

รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2544 Internet User Profile of Thailand 2001

โดย สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ

ISBN 974-229-196-9

พิมพ์ครั้งที่ 1 (มกราคม 2545)

จำนวน 3,000 เล่ม

ราคา 80 บาท



คำนำ

การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี 2544 นับเป็นปีที่ 3 ที่ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ในฐานะสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ได้ดำเนินการสำรวจดังกล่าวเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรมการณ์ใช้อินเทอร์เน็ตในบ้านเรา ในปีนี้ ผู้ดำเนินการสำรวจมีความยินดียิ่ง ที่จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสูงมากเป็นประวัติการณ์ เปรียบเทียบกับเมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ในปีนี้ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นสูงถึงเกือบ 20,000 คน มากกว่าที่ผ่านๆ มา คือ 2,000 กว่าคนในแต่ละปี ถึงเกือบ 10 เท่า ทั้งนี้ ส่วนสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะในปีนี้มีเว็บไซต์ยอดนิยมหลายแห่ง ที่ยินดีเชื้อเพื่อพื้นที่ติดป้ายประกาศเชิญชวนตอบแบบสอบถาม ซึ่งบางแห่งได้ติดต่อมาเองเพื่อร่วมให้ความช่วยเหลือ นับเป็นการสนับสนุนที่ก่อให้เกิดกำลังใจแก่ผู้ดำเนินการสำรวจอย่างยิ่ง

เนคเทคขอถือโอกาสขอบพระคุณเว็บไซต์ทุกแห่งที่ให้การสนับสนุน อาทิ panthip.com sanook.com และเว็บไซต์อื่นๆ ในเครือเอ็มเว็บ thairath.co.th th2.net siam2you.com hunsa.com thaiadclick.com police.go.th ฯลฯ และท้ายที่สุดแต่สำคัญที่สุด ขอขอบพระคุณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้นี้ เป็นสาระสำคัญและจำเป็นเพื่อการกำหนดนโยบายและการวางแผนพัฒนาอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยให้กว้างขวางและทั่วถึงยิ่งขึ้น จึงนับว่าท่านที่ตอบแบบสอบถามได้ทำคุณให้แก่ส่วนร่วมเป็นอย่างดี เนคเทคจึงหวังที่จะได้รับความร่วมมือด้วยดีเช่นนี้ จากประชาคมอินเทอร์เน็ตไทย ตลอดไปทุกปี

ด้วยความขอบพระคุณ

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

มกราคม 2545

อินเทอร์เน็ตกับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้ (Digital Divide)

ดร. ทวีศักดิ์ กอนันตกุล

ดร. ขวามาศ ภูวะเศรษฐกุล

ดร. กษิติธร ภูภราดัย

ดร. พิธูมา พันธุ์ทวี

สิรินทร ไชยศักดิ์ดา

วิวัฒนาการของโลกเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technologies: ICT) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับสังคมมนุษย์อย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตประจำวัน การพัฒนาสังคม โดยเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในการขยายโอกาสทางการศึกษา รูปแบบการศึกษา การให้บริการสาธารณสุข และการสื่อสารระหว่างรัฐและประชาชน การพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน การผลิต และการให้บริการต่อผู้บริโภค นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญในการนำพาประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) หรือ ระบบเศรษฐกิจ/สังคมแห่งปัญญาและการเรียนรู้ (Knowledge-based Economy/Society)

อย่างไรก็ดี แม้เทคโนโลยีสารสนเทศจะมีคุณประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอาจเป็นปัจจัยเร่งประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการขยายตัวของช่องว่างทางเศรษฐกิจและช่องว่างทางสังคมได้ ไม่ว่าจะเป็นระดับนานาชาติ ระดับประเทศ พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา หรือ

ระดับภายในประเทศระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท ระหว่างผู้ที่มีรายได้สูงและรายได้ต่ำ โดยเป็นผลมาจาก ความเหลื่อมล้ำในความสามารถและโอกาสของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดช่องว่างระหว่าง “ผู้มีข่าวสาร” และ “ผู้ไร้ข่าวสาร” (Information haves and have nots) โดยที่ปรากฏการณ์ดังกล่าวรู้จักกันภายใต้คำศัพท์ว่า “ช่องว่างทางดิจิทัล” หรือ “Digital Divide” หรือโดยนัยก็คือความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้นั่นเอง

ความหมายของ “Digital Divide”

Digital Divide หมายถึงการเกิดช่องว่างของ “ผู้มีข่าวสาร” และ “ผู้ไร้ข่าวสาร” (Information haves and have nots) ระหว่างประชากรกลุ่มต่างๆ ในสังคมโลก ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดช่องว่างในการเข้าถึงและรับรู้ข่าวสารข้อมูล (Information) และความรู้ (Knowledge) ก็คือความไม่เท่าเทียมกันของโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งนับเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งในปัจจุบันสำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนภายในประเทศและระหว่างประเทศ และยังเป็นประตูไปสู่ข้อมูลมหาศาลที่ไร้ขอบเขตพรมแดนมาจำกัด ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าปรากฏการณ์ที่เรียกกันว่า Digital Divide นั้น เป็นผลเนื่องมาจากการแพร่กระจายของเทคโนโลยีสารสนเทศไปยังประชาคมโลกที่ไม่ทั่วถึงและไม่เท่าเทียม

Digital Divide เป็นปรากฏการณ์ที่ได้รับความสนใจอย่างมากในระดับโลก ดังจะเห็นได้จากการที่องค์กรระหว่างประเทศต่างๆ กล่าวถึง Digital Divide กันอย่าง

กว้างขวาง โดยมีการให้คำนิยามของ Digital Divide ไว้ใกล้เคียงกัน เช่น คำนิยามของ OECD และ DOT Force (Digital Opportunity Task Force) ที่กล่าวว่า

OECD¹ “...digital divide refers to the gap between individuals, households, businesses and geographic areas at different socio-economic levels with regard both to their opportunities to access information and communication technologies (ICTs) and to their use of the Internet for a wide variety of activities.”

DOT Force² “The Digital Divide, which can be broadly defined in terms of unequal possibilities to access and contribute to information, knowledge and networks as well as to benefit from the development enhancing capabilities of ICT, have become some of the most visible components of the Development Divide.”

ปัจจุบันเมื่อมีการกล่าวถึง Digital Divide มักจะหมายถึงความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ใน 2 ระดับคือ

¹ OECD, *Understanding the Digital Divide*, 2001.

² DOT Force, *Global Bridges Digital Opportunities*, Draft Report of the DOT Force, March 2001.

- ความเหลื่อมล้ำระหว่างประชากรกลุ่มต่างๆ ภายในประเทศ ที่มีโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้แตกต่างกัน ความเหลื่อมล้ำดังกล่าวอาจเกิดขึ้นระหว่างกลุ่มประชากรที่มีลักษณะบางประการต่างกัน อาทิ ระหว่างกลุ่มประชากรในเมืองใหญ่กับประชากรในชนบท ระหว่างกลุ่มประชากรที่มีเพศ อายุ ต่างกัน ระหว่างผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ระหว่างผู้ที่มีเชื้อชาติและวัฒนธรรมที่ต่างกัน รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ของผู้พิการ³ ที่อาจน้อยกว่าบุคคลทั่วไปอีกด้วย

- ความเหลื่อมล้ำระหว่างประเทศต่างๆ ที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับและรูปแบบที่ต่างกัน ความเหลื่อมล้ำที่เห็นได้ชัดคือระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วและมีความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมค่อนข้างมากกับประเทศกำลังพัฒนาซึ่งมักจะครอบคลุมถึงประเทศยากจน มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับต่ำ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่เสมอภาคของการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ (Digital Divide)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไม่เสมอภาคในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้นั้นพอจะสรุปได้เป็น 4 กลุ่มคือ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ ปัจจัยด้านลักษณะของประชากร ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ และปัจจัยอื่นๆ โดยแต่ละ

³ Digital Partners, *Many Digital Divides*, 2000

ปัจจัยมีดัชนีชี้วัดที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความไม่เสมอภาคของการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ดังนี้

1. ปัจจัยเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ (Information Infrastructure)

ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่ จะก่อให้เกิดโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ต่างกัน ตัวชี้วัด (Indicators) เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ ซึ่งได้ถูกนำมาใช้วัดระดับ Digital Divide ได้แก่

- **โอกาสในการใช้ไฟฟ้า** เนื่องจากไฟฟ้าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการใช้เครื่องมือสื่อสารโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการมีไฟฟ้าใช้อย่างทั่วถึงจึงเป็นพื้นฐานหลักของโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศเบื้องต้นของประชากรแต่ละกลุ่ม โดยข้อมูลของ Global Information Infrastructure Commission (GIIC)⁴ ชี้ให้เห็นว่าประชากรโลกถึงร้อยละ 33 ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

- **การใช้โทรศัพท์ และโทรศัพท์มือถือ** โดยตัวเลขที่มักนำมาเป็นมาตรฐานในการวัดระดับ Digital Divide คือ จำนวนคู่สายโทรศัพท์พื้นฐานต่อประชากร 100 คน (Teledensity) และอัตราการเจริญเติบโตของการใช้โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone Growth) เป็นต้น เนื่องจากโทรศัพท์เป็นเครื่องมือจำเป็นในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

⁴ GIIC, A Roadmap to the Global Information Infrastructure, 1999 *Global Information Infrastructure Commission*, 1999

ดังนั้นการขยายตัวของการใช้โทรศัพท์ย่อมแสดงให้เห็นถึงโอกาสที่จะรับข่าวสารข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ส่วนโทรศัพท์มือถือเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่จะเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้เช่นกัน จากข้อมูลของ International Telecommunication Union⁵ แสดงให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำระหว่างโอกาสในการใช้โทรศัพท์ของประเทศต่างๆ ทั่วโลกอย่างชัดเจน เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนของโทรศัพท์ 67.3 เครื่อง ต่อประชากร 100 คน ในขณะที่ประเทศอินเดียมีจำนวนโทรศัพท์เพียง 2.7 เครื่อง ต่อประชากร 100 คน

- การแพร่กระจายของการใช้คอมพิวเตอร์ (Computer Penetration) โดยพิจารณาจากสัดส่วนของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อประชากร 100 คน ซึ่งสามารถบอกได้ถึงโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศจากอินเทอร์เน็ต เพราะเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นอีกหนึ่งอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยข้อมูลของ International Telecommunication Union⁶ แสดงให้เห็นความไม่เสมอภาคของการแพร่กระจายของคอมพิวเตอร์อย่างชัดเจน โดยประชากรของประเทศสหรัฐอเมริการ้อยละ 58.5 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ ในขณะที่ประเทศในทวีปแอฟริกา และเอเชีย โดยเฉลี่ยมีสัดส่วนของประชากรที่มีคอมพิวเตอร์เท่ากับร้อยละ 0.9 และ 2.9 ตามลำดับ

- การใช้อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างกว้างขวาง ปัจจุบันมนุษย์นำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมในชีวิต

⁵ International Telecommunication Union, *Telecommunications Industry at a Glance*, <http://www.itu.int/ti/industryoverview/index.htm>, Apr. 2001

⁶ International Telecommunication Union, *Telecommunications Industry at a Glance*, <http://www.itu.int/ti/industryoverview/index.htm>, Apr. 2001

ประจำวันแทบทุกอย่าง ดัชนีที่มักใช้ในการพิจารณาถึงระดับของการใช้อินเทอร์เน็ตคือจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (Internet User) ต่อประชากร 10,000 คน จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet Host) ต่อประชากร 10,000 คน โดยจำนวน Internet User และ Host ที่เพิ่มขึ้นแสดงถึงการขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนในประเทศ⁷ นอกจากนั้นอีกตัวแปรหนึ่งที่สามารถใช้วัดได้ก็คือระดับความกว้างของช่องสัญญาณ (Bandwidth) มีหน่วยเป็นกิโลบิตส์ต่อวินาที (Kbps) เมกกะบิตส์ต่อวินาที (Mbps) หรือพันกิโลบิตส์ต่อวินาที (Gbps) ซึ่งเป็นดัชนีที่สำคัญอีกตัวหนึ่งที่แสดงระดับของค่านิยมในการใช้อินเทอร์เน็ตของแต่ละประเทศ เพราะโดยทั่วไปจะมีการขยายช่องสัญญาณตามความต้องการที่เกิดขึ้นจริง

ปัจจุบันมีความเหลื่อมล้ำในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเห็นได้ชัด ในปี 2000 มีประชากรโลกประมาณร้อยละ 5.5⁸ เท่านั้นที่มีโอกาสได้ใช้อินเทอร์เน็ต และระดับความกว้างของช่องสัญญาณ (Bandwidth) ระหว่างประเทศต่างๆ ยังมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่มาก จากข้อมูลของ DOT Force⁹ ความกว้างของช่องสัญญาณระหว่างสหรัฐอเมริกากับยุโรปสูงถึง 56 Gbps ในขณะที่ช่องสัญญาณระหว่างสหรัฐอเมริกากับทวีปแอฟริกา มีขนาดเพียง 0.5 Gbps เท่านั้น

⁷ ในการศึกษาแต่ละครั้งอาจมีการใช้อัตราส่วนที่แตกต่างกันเมื่อเทียบกับสัดส่วนของประชากร โดยใช้ตัวเลขเปรียบเทียบกับประชากรต่อ 100 คน 1,000 คน หรือ 10,000 คน

⁸ International Telecommunication Union, *Telecommunications Industry at a Glance*, <http://www.itu.int/ti/industryoverview/index.htm>, Apr. 2001

⁹ DOT Force, *Global Bridges Digital Opportunities*, Draft Report of the DOT Force, March 2001

- **การใช้ดาวเทียม** เป็นความก้าวหน้าอีกก้าวหนึ่งของโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ซึ่งให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ใช้ได้มากกว่าเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ นอกจากนั้นดาวเทียมยังเป็นเทคโนโลยีไร้สาย ทำให้สะดวกต่อการติดต่อระหว่างประเทศ อัตราการขยายตัวของการใช้ดาวเทียมจึงเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สะท้อนถึงระดับความเหลื่อมล้ำทางสารสนเทศและความรู้ที่ลดลงได้

2. ปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะของประชากร (Population Group)

ความแตกต่างของลักษณะของประชากรเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่เสมอภาคด้านการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความไม่เสมอภาคที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของประชากรที่ใช้เป็นเครื่องชี้วัด Digital Divide มีหลายตัวแปร เช่น รายได้ ระดับการศึกษา ลักษณะของเชื้อชาติและวัฒนธรรม เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่อาศัย โครงสร้างครอบครัว ภาษา ฯลฯ ทั้งนี้ ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ที่พบในแต่ละประเทศ อาจมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกาไม่พบความแตกต่างระหว่างหญิงและชายในการใช้อินเทอร์เน็ต แต่ในญี่ปุ่น ชายใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าหญิงถึง 2 เท่า เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านนโยบาย (Geopolitics)

นโยบายของรัฐบาลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการเพิ่มหรือลดระดับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ ตัวอย่างเช่น นโยบายด้านการเปิดเสรีเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น ราคาสินค้าและบริการด้าน

สารสนเทศลดต่ำลง ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนในประเทศมีโอกาสเข้าถึงสารสนเทศได้มากขึ้น นโยบายเกี่ยวกับภาษีก็น่าจะส่งผลกระทบโดยตรงกับราคาสินค้าและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นถ้ามีการตั้งอัตราภาษีสูงก็จะทำให้ประชาชนในประเทศมีโอกาสที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศน้อยลง

4. ปัจจัยอื่นๆ

นอกจากปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ ด้านประชากร และนโยบายแล้ว ยังมีปัจจัยที่ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการวัดระดับ Digital Divide ของหน่วยธุรกิจในแต่ละประเทศ โดยมีปัจจัยที่ใช้ได้แก่ ขนาดขององค์กร ประเภทของธุรกิจ ที่ตั้งขององค์กร โดยขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการลงทุนในด้านเทคโนโลยีขององค์กรและทำให้เกิด Digital Divide ในธุรกิจประเภทต่างๆ ได้ ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันจะมีผลต่อความแตกต่างในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICTs) เช่นกัน เนื่องจากธุรกิจบางประเภทมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ เช่น ธุรกิจการเงิน การธนาคาร ธุรกิจการบริการและการประกันภัย เป็นต้น ทำให้ธุรกิจบางกลุ่มมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICTs) มากกว่ากลุ่มอื่น สำหรับความแตกต่างของที่ตั้งขององค์กรก็จะก่อให้เกิดความไม่เสมอภาคของธุรกิจเช่นเดียวกับความแตกต่างของถิ่นที่อยู่อาศัยของประชากร กล่าวคือ องค์กรที่อยู่ในเขตที่มีความเจริญมากกว่าก็จะมีโอกาสได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICTs) มากกว่า

ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

จากข้อความข้างต้น จะเห็นว่าถึงแม้ความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้จะไม่ได้มีความหมายถึงเฉพาะความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแต่อย่างเดียว แต่การพิจารณาประเด็นดังกล่าว ก็ให้ความสำคัญในเรื่องการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก และถือเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญประการหนึ่ง อาจจะเป็นเพราะในโลกสมัยปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตนับเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ที่กว้างใหญ่ที่สุด และยังเป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมพื้นที่กว้างขวาง

ในประเทศไทยนั้น ได้เริ่มมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรกเมื่อประมาณปี 2530 โดยมีจุดเริ่มพัฒนาอย่างจริงจังเมื่อมีการก่อตั้งเครือข่ายไทยสารในปี 2535 เรื่อยมาจนปี 2538 จึงมีการก่อตั้งบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย(Internet Thailand) ขึ้นเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต หรือไอเอสพี (Internet Service Provider) รายแรกของไทย ซึ่งเป็นจุดเริ่มของการเปิดบริการอินเทอร์เน็ตให้แก่ประชาชนทั่วไป หลังจากนั้นเป็นต้นมา อินเทอร์เน็ตก็ได้รับความนิยมแพร่หลายอย่างก้าวกระโดด จากจำนวนผู้ใช้เพียงไม่กี่หมื่นในปี 2538 กลายเป็นประมาณ 3.5 ล้านคนในปัจจุบัน

สำหรับการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้น เนคเทค ในฐานะสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ได้ขอความร่วมมือไปยังสำนักงานสถิติแห่งชาติ ให้ผนวกคำถามเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ไอที รวมทั้งการใช้อินเทอร์เน็ตลงในการสำรวจระดับชาติด้วย ซึ่งสำนักงานสถิติฯ ได้ให้ความร่วมมือ โดยการผนวกข้อถามดังกล่าวลงในแบบสำรวจภาวะการมีงานทำ รอบที่ 1 ของปี 2544 ซึ่งเป็นการสุ่มสำรวจครัวเรือน 78,000 ครัวเรือน

(จากจำนวนครัวเรือนทั้งหมดประมาณ 16.1 ล้านครัวเรือน) ทั่วประเทศไทย ในระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม 2544 นับเป็นการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่ทำอย่างกว้างขวางทั้งประเทศเป็นครั้งแรก โดยได้ผลการสำรวจที่สำคัญดังแสดงในตาราง ก.

ตาราง ก. จำนวนประชากรในประเทศไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ต

เขตการปกครองและภาค	จำนวนบุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ต ¹⁰		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวนผู้ใช้ต่อประชากร 100 คน
ทั่วประเทศ	3,536,001	100.0	5.64
■ ในเขตเทศบาล	2,341,433	66.2	11.50
■ นอกเขตเทศบาล	1,194,568	33.8	2.82
กรุงเทพมหานคร	1,234,542	34.9	16.00
ภาคกลาง (ไม่รวม กทม.)	830,389	23.5	5.85
ภาคเหนือ	516,114	14.6	4.57
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	559,193	15.8	2.64
ภาคใต้	395,763	11.2	4.72

จากตาราง ก. จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างชัดเจน ระหว่างประชาชนในกรุงเทพมหานคร และประชาชนในส่วน

¹⁰ ในการสำรวจครั้งนี้ "ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต" หมายถึงผู้ที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเวลา 12 เดือนก่อนการสำรวจ

อื่นๆ ของประเทศ พิจารณาได้จากสัดส่วนจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากร 100 คน ซึ่งสำหรับสัดส่วนนี้ของกรุงเทพมหานครคือ 16.00 สูงกว่าสัดส่วนเดียวกันของพื้นที่อื่นๆ อย่างเด่นชัด และสูงกว่าสัดส่วนรวมของทั้งประเทศคือ 5.64 ถึงเกือบ 3 เท่า นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบสัดส่วนดังกล่าวระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล ก็จะพบความเหลื่อมล้ำอย่างรุนแรง กล่าวคือสัดส่วนประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากร 100 คน สำหรับในเขตเทศบาลคือ 11.50 ซึ่งสูงกว่าสัดส่วนนี้ของนอกเขตเทศบาลคือ 2.82 ถึงกว่า 4 เท่า

นอกจากการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว การสำรวจที่กล่าวถึงยังมีคำถามเกี่ยวกับการมีอินเทอร์เน็ตในครัวเรือนด้วย ซึ่งได้ผลสรุปดังแสดงในตาราง ข. เมื่อพิจารณาตาราง ข. จะพบความเหลื่อมล้ำในแง่ของการมีอินเทอร์เน็ตที่บ้านอย่างชัดเจน ระหว่างประชากรในกรุงเทพมหานครและประชากรในส่วนอื่นๆ ของประเทศ กล่าวคือสัดส่วนจำนวนครัวเรือนในกรุงเทพมหานครที่มีอินเทอร์เน็ตต่อ 100 ครัวเรือนคือ 14.66 ซึ่งสูงกว่าสัดส่วนเดียวกันของส่วนอื่นๆ ของประเทศอย่างมาก และสูงกว่าสัดส่วนรวมของประเทศคือ 3.04 ถึงเกือบ 5 เท่า และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างประชากรในเขตเทศบาลและประชากรนอกเขตเทศบาล จะเห็นความเหลื่อมล้ำเด่นชัดเช่นกัน โดยพบว่าสัดส่วนครัวเรือนที่มีอินเทอร์เน็ตต่อ 100 ครัวเรือนสำหรับในเขตเทศบาลคือ 7.93 ซึ่งสูงกว่าสัดส่วนนี้สำหรับนอกเขตเทศบาลคือ 0.70 ถึงประมาณ 11 เท่า

ตาราง ข. จำนวนครัวเรือนในประเทศไทยที่มีอินเทอร์เน็ต

เขตการปกครองและภาค	จำนวนครัวเรือนที่มีอินเทอร์เน็ต		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวนครัวเรือนที่มีอินเทอร์เน็ตต่อ 100 ครัวเรือน
ทั่วประเทศ	490,158	100.0	3.04
■ ในเขตเทศบาล	414,197	84.5	7.93
■ นอกเขตเทศบาล	75,961	15.5	0.70
กรุงเทพมหานคร	290,098	59.2	14.66
ภาคกลาง (ไม่รวม กทม.)	96,201	19.6	2.64
ภาคเหนือ	42,088	8.6	1.32
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	40,998	8.4	0.79
ภาคใต้	20,773	4.2	0.98

ข้อมูลข้างต้น ชี้ให้เห็นโดยชัดเจนว่า มีความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตระหว่างกลุ่มประชากรในประเทศค่อนข้างมาก นับเป็นปัญหาที่รัฐควรเข้าดำเนินการแก้ไขโดยเร่งด่วน เพื่อให้อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่ช่วยลดมิใช่ช่วยขยายช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างคนไทย

สำหรับการเปรียบเทียบความเหลื่อมล้ำในระดับระหว่างประเทศ โปรดพิจารณาตาราง ค. ซึ่งแสดงข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละประเทศ รวบรวมจากแหล่งต่างๆ โดย Nua Internet Surveys¹¹ โดยคัดมาเฉพาะประเทศที่น่าสนใจ อาทิ ประเทศสมาชิกอาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลี จีน สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

¹¹ จาก www.nua.net เมื่อเดือน มกราคม 2545

ตาราง ค. จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละประเทศ

ประเทศ	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต		
	อายุข้อมูล	จำนวน (ล้านคน)	จำนวนผู้ใช้ต่อ ประชากร 100 คน
ทั่วโลก	ส.ค. 2544	513.41	8.46
ไทย	มี.ค. 2544	3.54	5.64
สหรัฐอเมริกา	ส.ค. 2544	166.14	59.75
สหราชอาณาจักร	มิ.ย. 2544	33.00	55.32
ฮ่องกง	ก.ค. 2544	3.93	54.50
ออสเตรเลีย	ส.ค. 2544	10.06	52.49
ไต้หวัน	ก.ค. 2544	11.60	51.85
สิงคโปร์	ส.ค. 2544	2.12	49.30
เกาหลีใต้	ก.ค. 2544	22.23	46.40
ญี่ปุ่น	ธ.ค. 2543	47.08	37.20
มาเลเซีย	ธ.ค. 2543	3.70	16.98
ฟิลิปปินส์	ธ.ค. 2543	2.00	2.46
จีน	ก.ค. 2544	26.50	2.08
อินโดนีเซีย	ม.ค. 2543	2.00	0.88
ลาว	ธ.ค. 2543	0.006	0.11
กัมพูชา	ธ.ค. 2543	0.006	0.05

จากตาราง ค. จะเห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากร 100 คนของประเทศไทยคือ 5.64 กับสัดส่วนดังกล่าวของทั่วโลกคือ 8.46 จะเห็นว่าประเทศไทยยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่า

ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตปรากฏอย่างชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้ว กับประเทศกำลังพัฒนา

ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบระหว่างประเทศแสดงให้เห็นว่า แม้ว่าความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จะเพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สังเกตได้จากค่าความกว้างช่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ (International Bandwidth) ซึ่งขยายขึ้นเกือบ 3 เท่าตัวในแต่ละปี¹² นับว่าประเทศไทยได้พัฒนามาไกลพอสมควร แต่เส้นทางข้างหน้าก็ยังนับว่าอีกยาวไกล หากจะเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจอื่นๆ อย่างไรก็ตาม จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเพียง*ดัชนี*ตัวหนึ่งที่ใช้ในการชี้วัด แต่ไม่ใช่เป้าประสงค์ที่แท้จริง เพราะเป้าประสงค์ที่แท้จริงของการลดความเหลื่อมล้ำนั้นคือ *การนำสารสนเทศและข้อมูลความรู้ไปสู่คนไทยทุกหมู่เหล่าโดยเสมอภาคกัน* ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเพียงองค์ประกอบประการหนึ่ง ในหลายๆ องค์ประกอบที่จะนำไปสู่เป้าหมายดังกล่าว

จะมีประโยชน์อย่างไร หากประเทศไทยสามารถผลักดันให้สัดส่วนจำนวนประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีค่าสูงทัดเทียมนานาประเทศ แต่ประชาชนเหล่านั้นใช้อินเทอร์เน็ตไปเพื่อความบันเทิงสถานเดียว จะมีประโยชน์อย่างไร หากรัฐสามารถจัดสรรข้อมูลสู่ประชาชนทุกหมู่เหล่าอย่างทั่วถึงและสะดวกรวดเร็วโดยอาศัยอินเทอร์เน็ต แต่ระบบการศึกษายังไม่สนับสนุนให้เด็กคิดเป็น เพื่อที่จะสามารถไตร่ตรอง

¹² ผู้สนใจสามารถสืบค้นข้อมูลความกว้างช่องสัญญาณ (Bandwidth) อินเทอร์เน็ตของไทย และข้อมูลดัชนีเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตอื่นๆ ได้ที่ www.nectec.or.th/internet

แยกแยะ และกลั่นกรอง “ข้อมูล” ที่ปรากฏตรงหน้าให้เป็น “ความรู้” เพื่อประโยชน์แก่
ทั้งตนเองและสังคมโดยรวม ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นประเด็นด้านนโยบายระดับประเทศที่
ต้องร่วมกันขบคิด และเป็นความท้าทายของการพัฒนาในทศวรรษแรกแห่งศตวรรษ
ที่ 21 นี้

สารบัญ

คำนำ.....	3
อินเทอร์เน็ตกับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ (Digital Divide).....	5
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	26
การกระจายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	36
เพศ (Gender).....	37
อายุ (Age).....	38
ที่อยู่ปัจจุบัน (Present Location).....	39
เขตที่อยู่ (Urban versus Rural).....	40
สถานะสมรส (Marital Status).....	41
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (Number of Household Members).....	42
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ใช้อินเทอร์เน็ต (Number of Internet Users in the Household).....	43
รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน (Monthly Household Income).....	44
การศึกษา (Level of Education).....	45
ความรู้ภาษาอังกฤษ (English Proficiency).....	46
สาขาการศึกษา (Major of Education).....	47
สถานะการทำงาน (Employment).....	50
สาขาอาชีพ (Sector).....	51

ประเภทของหน่วยงาน (<i>Type of Employment</i>).....	54
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต (<i>Years on Internet</i>).....	55
ปริมาณการใช้จากแต่ละสถานที่ (<i>Point of Access</i>).....	56
การมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน (<i>Home Computer Ownership</i>).....	57
การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (<i>Internet Access</i>).....	58
ผู้ร่วมใช้อินเทอร์เน็ต (<i>Internet Account Sharing</i>).....	59
ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต (<i>Internet Activities</i>).....	60
ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มากที่สุด (<i>Top Activity on Internet</i>)...	62
จำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ต่อสัปดาห์ (<i>Weekly Hours of Use</i>).....	64
เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต (<i>Time of Use</i>).....	65
เบราว์เซอร์ที่ใช้ (<i>Browser</i>).....	66
ความเร็ว (<i>Speed</i>).....	67
การรับไวรัสทางอินเทอร์เน็ต (<i>Internet Virus</i>).....	69
ปัญหาที่สำคัญของอินเทอร์เน็ต	
(<i>Perceived Problems Concerning the Internet</i>).....	70
การซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต (<i>Internet Purchase</i>).....	73
เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	
(<i>Reasons against Internet Purchase</i>).....	74
สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	
(<i>Goods and Services Purchased</i>).....	76

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย (Years on Internet by Gender).....	79
ลักษณะของการใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย (Internet Activities by Gender).....	80
ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดเปรียบเทียบหญิง-ชาย (Top Activity on Internet by Gender).....	82
จำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ต่อสัปดาห์เปรียบเทียบหญิง-ชาย (Weekly Hours of Use by Gender).....	84
ปัญหาที่สำคัญของอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย (Perceived Problems by Gender).....	85
การซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย (Internet Purchase by Gender).....	88
เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย (Reasons against Internet Purchase by Gender).....	89
สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย (Goods and Services Purchased by Gender).....	91
ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเปรียบเทียบตามกลุ่มอายุ (Top on Internet Activity by Age).....	94
จำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ต่อสัปดาห์เปรียบเทียบกลุ่มอายุ (Weekly Hours of Use by Age).....	96
เวลาที่ใช้เล่นอินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่มอายุ (Time of Use by Age).....	97

ภาคผนวก

แบบสอบถามออนไลน์.....	100
รายชื่อผู้ดำเนินโครงการ.....	108
รายชื่อบุคลากรของสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการ เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.....	109

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

วิธีการสำรวจ

วิธีการสำรวจในปีนี้เป็นเช่นเดียวกับ 2 ปีที่ผ่านมาคือการเชิญชวนตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้ที่สนใจสามารถคลิกบนป้ายประกาศ (banner) เชิญชวนตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะนำเข้าสู่แบบสอบถามได้ทันที จากนั้นผู้ดำเนินการสำรวจจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้ภายหลังการคัดแบบสอบถามที่เข้าช้อนหรือใช้ไม่ได้ออกไปแล้ว มาสรุปเป็นลักษณะโดยรวมของประชากรไทยทั้งหมดที่ใช้อินเทอร์เน็ต

ในปีนี้ เนคเทคได้รับความอนุเคราะห์จากเว็บไซต์ไทยยอดนิยมหลายแห่ง อาทิ panthip.com sanook.com และเว็บไซต์อื่นๆ ในเครือเอ็มเว็บ thairath.co.th th2.net siam2you.com hunsa.com thaiadclick.com police.go.th ฯลฯ ให้พื้นที่ติดป้ายประกาศ และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากสูงเกินคาดให้ความกรุณาตอบแบบสอบถาม ทำให้ยอดจำนวนผู้ตอบของปีนี้ หลังการคัดแบบสอบถามที่เข้าช้อนหรือใช้ไม่ได้ออกไปแล้ว สูงถึงเกือบ 20,000 คน เทียบกับจำนวนเพียงประมาณ 2,500 คน สำหรับ 2 ปีก่อน ก่อให้เกิดกำลังใจและสร้างความยินดีให้แก่คณะผู้ดำเนินการสำรวจเป็นอย่างมาก

การคัดส่วนที่เข้าช้อนนั้น ทำโดยพิจารณาจากที่อยู่ทางอีเมล (e-mail address) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามแจ้งไว้ เพื่อการติดต่อกลับในกรณีที่ได้รับของ

สมนาคุณจากการจับสลากชิงรางวัล โดยแบบสำรวจที่ตอบโดยเจ้าของอีเมลเดิมจะถูกคัดออกไปเพื่อลดการตอบซ้ำ อย่างไรก็ตาม อาจจะหลงเหลือกรณีของผู้ตอบท่านเดิมโดยใช้อีเมลหลายที่อยู่อยู่บ้าง แต่หวังว่าจะไม่มีกรณีดังกล่าวมากนัก

เช่นเดียวกับ 2 ปีที่ผ่านมา การสำรวจของปี 2544 นี้ ใช้เวลาเกือบ 2 เดือน โดยเริ่มขึ้นเมื่อประมาณวันที่ 1 กันยายน และสิ้นสุด ณ สัปดาห์สุดท้ายของเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับการสำรวจในปีก่อนๆ และคาดว่าจะการสำรวจในปีหน้า ก็จะกระทำในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงทุกๆ 1 ปี

ผลการสำรวจที่สำคัญ

ในปีนี้ มีการปรับปรุงแบบสอบถามจากปีที่แล้วเพียงเล็กน้อย เป็นการตัดออก 1 ข้อ เพิ่มเติม 1 ข้อ และปรับคำถามเดิม 1 ข้อให้มีรายละเอียดเพิ่มขึ้น ทำให้จำนวนคำถามในปีนี้อยู่เท่ากับปีที่แล้วคือ 35 ข้อ และยังคงเป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ข้อ คือ อีเมล และเว็บไซต์ที่ผ่านเข้ามาสู่แบบสอบถาม คำถามอัตรา (คือเติมข้อความ) 3 ข้อ และคำถามปรนัย (คือเลือกคำตอบ) 30 ข้อ โดยหนังสือเล่มนี้จะรายงานเฉพาะผลที่รวบรวมได้จากคำถามปรนัยเท่านั้น แบบสอบถามที่ใช้มีแสดงไว้ในภาคผนวกท้ายเล่ม

ผลสำรวจที่ได้จากคำถามทั้ง 30 ข้อ นั้น มีแสดงไว้ในหนังสือเล่มนี้ ทั้งในรูปแบบของข้อมูลในตารางและแผนภูมิ (กราฟ) นอกจากนี้ ผู้ดำเนินการสำรวจ ยังได้แสดงผลข้อมูลเฉพาะบางหัวข้อที่น่าสนใจ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามตัวแปรสำคัญ คือ เพศ และกลุ่มอายุ ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดมีแสดงไว้ในส่วนของการ

รายงานผลการสำรวจ อย่างไรก็ตาม มีผลการสำรวจบางประการที่น่าสนใจเป็นพิเศษ ซึ่งจะขอลำถึงในส่วนนี้ ดังต่อไปนี้

1. เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจของทั้ง 3 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตระหว่างกลุ่มหญิงและชาย โดยในปีแรกที่มีการสำรวจ คือ 2542 พบสัดส่วนจำนวนผู้ใช้เปรียบเทียบหญิงต่อชาย คือ 35 ต่อ 65 ในปีถัดมาคือ 2543 สัดส่วนดังกล่าวสูงขึ้นเป็น 49 ต่อ 51 และในปีนี้เป็น 2544 สัดส่วนนี้ก็เปลี่ยนแปลงอีกเล็กน้อยเป็น 51 ต่อ 49 ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยไม่มีปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเพศ (gender gap) ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบในหลายๆ ประเทศ และแทบทั้งหมดคือชายมากกว่าหญิง
2. ปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบระหว่างคนกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ยังปรากฏอย่างชัดเจน ไม่ต่างจาก 2 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าสัดส่วนผู้ใช้ที่อยู่ในกรุงเทพฯ และสัดส่วนผู้ใช้รวมกรุงเทพฯ และปริมณฑล จะลดลงเล็กน้อยจากปีที่แล้ว คือจากร้อยละ 55.2 และร้อยละ 69.6 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 52.2 และร้อยละ 66 ในปีนี้ ตามลำดับ แต่สัดส่วนดังกล่าวก็ยังนับว่าสูงอยู่มาก
3. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักจากปีที่แล้ว ในเรื่องของอายุของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยหากแบ่งกลุ่มอายุเป็น 3 ช่วงคือ (1) ต่ำกว่า 20 ปี (2) 20-29 ปี (ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่) และ (3) 30 ปีขึ้นไป จะพบสัดส่วนผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มใหญ่แต่เดิม คืออายุ 20-29 ปี ลดลงเพียงเล็กน้อยจากร้อยละ 50.3 ในปีที่แล้ว เป็นร้อยละ 49.1 ในปีนี้ โดยกลุ่มอายุน้อยคือ ต่ำกว่า 20 ปี มีสัดส่วนสูงขึ้น จากร้อยละ 16.3 เป็น

ร้อยละ 18.4 และกลุ่ม 30 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนลดลงเพียงเล็กน้อย จากเดิมร้อยละ 33.3 เป็นร้อยละ 32.4 ในปีนี้

4. ในแง่ของระดับการศึกษาของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจใน 3 ปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเด่นชัดระหว่างปี 2542 และ 2543 คือสัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปลดลงค่อนข้างมาก คือจากร้อยละ 88.9 เป็นร้อยละ 72.2 แต่มาในปี 2544 นี้ สัดส่วนดังกล่าวคือร้อยละ 74 นับว่าเพิ่มสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย เรียกได้ว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก
5. ในแง่ของสาขาการศึกษา 3 อันดับแรก ยังเป็น 3 สาขาเดิมเหมือนปีที่แล้ว แต่มีการสลับตำแหน่งระหว่างที่ 1 และที่ 2 โดยปีนี้ สาขาการศึกษาระดับแรกคือ พาณิชยศาสตร์หรือบริหาร ร้อยละ 19.1 อันดับ 2 คือ วิทยาศาสตร์หรือวิศวกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 18.3 และอันดับที่ 3 ยังเป็น คอมพิวเตอร์ธุรกิจหรือบริหารระบบสารสนเทศ ร้อยละ 8.5 ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ สัดส่วนผู้ใช้ที่มีการศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์หรือวิศวกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับไอที ลดลงอย่างมากระหว่างปี 2542 และ 2543 คือจากร้อยละ 32 เป็นร้อยละ 21.4 และลดลงอีกเล็กน้อยในปีนี้เป็นร้อยละ 19.1 กล่าวได้ว่า ความนิยมในอินเทอร์เน็ตได้แพร่ขยายออกจากกลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยตรงออกไปสู่กลุ่มอื่นๆ มากขึ้น
6. สำหรับเรื่องสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตนั้น ข้อมูลที่รวบรวมได้ชี้ให้เห็นว่า เมื่อเทียบปริมาณการใช้(ไม่ใช่จำนวนผู้ใช้) ทั้งหมดโดยเฉลี่ย จะพบการใช้จากบ้าน ร้อยละ 49.3 จากที่ทำงานร้อยละ 29 จากสถานศึกษาร้อยละ 11.4 จากร้านบริการอินเทอร์เน็ตร้อยละ 9.7 และจากที่อื่นๆ ร้อยละ 0.6

7. ในเรื่องของการใช้งาน อีเมลยังคงดำรงตำแหน่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยร้อยละ 35.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าใช้อีเมลมากที่สุด ตามมาด้วยการค้นหาข้อมูล ร้อยละ 32.2 อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลหญิง-ชาย พบว่า ความนิยมในอีเมลในกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นหญิงสูงกว่ามาก คือร้อยละ 40.8 ของผู้ใช้ที่เป็นหญิงระบุว่าใช้อีเมลมากที่สุด เทียบกับเพียงร้อยละ 30.3 ของผู้ใช้ที่เป็นชาย ในขณะที่สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นชายนั้น กิจกรรมอันดับหนึ่งคือการค้นหาข้อมูล ด้วยคะแนนร้อยละ 32.9 ในขณะที่คะแนนของกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นหญิงสำหรับกิจกรรมนี้คือ 31.5 กิจกรรมที่พบความแตกต่างชัดเจนระหว่างหญิง-ชายคือการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ โดยร้อยละ 6.9 ของผู้ใช้ที่เป็นชายระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับกิจกรรมนี้มากที่สุด สูงกว่าสัดส่วนเดียวกันของกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นหญิงคือร้อยละ 1.4 เกือบ 5 เท่า เมื่อเปรียบเทียบการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่างกลุ่มอายุ โดยจำแนกเป็น 3 กลุ่มคือ ต่ำกว่า 20 ปี 20-29 ปี และ 30 ปีขึ้นไป เห็นความแตกต่างชัดเจนอย่างมาก ในเรื่องการสนทนาออนไลน์ (Chat) และเล่นเกม โดยกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี นิยมกิจกรรมทั้ง 2 ประเภทนี้มากกว่าอีกทั้ง 2 กลุ่มอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ ยังพบด้วยว่ากลุ่มนี้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลน้อยกว่าอีกทั้ง 2 กลุ่มอายุค่อนข้างมากเช่นกัน
8. ในส่วนของปัญหาสำคัญของอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้ 3 ข้อนั้นพบว่าปัญหา 3 อันดับแรกที่มีผู้ระบุบ่อยครั้งที่สุดคือ ความล่าช้าของการสื่อสาร ร้อยละ 51.2 การมีแหล่งข้อมูลทางเพศ ร้อยละ 32.3 และความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่าย ร้อยละ 30 เป็นที่น่าสนใจว่า ปัญหาการมีแหล่งข้อมูลทางเพศ ซึ่งเคยอยู่ในอันดับ 4 สำหรับทั้ง 2 ปีที่ผ่านมา ได้เลื่อนขึ้นมาเป็นอันดับ 2 ในปีนี้

ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะในช่วงปีที่ผ่านมา สื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ มีการลงข่าว ปัญหาในทางออนไลน์บ่อยครั้ง ส่วนปัญหามาราค่าใช้จ่าย ซึ่งเคยเป็นอันดับ 2 ในทั้ง 2 ปีที่ผ่านมา ได้ตกลงเป็นอันดับ 4 ในปีนี้ ในขณะที่อันดับ 1 และ 3 ยังเป็น ปัญหาเดิม ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ ปัญหาอันดับ 1 ความล่าช้าของการสื่อสาร ซึ่งแม้ว่าจะยังคงเป็นปัญหาอันดับ 1 มาทั้ง 3 ปี แต่มีสัดส่วนจำนวนผู้ระบุน้อยลงระหว่างปี 2542 กับ 2543 คือจากร้อยละ 70.72 เป็นร้อยละ 40.1 กลับมีสัดส่วนสูงขึ้นในปีนี้เป็นร้อยละ 51.2

9. ในแง่ของการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต นับว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักใน 3 ปีที่ผ่านมา คือสัดส่วนผู้ที่เคยซื้ออยู่แต่เพียงร้อยละ 19.6 แม้ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นบ้างเล็กน้อย เปรียบเทียบกับร้อยละ 19.1 ในปี 2543 และร้อยละ 18.4 ในปี 2542 และเมื่อเปรียบเทียบหญิง-ชายพบว่า ชายมีการซื้อมากกว่าหญิง คือชายเคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 25.8 และหญิงร้อยละ 13.6
10. สินค้าชนิดที่มีการซื้อทางอินเทอร์เน็ตของปีนี้ยังคงเป็นหนังสือถึงร้อยละ 56.6 ในขณะที่อันดับ 2 คือซอฟต์แวร์ร้อยละ 31.3 (ส่งพัสดุร้อยละ 22.6 และส่งออนไลน์ร้อยละ 8.7) ตามด้วยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ร้อยละ 22.2 ซึ่งเป็น 3 อันดับแรกของปีที่แล้วเช่นกัน
11. สำหรับเหตุผลที่ไม่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ตอบสามารถเลือกได้ 1-3 คำตอบนั้น เหตุผลที่ได้รับเลือกมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ไม่สามารถเห็นหรือจำเป็นต้องสินค้าได้ร้อยละ 41.7 ไม่ไว้วางใจผู้ขายร้อยละ 32.7 และไม่อยากให้หมายเลขบัตรเครดิตร้อยละ 27.2 ซึ่งเป็น 3 อันดับเดิมของปีที่แล้ว แต่อันดับ 2 และ 3 สลับที่กัน

ข้อจำกัดของการสำรวจ

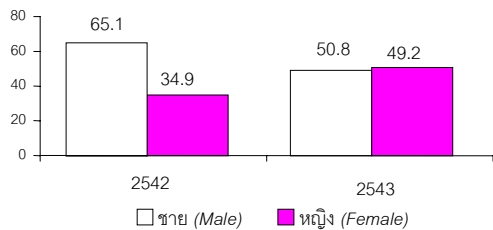
ข้อจำกัดที่สำคัญที่สุดคือ การสำรวจครั้งนี้มิได้ใช้การ “สุ่มตัวอย่าง” (random sampling) แต่เป็นการ “เลือกตอบโดยสมัครใจ” (self selection) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่สนใจจะตอบแบบสอบถาม ดังนั้น จึงเป็นไปได้มากกว่าข้อมูลที่รวบรวมได้จะมีความลำเอียง (bias) อยู่มากพอสมควร ตัวอย่างเช่น อาจเป็นไปได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ จะยินดีเสียเวลาการออนไลน์ให้กับการตอบแบบสอบถามมากกว่าผู้ใช้ในต่างจังหวัด เพราะจากระดับรายได้ที่ต่างกันระหว่างกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้ในเชิงเปรียบเทียบแล้ว ค่าบริการอินเทอร์เน็ตนั้นถูกกว่าสำหรับคนกรุงเทพฯ ในทางเดียวกัน มีบางท่านให้ข้อสังเกตว่า ผู้หญิงอาจยินดีตอบแบบสอบถามมากกว่าผู้ชายก็เป็นได้

ผู้ดำเนินการสำรวจพยายามอย่างที่สุด ที่จะลดความลำเอียงเท่าที่จะทำได้ ซึ่งคือการกระจายแบบสอบถามไปยังผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ทั่วถึงมากที่สุด ให้ได้ผู้ตอบจำนวนมาก และไม่เจาะจงไปยังกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเป็นพิเศษ วิธีการนั้นคือพยายามที่จะติดป้ายประกาศเชิญชวนตอบแบบสอบถามไว้ในเว็บไซต์หลายๆ แห่ง ที่เป็นที่ยอมรับและเปิดกว้างสำหรับทุกคน เพื่อให้ได้ผู้ตอบจำนวนมากที่สุด และมีความหลากหลายแต่อย่างไรก็ตาม วิธีการดังกล่าวอาจมีความลำเอียง(bias) คือ เว็บไซต์ไทยที่ได้รับความนิยม มีผู้เข้าชมจำนวนมากในแต่ละวันนั้น มักมีรูปแบบที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลที่รวบรวมได้โน้มเอียงไปที่กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง เช่น กลุ่มเด็กและเยาวชน ในสัดส่วนที่สูงกว่าปกติก็เป็นได้ อย่างไรก็ตาม ดังกล่าวมาแล้วในตอนต้น จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในปีนี้สูงถึงเกือบ 20,000 คน (เทียบกับประมาณ 2,500 คนในปีที่แล้ว) นับว่าสูงมากเป็นประวัติการณ์ ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้นมากพอสมควร

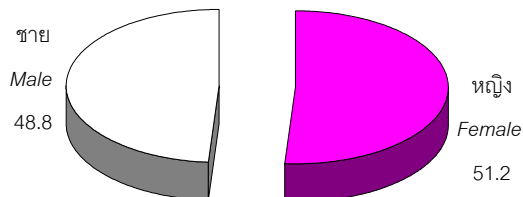
เพศ

Gender

ปี 2542-43 (Year 1999-2000)¹



ปี 2544 (Year 2001)

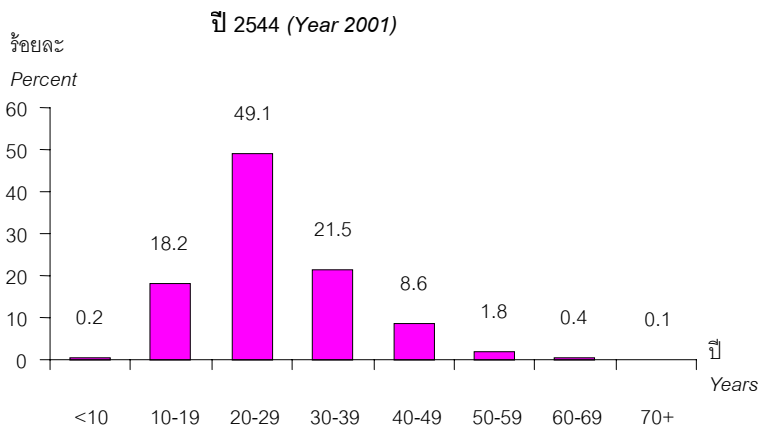
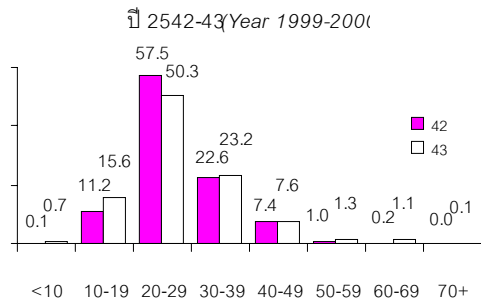


เพศ Gender	หญิง Female	ชาย Male	รวม Total
จำนวน Frequency	10,074	9,617	19,691
ร้อยละ Percent	51.2	48.8	100

¹จากหนังสือ "รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย" ปี 2542 และ 2543 ของ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

อายุ

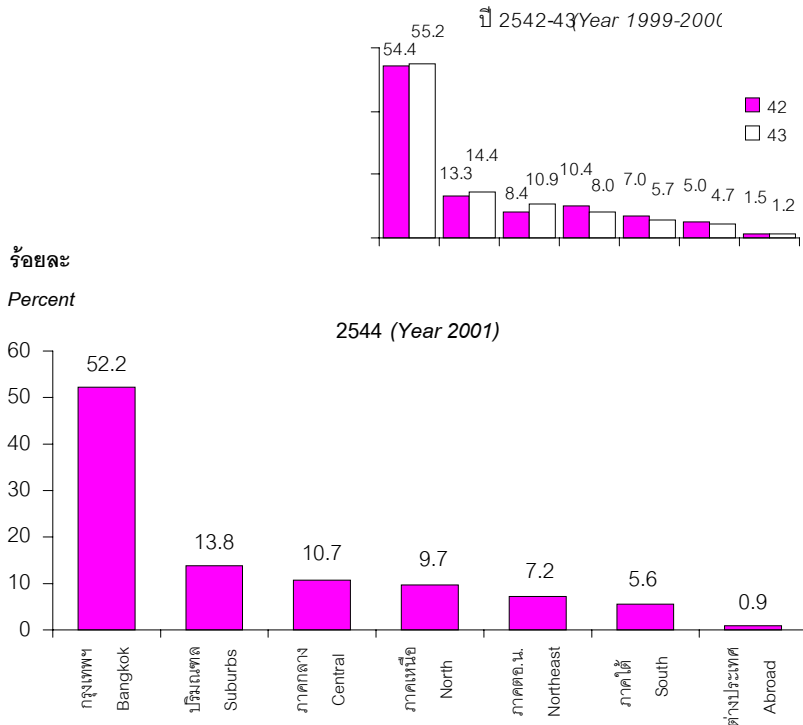
Age



อายุ Age	<10	10-14	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+	รวม Total
จำนวน Frequency	49	858	2,749	9,714	4,254	1,699	351	80	15	19,769
ร้อยละ Percent	0.2	4.3	13.9	49.1	21.5	8.6	1.8	0.4	0.1	100

ที่อยู่ปัจจุบัน

Present Location

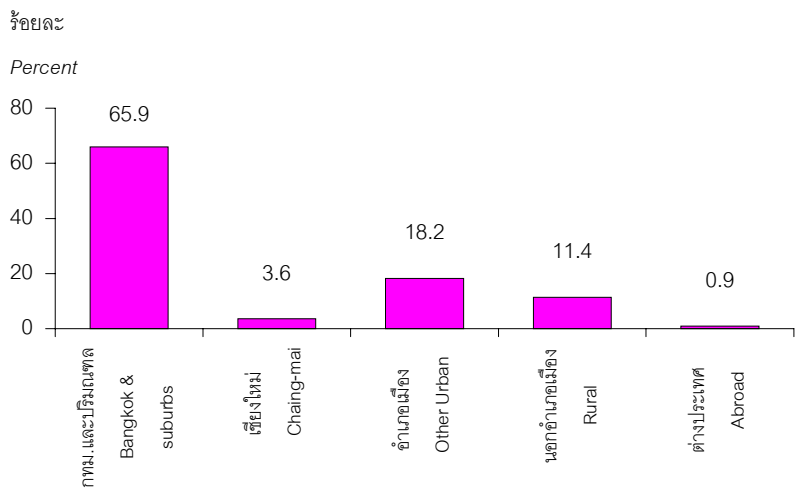


ที่อยู่ปัจจุบัน Location	กรุงเทพฯ Bangkok	ปริมณฑล Suburbs	ภาคกลาง Central	ภาคเหนือ North	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ Northeast	ภาคใต้ South	ต่างประเทศ Abroad	รวม Total
จำนวน Frequency	10,282	2,720	2,105	1,913	1,428	1,097	170	19,715
ร้อยละ Percent	52.2	13.8	10.7	9.7	7.2	5.6	0.9	100

หมายเหตุ : ปริมณฑล หมายถึง นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

เขตที่อยู่

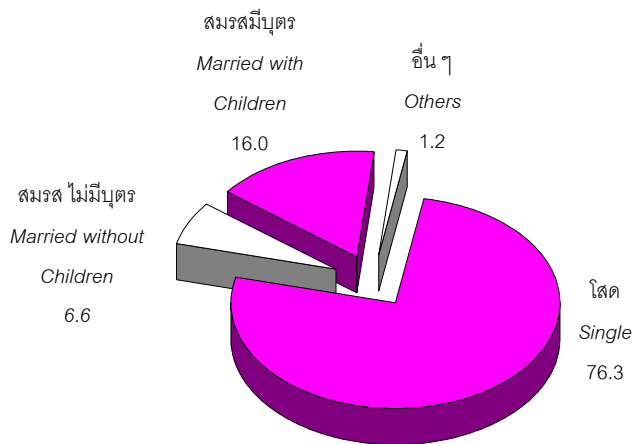
Urban versus Rural



เขตที่อยู่	กทม.และปริมณฑล	เชียงใหม่	อื่นเมือง	นอกอำเภอเมือง	ต่างประเทศ	รวม
Urban vs. Rural	Bangkok & suburbs	Chaing-mai	Other Urban	Rural	Abroad	Total
จำนวน	13,021	707	3,597	2,259	170	19,754
Frequency						
ร้อยละ	65.9	3.6	18.2	11.4	0.9	100
Percent						

สถานะสมรส

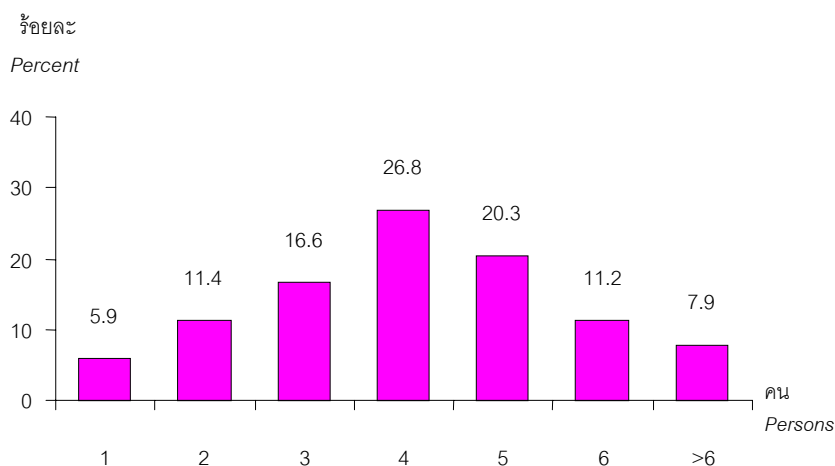
Marital Status



สถานะสมรส	โสด	สมรส ไม่มีบุตร	สมรส มีบุตร	อื่น ๆ	รวม
Marital Status	Single	Married without Children	Married with Children	Others	Total
จำนวน	15,038	1,301	3,148	233	19,720
Frequency					
ร้อยละ	76.3	6.6	16.0	1.2	100
Percent					

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

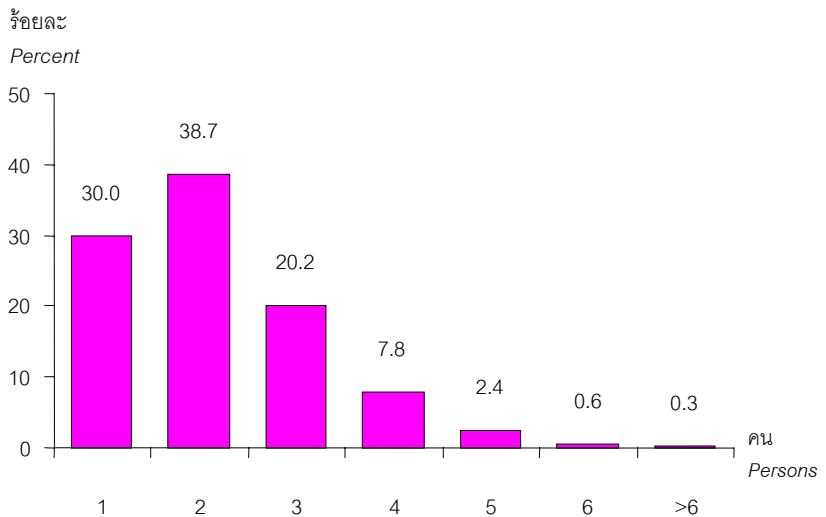
Number of Household Members



จำนวนสมาชิกในครัวเรือน <i>Household Members</i>	1	2	3	4	5	6	>6	รวม <i>Total</i>
จำนวน <i>Frequency</i>	1,161	2,245	3,284	5,288	4,018	2,212	1,558	19,766
ร้อยละ <i>Percent</i>	5.9	11.4	16.6	26.8	20.3	11.2	7.9	100

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ใช้อินเทอร์เน็ต

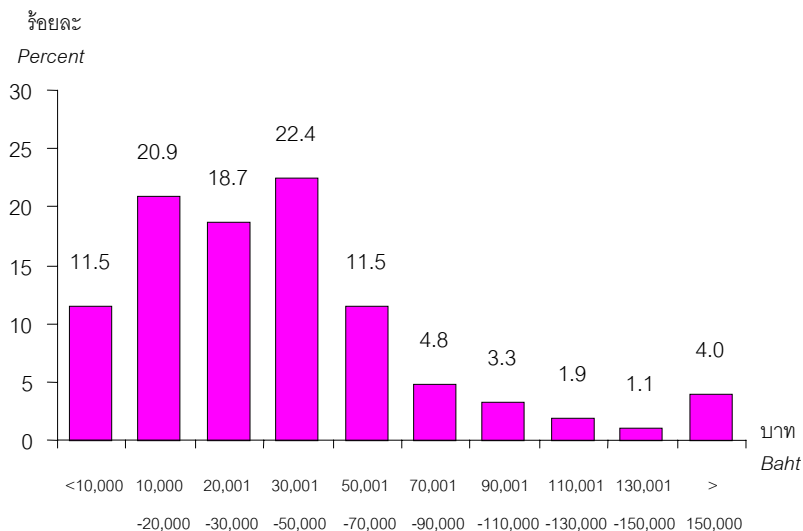
Number of Internet Users in the Household



สมาชิกในครัวเรือนที่ใช้อินเทอร์เน็ต <i>Internet Users in the Household</i>	1	2	3	4	5	6	>6	รวม <i>Total</i>
จำนวน <i>Frequency</i>	5,878	7,594	3,965	1,533	478	114	52	19,614
ร้อยละ <i>Percent</i>	30.0	38.7	20.2	7.8	2.4	0.6	0.3	100

รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน (บาท)

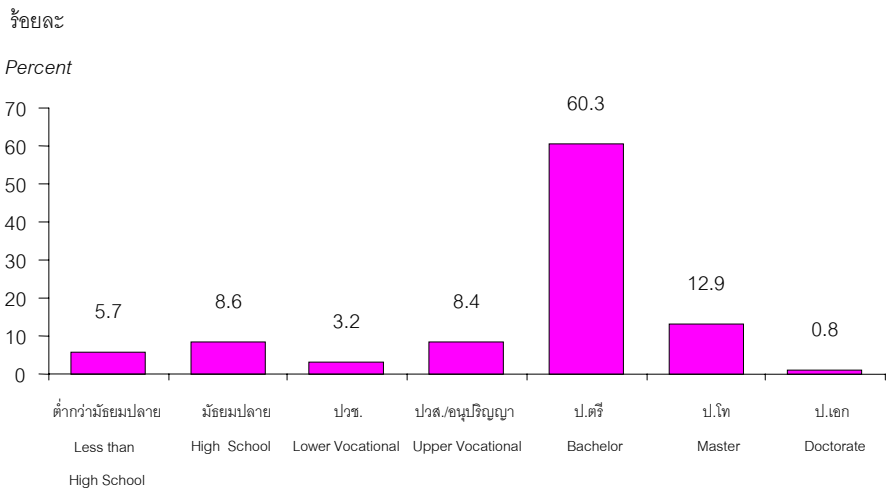
Monthly Household Income (Baht)



รายได้ Income	<10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-50,000	50,001-70,000	70,001-90,000	90,001-110,000	110,001-130,000	130,001-150,000	>150,000	รวม Total
จำนวน Frequency	2,265	4,117	3,692	4,412	2,256	943	640	367	218	781	19,691
ร้อยละ Percent	11.5	20.9	18.7	22.4	11.5	4.8	3.3	1.9	1.1	4.0	100

การศึกษา

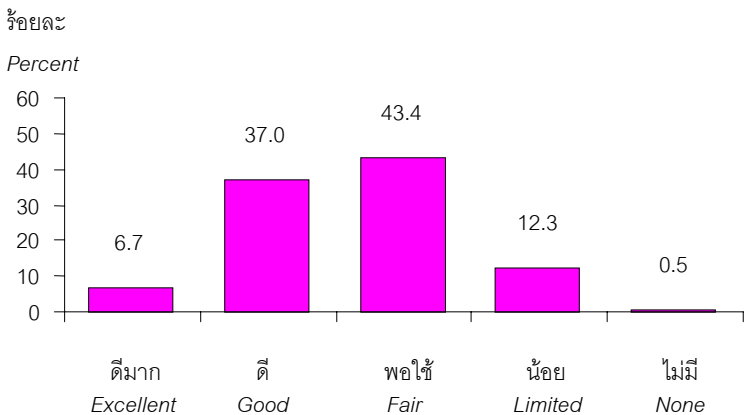
Level of Education



การศึกษา Education	ต่ำกว่ามัธยมปลาย Less than High School	มัธยมปลาย High School	ปวช. Lower Vocational	ปวส./อนุปริญญา Upper Vocational	ป.ตรี Bachelor	ป.โท Master	ป.เอก Doctorate	รวม Total
จำนวน Frequency	1,130	1,696	635	1,660	11,885	2,552	156	19,714
ร้อยละ Percent	5.7	8.6	3.2	8.4	60.3	12.9	0.8	100

ความรู้ภาษาอังกฤษ

English Proficiency

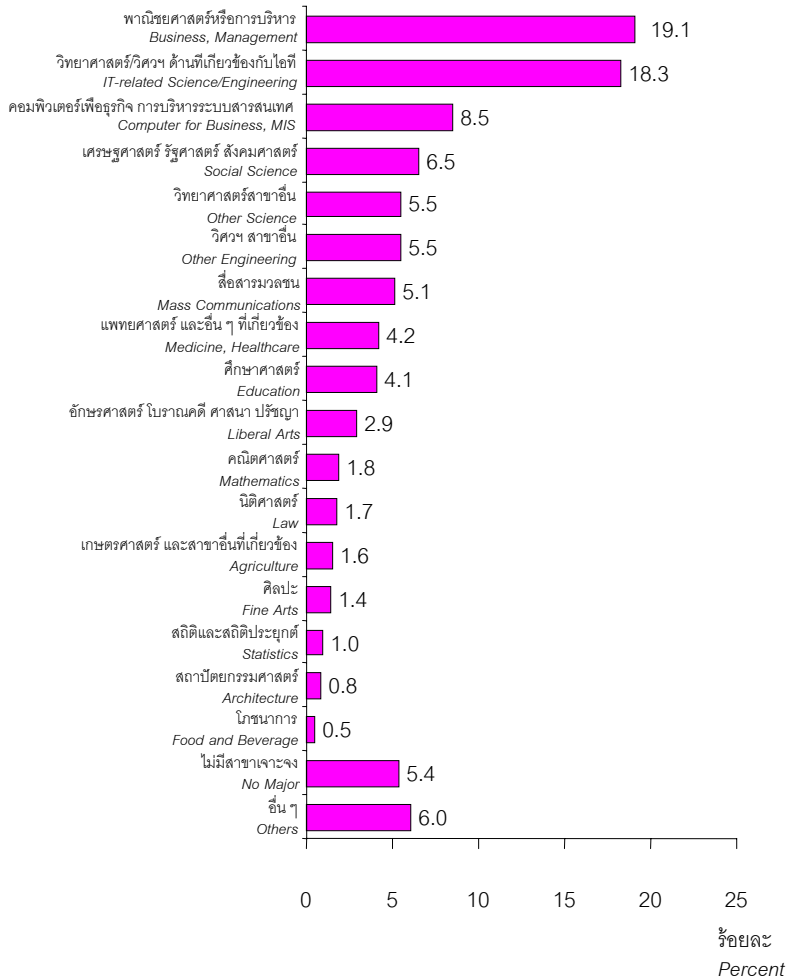


ดีมาก หมายถึง ไม่มีปัญหาในการสื่อสารทั้งอ่านและพูด
ดี หมายถึง อ่านเข้าใจดี พูดได้แม้จะไม่ค่อยคล่องมากนัก
พอใช้ หมายถึง ยังมีปัญหาอยู่บ้าง ทั้งอ่านและพูด
น้อย หมายถึง มีปัญหามากทั้งอ่านและพูด
ไม่มี หมายถึง ไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษเลย

ความรู้ภาษาอังกฤษ	ดีมาก	ดี	พอใช้	น้อย	ไม่มี	รวม
English Proficiency	Excellent	Good	Fair	Limited	None	Total
จำนวน	1,331	7,313	8,565	2,428	107	19,744
Frequency						
ร้อยละ	6.7	37.0	43.4	12.3	0.5	100
Percent						

สาขาการศึกษา

Major of Education

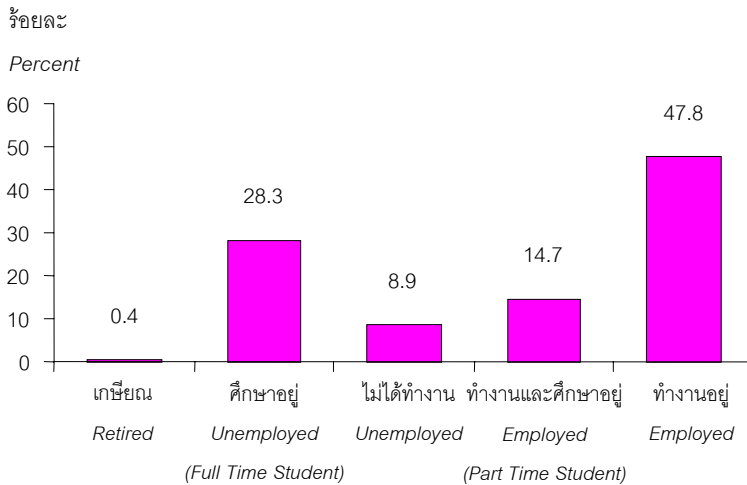


สาขาการศึกษา <i>Major of Education</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
พาณิชยศาสตร์หรือบริหาร <i>Business, Management</i>	3,668	19.1
วิทยาศาสตร์/วิศวกรรมศาสตร์ ด้านที่เกี่ยวข้องกับไอที <i>IT-related Science/Engineering</i>	3,511	18.3
- วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ <i>Computer Science</i>	534	2.8
- วิทยาการคอมพิวเตอร์ <i>Computer Science</i>	1,039	5.4
- วิศวกรรมไฟฟ้า, อิเล็กทรอนิกส์, สื่อสาร <i>Electrical/Electronics/Communication Engineering</i>	1,288	6.7
- วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ <i>Computer Engineering</i>	544	2.8
- วิศวกรรมโทรคมนาคม <i>Telecommunication Engineering</i>	106	0.6
คอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ การบริหารระบบสารสนเทศ <i>Computer for Business, MIS</i>	1,640	8.5
เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมศาสตร์ <i>Social Science</i>	1,255	6.5
วิทยาศาสตร์สาขาอื่น <i>Other Science</i>	1,061	5.5
วิศวกรรมสาขาอื่น ๆ <i>Other Engineering</i>	1,058	5.5
สื่อสารมวลชน <i>Mass Communications</i>	981	5.1
แพทยศาสตร์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง <i>Medicine, Healthcare</i>	809	4.2

สาขาการศึกษา <i>Major of Education</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ศึกษาศาสตร์ <i>Education</i>	792	4.1
อักษรศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ปรัชญา <i>Liberal Arts</i>	561	2.9
คณิตศาสตร์ <i>Mathematics</i>	353	1.8
นิติศาสตร์ <i>Law</i>	327	1.7
เกษตรศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง <i>Agriculture</i>	300	1.6
ศิลปะ <i>Fine Arts</i>	277	1.4
สถิติและสถิติประยุกต์ <i>Statistics</i>	185	1.0
สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง <i>Architecture</i>	149	0.8
โภชนาการ <i>Food and Beverage</i>	92	0.5
ไม่มีสาขาเจาะจง <i>No Major</i>	1,038	5.4
อื่น ๆ <i>Others</i>	1,162	6.0
รวม <i>Total</i>	19,219	100

สถานะการทำงาน

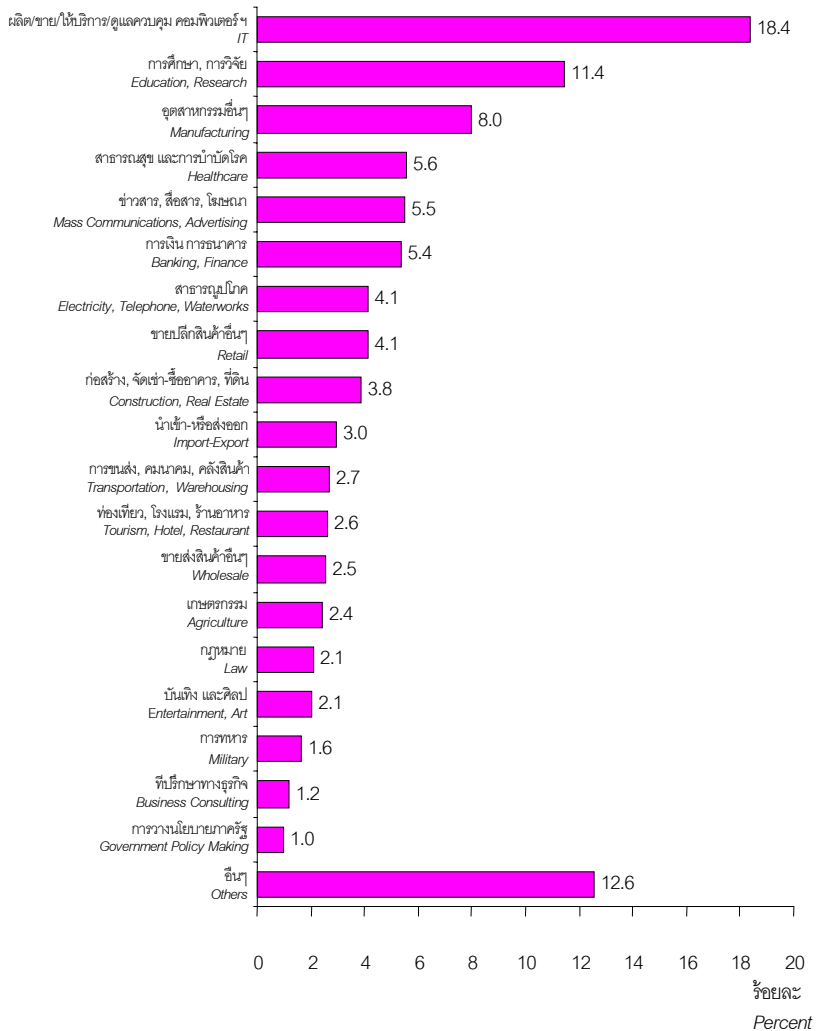
Employment



การทำงาน Employment	เกษียณ Retired	ไม่ทำงาน (ศึกษาอยู่) Unemployed (Full Time Student)	ไม่ได้ทำงาน Unemployed	ทำงานและ ศึกษาอยู่ด้วย Employed (Part Time Student)	ทำงานอยู่ Employed	รวม Total
จำนวน Frequency	78	5,519	1,730	2,876	9,325	19,528
ร้อยละ Percent	0.4	28.3	8.9	14.7	47.8	100

สาขาอาชีพ

Sector

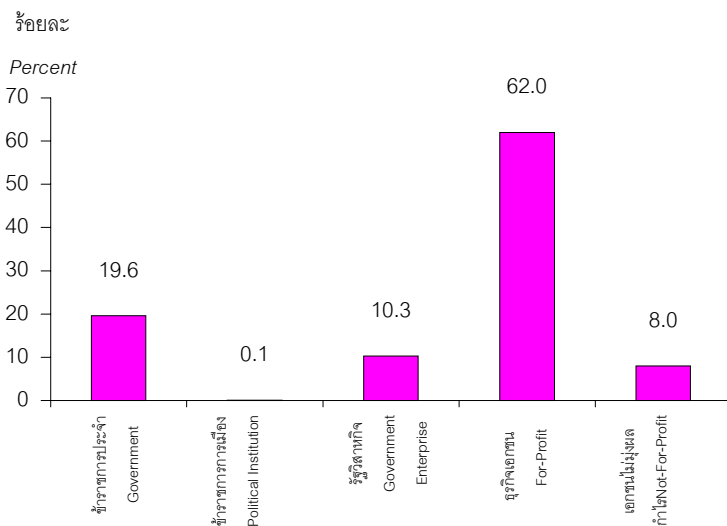


สาขาอาชีพ <i>Sector</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ผลิต/ขาย/ให้บริการ/ดูแลควบคุม คอมพิวเตอร์ โปรแกรม, เครื่องขาย, หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง <i>IT</i>	2,215	18.4
การศึกษา, การวิจัย <i>Education, Research</i>	1,380	11.4
อุตสาหกรรมอื่นๆ <i>Manufacturing</i>	966	8.0
สาธารณสุข และการบำบัดโรค <i>Healthcare</i>	673	5.6
ข่าวสาร, สื่อสาร, โฆษณา <i>Mass Communications, Advertising</i>	663	5.5
การเงิน การธนาคาร <i>Banking, Finance</i>	646	5.4
สาธารณูปโภค <i>Electricity, Telephone, Waterworks</i>	500	4.1
ขายปลีกสินค้าอื่นๆ <i>Retail</i>	496	4.1
ก่อสร้าง, จัดเช่า-ซื้ออาคาร, ที่ดิน <i>Construction, Real Estate</i>	464	3.8
นำเข้า-หรือส่งออก <i>Import-Export</i>	357	3.0
การขนส่ง, คมนาคม, คลังสินค้า <i>Transportation, Warehousing</i>	326	2.7
ท่องเที่ยว, โรงแรม, ร้านอาหาร <i>Tourism, Hotel, Restaurant</i>	319	2.6
ขายส่งสินค้าอื่นๆ <i>Wholesale</i>	306	2.5

สาขาอาชีพ <i>Sector</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
เกษตรกรรม <i>Agriculture</i>	290	2.4
กฎหมาย <i>Law</i>	252	2.1
บันเทิง และศิลปะ <i>Entertainment, Art</i>	248	2.1
การทหาร <i>Military</i>	194	1.6
ที่ปรึกษาทางธุรกิจ <i>Business Consulting</i>	139	1.2
การวางนโยบายภาครัฐ <i>Government Policy Making</i>	117	1.0
อื่นๆ <i>Others</i>	1,518	12.6
รวม <i>Total</i>	12,069	100.0

ประเภทของหน่วยงาน

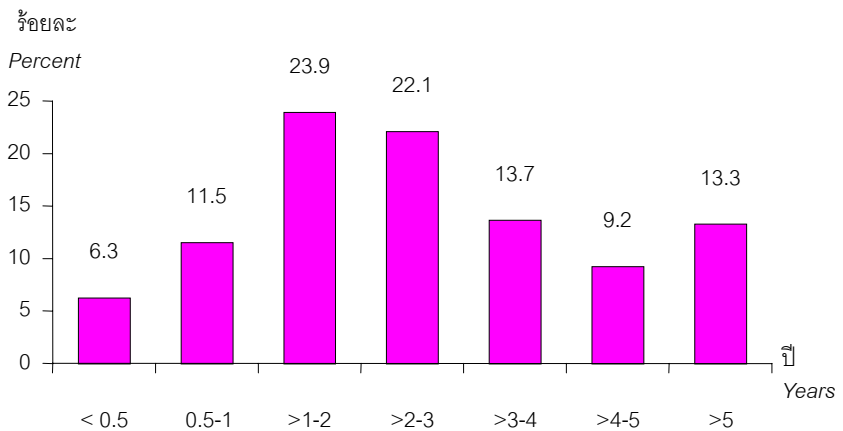
Type of Employment



หน่วยงาน Type of Employment	ข้าราชการประจำ Government	ข้าราชการการเมือง Political Institution	รัฐวิสาหกิจ Government Enterprise	ธุรกิจเอกชน For-Profit	เอกชนไม่มุ่งผลกำไร Not-For-Profit	รวม Total
จำนวน Frequency	2,286	17	1,206	7,247	937	11,693
ร้อยละ Percent	19.6	0.1	10.3	62.0	8.0	100

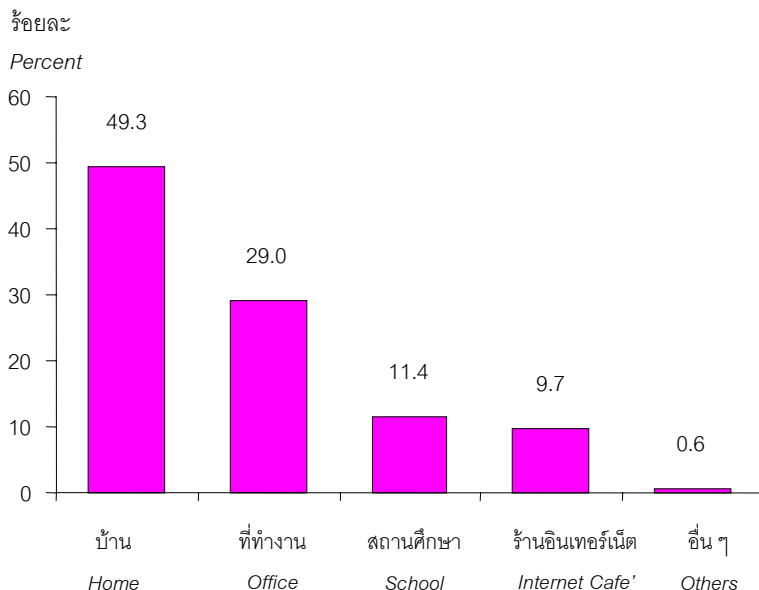
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

Years on Internet



ประสบการณ์ Years on Internet	< 0.5	0.5-1	>1-2	>2-3	>3-4	>4-5	>5	รวม Total
จำนวน Frequency	1,233	2,272	4,718	4,355	2,693	1,819	2,621	19,711
ร้อยละ Percent	6.3	11.5	23.9	22.1	13.7	9.2	13.3	100

ปริมาณการใช้จากแต่ละสถานที่ Point of Access

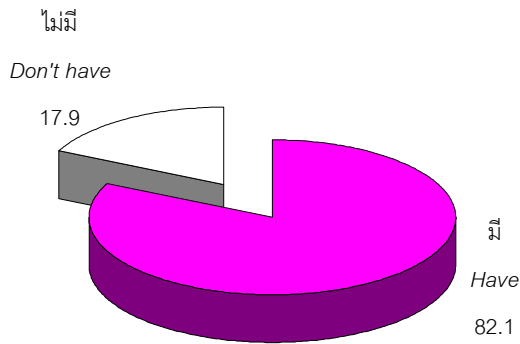


สถานที่ Point of Access	บ้าน Home	ที่ทำงาน Office	สถานศึกษา School	ร้านบริการอินเทอร์เน็ต Internet Cafe'	อื่น ๆ Others	รวม Total
ร้อยละ Percent	49.3	29.0	11.4	9.7	0.6	100

หมายเหตุ : จากแบบสอบถามข้อ 17 (ภาคผนวก) เป็นการเปรียบเทียบจากปริมาณการใช้ (ไม่ใช่จำนวนผู้ใช้) ทั้งหมดโดยเฉลี่ย จากผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้ทั้งหมด 17,668 คน

การมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน

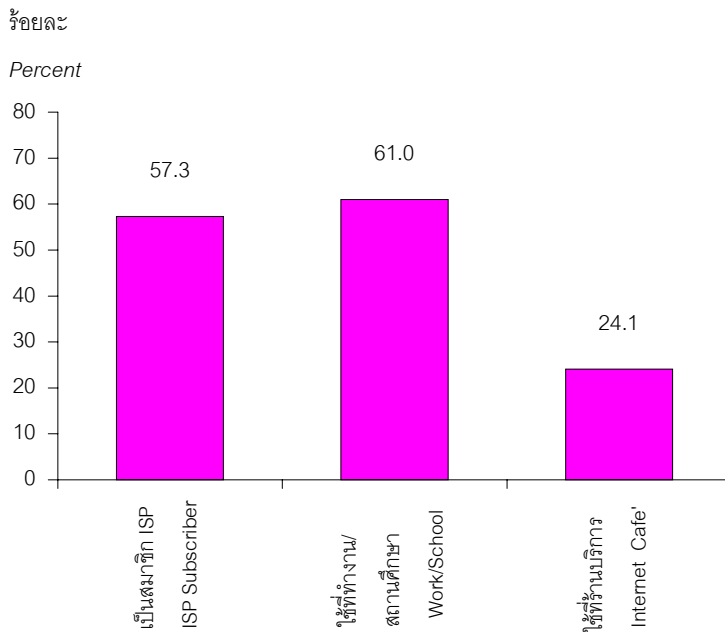
Home Computer Ownership



การมีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน <i>Home Computer</i>	มี <i>Have</i>	ไม่มี <i>Don't have</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน <i>Frequency</i>	16,007	3,492	19,499
ร้อยละ <i>Percent</i>	82.1	17.9	100

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

Internet Access

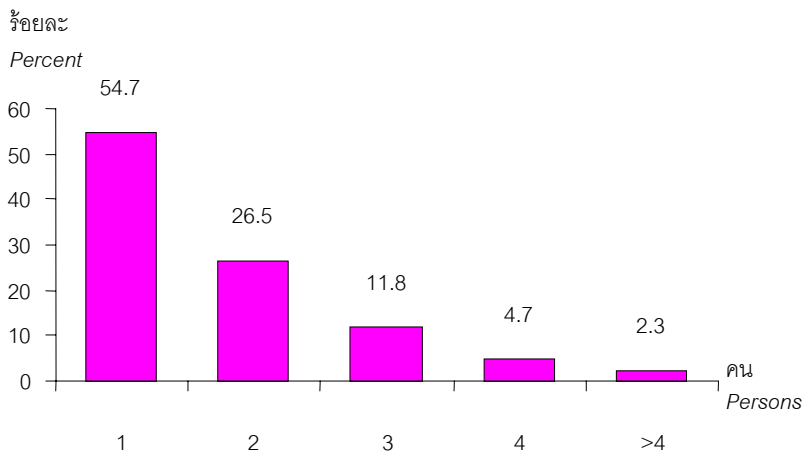


การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต Internet Access	เป็นสมาชิก ISP ISP Subscriber	ใช้ที่ทำงาน/สถานศึกษา Work/School	ใช้ที่ร้านบริการ Internet Cafe'
จำนวน Frequency	11,333	12,066	4,763
ร้อยละ Percent	57.3	61.0	24.1

หมายเหตุ : หมายถึงเคยใช้อินเทอร์เน็ตโดยวิธีใด จากที่ใดบ้าง จึงเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ผู้ร่วมใช้อินเทอร์เน็ต

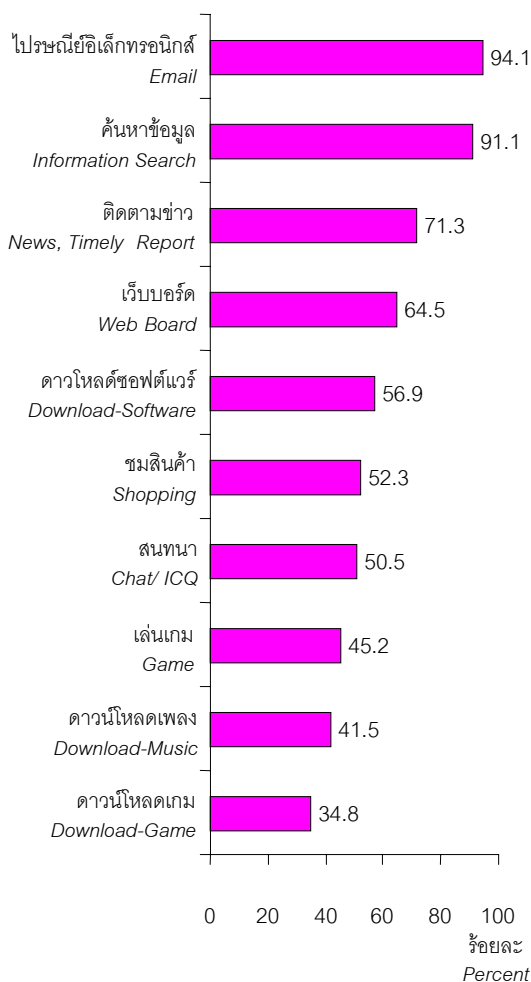
Internet Account Sharing



ผู้ร่วมใช้บัญชีอินเทอร์เน็ต No. of Users/Account	1 (no sharing)	2	3	4	>4	รวม Total
จำนวน Frequency	6,740	3,263	1,453	583	285	12,324
ร้อยละ Percent	54.7	26.5	11.8	4.7	2.3	100

ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต

Internet Activities



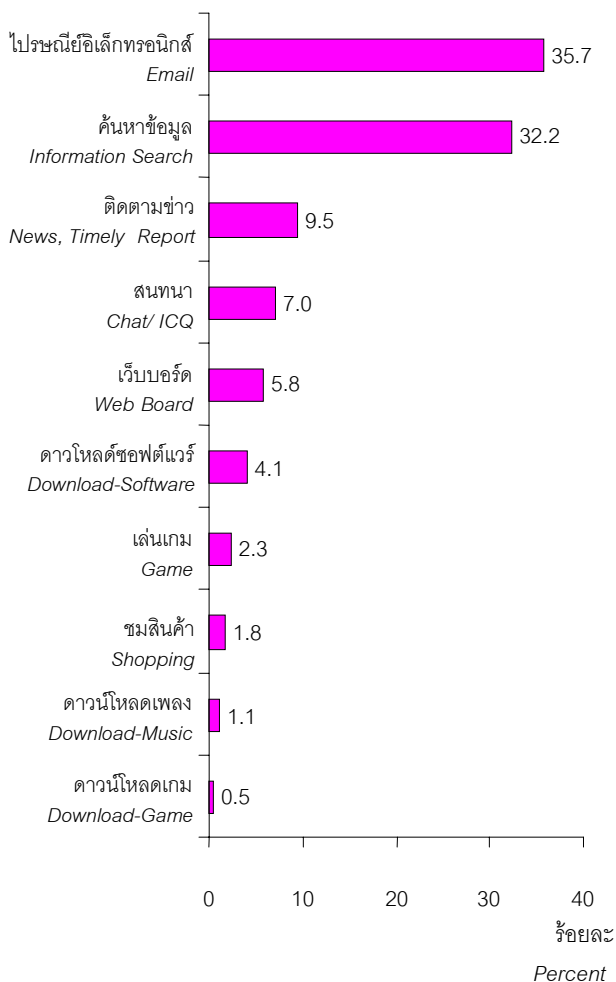
กิจกรรม <i>Activity</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ <i>Email</i>	18,618	94.1
ค้นหาข้อมูล <i>Information Search</i>	18,028	91.1
ติดตามข่าว <i>News, Timely Report</i>	14,112	71.3
เว็บบอร์ด <i>Web Board</i>	12,753	64.5
ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ <i>Download-Software</i>	11,260	56.9
ชมสินค้า <i>Shopping</i>	10,349	52.3
สนทนา <i>Chat/ ICQ</i>	10,000	50.5
เล่นเกม <i>Game</i>	8,948	45.2
ดาวน์โหลดเพลง <i>Download-Music</i>	8,205	41.5
ดาวน์โหลดเกมส์ <i>Download-Game</i>	6,893	34.8

หมายเหตุ : หมายถึงกิจกรรมทุกประเภทที่เคยทำ ดังนั้นจึงสามารถเลือกได้มากกว่า

1 คำตอบ

ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มากที่สุด

Top Activity on Internet

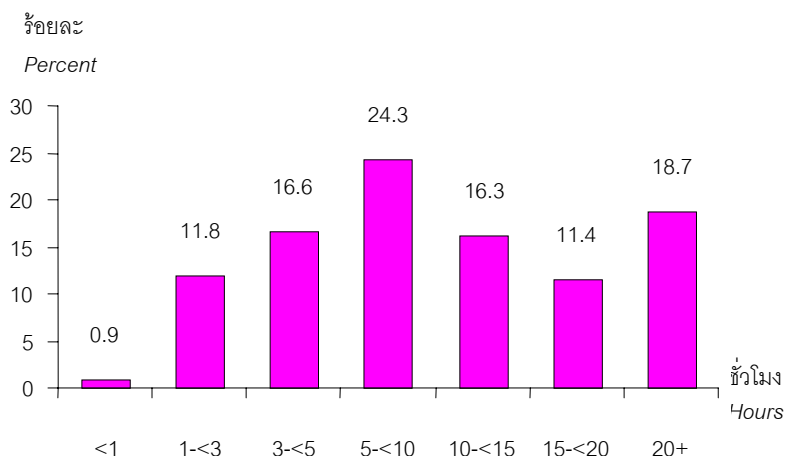


กิจกรรม <i>Activity</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ <i>Email</i>	6,982	35.7
ค้นหาข้อมูล <i>Information Search</i>	6,302	32.2
ติดตามข่าว <i>News, Timely Report</i>	1,861	9.5
สนทนา <i>Chat/ ICQ</i>	1,366	7.0
เว็บบอร์ด <i>Web Board</i>	1,127	5.8
ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ <i>Download-Software</i>	806	4.1
เล่นเกม <i>Game</i>	445	2.3
ชมสินค้า <i>Shopping</i>	350	1.8
ดาวน์โหลดเพลง <i>Download-Music</i>	216	1.1
ดาวน์โหลดเกมส์ <i>Download-Game</i>	101	0.5
รวม <i>Total</i>	19,556	100

หมายเหตุ : สำหรับข้อนี้ ผู้ตอบต้องระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตในกิจกรรมใดมากที่สุด
เลือกได้เพียงคำตอบเดียว

จำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ต่อสัปดาห์

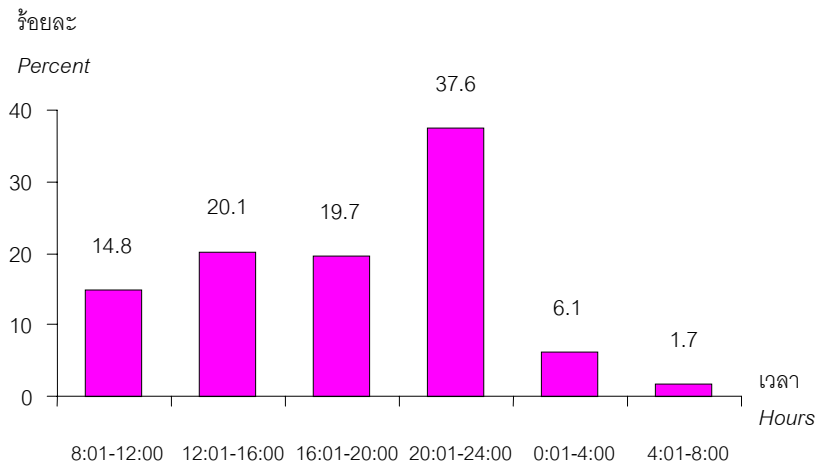
Weekly Hours of Use



การใช้ต่อสัปดาห์ Weekly Usage	<1	1-<3	3-<5	5-<10	10-<15	15-<20	20+	รวม Total
จำนวน Frequency	169	2,315	3,243	4,752	3,177	2,237	3,647	19,540
ร้อยละ Percent	0.9	11.8	16.6	24.3	16.3	11.4	18.7	100

เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต

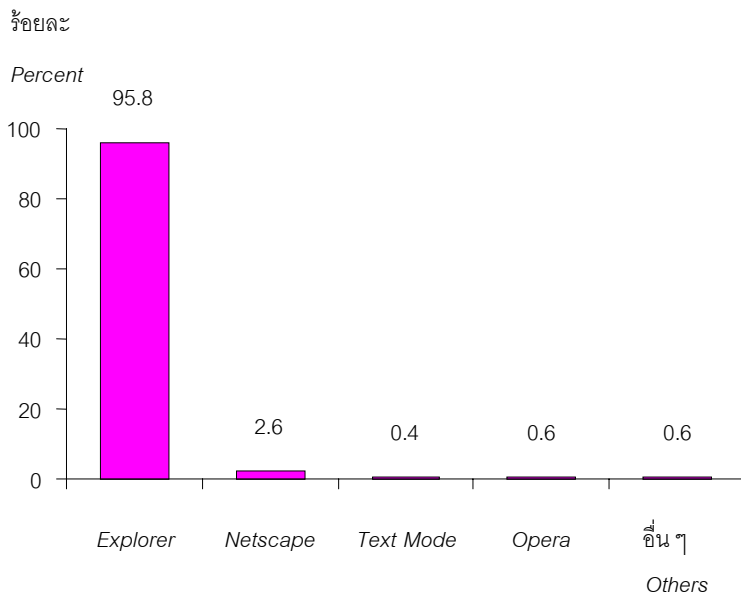
Time of Use



เวลาที่ใช้ Time of Use	8:01-12:00	12:01-16:00	16:01-20:00	20:01-24:00	0:01-4:00	4:01-8:00	รวม Total
จำนวน Frequency	2,885	3,912	3,837	7,328	1,196	330	19,488
ร้อยละ Percent	14.8	20.1	19.7	37.6	6.1	1.7	100

เบราว์เซอร์ที่ใช้

Browser

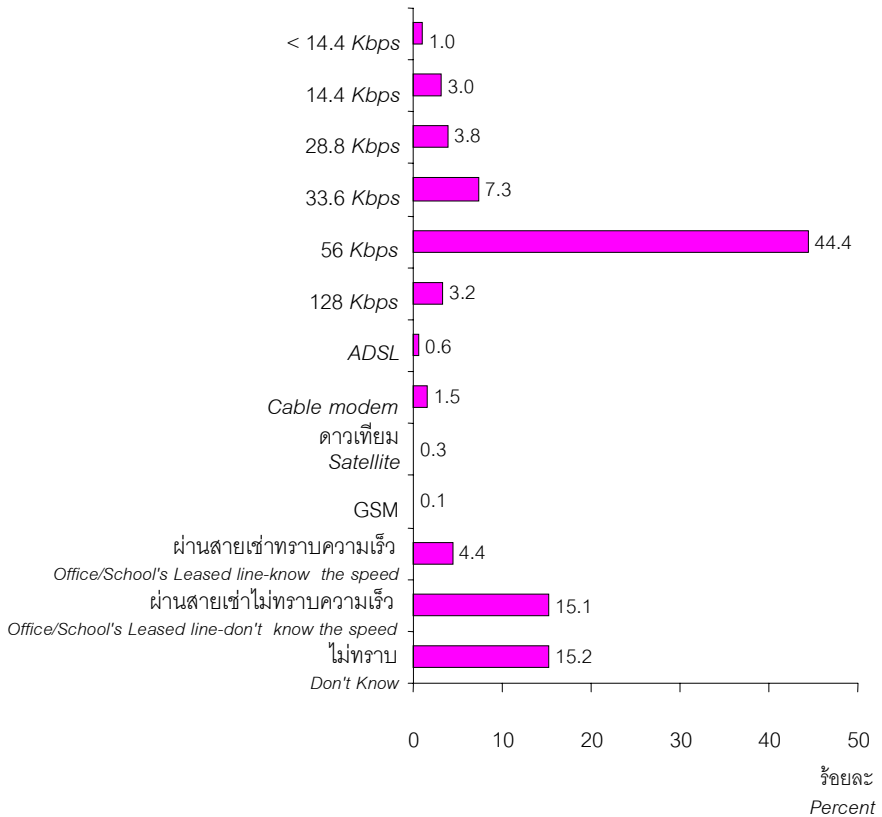


เบราว์เซอร์ Browser	Explorer	Netscape	Text Mode	Opera	อื่น ๆ Others	รวม Total
จำนวน Frequency	18,584	498	82	123	111	19,398
ร้อยละ Percent	95.8	2.6	0.4	0.6	0.6	100

หมายเหตุ : หมายถึงเบราว์เซอร์ที่ใช้มากที่สุด

ความเร็ว

Speed

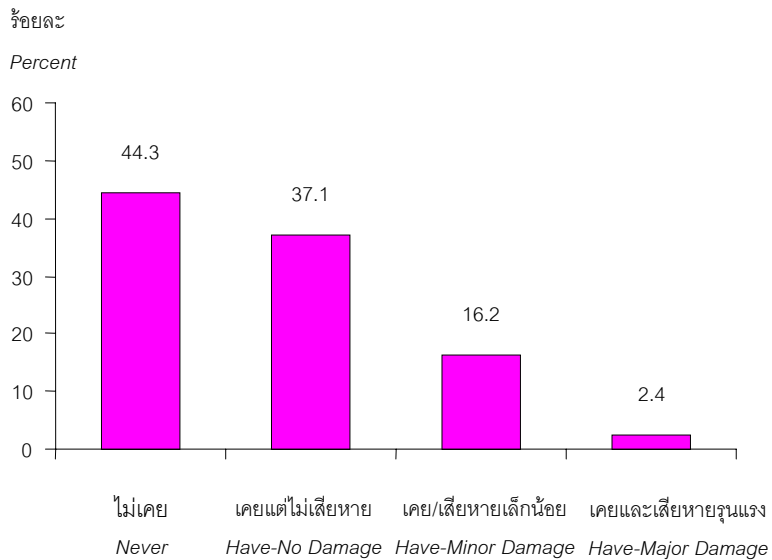


ความเร็ว <i>Speed</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
< 14.4 Kbps	201	1.0
14.4 Kbps	590	3.0
28.8 Kbps	741	3.8
33.6 Kbps	1,423	7.3
56 Kbps	8,640	44.4
128 Kbps	626	3.2
ADSL	108	0.6
Cable modem	300	1.5
บริการผ่านดาวเทียม <i>Satellite</i>	53	0.3
GSM (9600 bps)	20	0.1
ผ่านสายเช่าทราบความเร็ว <i>Office/School's leased line-know the speed</i>	854	4.4
ผ่านสายเช่าไม่ทราบความเร็ว <i>Office/School's leased line-don't know the speed</i>	2,943	15.1
ไม่ทราบ <i>Don't know</i>	2,966	15.2
รวม <i>Total</i>	19,465	100

หมายเหตุ : หมายถึงความเร็วของการติดต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต จากเครื่องที่ใช้บ่อยที่สุด

การรับไวรัสทางอินเทอร์เน็ต

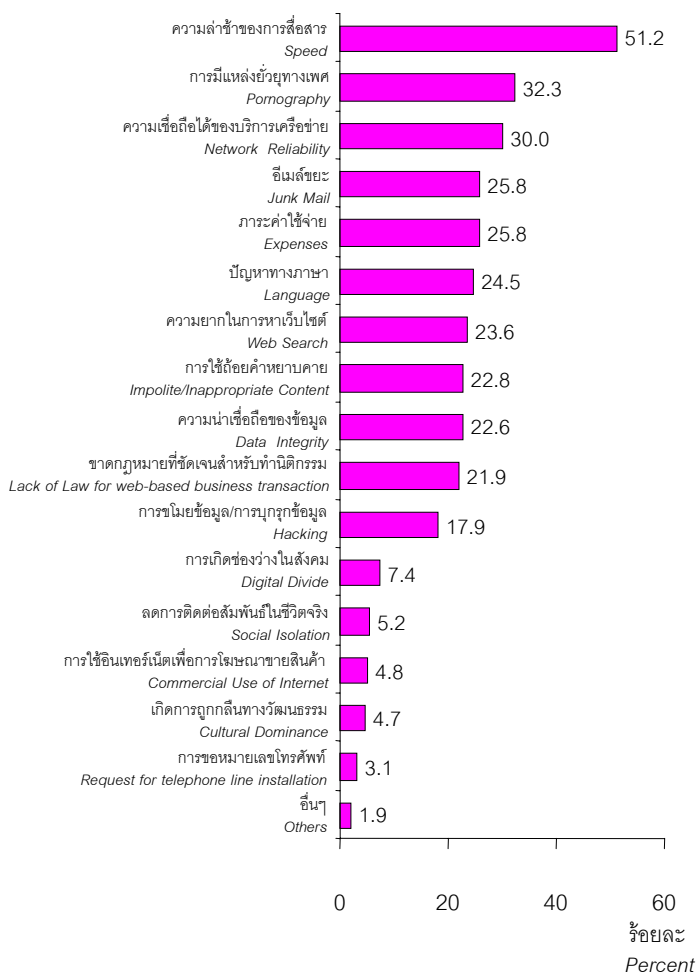
Internet Virus



ไวรัส	ไม่เคย	เคยแต่ไม่เสียหาย	เคยและเสียหายเล็กน้อย	เคยและเสียหายรุนแรง	รวม
Internet Virus	Never	Have-No Damage	Have-Minor Damage	Have-Major Damage	Total
จำนวน	8,649	7,230	3,158	467	19,504
Frequency					
ร้อยละ	44.3	37.1	16.2	2.4	100.0
Percent					

ปัญหาที่สำคัญของอินเทอร์เน็ต

Perceived Problems Concerning the Internet



ปัญหา <i>Perceived Problems</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ความล่าช้าของการสื่อสาร <i>Speed</i>	10,121	51.2
การมีแหล่งข้อมูลทางเพศ <i>Pornography</i>	6,399	32.3
ความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่าย <i>Network Reliability</i>	5,929	30.0
อีเมลขยะ <i>Junk Mail</i>	5,105	25.8
ภาระค่าใช้จ่าย <i>Expenses</i>	5,105	25.8
ปัญหาทางภาษา <i>Language</i>	4,013	24.5
ความยากในการหาเว็บไซต์ <i>Web Search</i>	4,666	23.6
การใช้ถ้อยคำหยาบคาย <i>Impolite/Inappropriate Content</i>	4,504	22.8
ความน่าเชื่อถือของข้อมูล <i>Data Integrity</i>	4,480	22.6
ขาดกฎหมายที่ครอบคลุมชัดเจนสำหรับการกระทำความผิด <i>Lack of Law for web-based business transaction</i>	4,328	21.9
การขโมยข้อมูล/การบุกรุกข้อมูล <i>Hacking</i>	3,540	17.9
การเกิดช่องว่างในสังคม <i>Digital Divide</i>	1,465	7.4
ลดการติดต่อสัมพันธ์ในชีวิตจริง <i>Social Isolation</i>	860	5.2

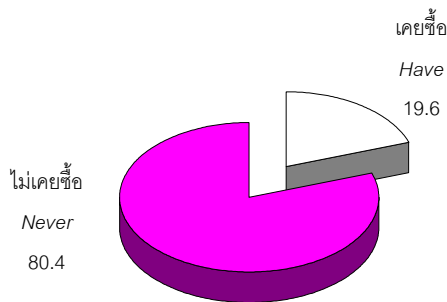
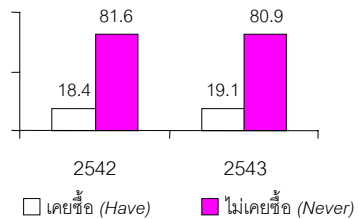
ปัญหา <i>Perceived Problems</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาขายสินค้า <i>Commercial Use of Internet</i>	953	4.8
เกิดการถูกกลืนทางวัฒนธรรม <i>Cultural Dominance</i>	771	4.7
การขอหมายเลขโทรศัพท์ <i>Request for telephone line installation</i>	616	3.1
อื่นๆ <i>Others</i>	316	1.9

หมายเหตุ : ผู้ตอบสามารถตอบได้ 1-3 คำตอบ

การซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต

Internet Purchase

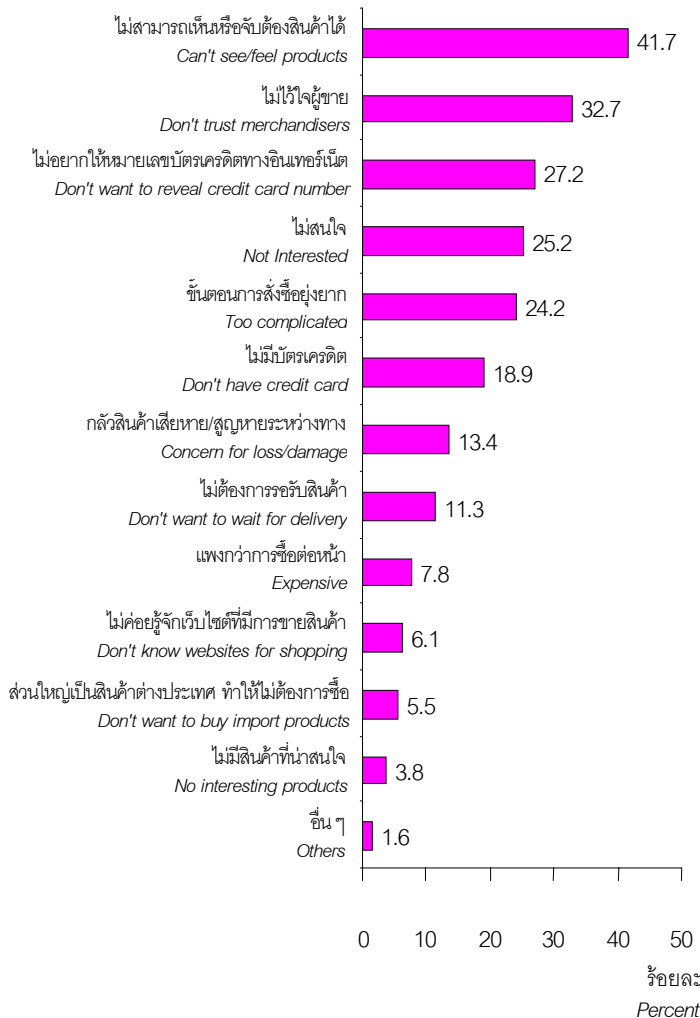
ปี 2542-2543 (Year 1999-2000)



การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต <i>Internet Purchase</i>	เคยซื้อ <i>Have</i>	ไม่เคยซื้อ <i>Never</i>	รวม <i>Total</i>
จำนวน <i>Frequency</i>	3,776	15,507	19,283
ร้อยละ <i>Percent</i>	19.6	80.4	100

เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

Reasons against Internet Purchase



เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต <i>Reasons against Internet Purchase</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ไม่สามารถเห็นหรือจับต้องสินค้าได้ <i>Can't see/feel products</i>	8,241	41.7
ไม่ไว้วางใจผู้ขาย <i>Don't trust merchandisers</i>	6,473	32.7
ไม่อยากจะหมายเลขบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต <i>Don't want to reveal credit card number</i>	5,374	27.2
ไม่สนใจ <i>Not Interested</i>	4,979	25.2
ขั้นตอนการสั่งซื้อยุ่งยาก <i>Too complicated</i>	4,793	24.2
ไม่มีบัตรเครดิต <i>Don't have credit card</i>	3,744	18.9
กลัวสินค้าเสียหายหรือ สูญหายระหว่างทาง <i>Concern for loss/damage</i>	2,649	13.4
ไม่ต้องการรอสินค้า <i>Don't want to wait for delivery</i>	2,229	11.3
แพงกว่าการซื้อต่อหน้า <i>Expensive</i>	1,543	7.8
ไม่ค่อยรู้จักเว็บไซต์ที่มีการขายสินค้า <i>Don't know websites for shopping</i>	1,212	6.1
ส่วนใหญ่เป็นสินค้าต่างประเทศ ทำให้ไม่ต้องการซื้อ <i>Don't want to buy import products</i>	1,097	5.5
ไม่มีสินค้าที่น่าสนใจ <i>No interesting products</i>	747	3.8
อื่น ๆ <i>Others</i>	320	1.6

หมายเหตุ : เฉพาะผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้า/บริการทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น จึงจะตอบข้อนี้
โดยผู้ตอบสามารถเลือกได้ 1-3 คำตอบ

สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต

Goods and Services Purchased



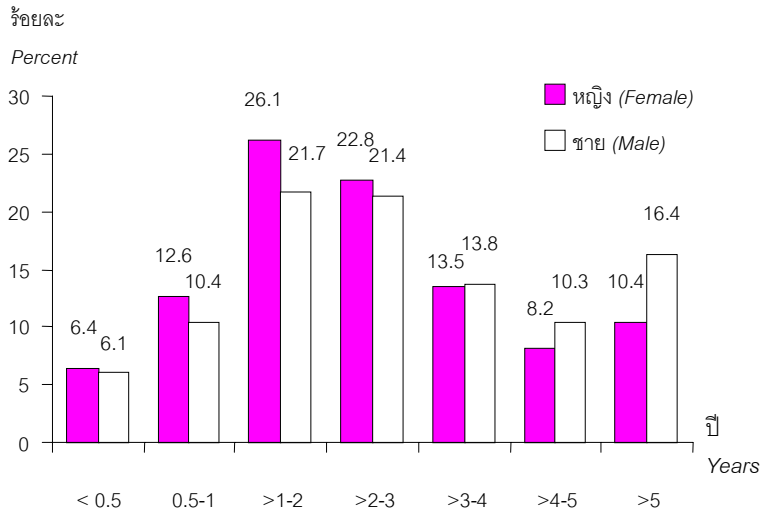
สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต <i>Goods and Services Purchased</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
หนังสือ <i>Book</i>	2,132	56.6
ซอฟต์แวร์ (ส่งพัสดุ) <i>Software (sent via postal)</i>	852	22.6
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ <i>Computer device</i>	837	22.2
ภาพยนตร์ (ส่งพัสดุ) <i>Film (sent via postal)</i>	617	16.4
เพลง (ส่งพัสดุ) <i>Music (sent via postal)</i>	510	13.5
ซอฟต์แวร์ (ส่งทางอินเทอร์เน็ต) <i>Software (sent online)</i>	327	8.7
เครื่องใช้ไฟฟ้า <i>Electrical Appliance</i>	315	8.4
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูล <i>e-Book, Information</i>	308	8.2
เสื้อผ้า และ เครื่องแต่งกาย เช่น กระเป๋า รองเท้า เข็มขัด <i>Clothes, accessories</i>	234	6.2
ของเล่น <i>Toy</i>	189	5.0
เครื่องแต่งบ้าน หรือ ของใช้ในบ้าน <i>Household item</i>	105	2.8
เพลง (ส่งทางอินเทอร์เน็ต) <i>Music (sent online)</i>	102	2.7
อาหาร <i>Food</i>	63	1.7

สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต <i>Goods and Services Purchased</i>	จำนวน <i>Frequency</i>	ร้อยละ <i>Percent</i>
ภาพยนตร์ (ส่งทางออนไลน์) <i>Film (sent online)</i>	59	1.6
ยารักษาโรค ยาบำรุง หรือวิตามิน <i>Medication, Supplement</i>	52	1.4
เครื่องสำอางหรือน้ำหอม <i>Cosmetic</i>	44	1.2
อื่นๆ <i>Others</i>	344	9.1

หมายเหตุ : เฉพาะผู้ที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น จึงจะตอบข้อนี้
และต้องเลือกสินค้าและบริการทุกประเภทที่เคยซื้อ

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย

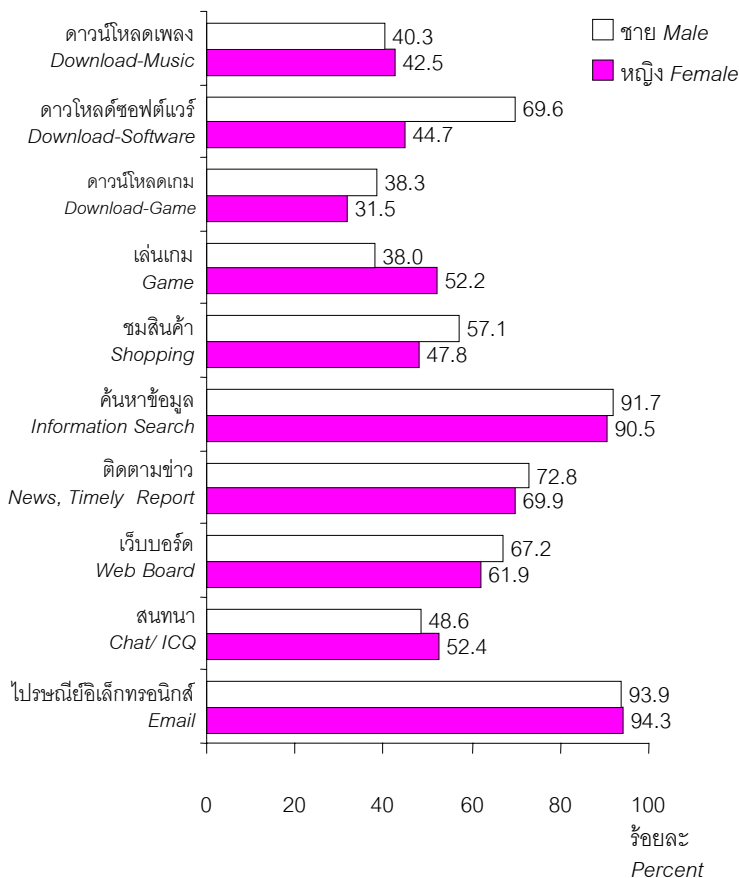
Years on Internet by Gender



ประสบการณ์ Years on Internet		< 0.5	0.5-1	>1-2	>2-3	>3-4	>4-5	>5	รวม Total
หญิง Female	จำนวน (Frequency)	644	1,268	2,619	2,284	1,355	822	1,042	10,034
	ร้อยละ (Percent)	6.4	12.6	26.1	22.8	13.5	8.2	10.4	100
ชาย Male	จำนวน (Frequency)	585	995	2,075	2,051	1,320	990	1,567	9,583
	ร้อยละ (Percent)	6.1	10.4	21.7	21.4	13.8	10.3	16.4	100

ลักษณะของการใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย

Internet Activities by Gender

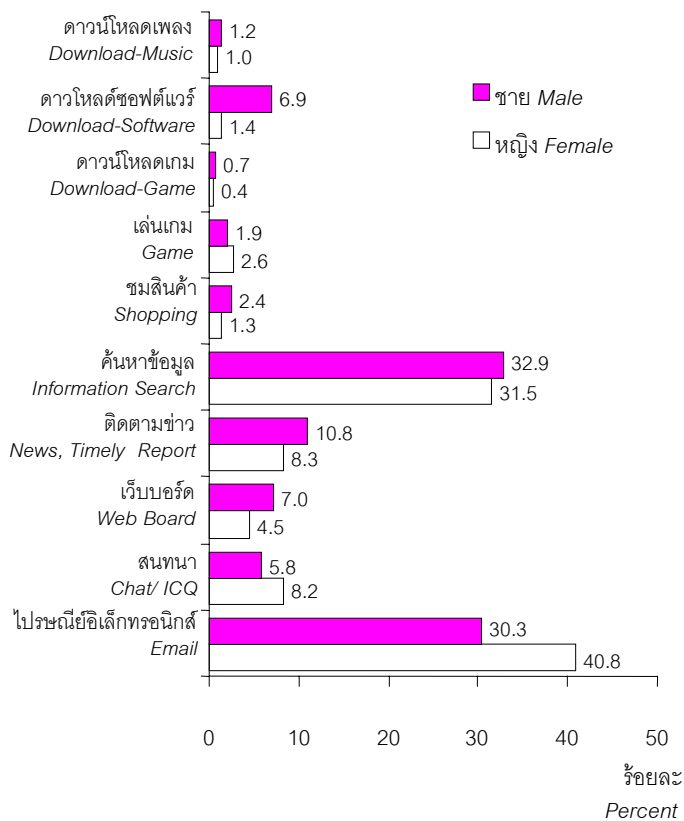


กิจกรรม Activity	หญิง Female		ชาย Male	
	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ(Percent)	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Email	9,503	94.3	9,027	93.9
สนทนา Chat/ ICQ	5,278	52.4	4,677	48.6
เว็บบอร์ด Web Board	6,238	61.9	6,459	67.2
ติดตามข่าว News, Timely Report	7,040	69.9	7,005	72.8
ค้นหาข้อมูล Information Search	9,121	90.5	8,821	91.7
ชมสินค้า Shopping	4,818	47.8	5,489	57.1
เล่นเกม Game	5,259	52.2	3,651	38.0
ดาวน์โหลดเกม Download-Game	3,174	31.5	3,686	38.3
ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ Download-Software	4,505	44.7	6,697	69.6
ดาวน์โหลดเพลง Download-Music	4,286	42.5	3,878	40.3

หมายเหตุ : หมายถึงกิจกรรมทุกประเภทที่เคยทำ ดังนั้นจึงสามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเปรียบเทียบหญิง-ชาย

Top Activity on Internet by Gender

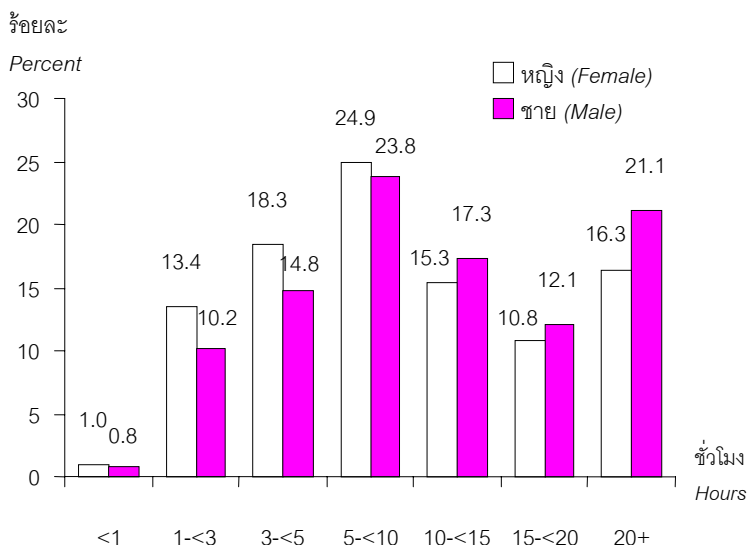


กิจกรรม Activity	หญิง Female		ชาย Male	
	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Email	4,067	40.8	2,883	30.3
สนทนา Chat/ ICQ	813	8.2	547	5.8
เว็บบอร์ด Web Board	453	4.5	669	7.0
ติดตามข่าว News, Timely Report	824	8.3	1,031	10.8
ค้นหาข้อมูล Information Search	3,140	31.5	3,128	32.9
ชมสินค้า Shopping	125	1.3	224	2.4
เล่นเกม Game	258	2.6	183	1.9
ดาวน์โหลดเกม Download-Game	36	0.4	63	0.7
ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ Download-Software	143	1.4	659	6.9
ดาวน์โหลดเพลง Download-Music	98	1.0	118	1.2
รวม Total	9,957	100	9,505	100

หมายเหตุ : สำหรับคำตอบข้อนี้ ผู้ตอบต้องระบุกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตที่มากที่สุด
เลือกได้คำตอบเดียว

จำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ต่อสัปดาห์เปรียบเทียบหญิง-ชาย

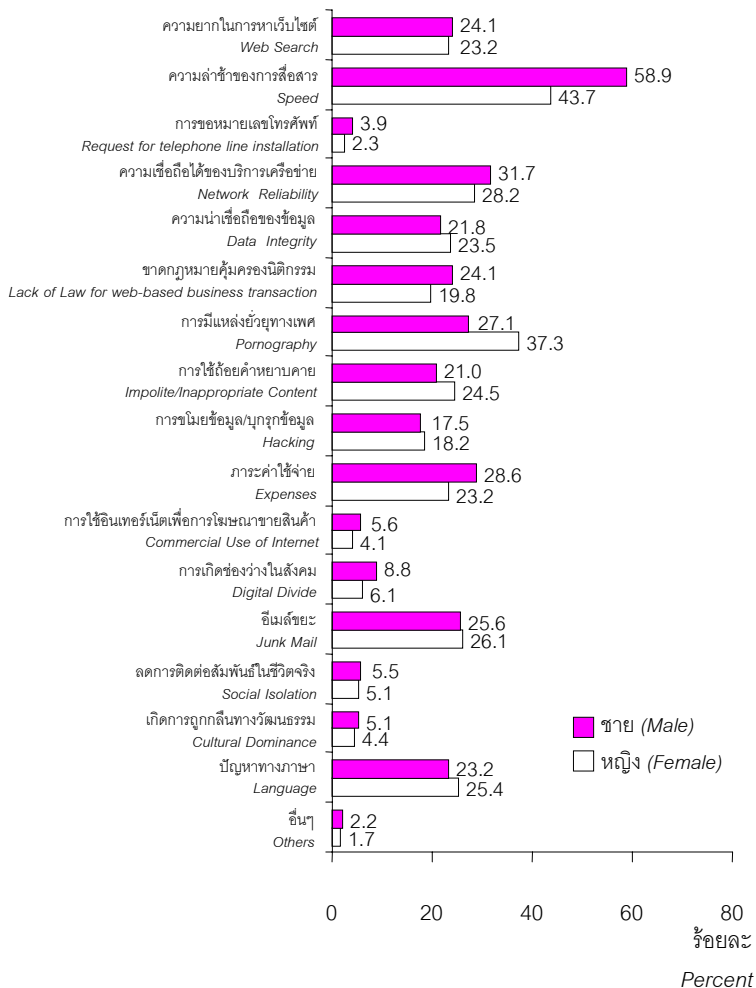
Weekly Hours of Use by Gender



การใช้ต่อสัปดาห์ Weekly Usage		<1	1-<3	3-<5	5-<10	10-<15	15-<20	20+	รวม Total
หญิง Female	จำนวน	95	1,338	1,824	2,473	1,524	1,072	1,622	9,948
	ร้อยละ (Percent)	1.0	13.4	18.3	24.9	15.3	10.8	16.3	100
ชาย Male	จำนวน	73	966	1,401	2,256	1,642	1,153	2,007	9,498
	ร้อยละ (Percent)	0.8	10.2	14.8	23.8	17.3	12.1	21.1	100

ปัญหาที่สำคัญของอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย

Percived Problems by Gender



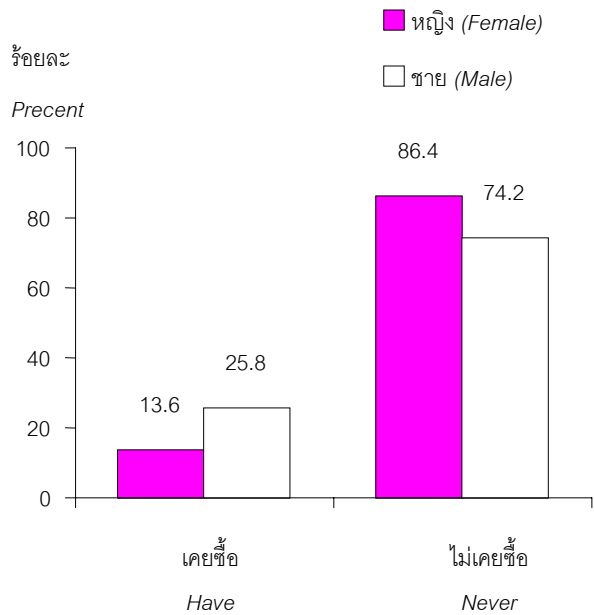
ปัญหา <i>Perceived Problem</i>	หญิง <i>Female</i>		ชาย <i>Male</i>	
	จำนวน (<i>Frequency</i>)	ร้อยละ (<i>Percent</i>)	จำนวน (<i>Frequency</i>)	ร้อยละ (<i>Percent</i>)
ความยากในการหาเว็บไซต์ <i>Web Search</i>	2,333	23.2	2,315	24.1
ความล่าช้าของการสื่อสาร <i>Speed</i>	4,407	43.7	5,666	58.9
การขอหมายเลขโทรศัพท์ <i>Request for telephone line</i>	235	2.3	378	3.9
ความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่าย <i>Network Reliability</i>	2,845	28.2	3,053	31.7
ความน่าเชื่อถือของข้อมูล <i>Data Integrity</i>	2,369	23.5	2,092	21.8
ขาดกฎหมายคุ้มครองนิติกรรม <i>Lack of Law for web-based business transaction</i>	1,990	19.8	2,320	24.1
การมีแหล่งยั่วยู่ทางเพศ <i>Pornography</i>	3,755	37.3	2,604	27.1
การให้ถ้อยคำหยาบคาย <i>Impolite/Inappropriate Content</i>	2,464	24.5	2,019	21.0
การขโมยข้อมูล/การบุกรุกข้อมูล <i>Hacking</i>	1,836	18.2	1,685	17.5
ภาระค่าใช้จ่าย <i>Expenses</i>	2,334	23.2	2,753	28.6
การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณา ขายสินค้า <i>Commercial Use of Internet</i>	414	4.1	535	5.6
การเกิดช่องว่างในสังคม <i>Digital Divide</i>	611	6.1	848	8.8

ปัญหา <i>Perceived Problem</i>	หญิง <i>Female</i>		ชาย <i>Male</i>	
	จำนวน (<i>Frequency</i>)	ร้อยละ (<i>Percent</i>)	จำนวน (<i>Frequency</i>)	ร้อยละ (<i>Percent</i>)
อีเมลขยะ <i>Junk Mail</i>	2,625	26.1	2,458	25.6
ลดการติดต่อสัมพันธ์ในชีวิตจริง <i>Social Isolation</i>	514	5.1	528	5.5
เกิดการถูกกลืนทางวัฒนธรรม <i>Cultural Dominance</i>	442	4.4	489	5.1
ปัญหาทางภาษา <i>Language</i>	2,558	25.4	2,227	23.2
อื่นๆ <i>Others</i>	176	1.7	210	2.2

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้ 1-3 คำตอบ

การซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย

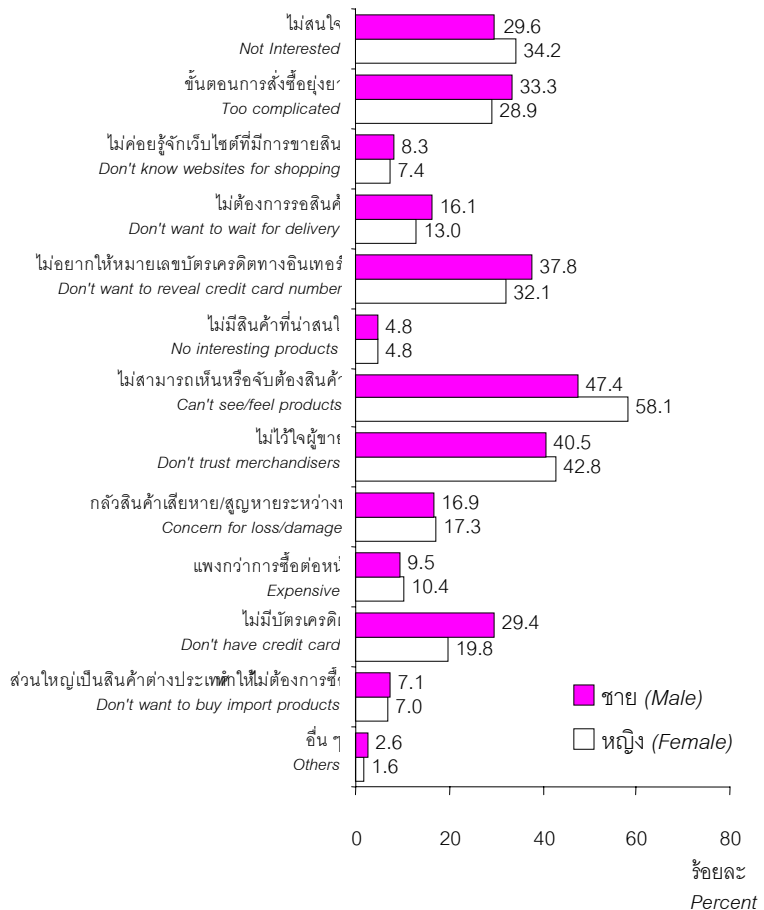
Internet Purchase by Gender



การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต Internet Purchase		เคยซื้อ Have	ไม่เคยซื้อ Never	รวม Total
หญิง Female	จำนวน (Frequency)	1,332	8,474	9,806
	ร้อยละ (Percent)	13.6	86.4	100
ชาย Male	จำนวน (Frequency)	2,419	6,965	9,384
	ร้อยละ (Percent)	25.8	74.2	100

เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย

Reasons against Internet Purchase by Gender

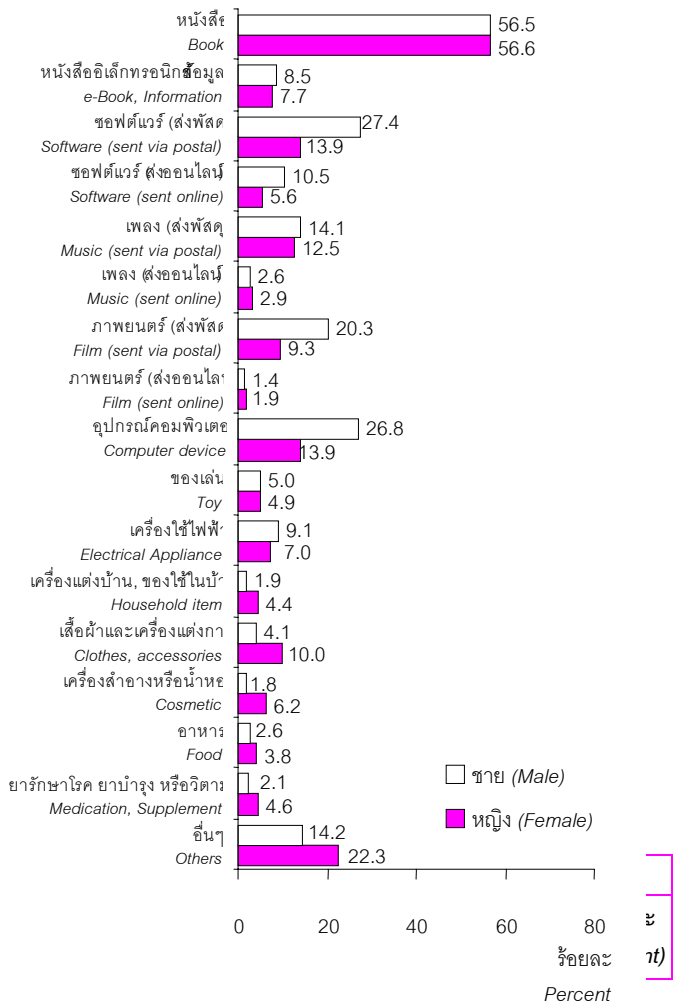


เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต <i>Reasons against Internet Purchase</i>	หญิง <i>Female</i>		ชาย <i>Male</i>	
	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)
ไม่สนใจ <i>Not Interested</i>	2,897	34.2	2,063	29.6
ขั้นตอนการสั่งซื้อยุ่งยาก <i>Too complicated</i>	2,451	28.9	2,321	33.3
ไม่ค่อยรู้จักเว็บไซต์ที่มีการขายสินค้า <i>Don't know websites for shopping</i>	630	7.4	577	8.3
ไม่ต้องการรอสินค้า <i>Don't want to wait for delivery</i>	1,101	13.0	1,122	16.1
ไม่ยอมให้หมายเลขบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต <i>Don't want to reveal credit card number</i>	2,724	32.1	2,630	37.8
ไม่มีสินค้าที่น่าสนใจ <i>No interesting products</i>	405	4.8	337	4.8
ไม่สามารถเห็นหรือจับต้องสินค้าได้ <i>Can't see/feel products</i>	4,920	58.1	3,298	47.4
ไม่ไว้วางใจผู้ขาย <i>Don't trust merchandisers</i>	3,625	42.8	2,822	40.5
กลัวสินค้าเสียหายหรือ สูญหายระหว่างทาง <i>Concern for loss/damage</i>	1,468	17.3	1,174	16.9
แพงกว่าการซื้อต่อหน้า <i>Expensive</i>	879	10.4	659	9.5
ไม่มีบัตรเครดิต <i>Don't have credit card</i>	1,679	19.8	2,045	29.4
ส่วนใหญ่เป็นสินค้าต่างประเทศทำให้ไม่ต้องการซื้อ <i>Don't want to buy import products</i>	597	7.0	496	7.1
อื่น ๆ <i>Others</i>	139	1.6	180	2.6

หมายเหตุ : เฉพาะผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้า/บริการทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น จึงจะตอบข้อนี้ โดยผู้ตอบสามารถเลือกได้ 1-3 คำตอบ

สินค้าหรือบริการที่เคยสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบหญิง-ชาย

Goods and Services Purchased by Gender



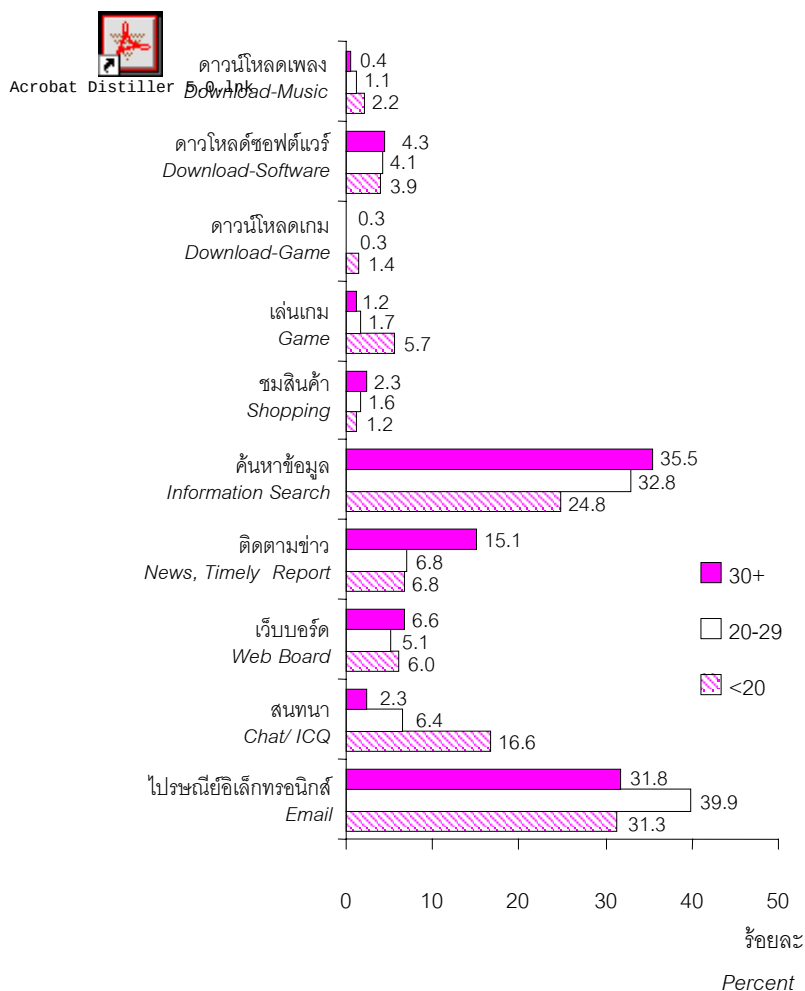
หนังสือ <i>Book</i>	754	56.6	1,366	56.5
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูล <i>e-Book, Information</i>	102	7.7	206	8.5
ซอฟต์แวร์ (ส่งพัสดุ) <i>Software (sent via postal)</i>	185	13.9	662	27.4
ซอฟต์แวร์ (ส่งออนไลน์) <i>Software (sent online)</i>	74	5.6	253	10.5
เพลง (ส่งพัสดุ) <i>Music (sent via postal)</i>	166	12.5	340	14.1
เพลง (ส่งออนไลน์) <i>Music (sent online)</i>	39	2.9	63	2.6
ภาพยนตร์ (ส่งพัสดุ) <i>Film (sent via postal)</i>	124	9.3	492	20.3
ภาพยนตร์ (ส่งออนไลน์) <i>Film (sent online)</i>	25	1.9	34	1.4
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ <i>Computer device</i>	185	13.9	649	26.8
ของเล่น <i>Toy</i>	65	4.9	122	5.0
เครื่องใช้ไฟฟ้า <i>Electrical Appliance</i>	93	7.0	221	9.1
เครื่องแต่งบ้าน, ของใช้ในบ้าน <i>Household item</i>	58	4.4	47	1.9

สินค้า/บริการ Goods/Services	หญิง Female		ชาย Male	
	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)
เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย Clothes, accessories	133	10.0	100	4.1
เครื่องสำอางหรือน้ำหอม Cosmetic	83	6.2	44	1.8
อาหาร Food	51	3.8	63	2.6
ยารักษาโรค ยาบำรุง หรือวิตามิน Medication, Supplement	61	4.6	52	2.1
อื่นๆ Others	297	22.3	344	14.2

หมายเหตุ : เฉพาะผู้ที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น จึงจะตอบข้อนี้
และต้องเลือกสินค้าและบริการทุกประเภทที่เคยซื้อ

ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเปรียบเทียบตามกลุ่มอายุ

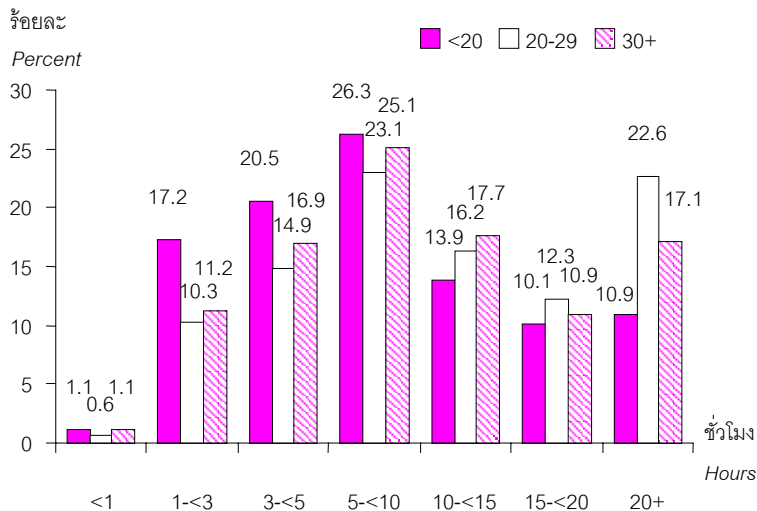
Top on Internet Activity by Age



กิจกรรม Activity	<20		20-29		30+	
	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)	จำนวน (Frequency)	ร้อยละ (Percent)
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Email	1,129	31.3	3,836	39.9	2,014	31.8
สนทนา Chat/ ICQ	599	16.6	618	6.4	148	2.3
เว็บบอร์ด Web Board	217	6.0	490	5.1	420	6.6
ติดตามข่าว News, Timely Report	246	6.8	658	6.8	956	15.1
ค้นหาข้อมูล Information Search	896	24.8	3,151	32.8	2,247	35.5
ชมสินค้า Shopping	44	1.2	158	1.6	148	2.3
เล่นเกมส์ Game	204	5.7	162	1.7	78	1.2
ดาวน์โหลดเกมส์ Download-Game	52	1.4	31	0.3	18	0.3
ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ Download-Software	141	3.9	393	4.1	271	4.3
ดาวน์โหลดเพลง Download-Music	78	2.2	110	1.1	28	0.4
รวม Total	3,606	100	9,607	100	6,328	100

จำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ต่อสัปดาห์เปรียบเทียบกลุ่มอายุ

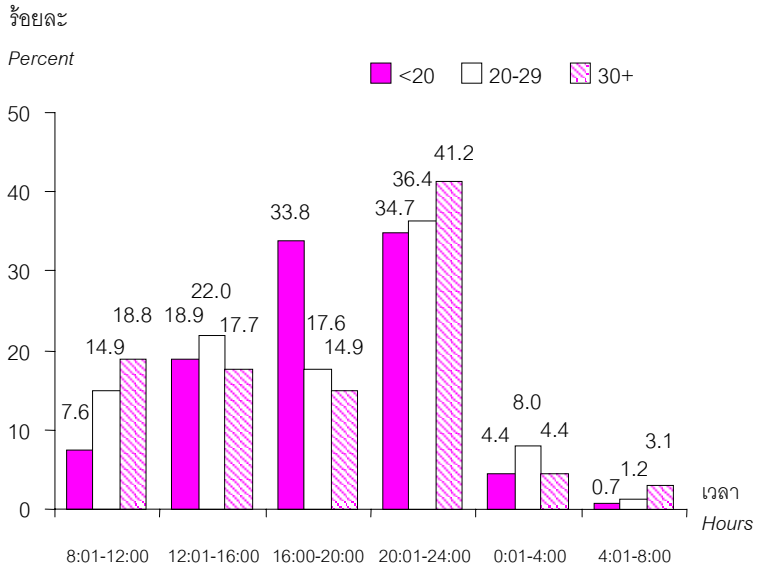
Weekly Hours of Use by Age



การใช้ต่อสัปดาห์ Weekly Usage		<1	1-<3	3-<5	5-<10	10-<15	15-<20	20+	รวม Total
<20	จำนวน (Frequency)	40	620	740	948	499	364	391	3,602
	ร้อยละ (Percent)	1.1	17.2	20.5	26.3	13.9	10.1	10.9	100
20-29	จำนวน (Frequency)	61	985	1,427	2,213	1,558	1,178	2,172	9,594
	ร้อยละ (Percent)	0.6	10.3	14.9	23.1	16.2	12.3	22.6	100
30+	จำนวน (Frequency)	68	708	1,071	1,588	1,119	691	1,083	6,328
	ร้อยละ (Percent)	1.1	11.2	16.9	25.1	17.7	10.9	17.1	100

เวลาที่ใช้เล่นอินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่มอายุ

Time of Use by Age



เวลาที่ใช้ Time of Use		8:01-12:00	12:01-16:00	16:00-20:00	20:01-24:00	0:01-4:00	4:01-8:00	รวม Total
<20	จำนวน (Frequency)	270	676	1,207	1,242	156	25	3,576
	ร้อยละ (Percent)	7.6	18.9	33.8	34.7	4.4	0.7	100
20-29	จำนวน (Frequency)	1,423	2,107	1,689	3,480	762	112	9,573
	ร้อยละ (Percent)	14.9	22.0	17.6	36.4	8.0	1.2	100
30+	จำนวน (Frequency)	1,188	1,122	939	2,605	276	193	6,323
	ร้อยละ (Percent)	18.8	17.7	14.9	41.2	4.4	3.1	100

แบบสอบถามออนไลน์

การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2544

กรุณาอ่านก่อนตอบแบบสอบถาม

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัด กระทรวงวิทยาศาสตร์, เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญร่วมมือจากท่าน ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยขอความกรุณาตอบแบบสอบถามข้างล่างนี้ ข้อมูลเหล่านี้ จะเอื้อประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อการวางแผนของภาครัฐ ในการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยให้เพิ่มมากขึ้น และเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมของชาติ

การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่รวมเวลาของท่านเกินกว่า 15-20 นาที และเพื่อเป็นการแสดงความขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน ในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2544 จะมีการจับรางวัลผู้โชคดี 155 ท่าน จากจำนวนท่านที่ตอบแบบสอบถามครบสมบูรณ์ รายการของรางวัลเพื่อขอบพระคุณมีดังต่อไปนี้



Talking Dic	5 รางวัล
Pin Phone มูลค่าโทรได้ 100 บาท	50 รางวัล
Pin Phone มูลค่าโทรได้ 50 บาท	100 รางวัล

สำหรับผู้ที่ได้รับรางวัล เราขอติดต่อไปยังท่านทาง อี-เมล ที่แจ้งไว้ในแบบสอบถาม และท่านยังสามารถตรวจเช็ครายชื่อผู้โชคดีได้ที่ www.nectec.or.th หรือ www.nitc.go.th ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2544 ด้วย



กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบสมบูรณ์ โดยการเติมข้อความในช่องว่าง หรือเลือกคำตอบ หากไม่มีการระบุไว้เป็นกรณีพิเศษในแต่ละข้อ ท่านสามารถเลือกได้เพียงคำตอบเดียว

1. อี-เมล ของท่านที่สะดวกต่อการติดต่อคือ
2. เพศ ☐ หญิง ☐ ชาย
3. อายุของท่าน
☐ น้อยกว่า 10 ปี ☐ 10-14 ปี ☐ 15-19 ปี ☐ 20-29 ปี ☐ 30-39 ปี
☐ 40-49 ปี ☐ 50-59 ปี ☐ 60-69 ปี ☐ 70 ปีขึ้นไป
4. ที่อยู่ปัจจุบันของท่าน (ไม่จำเป็นต้องตรงกับทะเบียนบ้าน) **อยู่ในจังหวัดใด**
☐ กรุงเทพมหานคร ☐ นนทบุรี ปทุมธานี หรือ สมุทรปราการ
☐ จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจากกรุงเทพฯ นนทบุรี ปทุมธานี หรือ สมุทรปราการ
☐ จังหวัดในภาคเหนือ ☐ จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ จังหวัดในภาคใต้
☐ อยู่ต่างประเทศเป็นการชั่วคราว ☐ อยู่ต่างประเทศเป็นการถาวร

5. และที่อยู่ปัจจุบันของท่านอยู่ในเขตใด

- ☐ เขตหนึ่งเขตใดในกรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี หรือ สมุทรปราการ
☐ เขตหนึ่งเขตใดในเชียงใหม่
☐ เขตอำเภอเมืองของจังหวัดอื่นๆ
☐ นอกเขตอำเภอเมืองของจังหวัดอื่นๆ
☐ ต่างประเทศ

6. สถานะสมรสของท่าน

- ☐ โสด ☐ สมรส, ยังไม่มีบุตร ☐ สมรส, มีบุตรแล้ว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่กับท่านด้วย (รวมตัวท่านเอง แต่ไม่รวมลูกจ้างทำงานบ้าน)

- ☐ คนเดียว ☐ 2 คน ☐ 3 คน
☐ 4 คน ☐ 5 คน ☐ 6 คน
☐ มากกว่า 6 คน โปรดระบุ

8. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ใช้อินเทอร์เน็ต

- ☐ คนเดียว ☐ 2 คน ☐ 3 คน
☐ 4 คน ☐ 5 คน ☐ 6 คน
☐ มากกว่า 6 คน โปรดระบุ

9. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทั้งครอบครัวอยู่ในช่วง

- ☐ ต่ำกว่า 10,000 ☐ 10,000-20,000 ☐ 20,001-30,000 ☐ 30,001-50,000 ☐ 50,001-70,000
☐ 70,001-90,000 ☐ 90,001-110,000 ☐ 110,001-130,000 ☐ 130,001-150,000 ☐ มากกว่า 150,000

10. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (รวมทั้งที่กำลังศึกษาอยู่)

- ☐ ต่ำกว่ามัธยมปลาย ☐ มัธยมปลาย ☐ ปวช. ☐ ปวส. ปวท. ปโท หรือ อนุปริญญา
☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

11. ท่านคิดว่าความรู้ภาษาอังกฤษของท่านอยู่ในระดับใด

- ☐ ไม่มีปัญหาในการสื่อสารเลย ทั้งอ่านและพูด
☐ อ่านเข้าใจดี และพูดได้แม้จะไม่คล่องมากนัก
☐ ยังมีปัญหาอยู่บ้าง ทั้งอ่านและพูด
☐ มีปัญหาทั้งการอ่านและพูด
☐ ไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษเลย

12. สาขาวิชาในการศึกษาชั้นสูงสุดของท่าน อยู่ในสาขาวิชา หรือใกล้เคียงที่สุดกับสาขาวิชาใดต่อไปนี้

(รายงานสาขาวิชาที่ไม่ได้หมายถึงเฉพาะการศึกษาระดับปริญญาเท่านั้น เช่น กรณีที่ท่านจบช่างไฟฟ้า สาขาวิชาของท่านคือ วิศวกรรมไฟฟ้า - กรุณาอ่านตัวเลือกโดยละเอียด)

วิทยาศาสตร์

- ☐ วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ ☐ วิทยาการคอมพิวเตอร์ ☐ คณิตศาสตร์ ☐ สถิติและสถิติประยุกต์
☐ วิทยาศาสตร์สาขาอื่นๆ เช่น ชีววิทยา, เคมี, ฟิสิกส์

วิศวกรรมศาสตร์

- ☐ วิศวกรรมไฟฟ้า, อิเล็กทรอนิกส์, สื่อสาร ☐ วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ☐ วิศวกรรมโทรคมนาคม
☐ วิศวกรรมศาสตร์สาขาอื่นๆ เช่น โยธา, เครื่องกล ฯลฯ

อื่นๆ ได้แก่

- ☐ คอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ การบริหารหรือการจัดการระบบสารสนเทศ
☐ วิชาว่าด้วยการบริหารงานภายในและธุรกิจ (ยกเว้นการบริหารหรือการจัดการระบบสารสนเทศ) เช่น พาณิชย์ศาสตร์ การบัญชี การธนาคาร การเงิน การบริหาร การบริหารบุคคล การตลาด การประกันภัย
☐ ศึกษาศาสตร์และการฝึกหัดครู เช่น การประถมศึกษา การมัธยมศึกษา บริหารการศึกษา จิตวิทยาการศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา
☐ วิชาในหมวดประวัติศาสตร์ ภาษา และ ศาสนา เช่น ประวัติศาสตร์ โบราณคดี อักษรศาสตร์ ภาษาศาสตร์ วรรณคดี เทววิทยาศาสนาเปรียบเทียบ ปรัชญา
☐ วิจิตรศิลป์และประยุกต์ศิลป์ เช่น มิวเซียมศึกษา จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ศิลปกรรม การละคร ดนตรี ออกแบบแฟชั่น
☐ นิติศาสตร์
☐ วิชาว่าด้วยสังคมและพฤติกรรม เช่น เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ จิตวิทยา ภูมิศาสตร์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา สังคมสงเคราะห์ ประชากรศาสตร์
☐ วิชาว่าด้วยการสื่อสารมวลชนและการเอกสาร เช่น วารสารศาสตร์ การสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตร์ การประชาสัมพันธ์ บรรณารักษ์ศาสตร์
☐ คหกรรมศาสตร์ หรือ โภชนศาสตร์
☐ เกษตรศาสตร์ วนศาสตร์ และการประมง เช่น ภูมิวิทยา เกษตรกลวิธีฐาน พืชศาสตร์ วนศาสตร์ สัตวแพทย์ สัตวบาล
☐ สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง เช่น สถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมภายใน การออกแบบชุมชน
☐ แพทยศาสตร์และวิชาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น แพทยศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ เภสัชศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ เทคนิคการแพทย์ กายภาพบำบัด อาชีวอนามัย สาธารณสุขศาสตร์
☐ ไม่มีสาขาจะจริง (เช่น กรณีจบชั้นมัธยมหรือต่ำกว่า)
☐ สาขาอื่นนอกเหนือจากนี้ โปรดระบุ

13. ในปัจจุบันสถานะการทำงานของท่านคือ

- ☐ ก. เกษียณแล้ว ☐ ข. ไม่ทำงานเพราะยังศึกษาอยู่ ☐ ค. ไม่ได้ทำงาน
☐ ง. ทำงานและศึกษาต่อควบคู่ไปด้วย ☐ จ. ทำงานอยู่

(หากคำตอบของท่านคือข้อ ก ข หรือ ค กรุณาข้ามไปข้อ 16)

14. หากคำตอบของท่านคือข้อ ง หรือ จ งานของท่านเกี่ยวข้องกับเรื่องใดต่อไปนี้ มากที่สุด

- ☐ กลีกรรรม เกษตรกรรม ประมง ป่าไม้ เหมืองแร่ ปศุสัตว์
- ☐ สาธารณูปโภค (ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์)
- ☐ การขนส่ง (เช่นสายการบิน รถประจำทาง รถส่งสินค้า การส่งไปรษณีย์และพัสดุ) คลังสินค้า และการคมนาคม
- ☐ ธุรกิจก่อสร้าง (ออกแบบ สร้าง หรือ ดอน ทำลาย) และธุรกิจการจัดเช่า จัดซื้อ อาคารหรือที่ดิน
- ☐ การผลิต การขาย การให้บริการ การให้คำปรึกษา การดูแลควบคุม คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ประกอบ (เช่น มอนิเตอร์ หริินเตอร์ โมเด็ม) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ (เช่น network provider) และอุปกรณ์ประกอบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์
- ☐ อุตสาหกรรมและการผลิตอื่นๆ ยกเว้นที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์
- ☐ การขายส่งสินค้าอื่นๆ ยกเว้นที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์
- ☐ การขายปลีกสินค้าอื่นๆ ยกเว้นที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์
- ☐ การนำเข้าหรือส่งออก
- ☐ การให้ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร การโฆษณา และการพิมพ์
- ☐ ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจการโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร
- ☐ การสาธารณสุข สุขภาพอนามัย การรักษาน้ำบาดาล
- ☐ กฎหมาย ซึ่งรวมถึง การรักษากฎหมาย (เช่นตำรวจ) การให้คำปรึกษาทางกฎหมาย การร่าง หรือการค้าเนื่งการะบวนการ ทางกฎหมาย
- ☐ การทหาร
- ☐ การให้คำปรึกษาทางการบริหาร การจัดสร้างองค์กร การดำเนินงานธุรกิจ
- ☐ การธนาคาร ธุรกิจทางการเงินการลงทุน การซื้อ-ขายหุ้น และการประกันภัย
- ☐ การศึกษา (เช่น อาชีวศก) และการวิจัย
- ☐ บันเทิง และศิลปะ
- ☐ การจัดตั้งนโยบายในภาครัฐ
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

15. ท่านเป็น

- ☐ ข้าราชการประจำ
- ☐ ข้าราชการกาศมเมือง
- ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือ พนักงานของหน่วยงานของรัฐประเภทที่ 3
- ☐ พนักงานของหน่วยงานธุรกิจเอกชนเพื่อผลกำไร
- ☐ พนักงานของหน่วยงาน(นอกเหนือจากราชการ)ที่ไม่มุ่งผลกำไร

16. ท่านเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตมานานเท่าใด

- ☐ น้อยกว่า 6 เดือน ☐ 6 เดือน - 1 ปี ☐ มากกว่า 1 ปี - 2 ปี ☐ มากกว่า 2 ปี - 3 ปี
- ☐ มากกว่า 3 ปี - 4 ปี ☐ มากกว่า 4 ปี - 5 ปี ☐ มากกว่า 5 ปี

17. ท่านเคยใช้อินเทอร์เน็ตที่ใดบ้าง และมีสัดส่วน (%) เวลาของการใช้อย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เช่น ที่บ้าน 60 % ที่ทำงาน 40 % รวมกัน = 100 %)

☐ ที่บ้าน = %

☐ ที่ทำงาน = %

☐ สถานศึกษา = %

☐ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (เช่น cyber cafe, ร้านบริการอินเทอร์เน็ต) = %

☐ อื่นๆ โปรดระบุ = %

18. ท่านมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่บ้านหรือไม่ (ไม่ว่าจะเป็นแบบตั้งโต๊ะหรือกระเป๋าคอมพิวเตอร์)

☐ มี ☐ ไม่มี

19. ท่านใช้อินเทอร์เน็ต โดยวิธีใดต่อไปนี้

(สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก เช่น หากท่านเป็นสมาชิกกับ ISP เพื่อใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน และในขณะเดียวกัน ก็ใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานให้ใช้อีกด้วย ท่านควรเลือกทั้งข้อ ก และ ข)

☐ ก. เป็นสมาชิกกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ (ISP)

☐ ข. ใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษา

☐ ค. ใช้อินเทอร์เน็ตตามสถานบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ เช่น อินเทอร์เน็ตคาเฟ่

หากท่านไม่เลือกข้อ ก. เลย กรุณาข้ามไปข้อ 21

20. ในกรณีที่เป็นสมาชิกกับ ISP ท่านใช้บริการร่วมกับบุคคลอื่น (เช่น สมาชิกท่านอื่นในครอบครัว) หรือไม่

☐ ไม่ ☐ ใช้ร่วมกัน 2 คน ☐ ใช้ร่วมกัน 3 คน ☐ ใช้ร่วมกัน 4 คน ☐ ใช้ร่วมกันมากกว่า 4 คน โปรดระบุ

21. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับกิจกรรมใดต่อไปนี้ (เลือกทุกรายการที่ท่านเคยใช้)

☐ อีเมล ☐ ICQ/CHAT ☐ อ่านหรือแสดงความคิดเห็นบนเว็บบอร์ด

☐ ติดตามข่าว เช่น เว็บไซต์ CNN, หนังสือพิมพ์, ข่าวหุ้น, พยากรณ์อากาศ

☐ ค้นหาข้อมูล ☐ ขมสินค้าโดยอาจจะซื้อหรือไม่ก็ได้ ☐ เล่นเกมส์

☐ ดาวน์โหลดเกมส์ ☐ ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ ☐ ดาวน์โหลดเพลง

22. จากข้อ 21 ท่านใช้อินเทอร์เน็ตไปกับกิจกรรมใดมากที่สุด (เลือกเพียงรายการเดียว)

☐ อีเมล ☐ ICQ/CHAT ☐ อ่านหรือแสดงความคิดเห็นบนเว็บบอร์ด

☐ ติดตามข่าว เช่น เว็บไซต์ CNN, หนังสือพิมพ์, ข่าวหุ้น, พยากรณ์อากาศ

☐ ค้นหาข้อมูล ☐ ขมสินค้าโดยอาจจะซื้อหรือไม่ก็ได้ ☐ เล่นเกมส์

☐ ดาวน์โหลดเกมส์ ☐ ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ ☐ ดาวน์โหลดเพลง

23. ใน 1 สัปดาห์ โดยเฉลี่ยท่านใช้อินเทอร์เน็ต มากน้อยเพียงใด

☐ น้อยกว่า 1 ชม. ☐ 1 ชม. - น้อยกว่า 3 ชม. ☐ 3 ชม. - น้อยกว่า 5 ชม. ☐ 5 ชม. - น้อยกว่า 10 ชม.

☐ 10 ชม. - น้อยกว่า 15 ชม. ☐ 15 ชม. - น้อยกว่า 20 ชม. ☐ มากกว่า 20 ชม.

24. ส่วนใหญ่เวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตคือ

- ☐ 8.01 - 12.00 (เช้าถึงเที่ยง) ☐ 12.01 - 16.00 (บ่าย) ☐ 16.01 - 20.00 (เย็นถึงหัวค่ำ)
☐ 20.01 - 24.00 (หัวค่ำถึงดึก) ☐ 00.01-4.00 (ดึก) ☐ 4.01 - 8.00 (เช้านึ่ง)

25. ท่านใช้เบราว์เซอร์ (browser) โค้ดไปนัมากที่สุด

- ☐ Internet Explorer (Microsoft) ☐ Netscape Navigator ☐ Text Mode browser เช่น Lynx, PDA, โทรศัพท์มือถือ
☐ Opera ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

26. ความเร็วของการติดต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต จากเครื่องที่ท่านใช้อยู่ที่สุด เป็นเท่าไร หรือให้บริการในลักษณะใด

- ☐ น้อยกว่า 14.4 Kbps ☐ 14.4 Kbps ☐ 28.8 Kbps
☐ 33.6 Kbps ☐ 56 Kbps ☐ 128 Kbps (บริการ ISDN)
☐ บริการ ADSL ☐ บริการ Cable modem ☐ บริการผ่านดาวเทียม
☐ บริการผ่าน GSM (9600 bps)
☐ ใช้ผ่านระบบของการทำงานหรือสถานศึกษา ซึ่งติดต่อกับ ISP ที่ความเร็ว ระบุ Kbps
☐ ใช้ผ่านระบบของการทำงานหรือสถานศึกษา ซึ่งติดต่อกับ ISP แต่ไม่ทราบความเร็ว
☐ ไม่ทราบ

27. ท่านเคยได้รับไวรัสคอมพิวเตอร์หรือไม่

- ☐ ไม่เคย
☐ เคย แต่ไม่ได้รับความเสียหาย
☐ เคย และได้รับความเสียหาย
☐ เคย และได้รับความเสียหายขั้นรุนแรง

28. ในความคิดเห็นของท่าน อะไรคือปัญหาที่สำคัญมากของอินเทอร์เน็ต (เลือกได้มากกว่า 1 แต่ไม่เกิน 3 ตัวเลือก)

- ☐ ความยากในการหาเว็บไซต์ ที่อยู่ทางอินเทอร์เน็ต หรือแหล่งข้อมูลที่ต้องการ
☐ ความล่าช้าของการสื่อสาร
☐ การขอลายเลขโทรศัพท์
☐ ปัญหาความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่าย (เช่นปัญหาการติดต่อหลุด การติดต่อไม่เข้า)
☐ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต
☐ การขาดกฎหมายที่ครอบคลุมชัดเจนสำหรับการกระทำความผิด (เช่นการซื้อขาย) ผ่านทางอินเทอร์เน็ต
☐ การมีแหล่งข้อมูลทางเทคโนโลยีใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ
☐ การใช้ข้อมูลเท็จหลอกลวง หรือการสื่อสารข้อความที่ไม่สมควร
☐ การขโมยข้อมูล หรือ การเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต
☐ การละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อรองรับบริการอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์
☐ การใช้อินเทอร์เน็ตไปในการโฆษณาเพื่อการขายสินค้า

☐ การใช้อินเทอร์เน็ตยังอยู่ในวงแคบ ดังนั้นการใช้เน็ตจึงส่งผลให้ช่องว่างในสังคมกว้างขึ้น

☐ การได้รับอีเมลที่ไม่ต้องการ (junk email)

☐ การใช้เน็ตส่งผลให้ผู้ไม่มีการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ในชีวิตจริงน้อยลง

☐ การใช้เน็ตก่อให้เกิดการถูกกลั่นแกล้งทางวัฒนธรรม

☐ ปัญหาทางภาษา เพราะเนื้อหาข้อมูลที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตเป็นภาษาอังกฤษ

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

29. ท่านเคยสั่งซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต หรือไม (หมายถึงการสั่งในทางส่วนตัว ไม่ใช่การติดต่อทางการค้าในนามขององค์กร)

☐ เคย (หากคำตอบของท่านคือ เคย กรุณาข้ามไปข้อ 31)

☐ ไม่เคย

30. เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านไม่เคยสั่งซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตคือ (เลือกได้มากกว่า 1 แต่ไม่เกิน 3 ตัวเลือก)

☐ ไม่สนใจที่จะซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต

☐ ความยุ่งยากของขั้นตอนการสั่งซื้อ

☐ ไม่ค่อยรู้จักเว็บไซต์ที่มีการขายสินค้า

☐ ไม่ต้องการรอ เพราะกว่าจะได้รับสินค้าต้องเสียเวลา

☐ ไม่อยากส่งข้อมูลเครดิตการ์ดผ่านทางอินเทอร์เน็ต

☐ ไม่มีสินค้าที่น่าสนใจ

☐ ไม่สามารถเห็น หรือ จับต้องสินค้าได้เหมือนการซื้อต่อหน้า

☐ ไม่ไว้ใจผู้ขายว่าจะมีสินค้านั้นจริง หรือส่งสินค้าให้จริง

☐ กลัวสินค้าเสียหาย หรือ สูญหายระหว่างทาง

☐ แพงกว่าการซื้อต่อหน้า

☐ ไม่มีบัตรเครดิต

☐ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าต่างประเทศ ทำให้ไม่ต้องการซื้อ

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

31. สินค้าที่ท่านเคยสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตคือ (เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก หากท่านไม่เคย กรุณาข้ามไปข้อ 32)

☐ หนังสือ (ส่งสินค้าทางพัสดุมาเป็นรูปเล่มหรือในรูปแบบการบันทึกอื่นๆ เช่น ซีดี รอม)

☐ เอกสารข้อมูล ที่สามารถส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้เลย

☐ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ส่งสินค้าทางพัสดุ)

☐ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต)

☐ เพลง (ส่งสินค้าทางพัสดุในรูปแบบการบันทึกต่างๆ เช่น ซีดี แผ่นเสียง เทป)

☐ เพลง (ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต)

☐ ภาพยนตร์ (ส่งสินค้าทางพัสดุในรูปแบบการบันทึกต่างๆ เช่น ซีดี วีดีโอ)

☐ ภาพยนตร์ (ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต)

☐ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น โมเด็ม เครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์

☐ ของเล่น

☐ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ นอกเหนือจากอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

☐ เครื่องแต่งบ้าน หรือ ของใช้ในบ้าน

☐ เสื้อผ้า และ เครื่องแต่งกาย เช่น กระเป๋า รองเท้า เข็มขัด
☐ เครื่องสำอางหรือน้ำหอม
☐ อาหาร
☐ ยารักษาโรค ยานำรุ่ง หรือวิตามินเสริมสุขภาพ
☐ อื่นๆ โปรดระบุ

32. กรุณาระบุเว็บไซต์ (website) ที่ท่านเข้าบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก

อันดับที่ 1

อันดับที่ 2

อันดับที่ 3

33. ท่านเข้ามาคอบแบบสอบถามนี้จากเว็บไซต์ใด

☐ Mweb, Sanook, Thaicentral, Thaiicq, Simplemag, Sabuy, Orchidtravel, Auction.thaicentral, Mobile.mweb, Thaimate, Topspace
☐ ไทยรัฐ
☐ เนตเทค, NITC, กาญจนภิเษก, ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
☐ Pantip.com/ อินเทอร์เน็ตของ Pantip
☐ MCOT
☐ อื่นๆ โปรดระบุ

34. ท่านคิดว่าข้อเสียของอินเทอร์เน็ตคืออะไร (ข้อนี้ไม่ต้องตอบก็ได้)

35. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายของรัฐเพื่อสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ต (ข้อนี้ไม่ต้องตอบก็ได้)



ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือของท่าน
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค)

รายนามผู้ร่วมโครงการ

ที่ปรึกษา	ดร.ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล
	ดร.ชฎามาศ ธุวะเศรษฐกุล
หัวหน้าโครงการ	ดร.พิธูมา พันธุ์ทวี
วิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงาน	สิรินทร ไชยศักดิ์
ฝ่ายเทคนิค	ราชบัณฑิต สุวรรณคันทิ
กราฟิก	คุณากร เจริญวงศ์

รายนามบุคลากรของ

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ที่ปรึกษา	ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์
ผู้อำนวยการ	ดร.ชฎามาศ ธุวะเศรษฐกุล
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	โสภณวรรณ แสงไชย
นักวิจัย	ดร.พิรุมา พันธุ์ทวี
	ดร.กษิติธร ภูภราดัย
ผู้ช่วยนักวิจัย	อัคริยา อักษรอินทร์
	สิรินทร์ ไชยศักดิ์
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	อัญชลี สารภรณ์
	วชิราพร คอวนิช
	มลลื พรโชคชัย
นักวิเคราะห์โครงการ	บุษฎี จารูจนะ
ประชาสัมพันธ์	กุลพิชญา ขำละม้าย
	ชนานันท์ คงธนาฤทธิ์
เจ้าหน้าที่ระบบคอมพิวเตอร์	บุญชัย เจริญด้วยศีล
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	สมศรี ชาวสอาด
	นิรมล ประทีปะจิตติ
	รัชนี ศรีบุญเที่ยง
	วันดี กริชอนันต์

เจ้าหน้าที่ธุรการ	ปริญญา ชฎิลาลัย	
	พุชพันธ์ เหล่าจันทร์	
	อุดมรัตน์ โทนประยูร	
โครงการพัฒนากฎหมาย	สุรางคณา แก้วจำนงค์	หัวหน้าโครงการ
เทคโนโลยีสารสนเทศ	อรดา เทพยายน	ผู้ช่วยนักวิจัย
	สุระชัย กอทอง	ผู้ช่วยนักวิจัย
	พรพิกตร์ สถิตเวโรจน์	ผู้ช่วยนักวิจัย
	เที่ยงธรรม แก้วรักษ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
	วินัย แทนประเสริฐกุล	ผู้ช่วยนักวิจัย
	ปวิวัติ ชุ่นเรือน	ผู้ช่วยนักวิจัย
	ยุทธพงศ์ จินันทุยา	ผู้ช่วยนักวิจัย
	ธิตินันท์ ฤกษ์อาษา	ผู้ช่วยนักวิจัย
	รุ่งศักดิ์ สิลาลูฒารักษ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
	กนกอร ฉวาง	บริหารงานทั่วไป
	ณราพร ธีรกัลยาณพันธุ์	บริหารงานทั่วไป
	ชนิดา ปางพุดตินันท์	บริหารงานทั่วไป