ที่ผู้ตอบแบบสำรวจใช้บ่อยที่สุด)

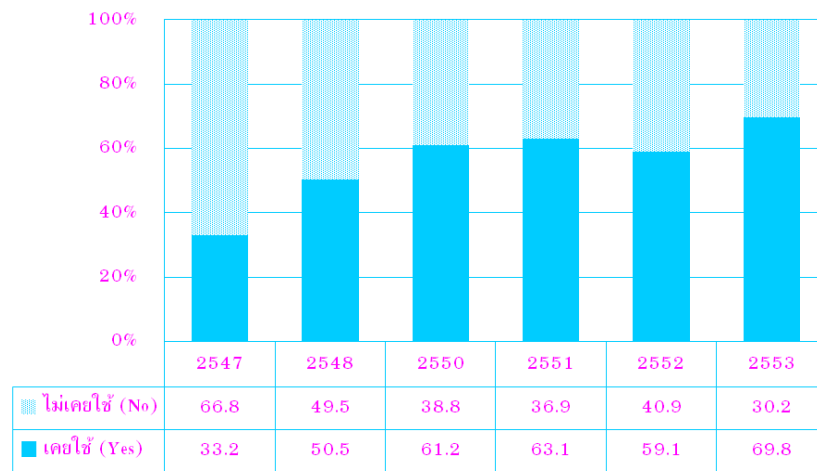


การใช้บรอดแบนด์ (Broadband Use)

ผลการสำรวจรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้บ่อยที่สุดข้างต้นแสดงให้เห็นแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยโมเด็ม ADSL ซึ่งผลการสำรวจประเด็นนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เริ่มหันมาใช้บรอดแบนด์เพิ่มขึ้น จากแผนภาพที่ 10 จะเห็นได้ว่า

กลุ่มผู้ที่ (เคย) ใช้บรอดแบนด์นั้น เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 33.2 ในปี 2547 เป็นร้อยละ 69.8 ในปี 2553

แผนภาพที่ 10. ผู้ตอบแบบสำรวจที่เลือกใช้/เคยใช้บรอดแบนด์



อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีผู้ใช้บรอดแบนด์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในทางกลับกันก็ยังมีผู้ตอบแบบสำรวจอีกกลุ่มใหญ่ที่ไม่ได้ใช้ จากการถามคำถามถึงเหตุผลสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้บรอดแบนด์ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ) ตั้งแต่ปี 2548 ถึง 2553 พบว่าเหตุผลหลักสำคัญของการไม่ใช้บรอดแบนด์คือ ราคาที่ยังแพงเกินไป การไม่มีความจำเป็นจะต้องใช้ (เพราะใช้ Dial Up พอแล้ว) และการที่บริการยังไม่ถึงพื้นที่พักอาศัย นอกจากนี้ การไม่รู้ว่า

จะต้องขอรับบริการอย่างไร การไม่ต้องการความยุ่งยาก หรือการที่ผู้ตอบแบบสำรวจไม่มั่นใจในบริการ ก็เป็นปัจจัยของการไม่ใช้ หรือไม่เคยใช้ หรือไม่เลือกใช้บริการแบบนี้อีกด้วย

ตารางที่ 9. เหตุผลที่ไม่ใช้บริการ

	ราคาแพงเกินไป (Too Expensive)	ไม่จำเป็นต้องใช้ Dial Up (Not Necessary)	บริการไม่พร้อม (Not Available)	ไม่รู้รายละเอียดในการ ขอรับบริการ (Don't Know how)	ยุ่งยากในการขอรับ บริการ (Too Troublesome)	ไม่เชื่อมั่นในการบริการ (Not Trusting the Service)	อื่นๆ (Others)
2548	58.3	36	15.2	34	23.1	7.4	5.5
2550	60.7	34.9	24.1	34.2	15.4	7	5.1
2551	58.8	39.9	27.2	38.8	5	3.1	1.5
2552	60.1	20.6	28.7	41.6	5.5	3.2	1.8
2553	60	34.5	28.5	27.3	14.4	10.1	4.7

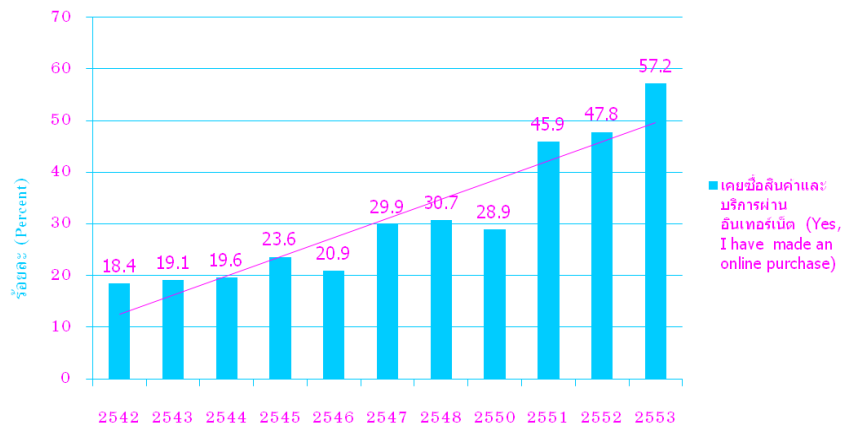
การซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Purchase)

จากการจัดอันดับกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสำรวจทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ตารางที่ 7) จะเห็นได้ว่า การซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นอยู่ต่ำเป็นลำดับที่ 10 ซึ่งมีนัยยะว่า การซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตในประเทศ

ไทยนั้นไม่ได้รับความนิยมเท่าไรนัก นอกจากนี้ การซื้อขายสินค้าและบริการยังจำกัดสินค้าอยู่ในวงจำกัดเช่น หนังสือ การจองบัตรออนไลน์ เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ภาพยนตร์ที่ส่งทางไปรษณีย์ การดาวโหลดเพลงและซอฟต์แวร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

และแม้ว่าสัดส่วนของผู้ตอบแบบสำรวจที่ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จากปี 2542 ถึงปี 2553 นั้นจะเพิ่มขึ้นทุกๆปีอย่างต่อเนื่อง ก็ยังต้องนับว่าเป็นผลสำเร็จที่ค่อนข้างช้า ตัวอย่างเช่น ในปี 2553 มีเพียงผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 57.2 เท่านั้นที่ซื้อ หรือเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดังแสดงในแผนภาพที่ 11

แผนภาพที่ 11. สัดส่วนผู้ตอบแบบสำรวจที่ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต



นอกจากนี้ แบบสำรวจยังมีคำถามถึงปัจจัยทางด้านผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้ตอบแบบสำรวจสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (แต่ไม่เกิน 3 ข้อ) ดังแสดงในตารางที่ 10 ซึ่งผลสำรวจพบว่า ปัญหาต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่แย่ลงขึ้น คือ การไม่สามารถเห็นหรือจับต้องสินค้าได้ และ การไม่ไว้วางใจผู้ขาย และรองลงมาเป็นปัญหา การไม่ต้องการให้หมายเลขบัตรเครดิต ความไม่มั่นใจในระบบชำระเงิน การมีขั้นตอนการสั่งซื้อที่ยุ่งยาก และการไม่สนใจที่จะซื้อของบนอินเทอร์เน็ต ส่วนการไม่มีบัตรเครดิตนั้น เป็นปัญหาที่พบมาในปีแรกๆ แต่ลดลงเป็นอย่างมากเรื่อยมา

ตารางที่ 10. เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

	ไม่สามารถจับต้องสินค้า (Can't See Products)	ไม่ไว้วางใจ (Not Trusting Sellers)	ไม่มั่นใจระบบชำระเงิน (Not Trusting Payment Systems)	ไม่อยากให้เลขบัตรเดบิต (Don't want to Give Out Credit Card Number)	ขั้นตอนการสั่งซื้อยุ่งยาก (Too complicated Steps)	ไม่สนใจ (Not Interested)	ไม่มีบัตรเครดิต (Don't have a Credit Card)
2542	45.19	36.9	-	37.94	23.4	28.26	34.21
2543	44.1	32.8	-	33.8	23	26.1	25.3
2544	41.7	32.7	-	27.2	24.2	25.2	18.9
2545	40.5	36.4	-	27.3	23.1	22.8	15.9
2546	51.6	47.5	-	28.3	31.1	33.9	17.1
2547	50.7	50.6	-	34	31.3	27.8	16.1
2548	57.3	63.6	-	40.6	41	-	23.9
2550	58.5	58.5	42.9	39.4	27.6	23.1	15.9
2551	58.9	59.1	46	34.2	40.7	31.7	14.2
2552	59.9	61.3	40.7	44.6	31.1	16.3	2.3
2553	60.5	56.8	46.2	49.9	35.4	21.9	7.9
ค่าเฉลี่ย (Average)	51.7	48.7	44.0	36.1	30.2	25.7	17.4
จัดลำดับ (Ranking)	1	2	3	4	5	6	7

ประเด็นเด่นในทศวรรษที่ผ่านมา

การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่ทำขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี แม้จะมีจุดประสงค์หลักเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเอง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในด้านต่าง ๆ แต่ในทุก ๆ ปี ก็จะนำเสนอประเด็นสาระด้านอินเทอร์เน็ตที่ทันเหตุการณ์และอยู่ในความสนใจของสังคม ณ เวลานั้น และได้เริ่มจัดทำคำถามพิเศษประจำปีมาตั้งแต่ปี 2545 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งประเด็นสาระดังกล่าว อาจสรุปตามลำดับเวลาได้โดยย่อ ดังนี้

การพัฒนาอินเทอร์เน็ตในยุคแรก (2542-2543)

การพัฒนาอินเทอร์เน็ตในยุคแรกของประเทศไทย เริ่มมาตั้งแต่การเริ่มใช้อีเมลเป็นครั้งแรก การให้ทุนวิจัยเพื่อศึกษาการเชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยด้านวิทยาศาสตร์ของไทย 12 แห่ง การสร้างความร่วมมือเพื่อแลกเปลี่ยนอีเมลระหว่างคอมพิวเตอร์ เพื่อให้นักวิจัยไทยสามารถติดต่อกับนักวิจัยนานาชาติได้ การก่อตั้งเครือข่ายไทยสารโดยมุ่งให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่กลุ่มนักวิชาการ และนักวิจัย และการก่อตั้งอินเทอร์เน็ตประเทศไทย (Internet Thailand) เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์เป็นครั้งแรก

และสำหรับการดำเนินงานในยุคแรกนั้น มุ่งเน้นใช้ ความกว้างของช่องสัญญาณระหว่างประเทศ จำนวน ISP และจำนวนโดเมนสัญชาติไทยเป็นดัชนีวัดการเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ต ส่วนความท้าทายในอนาคตขณะนั้นมีหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม การพัฒนาการศึกษาของประชากร การพัฒนาขีดความสามารถทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การพัฒนาเนื้อหาความรู้ภาษาไทย การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ การพัฒนาครู อาจารย์ การช่วยให้มีคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ใน

ราคาที่เหมาะสม การออกกฎหมาย ICT ที่สำคัญ และการดำเนินการในเวทีระหว่างประเทศเพื่อให้ค่าวงจรสื่อสารระหว่างประเทศเป็นไปอย่างยุติธรรม

อินเทอร์เน็ตกับช่องว่างดิจิทัล (2544)

แม้เทคโนโลยีจะมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อเศรษฐกิจและสังคม แต่เทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ICT ก็อาจเป็นปัจจัยเร่งให้ช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคมนั้นกว้างขึ้น จึงได้มีการพูดถึง Digital Divide หรือช่องว่างดิจิทัล ที่เป็นช่องว่างระหว่างผู้ได้รับข่าวสาร และผู้ไม่ได้รับข่าวสาร โดยที่ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่เสมอภาคของการเข้าถึงข้อมูล ความรู้ต่างๆ อาจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มคือ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน (เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต) ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เช่น รายได้ ระดับการศึกษา เพศ อายุ) ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาล (เช่น การเปิดเสรีทางการค้า หรือ นโยบายภาษี) และปัจจัยอื่นๆ (เช่น ประเภทของธุรกิจที่อาจจะต้องใช้ ICT มากกว่าสาขาอื่น) ซึ่งในปี 2544 ประเทศไทยนับว่ามีความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและข้อมูลข่าวสารเป็นอย่างมาก โดยวัดจากการมีการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (ทั้งระดับประชากรและครัวเรือน) จำแนกโดยภาค และการอยู่ใน/นอกเขตเทศบาล

อินเทอร์เน็ตกับการบริการของภาครัฐ (2545)

ICT (และอินเทอร์เน็ต) นำมาซึ่งความคาดหวังว่าจะทำให้เกิดการปฏิรูปกระบวนการทำงานของระบบราชการ ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) ขึ้น ที่เน้นสร้างบริการตามความต้องการของประชาชน ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการของรัฐได้มากขึ้น และให้มีการใช้สารสนเทศในการบริหารและบริการของภาครัฐมากขึ้น ตัวอย่างโครงการนำร่องด้าน e-Government

ได้แก่ โครงการ e-Revenue โครงการ e-Procurement และ e-Auction
โครงการ Smart Card หรือโครงการสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ
(สบทร) เป็นต้น

เด็กและเยาวชนบนโลกอินเทอร์เน็ต (2546)

ในราวปี 2546 อินเทอร์เน็ตได้พัฒนาขึ้นจนแทรกซึมเข้าไปในทุกภาค
ส่วนของสังคม และเข้ามามีส่วนสำคัญต่อการดำเนินชีวิต กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่
ขยายตัวอย่างรวดเร็วกลุ่มหนึ่งคือ เด็กและวัยรุ่นที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งไม่เพียงแต่
จะได้รับผลดีจากการใช้อินเทอร์เน็ต เช่น การศึกษาหาความรู้ ความบันเทิง หรือ
แม้แต่การพัฒนาทักษะที่มีประโยชน์ แต่ก็ยังเป็นกลุ่มเสี่ยงเป็นอย่างมากที่จะได้รับ
ผลกระทบเชิงลบด้วยเช่นกัน เช่นกรณีปัญหาที่เกิดจากเกมออนไลน์ที่อาจทำให้
เด็กเกิดความก้าวร้าว เสียสุขภาพจากการนั่งเล่นเกมเป็นเวลานาน เสียค่าใช้จ่ายใน
การเล่นเกม หรือ เสี่ยงการเรียนอันควรเป็นหน้าที่หลักของเด็กและเยาวชน ซึ่ง
มาตรการสำหรับปัญหานี้อาจมีได้ เช่น การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม ที่พ่อแม่
ผู้ปกครอง และครู ให้ความเอาใจใส่สนใจต่อพฤติกรรมของเด็ก หรืออาจส่งเสริม
ให้เด็กเข้าสู่อุตสาหกรรมเกมออนไลน์และมัลติมีเดีย เป็นการใช้เวลาอย่าง
สร้างสรรค์ หรือการพัฒนาเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับเด็กมากขึ้น เพื่อให้เด็กหันไป
สนใจทำกิจกรรมออนไลน์อื่น ๆ นอกเหนือไปจากการเล่นเกม เป็นต้น

โอกาสและความท้าทายของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (2547)

บริการอินเทอร์เน็ตยุคปัจจุบัน จะต้องมีความเร็วสูงขึ้นเพื่อรองรับ
แอปพลิเคชันใหม่ๆที่กำลังเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึง และได้ตอบกับระบบ
มัลติมีเดีย การส่งภาพความคมชัดสูง การประชุมทางไกลเพื่อการพาณิชย์ และการ
บันเทิง เป็นต้น ซึ่งบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือบรอดแบนด์มีหลาย

ประเภทไม่ว่าจะเป็นบริการผ่านคู่สายโทรศัพท์เช่น xDSL บริการเคเบิลโมเด็ม วงจรเชื่อมต่อความเร็วสูงแบบไร้สาย บรอดแบนด์ผ่านดาวเทียม หรือการเชื่อมต่อผ่านโครงข่ายใยแก้วนำแสง FTTH/FTTx

ประโยชน์ของบรอดแบนด์นั้นมีมากมาย ขึ้นอยู่กับการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา e-Government, e-Business, e-Learning, e-Health/ Telemedicine, Telecommuting และ (ที่สำคัญไม่แพ้กัน) Media and Entertainment อย่างไรก็ตามประเด็นที่สำคัญที่สุดคือ รัฐบาลจะต้องแก้ปัญหาช่องว่างดิจิทัล ไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาบรอดแบนด์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริการบรอดแบนด์ที่ยังจำกัดอยู่เฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และอำเภอเมืองของจังหวัดใหญ่

อินเทอร์เน็ตกับการหลอมรวมสื่อ (2548)

อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นตัวกลางสำคัญของการหลอมรวม (Convergence) ของสื่อโทรคมนาคม สารสนเทศ และวิทยุโทรทัศน์เข้าด้วยกัน ซึ่งการหลอมรวมนี้ก็ได้หลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการหลอมรวมของเนื้อหา การหลอมรวมของบริการ การหลอมรวมของโครงข่าย หรือแม้แต่การหลอมรวมของอุปกรณ์ลูกข่าย การหลอมรวมสื่ออาจยกตัวอย่างเช่น การให้บริการโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และวิทยุโทรทัศน์ แบบหลอมรวมบนเครือข่ายเดียวกัน ที่เรียกกันว่า Triple Play การฟังเพลง/ ดูทีวีออนไลน์ หรือ การประชุมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ซึ่งในขณะที่ยังการหลอมรวมของสื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของการให้บริการ และทำให้ผู้บริโภคสะดวกสบาย รวมทั้งได้รับบริการที่หลากหลายยิ่งขึ้น การหลอมรวมสื่อนี้ยังทำให้เกิดประเด็นเชิงนโยบายภาครัฐหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น ความท้าทายในการกำกับดูแล บริการโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต การกำกับดูแลการแพร่ภาพโทรทัศน์และรายการ

วิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต การวางแผนจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับระบบโทรทัศนิจิทัล และระบบสื่อสารไร้สายสมัยใหม่ หรือแม้แต่การออกนโยบายที่เกี่ยวกับการกระจายบริการ (หลอมรวม) เพื่อความทั่วถึงและเท่าเทียม ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะต้องได้รับการหารือเพื่อการออกนโยบายที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมโดยรวม

เนื้อหาดิจิทัลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2550)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีบรอดแบนด์โดยเฉพาะระบบไร้สาย ทั้งในเชิงโครงข่าย อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้นนอกเหนือไปจากการใช้อีเมลล์ หรือการหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตผ่านเบราว์เซอร์แบบเดิม ๆ ในกรณีของประเทศไทยเนื้อหาดิจิทัลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Content) ที่นิยมกันมาก ได้แก่ SMS, Mobile Game, Pics & Ringtone, Website, และ MMS และปัจจัยที่ทำให้เกิดการบริโภคเนื้อหาดิจิทัลเหล่านี้ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้บริการ ความแปลกใหม่/ ทันสมัย ราคาที่ไม่แพง ความสามารถในการเลือกรับชมและฟังรายการย้อนหลัง และความสามารถในการเลือกรับชมและฟังรายการของต่างประเทศ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม Mobile Content เกิดในยุคของการหลอมรวมสื่อ ทำให้ยากต่อการกำกับดูแล ณ ปัจจุบันไม่มีรัฐบาลยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนสำหรับการกำกับดูแลเนื้อหาดิจิทัลต่างๆ

สังคมออนไลน์ (2551)

ปี 2551 สังคมออนไลน์ได้กลายเป็นคำที่คุ้นหูผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งคำว่าสังคมออนไลน์ หรือ Social Networking นี้ก็คือการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ที่เรียกกันว่า Web 2.0 ที่เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างบุคคลที่มีเครือข่ายสังคมของตนเองอยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยที่วัตถุประสงค์หรือประเภทของสังคมออนไลน์

นั้นมีมากมาย ไม่ว่าจะเป็น เครือข่ายข้อมูล สารานุกรม ความรู้ (เช่น Wikipedia, Gotoknow, Blognone) เครือข่ายธุรกิจ (เช่น Linkedin) เครือข่ายเพื่อน (เช่น Hi5, Facebook, Myspace) เครือข่ายแพร่ภาพและวิดีโอ (เช่น Youtube, Multiply) เครือข่ายแลกเปลี่ยนรูปภาพ (เช่น Flickr, Photobucket) เครือข่ายสินค้าและประมูลออนไลน์ (เช่น Amazon, eBay) เครือข่ายเกมออนไลน์ (เช่น Ragnarok) หรือเครือข่ายเว็บสารบัญ (เช่น Digg, Zickr)

ซึ่งผลดีของสังคมออนไลน์ (จากผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2551) มีหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ สารบันเทิง เป็นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดอย่างอิสระ เป็นแหล่งหาเพื่อน หรือแม้แต่การใช้สังคมออนไลน์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจ ส่วนข้อพึงระวังนั้น อาจเป็นการใช้สังคมออนไลน์ให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์ เพราะปัจจุบันยังไม่มีมาตรการควบคุมคุณภาพ หรือกำกับดูแลเนื้อหาต่าง ๆ ที่อยู่บนเว็บสังคม (ออนไลน์) เหล่านี้

ข่าวออนไลน์ (2552)

ข่าวออนไลน์ในที่นี้หมายถึงการรับข้อมูลข่าวต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเป็นการรับข้อมูลข่าวผ่านอุปกรณ์ปลายทางรูปแบบใหม่ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือเครื่องอ่านอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งข่าวออนไลน์ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่การนำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์ (เช่น cnn.com) ผ่านเว็บบอร์ด (เช่น pantip.com) ผ่านเว็บบล็อก (เช่น Slashdot) และผ่านเว็บไมโครบล็อก (เช่น twitter.com)

การบริโภคข่าวออนไลน์นั้นมีข้อดีหลายประการไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วมของผู้อ่าน หรือการประหยัดเงิน อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้ใครก็สามารถจะให้ข่าว หรือเผยแพร่ข่าวได้ ซึ่งอาจทำให้เกิดข่าว/ ข้อมูลข่าวสาร จำนวนมากที่ขาดวิจารณญาณ

ขาดความเป็นกลางในการนำเสนอ เป็นเท็จ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือละเมิดลิขสิทธิ์ได้

แอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (2553)

ในปีนี้ (2553) โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์พกพาขนาดเล็กได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของทุกคนเพิ่มขึ้นอย่างปฏิเสธไม่ได้ อุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Device) เหล่านี้ ครอบคลุมอุปกรณ์ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone, Personal Digital Assistant (PDA), Pocket PC, e-Reader, และ Global Positioning System (GPS) Navigator ส่วนแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เหล่านั้นนั้น ส่วนใหญ่นิยมติดตั้งผ่านผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator) เป็นหลัก และรองลงมาจึงจะเป็นการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจาก Appstore ของค่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

สำหรับประเภทของแอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เหล่านี้ที่ได้รับความนิยมในปี 2553 มากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อการรับส่งอีเมล (Email Clients) เพื่อเข้าเว็บสังคม (Social Network Clients) เพื่อค้นหาเว็บไซต์ (Mobile Web Browser) เพื่ออ่านข่าวและติดตามข้อมูล (News & RSS Feed) และเพื่อสื่อสารข้อความ (IM Clients) ส่วนประเภทของมัลติมีเดีย แอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมได้แก่ แอปพลิเคชันที่ใช้ ฟังเพลง (Audio Player) เล่นเกม (Mobile Game) จัดการรูปภาพ(Image Viewer) ชมถ่ายทอดสด (Streaming Player) และ ดูคลิป (Video Player) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม อุปสรรคใหญ่ของการใช้แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน คือการรับส่งสัญญาณระบบไร้สายที่ยังช้าอยู่ หรือการไม่มีสัญญาณ ประเทศไทยยังต้องพัฒนาต่อไปในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานสำหรับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบบไร้สาย เช่น 3G LTE หรือ WiMAX เพื่อรองรับการเติบโตของการใช้แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เหล่านี้

บทสรุป

สรุปโดยรวมแล้ว ผลของการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ทั้ง 11 ปีในเชิงเปรียบเทียบแสดงให้เห็นทั้งผลเชิงบวก และเชิงลบของการพัฒนาอินเทอร์เน็ตประเทศไทย โดยที่

ปัจจัยบวกพื้นฐานคือการมีคอมพิวเตอร์ในแทบจะทุกบ้านของกลุ่มผู้ตอบแบบสำรวจนี้ มีกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มีการใช้ broadband เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และสามารถอนุมานได้ว่า เรามีการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับที่ตีพอสมควรสำหรับประชาชนในเขตเมือง

ปัจจัยลบที่พบจากผลการสำรวจนี้ มีหลายประการ ในเชิงลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุค่อนข้างน้อยในวัยทำงาน หรือกำลังศึกษา และเป็นผู้อยู่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล หรือเขตเมืองอำเภอเมืองในจังหวัดต่าง โดยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากนอกเขตเทศบาลหรือชนบทน้อยมาก และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเหล่านี้เป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการมีอยู่ของช่องว่างดิจิทัลในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเด็นที่จะต้องเร่งแก้ไข

ในเชิงพฤติกรรม พบว่าปัญหาใหญ่ที่พบบนอินเทอร์เน็ต คือปัญหาการติดไวรัสซึ่งเป็นประเด็นความมั่นคงปลอดภัยของเครื่องคอมพิวเตอร์และเครือข่าย ปัญหาความล่าช้าของการรับส่งข้อมูลซึ่งเป็นประเด็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปัญหาแหล่งข้อมูลทางเพศบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นปัญหาสังคม และปัญหาค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้ตอบแบบสำรวจยังเห็นว่าแพงอยู่ ซึ่งปัญหานี้เป็นประเด็นการกำกับดูแล และการสร้างอุปสงค์ในตลาดที่จะต้องแก้เพื่อนำอินเทอร์เน็ตและ broadband ไปสู่ผู้ใช้ในวงกว้างมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยลบที่เป็นปัญหาใหญ่อีกหนึ่งประการ กล่าวคือ ผลสำรวจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตนั้น แสดงให้เห็นว่าคนไทย ยังไม่นิยมซื้อ

สินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยให้ความเห็นว่า ไม่สามารถจับต้องสินค้าได้ ไม่ไว้วางใจผู้ขาย ไม่ต้องการให้หมายเลขบัตรเครดิต และไม่มั่นใจในระบบชำระเงิน ตรงนี้เป็นภาพสะท้อนความไม่เชื่อมั่นของผู้บริโภคที่กลัวการซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ตแล้วจะมีความยุ่งยากตามมาโดยไม่มีหน่วยงาน หรือกระบวนการในการช่วยเหลืออย่างเพียงพอ ทันทีทันที่

สำหรับประเด็นเด่นที่ทางศูนย์ฯ นำเสนอในแต่ละปี เมื่อกลับไปพิจารณาย้อนหลังอีกครั้งจะพบหลายประเด็นที่เป็นประเด็นปัญหามานานหลายปี แต่ยังไม่สามารถแก้ไขให้ลุล่วง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาช่องว่างดิจิทัล ซึ่งยังมีอยู่จริงในสังคมไทย โครงการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์และการเข้าถึงบริการของภาครัฐผ่านทางสื่อ ICT ซึ่งยังต้องพัฒนาอีกไกล หรือประเด็นท้าทายในเชิงการกำกับดูแลที่เกิดจากการหลอมรวมของสื่อ ซึ่งแต่ละกระบวนการใช้เวลายาวนานมาก เป็นต้น

สุดท้าย เนื่องจากปีนี้เป็นที่ 11 ของการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต คณะทำงานหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะใช้โอกาสนี้ปรับปรุงแนวทางการเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผลการสำรวจครั้งต่อไปที่จะเกิดขึ้นมีความถูกต้อง ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ยิ่งขึ้นไป

รายนามคณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

ดร.พันธ์ศักดิ์ ศิริรัชตพงษ์

ดร.ชฎามาศ ธุวะเศรษฐกุล

ดร.กษิติธร ภูภราดัย

จัดทำรายงานสรุป

กษมา กองสมัคร

ประสานงาน

วิภาภรณ์ บุตรเมฆ