

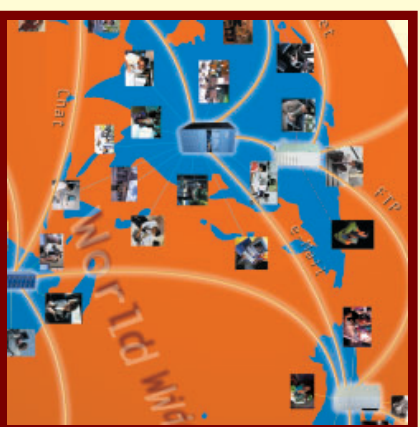
รายงานผลการสำรวจ กลุ่มผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศไทย ปี 2547

Internet User Profile of Thailand 2004



ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศไทย ปี 2547



ฝ่ายพัฒนานโยบายและกฎหมาย
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
73/1 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 02-644-8150.9 ต่อ 626
โทรสาร 02-644-6653

Policy and Legal Development
National Electronics and Computer Technology Center
National Science and Technology Development Agency
Ministry of Science and Technology
73/1 Rama VI Rd., Ratchathewi,
Bangkok 10400, THAILAND
Tel. +66 (0)2-644-8150..9 ext. 626 Fax. +66 (0)2-644-6653

ISBN 974-229
ราคา 80 บาท

<http://www.nectec.or.th/pld/>

รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย ปี 2547

Internet User Profile of Thailand 2004



รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2547

Internet User Profile of Thailand 2004

ISBN 974-229-730-4

พิมพ์ครั้งที่ 1 (มีนาคม 2548)

จำนวน 2,000 เล่ม

ราคา 80 บาท

สงวนลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2548 ตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537
โดย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
ไม่อนุญาตให้คัดลอก ทำซ้ำ และดัดแปลง ส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือฉบับนี้
นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์เท่านั้น

Copyright©2005 by:

National Electronics and Computer Technology Center
National Science and Technology Development Agency
Ministry of Science and Technology
112 Thailand Science Park, Phahon Yothin Road,
Klong 1, Klong luang, Pathumthani 12120, THAILAND.
Tel. +66(0)2-564-6900 Fax. +66(0)2-564-6901..2

จัดทำโดย:



ฝ่ายพัฒนานโยบายและกฎหมาย

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

73/1 อาคาร สวทช. ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-644-8150..9 ต่อ 635 โทรสาร 02-644-6653

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

e-mail: info-nitc@nectec.or.th

จัดจำหน่ายโดย:

บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ชั้นที่ 19 อาคารเนชั่นทาวเวอร์ เลขที่ 46/87-90 ถนนบางนา-ตราด

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 02-751-5885, 02-751-5888 โทรสาร 02-751-5051 (แผนกขาย)

คำนำ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ได้จัดทำ การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขึ้นเป็นปีที่ 6 ติดต่อกันนับตั้งแต่ ปี 2542 เพื่อเก็บรวบรวมลักษณะของผู้ใช้และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ คนไทย(ส่วนหนึ่ง) ไว้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการใช้และ พฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง แบบสอบถามทุก ๆ ปี จะมีการปรับปรุง/เพิ่มเติมแบบสอบถามบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ ปัจจุบัน โดยแบบสอบถามประจำปี 2547 นี้ ได้เพิ่มคำถามเกี่ยวกับการใช้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง(broadband) ซึ่งเป็นรูปแบบการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

เนื่องจากการสำรวจฯ ได้ทำมาเป็นปีที่ 6 แล้ว ในปีนี้จึงมีการปรับปรุง รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล ให้มีความละเอียดมากขึ้น โดยการแยกผู้ตอบ แบบสอบถามออกเป็นกลุ่ม ๆ และวิเคราะห์พฤติกรรมแยกกลุ่มเปรียบเทียบกัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการสำรวจออนไลน์ มีลักษณะเป็นการเข้ามาตอบโดย สัมผัสใจ (self-selection) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นข้อมูลที่ได้นี้อาจ ไม่สามารถเป็นตัวแทนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดในประเทศไทยได้ แต่ก็สามารถ นำเสนอพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตได้ในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะพฤติกรรม ที่เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันยังมีผู้ใช้น้อยราย แต่จำนวนผู้ใช้ได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

การสำรวจประจำปีนี้ได้รับความอนุเคราะห์แนวทางการจัดทำ แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จากทั้งผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และผู้ให้บริการเนื้อหา (content) ที่เกี่ยวข้องหลาย ราย ในส่วนของการประชาสัมพันธ์แบบสอบถามนั้น ได้รับความอนุเคราะห์

ติดป้ายประกาศเชิญชวนให้ตอบแบบสอบถามจากเว็บไซต์หลายแห่ง ไม่ว่าจะ
จะเป็น sanook.com (และเว็บไซต์ในเครือเอ็มเว็บ) สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย
(webmaster.or.th) dailynews.co.th hunsa.com kapook.com pantip.com
shinee.com siam2you.com siamguru.com thairath.co.th thaigoodview.com
thaiheadline.com thaiseconhand.com 365jukebox.com ซึ่งศูนย์ฯ
ขอขอบพระคุณ ไว้ ณ ที่นี้

ด้วยความขอบพระคุณ
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
มีนาคม 2548

สารบัญ

คำนำ

แผนภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

บทความเรื่อง : อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทย:โอกาสและ

ความท้าทาย..... 1

รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2547

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร 26

ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 32

พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต..... 52

การซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต 81

การใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง..... 92

ภาคผนวก

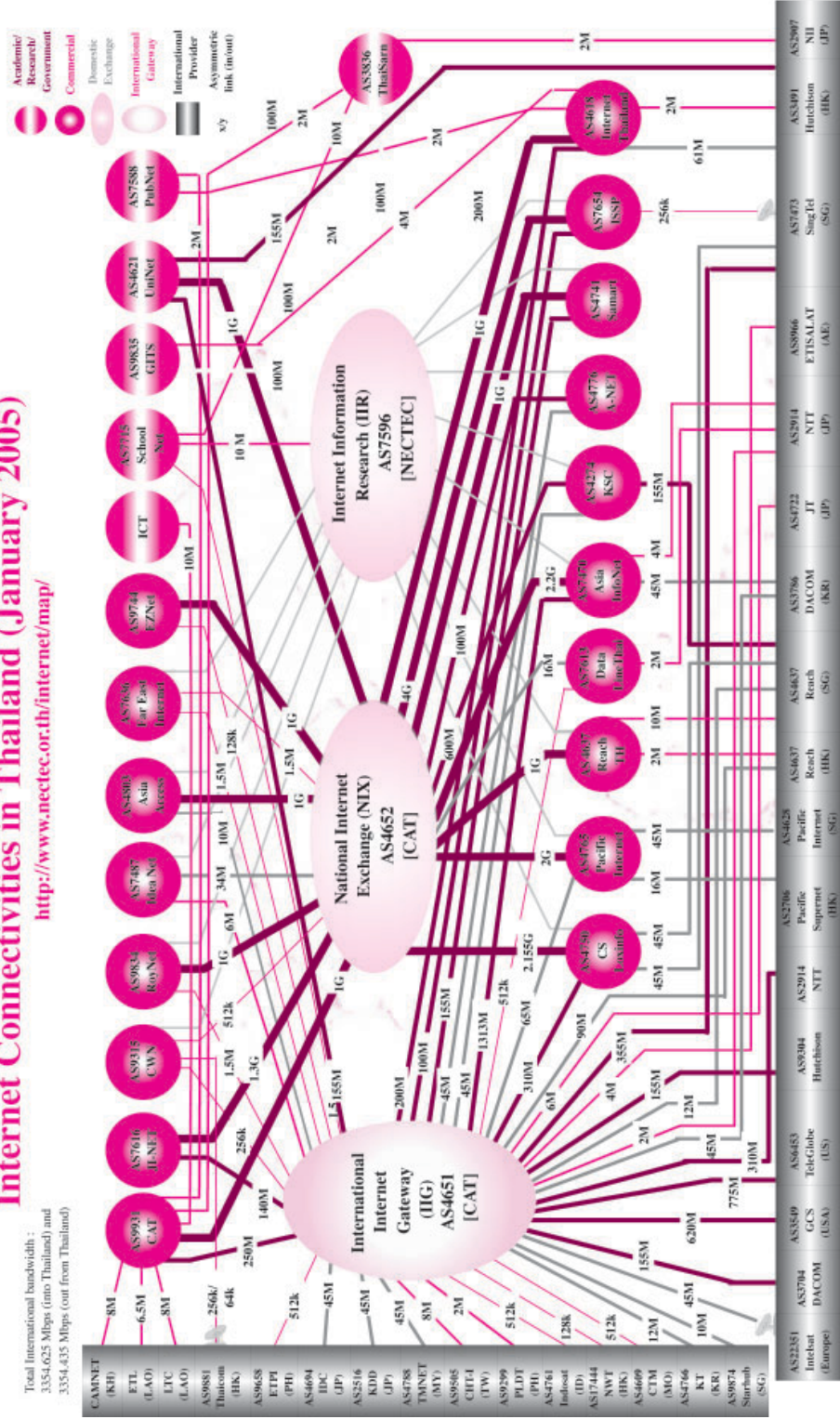
แบบสอบถามออนไลน์ 120

รายนามผู้ร่วมจัดทำ 129

Internet Connectivities in Thailand (January 2005)

Total International bandwidth :
3354,625 Mbps (into Thailand) and
3354,435 Mbps (out from Thailand)

<http://www.nectec.or.th/internet/map/>



This chart is designed, maintained and copyrighted by Chaitichai Chan-In and Thaweesak Kooanantakool - NTL-NECTEC. All rights reserved. The information contained in this chart is based on actual measurements and estimation. We welcome update information, but reserve the rights to verify the accuracy of the given information. Please contact us at ir-admin@nectec.or.th . For authoritative information please contact Communications Authority of Thailand.

DISCLAIMER
Chart Date: 2005-01-01



NECTEC Internet Information Resource Center, ๓๗๗๗ (www.nectec.or.th/internet)

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทย: โอกาสและความท้าทาย

กาญจนา วานิชกร
ทวีศักดิ์ กอนันตกุล
ชฎามาศ ธุวะเศรษฐกุล
สิรินทร ไชยศักดิ์

1. บทนำ

บริการอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เริ่มมีความจำเป็นจะต้องมีความเร็วสูงขึ้น เนื่องจากแหล่งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้มีข่าวสารข้อมูลประเภทภาพนิ่ง (ความชัดสูง) ภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอ และ แอนิเมชัน) และเสียงพูด เสียงเพลงคุณภาพสูง หรือแม้กระทั่งภาพและเสียงจากการเรียนการสอนและการประชุมทางไกล เทคโนโลยีที่ทำให้สามารถให้บริการผู้ใช้ในการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูง (ตั้งแต่ 256 กิโลบิตขึ้นไป จนถึงประมาณ 10-20 ล้านบิตต่อวินาที มีชื่อเรียกว่า “เทคโนโลยีบรอดแบนด์” หรือ “อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์” (Broadband Internet) บรอดแบนด์คือประตูเข้าสู่อินเทอร์เน็ตยุคใหม่ เพื่อการเข้าถึงและโต้ตอบกับระบบสื่อผสม เพื่อการโอนภาพความคมชัดสูง การประชุมทางไกลด้วยระบบโทรทัศน์ เพื่อการศึกษาทางไกล การพาณิชย์และการบันเทิง

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในสำนักงาน มีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ได้ไม่มากนัก เพราะอาคารสำนักงานต่างๆ มักจะมีการเชื่อมต่อวงจรสื่อสารด้วยใยแก้วนำแสง ที่สามารถรองรับความเร็วในการรับส่งข้อมูลไปถึงผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตได้ดีถึง 1 Gbps (หนึ่งพันล้านบิตต่อวินาที) ได้ สำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไปยังที่บ้าน มักจะใช้ระบบ

ADSL ซึ่งใช้การพ่วงกับสายโทรศัพท์ทั่วไป หรือ อาจจะใช้ cable modem พ่วงเข้ากับสาย cable tv ก็ได้ ซึ่งในประเทศไทย ระบบ ADSL ได้รับความนิยมใช้กันกว้างขวางกว่าระบบอื่น นอกจากนี้ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีโอกาสเข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูงผ่านระบบเครือข่ายท้องถิ่นไร้สาย (wireless LAN) และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่สามและสี่ (3G และ 4G) ในอนาคตอันใกล้

บทความนี้จะกล่าวถึงแนวโน้มของการพัฒนาอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริการและการประยุกต์ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายและบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทย และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ทั้งนี้ภายใต้บริบทที่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถเป็นทั้งโอกาส และความท้าทายสำหรับประเทศไทย

2. นิยามของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

นิยามของบรอดแบนด์หรืออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีการกำหนดไว้หลากหลาย เช่น

สมาพันธ์โทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union: ITU) กำหนดนิยามของบรอดแบนด์ไว้ในเอกสาร ITU-T Recommendation I.113 ว่า คือ ความสามารถในการรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วที่สูงกว่าความเร็วในการรับส่งข้อมูลแบบ ISDN primary rate (1.5 Mbps หรือ 2 Mbps)

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมแห่งสหรัฐอเมริกา (US Federal Communications Commission: FCC) กำหนดนิยามของบรอดแบนด์ไว้ว่า คือ ความสามารถในการรับส่งข้อมูลที่มีความเร็วเกินกว่า 200 kbps ในช่วงโครงข่ายปลายทาง (last mile access network)

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) กำหนดนิยามของบรอดแบนด์ว่าคือความสามารถในการรับส่งข้อมูลที่เกิดขึ้นกว่า 256 kbps ในทิศทาง downstream หรือจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider) ไปสู่ผู้รับบริการ (end user) และเกินกว่า 128 kbps ในทิศทาง upstream หรือจากผู้รับบริการไปสู่อินเทอร์เน็ต

สำหรับในประเทศไทยนั้น ยังไม่ได้มีการกำหนดนิยามของบรอดแบนด์หรืออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไว้อย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม คณะผู้ศึกษาพบว่า บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ให้บริการในประเทศไทย มีความเร็วเริ่มต้นที่ 128 kbps ซึ่งเรียกได้ว่าค่อนข้างต่ำกว่ามาตรฐานสากล ดังนั้น ในการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2547 ในส่วนที่มีคำถามเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คณะผู้ศึกษาจึงได้ให้คำนิยามของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไว้ว่า หมายถึงความสามารถในการรับส่งข้อมูลที่มีความเร็วเกินกว่า 128 kbps

ด้วยแนวคิดที่หลากหลายเกี่ยวกับนิยามของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ผู้เขียนมีความเห็นว่า เนื่องจากบริการบนอินเทอร์เน็ตมีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว สิ่งที่น่ายามว่าเป็นบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือ broadband ในปัจจุบัน ในอนาคตเราอาจจะกำหนดค่าเริ่มต้นที่สูงกว่า 128 kbps ดังนั้น นิยามของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จึงอาจกำหนดเป็นความหมายกว้าง ๆ อาทิ ความสามารถในการรับส่งข้อมูล เสียง และภาพด้วยความเร็วสูงระดับหนึ่งที่สามารถรองรับบริการบนอินเทอร์เน็ตที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อแตกต่างสำคัญประการหนึ่งของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบบรอดแบนด์ กับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบ dial-up หรือ narrowband คือ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบบรอดแบนด์ไม่ว่าจะโดยเทคโนโลยีใดก็ตาม (อาทิ

xDSL, cable modem หรือ broadband satellite) จะเป็นแบบ always-on กล่าวคือ ผู้ใช้จะเข้าสู่อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา รวมทั้งในขณะที่ใช้พูดโทรศัพท์

3. การเชื่อมต่อสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ทางเลือกในการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ตามลักษณะของผู้รับบริการ คือ 1) แบบองค์กร และ 2) แบบครัวเรือนหรือแบบส่วนบุคคล

ในปัจจุบัน องค์กรหรือบริษัทใหญ่ ๆ มักเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านทาง วงจรเช่า (leased line) ซึ่งบางครั้งก็เป็นส่วนหนึ่งของบริการโครงข่ายใยแก้วนำแสง (optical fiber network) ซึ่งมีประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วสูง การเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบองค์กรนั้น ผู้ให้บริการจะจัดวงจรจำเพาะให้แก่ผู้รับบริการเป็นราย ๆ ไป ตามความต้องการในการใช้งานของผู้รับบริการ โดยทั่วไปนั้นในองค์กรมักจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตพร้อมกันหลายเครื่อง ดังนั้นความเร็วในการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบองค์กรมักมีความเร็วตั้งแต่ 1 Mbps ขึ้นไป จึงจะถือว่าเร็ว

สำหรับบริการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบครัวเรือนนั้น ในปัจจุบัน มีอยู่ด้วยกันหลายทางเลือก ซึ่งสามารถแบ่งตามประเภทของสื่อและเทคโนโลยีโครงข่ายปลายทาง (last-mile access technologies) ดังนี้

3.1 อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านคู่สายโทรศัพท์ (Digital Subscriber Line (xDSL))

บริการ Digital Subscriber Line (xDSL) คือบริการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านทางโครงข่ายโทรศัพท์ บริการ xDSL มีหลายประเภท ดังสรุปในตารางที่ 1 (จึงนิยมใช้ตัว x นำหน้า DSL เพื่อแสดงว่ามีบริการ

หลายประเภท) ความแตกต่างของบริการแต่ละประเภทขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการและความเร็วในการรับส่งข้อมูล

ตารางที่ 1. บริการ xDSL ประเภทต่าง ๆ

ประเภทของบริการ	ลักษณะของบริการ
ADSL (Asymmetric DSL)	ออกแบบสำหรับการใช้งานที่ต้องการความเร็วในการรับข้อมูล (downstream) มากกว่าความเร็วในการส่งข้อมูล (upstream) เหมาะสำหรับใช้ในครัวเรือน ความเร็วในการรับส่งข้อมูลสามารถปรับได้สูงสุดถึง 6.1 Mbps ขึ้นกับคุณภาพของคู่สายโทรศัพท์และระยะทางระหว่างจุดรับบริการและชุมสายโทรศัพท์ (ปัจจุบัน ในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี ได้มีการพัฒนาให้มีความเร็วสูงขึ้นถึง 26 Mbps แล้ว)
SDSL (Symmetric DSL)	ออกแบบสำหรับการใช้งานที่ต้องการความเร็วในการรับและส่งข้อมูลที่เท่าๆกัน เหมาะสำหรับบริการ web hosting หรือ servers ที่ต้องการรับและส่งข้อมูลปริมาณมาก
IDSL (ISDN DSL)	ประยุกต์จากบริการ ISDN โดยมีความเร็วในการรับและส่งข้อมูล 144 kbps ในแต่ละทิศทาง
RADSL (Rate-Adaptive Asymmetric DSL)	ประยุกต์จากบริการ ADSL โดยปรับความเร็วตามคุณภาพของคู่สายโทรศัพท์ ความเร็วในการรับข้อมูลได้สูงสุด 7 Mbps และ ส่งข้อมูลได้สูงสุด 1.5 Mbps
HDSL (High Bit Rate DSL)	ออกแบบสำหรับใช้งานในองค์กร โดยมีความเร็วในการรับส่งข้อมูลสูงสุด 2 Mbps ในแต่ละทิศทาง โดยใช้สายเคเบิลโทรศัพท์ 2 คู่สาย
VDSL (Very High Bit Rate DSL)	ออกแบบสำหรับใช้งานที่ต้องการความเร็วสูงมาก โดยมีความเร็วสูงสุดประมาณ 51-55 Mbps แต่จำกัดสำหรับผู้รับบริการที่อยู่รัศมี 1-1.5 กิโลเมตรจากชุมสายโทรศัพท์เท่านั้น

ในปัจจุบัน ผู้ให้บริการโทรศัพท์ทั่วประเทศกำลังเพิ่มอุปกรณ์เข้ากับโครงข่ายของตนให้สามารถเพิ่มบริการ xDSL ให้แก่ผู้ใช้บริการได้ และด้วยความทั่วถึงของโครงข่ายโทรศัพท์ในประเทศไทยเมื่อเทียบกับโครงข่ายโทรคมนาคมประเภทอื่น ประกอบกับราคาค่าบริการที่ลดลง ทำให้บริการ xDSL เป็นบริการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือนที่นิยมที่สุดในประเทศไทยอยู่ในขณะนี้ ผลของการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2547 พบว่า ร้อยละ 68.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจำนวน 9,150 คน ใช้บริการ xDSL เพื่อเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

3.2 อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านเคเบิลโมเด็ม (Cable Modem)

บริการเคเบิลโมเด็ม (cable modem) เป็นบริการเชื่อมต่อสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านทางโครงข่ายเคเบิลทีวี (Cable TV Network) ความเร็วในการรับส่งข้อมูลสามารถปรับได้สูงสุดถึง 10 Mbps บริการเคเบิลโมเด็มในประเทศไทยยังไม่เป็นที่นิยมมากนักเนื่องจากข้อจำกัดของโครงข่ายเคเบิลทีวีและพื้นที่บริการที่จำกัดกว่าโทรศัพท์ อย่างไรก็ตาม บริการเคเบิลโมเด็มเป็นบริการเชื่อมต่อสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศในยุโรปหลายประเทศ เนื่องจากประชาชนในประเทศเหล่านั้นนิยมใช้บริการเคเบิลทีวีอย่างกว้างขวางอยู่แล้ว จึงสะดวกในการรับบริการเคเบิลโมเด็มเพิ่มเติมเป็นบริการเสริม

3.3 วงจรเชื่อมต่อความเร็วสูงแบบวิทยุ (Broadband Fixed Wireless)

เป็นบริการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่กำลังได้รับความสนใจอย่างสูงในขณะนี้ โดยเป็นการเชื่อมต่อผ่านทางโครงข่ายบรอดแบนด์ไร้สาย เนื่องจากความสะดวกและรวดเร็วในการติดตั้งบริการที่ไม่ต้องมีการเดินคู่สายหรือเคเบิลต่าง ๆ ให้ยุ่งยาก ระหว่างจุดรับบริการและจุดให้บริการ บริการบรอดแบนด์

ไร้สายที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน คือบริการ Wireless LAN ซึ่งเริ่มต้นจากการใช้งานในองค์กร และได้แพร่กระจายไปยังร้าน Internet Cafe' โรงแรม คอนโดมิเนียม สนามบิน ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในชื่อบริการ WiFi HotSpot กล่าวคือบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สายโดยใช้มาตรฐาน IEEE 802.11 (WiFi) ด้วยความเร็วในการรับส่งข้อมูลประมาณ 2-11 Mbps (ตามมาตรฐาน IEEE 802.11b) หรือสูงสุดถึงกว่า 50 Mbps (ตามมาตรฐาน IEEE802.11a) ในรัศมีบริการไม่เกิน 100 เมตร จากที่ตั้งของอุปกรณ์รับส่งสัญญาณ (access point)

เทคโนโลยีบรอดแบนด์ไร้สายอีกมาตรฐานหนึ่งที่กำลังเป็นที่จับตามองของนักพัฒนาโครงข่ายปลายทางและผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คือมาตรฐาน IEEE 802.16 หรือ WiMax ซึ่งมีประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วสูงถึงเกินกว่า 100 Mbps ในรัศมีบริการหลายสิบกิโลเมตร ขึ้นอยู่กับความถี่ที่ใช้ในการให้บริการ ในปัจจุบันบริการ Broadband Fixed Wireless ยังไม่ค่อยเป็นที่แพร่หลายนักในประเทศไทย เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่ ราคาแพง และเป็นการใช้คลื่นความถี่ที่คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ยังไม่ได้อนุญาต

3.4 อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียม (Broadband Satellite)

บริการบรอดแบนด์ผ่านดาวเทียม (Broadband Satellite) คือบริการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านทางโครงข่ายดาวเทียม อาทิ บริการ IP Star ของบริษัทชินแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งความเร็วในการรับส่งข้อมูลของบริการดังกล่าวสามารถเลือกได้ตามความเหมาะสมของการใช้งานและกำลังเงิน บริการบรอดแบนด์ผ่านดาวเทียมดังกล่าวมีรัศมีครอบคลุมทั่วพื้นที่ประเทศไทยและอีกหลายประเทศในเอเชียแปซิฟิก เนื่องด้วยความทั่วถึงของบริการดังกล่าวนี้เองทำให้บริการบรอดแบนด์ผ่านดาวเทียมเป็นทางเลือกที่สำคัญสำหรับให้บริการในพื้นที่ทุรกันดารหรือชนบทห่างไกลที่ยากต่อการติดตั้งบริการประเภทอื่น อย่างไรก็ตาม บริการบรอดแบนด์ผ่านดาวเทียมยังมีราคาค่าบริการที่ค่อนข้าง

สูงเมื่อเทียบกับบริการประเภทอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปกรณ์สำหรับผู้ใช้บริการ (customer premises equipment: CPE) ซึ่งราคาอาจสูงถึงกว่าหนึ่งแสนบาท

3.5 ทางเลือกอื่น ๆ

นอกเหนือจากทางเลือกในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือนดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้น ยังมีเทคโนโลยีทางเลือกอีกหลายประเภท อาทิ การเชื่อมต่อผ่านทางโครงข่ายใยแก้วนำแสง (fiber optic network) ซึ่งสามารถรับส่งข้อมูล เสียง ภาพและวิดีโอด้วยความเร็วสูงหลายร้อยล้านบิตต่อวินาที (Mbps) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ทางเลือกดังกล่าวยังไม่เป็นที่แพร่หลายนักในประเทศไทย เนื่องจากไม่ได้มีการลงทุนสร้างโครงข่ายใยแก้วนำแสงไปจนถึงครัวเรือน (fiber-to-the-home) ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนที่สูงมาก ประกอบกับความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือนไทยในปัจจุบันนั้นยังไม่มากนัก ผู้ประกอบการจึงไม่ได้ลงทุนสร้างโครงข่ายใยแก้วนำแสงไปสู่ครัวเรือน

ทางเลือกในการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอีกทางเลือกหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจในต่างประเทศคือการเชื่อมต่อผ่านทางสายไฟฟ้า (power lines) อย่างไรก็ตาม ยังอยู่ในขั้นวิจัยพัฒนา และทดลองภาคสนาม แต่ยังไม่มีการนำมาใช้ให้บริการในเชิงพาณิชย์

นอกเหนือจากนี้ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังสามารถทำได้โดยผ่านทางโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile network) ซึ่งมีเทคโนโลยีทางเลือกและความเร็วในการรับส่งข้อมูลดังสรุปในตารางที่ 2

ตารางที่ 2. บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
ผ่านทางโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นต่างๆ

รุ่นที่	เทคโนโลยี	ความเร็วสูงสุด
2G	GSM	14.4 kbps
	PHS, PDC	36 kbps
	CDMA	64 kbps
2.5G	GPRS	115 kbps
2.75G	EDGE	384 kbps
3G	UMTS	2 Mbps
4G	OFDM	20 – 54 Mbps

ที่มา: Durlacher, “UMTS Report: An Investment Perspective”

4. การประยุกต์ใช้งานและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

หากเปรียบเทียบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับถนนหนทาง อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงก็เปรียบเสมือนทางด่วนข้อมูลสายใหญ่ (Information Super Highway) ที่สามารถรองรับการจราจรของข้อมูล ในรูปของข้อความเสียง ภาพ และวิดีโอปริมาณมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเฉกเช่นเดียวกับถนนหนทาง อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะมีประโยชน์กับผู้ใช้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับการประยุกต์ใช้งาน ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับอินเทอร์เน็ตแบบ narrowband หรือ dial-up คือ ความเร็วในการรับส่งข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้น และ always-on capability กล่าวคือความสามารถในการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตตลอดเวลาโดยไม่สูญเสียความสามารถในการใช้โทรศัพท์ คุณสมบัติดังกล่าวทำให้ผู้ใช้สามารถกระทำกิจกรรมต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังมีศักยภาพอื่นๆ อีกมากมาย ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารของผู้คนในสังคม ในบาง

ประเทศ มีการให้บริการบรอดแบนด์ในราคาที่เท่ากับการใช้อินเทอร์เน็ตแบบ dial-up ซึ่งก็เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ประชาชนหันมาใช้บริการบรอดแบนด์กันอย่างมากภายในเวลาอันสั้น

หัวข้อต่อไปจะได้กล่าวถึงการประยุกต์ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

4.1 รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Government

Electronic Government (e-Government) หรือ รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ คือ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ในการให้บริการต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐ และส่งเสริมให้เกิดการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาชนทั่วไป ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ตลอดจนลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ตารางที่ 3 สรุปตัวอย่างของการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 3. การประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

การประยุกต์ใช้งาน	เทคโนโลยี	การใช้งานเครือข่าย
การเผยแพร่ข้อมูลของบริการภาครัฐสำหรับประชาชนทั่วไปบน WWW	HTML, HTTP, FTP, Telnet, Database, etc	การเข้าชมเว็บไซต์และ download ข้อมูล
บริการระหว่างภาครัฐและประชาชน (G2C) อาทิ ยื่นคำร้อง ชำระค่าบริการ ชำระภาษี ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง	HTML, HTTP, FTP, Telnet, Java, Database, etc	การ download และ upload ข้อมูล การโอนไฟล์อย่างมั่นคงและปลอดภัย (file transfer with security and privacy)

การประยุกต์ใช้งาน	เทคโนโลยี	การใช้งานเครือข่าย
บริการมัลติมีเดีย อาทิ การถ่ายทอดการประชุม	Streaming media, webcasting, HTTP, etc.	การถ่ายทอดสัญญาณเสียง ภาพ และวิดีโอผ่านเครือข่าย
บริการระหว่างภาครัฐและธุรกิจ (G2B) อาทิ การจัดซื้อจัดจ้าง	Electronic Data Interchange (EDI), PKI	ระบบเครือข่าย Time-Critical Interaction ที่มั่นคงและปลอดภัย
บริการระหว่างภาครัฐ (G2G) อาทิ การแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านระบบ intranet การประชุม video conference โทรศัพท์ VoIP	Integrated voice, data, Voice over IP	ระบบเครือข่าย Time-Critical Interaction ที่มั่นคงและปลอดภัย

4.2 e-Business

Electronic Business (e-Business) หรือ การประกอบธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ e-Business มิได้เฉพาะเจาะจงอยู่เพียงแค่ว่า e-Commerce ซึ่งเป็นเพียงการโฆษณาและการขายสินค้าผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่หมายรวมถึง การประกอบธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์สมัยใหม่ มาผนวกรวมกับกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการประกอบธุรกิจ

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงถือเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนา e-Business จะเห็นได้ว่าปัจจุบัน องค์กรและบริษัทส่วนใหญ่มีเว็บไซต์เผยแพร่ข้อมูล สินค้าและบริการต่างๆของตนบนอินเทอร์เน็ตที่นับวันมีสีสันเหมือนจริงและมีความเคลื่อนไหวมากขึ้น หลายบริษัทรับคำสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินแบบออนไลน์แบบเบ็ดเสร็จ โดยหากผู้ซื้อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ก็สามารถเขียนข้อความแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ขายแบบออนไลน์ได้ทันที ในอนาคตเมื่อมีการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างแพร่หลาย ผู้ซื้อสินค้าสามารถคลิกเพื่อพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของบริษัทขณะเลือกชมสินค้าบนเว็บไซต์ และแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าระหว่างกันแบบ interactive โดยผู้ขายสามารถสาธิตการใช้งานของสินค้าให้ผู้ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเสมือนตั้งผู้ซื้ออยู่ในร้านค้าของบริษัท เป็นต้น

ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงต่อการพัฒนา e-Business นอกเหนือจากความสะดวกรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการแล้ว ยังสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานของพนักงานในบริษัท ตลอดจนลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ อาทิ บริษัทที่มีสาขาอยู่หลายแห่งทั่วประเทศหรือทั่วโลกสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเอกสาร การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงาน การตรวจสอบจำนวนสินค้า หรือดำเนินการฝึกอบรม โดยกระทำกิจกรรมดังกล่าวผ่านทางอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรืออินทราเน็ต (Intranet) ขององค์กร เป็นต้น

4.3 e-Learning

e-Learning หรือ Distance Learning เป็นการศึกษาทางไกลโดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ หรือคอมพิวเตอร์ เป็นต้น e-Learning สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ 1) Synchronous Learning ซึ่งเป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์และถ่ายทอดสด (real-time) ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทใดประเภทหนึ่ง โดยผู้สอนและผู้เรียนอาจอยู่ในที่ห่างไกลกัน 2) Asynchronous Learning ซึ่งต่างจาก Synchronous Learning ที่การเรียนการสอนไม่จำเป็นต้องเป็นแบบ real-time ผู้สอนสามารถบันทึกการสอนและบทเรียนไว้ก่อนล่วงหน้า และผู้เรียนสามารถเข้าเรียนหรือเรียกดูบทเรียนได้ในเวลาต่อมา

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นตัวกลางสำคัญในการให้บริการ e-Learning โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนแบบ Synchronous ซึ่งต้องการความเร็วในการรับส่งข้อมูลที่อาจอยู่ในรูปแบบของ ภาพ เสียงและวิดีโอแบบ real-time ประโยชน์ของ e-Learning นั้นมีมากมาย อาทิ e-Learning เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปในที่ต่าง ๆ มีโอกาสเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนได้อย่างสะดวก คือให้บริการแบบ ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ลดการปิดกั้นและข้อจำกัดเรื่องเวลาและระยะทางการเข้าศึกษาเล่าเรียน นอกจากนี้ยังลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางอีกด้วย

4.4 e-Health / Telemedicine

e-Health หรือ Telemedicine คือ การให้บริการข้อมูลทางการแพทย์และตรวจรักษาสุขภาพผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ เนื่องด้วยจำนวนแพทย์และพยาบาลตลอดจนผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัด อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับบริการทางการแพทย์อย่างกว้างขวางในหลายประเทศ ในปัจจุบัน ผู้ป่วยที่อยู่ในที่ห่างไกลสามารถเข้าพบแพทย์ในโรงพยาบาลชั้นนำในเมืองหลวงเพื่อรับการวินิจฉัยโรคผ่านทางอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบมัลติมีเดีย แพทย์ในชนบทห่างไกลสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลประกอบการวินิจฉัยอาการของผู้ป่วยกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในที่ต่าง ๆ

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีการแพทย์สมัยใหม่จะช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลผู้ป่วย ประโยชน์อีกประการหนึ่งคือสามารถใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล ตลอดจนฝึกอบรมแพทย์และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่ต่าง ๆ พร้อม ๆ กัน ซึ่งช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปอบรมได้มาก

4.5 การทำงานที่บ้าน หรือทำงานนอกสำนักงาน (Telecommuting)

Telecommuting คือ ระบบการทำงานนอกสถานที่โดยพนักงานขององค์กรสามารถประกอบกิจการงานของตนได้เสมือนกับนั่งทำงานอยู่ในสำนักงาน โดยใช้ระบบการติดต่อสื่อสารระหว่างกันผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและโครงข่ายโทรคมนาคม

หัวใจของระบบการทำงานนอกสถานที่แบบ Telecommuting อยู่ที่ระบบการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วและมั่นคง พนักงานจะต้องสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลขององค์กร และติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้จากทุกที่ ดังนั้นความสามารถในการเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบสื่อสารขององค์กรผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะเอื้ออำนวยให้แนวคิดของระบบการทำงานนอกสถานที่สามารถกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานสามารถนั่งทำงานที่บ้าน โดยเมื่อต้องการใช้ข้อมูลองค์กรก็สามารถเรียกใช้ได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ในกรณีที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อทำงานที่บ้านหรือทำงานนอกสถานที่ ในปัจจุบัน สามารถใช้หูฟังและไมโครโฟนต่อเข้ากับคอมพิวเตอร์เพื่อโทรศัพท์ติดต่อกันได้ทั่วโลกด้วยระบบ voice over IP โดยแทบจะไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ทางไกลเพิ่มเติมอีก

Telecommuting มีประโยชน์ หลายประการ ได้แก่ การลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางของพนักงาน ข้อมูลจากงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า Telecommuting เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน และช่วยลดค่าใช้จ่ายขององค์กรเรื่องค่าสถานที่และค่าสาธารณูปโภคต่างๆ นอกจากนี้ Telecommuting ยังมีประโยชน์ต่อสังคมคือสามารถลดปัญหาการจราจร ปัญหามลพิษ และลดอัตราการใช้พลังงานและน้ำมันอีกด้วย

4.6 บริการสื่อสารและบันเทิง (Media and Entertainment)

บริการสื่อสารและบันเทิงต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็น บริการดาวน์โหลดเพลง เกม หรือภาพยนตร์ หรือการดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมออนไลน์ บนอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมากในขณะนี้ ด้วยความเร็วที่สูงขึ้นในการรับส่งข้อมูล ภาพ เสียงและ วิดีโออย่างมีประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จึงทำให้เป็นที่เชื่อกันว่า อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะนำมาซึ่งนวัตกรรมของรูปแบบการบันเทิงบนอินเทอร์เน็ตที่หลากหลายขึ้นในอนาคตอันใกล้ ตารางที่ 4 เปรียบเทียบบริการเสียงและวิดีโอประเภทต่าง ๆ และความเร็วในการสื่อสาร(Bandwidth Requirement)

ตารางที่ 4. บริการเสียงและวิดีโอประเภทต่าง ๆ และความเร็วในการสื่อสารที่ใช้

ประเภทบริการ	การใช้งาน	ความเร็วในการสื่อสาร
เสียง	โทรศัพท์	4 kbps
	วิทยุ FM	64 kbps
	ดนตรี CD-Quality	128 kbps
	เสียงประกอบ HDTV	> 320 kbps
วิดีโอ	HDTV (uncompressed)	2 Gbps
	Studio Quality HDTV (uncompressed)	166 Mbps
	Studio Quality (Mpeg2)	25-34 Mbps
	Broadcast Quality (Mpeg2)	6 Mbps
	VCR Quality (Mpeg2)	1.2 Mbps
	Video Conference (H.261)	0.1 Mbps

ที่มา: National Research Council, "Broadband: Bringing Home the Bits"

ข้อมูลจากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของความต้องการความเร็วในการรับส่งข้อมูล ภาพ เสียงและวิดีโอที่เพิ่มสูงขึ้นสำหรับบริการบันเทิงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคต

บริการบันเทิงผ่านทางอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่คาดว่าจะได้รับความนิยมอย่างสูงในอนาคตอันใกล้ คือบริการโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV) ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งเกิดจากการหลอมรวมกันของบริการโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยผู้รับบริการสามารถชมรายการโทรทัศน์ไปพร้อมกับท่องอินเทอร์เน็ต หรือเลือกชมภาพยนตร์ที่ต้องการในลักษณะ video-on-demand ตลอดจนเล่นเกมออนไลน์ หรือสั่งซื้อของบนอินเทอร์เน็ตจากร้านค้าต่างๆ ทั่วโลก ผ่านทางคอมพิวเตอร์หรือเครื่องรับโทรทัศน์ในบ้านของตนได้อย่างครบวงจร

5. นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการพัฒนาบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและความทั่วถึงของบริการ

แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2545 - 2549 (ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี วันที่ 25 กันยายน 2545) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไว้ในยุทธศาสตร์ว่าด้วยการยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยและสังคมไทย โดยกำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเปิดบริการเครือข่ายความเร็วสูง (broadband service) ด้วยราคาที่เป็นธรรม ในทุกจังหวัดภายในปี 2549

นอกจากนี้ ในปี 2547 เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญและศักยภาพของเครือข่ายและบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในฐานะตัวขับเคลื่อนสำคัญในการนำพาประเทศไทยไปสู่สังคมสารสนเทศ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้กำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยได้

กำหนดเพดานค่าบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือนในระดับราคาไม่เกิน 1,000 ต่อเดือน นโยบายดังกล่าวมีผลทำให้เกิดการแข่งขันอย่างสูงระหว่างผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทย ส่งผลให้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบครัวเรือนในระหว่างปี 2547 มีราคาลดลงมาก (ราคาเฉลี่ยในปัจจุบันอยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือนขึ้นกับความเร็วและประเภทของบริการ)

ด้วยราคาค่าบริการที่ลดต่ำลงเกือบเท่ากับ ระบบ dial-up ประกอบกับเนื้อหาและบริการบนอินเทอร์เน็ตที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากประมาณ 5,000 ราย ณ เดือนธันวาคม 2546 เป็น 250,000 ราย ณ เดือนธันวาคม 2547 อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับหลาย ๆ ประเทศ จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทยยังถือว่ามียังมีจำนวนที่น้อยอยู่ (ต่ำกว่าร้อยละ 0.5 ของประชากร) ทั้งนี้จากผลการศึกษาขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) เมื่อปี 2545 พบว่า สาธารณรัฐเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงคิดเป็นร้อยละของประชากรของประเทศมากที่สุดในโลกคือประมาณร้อยละ 21.4 รองลงมาคือประเทศแคนาดา (ร้อยละ 11.7) และประเทศเบลเยียมเป็นอันดับ 3 ที่ร้อยละ 8.5 ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 6 ที่ร้อยละ 6.9 และประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับ 8 ที่ร้อยละ 6.1

จากการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2547 เรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่าสาเหตุสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือนเป็นเพราะราคาค่าบริการที่สูงเกินไป และสาเหตุอื่นนอกเหนือจากราคาคือไม่รู้ถึงความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับอินเทอร์เน็ตทั่วไป กิจกรรมออนไลน์ในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และ การให้บริการยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ที่พำนักอาศัยจึง

ยังไม่สามารถขอใช้บริการได้ เป็นต้น ดังนั้นในการกระตุ้นให้เกิดการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระยะต่อไป จึงอาจจะมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในแต่ละพื้นที่ และการสนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์ในกิจกรรมอื่น ๆ ให้มากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย: โอกาสและความท้าทาย

ในการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2547 ในส่วนคำถามเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่าร้อยละ 66.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั้งหมดจำนวน 9,150 คน ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือน และสาเหตุสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือนเป็นเพราะราคาค่าบริการที่สูงเกินไป สาเหตุอื่นนอกเหนือจากราคา ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่รู้ถึงความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับอินเทอร์เน็ตแบบ dial-up กิจกรรมออนไลน์ในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และ การให้บริการยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ที่พิกาศัยจึงยังไม่สามารถขอใช้บริการได้ เป็นต้น ตารางที่ 5 สรุปเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ตารางที่ 5 เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง*

เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	ร้อยละ
ราคาค่าธรรมเนียมรายเดือนยังแพงเกินไป	44.6
ราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ายังแพงเกินไป	34.6
ไม่รู้ถึงความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและ	25.5

เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ตแบบ dial-up	
ไม่รู้รายละเอียดในการติดต่อขอบริการ	24.6
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากที่อื่นได้ เช่น ที่ทำงาน	21.5
ยุ่งยากในการขอรับบริการ/สัญญาผูกมัดเกินไป	16.3
กิจกรรมออนไลน์ในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	15.9
การให้บริการยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ที่พสกาศยจึงไม่สามารถขอใช้บริการได้	15.3
ไม่สนใจเพราะยังไม่มึบริการที่สนใจและดึงดูดใจมากพอ	10.1

หมายเหตุ : * ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกเหตุผลได้มากกว่าหนึ่งข้อ

ถึงแม้ปัจจุบันอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะมีราคาลดลงอยู่ในระดับใกล้เคียงกับบริการสื่อสารโทรคมนาคมและบริการบันเทิงอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ (อาทิ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการเคเบิลทีวี เป็นต้น) แต่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีความเห็นว่าอัตราค่าบริการในปัจจุบันยังมีราคาแพงเกินไป ข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้อาจแสดงว่า การกำหนดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ให้เริ่มต้นที่ 128 kbps ไม่สามารถแสดงความแตกต่างจากบริการปกติได้ และแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังขาดความเข้าใจถึงการประยุกต์ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือยังไม่เห็นความจำเป็นของการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากครัวเรือน ความพึงพอใจที่จะจ่ายค่าบริการจึงอยู่ในระดับต่ำ

ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่จะดึงดูดให้มีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความสูงจากครัวเรือนให้เพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจากการลดราคาค่าบริการให้ถูกลงแล้วนั้น ผู้ให้บริการควรทำให้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีความเร็วที่แตกต่างจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบ dial-up อย่างเป็นที่ประจักษ์ ตลอดจนประชาสัมพันธ์รูปแบบการประยุกต์ใช้งานให้เห็นศักยภาพของบริการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตประจำวัน และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์หรือแหล่งบันเทิงต่าง ๆ ที่มีหลากหลายบนอินเทอร์เน็ต

ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้พัฒนาบริการด้านข่าวสารข้อมูลก็ควรปรับปรุงคุณภาพของบริการ ตลอดจนเนื้อหาสาระของเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วย สร้างความหลากหลาย คิดค้นรูปแบบบริการใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการและวิถีชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มคุณค่าของบริการและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหันมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมากขึ้น

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่สำคัญประการหนึ่งที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ด้วยวิสัยทัศน์อันก้าวไกลของรัฐบาลที่จะทำให้ประเทศไทยมีความแข็งแกร่งและสามารถที่จะรับความท้าทายของการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจใหม่ที่ใช้ความรู้เป็นทุนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการดำเนินการทั้งทางกฎหมายและนโยบายที่จะกระจายโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศไปให้ทั่วถึงทั่วประเทศ ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถของคนไทยในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีพเพิ่มพูนรายได้และยกระดับความเป็นอยู่ให้มีคุณภาพดีขึ้นโดยเร็ว

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงนับเป็นเทคโนโลยีทางเลือกใหม่สำหรับคนไทยในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของคนในสังคม อาจกล่าวได้ว่าในช่วงปี 2547 ที่ผ่านมา ด้วยการสนับสนุน

จากนโยบายของรัฐบาลในการกำหนดเพดานราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ตลอดจนการแข่งขันด้านราคาระหว่างผู้ให้บริการรายต่าง ๆ ทำให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และทำให้อัตราผู้สมัครเข้ารับบริการเพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดภายในหนึ่งปีตั้งได้กล่าวข้างต้นแล้วนั้น อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมยังพบว่าความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังจำกัดอยู่เฉพาะในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และเขตอำเภอเมืองของจังหวัดใหญ่ ๆ เท่านั้น ดังนั้นความท้าทายประการหนึ่งของรัฐบาลในเรื่องนี้คือการจัดให้มีบริการอินเทอร์เน็ตที่ทั่วถึงและเท่าเทียม ในราคาที่เป็นธรรมทั่วประเทศ

เนื่องจากการแก้ปัญหาเรื่องเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสื่อดิจิทัล (Digital Divide) เป็นหนึ่งในวาระสำคัญของรัฐบาลยุคปัจจุบัน ซึ่งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงถือเป็นเทคโนโลยีทางเลือกใหม่ ที่จะช่วยให้มีการพลิกโฉมการพัฒนาประเทศได้แบบก้าวกระโดด (leapfrog) โดยการขยายบริการโทรคมนาคมและสารสนเทศขั้นพื้นฐานไปสู่ชนบทด้วยระบบใหม่ไปได้เลย โดยไม่ต้องคำนึงถึงการสร้างโครงข่ายเพื่อการบริการโทรศัพท์เช่นแต่ก่อน เนื่องด้วยเทคโนโลยีดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการรับส่งสัญญาณเสียง ข้อมูลและภาพแบบหลอมรวม (Integrated Services) ทำให้สามารถให้บริการโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และบริการเสริมอื่น ๆ อีกหลายประเภทโดยใช้โครงข่ายเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ลดต้นทุนในการสร้างและบำรุงรักษาโครงข่าย หลายประเทศทั่วโลกได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบรอดแบนด์ และ บรอดแบนด์ไร้สาย ในการขยายบริการโทรคมนาคมและสารสนเทศไปสู่ชนบทและท้องที่ทุรกันดารของประเทศเพื่อลดความเหลื่อมล้ำดังกล่าว

อย่างไรก็ตามแม้ว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะเป็นเทคโนโลยีที่มีศักยภาพสูงในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสารระหว่างกันของคนในสังคม ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการ

ดำรงชีวิต แต่ด้วยความที่อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนโลกไร้พรมแดน ความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ตลอดจนการติดต่อสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงก็อาจนำมาซึ่งอันตรายและความเสี่ยงต่างๆ ปัญหาที่เกิดจาก อินเทอร์เน็ตซึ่งพบอยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาเรื่องการโจมตีบุกรุกเครือข่าย ปัญหาอีเมลขยะ (Spam) การล่อลวงบนอินเทอร์เน็ต และอาชญากรรม คอมพิวเตอร์รูปแบบต่างๆ อาจจะทำให้ความรุนแรงขึ้น ในอัตราที่รวดเร็วเฉก เช่นเดียวกับความรวดเร็วที่มากับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ด้วยเหตุนี้ผู้มีส่วน เกี่ยวข้องจึงควรเตรียมการรับมือกับความท้าทายต่างๆ ที่จะมากับโอกาสซึ่ง อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะนำมาสู่สังคมไทย เพื่อป้องกันผลกระทบในทางลบที่ อาจพึงมีด้วย

เอกสารอ้างอิง

Johannes M. Bauer, Ping Gai, Junghyun Kim, Thomas A. Muth and Steven S. Wildman, “Broadband: Benefits and Policy Challenges”, Prepared for Merit Network, Inc., The James H. and Mary B. Quello Center for Telecommunication Management and Law, Michigan State University, East Lansing, Michigan, December 10, 2002

Durlacher, “UMTS Report: An Investment Perspective”,
<http://www.dad.be/library/pdf/durlacher3.pdf>

Sherille Ismail and Irene Wu, “Broadband Internet Access in OECD Countries: A Comparative Analysis”, A Staff Report of the Office of Strategic Planning and Policy Analysis and International Bureau, Federal Communications Commission (FCC), Washington D.C., October 2003

National Research Council (NRC), “Broadband: Bringing Home the Bits”, National Academic Press, Washington D.C., 2002

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) – Working Party on Telecommunication and Information Services Policies, “The Development of Broadband Access in OECD Countries”, October 2001

The International Engineering Consortium – Web ProForum Tutorials, “Delivering Technology Solutions for Broadband Communications”,
<http://www.iec.org>

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร



บทสรุปผู้บริหาร

วิธีการสำรวจ

การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2547 นี้ เป็นการสำรวจโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบแบบสอบถามออนไลน์ เช่นเดียวกับการสำรวจในปีก่อน ๆ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล พฤติกรรม และความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในด้านต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่เหมาะสมต่อไป โดยผู้ที่สนใจสามารถคลิกป้ายประกาศเชิญชวนให้ตอบแบบสอบถาม จากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์พื้นที่ในการประชาสัมพันธ์

สำหรับการสำรวจประจำปีนี้ จัดทำขึ้นในช่วงกลางเดือนพฤศจิกายน ถึงปลายเดือนธันวาคม 2547 โดยมีคำถามพิเศษประจำปีคือ พฤติกรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงส่วนบุคคล โดยหลังจากตัดแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ออกแล้ว เหลือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์ในปีนี้ทั้งหมด 10,525 คน

ผลการสำรวจที่สำคัญ

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้มีลักษณะที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการใช้ทั่วไป: ส่วนใหญ่ผู้ตอบยังระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตจากบ้านมากที่สุด รองลงมาได้แก่ที่ทำงาน และสถานศึกษาตามลำดับ โดยช่วงเวลาที่

ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดนั้นยังอยู่ในช่วงเวลา 20.01 น. - 24.00 น. เช่นเดียวกับการสำรวจในปีก่อน ๆ

รูปแบบการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต: ผลการสำรวจปีนี้ แสดงให้เห็นชัดเจนว่า มีการลดลงของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบเชื่อมต่อโมเด็มผ่านโทรศัพท์ (dial-up) และการเชื่อมต่อโดยการให้บริการ ADSL เพิ่มขึ้นจากปีก่อนอย่างเห็นได้ชัด

กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ต: ผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้ระบุว่า การค้นหาข้อมูลเป็นกิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาได้แก่การรับส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และติดตามข่าว ตามลำดับ และเมื่อมีการแยกกิจกรรมที่ทำมากที่สุดตามอายุ พบว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีแนวโน้มทำกิจกรรมด้านการบันเทิง เช่น การสนทนาออนไลน์ การเล่นเกม มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ

ปัญหาที่พบจากการใช้อินเทอร์เน็ต: ในปีนี้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า ปัญหาเรื่องไวรัส เป็นปัญหาที่สำคัญอันดับหนึ่งที่พบบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัญหานี้เพิ่มระดับความสำคัญจากอันดับสองในการสำรวจปีก่อน และปัญหาที่เพิ่มระดับความสำคัญขึ้นจากปีก่อนอีกปัญหาหนึ่งคือ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งในปีก่อนอยู่ในลำดับที่ 8 แต่ปีนี้ได้เพิ่มระดับความสำคัญมาอยู่ลำดับที่ 5

การซื้อขายและบริการบนอินเทอร์เน็ต: เมื่อเทียบกับการสำรวจในปีก่อน ๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าเคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยปีนี้ผู้ตอบร้อยละ 29.9 ระบุว่าเคยซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายที่มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทขึ้นไป สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่ยังคงเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานคงที่ เช่น หนังสือ

ซอฟต์แวร์ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การสั่งจองบริการต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ตั๋วภาพยนตร์ โรงแรม ก็เป็นบริการที่ได้รับความนิยมมากเช่นกัน

เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต: เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ตอบระบุว่าไม่สามารถจับต้องสินค้าที่ขายผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งไม่ต่างจากปีก่อนๆ และเหตุผลเกี่ยวกับการไม่ยอมให้หมายเลขบัตรเครดิต เป็นเหตุผลที่เพิ่มระดับความสำคัญมากขึ้นในปีนี้

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง: โดยสรุปแล้วจะอาจจะกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเริ่มได้รับความนิยมในหมู่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระยะ 1 ปีที่ผ่านมามากที่สุด พบว่าส่วนใหญ่เป็นชายมากกว่าหญิง และมีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน สำหรับปัญหาที่ยังทำให้ผู้ใช้ยังไม่สามารถเข้าถึงการบริการได้ก็คือ ปัญหาด้านราคาค่าบริการ เพราะในความรู้สึกของผู้ใช้นั้นราคาค่าบริการยังสูงอยู่ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่เกี่ยวกับความรู้ (ไม่รู้ถึงความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับอินเทอร์เน็ตทั่วไป และไม่รู้รายละเอียดของการติดต่อขอรับบริการ) และปัจจัยทางด้านเทคนิค เช่น ยังไม่เชื่อมั่นในระบบว่าจะรวดเร็วตามที่โฆษณาจริง ๆ และการบริการยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่พักอาศัย ยังเป็นสาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

กิจกรรมที่ทำโดยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง: กิจกรรมหลักยังเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ใช้ความเร็วในการรับส่งข้อมูลมากนัก เช่น การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ สันทนาการ เว็บบอร์ด ฯลฯ ส่วนกิจกรรมอื่นๆ กลับเป็นกิจกรรมที่เน้นไปทางบันเทิง เช่น ดาวน์โหลดเกม เล่นเกมออนไลน์ ฯลฯ มากกว่าจะเป็นกิจกรรมเพื่อการหาความรู้ เช่น การเรียนรู้ทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต การค้นหาหรือ

ดาวน์โหลดข้อมูล การประชุมทางไกล ฯลฯ ซึ่งสาเหตุอาจจะมาจากยังไม่มีเนื้อหา
อันเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ การศึกษา ให้บริการบนอินเทอร์เน็ตมาก
นัก ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงยังใช้เพื่อประโยชน์ด้านการบันเทิงเป็นหลัก ดังนั้น
หากมีการส่งเสริมให้มีเนื้อหาอันมีสาระมากขึ้น ก็อาจจะทำให้คนไทยสามารถใช้
ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต

รายงานผลการสำรวจ



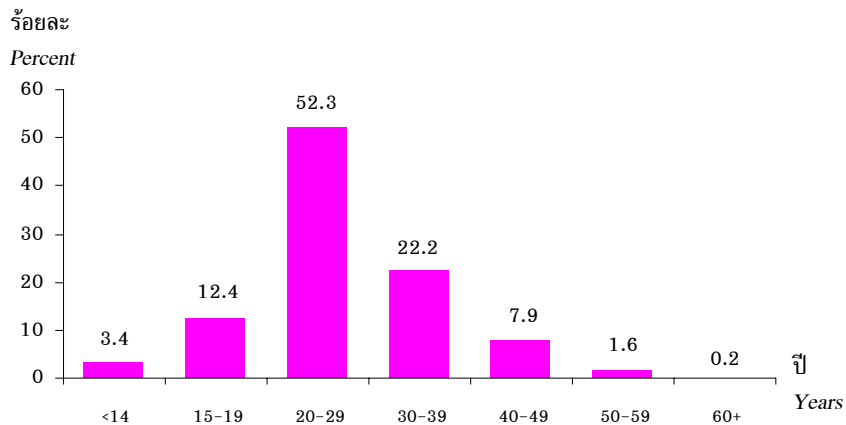
ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามประจำปี 2547

การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี 2547 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 10,525 คน แบ่งเป็นหญิง 4,777 คน (ร้อยละ 45.4) ชาย 5,668 คน (ร้อยละ 53.8) และไม่ระบุเพศอีก 80 คน (ร้อยละ 0.8) ซึ่งต่างจากปีก่อน ๆ กล่าวคือ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชายมากกว่าหญิง อย่างไรก็ตามพบว่าภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอื่น ๆ เช่น สัดส่วนของกลุ่มอายุ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ฯลฯ ไม่เปลี่ยนแปลงจากการสำรวจในปีก่อน ๆ มากนัก

อายุ (Age)

ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามนี้สูงที่สุดคือ อายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 52.3) รองลงมาได้แก่กลุ่มอายุ 30-39 ปี (ร้อยละ 22.2) ซึ่งการกระจายของกลุ่มอายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะไม่ต่างจากปีก่อน ๆ

แผนภาพที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามกลุ่มอายุ



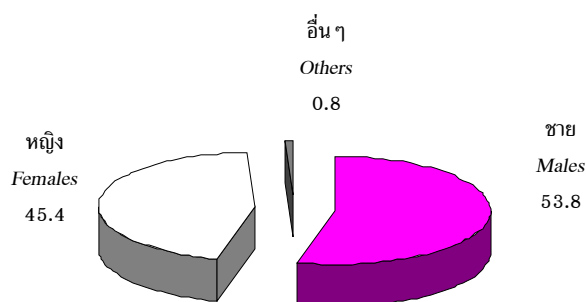
ตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามกลุ่มอายุ

อายุ (ปี) Age	<14	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60+	รวม Total
จำนวน(คน) Frequency	360	1,305	5,498	2,331	833	168	16	10,511
ร้อยละ Percent	3.4	12.4	52.3	22.2	7.9	1.6	0.2	100

เพศ (Gender)

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เมื่อแยกตามเพศ สามารถแบ่งเป็นหญิง 4,777 คน (ร้อยละ 45.4) ชาย 5,668 คน (ร้อยละ 53.8) และไม่ระบุเพศอีก 80 คน (ร้อยละ 0.8) ซึ่งปีนี้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นชายให้ความสนใจในการตอบแบบสอบถามมากกว่าหญิง ซึ่งแตกต่างจากการสำรวจในปีก่อนๆ ซึ่งเพศหญิงจะตอบแบบสอบถามในการสำรวจฯ มากกว่าชาย

แผนภาพที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

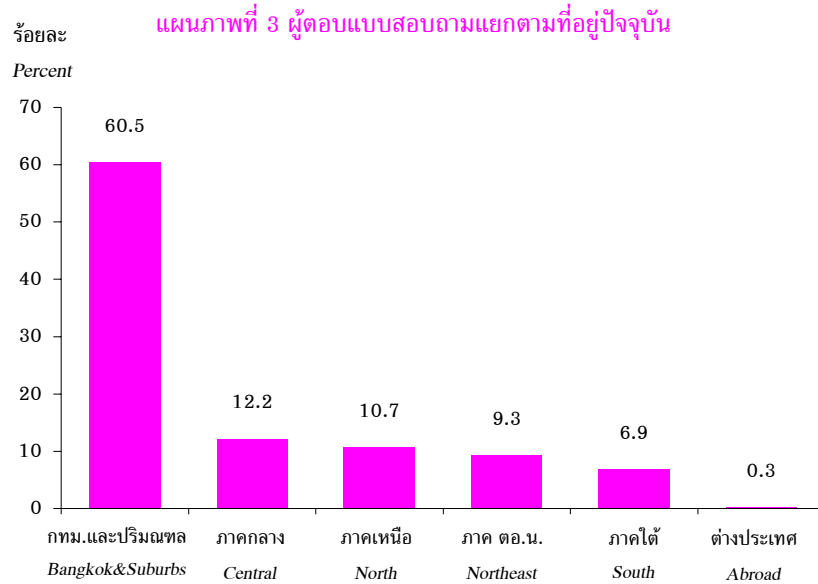


ตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามกลุ่มเพศ

เพศ <i>Gender</i>	หญิง <i>Female</i>	ชาย <i>Male</i>	อื่นๆ <i>Others</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน(คน) <i>Frequency</i>	4,777	5,668	80	10,525
ร้อยละ <i>Percent</i>	45.4	53.8	0.8	100

ที่อยู่ปัจจุบัน (*Present Location*)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.5) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และกระจายตัวอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวไม่แตกต่างจากการสำรวจในปีก่อนๆ มากนัก



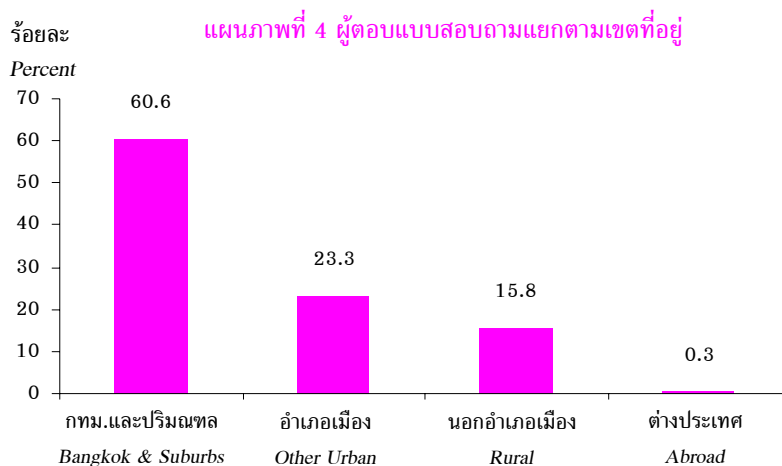
ตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ที่อยู่ปัจจุบัน <i>Location</i>	กทม.และปริมณฑล <i>Bangkok&Suburbs</i>	ภาคกลาง <i>Central</i>	ภาคเหนือ <i>North</i>	ภาค ตอ.น. <i>Northeast</i>	ภาคใต้ <i>South</i>	ต่างประเทศ <i>Abroad</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน(คน) <i>Frequency</i>	6,317	1,281	1,116	978	718	33	10,443
ร้อยละ <i>Percent</i>	60.5	12.2	10.7	9.3	6.9	0.3	100

หมายเหตุ : ปริมณฑล หมายถึง นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม และสมุทรสาคร

เขตที่อยู่ (*Urban versus Rural*)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.6) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในภูมิภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 23.3) จะอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองมากกว่านอกอำเภอเมือง (ร้อยละ 15.8) ดังแสดงในแผนภาพที่ 4

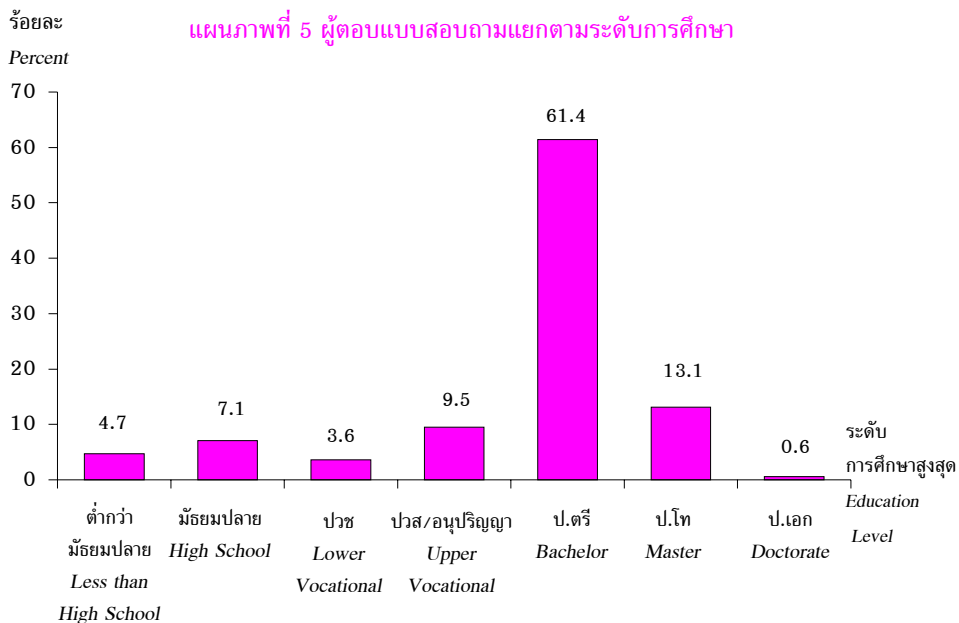


ตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเขตที่อยู่

เขตที่อยู่ <i>Urban vs. Rural</i>	กทม.และปริมณฑล <i>Bangkok & Suburbs</i>	อำเภอเมือง <i>Other Urban</i>	นอกอำเภอเมือง <i>Rural</i>	ต่างประเทศ <i>Abroad</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	6,317	2,429	1,645	33	10,424
ร้อยละ <i>Percent</i>	60.6	23.3	15.8	0.3	100

ระดับการศึกษา (Education Level)

ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้ส่วนใหญ่ยังคงเป็นระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.4) เช่นเดียวกับการสำรวจในปีก่อนๆ รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 13.1) ดังแสดงในแผนภาพที่ 5



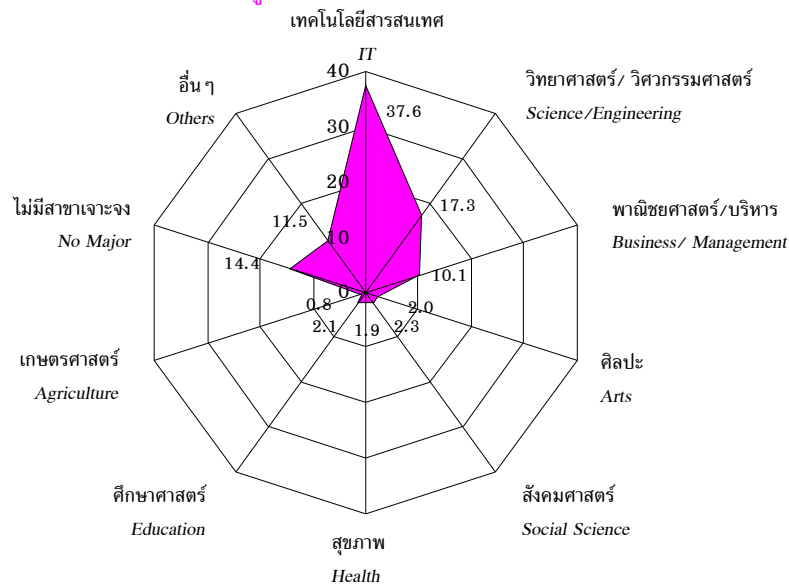
ตารางที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับการศึกษา

การศึกษา Education	ต่ำกว่ามัธยมปลาย Less than High School	มัธยมปลาย High School	ปวช Lower Vocational	ปวส/ปวท/ปทส / อนุปริญญา Upper Vocational	ป.ตรี Bachelor	ป.โท Master	ป.เอก Doctorate	รวม Total
จำนวน (คน) Frequency	497	743	377	990	6,436	1,374	66	10,483
ร้อยละ Percent	4.7	7.1	3.6	9.5	61.4	13.1	0.6	100

สาขาการศึกษา (Major of Education)

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสาขาการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าสาขาการศึกษาที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ (ร้อยละ 38.7) รองลงมาคือ สาขาวิทยาศาสตร์/วิศวกรรมสาขาอื่น ๆ (ร้อยละ 17.9) ดังแสดงในแผนภาพที่ 6 ซึ่งมีลักษณะต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามในปีก่อนที่จะเป็นผู้ที่อยู่ในสาขาพาณิชยศาสตร์และการบริหารมากที่สุด

แผนภาพที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสาขาการศึกษา



หมายเหตุ

“เทคโนโลยีสารสนเทศ” รวมถึง วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ วิทยาการคอมพิวเตอร์ วิศวกรรมไฟฟ้า วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ วิศวกรรมสื่อสาร วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิศวกรรมโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ การบริหารสารสนเทศ
 “วิทยาศาสตร์/วิศวกรรมสาขาอื่น ๆ” รวมถึง คณิตศาสตร์ สถิติและสถิติประยุกต์ วิทยาศาสตร์สาขาอื่น ๆ วิศวกรรมศาสตร์สาขาอื่น ๆ
 “ศิลปะ” รวมถึง สาขาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
 “สังคมศาสตร์” รวมถึง นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ สื่อสารมวลชน
 “สุขภาพ” รวมถึง โภชนาการ แพทยศาสตร์และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 “ศึกษาศาสตร์” รวมถึง อักษรศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ปรัชญา

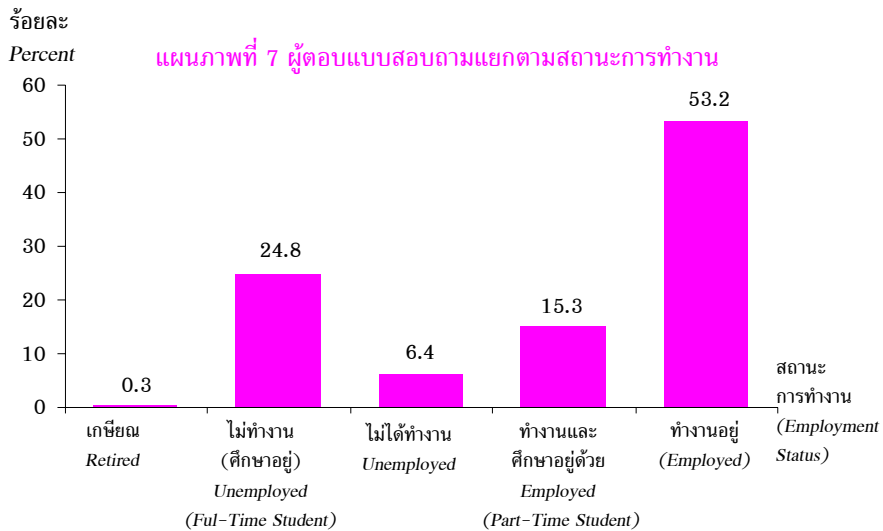
ตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสาขาการศึกษา

สาขาการศึกษา <i>Major of Education</i>	จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
สาขาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ <i>IT-related</i>	896	37.6
วิทยาศาสตร์/วิศวกรรมสาขาอื่น ๆ <i>Science/Engineering related</i>	413	17.3
พาณิชยศาสตร์หรือการบริหาร <i>Business, Management</i>	242	10.1
ศิลปะ <i>Arts</i>	47	2.0
สังคมศาสตร์ <i>Social Science</i>	54	2.3
สุขภาพ <i>Health</i>	46	1.9
ศึกษาศาสตร์ <i>Education</i>	49	2.1

สาขาการศึกษา <i>Major of Education</i>	จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
เกษตรศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง <i>Agriculture</i>	19	0.8
ไม่มีสาขาเจาะจง <i>No Major</i>	343	14.4
อื่นๆ <i>Others</i>	274	11.5
รวม <i>Total</i>	2,383	100

สถานะการทำงาน (Employment Status)

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสถานะการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับที่พบในการสำรวจปีก่อนๆ กล่าวคือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 53.2) จะอยู่ในกลุ่มวัยทำงาน รองลงมาคือกลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ (ร้อยละ 24.8) และกลุ่มที่ศึกษาอยู่และทำงานไปด้วย (ร้อยละ 15.3) ตามลำดับ



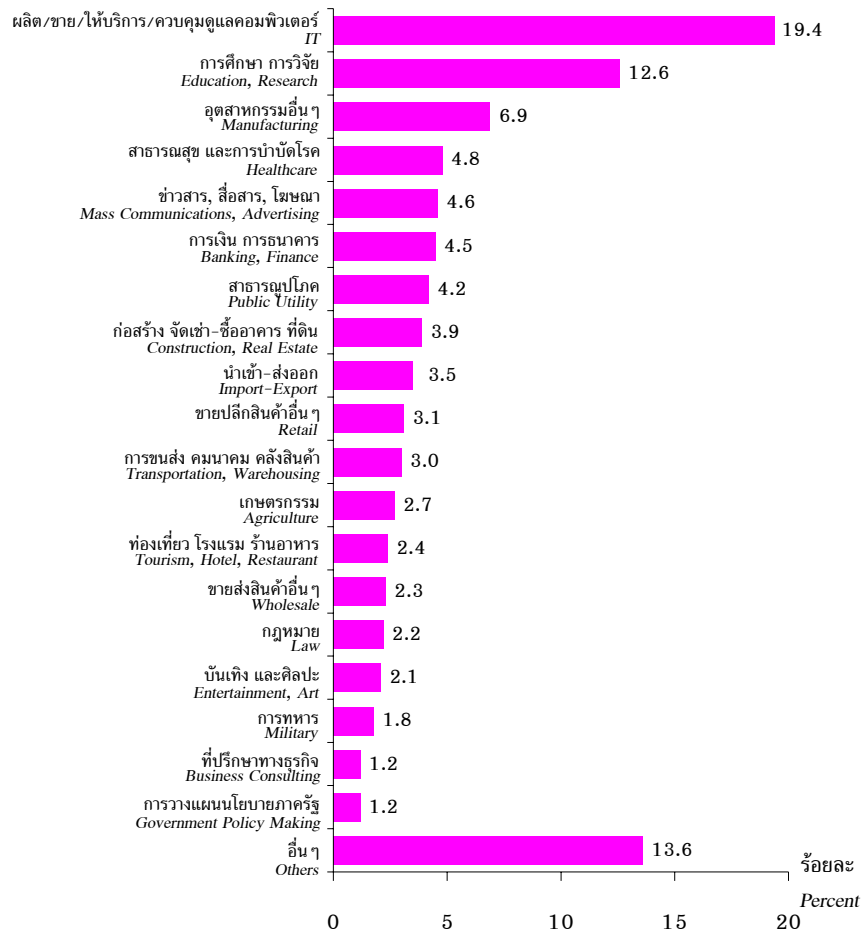
ตารางที่ 7 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานะการทำงาน

การทำงาน <i>Employment</i>	เกษียณ <i>Retired</i>	ไม่ทำงาน (ศึกษาอยู่) <i>Unemployed (Full-Time Student)</i>	ไม่ได้ทำงาน <i>Unemployed</i>	ทำงานและศึกษา อยู่ด้วย <i>Employed (Part-Time Student)</i>	ทำงานอยู่ <i>(Employed)</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	27	2,519	654	1,560	5,408	10,168
ร้อยละ <i>Percent</i>	0.3	24.8	6.4	15.3	53.2	100

สาขาอาชีพ (Sector)

กลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อแยกตามสาขาอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่จะทำงานอยู่ในสาขาอาชีพหลัก 3 สาขา คือ คอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 19.4) การศึกษา/การวิจัย (ร้อยละ 12.6) และอุตสาหกรรมอื่นๆ (ร้อยละ 6.9)

แผนภาพที่ 8 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสาขาอาชีพ



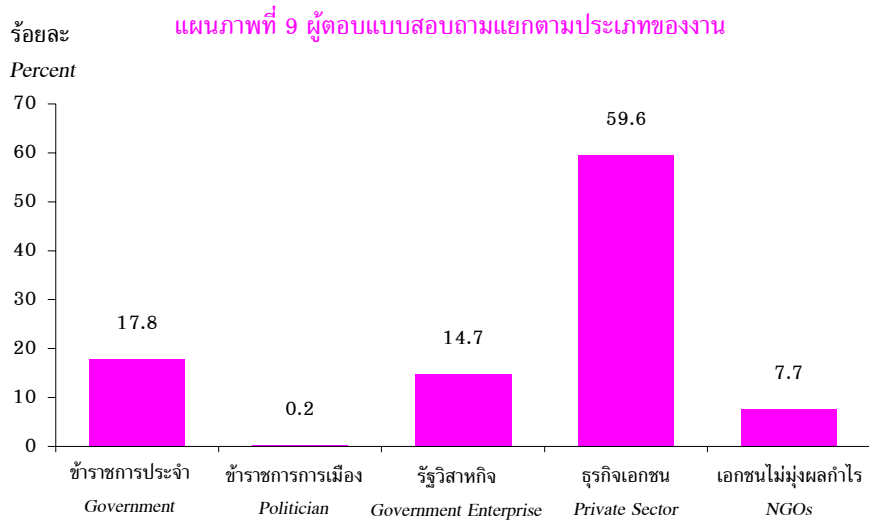
ตารางที่ 8 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสาขาอาชีพ

สาขาอาชีพ Sector	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
ผลิต/ขาย/ให้บริการ/ควบคุมดูแล คอมพิวเตอร์ โปรแกรม, เครือข่าย, หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง IT	1,382	19.4
การศึกษา, การวิจัย Education, Research	897	12.6
อุตสาหกรรมอื่น ๆ Manufacturing	493	6.9
สาธารณสุข และการบำบัดโรค Healthcare	345	4.8
ข่าวสาร, สื่อสาร, โฆษณา Mass Communications, Advertising	329	4.6
การเงิน การธนาคาร Banking, Finance	323	4.5
สาธารณูปโภค Public Utility	301	4.2
ก่อสร้าง, จัดเช่า-ซื้ออาคาร, ที่ดิน Construction, Real Estate	281	3.9
นำเข้า-ส่งออก Import-Export	248	3.5
ขายปลีกสินค้าอื่น ๆ Retail	221	3.1
การขนส่ง, คมนาคม, คลังสินค้า Transportation, Warehousing	212	3.0

สาขาอาชีพ Sector	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
เกษตรกรรม Agriculture	191	2.7
ท่องเที่ยว, โรงแรม, ร้านอาหาร Tourism, Hotel, Restaurant	172	2.4
ขายส่งสินค้าอื่น ๆ Wholesale	163	2.3
กฎหมาย Law	156	2.2
บันเทิง และศิลปะ Entertainment, Art	149	2.1
การทหาร Military	125	1.8
ที่ปรึกษาทางธุรกิจ Business Consulting	88	1.2
การวางนโยบายภาครัฐ Government Policy Making	87	1.2
อื่น ๆ Others	967	13.6
รวม Total	7,130	100

ประเภทของงาน (Type of Employment)

ผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้ซึ่งระบุว่าทำงานแล้ว ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่ทำงานอยู่ในหน่วยงานของภาคเอกชนเป็นหลัก (ร้อยละ 59.6) รองลงมาคือข้าราชการประจำ (ร้อยละ 17.8)



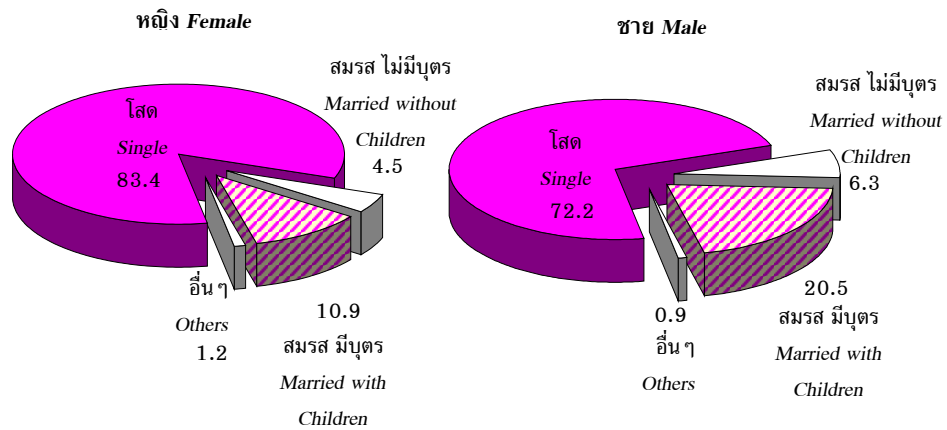
ตารางที่ 9 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประเภทของงาน

ประเภทของงาน <i>Type of Employment</i>	ข้าราชการประจำ <i>Government</i>	ข้าราชการการเมือง <i>Politician</i>	รัฐวิสาหกิจ <i>Government Enterprise</i>	ธุรกิจเอกชน <i>Private Sector</i>	เอกชนไม่มุ่งผลกำไร <i>NGOs</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	1,215	13	999	4,068	526	6,821
ร้อยละ <i>Percent</i>	17.8	0.2	14.7	59.6	7.7	100

สถานะสมรส (Marital status)

จากคำถามเกี่ยวกับสถานะสมรสของผู้ตอบพบว่า ทั้งหญิงและชายที่เป็นโสดเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 83.4 และ 72.2 ตามลำดับ) รองลงมาคือ กลุ่มที่สมรสและมีบุตรแล้ว (ร้อยละ 10.9 และ 20.6 ตามลำดับ)

แผนภาพที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานะสมรส



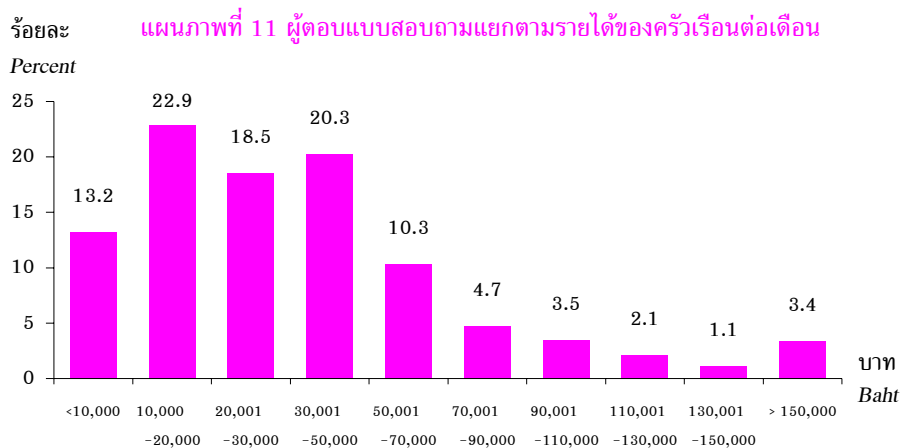
ตารางที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานะสมรส

สถานะสมรส Marital Status	หญิง (Female)		ชาย (Male)	
	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
โสด Single	3,959	83.4	4,088	72.2
สมรส ไม่มีบุตร Married without Children	213	4.5	360	6.3

สถานะสมรส <i>Marital Status</i>	หญิง (Female)		ชาย (Male)	
	จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>	จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
สมรส มีบุตร <i>Married with Children</i>	520	10.9	1,164	20.5
อื่นๆ <i>Others</i>	57	1.2	49	0.9
รวม <i>Total</i>	4,749	100	5,661	100

รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน (Monthly Household Income)

ระดับรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีการกระจายตัวค่อนข้างหลากหลาย โดยระดับรายได้ต่อครัวเรือนตั้งแต่ 10,000-20,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด (ร้อยละ 22.9) และระดับรายได้ต่อครัวเรือนตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท เป็นกลุ่มรองลงมา (ร้อยละ 20.3) ซึ่งลักษณะของการกระจายรายได้ดังกล่าวไม่แตกต่างจากการสำรวจในปีก่อนๆ นัก



ตารางที่ 11 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน

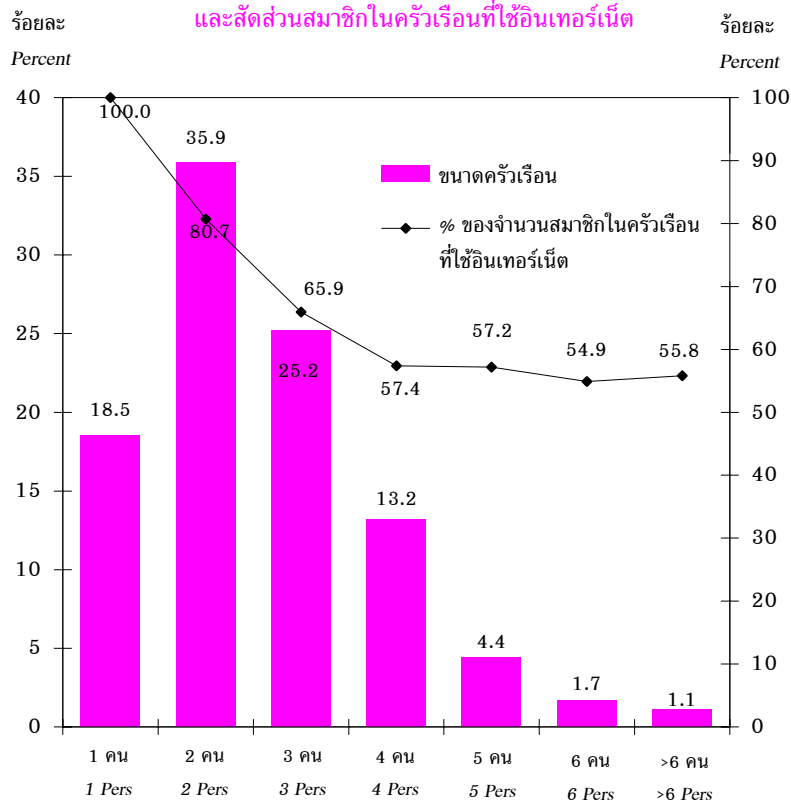
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน (บาท) <i>Monthly Household Income</i>	จำนวน(คน) <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
<10,000	1,372	13.2
10,000- 20,000	2,388	22.9
20,001- 30,000	1,924	18.5
30,001- 50,000	2,112	20.3
50,001- 70,000	1,074	10.3
50,001- 70,000	489	4.7
50,001- 70,000	369	3.5
110,001- 130,000	217	2.1
130,001- 150,000	120	1.1
>150,000	358	3.4
รวม <i>Total</i>	10,423	100

ขนาดของครัวเรือน (*Household Size*) และสัดส่วนสมาชิกในครัวเรือนที่ใช้
อินเทอร์เน็ต (*Proportion of Internet Users*)

จากแผนภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนของสมาชิกในครัวเรือนที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบกับขนาดครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 35.9) มีสมาชิกในครอบครัว 2 คน แต่เมื่อเปรียบเทียบขนาดของสมาชิกในครัวเรือนกับสัดส่วนของสมาชิกในแต่ละครัวเรือนที่ใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว พบว่ามีแนวโน้มที่ขนาดครัวเรือนที่ใหญ่ขึ้น จะมีสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในครัวเรือนลดลง กล่าวคือ ครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิก 1 คน จะใช้อินเทอร์เน็ตทุกคน (เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามนั้นเป็น

สมาชิกในครัวเรือนนั่นเอง) ในขณะที่ครัวเรือนที่มีสมาชิกมากกว่า 6 คน จะมีสมาชิกที่ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 55.8)

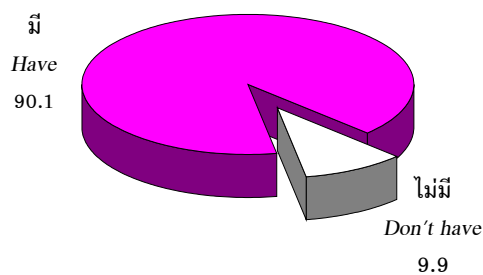
แผนภาพที่ 12 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามขนาดของครัวเรือน และสัดส่วนสมาชิกในครัวเรือนที่ใช้อินเทอร์เน็ต



การมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน (Home Computer Ownership)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ใช้ที่บ้าน (ร้อยละ 90.1) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีที่ผ่านมาพบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคอมพิวเตอร์ใช้ที่บ้านมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (จากร้อยละ 83.1 ในการสำรวจปี 2546)

แผนภาพที่ 13 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน



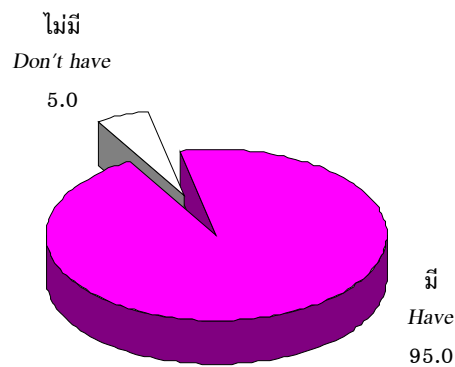
ตารางที่ 12 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน

การมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน Home Computer Ownership	มี Have	ไม่มี Don't have	รวม Total
จำนวน (คน) Frequency	9,339	1,028	10,367
ร้อยละ Percent	90.1	9.9	100

การมีโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone Ownership)

เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการมีโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้กับปีที่ผ่านมา พบว่า ในปี 2547 สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีโทรศัพท์มือถือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่าปีก่อน โดยมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีโทรศัพท์มือถือคิดเป็น ร้อยละ 95.0 ในขณะที่การสำรวจในปี 2546 มีผู้ตอบว่ามีโทรศัพท์มือถือร้อยละ 88.5

แผนภาพที่ 14 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการมีโทรศัพท์มือถือ

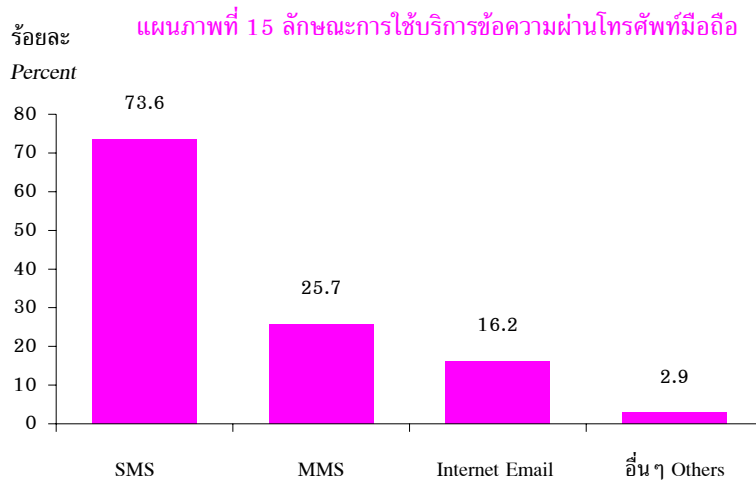


ตารางที่ 13 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการมีโทรศัพท์มือถือ

การมีโทรศัพท์มือถือ <i>Mobile Phone Ownership</i>	มี <i>Have</i>	ไม่มี <i>Don't have</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน (คน) <i>Frequency</i>	9,855	529	10,384
ร้อยละ <i>Percent</i>	95.0	5.0	100

ลักษณะการใช้บริการข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือ (Type of Data Communication via Mobile Phone)

บริการข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้มากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ บริการ SMS (ร้อยละ 73.6) รองลงมาคือ บริการ MMS (ร้อยละ 25.7) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจข้อมูลในปีก่อนพบว่า บริการ SMS เป็นบริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเช่นเดียวกัน



ตารางที่ 14 ลักษณะการใช้บริการข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือ

	SMS	MMS	Internet Email	อื่น ๆ Others
จำนวน (คน) Frequency	7,250	2,528	1,594	287
ร้อยละ Percent	73.6	25.7	16.2	2.9

หมายเหตุ: บริการข้อความที่เคยใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้ คณะผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในเชิงลึกมากขึ้น คือได้จัดแบ่งกลุ่มโดยใช้ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (demographic variable) ได้แก่ เพศ อายุ และตัวแปรอื่นที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตได้แก่ เขตที่พักอาศัย และรายได้ และทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ของแต่ละกลุ่มเปรียบเทียบกับกัน โดยเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มสำหรับแต่ละตัวแปรเป็นดังนี้

เพศ: แบ่งเป็น เพศหญิง และเพศชาย

อายุ: แบ่งเป็นสามกลุ่มคือ กลุ่มเด็กและเยาวชนซึ่งอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุ 20-29 ปี (ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด) และกลุ่มอายุมากกว่า 30 ปี

เขตที่พักอาศัย: แบ่งเป็นสองกลุ่มคือ เขตเมือง (ได้แก่กรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเขตอำเภอเมืองของจังหวัดอื่น ๆ) และเขตนอกเมือง (ได้แก่เขตนอกอำเภอเมืองของจังหวัดอื่น ๆ)

รายได้ของครัวเรือน: แบ่งเป็นสองกลุ่มคือ รายได้ต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน และรายได้สูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน การแบ่งรายได้เป็น 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับรายได้ 5 หมื่นบาทต่อเดือนเป็นตัวแบ่งนั้น เนื่องจากเป็นระดับรายได้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้

ทั้งนี้สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ทั้งหมด 24 กลุ่ม โดยมีคุณลักษณะของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 (M<20Urb/a) เพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในเขตเมืองและรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 2 (M<20Urb/b) เพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในเขตเมืองและ
รายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 3 (M<20Rur/a) เพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่นอกเขตเมือง
และรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 4 (M<20Rur/b) เพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่นอกเขตเมือง
และรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 5 (M20-29Urb/a) เพศชาย อายุ 20-29 ปี อยู่ในเขตเมือง
และรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 6 (M20-29Urb/b) เพศชาย อายุ 20-29 ปี อยู่ในเขตเมือง
และรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 7 (M20-29Rur/a) เพศชาย อายุ 20-29 ปีอยู่นอกเขตเมือง
และรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 8 (M20-29Rur/b) เพศชาย อายุ 20-29 ปีอยู่นอกเขตเมือง
และรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 9 ($M \geq 30$ Urb/a) เพศชาย อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป อยู่ในเขต
เมืองและรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 10 ($M \geq 30$ Urb/b) เพศชาย อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป อยู่ในเขต
เมืองและรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 11 ($M \geq 30$ Rur/a) เพศชาย อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไปอยู่นอกเขต
เมืองและรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 12 ($M \geq 30$ Rur/b) เพศชาย อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไปอยู่นอกเขต
เมืองและรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 13 (F<20Urb/a) เพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในเขตเมือง
และรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 14 (F<20Urb/b) เพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 15 (F<20Rur/a) เพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่นอกเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 16 (F<20Rur/b) เพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่นอกเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 17 (F20-29Urb/a) เพศหญิง อายุ 20-29 ปี อยู่ในเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 18 (F20-29Urb/b) เพศหญิง อายุ 20-29 ปี อยู่ในเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 19 (F20-29Rur/a) เพศหญิง อายุ 20-29 ปีอยู่นอกเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 20 (F20-29Rur/b) เพศหญิง อายุ 20-29 ปีอยู่นอกเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 21 (F≥30Urb/a) เพศหญิง อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป อยู่ในเขตเมืองและรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 22 (F≥30Urb/b) เพศหญิง อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป อยู่ในเขตเมืองและรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 23 (F≥30Rur/a) เพศหญิง อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป อยู่นอกเขตเมืองและรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 24 (F≥30Rur/b) เพศหญิง อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป อยู่นอกเขตเมืองและรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

ซึ่งจากการแบ่งกลุ่มออกเป็น 24 กลุ่มดังกล่าว สามารถแยกจำนวนของผู้ตอบในแต่ละกลุ่มได้ ดังนี้

ตารางที่ 15 การแบ่งกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามตาม เพศ อายุ รายได้ และที่อยู่

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รวม	10,525	100
M<20Urb/a	506	4.8
M<20Urb/b	92	0.9
M<20Rur/a	223	2.1
M<20Rur/b	20	0.2
M20-29Urb/a	1,708	16.2
M20-29Urb/b	420	4.0
M20-29Rur/a	342	3.2
M20-29Rur/b	28	0.3
M>30Urb/a	1,177	11.2
M>30Urb/b	401	3.8
M>30Rur/a	260	2.5
M>30Rur/b	45	0.4
F<20Urb/a	422	4.0
F<20Urb/b	79	0.8
F<20Rur/a	174	1.7
F<20Rur/b	6	0.1
F20-29Urb/a	1,772	16.8
F20-29Urb/b	440	4.2
F20-29Rur/a	307	2.9
F20-29Rur/b	37	0.3
F>30Urb/a	643	6.1
F>30Urb/b	313	3.0

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
F>30Rur/a	121	1.1
F>30Rur/b	18	0.2
อื่นๆ *	971	9.2

หมายเหตุ: *อื่นๆ คือกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าอยู่กลุ่มไหนใน 24 กลุ่มที่จัดไว้ เนื่องจากมีการระบุข้อมูลส่วนตัวในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ไม่ครบถ้วน

จะสังเกตได้ว่า เมื่อแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นกลุ่มต่างๆ แล้ว กลุ่มเพศหญิงที่อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่นอกเขตเมือง และรายได้ต่อครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน (F<20Rur/b) เป็นกลุ่มที่มีตัวอย่างค่อนข้างน้อย คือมีเพียง 6 คนเท่านั้น จึงอาจจะไม่สามารถเป็นตัวแทนที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรกลุ่มนี้ได้

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต (Years on Internet)

จากผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ทั้งหมด 8,154 คน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 45.6) จะมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี โดยมีข้อสังเกตว่าในกลุ่มที่อายุเดียวกันนั้น กลุ่มที่มีรายได้สูง (รายได้ครัวเรือนมากกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน) จะมีสัดส่วนของผู้ที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า และกลุ่มที่มีสัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี สูงที่สุดคือ เพศหญิงอายุระหว่าง 20-29 ปี และมีรายได้ครัวเรือนมากกว่า 5 หมื่นบาท/เดือน

ตารางที่ 16 ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต <i>Years on Internet</i>	>2 ปี	2-4 ปี	>4 ปี
รวม	19.1	35.4	45.5
M<20Urb/a	28.2	44.2	27.6
M<20Urb/b	15.0	33.8	51.2
M<20Rur/a	39.6	37.6	22.8
M<20Rur/b	13.3	46.7	40.0
M20-29Urb/a	15.1	32.9	52.0
M20-29Urb/b	5.1	22.8	72.1
M20-29Rur/a	24.4	41.5	34.1
M20-29Rur/b	6.7	33.3	60.0
M>30Urb/a	24.5	44.4	31.1
M>30Urb/b	10.6	32.1	57.3
M>30Rur/a	31.4	38.6	30.0
M>30Rur/b	21.6	32.4	46.0
F<20Urb/a	37.3	35.4	27.3
F<20Urb/b	15.8	40.4	43.8
F<20Rur/a	42.9	38.5	18.6
F<20Rur/b	40.0	40.0	20.0
F20-29Urb/a	16.9	38.0	45.1
F20-29Urb/b	3.8	24.9	71.3
F20-29Rur/a	19.8	37.2	43.0
F20-29Rur/b	6.7	16.7	76.7
F>30Urb/a	21.1	39.0	39.9
F>30Urb/b	11.8	34.1	54.1
F>30Rur/a	31.1	38.7	30.2
F>30Rur/b	22.2	27.8	50.0

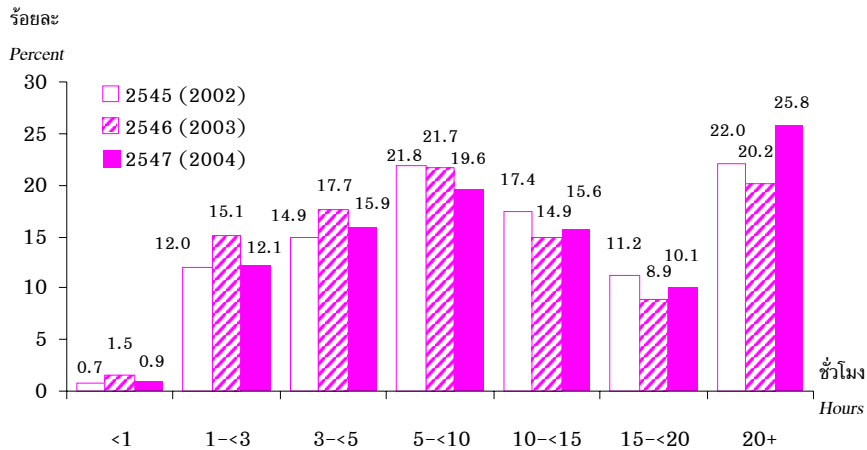
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต Years on Internet	>2 ปี	2-4 ปี	>4 ปี
อื่น ๆ	9.9	24.1	66.0

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางคือร้อยละ คำนวณจากจำนวนผู้ตอบถึงจำนวนปีที่ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละกลุ่มต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแยกตามกลุ่ม

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต (Frequency of Use)

จากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้ทั้งหมด 10,394 คน ระบุว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 25.8) ใช้จำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ (Weekly Hours of Use) มากกว่า 20 ชั่วโมง ซึ่งมีลักษณะไม่แตกต่างจากการสำรวจในปีก่อน ๆ เมื่อแยกผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่ม ๆ จะพบว่ากลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์สูงสุดได้แก่กลุ่มอายุ 20-29 ปี ที่มีรายได้สูง และอยู่ในเขตเมือง (ทั้งชายและหญิง) ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองและมีรายได้ต่อครัวเรือนสูงมีแนวโน้มที่จะใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า ผู้ที่มีรายได้น้อย และอยู่นอกเขตเมือง ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลสำคัญคือ เรื่องราคา และความไม่สะดวกในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งในเขตเมืองจะมีปัญหานี้น้อยกว่า

แผนภาพที่ 16 จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์



ตารางที่ 17 จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์แยกตามกลุ่ม

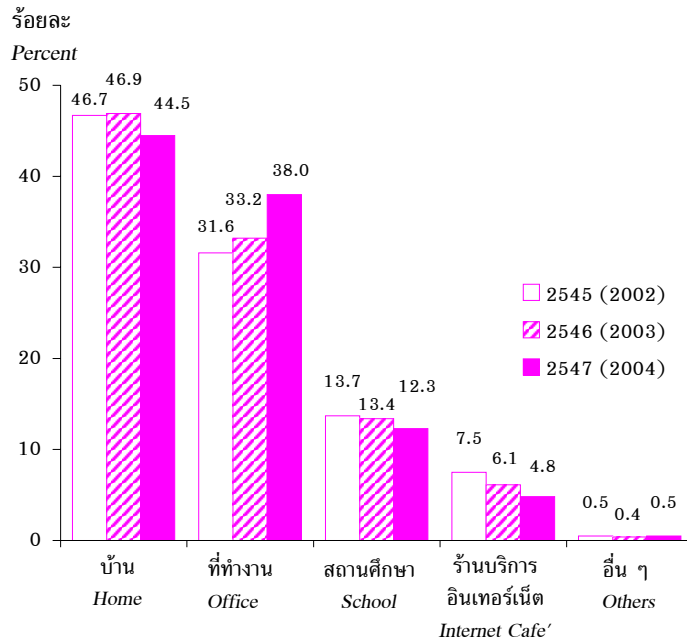
จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อสัปดาห์ Weekly Usage	<1	1-<3	3-<5	5-<10	10-<15	15-<20	20+
รวม	0.9	12.1	15.9	19.6	15.6	10.1	25.8
M<20Urb/a	2.0	15.3	18.2	17.7	17.5	11.1	18.2
M<20Urb/b	1.1	10.9	8.7	16.3	20.6	9.8	32.6
M<20Rur/a	2.3	17.8	17.4	20.5	14.6	12.3	15.1
M<20Rur/b	0.0	21.1	26.3	15.8	5.3	10.5	21.0
M20-29Urb/a	0.9	10.2	16.5	17.4	13.0	10.8	31.2
M20-29Urb/b	0.2	5.7	6.9	15.7	16.7	11.7	43.1
M20-29Rur/a	0.6	15.8	16.1	18.8	16.1	9.1	23.5
M20-29Rur/b	0.0	3.6	17.8	21.4	14.3	14.3	28.6
M>30Urb/a	0.8	14.5	15.3	20.7	16.4	11.1	21.2
M>30Urb/b	0.2	8.5	16.5	20.9	18.0	8.2	27.7
M>30Rur/a	0.8	15.4	20.8	21.5	16.9	8.1	16.5
M>30Rur/b	2.2	15.6	11.1	20.0	20.0	11.1	20.0
F<20Urb/a	1.7	21.4	21.0	19.5	16.9	8.9	10.6
F<20Urb/b	0.0	9.0	15.4	26.9	19.2	11.5	18.0
F<20Rur/a	1.7	18.4	20.7	25.9	17.2	8.0	8.1
F<20Rur/b	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	33.2
F20-29Urb/a	0.4	11.0	16.6	21.0	16.8	9.9	24.3
F20-29Urb/b	0.3	7.3	10.0	20.7	14.8	8.2	38.7
F20-29Rur/a	1.3	17.0	19.0	20.2	18.6	7.2	16.7
F20-29Rur/b	2.7	13.5	10.8	10.8	27.0	2.7	32.5
F>30Urb/a	1.6	13.3	17.6	23.1	13.9	10.4	20.1
F>30Urb/b	0.6	10.3	15.8	20.7	14.2	10.7	27.7
F>30Rur/a	2.5	19.8	16.5	24.8	11.6	9.1	15.7
F>30Rur/b	0.0	11.8	29.4	0.0	11.8	17.6	29.4
อื่นๆ	1.0	7.4	12.5	17.0	14.2	9.9	38.0

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางคือร้อยละ คำนวณจากจำนวนผู้ตอบถึงชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์แยกตามกลุ่มต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแยกตามกลุ่ม

ปริมาณการใช้จากแต่ละสถานที่ (Point of Access)

จากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตจากแต่ละสถานที่จำนวน 9,371 คน ระบุว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้านมากที่สุด เฉลี่ยแล้วคิดเป็นปริมาณการใช้ประมาณร้อยละ 44.5 ของการใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่ต่างๆ ทั้งหมด รองลงมาได้แก่การใช้จากที่ทำงาน (ร้อยละ 38.0) และจากสถานศึกษา (ร้อยละ 12.3) ตามลำดับ ซึ่งไม่แตกต่างจากการสำรวจปีก่อนๆ เมื่อแยกตามกลุ่มอายุจะเห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มใช้อินเทอร์เน็ตจากที่ทำงานมากขึ้น เมื่ออายุเพิ่มขึ้น ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้จากสถานบริการอินเทอร์เน็ต (Internet Cafe') มากที่สุดคือ เพศหญิง อายุน้อยกว่า 20 ปี อยู่นอกเขตเมือง และมีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนสูงกว่า 5 หมื่นบาท นอกจากนี้มีข้อสังเกตอีกประการหนึ่งว่า ไม่มีความแตกต่างมากนักของสัดส่วนการใช้จากสถานที่ต่างๆ ระหว่างกลุ่มผู้ที่อยู่ในเมืองและนอกเมือง

แผนภาพที่ 17 ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตจากแต่ละสถานที่



ตารางที่ 18 ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตจากแต่ละสถานที่แยกตามกลุ่ม

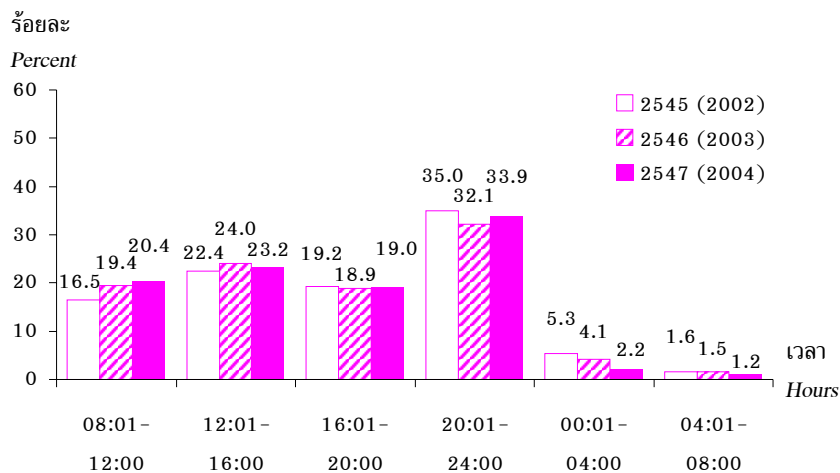
สถานที่ Point of Access	บ้าน Home	ที่ทำงาน Office	สถานศึกษา School	ร้านบริการ อินเทอร์เน็ต Internet Cafe'	อื่น ๆ Others
รวม	44.5	38.0	12.3	4.8	0.5
M<20Urb/a	61.6	2.7	26.3	9.1	0.3
M<20Urb/b	77.4	0.3	14.6	5.4	2.3
M<20Rur/a	51.9	2.2	35.7	9.8	0.5
M<20Rur/b	67.8	2.9	21.0	7.9	0.3
M20-29Urb/a	41.1	37.2	15.0	6.3	0.4
M20-29Urb/b	48.6	36.5	10.5	4.2	0.3
M20-29Rur/a	28.9	42.5	20.6	7.3	0.7
M20-29Rur/b	39.6	43.5	8.5	8.3	0.0
M>30Urb/a	45.9	49.1	1.8	2.8	0.4
M>30Urb/b	47.7	50.0	1.0	0.8	0.4
M>30Rur/a	54.8	39.9	3.0	2.0	0.3
M>30Rur/b	44.2	52.3	3.4	0.1	0.0
F<20Urb/a	57.6	3.4	29.7	8.8	0.5
F<20Urb/b	75.9	0.1	19.5	4.3	0.4
F<20Rur/a	57.8	0.9	30.0	10.5	0.8
F<20Rur/b	47.4	18.0	9.4	21.2	4.0
F20-29Urb/a	35.8	43.3	15.0	5.5	0.4
F20-29Urb/b	43.4	45.2	8.3	2.8	0.3
F20-29Rur/a	32.9	38.8	21.1	6.6	0.5
F20-29Rur/b	49.1	36.5	11.2	2.7	0.6
F>30Urb/a	42.5	53.2	1.6	2.4	0.2
F>30Urb/b	36.6	59.7	1.8	1.5	0.5
F>30Rur/a	48.8	43.3	4.2	3.3	0.4
F>30Rur/b	38.1	61.1	0.0	0.8	0.0

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางคือค่าเฉลี่ยร้อยละของปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละสถานที่ของแต่ละบุคคลแยกตามกลุ่ม

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (Time of Use)

จากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดจำนวน 10,368 คน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 33.9) ระบุว่าช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดคือช่วงกลางคืน ระหว่าง 20:01-24:00 น. เมื่อแยกผู้ตอบออกเป็นกลุ่มต่างๆ แล้วเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จะใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 08:01-16:00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาเรียนน้อยกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งคำตอบนี้เป็นไปในทางเดียวกันกับสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งกลุ่มนี้ระบุว่าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน

แผนภาพที่ 18 ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด



ตารางที่ 19 ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดแยกตามกลุ่ม

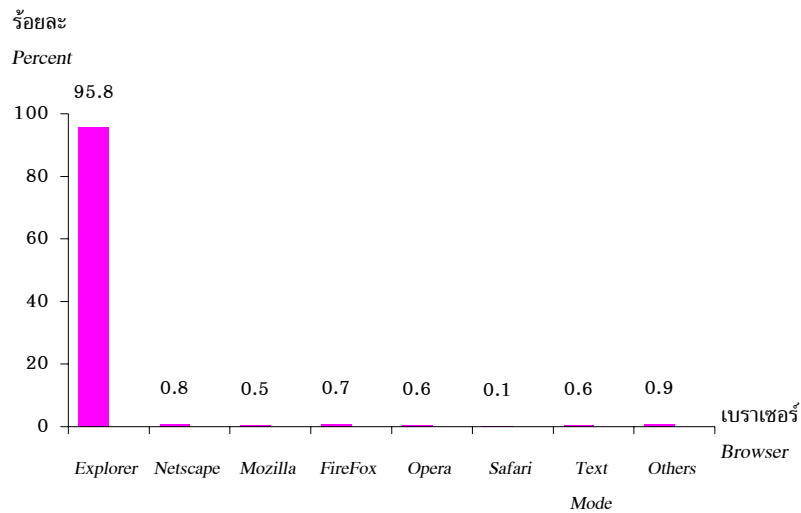
ช่วงเวลาที่ใช้ Time of Use	08:01- 12:00	12:01- 16:00	16:01- 20:00	20:01- 24:00	00:01- 04:00	04:01- 08:00
รวม	20.4	23.2	19.0	33.9	2.2	1.2
M<20Urb/a	11.3	14.1	33.0	39.2	1.4	1.0
M<20Urb/b	8.8	7.7	38.5	39.6	4.4	1.1
M<20Rur/a	13.2	19.6	32.0	31.5	1.4	2.3
M<20Rur/b	5.0	0.0	55.0	40.0	0.0	0.0
M20-29Urb/a	19.2	23.7	17.5	35.5	3.7	0.5
M20-29Urb/b	17.5	20.9	12.0	44.7	3.8	1.0
M20-29Rur/a	24.4	25.3	21.2	25.9	2.4	0.9
M20-29Rur/b	18.5	18.5	18.5	37.0	7.4	0.0
M>30Urb/a	23.2	18.7	15.4	38.2	1.8	2.7
M>30Urb/b	24.1	17.8	12.3	42.6	1.0	2.3
M>30Rur/a	17.5	15.2	17.5	42.4	4.3	3.1
M>30Rur/b	31.0	11.9	14.3	40.5	0.0	2.4
F<20Urb/a	13.2	19.4	31.6	34.0	1.7	0.2
F<20Urb/b	1.3	10.1	36.7	50.6	1.3	0.0
F<20Rur/a	15.2	19.9	35.1	28.1	1.2	0.6
F<20Rur/b	0.0	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0
F20-29Urb/a	20.3	32.0	17.4	27.7	2.0	0.7
F20-29Urb/b	20.3	27.9	15.5	34.2	1.8	0.2
F20-29Rur/a	20.7	30.5	18.0	28.9	1.0	1.0
F20-29Rur/b	21.6	24.3	24.3	27.0	0.0	2.7
F>30Urb/a	28.3	26.1	16.4	26.5	1.3	1.4
F>30Urb/b	32.6	24.8	15.5	23.9	1.0	2.3
F>30Rur/a	19.8	15.7	15.7	43.8	4.1	0.8
F>30Rur/b	44.4	27.8	0.0	27.8	0.0	0.0
อื่นๆ	22.4	22.0	17.8	34.8	2.1	0.9

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางคือร้อยละ คำนวณจากจำนวนผู้ตอบถึงช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดแยกตามกลุ่มต่อผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้แยกตามกลุ่ม

เบราว์เซอร์ที่ใช้ (Browser)

จากผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้ทั้งหมด 10,251 คน พบว่ารูปแบบของเบราว์เซอร์ที่ใช้ ยังเหมือนกับปีก่อน ๆ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้ Internet Explorer เป็นเบราว์เซอร์มากที่สุด (ร้อยละ 95.8) นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่างทางเพศ อายุ รายได้ และสถานที่อยู่ ต่อการเลือกใช้เบราว์เซอร์

แผนภาพที่ 19 เบราว์เซอร์ที่ใช้

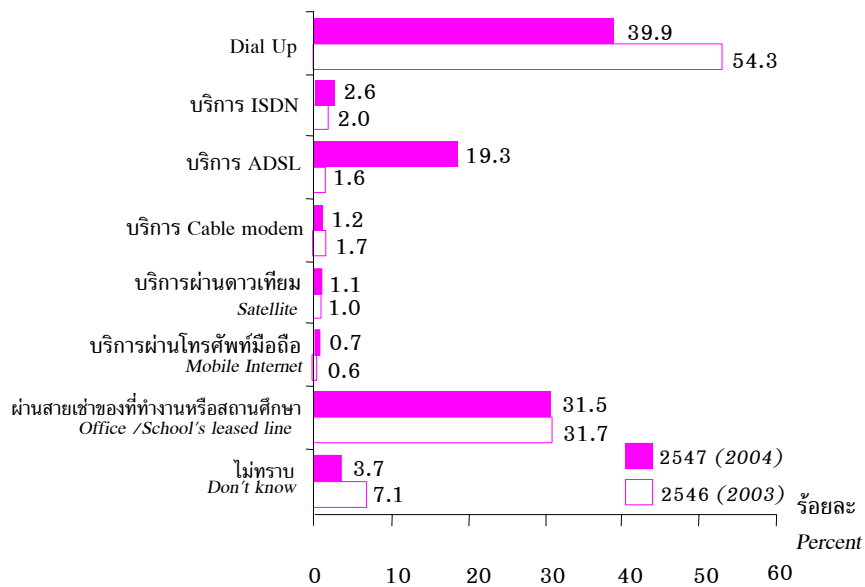


รูปแบบการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Mode of Connectivity)

จากผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้ทั้งหมด 10,306 คน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 39.9) ระบุว่า เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยการต่อโมเด็มโดยหมุนโทรศัพท์ (dial-up) เช่นเดียวกับปีก่อน ๆ อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบสัดส่วนแล้วจะเห็นได้ว่า การต่อผ่านโมเด็มมีสัดส่วนลดลงจากการสำรวจในปีก่อนมาก และรูปแบบการเชื่อมต่อที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือการเชื่อมต่อด้วยบริการ ADSL แสดงให้เห็นได้ว่า

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยเฉพาะระบบ ADSL เริ่มได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นตามลำดับ โดยเมื่อแยกตามกลุ่มอายุ รายได้ และสถานที่อยู่แล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ที่ใช้ระบบ ADSL ก็คือกลุ่มที่มีรายได้สูง อยู่ในเขตเมือง และอายุมากกว่า 20 ปี

แผนภาพที่ 20 รูปแบบการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต



ตารางที่ 20 รูปแบบการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

รูปแบบการเข้าถึง อินเทอร์เน็ต <i>Mode of Connectivity*</i>	1	2	3	4	5	6	7	8
รวม	39.9	2.6	19.3	1.2	1.1	0.7	31.5	3.7
M<20Urb/a	53.7	4.7	17.7	1.0	0.4	0.6	14.2	7.7
M<20Urb/b	50.5	3.3	33.0	0.0	0.0	1.1	6.6	5.5
M<20Rur/a	61.9	0.5	3.2	0.9	2.8	1.4	18.8	10.5
M<20Rur/b	60.0	5.0	20.0	0.0	5.0	0.0	10.0	0.0
M20-29Urb/a	35.0	2.5	26.2	1.4	0.7	0.5	31.8	1.9
M20-29Urb/b	33.8	2.2	36.7	0.7	0.7	0.2	25.2	0.5
M20-29Rur/a	42.9	2.4	6.8	0.3	4.8	0.3	39.3	3.3
M20-29Rur/b	53.6	7.1	10.7	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0
M>30Urb/a	42.3	2.4	21.3	1.5	0.6	0.6	29.8	1.5
M>30Urb/b	36.8	2.8	25.1	1.2	0.0	1.0	32.6	0.5
M>30Rur/a	63.3	2.3	6.6	1.9	2.4	0.8	21.9	0.8
M>30Rur/b	51.1	0.0	8.9	0.0	0.0	0.0	37.8	2.2
F<20Urb/a	47.7	1.9	11.4	1.0	1.2	1.7	21.7	13.4
F<20Urb/b	63.3	0.0	15.2	0.0	2.5	0.0	6.3	12.7
F<20Rur/a	51.1	0.6	1.7	2.3	3.5	2.9	19.5	18.4
F<20Rur/b	83.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
F20-29Urb/a	34.5	2.5	16.1	0.8	0.7	0.9	40.4	4.1
F20-29Urb/b	38.6	1.8	21.4	0.9	0.5	0.2	35.0	1.6
F20-29Rur/a	39.3	2.0	4.0	1.0	3.0	1.0	45.3	4.4
F20-29Rur/b	51.4	0.0	5.4	0.0	5.4	0.0	35.1	2.7
F>30Urb/a	37.6	3.4	16.5	0.8	0.3	0.3	37.6	3.5
F>30Urb/b	30.8	4.5	16.8	2.6	1.0	0.3	43.7	0.3
F>30Rur/a	53.3	2.5	3.3	0.0	2.5	0.8	31.7	5.9

รูปแบบการเข้าถึง อินเทอร์เน็ต Mode of Connectivity*	1	2	3	4	5	6	7	8
F>30Rur/b	38.9	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	44.4	0.0
อื่นๆ	32.5	3.5	28.5	1.9	1.3	0.9	28.0	3.4

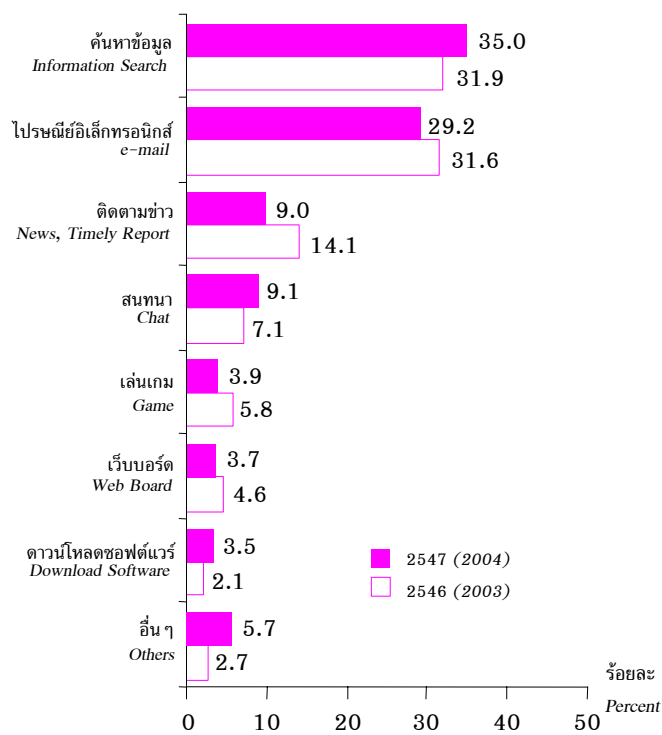
หมายเหตุ: คำนวณจากจำนวนผู้ตอบคำถามแต่ละประเภทของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตต่อคิด
สัดส่วนต่อจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามกลุ่ม

*1. คือ dial up (ต่อโมเด็มโดยหมุนโทรศัพท์) 2. คือ บริการ ISDN 3. คือ บริการ ADSL
4. คือ บริการ Cable modem 5. บริการผ่านดาวเทียม 6. คือ บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ
7. คือ บริการผ่านระบบ Network/LAN ของที่ทำงานหรือสถานศึกษา 8. คือ ไม่ทราบว่า
เชื่อมต่อด้วยรูปแบบใด

กิจกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Internet Activities)

จากผู้ตอบแบบสอบถามว่าทำกิจกรรมอะไรบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด
10,297 คน ระบุว่ากิจกรรมที่ทำมากที่สุดได้แก่ การค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 35.0)
รองลงมาได้แก่ การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ 29.2) และการติดตาม
ข่าว (ร้อยละ 9.9) ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าลำดับของกิจกรรมที่ทำมากที่สุดนี้ไม่
ต่างจากผลการสำรวจในปีก่อน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าเมื่อแยกกิจกรรมที่ทำตาม
กลุ่มแล้ว พบว่ากลุ่มอายุที่มากกว่า 20 ปี มีแนวโน้มจะใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่เกิด
ประโยชน์ เช่น การค้นหาข้อมูล และการติดตามข่าวสาร มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า
20 ปี ซึ่งมีแนวโน้มจะใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในทางบันเทิง เช่น การสนทนา
(Chat) การเล่นเกม มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ

แผนภาพที่ 21 กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด



ตารางที่ 21 กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุดแยกตามกลุ่ม

	ประเภทของกิจกรรมที่ทำมากที่สุด (Top Activity on Internet)*												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
รวม	29.2	9.1	3.7	9.9	35.0	1.8	3.9	0.4	1.9	3.5	0.5	0.1	1.0
M<20Urb/a	12.6	25.4	4.1	5.9	28.3	0.6	11.8	0.8	3.0	5.1	1.0	0.0	1.4
M<20Urb/b	7.6	28.3	8.7	4.3	19.6	2.2	15.2	1.1	5.4	5.4	2.2	0.0	0.0
M<20Rur/a	10.5	16.4	5.5	4.6	35.2	1.8	11.0	0.5	5.9	5.9	0.9	0.0	1.8
M<20Rur/b	10.0	25.0	0.0	0.0	40.0	5.0	15.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
M20-29Urb/a	27.3	7.8	4.4	8.6	34.9	1.9	4.8	0.7	1.7	6.3	0.7	0.2	0.7
M20-29Urb/b	36.5	8.2	5.0	6.5	29.6	0.7	5.1	0.2	0.5	4.3	1.7	0.2	1.5
M20-29Rur/a	23.3	5.4	3.9	9.0	45.8	2.7	3.6	0.0	0.6	5.4	0.0	0.0	0.3
M20-29Rur/b	32.1	3.6	3.6	17.9	25.0	7.1	0.0	3.6	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0
M>30Urb/a	27.8	3.9	3.2	14.5	37.7	3.0	2.1	0.1	0.7	5.5	0.4	0.2	0.9
M>30Urb/b	34.0	2.3	4.3	19.0	32.5	2.5	1.5	0.2	0.0	3.0	0.2	0.0	0.5
M>30Rur/a	19.1	0.8	1.6	18.8	43.3	5.9	1.9	0.0	0.8	6.2	0.0	0.0	1.6
M>30Rur/b	40.0	2.2	2.2	22.2	28.9	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	2.3
F<20Urb/a	17.1	18.8	6.4	5.4	35.2	0.7	6.9	1.0	5.1	1.2	0.7	0.3	1.2
F<20Urb/b	20.3	27.8	10.1	2.5	24.1	0.0	7.6	0.0	5.1	1.3	1.2	0.0	0.0
F<20Rur/a	6.9	17.2	4.6	7.5	50.0	0.0	5.2	0.6	4.6	1.7	0.6	0.0	1.1
F<20Rur/b	16.7	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	33.7	9.5	2.8	8.5	34.9	1.5	2.9	0.5	2.8	1.6	0.6	0.0	0.6
F20-29Urb/b	45.7	10.6	3.9	3.5	31.2	0.9	1.6	0.0	0.7	0.7	0.5	0.0	0.7
F20-29Rur/a	26.0	6.7	1.7	10.3	48.0	1.0	1.3	0.7	2.0	1.3	0.0	0.0	1.0
F20-29Rur/b	40.6	5.4	2.7	2.7	35.1	0.0	0.0	2.7	5.4	0.0	2.7	2.7	0.0
F>30Urb/a	35.0	5.2	2.9	13.6	34.7	1.4	1.9	0.2	1.7	1.9	0.2	0.0	1.3
F>30Urb/b	41.4	3.9	3.9	10.7	34.6	1.6	0.7	0.0	0.3	0.6	0.3	0.0	2.0
F>30Rur/a	19.0	7.4	2.5	17.4	47.9	1.7	1.7	0.0	0.8	0.8	0.0	0.0	0.8
F>30Rur/b	27.8	0.0	0.0	11.1	50.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	5.5

	ประเภทของกิจกรรมที่ทำมากที่สุด (Top Activity on Internet)*												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
อื่นๆ	37.0	9.3	3.0	10.4	28.7	2.0	3.8	0.2	1.5	2.2	0.1	0.4	1.4

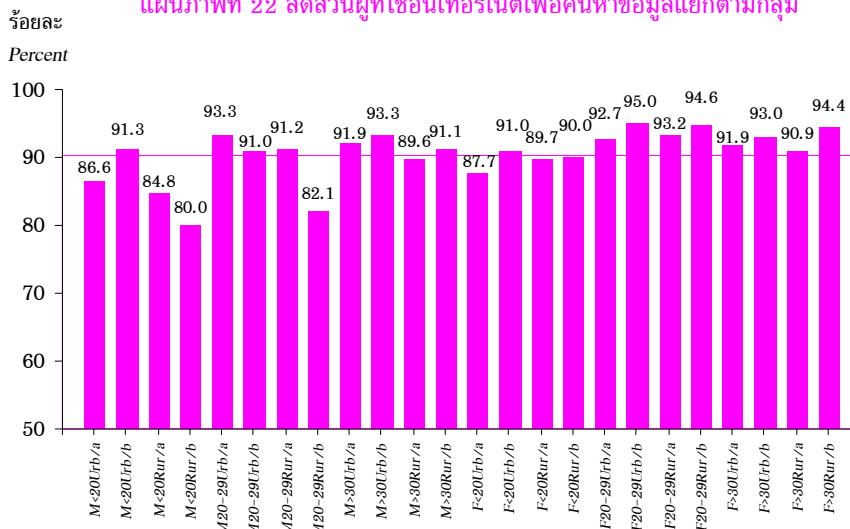
หมายเหตุ: * 1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) 2. สนทนา (Chat) 3. อ่านหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ด (Web Board) 4. ติดตามข่าว (News, Timely Report) 5. ค้นหาข้อมูล (Information Search) 6. ชมสินค้า (Shopping) 7. เล่นเกม (Games) 8. ดาวน์โหลดเกม (Downloads Games) 9. ดูหนังฟังเพลงออนไลน์ (Online Movie/Music) 10. ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ (Downloads Software) 11. ดาวน์โหลดหนัง/เพลง (Downloads Movie/Music) 12. การประชุมทางไกล (Video Conference) 13. อื่นๆ (Others)

กิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบต่าง ๆ

จากคำถามที่ว่า ท่านใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับกิจกรรมใดบ้าง โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ เมื่อนำมาคิดเป็นสัดส่วนต่อจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแยกตามกลุ่มต่างๆ ทั้ง 24 กลุ่ม มีข้อมูลที่น่าสนใจดังนี้

1. ค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นกิจกรรมที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตสูงเป็นอันดับ 1 โดยมีผู้ตอบว่าเคยทำกิจกรรมนี้คิดเป็นร้อยละ 91.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยทุกกลุ่มอายุมีสัดส่วนในการทำกิจกรรมนี้ใกล้เคียงกัน

แผนภาพที่ 22 สัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลแยกตามกลุ่ม



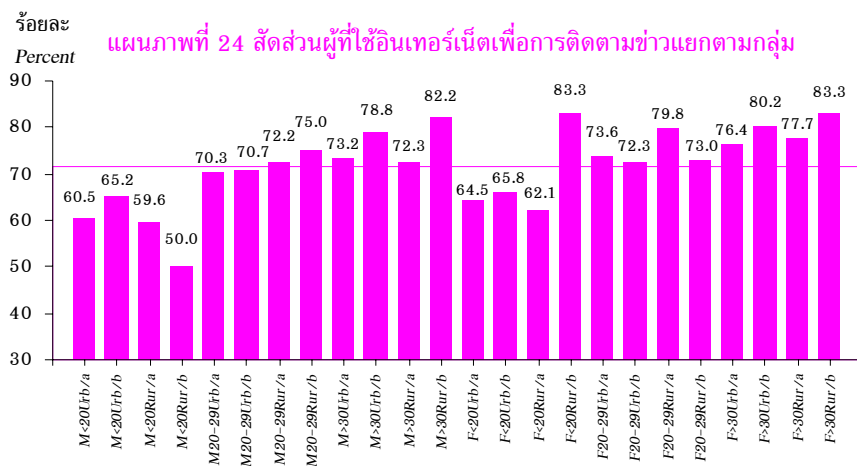
2. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน โดยมีผู้ตอบร้อยละ 89.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแยกตามกลุ่มที่ระบุว่าใช้ประโยชน์จากไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

แผนภาพที่ 23 สัดส่วนผู้ใช้เน็ตเพื่อรับ-ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์แยกตามกลุ่ม

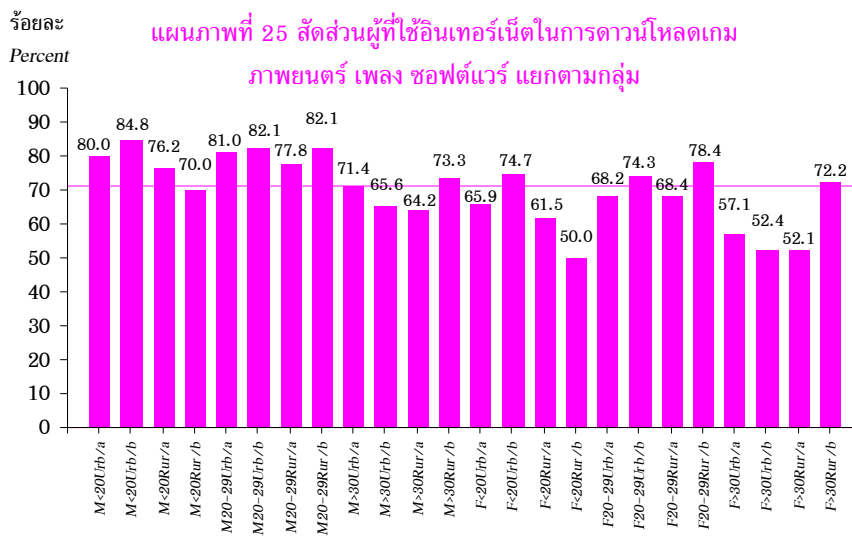


3. ติดตามข่าว (News, Timely Report) โดยรวมแล้วร้อยละ 71.8 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุว่าเข้าไปใช้เน็ตเพื่อติดตามข่าว โดยกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ค่อนข้างเป็นกลุ่มที่นิยมกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

แผนภาพที่ 24 สัดส่วนผู้ใช้เน็ตเพื่อติดตามข่าวแยกตามกลุ่ม

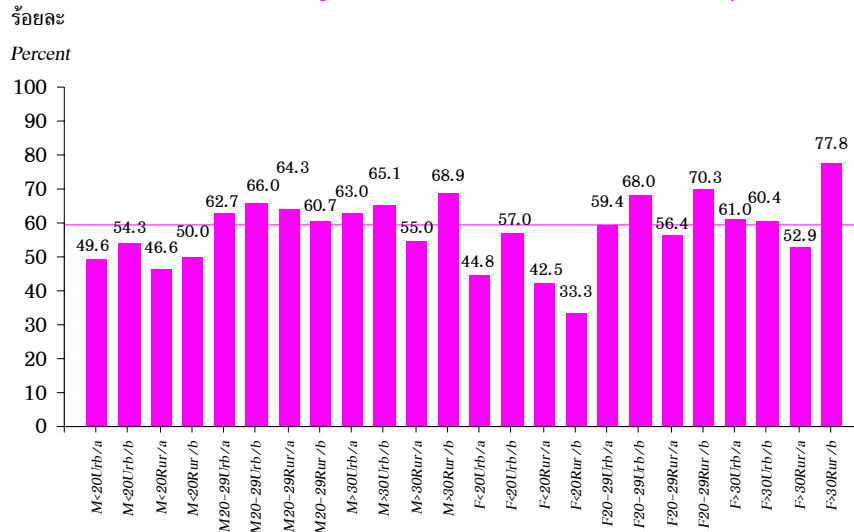


4. ดาวน์โหลดเกม ภาพยนตร์ เพลง ซอฟต์แวร์ (Download Games/Movie/Music/Software) โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 71.4 ระบุว่าเคยใช้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตในการดาวน์โหลดต่างๆ จะเห็นว่ากลุ่มที่เป็นเพศชาย จะมีแนวโน้มทำกิจกรรมนี้สูงกว่าหญิง



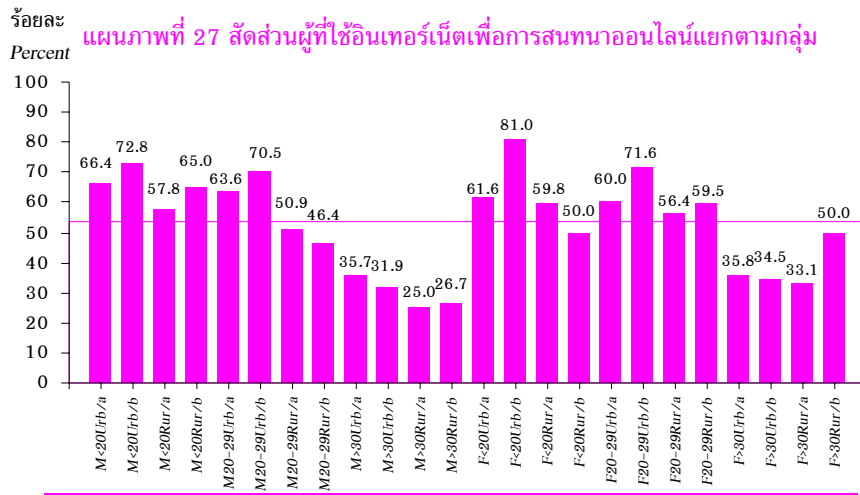
5. ชมนสินค้า (Shopping) โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 59.6 ของทุกกลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยเข้าชมสินค้าออนไลน์ โดยกลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือนสูง และอายุมากกว่า 30 ปี มีแนวโน้มจะใช้เน็ตเพื่อกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ามีศักยภาพในการซื้อมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

แผนภาพที่ 26 สัดส่วนผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการชมสินค้าแยกตามกลุ่ม

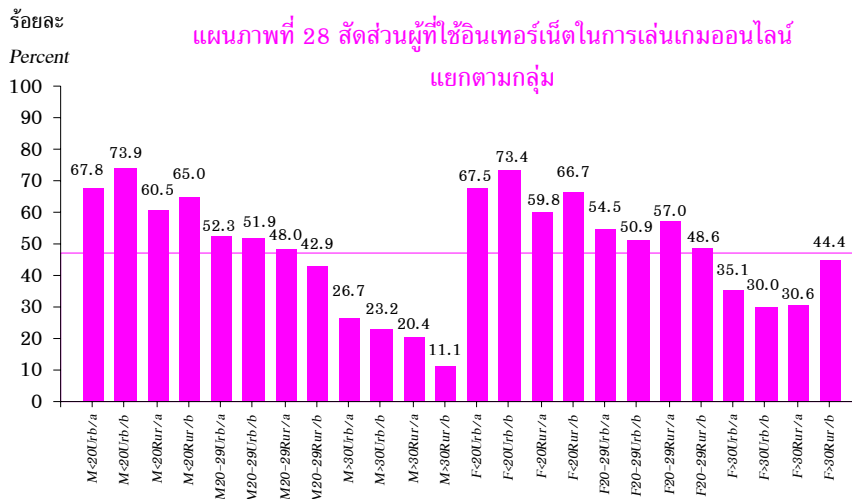


6. สนทนา (Chat) โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 53.7 ระบุว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสนทนาออนไลน์ โดยกลุ่มเด็กและวัยรุ่น ซึ่งอายุต่ำกว่า 20 ปี (โดยเฉพาะเพศหญิง) มีแนวโน้มจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

แผนภาพที่ 27 สัดส่วนผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสนทนาออนไลน์แยกตามกลุ่ม



7. เล่นเกม (Playing Game Online) โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 47.2 ของทุกกลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตในการเล่นเกมนอนไลน์ โดยกลุ่มเด็กและวัยรุ่น ซึ่งอายุต่ำกว่า 20 ปี มีแนวโน้มจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เช่นเดียวกับกิจกรรมการสนทนาออนไลน์ (Chat)

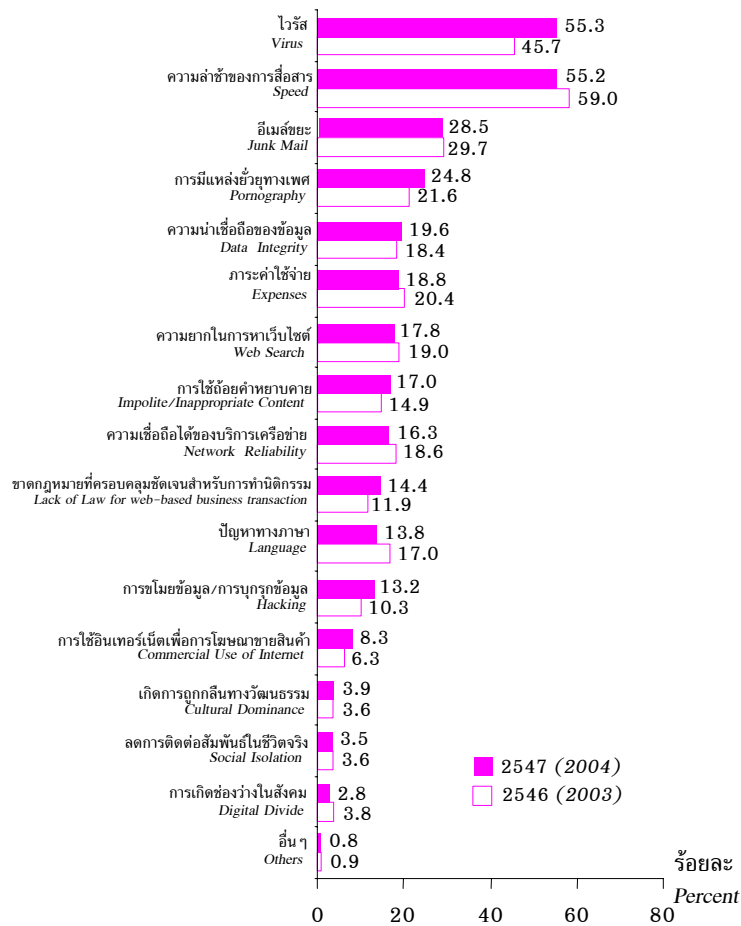


ปัญหาที่พบจากการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Perceived Problems Concerning the Internet)

จากคำถามเกี่ยวกับปัญหาที่สำคัญที่พบจากการใช้อินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ) มีผู้ตอบคำถามข้อนี้ 9,554 คน พบว่าปัญหาเกี่ยวกับการได้รับไวรัสเป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสำคัญที่สุดในปีนี้ (ร้อยละ 55.3) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากการสำรวจในปีก่อนที่มีความสำคัญเป็นลำดับสอง รองลงมาได้แก่

ปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าของการสื่อสาร (ร้อยละ 55.2) และอีเมลขยะ (ร้อยละ 28.5) ตามลำดับ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในปีนี้ได้แก่ ปัญหาความน่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งการสำรวจในปีนี้มีลำดับความสำคัญเป็นอันดับ 5 ในขณะที่ปีก่อนอยู่ในอันดับ 8

แผนภาพที่ 29 ปัญหาที่สำคัญบนอินเทอร์เน็ต



ตารางที่ 22 ปัญหาที่สำคัญบนอินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่ม

ปัญหา <i>Perceived Problems</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
รวม	17.8	55.2	16.3	19.6	14.4	24.8	17.0	13.2	18.8	8.3	2.8	28.5	55.3	3.5	3.9	13.8
M<20Urb/a	28.5	55.9	18.8	17.4	14.4	25.3	18.6	16.8	23.3	9.3	3.8	22.5	52.0	4.5	5.1	16.6
M<20Urb/b	32.6	60.9	19.6	17.4	21.7	33.7	27.2	18.5	23.9	14.1	6.5	29.3	46.7	8.7	6.5	16.3
M<20Rur/a	32.7	67.7	17.0	20.2	10.3	24.2	14.3	10.8	24.2	6.3	5.8	12.6	48.0	1.8	3.6	15.2
M<20Rur/b	15.0	60.0	15.0	20.0	10.0	35.0	10.0	10.0	10.0	5.0	10.0	15.0	45.0	5.0	5.0	0.0
M20-29Urb/a	16.6	54.6	16.1	22.6	16.2	23.5	19.1	15.3	21.0	9.3	3.9	26.8	52.3	4.3	4.5	13.6
M20-29Urb/b	17.1	56.4	17.1	16.7	19.8	18.1	14.0	18.8	21.4	11.9	3.6	33.3	56.7	4.5	3.8	11.0
M20-29Rur/a	19.9	66.1	16.4	22.8	14.6	27.8	13.5	9.4	20.2	6.1	2.3	21.6	52.0	2.3	4.7	18.7
M20-29Rur/b	17.9	78.6	17.9	21.4	28.6	32.1	17.9	14.3	28.6	14.3	7.1	28.6	46.4	7.1	10.7	14.3
M>30Urb/a	15.0	59.5	17.1	17.7	15.8	22.5	15.0	11.6	22.1	8.7	2.5	30.2	53.6	4.2	3.3	13.4
M>30Urb/b	12.7	59.1	15.5	16.2	14.2	20.4	13.5	14.7	18.0	7.7	1.7	39.2	53.9	2.2	3.0	9.2
M>30Rur/a	13.1	64.2	18.5	12.7	12.3	30.4	13.5	7.7	18.8	5.4	3.1	23.8	49.2	1.5	2.3	13.1
M>30Rur/b	17.8	73.3	15.6	13.3	13.3	22.2	8.9	6.7	13.3	4.4	2.2	31.1	55.6	4.4	4.4	11.1
F<20Urb/a	23.5	56.9	18.7	15.9	10.4	24.9	26.1	10.4	19.4	7.1	3.6	19.7	55.9	3.1	3.6	17.1
F<20Urb/b	25.3	50.6	13.9	15.2	12.7	20.3	22.8	16.5	16.5	6.3	0.0	30.4	55.7	1.3	3.8	10.1
F<20Rur/a	29.3	68.4	17.2	15.5	8.0	29.3	17.2	14.4	22.4	5.7	4.6	14.4	48.9	3.4	6.3	24.1
F<20Rur/b	0.0	83.3	16.7	33.3	16.7	50.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	50.0	0.0	0.0	50.0
F20-29Urb/a	16.0	48.5	15.3	21.8	13.4	26.3	17.8	12.0	14.5	7.7	1.7	30.8	60.2	2.5	2.9	14.6
F20-29Urb/b	14.3	46.8	13.9	22.3	14.3	25.7	17.7	20.5	14.1	9.1	1.1	39.3	61.8	3.6	3.4	7.7
F20-29Rur/a	16.9	60.9	15.3	19.2	11.1	29.3	16.9	12.1	14.7	5.9	4.6	20.2	54.1	4.2	5.9	15.0
F20-29Rur/b	18.9	59.5	18.9	21.6	8.1	29.7	10.8	13.5	5.4	5.4	0.0	37.8	70.3	0.0	5.4	13.5
F>30Urb/a	15.2	48.7	14.9	18.0	13.2	26.6	14.3	10.6	18.5	9.3	2.2	33.7	58.8	3.4	4.0	13.4
F>30Urb/b	18.5	46.6	16.3	20.8	16.3	22.7	15.0	11.8	11.8	8.0	1.0	30.7	60.7	3.2	2.2	7.3

ปัญหา <i>Perceived Problems</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
F>30Rur/a	17.4	59.5	19.0	17.4	11.6	28.9	11.6	5.8	20.7	5.8	2.5	28.1	55.4	5.0	5.8	19.8
F>30Rur/b	22.2	44.4	16.7	16.7	16.7	11.1	11.1	11.1	22.2	5.6	0.0	33.3	50.0	5.6	5.6	5.6

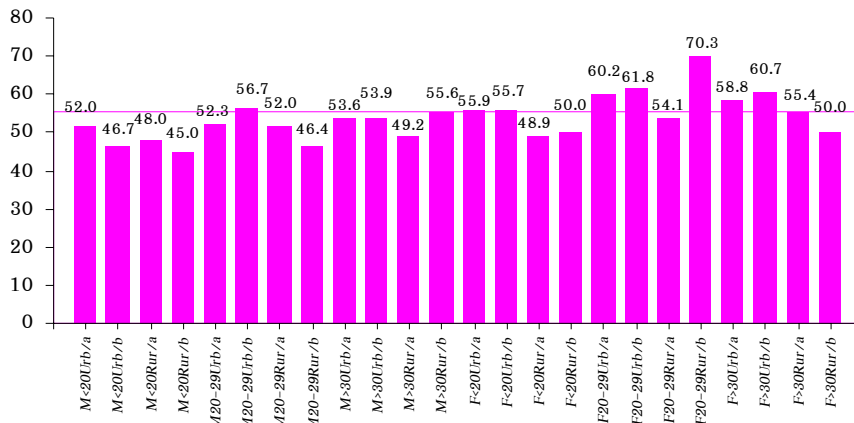
หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางคือร้อยละ คำนวณจากจำนวนผู้เลือกตอบปัญหาในแต่ละข้อต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแยกตามกลุ่ม (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ) โดยที่ 1. ความยากในการหาเว็บไซต์ (Web Search) 2. ความล่าช้าของการสื่อสาร (Speed) 3. ความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่าย (Network Reliability) 4. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Data Integrity) 5. ขาดกฎหมายที่ครอบคลุมชัดเจนสำหรับการกระทำนิติกรรม (Lack of Law for web-based business transaction) 6. การมีแหล่งข้อมูลทางเพศ (Pornography) 7. การใช้ถ้อยคำหยาบคาย (Impolite/Inappropriate Content) 8. การขโมยข้อมูล/การบุกรุกข้อมูล (Hacking) 9. ภาระค่าใช้จ่าย (Expenses) 10. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาขายสินค้า (Commercial Use of Internet) 11. การเกิดช่องว่างในสังคม (Digital Divide) 12. อีเมลขยะ (Junk Mail) 13. ไวรัส (Virus) 14. ลดการติดต่อสัมพันธ์ในชีวิตจริง (Social Isolation) 15. เกิดการถูกกลืนทางวัฒนธรรม (Cultural Dominance) 16. ปัญหาทางภาษา (Language)

เมื่อนำความคิดเห็นต่อปัญหาที่พบบนอินเทอร์เน็ต มาแยกตามกลุ่มตัวอย่าง มีข้อมูลที่น่าสนใจคือ

1. ไวรัส (Virus) กลุ่มผู้หญิงมีแนวโน้มเห็นว่าปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญมากกว่าชาย โดยผู้หญิงอายุระหว่าง 20-29 ปีอยู่นอกเขตเมือง และมีรายได้ต่อครัวเรือนมากกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน เป็นกลุ่มที่ตอบว่าปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 70.3)

ร้อยละ **แผนภาพที่ 30** สัดส่วนของผู้ตอบว่าไวรัสเป็นปัญหาสำคัญแยกตามกลุ่ม

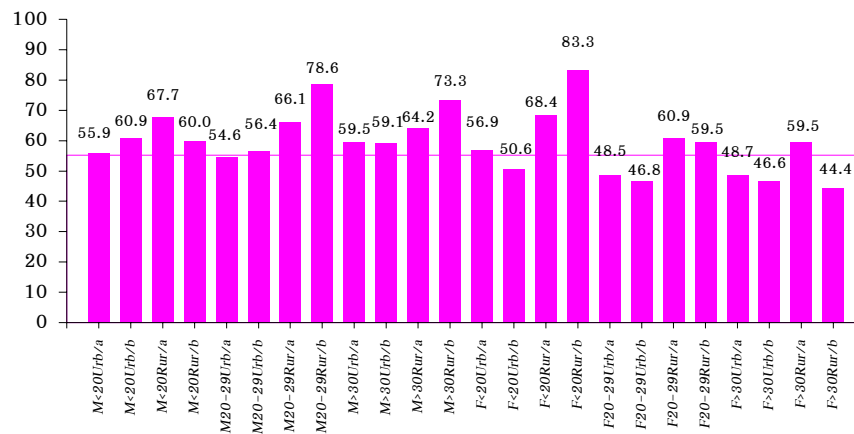
Percent



2. ความล่าช้าของการสื่อสาร (Speed) ผู้ชายมีแนวโน้มเห็นว่าปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญมากกว่าหญิง อย่างไรก็ตามผู้หญิงอายุน้อยกว่า 20 ปี อยู่นอกเขตเมือง และมีรายได้ต่อครัวเรือนมากกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน เป็นกลุ่มที่ตอบว่าปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 83.3)

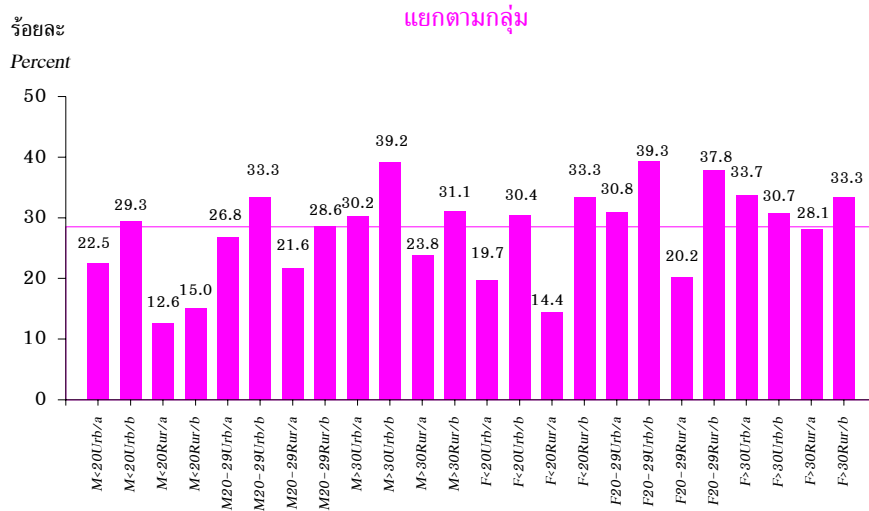
ร้อยละ **แผนภาพที่ 31** สัดส่วนของผู้ตอบว่าความล่าช้าของการสื่อสารเป็นปัญหาสำคัญแยกตามกลุ่ม

Percent

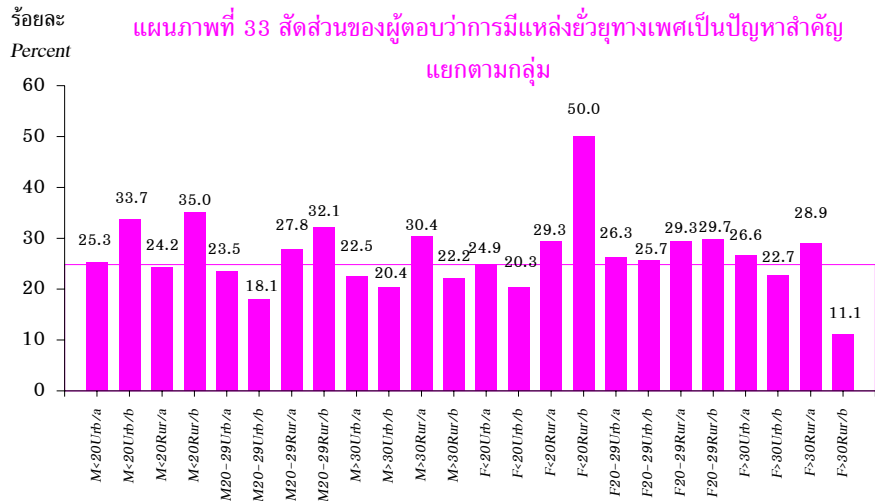


3. อีเมลขยะ (Junk Mail) โดยรวมแล้ว ร้อยละ 28.5 เห็นว่าปัญหานี้มีความสำคัญ โดยผู้หญิงอายุระหว่าง 20-29 ปี อยู่ในเขตเมือง และมีรายได้ต่อครัวเรือนมากกว่า 5 หมื่นบาทต่อปี เป็นกลุ่มที่ตอบว่าปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 39.3)

แผนภาพที่ 32 สัดส่วนของผู้ตอบว่าอีเมลขยะเป็นปัญหาสำคัญ



4. การมีแหล่งข้อมูลทางเพศ (Pornography) โดยรวมแล้ว ร้อยละ 24.8 เห็นว่าปัญหานี้มีความสำคัญ โดยผู้หญิงอายุน้อยกว่า 20 ปีอยู่นอกเขตเมือง และมีรายได้ต่อครัวเรือนมากกว่า 5 หมื่นบาทต่อปี เป็นกลุ่มที่ตอบว่าปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 50.0)



การซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต

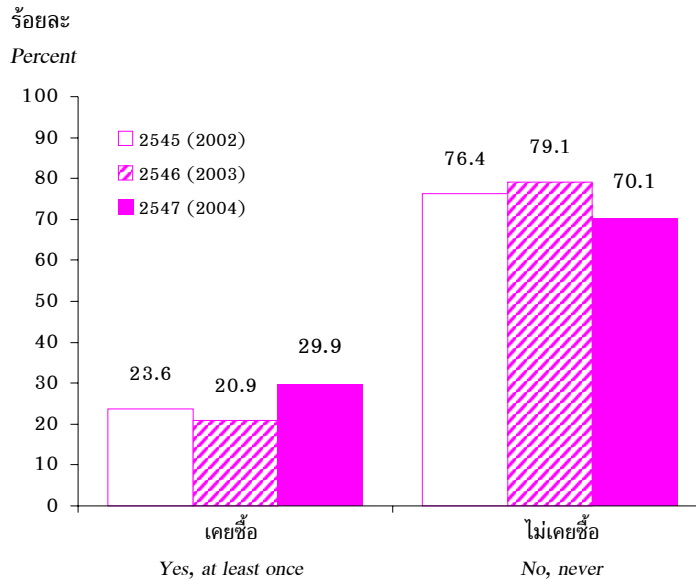
การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่มีการสำรวจในครั้งนี้อย่างมีความสำคัญเป็นพิเศษ เนื่องจากการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางใหม่สำหรับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการ และเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายตลาดของผู้ผลิต

จากรายงานการสำรวจข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2547 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งมีการสำรวจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของภาคธุรกิจในประเทศไทย พบว่าภาคธุรกิจยังมีการใช้ประโยชน์จากการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างน้อย มีธุรกิจจำนวนไม่มากนักที่มีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง และส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ซึ่งคณะผู้ศึกษากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตฯ ในครั้งนี้ จึงเห็นว่า ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการที่ได้จากการสำรวจนี้ จะสามารถใช้เป็นข้อมูลเสริมกับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคได้ดีขึ้น

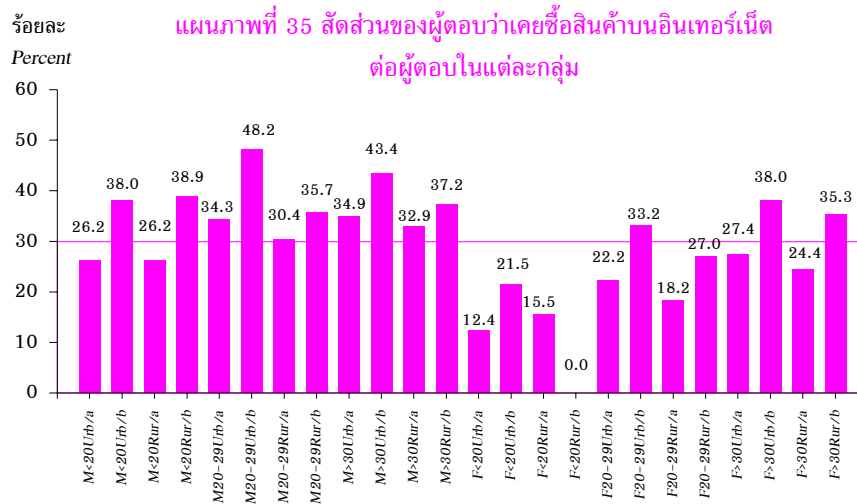
ประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต (Internet Purchase)

โดยรวมแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากนัก จากผู้ตอบแบบสอบถามว่า เคยซื้อสินค้าหรือบริการบนอินเทอร์เน็ตหรือไม่ (รวมการสั่งจองออนไลน์) จำนวน 9,312 คน มีเพียงร้อยละ 29.9 เท่านั้นที่ระบุว่าเคยซื้อ ซึ่งสัดส่วนนี้เพิ่มสูงขึ้นจากการสำรวจในปีก่อน ๆ เล็กน้อย

แผนภาพที่ 34 การซื้อสินค้าหรือบริการบนอินเทอร์เน็ต

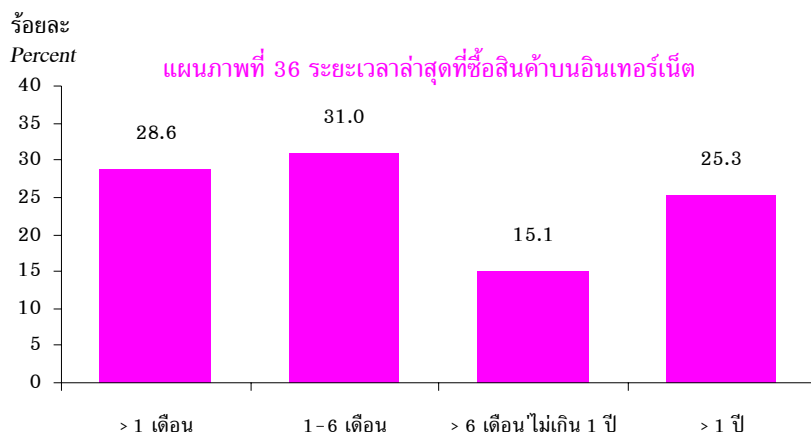


เมื่อแยกผู้ที่ตอบว่าเคยซื้อสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ตออกตามกลุ่มต่าง ๆ แล้ว จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชายมีแนวโน้มที่จะนิยมซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมากกว่าหญิง โดยกลุ่มที่เคยซื้อสินค้ามากที่สุดคืออายุระหว่าง 20-29 ปี ที่อยู่ในเขตเมืองและมีรายได้สูง (ร้อยละ 48.2) ในขณะที่กลุ่มที่ซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดคือ กลุ่มผู้หญิงอายุน้อยกว่า 20 ปีที่อยู่นอกเขตเมือง



ระยะเวลาล่าสุดที่ซื้อสินค้า และมูลค่าการซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ต

โดยเฉลี่ยแล้วผู้ที่เคยซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตจะซื้อในช่วง 1-6 เดือนที่ผ่านมามากที่สุด (ร้อยละ 31.0 ของผู้ตอบว่าเคยซื้อทั้งหมด)



มูลค่าสินค้าหรือบริการที่ซื้อส่วนใหญ่จะต่ำกว่าหนึ่งพันบาท กลุ่มที่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมีมูลค่ามากกว่า 40,000 บาท มีเพียงร้อยละ 1.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงอายุ 20-29 ปี อาศัยอยู่นอกเขตเมือง และมีรายได้ต่อครัวเรือนสูง

ตารางที่ 23 มูลค่าการซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่ม

มูลค่า Value (Baht)	< 1,000	1,000- 5,000	5,001- 10,000	10,001- 20,000	20,001- 40,000	> 40,000
รวม	39.9	36.8	12.0	5.7	3.8	1.8
M<20Urb/a	53.6	32.8	6.4	4.8	1.6	0.0
M<20Urb/b	42.9	28.6	17.1	8.6	2.9	0.0
M<20Rur/a	60.0	21.8	10.9	3.6	3.6	0.0
M<20Rur/b	57.1	14.3	0.0	14.3	14.3	0.0
M20-29Urb/a	44.5	35.0	11.0	5.3	3.3	0.9
M20-29Urb/b	34.9	41.0	7.2	7.2	6.2	3.6
M20-29Rur/a	36.0	42.0	11.0	7.0	2.0	2.0
M20-29Rur/b	50.0	20.0	20.0	0.0	10.0	0.0
M>30Urb/a	32.8	38.2	16.0	5.6	5.3	2.0
M>30Urb/b	28.2	34.7	16.5	12.4	5.9	2.4
M>30Rur/a	32.1	43.2	12.3	7.4	2.5	2.5
M>30Rur/b	37.5	37.5	0.0	12.5	6.3	6.3
F<20Urb/a	58.0	30.0	8.0	0.0	4.0	0.0
F<20Urb/b	29.4	52.9	11.8	5.9	0.0	0.0
F<20Rur/a	70.4	25.9	3.7	0.0	0.0	0.0
F<20Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	44.4	35.0	11.5	4.5	2.4	2.1
F20-29Urb/b	39.7	39.0	14.2	2.8	2.1	2.1
F20-29Rur/a	51.9	38.9	3.7	1.9	3.7	0.0

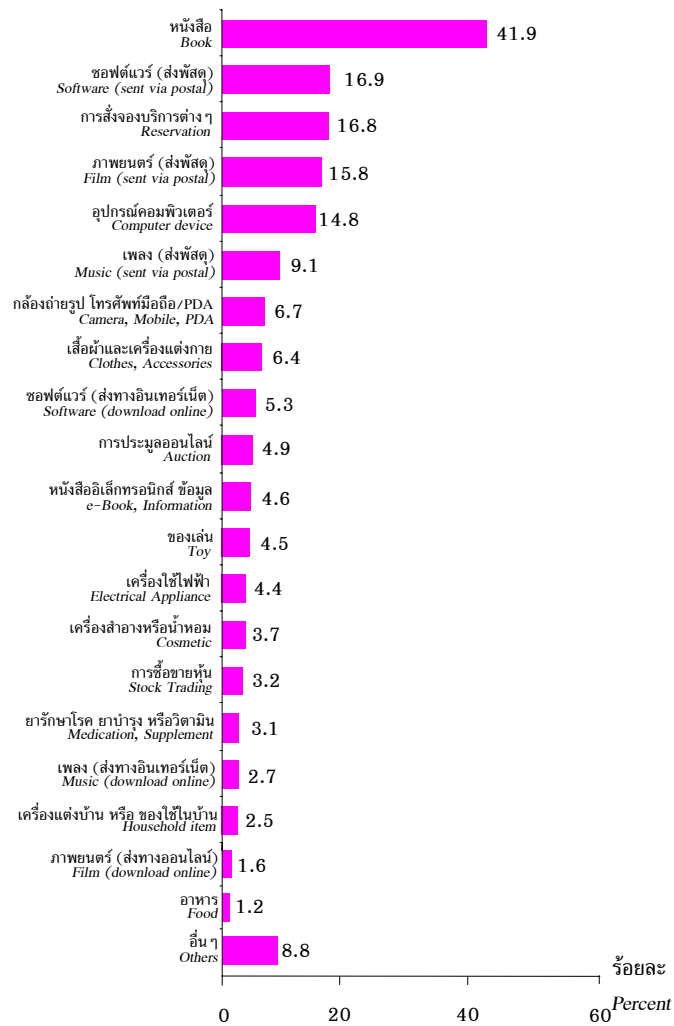
มูลค่า Value (Baht)	< 1,000	1,000- 5,000	5,001- 10,000	10,001- 20,000	20,001- 40,000	> 40,000
F20-29Rur/b	30.0	40.0	20.0	0.0	0.0	10.0
F>30Urb/a	31.7	40.7	15.0	6.6	4.2	1.8
F>30Urb/b	27.8	39.1	13.0	8.7	7.0	4.3
F>30Rur/a	41.4	48.3	10.3	0.0	0.0	0.0
F>30Rur/b	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางคือร้อยละ คำนวณจากผู้ที่เลือกมูลค่าสินค้าหรือบริการที่ซื้อในปีที่ผ่านมาต่อผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้แยกตามกลุ่ม

สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (Goods and Services Purchased)

ผลการสำรวจในปีนี้ ไม่แตกต่างจากปีก่อนๆ มากนัก กล่าวคือสินค้าหรือบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดยังคงเป็นหนังสือ (ร้อยละ 41.9) รองลงมาได้แก่ ซอฟต์แวร์ (ร้อยละ 16.9) และการส่งจองบริการต่างๆ (ร้อยละ 16.8) ปีนี้มีการเพิ่มตัวเลือก สินค้าประเภทกล้องถ่ายรูป โทรศัพท์มือถือ/PDA การประมูลออนไลน์ และการซื้อขายหุ้น ซึ่งพบว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมบนอินเทอร์เน็ตมากพอสมควร

แผนภาพที่ 37 สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต



เมื่อนำเอาสินค้าหรือบริการมาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือสินค้าที่ซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตจับต้องไม่ได้ และสินค้าที่ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตแต่ต้องส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อภายหลังและสามารถจับต้องได้ พบว่าลักษณะการซื้อของกลุ่มแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังนี้

สินค้าที่ซื้อขายผ่านระบบออนไลน์จับต้องไม่ได้ ในกลุ่มนี้การสั่งซื้อจองบริการต่างๆ เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าเคยใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 16.8) โดยกลุ่มที่ใช้บริการนี้สูงได้แก่กลุ่มผู้หญิงที่อายุมากกว่า 30 ปี ซึ่งระบุว่าเคยสั่งซื้อจองบริการออนไลน์เกินกว่าร้อยละ 30 ของการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 24 สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่ม: จับต้องไม่ได้

	หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูล e-Book, e-Information	ซอฟต์แวร์ (ส่งทางอินเทอร์เน็ต) Software (sent online)	เพลง (ส่งทางอินเทอร์เน็ต) Music (sent online)	ภาพยนตร์ (ส่งทางอินเทอร์เน็ต) Film (sent online)	การสั่งซื้อจองบริการต่างๆ Reservation	การซื้อขายหุ้น Online stock trading	การประมูลออนไลน์ e-Auction
รวม	4.6	5.3	2.7	1.6	16.8	3.2	4.9
M<20Urb/a	4.7	9.4	17.3	10.2	7.9	0.8	6.3
M<20Urb/b	5.7	8.6	2.9	2.9	28.6	0.0	8.6
M<20Rur/a	3.6	17.9	7.1	5.4	0.0	0.0	1.8
M<20Rur/b	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
M20-29Urb/a	4.7	5.4	1.0	2.3	12.9	2.3	4.3
M20-29Urb/b	5.1	6.1	1.5	0.0	23.2	7.6	7.1
M20-29Rur/a	6.9	6.9	3.0	2.0	6.9	3.0	5.0
M20-29Rur/b	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
M>30Urb/a	5.3	6.0	1.3	1.0	14.8	4.8	5.5
M>30Urb/b	2.9	8.8	0.6	0.6	17.6	7.6	5.9
M>30Rur/a	4.8	2.4	1.2	1.2	1.2	4.8	3.6
M>30Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5

	หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูล e-Book, Information	ซอฟต์แวร์ (ส่งทาง อินเทอร์เน็ต) Software (sent online)	เพลง (ส่งทาง อินเทอร์เน็ต) Music (sent online)	ภาพยนตร์ (ส่งทาง อินเทอร์เน็ต) Film (sent online)	การสั่งจอง บริการต่างๆ Reservation	การซื้อขายหุ้น Online stock trading	การประมูลออนไลน์ e-Auction
F<20Urb/a	2.0	4.0	6.0	2.0	14.0	0.0	4.0
F<20Urb/b	5.9	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0
F<20Rur/a	3.7	11.1	3.7	3.7	11.1	0.0	3.7
F<20Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	4.4	2.6	3.9	0.8	22.1	1.6	4.7
F20-29Urb/b	2.8	2.1	3.5	0.7	30.6	0.0	3.5
F20-29Rur/a	5.6	1.9	1.9	0.0	14.8	7.4	7.4
F20-29Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0	20.0
F>30Urb/a	5.8	4.7	0.6	0.0	21.1	1.2	4.1
F>30Urb/b	3.4	1.7	0.9	0.0	35.3	5.2	2.6
F>30Rur/a	3.4	6.9	0.0	0.0	6.9	0.0	6.9
F>30Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางคือร้อยละ คำนวณจากผู้ที่เลือกประเภทสินค้าหรือบริการที่เคยซื้อต่อผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้แยกตามกลุ่ม

ในกลุ่มสินค้าที่จับต้องได้ โดยเฉลี่ยแล้วจะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่าสินค้าที่จับต้องไม่ได้ โดยสินค้าที่นิยมมากที่สุดคือหนังสือ (หมายเลข 1 ในตารางที่ 25) ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานแน่นอน ไม่ว่าจะซื้อจากร้านหรือสั่งผ่านอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังพบว่าสำนักพิมพ์หลายแห่งในประเทศไทย ได้ขยายการให้บริการการสั่งซื้อทางหน้าเว็บไซต์ โดยมีการจูงใจผู้บริโภคด้วยส่วนลดมากขึ้น โดยแนวโน้มนั้นผู้ชายจะมีการสั่งซื้อหนังสือผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้หญิง ซึ่งกลุ่มที่ซื้อมากที่สุดได้แก่ผู้ชายอายุมากกว่า 30 ปี อยู่ในเขตเมือง และรายได้ครัวเรือนต่อเดือนสูง

ตารางที่ 25 สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่ม: จับต้องได้

	ประเภทสินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
รวม	41.9	16.9	9.1	15.8	14.8	6.7	4.4	2.5	6.4	3.1	3.7	1.2	2.2
M<20Urb/a	29.9	26.8	13.4	19.7	14.2	12.6	4.7	3.9	5.5	2.4	3.9	1.6	11.0
M<20Urb/b	45.7	20.0	20.0	8.6	5.7	5.7	0.0	2.9	0.0	2.9	2.9	2.9	17.1
M<20Rur/a	48.2	37.5	5.4	17.9	16.1	3.6	1.8	1.8	3.6	3.6	0.0	0.0	5.4
M<20Rur/b	57.1	28.6	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6
M20-29Urb/a	42.4	21.6	10.6	23.5	18.6	6.6	4.7	1.2	2.4	1.6	2.1	0.7	4.9
M20-29Urb/b	40.4	14.6	8.6	23.2	14.6	6.6	6.1	2.0	2.5	1.5	1.5	1.5	5.1
M20-29Rur/a	38.6	22.8	9.9	15.8	26.7	5.9	5.0	1.0	4.0	5.0	1.0	0.0	2.0
M20-29Rur/b	20.0	40.0	20.0	0.0	30.0	10.0	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0
M>30Urb/a	41.3	20.8	7.0	16.3	19.5	6.8	7.5	2.3	3.3	1.5	1.8	0.5	3.3
M>30Urb/b	49.4	13.5	6.5	12.9	15.9	4.1	5.3	1.8	0.0	1.2	0.0	1.2	5.3
M>30Rur/a	36.1	28.9	9.6	16.9	31.3	4.8	4.8	1.2	3.6	4.8	4.8	0.0	6.0
M>30Rur/b	68.8	12.5	18.8	37.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	0.0
F<20Urb/a	64.0	16.0	18.0	10.0	10.0	6.0	4.0	6.0	6.0	6.0	2.0	0.0	6.0
F<20Urb/b	41.2	5.9	17.6	17.6	0.0	17.6	0.0	0.0	11.8	11.8	0.0	0.0	11.8
F<20Rur/a	48.1	3.7	11.1	14.8	11.1	3.7	0.0	0.0	7.4	3.7	0.0	0.0	7.4
F<20Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	35.7	12.5	9.1	10.4	8.1	7.8	1.8	3.9	12.5	4.9	7.8	1.3	1.8
F20-29Urb/b	45.1	8.3	11.1	11.8	7.6	7.6	3.5	3.5	11.8	2.8	9.0	3.5	2.8
F20-29Rur/a	35.2	14.8	5.6	7.4	7.4	5.6	1.9	3.7	27.8	11.1	5.6	3.7	0.0
F20-29Rur/b	50.0	10.0	20.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0
F>30Urb/a	45.6	6.4	4.7	8.8	8.2	8.2	5.3	1.8	17.5	3.5	6.4	2.3	1.2
F>30Urb/b	45.7	2.6	4.3	3.4	7.8	4.3	2.6	5.2	6.9	5.2	2.6	1.7	6.9
F>30Rur/a	51.7	10.3	10.3	13.8	13.8	3.4	3.4	6.9	10.3	10.3	3.4	3.4	10.3
F>30Rur/b	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

หมายเหตุ ตัวเลขในตารางคือร้อยละ จำนวนจากผู้ที่ใช้เลือกประเภทสินค้าหรือบริการที่เคยซื้อต่อผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้แยกตามกลุ่ม โดยที่

- สินค้าหมายเลข 1 คือ หนังสือ (Book)
- สินค้าหมายเลข 2 คือ ซอฟต์แวร์-ส่งพัสดุ (Software-sent via postal)
- สินค้าหมายเลข 3 คือ เพลง-ส่งพัสดุ (Music-sent via postal)
- สินค้าหมายเลข 4 คือ ภาพยนตร์-ส่งพัสดุ (Film-sent via postal)
- สินค้าหมายเลข 5 คือ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Computer device)
- สินค้าหมายเลข 6 คือ กล้องถ่ายรูป โทรศัพท์มือถือ/PDA (Camera/Mobile/PDA)
- สินค้าหมายเลข 7 คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ (Electrical Appliance)
- สินค้าหมายเลข 8 คือ เครื่องแต่งบ้าน หรือ ของใช้ในบ้าน (Household item)
- สินค้าหมายเลข 9 คือ เสื้อผ้า และเครื่องแต่งกาย (Clothes, Accessories)
- สินค้าหมายเลข 10 คือ ยารักษาโรค ยาบำรุง หรือวิตามิน (Medication, Food Supplement)
- สินค้าหมายเลข 11 คือ เครื่องสำอางหรือน้ำหอม (Cosmetic)
- สินค้าหมายเลข 12 คือ อาหาร (Food)
- สินค้าหมายเลข 13 คือ ของเล่น (Toy)

เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (Reasons against Internet Purchase)

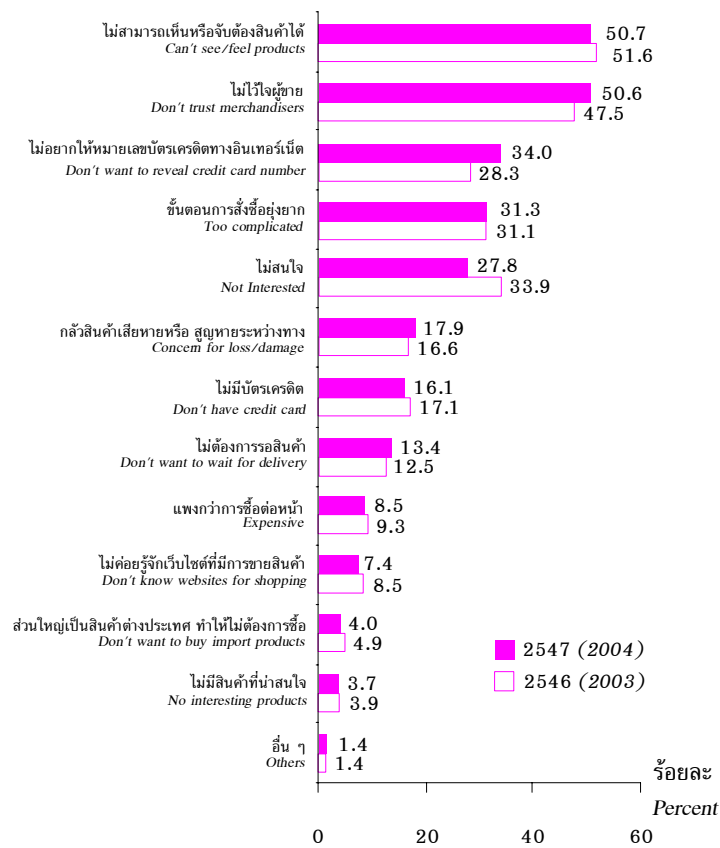
จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าไม่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต 7,009 คน ได้ระบุถึงสาเหตุของการไม่ซื้อสินค้าดังกล่าวว่า เหตุผลสำคัญที่สุดคือ ไม่สามารถจับต้องสินค้าได้ (ร้อยละ 50.7) รองลงมาได้แก่ ไม่ไวใจผู้ขาย (ร้อยละ 50.6) และไม่ยอมให้หมายเลขบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 34.0) ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า เหตุผลของการไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเนื่องจากไม่ยอมให้หมายเลขบัตรเครดิตนั้น ได้เพิ่มระดับความสำคัญมากยิ่งขึ้นในปีนี้ จากปี 2546 ที่เหตุผลนี้อยู่ในลำดับที่ 5 ในขณะที่ปีนี้อยู่ในลำดับที่ 3 ทั้งนี้อาจจะเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการที่คนไทยมีการใช้บัตรเครดิตเพิ่มสูงขึ้น และมีข่าวเกี่ยวกับปัญหาความไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตปรากฏให้เห็นเป็นระยะ ๆ

จากการเปรียบเทียบคำตอบของปี 2546 และ 2547 มีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ สัดส่วนของผู้ที่ตอบว่าไม่รู้จักรีวิวไซต์ที่ขายสินค้า ไม่สนใจ และแพง

กว่าการซื้อต่อหน้า มีสัดส่วนลดลงจากปี 2546 นั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต อาจมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น

แผนภาพที่ 38 เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต

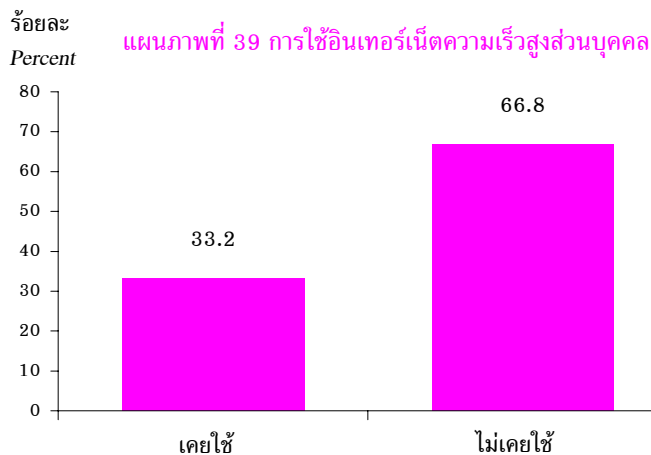


การใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (broadband)

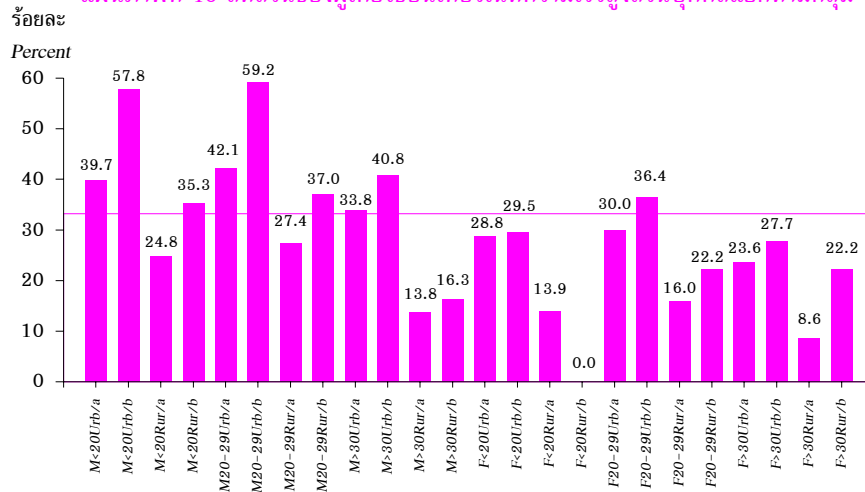
ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือบรอดแบนด์ เริ่มเป็นที่นิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับ เนื่องจากราคาค่าบริการรายเดือนที่ต่ำลงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ประกอบกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตหลากหลายมากขึ้น ต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลมากขึ้น ในการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2547 นี้ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ จึงได้เพิ่มชุดคำถามพิเศษเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (broadband) ส่วนบุคคล เข้าไปในการสำรวจฯ ซึ่งได้ข้อสรุปที่น่าสนใจดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 9,150 คน พบว่าร้อยละ 33.2 ระบุว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยเมื่อแยกผู้ที่ตอบว่าเคยใช้ออกเป็นกลุ่มต่างๆ 24 กลุ่มแล้ว สัดส่วนของผู้ที่ตอบว่าเคยใช้เป็นดั่งแผนภาพที่ 40



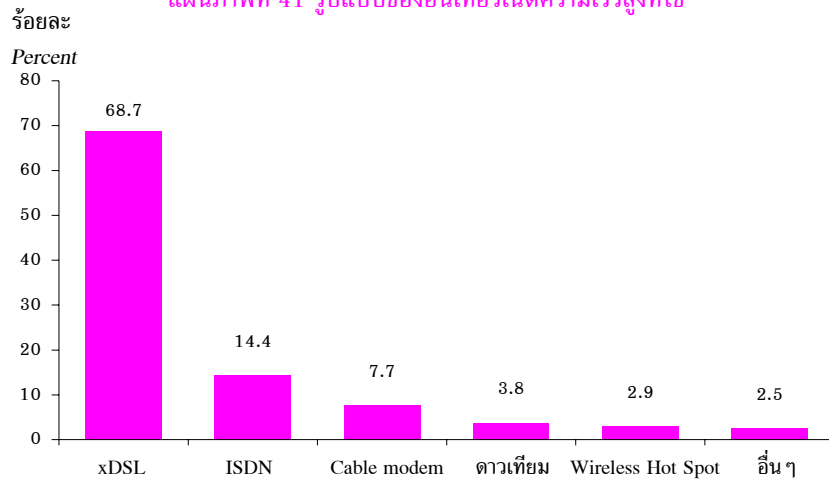
แผนภาพที่ 40 สัดส่วนของผู้เคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงส่วนบุคคลแยกตามกลุ่ม



จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่ตอบว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีแนวโน้มเป็นชายมากกว่าหญิง และมีแนวโน้มเป็นผู้มีรายได้ต่อครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน โดยกลุ่มที่ใช้มากที่สุดได้แก่ผู้ชายอายุระหว่าง 20-29 ปี อยู่ในเขตเมือง และมีรายได้ครัวเรือนสูงกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน

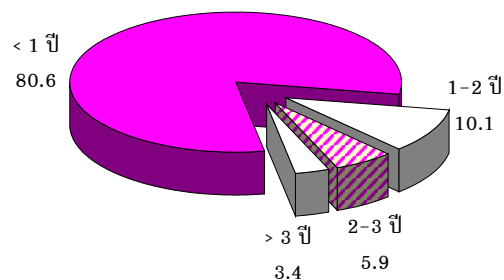
สำหรับรูปแบบของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ใช้นั้น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 68.7) ของผู้ที่ตอบว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ระบุว่าใช้บริการแบบ xDSL (เช่น ADSL) มากที่สุด รองลงมาได้แก่ แบบ ISDN (ร้อยละ 14.4) และ Cable modem (ร้อยละ 7.7) ตามลำดับ

แผนภาพที่ 41 รูปแบบของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ใช้

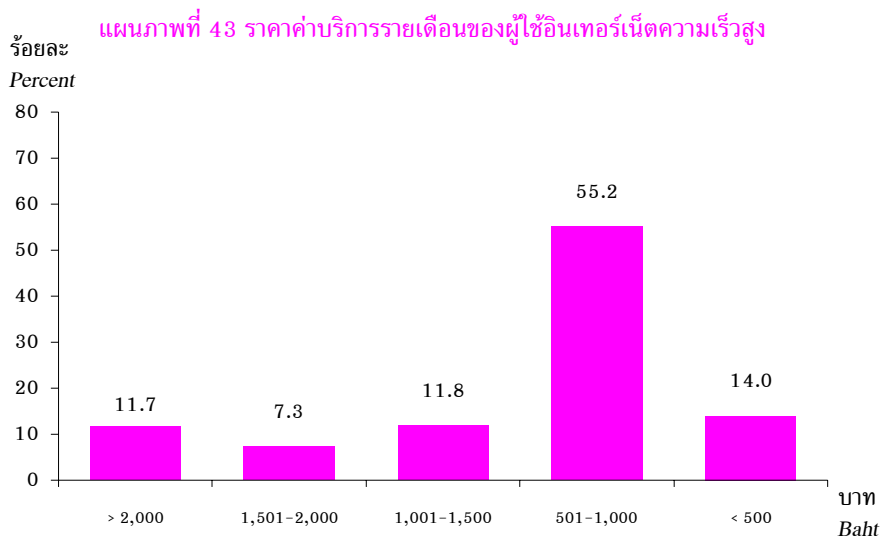


เนื่องจากอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่งเป็นที่นิยมในประเทศไทยได้ไม่นานมานี้ และในปี 2547 ราคาค่าบริการต่อเดือนได้ลดลงอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างจากการใช้อินเทอร์เน็ตแบบใช้โมเด็มเชื่อมต่อโมเด็มผ่านโทรศัพท์ (dial-up) มากนัก ประกอบกับความต้องการความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลเพิ่มขึ้นตามลำดับ ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มหันมาใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมากขึ้นในปีที่ผ่านมา โดยจะเห็นได้ว่าเมื่อสอบถามถึงระยะเวลาที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.6) จะตอบว่าเริ่มใช้ภายใน 1 ปีที่ผ่านมาเท่านั้น

แผนภาพที่ 42 ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



สำหรับค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จากผู้ตอบคำถามข้อนี้ 2,828 คน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.2) ระบุว่าเสียค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง 501-1,000 บาทต่อเดือน



เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

เมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จากผู้ตอบว่าไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจำนวน 6,113 คน พบว่าสาเหตุที่สำคัญที่ยังไม่ใช้คือต้นทุนการใช้จ่ายแพงเกินไป (ทั้งราคาค่าบริการรายเดือน และราคาแรกเข้า) อย่างไรก็ตามมีผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ 25 ที่ระบุว่าไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ไม่รู้ถึงความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับอินเทอร์เน็ตทั่วไป (dial-up) และไม่รู้รายละเอียดในการติดต่อขอบริการ) จึงทำให้ยังไม่เลือกใช้บริการ ในกรณีนี้การ

เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ และบริษัทผู้ให้บริการ น่าจะสามารถจูงใจให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเหล่านี้หันมาสนใจใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แทนอินเทอร์เน็ตแบบเดิมได้มากขึ้น

ตารางที่ 26 เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง <i>Reason against Broadband</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ราคาค่าธรรมเนียมรายเดือนยังแพงเกินไป <i>Expensive monthly fee</i>	44.6
ราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ายังแพงเกินไป <i>Expensive start-up fee</i>	34.6
ไม่รู้ถึงความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับอินเทอร์เน็ตทั่วไป <i>Unaware of the difference between broadband and dial-up internet</i>	25.5
ไม่รู้รายละเอียดในการติดต่อขอบริการ <i>No information on how to get the services</i>	24.6
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากที่อื่นได้ เช่น ที่ทำงาน ร้านอินเทอร์เน็ต <i>Able to use broadband from other places such as work, internet cafe</i>	21.5
ยุ่งยากในการขอรับบริการ/สัญญาผูกมัดมากเกินไป <i>Complexity of process to apply to certain services /binding contract</i>	16.3
กิจกรรมออนไลน์ในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง <i>Not necessary for current online activities</i>	15.9
การให้บริการยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ที่พักอาศัยจึงยังไม่สามารถขอใช้บริการได้ <i>Technical impossibility to get the services in the area of residence</i>	15.3
กิจกรรมออนไลน์ในปัจจุบันใช้เวลาไม่มากไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง <i>Not necessary because of the limited time spent online</i>	10.5
ไม่สนใจเพราะยังไม่มียบริการ (package) ที่สนใจและดึงดูดใจมากพอ <i>Not interested, no appealing package</i>	10.1

เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง <i>Reason against Broadband</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ไม่เชื่อถือว่ามีความเร็วสูงเท่าที่ผู้ให้บริการโฆษณา <i>Not trust the advertisement</i>	6.1
อื่นๆ <i>Others</i>	2.8

หมายเหตุ: จากคำถามถึงเหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คำนวณจากจำนวนผู้ตอบในแต่ละเหตุผลต่อผู้ที่ตอบข้อนี้ทั้งหมด โดยที่ผู้ตอบสามารถให้เหตุผลได้มากกว่า 1 คำตอบ

เมื่อวิเคราะห์เชิงลึกถึงเหตุผลของแต่ละกลุ่มที่ไม่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบข้อมูลที่น่าสนใจคือ กลุ่มที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ค่อนข้างเห็นว่าราคาเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ยังไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในขณะที่กลุ่มผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่นอกเขตเมือง และมีรายได้ต่อครัวเรือนสูง เป็นกลุ่มที่ให้เหตุผลว่าเป็นปัญหาเชิงเทคนิคมากที่สุด (ร้อยละ 83.3) นอกจากนั้นกลุ่มผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้เหตุผลว่า ยังรู้สึกว่าจะไม่จำเป็นและไม่สนใจ ค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

ตารางที่ 27 เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแยกตามประเภทของเหตุผล

	ต้นทุนการใช้บริการ <i>Service Cost</i>	เหตุผลด้านเทคนิค <i>Technical</i>	ความยุ่งยากในการใช้ <i>Complexity in Using</i>	ไม่จำเป็น/ไม่สนใจ <i>Not Necessary/Not Interested</i>	อื่นๆ <i>Others</i>
รวม	53.0	42.0	37.5	45.4	2.8
M<20Urb/a	73.1	43.8	40.7	31.0	3.1
M<20Urb/b	71.1	28.9	42.1	36.8	2.6
M<20Rur/a	60.2	45.3	37.9	34.8	4.3
M<20Rur/b	45.5	27.3	45.5	45.5	0.0
M20-29Urb/a	55.1	37.6	38.7	47.5	3.0
M20-29Urb/b	60.1	38.7	36.3	52.4	3.6

	ต้นทุนการใช้ บริการ Service Cost	เหตุผลด้าน เทคนิค Technical	ความยุ่งยาก ในการใช้ Complexity in Using	ไม่จำเป็น/ ไม่สนใจ Not Necessary/ Not Interested	อื่นๆ Others
M20-29Rur/a	47.9	51.3	40.3	28.6	3.8
M20-29Rur/b	76.5	35.3	41.2	47.1	0.0
M>30Urb/a	63.3	39.8	32.6	42.2	2.4
M>30Urb/b	65.9	32.3	27.2	44.0	3.9
M>30Rur/a	50.9	55.7	35.8	27.4	4.2
M>30Rur/b	47.2	47.2	36.1	33.3	5.6
F<20Urb/a	51.6	46.2	45.5	45.8	0.7
F<20Urb/b	60.0	47.3	47.3	43.6	0.0
F<20Rur/a	48.6	54.2	48.6	35.9	2.1
F<20Rur/b	50.0	83.3	50.0	16.7	0.0
F20-29Urb/a	43.0	41.5	39.2	51.8	3.1
F20-29Urb/b	53.5	34.2	38.3	60.6	2.6
F20-29Rur/a	39.7	50.0	44.2	40.9	0.8
F20-29Rur/b	35.7	60.7	46.4	21.4	0.0
F>30Urb/a	47.3	42.2	30.2	50.3	2.4
F>30Urb/b	50.2	36.5	27.9	59.8	5.0
F>30Rur/a	44.3	51.9	40.6	44.3	1.9
F>30Rur/b	50.0	57.1	42.9	50.0	0.0

หมายเหตุ: ค่าความยาก จำนวนผู้ตอบในแต่ละเหตุผลแยกตามกลุ่มต่อจำนวนผู้ตอบว่าไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในแต่ละกลุ่ม ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ (ต้นทุนการใช้บริการ คือ ราคาแรกเข้า และค่าบริการรายเดือนยังสูง เหตุผลด้านเทคนิค คือ ไม่รู้ถึงความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับอินเทอร์เน็ตทั่วไป (dial-up) ไม่เชื่อถือว่าจะมีความเร็วสูงเท่าที่โฆษณา และการให้บริการยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ที่พักอาศัย จึงยังไม่สามารถขอใช้บริการได้ ความยุ่งยากในการใช้ คือ ไม่รู้รายละเอียดในการติดต่อขอบริการ ยุ่งยากในการขอรับบริการ/สัญญาผูกมัดมากเกินไป ไม่จำเป็น/ไม่สนใจ คือ ปัจจุบันยังไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ไม่สนใจเพราะยังไม่มีการ (package) ที่ดึงดูดใจมากพอ รวมถึงสามารถใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากที่อื่นได้ เช่น ที่ทำงาน สถานบริการอินเทอร์เน็ต)

เมื่อสอบถามถึงปัจจัยสำคัญที่คิดว่าจะสามารถดึงดูดใจให้ผู้ที่ยังไม่ใช้ใน
ปัจจุบันให้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ในอนาคต ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.9 ของ
ผู้ตอบว่าไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง) ระบุว่าปัจจัยในเรื่องราคา
รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการขอรับ/ยกเลิกการใช้บริการ (ร้อยละ 50.1)
และการมีบริการหลังการขายที่ดี (ร้อยละ 36.2) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 เหตุผลที่สามารถดึงดูดใจให้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในอนาคต

	ร้อยละ Percent
ราคา (ทั้งราคาแรกเข้า/ราคาค่าบริการรายเดือน) <i>Fee (Start-up/Monthly)</i>	77.9
ความสะดวกในการขอรับ/ยกเลิกการใช้บริการ <i>Convenience to receive services</i>	50.1
บริการหลังการขาย <i>After-sales services</i>	36.2
มีความหลากหลายของบริการ <i>Services diversity</i>	28.6
มีผู้ให้บริการหลายรายให้เลือกใช้ <i>Availability and diversity fo suppliers</i>	27.5
มีความหลากหลายของเนื้อหา (content) มากขึ้น <i>Content availability and diversity</i>	17.2
อื่นๆ <i>Others</i>	1.8

หมายเหตุ: คำนวณจาก จำนวนผู้ตอบในแต่ละเหตุผลต่อจำนวนผู้ตอบว่าไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงทั้งหมด (ผู้ตอบสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื่องจากประเด็นราคาเป็นเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นว่ามี
ความสำคัญ อย่างไรก็ตามราคาก็มีผลต่อความเร็วในการรับส่งข้อมูลด้วยเช่นกัน
ซึ่งเมื่อสอบถามถึงราคาและความเร็วที่เหมาะสมกับราคาดังกล่าว จากผู้ตอบ
คำถามข้อนี้ 5,598 คน ได้ข้อสรุปว่า

ผู้ตอบที่เห็นว่าราคาควรจะสูงกว่า 2 พันบาท/เดือน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ
47.4) คือผู้ที่ต้องการระดับความเร็วสูงกว่า 2Mbps

ผู้ตอบที่เห็นว่าราคาค่าบริการที่เหมาะสมคือ 1,501- 2,000 บาท/
เดือน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 30.6) คือผู้ที่ต้องการระดับความเร็วประมาณ 2 Mbps

ผู้ตอบที่เห็นว่าราคาค่าบริการควรจะประมาณ 1,001- 1,501 บาท/
เดือน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 27.3) คือผู้ที่ต้องการระดับความเร็วประมาณ 2 Mbps

ผู้ตอบที่เห็นว่าราคาค่าบริการควรจะประมาณ 501- 1,000บาท/เดือน
ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 21.2) คือผู้ที่ต้องการระดับความเร็วประมาณ 2 Mbps

ผู้ตอบที่เห็นว่าราคาค่าบริการควรต่ำกว่า 500บาท/เดือน ส่วนใหญ่
(ร้อยละ 23.0) คือผู้ที่ต้องการระดับความเร็วประมาณ 256 Kbps

ตารางที่ 29 ความเร็วของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ต้องการและค่าบริการที่ยอมรับได้

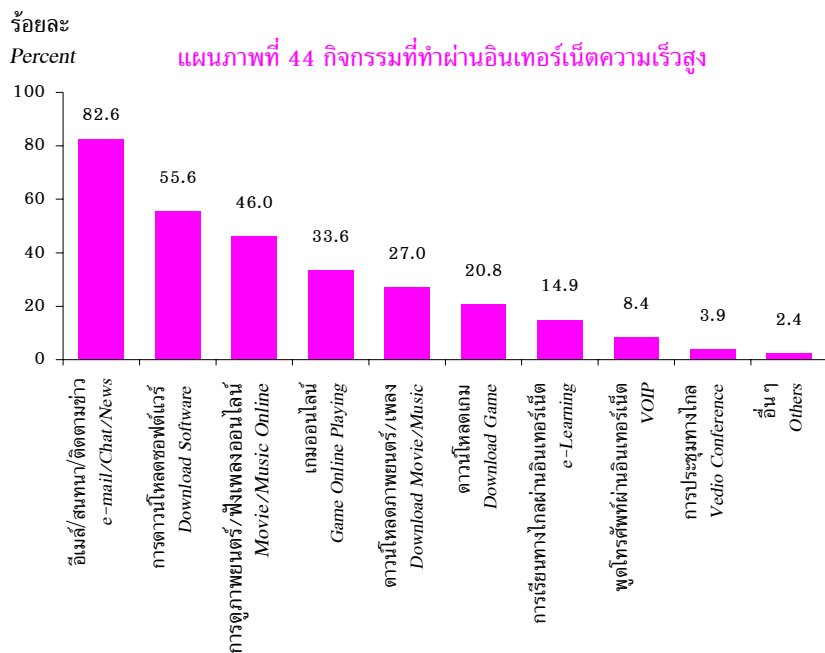
ระดับค่าบริการต่อเดือน Monthly Fee	ความเร็วของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ต้องการ (Speed)					
	> 2Mbps	2 Mbps	1,024 Kbps	512 Kbps	256 Kbps	128 Kbps
รวม	20.8	16.5	13.1	19.6	19.5	10.5
> 2,000 บาท/เดือน	47.4	11.9	6.6	9.2	18.4	6.6
1,501- 2,000 บาท/เดือน	33.0	30.6	16.7	9.1	8.6	1.9
1,001- 1,501 บาท/เดือน	27.3	25.6	16.4	16.2	8.8	5.7
501- 1,000 บาท/เดือน	19.7	21.2	16.3	21.1	16.8	4.9
< 500 บาท/เดือน	19.0	12.3	11.1	20.3	22.9	14.4

หมายเหตุ: จากคำถามที่ให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบุราคา และความเร็ว
ที่ยอมรับได้

พฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

กิจกรรมที่ทำโดยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

จากการสำรวจพบว่ากิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.6) ได้แก่ กิจกรรมที่ทำอยู่แล้วโดยทั่วไปของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ การใช้อีเมล สทนา เว็บบอร์ด ติดตามข่าวสารข้อมูล ซึ่งจริงๆ แล้วเป็นกิจกรรมที่ไม่จำเป็นต้องใช้ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลมากนัก แต่เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ทำอยู่แล้ว ดังนั้นการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจึงไม่ได้เปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ กิจกรรมที่นิยมรองลงมาได้แก่ การดาวน์โหลดโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ (ร้อยละ 55.6) และการดูหนังฟังเพลงออนไลน์ (ร้อยละ 46.0) ตามลำดับ ซึ่งกิจกรรมทั้งสองประการหลังนี้ เป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลสูง การใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจึงทำให้สามารถทำกิจกรรมนี้ได้ดีกว่า



เมื่อแยกกิจกรรมออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มกิจกรรมที่ทำออนไลน์ (จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / สนทนา/ เว็บบอร์ด/ ติดตามข่าว/ ค้นหาข้อมูล เล่นเกมออนไลน์ ดูหนัง/ ฟังเพลงแบบออนไลน์ พูดโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) การเรียนทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Learning) และการประชุมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต (Vedio Conference)) กับกลุ่มกิจกรรมดาวนโหลด (ดาวนโหลดภาพยนตร์/ เพลงดาวนโหลดเกม และดาวนโหลดโปรแกรมคอมพิวเตอร์/ ซอฟต์แวร์) พบว่ามีสัดส่วนของการใช้งานแยกตามกลุ่มดังนี้

กิจกรรมที่ทำผ่านออนไลน์ ถ้าไม่นับการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/ สนทนา/ เว็บบอร์ด/ ติดตามข่าว/ ค้นหาข้อมูล ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำได้ปกติด้วยระบบทั่วไปแล้ว กิจกรรมด้านการบันเทิง เช่น การเล่นเกมออนไลน์ การดูหนังฟังเพลงแบบออนไลน์จะเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเด็กมีแนวโน้มทำกิจกรรมนี้มากกว่าผู้ใหญ่ ในขณะที่กิจกรรมอื่นๆ โดยเฉพาะการประชุมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ตกลุ่มวัยทำงานจะมีแนวโน้มใช้มากกว่า

ตารางที่ 30 กิจกรรมที่ทำผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง: กิจกรรมที่ทำผ่านออนไลน์

	จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/ สนทนา/ เว็บบอร์ด/ ติดตามข่าว/ E-mail/Chat/ Webboard/News	เกมออนไลน์ Game Online Playing	ดูหนัง/ ฟัง เพลงแบบ ออนไลน์ Online Movie/ Music	โทรศัพท์ ทางไกลผ่าน อินเทอร์เน็ต VoIP	การเรียนรู้ ทางไกลผ่าน อินเทอร์เน็ต e-Learning	การประชุมทางไกล ผ่านอินเทอร์เน็ต Vedio Conference
รวม	82.6	46.0	33.6	8.4	14.9	3.9
M<20Urb/a	77.5	50.8	50.3	6.3	17.3	0.7
M<20Urb/b	80.8	57.7	55.8	13.5	9.6	5.8
M<20Rur/a	66.0	62.3	47.2	9.4	22.6	5.7
M<20Rur/b	66.7	33.3	50.0	0.0	16.7	0.0
M20-29Urb/a	82.0	47.6	36.9	10.5	17.0	5.1
M20-29Urb/b	85.2	43.4	38.5	10.7	9.0	4.5

	จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/ สนทนา/เว็บบอร์ด/ ติดตามข่าว E-mail/Chat/ Webboard/News	เกมออนไลน์ Game Online Playing	ดูหนัง/ฟังเพลงแบบ ออนไลน์ Online Movie/ Music	โทรศัพท์ ทางไกลผ่าน อินเทอร์เน็ต VoIP	การเรียนรู้ ทางไกลผ่าน อินเทอร์เน็ต e-Learning	การประชุมทางไกล ผ่านอินเทอร์เน็ต Vedio Conference
M20-29Rur/a	74.4	42.2	25.6	11.1	24.4	7.8
M20-29Rur/b	60.0	60.0	60.0	20.0	20.0	20.0
M>30Urb/a	82.1	31.9	21.0	8.8	16.9	4.7
M>30Urb/b	90.0	35.0	19.4	8.1	13.1	5.6
M>30Rur/a	88.2	20.6	14.7	8.8	23.5	0.0
M>30Rur/b	85.7	14.3	28.6	14.3	0.0	0.0
F<20Urb/a	86.6	61.6	41.1	8.0	21.4	0.9
F<20Urb/b	95.7	73.9	52.2	8.7	8.7	0.0
F<20Rur/a	60.9	47.8	39.1	4.3	17.4	0.0
F<20Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	85.1	52.4	34.7	6.0	11.1	1.0
F20-29Urb/b	86.4	53.9	27.3	4.5	7.1	3.9
F20-29Rur/a	71.7	60.9	34.8	2.2	13.0	0.0
F20-29Rur/b	87.5	87.5	25.0	12.5	12.5	0.0
F>30Urb/a	82.6	38.2	29.9	5.6	18.8	4.2
F>30Urb/b	83.3	34.5	21.4	9.5	14.3	3.6
F>30Rur/a	60.0	40.0	30.0	10.0	10.0	1.0
F>30Rur/b	100.0	25.0	50.0	0.0	25.0	5.0

หมายเหตุ: คำนวณจาก จำนวนผู้ตอบในแต่ละกิจกรรมแยกตามกลุ่มต่อจำนวนผู้ตอบว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั้งหมดแยกตามกลุ่ม โดยผู้ตอบสามารถเลือกกิจกรรมที่เคยทำได้มากกว่า 1 คำตอบ

กิจกรรมเกี่ยวกับการดาวน์โหลด การดาวน์โหลดโปรแกรมคอมพิวเตอร์/ซอฟต์แวร์ เป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำผ่าน

อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มอายุมากกว่า 20 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี

ตารางที่ 31 กิจกรรมที่ทำผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง: การดาวน์โหลดต่างๆ

	ดาวน์โหลดภาพยนตร์/เพลง <i>Download Movie/Music</i>	ดาวน์โหลดเกม <i>Download Game</i>	ดาวน์โหลดโปรแกรมคอมพิวเตอร์/ซอฟต์แวร์ <i>Download Software</i>
รวม	27.0	20.8	55.6
M<20Urb/a	34.0	31.4	50.8
M<20Urb/b	34.6	36.5	51.9
M<20Rur/a	24.5	34.0	49.1
M<20Rur/b	33.3	50.0	50.0
M20-29Urb/a	31.7	25.8	67.2
M20-29Urb/b	34.8	20.9	63.5
M20-29Rur/a	27.8	22.2	66.7
M20-29Rur/b	60.0	40.0	50.0
M>30Urb/a	16.1	13.5	59.7
M>30Urb/b	16.3	9.4	61.3
M>30Rur/a	8.8	11.8	55.9
M>30Rur/b	14.3	14.3	42.9
F<20Urb/a	25.9	24.1	42.0
F<20Urb/b	43.5	26.1	39.1
F<20Rur/a	21.7	26.1	52.2
F<20Rur/b	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	28.6	17.7	46.8
F20-29Urb/b	29.9	17.5	48.7
F20-29Rur/a	28.3	23.9	43.5
F20-29Rur/b	12.5	12.5	62.5

	ดาวน์โหลด ภาพยนตร์/เพลง <i>Download Movie/Music</i>	ดาวน์โหลดเกม <i>Download Game</i>	ดาวน์โหลดโปรแกรม คอมพิวเตอร์/ซอฟต์แวร์ <i>Download Software</i>
F>30Urb/a	19.4	15.3	41.7
F>30Urb/b	16.7	11.9	35.7
F>30Rur/a	30.0	40.0	40.0
F>30Rur/b	25.0	50.0	75.0

หมายเหตุ: คำนวณจาก จำนวนผู้ตอบในแต่ละกิจกรรมแยกตามกลุ่มต่อจำนวนผู้ตอบว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั้งหมดแยกตามกลุ่ม โดยผู้ตอบสามารถเลือกกิจกรรมที่เคยทำได้มากกว่า 1 คำตอบ

ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแทนการใช้อินเทอร์เน็ตแบบต่อโมเด็มเข้ากับสายโทรศัพท์ (dial-up)

ผู้ที่ตอบว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบุว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้เลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแทนการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบเดิม คือ ต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 82.8) รองลงมา คือ การใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำให้สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา และสามารถใช้คู่กับโทรศัพท์ได้ (ร้อยละ 61.7)

ตารางที่ 32 ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

	ต้องการความ รวดเร็วในการ เข้าถึงข้อมูล <i>Speed</i>	สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ได้ตลอดเวลาและใช้คู่ กับโทรศัพท์ได้ <i>"Always-on" and ability to use phone line while on the Net</i>	ราคาสามารถ ยอมรับได้ <i>Acceptable fee</i>	เลือกดู เนื้อหา ได้มากขึ้น <i>Content availability</i>	ต้องการใช้บริการ อื่น ๆ ที่ dial-up ไม่สามารถให้ บริการได้* <i>Want to use other services unavailable through dial-up</i>
รวม	82.8	61.7	45.1	30.7	11.9
M<20Urb/a	83.2	49.7	35.6	47.6	14.7
M<20Urb/b	88.5	61.5	55.8	46.2	15.4
M<20Rur/a	83.0	43.4	30.2	37.7	15.1
M<20Rur/b	66.7	66.7	83.3	33.3	0.0
M20-29Urb/a	86.7	65.5	47.0	34.5	14.1
M20-29Urb/b	87.3	62.3	52.5	34.8	12.3
M20-29Rur/a	80.0	57.8	30.0	43.3	20.0
M20-29Rur/b	90.0	60.0	40.0	40.0	10.0
M>30Urb/a	84.4	64.4	51.7	21.0	10.9
M>30Urb/b	85.0	68.1	66.3	16.9	8.8
M>30Rur/a	82.4	67.6	23.5	26.5	11.8
M>30Rur/b	57.1	57.1	28.6	28.6	0.0
F<20Urb/a	83.9	60.7	25.9	42.9	7.1
F<20Urb/b	87.0	73.9	21.7	21.7	0.0
F<20Rur/a	78.3	39.1	21.7	26.1	13.0
F<20Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	78.6	60.3	40.5	30.2	10.9
F20-29Urb/b	76.6	65.6	46.8	22.1	9.1
F20-29Rur/a	82.6	45.7	28.3	30.4	6.5
F20-29Rur/b	50.0	62.5	37.5	50.0	25.0

	ต้องการความ รวดเร็วในการ เข้าถึงข้อมูล <i>Speed</i>	สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ได้ตลอดเวลาและใช้คู่ กับโทรศัพท์ได้ <i>“Always-on” and ability to use phone line while on the Net</i>	ราคาสามารถ ยอมรับได้ <i>Acceptable fee</i>	เลือกดู เนื้อหา ได้มากขึ้น <i>Content availability</i>	ต้องการใช้บริการ อื่นๆ ที่ dial-up ไม่สามารถให้ บริการได้* <i>Want to use other services unavailable through dial-up</i>
F>30Urb/a	76.4	60.4	46.5	22.2	13.9
F>30Urb/b	79.8	61.9	54.8	14.3	2.4
F>30Rur/a	60.0	50.0	50.0	30.0	30.0
F>30Rur/b	75.0	75.0	75.0	0.0	0.0

หมายเหตุ: คำนวณจาก จำนวนผู้ตอบในแต่ละเหตุผลแยกตามกลุ่มต่อจำนวนผู้ตอบว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงทั้งหมดแยกตามกลุ่ม โดยผู้ตอบสามารถเลือกเหตุผลที่ทำให้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้
มากกว่า 1 คำตอบ (* บริการอื่นๆ เช่น การดูภาพยนตร์ ฟังเพลง หรือเล่นเกม ออนไลน์)

ปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

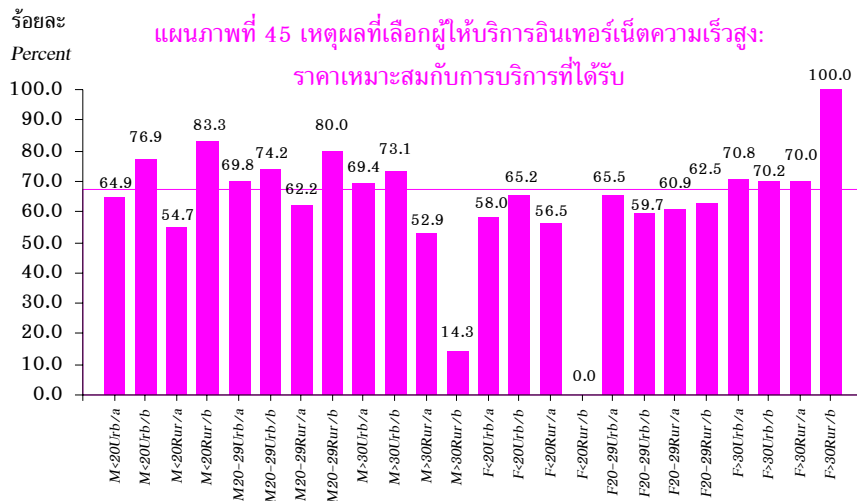
เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มขึ้นหลายราย และมีรูปแบบการให้บริการต่างๆ กัน การสำรวจครั้งนี้จึงได้สอบถามผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ (ร้อยละ 67.5) อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า ปัจจัยที่สำคัญอันดับที่สองคือ ข้อจำกัดของที่ตั้งของที่พักอาศัยซึ่งทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจำเป็นต้องเลือกบริการนั้น เพราะเป็นบริการเดียวที่มีให้บริการในพื้นที่ (ร้อยละ 36.7) ซึ่งเมื่อแยกผู้ตอบออกเป็นกลุ่มต่างๆ แล้วจะเห็นได้ว่ากลุ่มที่อยู่นอกเขตเมือง จะระบุเหตุผลนี้ค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มที่อยู่ในเขตเมือง แสดงให้เห็นว่าความแพร่หลายของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่นอกเขตเมืองยังมีค่อนข้างจำกัด

ตารางที่ 33 ปัจจัยที่ทำให้เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

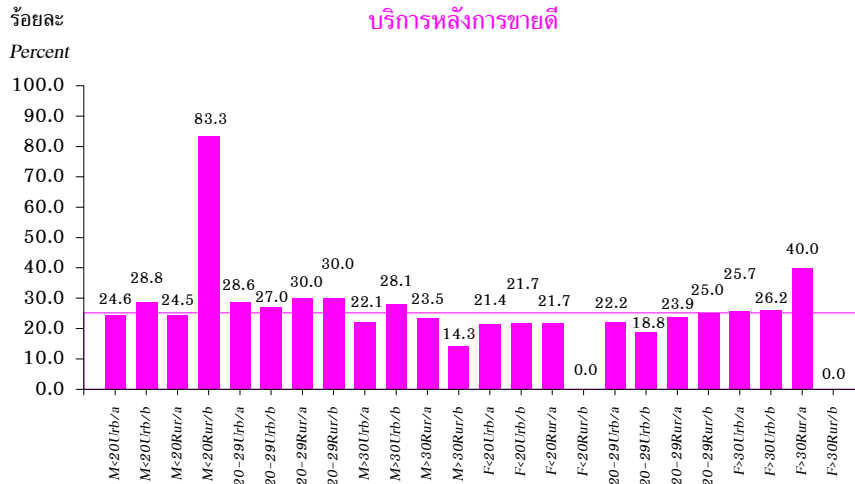
	ราคาเหมาะสม กับการบริการ ที่ได้รับ <i>Acceptable price for services received</i>	บริการ หลังการขาย ดี <i>Good after sales services</i>	ข้อจำกัดที่ตั้ง ของที่พักทำให้ เลือกใช้บริการ ได้แห่งเดียว <i>Limited number of service provide in the area</i>	ใช้บริการรายนี้ อยู่ก่อนแล้ว ไม่ อยากเปลี่ยน <i>Already customer of this provider, and do not want to change</i>	ชื่อเสียง น่าเชื่อถือ/ มั่นใจในการ ให้บริการ <i>Good credibility of provider</i>	ใช้บริการ เพราะได้รับ การบอกต่อ <i>Recom- mendation from friends</i>
รวม	67.5	25.2	36.7	12.7	25.5	17.5
M<20Urb/a	64.9	24.6	41.9	11.5	34.0	25.7
M<20Urb/b	76.9	28.8	42.3	7.7	46.2	15.4
M<20Rur/a	54.7	24.5	50.9	17.0	30.2	17.0
M<20Rur/b	83.3	83.3	16.7	0.0	33.3	16.7
M20-29Urb/a	69.8	28.6	40.3	11.5	24.5	16.0
M20-29Urb/b	74.2	27.0	39.3	12.7	27.9	12.3
M20-29Rur/a	62.2	30.0	45.6	12.2	26.7	23.3
M20-29Rur/b	80.0	30.0	60.0	30.0	40.0	60.0
M>30Urb/a	69.4	22.1	35.1	13.5	23.1	12.2
M>30Urb/b	73.1	28.1	36.9	19.4	26.3	11.9
M>30Rur/a	52.9	23.5	38.2	2.9	20.6	23.5
M>30Rur/b	14.3	14.3	57.1	0.0	14.3	0.0
F<20Urb/a	58.0	21.4	46.4	14.3	29.5	25.9
F<20Urb/b	65.2	21.7	43.5	4.3	8.7	17.4
F<20Rur/a	56.5	21.7	43.5	8.7	21.7	21.7
F<20Rur/b	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
F20-29Urb/a	65.5	22.2	32.1	11.3	21.8	20.6
F20-29Urb/b	59.7	18.8	19.5	12.3	28.6	27.3
F20-29Rur/a	60.9	23.9	34.8	15.2	15.2	6.5

	ราคาเหมาะสม กับการบริการ ที่ได้รับ <i>Acceptable price for services received</i>	บริการ หลังการขาย ดี <i>Good after sales services</i>	ข้อจำกัดที่ตั้ง ของที่พักทำให้ เลือกใช้บริการ ได้แห่งเดียว <i>Limited number of service provide in the area</i>	ใช้บริการรายนี้ อยู่ก่อนแล้ว ไม่ อยากเปลี่ยน <i>Already customer of this provider, and do not want to change</i>	ชื่อเสียง น่าเชื่อถือ/ มั่นใจในการ ให้บริการ <i>Good credibility of provider</i>	ใช้บริการ เพราะได้รับ การบอกต่อ <i>Recom- mendation from friends</i>
F20-29Rur/b	62.5	25.0	12.5	0.0	25.0	25.0
F>30Urb/a	70.8	25.7	30.6	16.0	23.6	15.3
F>30Urb/b	70.2	26.2	29.8	20.2	25.0	10.7
F>30Rur/a	70.0	40.0	10.0	0.0	20.0	10.0
F>30Rur/b	100.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0

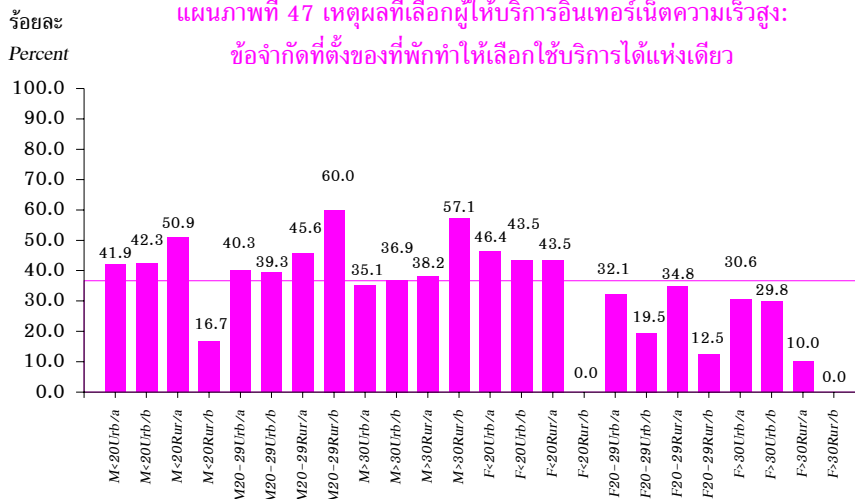
หมายเหตุ: คำนวณจาก จำนวนผู้ตอบในแต่ละเหตุผลแยกตามกลุ่มต่อจำนวนผู้ตอบว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั้งหมดแยกตามกลุ่ม โดยผู้ตอบสามารถเลือกเหตุผลที่ทำให้เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้มากกว่า 1 คำตอบ



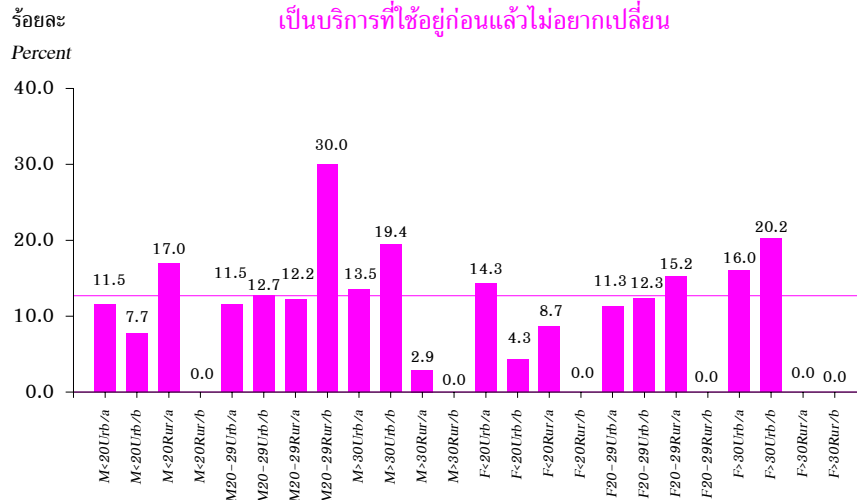
แผนภาพที่ 46 เหตุผลที่เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง:
บริการหลังการขายดี



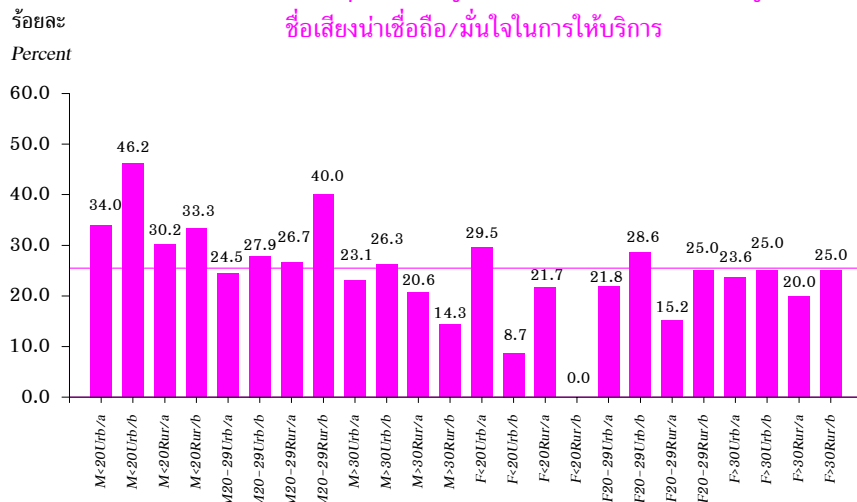
แผนภาพที่ 47 เหตุผลที่เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง:
ข้อจำกัดที่ตั้งของที่พักทำให้เลือกใช้บริการได้แห่งเดียว

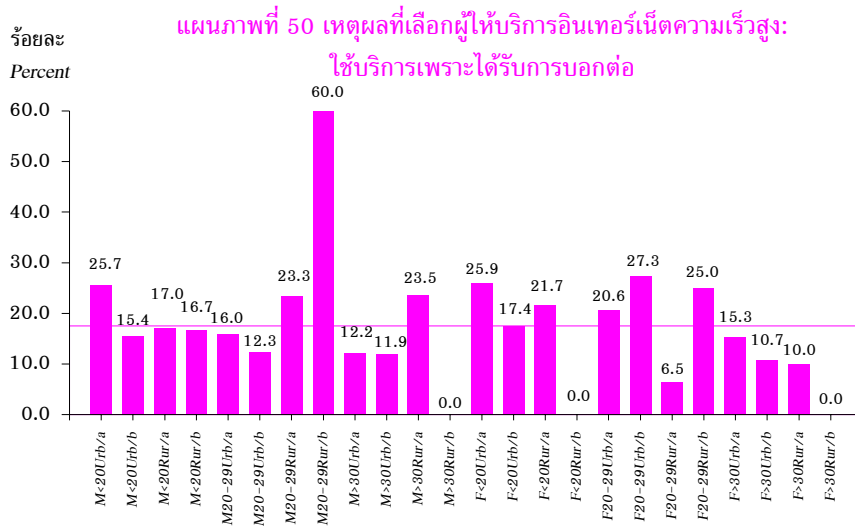


แผนภาพที่ 48 เหตุผลที่เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง:
เป็นบริการที่ใช้อยู่ก่อนแล้วไม่อยากจะเปลี่ยน



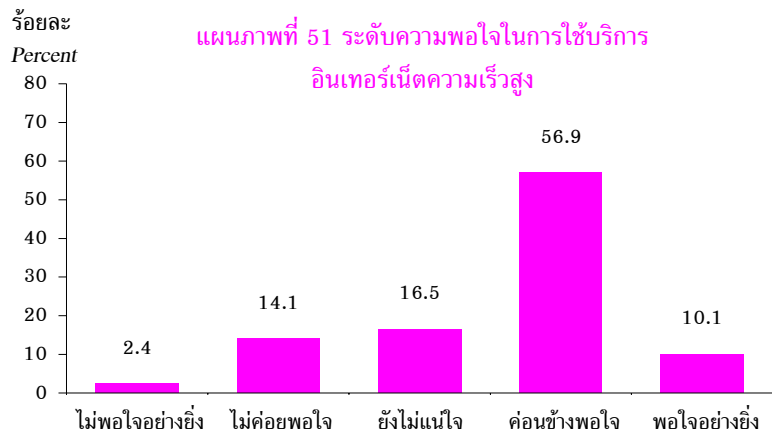
แผนภาพที่ 49 เหตุผลที่เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง:
ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ/มั่นใจในการให้บริการ

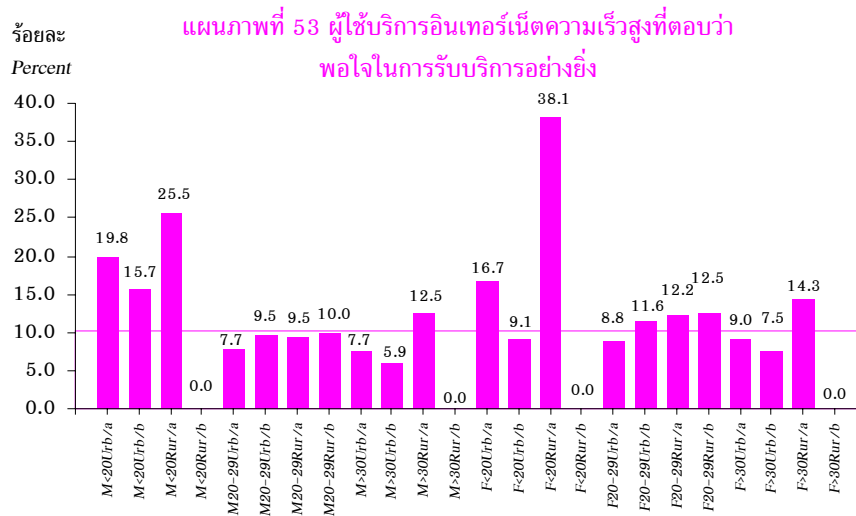
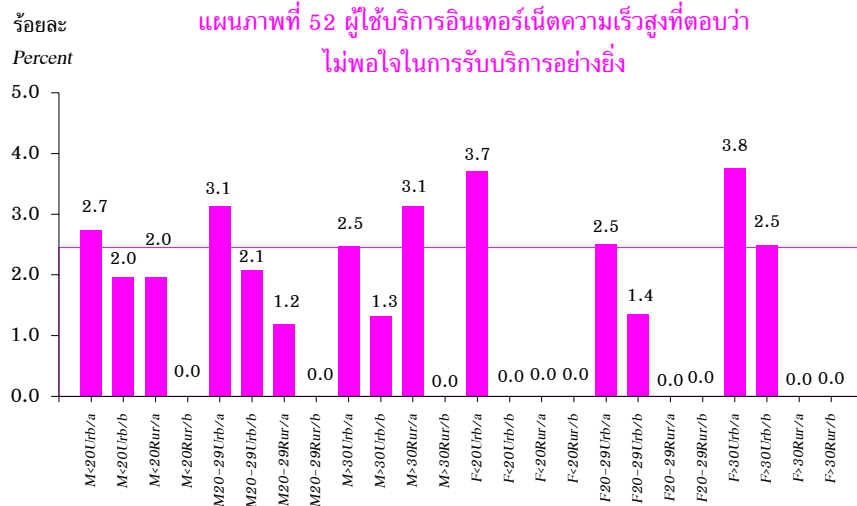




ระดับความพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

จากการสอบถามถึงระดับความพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.9) ค่อนข้างพอใจกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ใช้อยู่ โดยมีเพียงร้อยละ 2.4 เท่านั้นที่ตอบว่าไม่พอใจอย่างยิ่ง

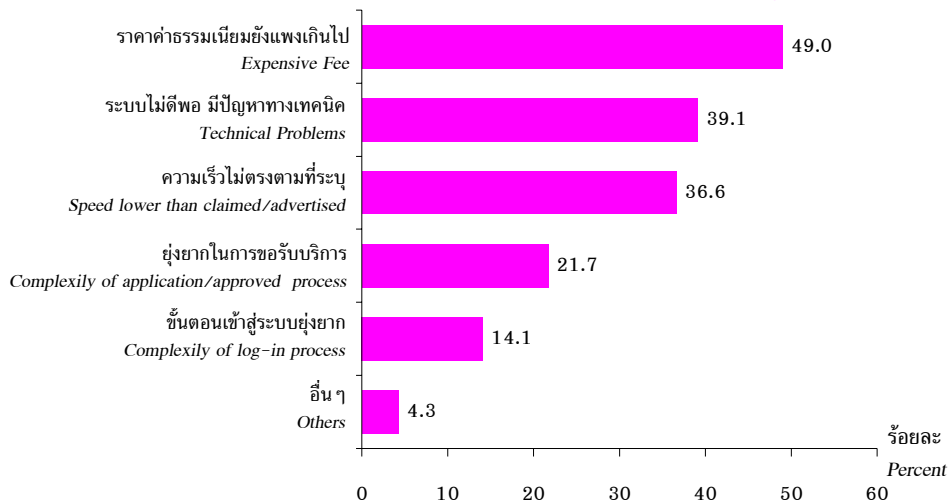




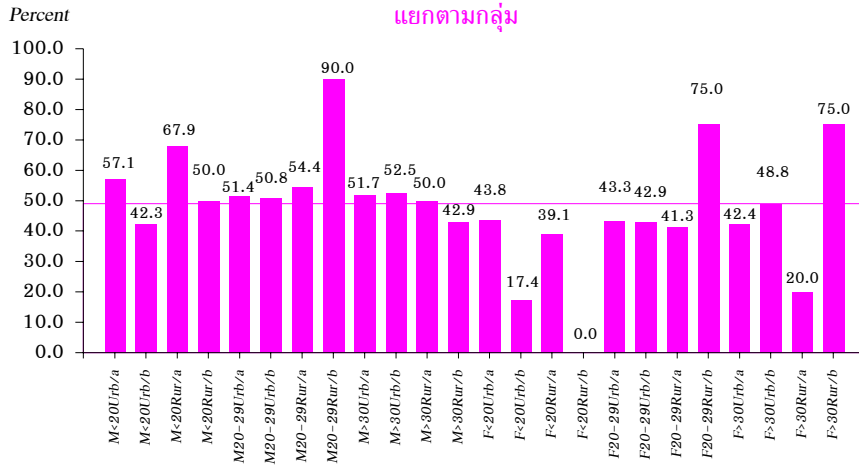
ปัญหาที่พบจากการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

การสำรวจครั้งนี้ได้สอบถามถึงปัญหาที่สำคัญที่ผู้ใช้พบจากการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จากผู้ตอบคำถามข้อนี้ 3,037 คน ได้รับคำตอบว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 49.0) เห็นว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดคือเรื่องราคาค่าบริการที่ยังสูงอยู่ โดยปัญหาเกี่ยวกับเทคนิคของระบบยังไม่ดีพอ (ร้อยละ 39.1) และปัญหาเรื่องความเร็วในการรับส่งข้อมูลไม่ตรงตามที่ผู้บริการแจ้งไว้ (ร้อยละ 36.6) เป็นปัญหาที่สำคัญในลำดับรองลงมาตามลำดับ

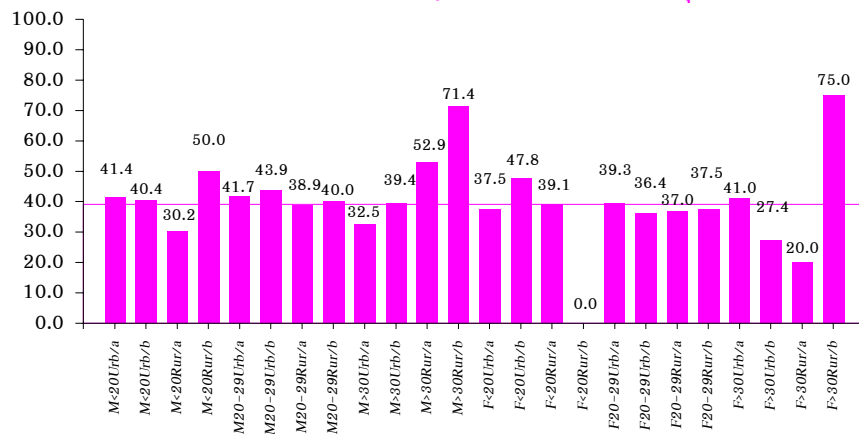
แผนภาพที่ 54 ปัญหาที่พบจากการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



ร้อยละ **แผนภาพที่ 55 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เห็นว่าราคายังแพงเกินไป**
แยกตามกลุ่ม

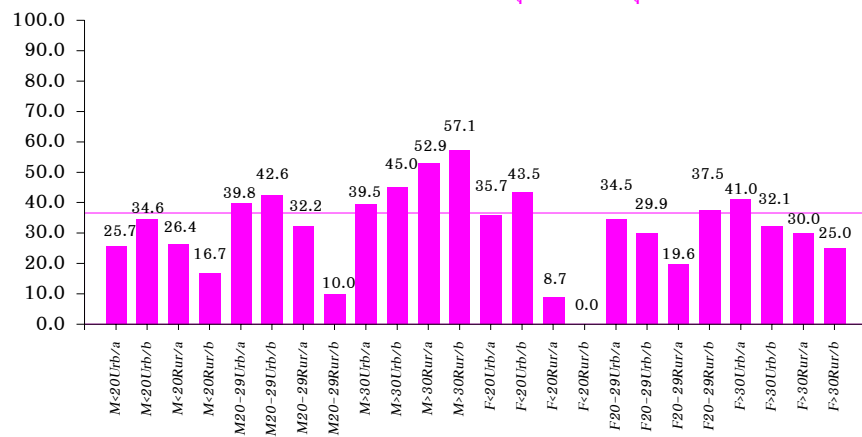


ร้อยละ **แผนภาพที่ 56 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เห็นว่าระบบไม่ดีพอและยังมีปัญหาทางเทคนิค**
แยกตามกลุ่ม



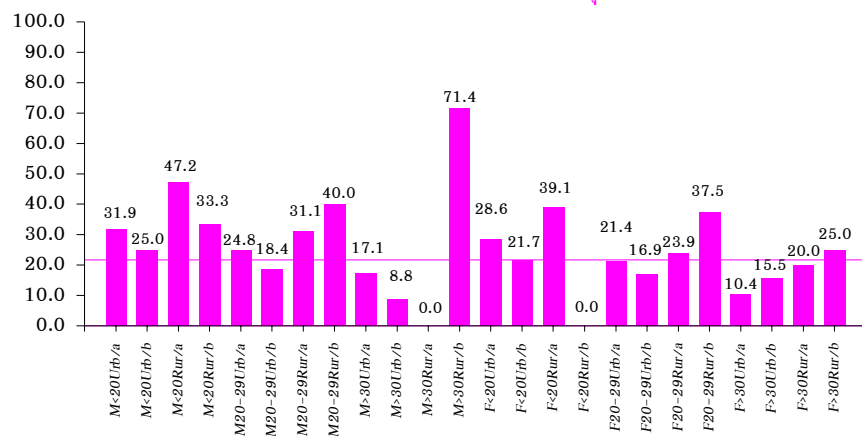
ร้อยละ
Percent

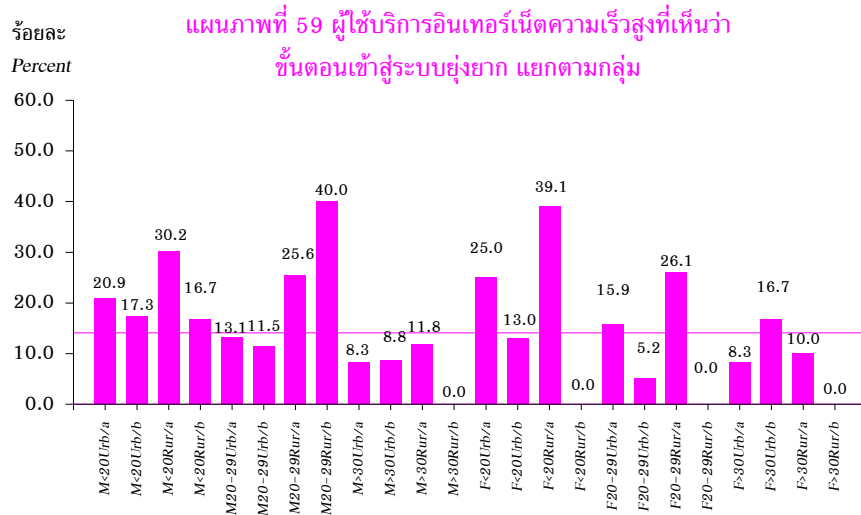
แผนภาพที่ 57 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เห็นว่า
ความเร็วยังไม่ตรงตามที่ระบุ แยกตามกลุ่ม



ร้อยละ
Percent

แผนภาพที่ 58 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เห็นว่ายังมีความยุ่งยาก
ในการขอรับบริการ แยกตามกลุ่ม





เมื่อแยกปัญหาที่พบของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงออกตามกลุ่มพบว่า มีข้อมูลที่น่าสนใจคือ ผู้ชายมีแนวโน้มเห็นว่าราคาค่าบริการที่ใช้คิดตัวยังแพงเกินไป มากกว่าผู้หญิง โดยกลุ่มที่เลือกปัญหานี้สูงที่สุดคือผู้ชาย อายุ 20-29 ปี อยู่นอกเขตเมืองและรายได้สูง สำหรับปัญหาเชิงเทคนิค กลุ่มที่อายุมากกว่า 30 ปี (ทั้งชายและหญิง) ที่อยู่นอกเขตเมืองและรายได้สูง เป็นกลุ่มที่เห็นว่าระบบยังไม่ดีพอ มีปัญหาเชิงเทคนิค สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ส่วนกลุ่มผู้ชายอายุมากกว่า 30 ปี ที่อยู่นอกเขตเมืองและรายได้สูง เห็นว่าปัญหาเรื่องความเร็วไม่ตรงตามที่ระบุ และมีความยุ่งยากในการขอรับบริการสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ