

# THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

## รายงานผลการสำรวจพฤติกรรม ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม



ETDA  
อีเอส  
www.eta.or.th



**ชื่อเรื่อง** รายงานผลการสำรวจพฤติกรรม  
ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561  
Thailand Internet User Profile 2018

**จัดทำโดย** สำนักยุทธศาสตร์  
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
(องค์การมหาชน)  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

**ISBN** 978-616-7956-42-8

**พิมพ์ครั้งที่ 1** กุมภาพันธ์ 2562

**พิมพ์จำนวน** 1,000 เล่ม

**ราคา** 200 บาท

**สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537**

# Thailand Internet User Profile 2018



# ผลสำรวจ ปี 2561



## พฤติกรรมการใช้ Internet

คนไทยใช้ Internet เฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 5 นาที  
เพิ่มขึ้นจากปี 2560 3 ชั่วโมง 30 นาที

ใช้ชื่อของออนไลน์ติด 1 ใน 5  
ของกิจกรรมยอดฮิต 2 ปีติดต่อกัน  
และมีความกังวลกันว่าข้อมูลส่วนบุคคล  
ถูกละเมิดมากขึ้น



## พฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงมากที่สุด



### Gen Z

- กรอกรวัน/เดือน/ปีเกิดที่แท้จริง โดยตั้งค่าเป็น public
- ไม่เปลี่ยนรหัสผ่านทุก 3 เดือน
- เปิดอีเมลหรือคลิกลิงก์ที่ไม่รู้จัก



### Gen Y

- อัปโหลดรูปถ่าย/วิดีโอทันที โดยตั้งค่าเป็น public
- บอกรหัสเข้าเครื่องให้กับคนสนิท
- แชร์ Location แบบ Real time โดยตั้งค่าเป็น public



### Baby Boomer

- ทำ e-Payment หรือ Internet Banking โดยไม่ค่อยสังเกตเครื่องหมายที่บอกว่าปลอดภัย เช่น ไม่สนใจว่ามี https:// หรือไม่
- เมื่อเลิกใช้งานคอมพิวเตอร์/โทรศัพท์มือถือของคนอื่นแล้ว ไม่ลบประวัติการใช้งานหรือรหัสผ่านออกจากเครื่อง
- ไม่ตั้งคาล็อกหน้าจออัตโนมัติ





1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

# BOARD OF ETDA

คณะกรรมการบริหาร ETDA

- 1 จีราวรรณ บุญเพิ่ม  
ประธานกรรมการ
- 2 อัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย  
ปลัดกระทรวงดิจิทัล  
เพื่อเศรษฐกิจและสังคม  
กรรมการโดยตำแหน่ง
- 3 สมหมาย ลักษณานุรักษ์  
ผู้แทนผู้อำนวยการ  
สำนักงบประมาณ  
กรรมการโดยตำแหน่ง
- 4 ชัย วุฒิวีวัฒน์ชัย  
ผู้แทนผู้อำนวยการสำนักงาน  
พัฒนาวิทยาศาสตร์  
และเทคโนโลยีแห่งชาติ  
กรรมการโดยตำแหน่ง
- 5 ชาศิตศิริ โสภณพนิช  
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ด้านการเงิน)
- 6 ปริญญา พานิชภักดิ์  
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)
- 7 วิศิษฐ์ วิศิษฐ์สรอรรถ  
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ด้านนิติศาสตร์)
- 8 วิริยะ อูปีตศฤงค์  
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ด้านวิศวกรรมศาสตร์)
- 9 สิบพร ถาวรฉันทน์  
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์)
- 10 สุรางคณา วายุภาพ  
กรรมการและเลขาธิการ



พฤติกรรมการใช้ Internet ของคนไทยที่ ETDA  
สำรวจหลายปีติดต่อกัน ทำให้เรารู้ว่าอะไรเป็นจุดแข็ง  
อะไรเป็นข้อได้เปรียบ และอะไรเป็นจุดอ่อนที่ต้องเร่งแก้ไข

ดร.พีเชฐ ดุรงคเวโรจน์  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม



ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย  
ถือว่าเป็นข้อมูลชุดหนึ่งที่มีความสำคัญ  
ต่อการนำไปใช้กำหนดนโยบาย  
และจัดทำแผนพัฒนาการใช้ดิจิทัลของคนไทย

อัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย  
ปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม



“

ปีนี้ ในส่วนของคำถามพิเศษประจำปี เป็นการสำรวจความตระหนักในการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของคนไทย เนื่องจากปัจจุบันนี้เป็นยุคของการเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมเศรษฐกิจดิจิทัล ผลกระทบที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมีทั้งด้านบวกและด้านลบ หลายครั้งที่การติดต่อเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับผู้ใช้บริการเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ เพื่อแลกกับการใช้งาน ซึ่งเจ้าของข้อมูลจะไม่มีทางทราบได้เลยว่าข้อมูลส่วนบุคคลของตนอาจจะถูกนำไปแสวงหาประโยชน์หรือเปิดเผยโดยมิชอบหรือไม่ โดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล เพื่อประโยชน์ในทางการค้า หรือเพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในการกระทำผิดต่าง ๆ เช่น การฉ้อโกง การหมิ่นประมาท เป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมตามนโยบายของรัฐบาล

ผลจากการสำรวจนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้ภาครัฐได้รับรู้และเข้าใจถึงความตระหนักของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของตน อันจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายและสร้างกลไกการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อช่วยดูแลประชาชนจากการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งเพื่อป้องกันหรือลดปริมาณการถูกละเมิดสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลและสิทธิความเป็นส่วนตัว ซึ่งมีเพิ่มมากขึ้นตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

”

จิราวรรณ บุญเพิ่ม  
ประธานคณะกรรมการบริหาร  
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม





“

ปีนี้ การซื้อของทางออนไลน์ หรือการทำ e-Commerce ยังคงติดอันดับ 1 ใน 5 ของการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย จากปีที่แล้วมีผู้ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ ร้อยละ 50.8 ในปี 2561 นี้ ตัวเลขดังกล่าวขยับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51.3

สพธอ. จะยังคงเดินหน้าส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขยายช่องทางการขายสินค้าและบริการสู่ออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ด้วยความหวังว่าตัวเลขนี้จะได้สู่อันดับที่ดีขึ้นในปีหน้า และปีถัดไป และยังคงต้องให้ความสำคัญกับการดูแลปัญหาความกังวลใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไปพร้อมกันด้วย เราถึงต้องสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุก ๆ ปี

”

สุรางคณา วายุภาพ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม



## คำนำ

ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน

การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ฉบับนี้จึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างมากที่จะฉายภาพพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลให้เห็นว่าคนไทยมีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดังกล่าวไปอย่างไรเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

จากผลการสำรวจ ท่านจะเห็นว่าปีนี้คนไทยใช้เวลาในโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยจำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตในปีนี้เฉลี่ยอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน นั่นหมายความว่า ท่านใช้เวลาเกือบครึ่งหนึ่งของวันเข้าไปอยู่ในโลกออนไลน์กันเลยทีเดียว รายงานฉบับนี้จะช่วยขยายภาพให้ท่านได้เห็นเพิ่มเติมว่าด้วยจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนี้ ถูกใช้ไปในการทำกิจกรรมใดบ้าง ใช้กันที่ไหนบ้าง และเมื่อใช้แล้วประสบปัญหาใดบ้าง

นอกจากนี้จากการใช้งานมากขึ้น ย่อมมีข้อกังวลที่เกิดขึ้นตามมาว่า ผู้ใช้งานมีความตระหนักในเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลมากน้อยแค่ไหน เพราะปัจจุบันนี้มีหลายเว็บไซต์/แอปพลิเคชันที่มักจะขอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นชื่อ นามสกุล วันเดือนปีเกิด หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล เพื่อแลกกับการเข้าไปใช้งานในเว็บไซต์/แอปพลิเคชันนั้น ๆ รายงานฉบับนี้จะช่วยสะท้อนให้เห็นภาพดังกล่าว ผ่านผลการสำรวจในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รู้เท่าทันภัยออนไลน์ เพื่อให้ระมัดระวัง

ไม่ทำสิ่งเหล่านี้โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

การสำรวจครั้งนี้ได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการช่วยประชาสัมพันธ์ติดป้ายประกาศ (Banner) เชิญชวนให้มีผู้เข้ามาตอบแบบสำรวจจากเว็บไซต์หลากหลายเว็บ รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ให้เจ้าหน้าที่ภายใต้หน่วยงานในสังกัดได้ร่วมตอบแบบสำรวจครั้งนี้ด้วย ดังมีรายชื่อในภาคผนวกท้ายเล่ม สพอ. ใคร่ขอขอบคุณหน่วยงานดังกล่าวไว้ ณ ที่นี้ด้วย และหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งผู้ที่สนใจโดยทั่วไป

Srw

สุรางคณา วายุภาพ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ธันวาคม 2561

# สารบัญ

• คำนำ .....	12
• สารบัญ.....	14
• สารบัญภาพ .....	16
• สารบัญตาราง .....	19
• บทสรุปผู้บริหาร .....	20
• บทนำ .....	30
วัตถุประสงค์ของการสำรวจ .....	32
ระเบียบวิธีการสำรวจ.....	33
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	33
• พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต.....	36
จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต .....	41
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	48
กิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต.....	49
การเปลี่ยนผ่านไปสู่ชีวิตดิจิทัล (Digital Transformation).....	53
การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และชุมชนออนไลน์ (Online Community).....	57
ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ต.....	60

- **เจาะลึกพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต รายเงินเนอร์ชั่น..... 68**
- **เปิดพฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล..... 82**
  - คนไทยนิยมให้ข้อมูลส่วนตัวผ่านกิจกรรมใด ..... 84
  - การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ ..... 87
  - พฤติกรรมกรรมการอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลบนเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ..... 91
  - พฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล..... 94
  - หน่วยงานใดควรดูแลข้อมูลส่วนบุคคล..... 101
- **ภาคผนวก ..... 104**
  - ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต  
ในประเทศไทย ปี 2561..... 105
  - แบบสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ..... 114
  - รายชื่อหน่วยงานผู้ให้ความอนุเคราะห์ในการตัดป้ายประกาศ (Banner)  
โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ..... 126
- **ตารางสถิติ..... 140**
- **ทีมงานจัดทำโครงการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต  
ในประเทศไทย ปี 2561 ..... 146**

# สารบัญภาพ

<b>ภาพ 1</b>	จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอัตราการเติบโต ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปี 2553 - 2561 <sup>(๑)</sup> .....	39
<b>ภาพ 2</b>	จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน รายเงินแอดเรชั่น จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด .....	42
<b>ภาพ 3</b>	เปรียบเทียบจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด ปี 2560 - 2561 .....	44
<b>ภาพ 4</b>	จำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน รายกิจกรรมการใช้งาน จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด .....	46
<b>ภาพ 5</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2560 - 2561 .....	48
<b>ภาพ 6</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งาน ผ่านอินเทอร์เน็ต.....	50
<b>ภาพ 7</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งาน ผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด 5 อันดับแรก ปี 2560 - 2561 .....	52
<b>ภาพ 8</b>	ร้อยละของการทำกิจกรรมต่าง ๆ เปรียบเทียบระหว่าง วิธีการออนไลน์กับออฟไลน์.....	54

<b>ภาพ 9</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามประเภทของ สื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์.....	57
<b>ภาพ 10</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอเรชัน เปรียบเทียบ ตามประเภทของสื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์.....	58
<b>ภาพ 11</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามปัญหาที่เกิดจาก การทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต.....	61
<b>ภาพ 12</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามปัญหาที่เกิดจาก การทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ปี 2560 - 2561 .....	64
<b>ภาพ 13</b>	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Gen Z.....	70
<b>ภาพ 14</b>	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Gen Y .....	73
<b>ภาพ 15</b>	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Gen X .....	76
<b>ภาพ 16</b>	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Baby Boomer .....	79
<b>ภาพ 17</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกิจกรรมที่มี การให้ข้อมูลส่วนบุคคล.....	84
<b>ภาพ 18</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามพฤติกรรม การแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ .....	87
<b>ภาพ 19</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอเรชัน จำแนกตามพฤติกรรม การแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อออนไลน์ .....	88
<b>ภาพ 20</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามสาเหตุที่ ไม่เคยตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์.....	90

<b>ภาพ 21</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามพฤติกรรมการอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลบนเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน .....	92
<b>ภาพ 22</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามสาเหตุที่ไม่อ่านนโยบายการใช้ข้อมูล.....	93
<b>ภาพ 23</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล.....	95
<b>ภาพ 24</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอร์เรชั่น จำแนกตามพฤติกรรมการที่เสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล.....	99
<b>ภาพ 25</b>	ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามความสำคัญของบุคคล/..... หน่วยงานที่ควรดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล .....	101
<b>ภาพ 26</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามเพศ .....	105
<b>ภาพ 27</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	106
<b>ภาพ 28</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามเจนเนอร์เรชั่น.....	107
<b>ภาพ 29</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามที่พักอาศัย .....	108
<b>ภาพ 30</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	109
<b>ภาพ 31</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามสถานภาพการทำงาน	110
<b>ภาพ 32</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามระดับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน .....	111
<b>ภาพ 33</b>	ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ย ต่อครัวเรือนต่อเดือน.....	112

# สารบัญตาราง

- ตาราง 1** ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเงินเนอเรชั่น  
เปรียบเทียบตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต..... 141
- ตาราง 2** ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเงินเนอเรชั่น  
เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต..... 142
- ตาราง 3** จำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน  
ในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด รายเงินเนอเรชั่น  
เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งาน ..... 143
- ตาราง 4** ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเงินเนอเรชั่น  
เปรียบเทียบตามปัญหาที่เกิดจากการทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต... 144
- ตาราง 5** ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเงินเนอเรชั่น  
จำแนกตามกิจกรรมที่มีการให้ข้อมูลส่วนบุคคล ..... 145



## บทสรุปผู้บริหาร

การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีวัตถุประสงค์หลักในการติดตามเฝ้าดูพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เห็นถึงลักษณะและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมดังกล่าว ซึ่งถือว่าเป็นชิ้นข้อมูลที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการนำไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์หรือกำหนดนโยบายของภาครัฐ รวมทั้งเพื่อให้ภาคเอกชนสามารถปรับเปลี่ยนแผนธุรกิจให้สนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้

นอกจากนี้การสำรวจในแต่ละปี จะมีการผนวกคำถามพิเศษประจำปี ซึ่งคำถามพิเศษดังกล่าวจะมาจากการติดตามดูว่าในปีนั้น ๆ มีเหตุการณ์หรือมีกระแสความสนใจในเรื่องใด ก็จะทำเอาเรื่องดังกล่าวมาตั้งเป็นหัวข้อของคำถามพิเศษประจำปีนั้น ๆ โดยในปีนี้จะเป็นการสำรวจถึงความตระหนักของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลผ่านทางออนไลน์ เนื่องจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นทุกปี กิจกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีหลากหลายกิจกรรม บ่อยครั้งที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องกรอกข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อแลกกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้

ผลจากการสำรวจเรื่องนี้ จะช่วยสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลทางออนไลน์น้อยเพียงใด และหากการสำรวจในครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความระมัดระวังหรือมีความตระหนักในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลค่อนข้างน้อย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ จะได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการป้องกันหรือเพิ่มมาตรการใด ๆ เพื่อเสริมภูมิคุ้มกันให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรู้เท่าทันภัยคุกคามจากโลกออนไลน์ และไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่ประสงค์ดี

การสำรวจครั้งนี้เป็นการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต สฟธอ. เริ่มวางแบบสำรวจบนเว็บไซต์ต่าง ๆ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมามีผู้ให้ความสนใจเข้ามาตอบแบบสำรวจด้วยความสมัครใจมากถึง 10,727 คน

## ผลการสำรวจที่สำคัญ

### ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

จากจำนวนผู้ที่เข้ามาตอบแบบสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ด้วยความสมัครใจทั้งหมด 10,727 คน พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.0 เพศชาย ร้อยละ 46.0 และเพศทางเลือก ร้อยละ 2.0

ในปีนี้ยังคงจำแนกช่วงอายุของผู้ตอบแบบสำรวจออกเป็น 4 เจนเนอเรชัน ได้แก่ Gen Z, Gen Y, Gen X และ Baby Boomer จากจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด Gen Y (ร้อยละ 60.6) เข้ามาตอบแบบสำรวจมากกว่าเจนเนอเรชันอื่น ๆ รองลงมา เป็น Gen X (ร้อยละ 32.3), Baby Boomer (ร้อยละ 5.8) และ Gen Z (ร้อยละ 1.3) ตามลำดับ (ดูข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากภาคผนวกท้ายเล่ม)

เพื่อให้ได้ผลการสำรวจที่สอดคล้องกับโครงสร้างของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย การประมวลผลข้อมูลจึงมีการถ่วงน้ำหนักตามโครงสร้างอายุของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลโครงสร้างจากการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ปี 2560 จัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

### พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

จากผลการสำรวจ พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตนานขึ้นเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 5 นาที เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 3 ชม. 30 นาที โดยในวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง 48 นาที และในวันหยุด ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 54 นาที สาเหตุที่มีการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นมาก ส่วนหนึ่งน่าจะเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ประเทศไทยมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ นอกจากนี้การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย รวดเร็ว สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ในทุกความต้องการ ทุกเวลาและทุกสถานที่ รวมถึงการที่อุปกรณ์เคลื่อนที่ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์มีราคาถูกลงมาก ทุกเพศทุกวัยสามารถจับจองเป็นเจ้าของได้โดยง่าย รวมทั้งแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตก็มีหลากหลายรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เลือกสรรในราคาที่ยอมรับได้

คนไทยใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์สูงถึงวันละ 3 ชั่วโมงครึ่ง (1 ใน 3 ของจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน) ซึ่งข้อมูลนี้ไม่น่าแปลกใจ เพราะกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่ใช้ Facebook มากเป็นอันดับ 1 ของโลก

ในขณะที่ Line ซึ่งไทยเป็น 1 ใน 4 ประเทศหลักของผู้ใช้มากที่สุดในโลก (อีก 3 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และอินโดนีเซีย) จากผลการสำรวจ พบว่า คนไทยจะใช้เวลา chat หรือโทรศัพท์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง

จากผลการสำรวจเห็นได้ชัดเจนว่า ตอนนี้คนไทยนิยมใช้อินเทอร์เน็ตนอกสถานที่มากกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งสะท้อนผ่านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการใช้เน็ตในระหว่างเดินทาง ปี 2560 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 24.1 ปีนี้มีคนใช้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 33.5 ในขณะที่ปี 2560 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในที่สาธารณะเพียงร้อยละ 18.8 ปีนี้ มีคนใช้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 21.0

กิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตยอดนิยม 5 อันดับแรก ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram (ร้อยละ

93.6) การรับ-ส่งอีเมล (ร้อยละ 74.2) การค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 70.8) การดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ฟังเพลงทางออนไลน์ (ร้อยละ 60.7) และการซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ (ร้อยละ 51.3) ตามลำดับ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ายินดีว่าการซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ยังคงติดอันดับ 1 ใน 5 ของกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตยอดนิยมเป็นปีที่ 2 แล้ว ด้วยสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2560 มีผู้ตอบว่าซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 50.8 และในปี 2561 มีผู้ตอบข้อนี้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51.3

YouTube, Line และ Facebook ยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมที่ครองใจคนไทยมา 3 ปีซ้อน โดยมีผู้ใช้งาน YouTube (ร้อยละ 98.8), Line (ร้อยละ 98.6) และ Facebook (ร้อยละ 96.0) เมื่อแยกดูราย Gen จะเห็นได้ว่า Gen Y และ Gen Z เป็นกลุ่มที่นิยมเสพความบันเทิงมากกว่า Gen อื่น ๆ โดยเปรียบเทียบ ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจ พบว่าทั้งสอง Gen ดังกล่าว เลือกตอบ YouTube มากเป็นอันดับ 1 ส่วนอันดับ 2 จะเป็นการ Chat ผ่าน Line ในขณะที่ Gen X และ Baby Boomer นิยม Chat ผ่าน Line มากเป็นอันดับ 1 ส่วนอันดับ 2 จะเป็นการดูคลิป/ดูหนังผ่าน YouTube

ปัญหาความไว้วางใจคนใช้อินเทอร์เน็ตในปี 3 อันดับแรก อันดับ 1 ได้แก่ ปริมาณโฆษณาที่มารบกวนขณะที่กำลังใช้งานอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 80.0) อันดับ 2 ความล่าช้าในการเชื่อมต่อเน็ต (ร้อยละ 77.0) ปัญหานี้ อาจจะไม่ใช่ปัญหาจากโครงสร้างพื้นฐานแต่เพียงอย่างเดียว ส่วนหนึ่งอาจจะเกิดจากการที่คนใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น จึงเกิดการแย่งสัญญาณกันในบางพื้นที่ รวมทั้งน่าจะมาจากการที่ความอดทนในการรอของคนใช้อินเทอร์เน็ตมีค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการเชื่อมต่อช้า และอันดับ 3 ความไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏจะเชื่อถือได้ไหม (ร้อยละ 39.1) ปัญหานี้ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้มีการแชร์หรือส่งต่อข้อมูลกันมากมาย มีทั้งข้อมูลที่เป็นเรื่องจริง และเป็นเท็จ

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงควรจะมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลให้แน่ใจก่อนจะส่งต่อให้ผู้อื่น

## เปิดพฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตและการสื่อสารของคนในสังคม ซึ่งส่งผลทั้งในเชิงบวกหากรู้เท่าทันและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ แต่จะส่งผลในเชิงลบหากนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม

ข้อมูลจาก Digital in 2018 โดย We are Social ซึ่งเผยแพร่ผลการสำรวจเมื่อเดือนมกราคม 2561 พบว่า Facebook ยังคงครองแชมป์สื่อสังคมออนไลน์ อันดับหนึ่งของโลก ทั้งนี้ประเทศไทยมีผู้ใช้งาน Facebook มากเป็นอันดับที่ 8 โดยมีจำนวนผู้ใช้งานทั้งสิ้น 51 ล้านคน และหากพิจารณาในระดับเมืองหลวง พบว่า กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีผู้ใช้งาน Facebook มากที่สุดในโลก โดยมีจำนวนผู้ใช้งานทั้งสิ้น 22 ล้านคน<sup>1</sup>

เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ผู้ก่อตั้งและซีอีโอของ Facebook บริษัทสื่อสังคมออนไลน์อันดับ 1 ของโลก ออกมากล่าวขอโทษกลางสภาคอนเกรส และยอมรับผิดกรณีให้ Cambridge Analytica นำข้อมูลผู้ใช้กว่า 87 ล้านรายชื่อไปหาผลประโยชน์ทางการเมือง<sup>2</sup> หรือในเดือนเมษายน ปีเดียวกัน กรณีของบริษัททรูมูฟเอช ที่ทำข้อมูลสำเนาบัตร

---

<sup>1</sup> Facebook's Top countries and cities, รายงาน Digital in 2018, จัดทำโดย We are Social & Hootsuite, เผยแพร่ในเดือนมกราคม 2561, <https://digitalreport.wearesocial.com/>

<sup>2</sup> มาร์ค กล่าวขอโทษกลางสภาคอนเกรส กรณีข้อมูล Facebook รั่ว 87 ล้านราย, เผยแพร่เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2561, <https://tech.mthai.com/software/85776.html>

ประชาชนของลูกค้ายืนยันจำนวน 11,400 ราย จากลูกค้ายืนยันทั้งหมด 1 ล้านรายในระหว่างปี 2558 - 2560 ร็วไหล<sup>3</sup>

ในเดือนกันยายน ปีเดียวกัน Facebook ได้ออกมาเปิดเผยว่า มีผู้ใช้งาน 50 ล้านราย จากจำนวนบัญชีผู้ใช้งาน Facebook ทั้งหมด 2,000 ล้านราย อาจจะถูกเข้าถึงข้อมูลโดยอาชญากรไซเบอร์<sup>4</sup> และในเดือนธันวาคมนี้เอง Facebook ประกาศผ่านบล็อกว่า ผู้ใช้งานจำนวน 6.8 ล้านคนได้ถูกเข้าถึงข้อมูลรูปถ่ายผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยการเข้าถึงข้อมูลในครั้งนี้รวมถึงรูปที่คูณกำลังอัปโหลดขึ้น Facebook แม้ว่ารูปเหล่านั้นจะยังไม่ได้ถูกโพสต์เป็นสาธารณะก็ตาม<sup>5</sup>

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าแม้ Facebook จะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในโลก รวมทั้งผู้ให้บริการรายอื่น ๆ แต่เราไม่สามารถมั่นใจหรือไว้วางใจได้เลยว่าข้อมูลส่วนตัวของเราจะได้รับการดูแลหรือปกป้องให้รอดพ้นจากผู้ไม่ประสงค์ดี ดังนั้นตัวผู้ใช้งานเองจึงควรต้องระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนตัวทางออนไลน์ รวมไปถึงปรับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนรหัสผ่านทุก ๆ 3 เดือน หรือการไม่คลิกลิงก์หรือเปิดเมลที่มาจากคนที่ไม่รู้จัก รวมทั้งในการให้ข้อมูลส่วนตัวทางออนไลน์ ควรเลือกให้เท่าที่จำเป็น

<sup>3</sup> ทูรแจงถูกแฮกทำข้อมูลบัตรประชาชนลูกค้ายืนยัน ๑๑,๔๐๐ รายหลุด กสทช. สั่งออกมาตรการเยียวยา, เผยแพร่เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2561, <https://www.posttoday.com/it/548240>

<sup>4</sup> ข้อมูลผู้ใช้รั่วซ้ำซาก ความผิดพลาดไม่รู้จบ หรือใกล้ถึงวันอวสานของเฟซบุ๊ก, The Standard โดย ปณชัย อารีเพิ่มพร, เผยแพร่เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2561, <https://thestandard.co/facebook-hacked-security-issue/>

<sup>5</sup> เฟซบุ๊กข้อมูลรั่วไหลอีกแล้ว รูปถ่ายของผู้ใช้ 6.8 ล้านคนโดนแฮก ยังไม่โพสต์ก็โดนได้, The Standard โดย นครินทร์ วนกิจไพบูลย์, เผยแพร่เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2561, <https://thestandard.co/facebook-notifying-our-developer-ecosystem-about-a-photo-api-bug/>

เพื่อเป็นการป้องกันและลดปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับตัวผู้ใช้งาน กรณีเกิดการรั่วไหลของข้อมูลดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ผลการสำรวจในส่วนนี้จะแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่กลุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ดังจะเห็นได้ว่า ในปีนี้แม้ปัญหาเรื่องการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลจะเป็นปัญหาในอันดับท้าย ๆ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต แต่จากผลการสำรวจ กลับพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยินดีให้ข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญ เช่น หมายเลขบัตรประชาชน เลขบัญชีธนาคาร ในบางกิจกรรมที่อาจจะกลุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล หากผู้ใช้งานไม่ตรวจสอบหรือหาข้อมูลให้ถี่เสียก่อนที่จะสมัครใช้บริการว่าเป็นเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือหรือไม่ เช่น การสมัครใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (มีผู้ตอบว่าเคยให้ข้อมูลส่วนตัว ร้อยละ 50.1) การลงทะเบียนรับของรางวัล (ร้อยละ 28.3) หรือการลงทะเบียนขอรับบริการฟรี (ร้อยละ 26.3)

ในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่ม Baby Boomer ค่อนข้างมีความเสี่ยงในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวเป็นสาธารณะมากกว่า Gen อื่น ๆ โดย Baby Boomer ร้อยละ 49.1 ไม่เคยแก้ไขการตั้งค่าข้อมูลส่วนตัวเป็น Privacy เลย นอกจากนี้เป็นเรื่องที่น่าตกใจมาก เพราะคนไทย ร้อยละ 31.0 ไม่กังวลกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวให้คนทั่วไปได้เห็น ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลอายุ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รูปภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับฉัน ซึ่งล้วนแต่เป็นข้อมูลที่มักจะถูกนำไปใช้ในการหาประโยชน์ต่าง ๆ ได้ทั้งสิ้น

เมื่อถามถึงการให้ความสำคัญกับการอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 63.3 เคยอ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบ/นโยบายการใช้ข้อมูล อีกร้อยละ 32.2 ตอบว่าไม่เคยอ่านข้อตกลงดังกล่าวเลย แต่ในกลุ่มผู้ที่ตอบว่าเคยอ่านข้อตกลงดังกล่าว มีเพียงร้อยละ 12.3 เท่านั้นที่อ่านอย่างละเอียด อีกร้อยละ

36.0 จะอ่านเฉพาะหัวข้อที่สำคัญ ในขณะที่ร้อยละ 51.7 อ่านเป็นบางส่วนเท่านั้น

สาเหตุหลักๆ ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่อ่านนโยบายดังกล่าว หรืออ่านเพียงบางส่วน เกิดจากนโยบายดังกล่าวยาวเกินไป ต้องใช้เวลาอ่านนาน (ร้อยละ 67.0) การเขียนนโยบายมักจะใช้ภาษาทางกฎหมาย ทำให้คนทั่วไปอ่านแล้วไม่เข้าใจ (ร้อยละ 42.9) หรือแม้จะไม่อ่านนโยบายดังกล่าว ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็มั่นใจว่ากฎหมายจะปกป้องตัวเขาในทุกกรณีอยู่แล้ว (ร้อยละ 27.7)

สิ่งที่คนไทยส่วนใหญ่ไม่เคยทำ ทั้ง ๆ ที่ควรจะมีก็ทำให้เป็นนิสัย เพื่อเป็นการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของตัวเอง แต่จากผลการสำรวจ กลับพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังคงมีพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่ ไม่เคยเปลี่ยนรหัสผ่านทุก ๆ 3 เดือน (ร้อยละ 45.3) บอกวันเดือนปีเกิดที่แท้จริงทางสื่อสังคมออนไลน์และตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 45.0) ไม่เคยสังเกตว่าเว็บไซต์ของธนาคารที่เข้าไปใช้บริการขึ้นต้นด้วย <https://> หรือไม่ (ร้อยละ 44.5) เปิดอีเมลหรือคลิกลิงก์ที่ไม่รู้จัก (ร้อยละ 43.4) และอัปโหลดรูปถ่าย/วิดีโอทันทีหลังถ่าย โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 35.7)

Baby Boomer เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมละเลยการดูแลข้อมูลส่วนตัวมากที่สุด เมื่อเทียบกับ Gen อื่น ๆ เช่น เมื่อทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเว็บไซต์ธนาคาร จะไม่สังเกตว่าเป็นเว็บไซต์ที่ขึ้นต้นด้วย <https://> หรือไม่ (ร้อยละ 55.9) และเมื่อสิ้นสุดการใช้งานคอมพิวเตอร์สาธารณะ/อุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้อื่น จะไม่ลบประวัติการใช้งานหรือรหัสผ่านออกจากเครื่อง (ร้อยละ 47.0) หรือการไม่ตั้งค่าล็อกหน้าจออัตโนมัติ (ร้อยละ 29.7) รวมถึงการไม่ลงชื่อออกจากการใช้งาน เมื่อสิ้นสุดการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่น หรือ WiFi สาธารณะแล้ว (ร้อยละ



26.1) ตามลำดับ ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นการเปิดช่องโหว่ในการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวจากผู้ที่ไม่หวังดีได้ทั้งสิ้น

ส่วน Gen Y มักจะชอบทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ เช่น การอัปโหลดรูปถ่าย/วิดีโอทันทีหลังถ่าย โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 37.9) การบอกรหัสผ่านในการเข้าใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเองแก่เพื่อนสนิท/คนรู้จัก (ร้อยละ 35.8) การแชร์ตำแหน่งที่ใช้งานอยู่แบบ Real time ผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 33.8) การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนอื่นทำธุรกรรมทางการเงิน (ร้อยละ 33.1) และการอัปโหลดภาพตัวเครื่องบินก่อนการเดินทางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 13.6) ตามลำดับ



พฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ นอกจากเป็นการส่งข้อมูลส่วนตัวให้แก่สาธารณะแล้ว ยังเป็นการสร้างความไม่ปลอดภัยให้กับตัวเจ้าของข้อมูลเอง เพราะการบอกถึงสถานที่ปัจจุบันที่ท่านอยู่ หรือการบอกว่าตอนนี้ท่านไม่ได้อยู่บ้าน พร้อมทั้งบอกว่าปลายทางท่านจะไปอยู่ที่ใดให้กับผู้อื่นทราบ หากมีผู้ไม่ประสงค์ดีกับท่าน สามารถไปดักทำร้ายหรือกระทำการที่ไม่ดีกับท่านได้ ดังนั้นท่านจึงควรตั้งค่าดังกล่าวเป็นส่วนตัว เปิดให้เฉพาะเพื่อน ญาติพี่น้อง หรือคนที่ท่านไว้ใจได้รับทราบก็เพียงพอแล้ว

Gen Z จะมีความเสี่ยงสูงกว่า Gen อื่น ๆ ด้วยพฤติกรรมเหล่านี้ เช่น การระบุวันเดือนปีเกิดที่แท้จริงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 56.0) การไม่เปลี่ยนรหัสผ่านทุก ๆ 3 เดือน (ร้อยละ 53.7) การเปิดอีเมลหรือคลิกลิงก์ที่ไม่รู้จัก (ร้อยละ 51.5) เมื่อใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่นแล้ว ตั้งค่าให้อุปกรณ์ดังกล่าวจดจำรหัสผ่านของตนเอง (ร้อยละ 28.4) การคลิกลิงก์ของธนาคารที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ของธนาคารโดยตรง (ร้อยละ 16.4) ตามลำดับ

## บทนำ

ในยุคที่ประเทศไทยมีการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่มีผลผลักดันการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจจากรูปแบบเดิมไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม เพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง ภายใต้โมเดลในการสร้างความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน<sup>6</sup> นั้น

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพธอ. มีภารกิจหลักที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายดังกล่าว โดยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้เป็นไปตามความต้องการโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่เอื้อต่อการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการมีมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่มีความมั่นคงปลอดภัยและน่าเชื่อถือ

ด้วยภารกิจดังกล่าวมาข้างต้น การศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญและจำเป็นเป็นอย่างมาก เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพว่าพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปัจจุบันเป็นอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงการใช้งานจากปีที่ผ่านมาเป็นไปในทิศทางใด ผลจากการศึกษาจึงเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้นำข้อมูลชุดนี้ไปใช้ในการกำหนดทิศทางหรือแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการวางแผน

---

<sup>6</sup> รมว.กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. หน่วยงานยุทธศาสตร์ทางเทคโนโลยีรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0. ข่าวเศรษฐกิจ สำนักข่าวอินโฟเควสท์, วันที่ 10 สิงหาคม 2561, <https://www.ryt9.com/s/iq03/2869602>.

ธุรกิจ กำหนดแผนการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค  
ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคสังคมเศรษฐกิจดิจิทัล

สพอ. เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวจึงได้ริเริ่มให้มีการจัดทำ  
โครงการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขึ้นมา เพื่อเก็บ  
รวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในมิติต่าง ๆ ของคนไทย โดยม  
ีการสำรวจอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้การสำรวจในแต่ละปี  
จะมีการผนวกคำถามพิเศษประจำปี ซึ่งคำถามพิเศษดังกล่าว จะมาจากการ  
ติดตามเฝ้าดูว่าในปีนั้น ๆ มีเหตุการณ์หรือมีกระแสความสนใจในเรื่องใด  
ก็จะนำเอาเรื่องดังกล่าวมาตั้งเป็นหัวข้อของคำถามพิเศษประจำปีนั้น ๆ

จากการพยากรณ์ 10 แนวโน้มเทคโนโลยีประจำปี 2563 โดย  
Gartner ได้มีการกล่าวถึงประเด็นด้านจริยธรรมและความเป็นส่วนตัว  
(Digital Ethics and Privacy) ว่าเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ โดย  
ประชาชนให้ความสำคัญกับการที่ภาครัฐและภาคเอกชนนำข้อมูลของ  
ตนเองไปใช้ ในขณะที่ภาครัฐและภาคเอกชนเอง ควรต้องออกมาดำเนิน  
นโยบายเชิงรุกเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ แทนที่จะรอให้ปัญหา  
เกิดขึ้นแล้วมาแก้ไขในภายหลัง ดังนั้นประเด็นด้านจริยธรรมในการใช้งาน  
ข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน จึงถูกยกระดับขึ้นมากว่าเป็นสิ่งที่ทุก  
คนควรใส่ใจ ไม่ใช่เป็นสิ่งที่ถูกบังคับให้ต้องทำ<sup>7</sup>

ดังนั้นในปีนี้ได้มีการเพิ่มคำถามพิเศษเพื่อสำรวจถึงความ  
ตระหนักของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลผ่านทางออนไลน์  
เนื่องจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นทุกปี กิจกรรมการใช้งาน  
อินเทอร์เน็ตที่มีหลากหลายกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานสื่อสังคม

---

<sup>7</sup> Gartner เผย 10 เทรนด์เทคโนโลยีประจำปี 2019: Blockchain, Quantum, Augmented Things, AI, เผยแพร่วันที่ 25 ตุลาคม 2561, <https://www.techtalkthai.com/gartner-10-technology-trends-for-2019/>

ออนไลน์ การสมัครใช้บริการต่าง ๆ ทางออนไลน์ ซึ่งหลายครั้งที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องกรอกข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อแลกกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้

ผลจากการสำรวจเรื่องนี้ จะช่วยสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลทางออนไลน์มาน้อยเพียงใด และหากการสำรวจในครั้งนี้พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความระมัดระวังหรือมีความตระหนักในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลค่อนข้างน้อย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ จะได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการป้องกันหรือเพิ่มมาตรการใด ๆ เพื่อเสริมภูมิคุ้มกันให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรู้เท่าทันภัยคุกคามจากสื่อออนไลน์ และไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่ประสงค์ดี

### วัตถุประสงค์ของการสำรวจ

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงลักษณะและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมดังกล่าว
2. เพื่อรวบรวมข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตที่อยู่ในความสนใจในปีที่มีการจัดทำสำรวจ ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันสถานการณ์
3. เพื่อให้มีข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ไว้ให้บริการแก่ผู้ใช้ข้อมูลภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้สนใจโดยทั่วไปอย่างต่อเนื่อง
4. เพื่อให้ สพธอ. มีข้อมูลไว้ใช้สำหรับกำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม และสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการติดตามและประเมินผล

## ระเบียบวิธีการสำรวจ

การสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย โดยทำการสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเนื่องจากทีมผู้จัดทำไม่มีรายชื่อของประชากรใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด จึงไม่ได้ใช้การเลือกตัวอย่างตามหลักความน่าจะเป็น

ผู้ที่เข้ามาตอบแบบสำรวจ คือผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้ามาตอบด้วยความสมัครใจ ทำให้เมื่อพิจารณารายกลุ่มย่อย สัดส่วนของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากตัวอย่างที่ได้ จึงอาจแตกต่างกับสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้นในประเทศไทย

ดังนั้นการคำนวณค่าต่าง ๆ ในภาพรวมจึงได้มีการแก้ปัญหาการกระจายตัวของผู้ตอบแบบสำรวจที่ไม่กระจายตัวตามโครงสร้างของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ผ่านการถ่วงน้ำหนักด้วยสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้นในประเทศไทยรายกลุ่มอายุ ที่ได้จากการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2560 จัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 นี้ ยังคงเป็นการสำรวจทางอินเทอร์เน็ตเช่นในปีที่ผ่านมา โดยได้นำแบบสำรวจดังกล่าวไปวาง (ติดตั้งบนเนอร์) ไว้ในหน้าเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้ความอนุเคราะห์พื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการกระจายแบบสำรวจผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook เพื่อให้มีการกระจายแบบสำรวจไปยังกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง

การสำรวจครั้งนี้ได้เริ่มกระจายแบบสำรวจในเดือนกรกฎาคม 2561 โดยมีผู้ให้ความสนใจเข้ามาตอบแบบสำรวจ จำนวนทั้งสิ้น 10,727 คน จากนั้นจึงนำผลการตอบแบบสำรวจที่ได้ทั้งหมดเข้าสู่กระบวนการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ





# 01

## พฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ต

## พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ในยุคสังคมดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การนำดิจิทัลเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเติบโตอย่างก้าวกระโดด กล่าวคือ ในปี 2555 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 23,056,712 คน ต่อมาในปี 2560 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นเป็น 45,189,944 คน<sup>8</sup> หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 96.0 เลยทีเดียว

ในขณะที่จำนวนประชากรไทยในปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 66,188,503 คน<sup>9</sup> และในจำนวนดังกล่าวมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงถึง 45,189,944 คน หรืออาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ดังนั้นการติดตามเฝ้าดูพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงทวีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. นโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะโครงการเน็ตประชารัฐ ถือเป็นหนึ่งในโครงการตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ในการพัฒนาโครงสร้าง

---

<sup>8</sup> จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (รายปี) ซึ่งเป็นตัวเลขที่ยังไม่รวมอินเทอร์เน็ตตามโครงการเน็ตประชารัฐซึ่งครอบคลุมประชากรประมาณ 20 ล้านคน, ฐานข้อมูลของตลาดอินเทอร์เน็ต, ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม ในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2561, [http://ttid.nbct.go.th/internet\\_db.html](http://ttid.nbct.go.th/internet_db.html)

<sup>9</sup> จำนวนประชากรแยกอายุทั่วประเทศ ปี 2560, ระบบสถิติทางทะเบียน, กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)

พื้นฐานโทรคมนาคม เพื่อให้ประชาชนในหมู่บ้านได้เข้าถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสให้แก่ประชาชนในการเข้าถึงบริการต่าง ๆ ของภาครัฐได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ทั้งนี้หากโครงการนี้แล้วเสร็จในปี 2561 จะถือได้ว่าประเทศไทยมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงครอบคลุมทุกหมู่บ้านทั่วประเทศทั้ง 7,498 หมู่บ้าน อันจะส่งผลต่อการเข้าถึงไอซีทีและการใช้งานไอซีทีที่สูงขึ้นของประเทศ<sup>10</sup>

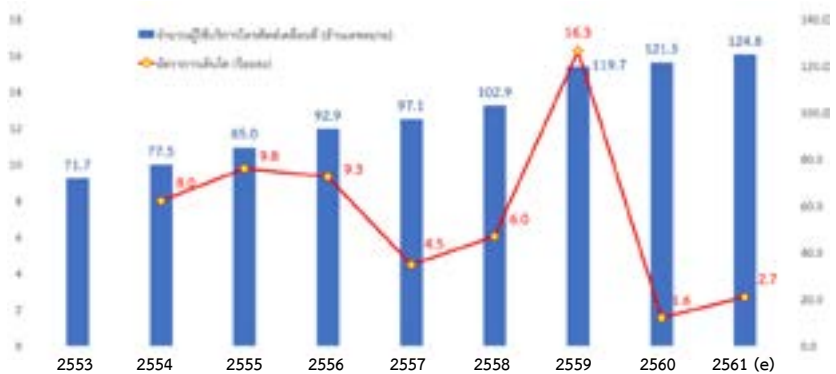
2. จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Subscribers)<sup>11</sup> ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

---

<sup>10</sup> พล.อ.ประจิน รุ่งนายกและรอมว.ยุติธรรม -ดร.พิเชฐ รอมว.ดิจิทัลฯ ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมจุดติดตั้งเน็ตประชารัฐ, ข่าวประชาสัมพันธ์ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน), วันที่ 11 มิถุนายน 2561, <https://www.tot.co.th/%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B9%8C/2018/06/18/news-50>

<sup>11</sup> จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Subscribers), ฐานข้อมูลของตลาดอินเทอร์เน็ต, ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม ในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2561, [http://ttid.nbt.go.th/mobile\\_subscribers.html](http://ttid.nbt.go.th/mobile_subscribers.html)

ภาพ 1 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอัตราการเติบโตของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปี 2553 - 2561<sup>(e)</sup>



หมายเหตุ <sup>(e)</sup> เป็นตัวเลขประมาณการ ปี 2561

ดังจะเห็นได้จากภาพ 1 ในปี 2554 มีจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียง 77.5 ล้านเลขหมาย ในปี 2561 มีการคาดการณ์ว่าตัวเลขดังกล่าวจะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 124.8 ล้านเลขหมาย หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตกว่าร้อยละ 60

เมื่อนำเอาจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปี 2561 มาเทียบกับจำนวนประชากร ปี 2561 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 66,294,064 คน<sup>12</sup> เพื่อดูอัตราส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากรรวม (Mobile Penetration Rate) พบว่า อัตราส่วนดังกล่าวอยู่ที่ 188.25 ซึ่งหมายความว่า ประชากร 1 คน ครอบครองเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เลขหมาย

<sup>12</sup> จำนวนประชากรไทย ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2561, มิเตอร์ประเทศไทย, สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, <http://www.thailandometers.mahidol.ac.th/>

3. การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย รวดเร็ว สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่ได้มีไว้ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารเท่านั้น หากรวมถึงเรื่องของการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Non-Voice/Data Service) ด้วย เทคโนโลยีที่ทันสมัยจึงช่วยกระตุ้นให้คนไทยมีความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา ส่งผลให้ปริมาณความต้องการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังจะเห็นได้จากกรณีการเปิดให้บริการเทคโนโลยี 4G อย่างเป็นทางการ เมื่อปลายเดือนธันวาคม 2558 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปี 2558 ซึ่งมีอยู่ 102.9 ล้านเลขหมาย เพิ่มสูงขึ้นเป็น 119.7 ล้านเลขหมาย ในปี 2559 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 16.3 ดังแสดงในภาพ 1

ในขณะที่เดียวกันเทคโนโลยี 5G กำลังถูกกล่าวถึงกันอย่างแพร่หลายในโลกปัจจุบัน ด้วยความเร็วที่เพิ่มขึ้นมากกว่าระบบ 4G ถึง 10 เท่า เทคโนโลยี 5G จึงเป็นมากกว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และจะไม่ถูกจำกัดอยู่บนโทรศัพท์มือถืออีกต่อไป แต่สามารถอยู่บนอุปกรณ์ใด ๆ ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ไม่ว่าจะเป็นการใชยานยนต์อัจฉริยะ การใช้อุปกรณ์ IOT และการควบคุมอุปกรณ์ในระยะไกล<sup>13</sup>

ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ตั้งเป้าจะให้ประเทศไทยได้ใช้เทคโนโลยี 5G ภายในเดือน ตุลาคม 2563<sup>14</sup> ซึ่งถือเป็นจุดเวลาที่น่าจับตามองว่าจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย

<sup>13</sup> 5G กำลังมา ไทยเตรียมตัว เปลี่ยนโฉมอีก, มติชนออนไลน์, วันที่ 31 มกราคม 2561, [https://www.matichon.co.th/economy/news\\_823125](https://www.matichon.co.th/economy/news_823125)

<sup>14</sup> เทคโนโลยี 5G จุดเปลี่ยนของเทคโนโลยีครั้งใหญ่ของไทย, [http://www.prd.go.th/download/article/article\\_20180904112512.pdf](http://www.prd.go.th/download/article/article_20180904112512.pdf)

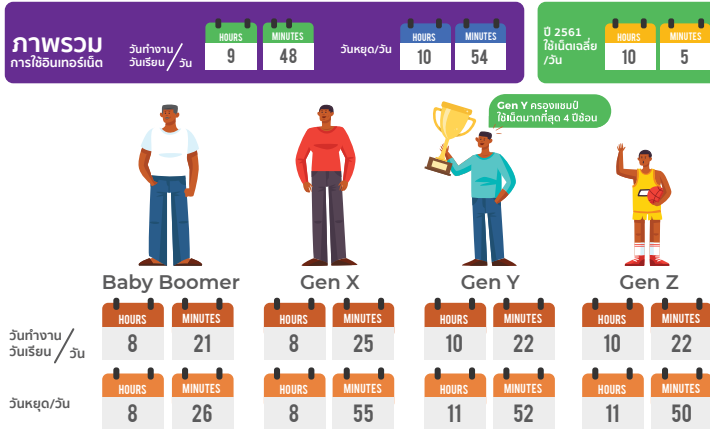
4. การที่ชีวิตคนไทยเริ่มเปลี่ยนผ่านไปสู่ดิจิทัล (Digital Life) เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานต่าง ๆ เหล่านี้ผ่านทางออนไลน์มากกว่าแบบดั้งเดิม เช่น การอ่านหนังสือ การขายสินค้าและบริการ การจองโรงแรม การบริการเรียกแท็กซี่ และการจอง/ซื้อตั๋วชมภาพยนตร์

5. การที่อุปกรณ์เคลื่อนที่ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์มีราคาถูกลงมาก ทุกเพศทุกวัยสามารถจับจองเป็นเจ้าของได้โดยง่าย รวมทั้งแพคเกจอินเทอร์เน็ตก็มีหลากหลายรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เลือกสรรในราคาที่ยอมรับได้

### จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต

การสำรวจครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด เพื่อตรวจสอบดูว่ามีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันแตกต่างกันอย่างไร

ภาพ 2 จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน รายเจนเนอร์เรชัน<sup>15</sup>  
จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 9, 10 ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด ท่านใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ โดยเฉลี่ยวันละเท่าไร (ไม่นับรวม การเปิดอินเทอร์เน็ตทิ้งไว้โดยไม่มีการใช้งาน)

ในการสำรวจครั้งนี้ ดังแสดงในภาพ 2 พบว่า โดยภาพรวมมีผู้ตอบแบบสำรวจ<sup>16</sup> ตอบว่าใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน และเมื่อแยกพิจารณาการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือเทียบกับช่วงวันหยุด จะเห็นได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้งาน

<sup>15</sup> การแบ่งช่วงอายุของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จะแบ่งออกเป็น 4 เจนเนอเรชัน ได้แก่

1. Baby Boomers เป็นผู้ที่เกิดในปี พ.ศ.2489 - 2507
3. Generation X หรือ Gen X เป็นผู้ที่เกิดในปี พ.ศ.2508 - 2523
4. Generation Y หรือ Gen Y เป็นผู้ที่เกิดในปี พ.ศ.2524 - 2543
5. Generation Z หรือ Gen Z เป็นผู้ที่เกิดในปี พ.ศ.2544 เป็นต้นไป

(อ้างอิงจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560, หน้า 113)

<sup>16</sup> เนื่องจากเป็นการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสำรวจในที่นี้ จึงหมายถึง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่พักอาศัยในประเทศไทยที่สมัครใจตอบแบบสำรวจ ซึ่งจากนี้ไป ในรายงานผลการสำรวจฉบับนี้ จะใช้คำว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุดมากกว่าช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ โดยจะใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 54 นาทีต่อวัน และใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 9 ชั่วโมง 48 นาทีต่อวัน

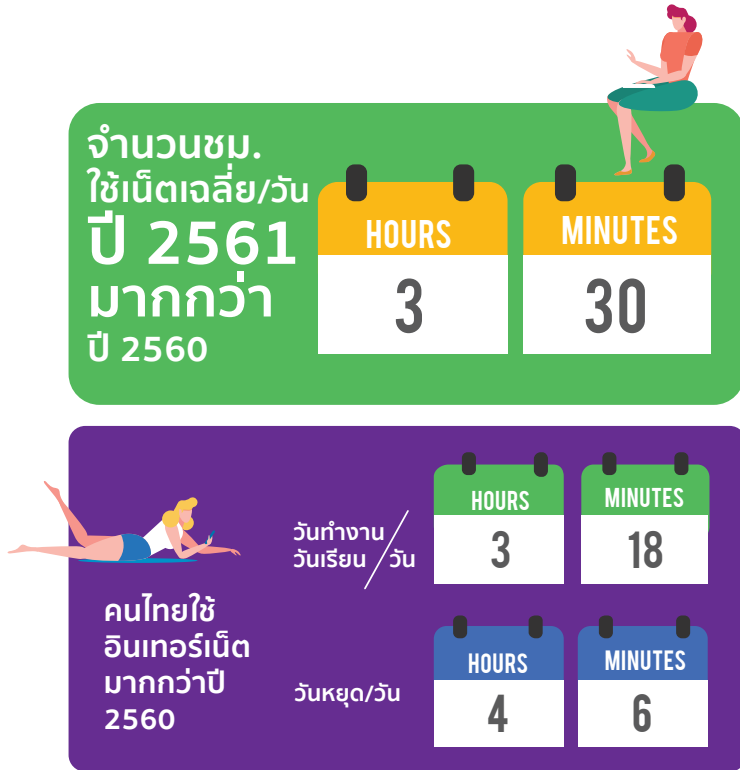
เมื่อจำแนกจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตในวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและวันหยุด รายเจนเนอเรชัน จะเห็นได้ว่าทุกเจนเนอเรชันมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตในวันหยุดมากกว่าวันทำงาน/วันเรียนหนังสือสอดคล้องกับภาพรวมเช่นเดียวกัน โดย Baby Boomer และ Gen X มีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุดมากกว่าช่วงวันทำงานเพียงเล็กน้อย กล่าวคือ Baby Boomer ใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 26 นาทีต่อวัน และช่วงวันทำงานใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 21 นาทีต่อวัน ในขณะที่ Gen X ใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน และช่วงวันทำงานใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 25 นาทีต่อวัน

ส่วน Gen Y และ Gen Z ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในยุคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย จากผลการสำรวจพบว่า ทั้ง 2 เจนเนอเรชันดังกล่าว มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และวันหยุดมากที่สุด เมื่อเทียบกับ Baby Boomer และ Gen X

โดย Gen Y ใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน และช่วงวันหยุดใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 11 ชั่วโมง 52 นาทีต่อวัน ในขณะที่ Gen X ใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงานโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน และช่วงวันหยุดใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 11 ชั่วโมง 50 นาทีต่อวัน



ภาพ 3 เปรียบเทียบจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน  
จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด ปี 2560 - 2561

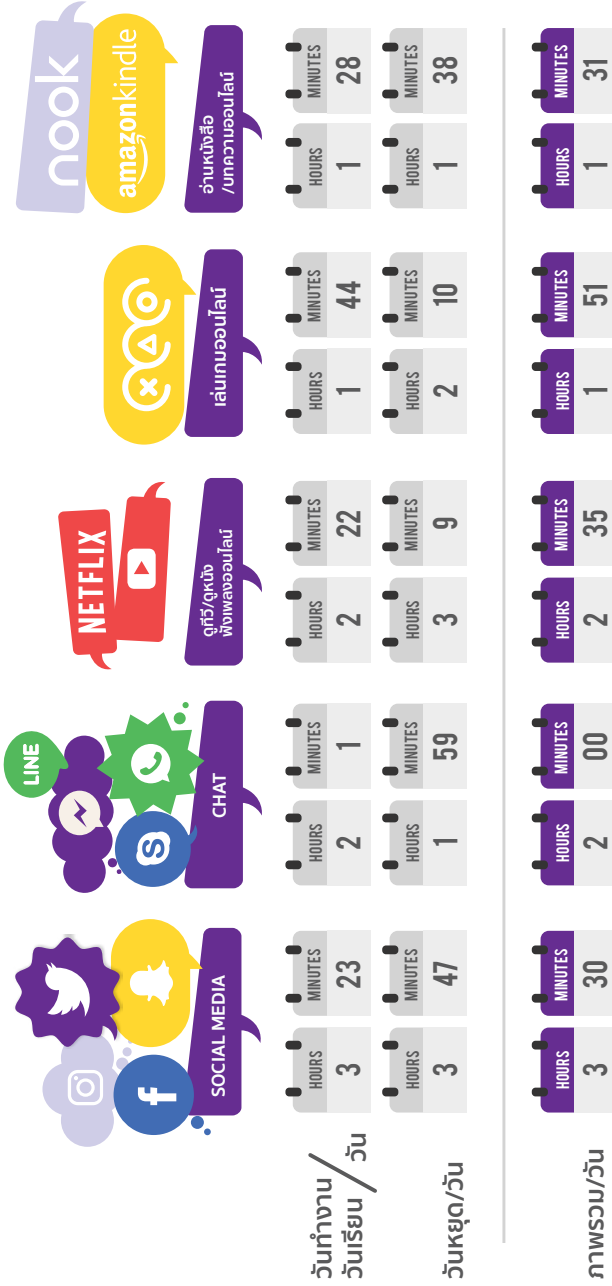


คำถามจากแบบสำรวจข้อ 9, 10 ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และ ช่วงวันหยุด ท่านใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ โดยเฉลี่ยวันละเท่าไร (ไม่นับรวม การเปิดอินเทอร์เน็ตทิ้งไว้โดยไม่มีการใช้งาน)

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้มีปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ทั้งในเรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมผ่านโครงการเน็ตประชารัฐของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกับประชาชนที่พำนักอาศัยในเมือง รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารให้มีความทันสมัย และรวดเร็วมากกว่าในอดีต โดยเฉพาะในเรื่องของการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่สามารถส่งผ่านข้อมูลทั้งภาพและเสียงได้อย่างไม่สะดุดหรือล่าช้า รวมทั้งการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันผ่านทางออนไลน์มากกว่าแบบดั้งเดิม

ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นมาก ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจในภาพ 3 พบว่า ในปีนี้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่าปีที่ผ่านมาถึง 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน และหากเปรียบเทียบแยกเป็นช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด จะเห็นได้ว่า ปี 2561 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ มากกว่าปีที่ผ่านมาเท่ากับ 3 ชั่วโมง 18 นาทีต่อวัน และใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุด มากกว่าปีที่ผ่านมาเท่ากับ 4 ชั่วโมง 6 นาทีต่อวัน

ภาพ 4 จำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน  
รายกิจกรรมการใช้งาน จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด



คำนวณจากแบบสำรวจข้อ 9, 10 ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด ท่านใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ โดยเฉลี่ยวันละเท่าไร (ไม่รวม การเปิดอินเทอร์เน็ตทิ้งไว้โดยไม่มีการใช้งาน)

จากภาพ 4 พบว่า โดยภาพรวมของกิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด อันดับแรก คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน ซึ่งข้อมูลนี้ไม่น่าแปลกใจ เพราะกรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงที่ใช้ Facebook มากเป็นอันดับ 1 ของโลก<sup>17</sup> รองลงมา คือ การดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงออนไลน์ (2 ชั่วโมง 35 นาทีต่อวัน) การพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Line, Facebook Messenger, WhatsApp, Facetime (2 ชั่วโมงต่อวัน) การเล่นเกมออนไลน์ (1 ชั่วโมง 51 นาทีต่อวัน) และการอ่านหนังสือ/บทความออนไลน์ (1 ชั่วโมง 31 นาทีต่อวัน) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณากิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุดจำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาทำกิจกรรมดังกล่าวข้างต้นในช่วงวันหยุดมากกว่าช่วงวันทำงาน ยกเว้นการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาทำกิจกรรมดังกล่าวในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือมากกว่าช่วงวันหยุด

โดยในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 23 นาทีต่อวัน รองลงมาเป็นการดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงออนไลน์ (2 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน) การพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (2 ชั่วโมง 1 นาทีต่อวัน) การเล่นเกมออนไลน์ (1 ชั่วโมง 44 นาทีต่อวัน) และการอ่านหนังสือ/บทความทางออนไลน์ (1 ชั่วโมง 28 นาทีต่อวัน) ตามลำดับ

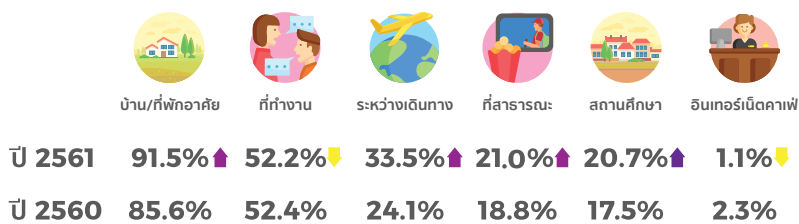
<sup>17</sup> กทม.แชมป์ใช้ Facebook ปี 2018, Ahead Asia, เผยแพร่วันที่ 23 เมษายน 2561, <https://ahead.asia/2018/04/23/%E0%B8%B4bangkok-most-fb-user-city-2018/>

ในขณะที่ช่วงวันหยุดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 47 นาทีต่อวัน รองลงมาเป็นการดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงออนไลน์ (3 ชั่วโมง 9 นาทีต่อวัน) การเล่นเกมออนไลน์ (2 ชั่วโมง 10 นาทีต่อวัน) การพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (1 ชั่วโมง 59 นาทีต่อวัน) และการอ่านหนังสือ/บทความทางออนไลน์ (1 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน) ตามลำดับ

### สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต

จากพฤติกรรมการเปลี่ยนผ่านไปสู่ชีวิตดิจิทัล นอกจากจะเห็นได้จากปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ในอีกมุมหนึ่งของสถานที่ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมใช้งาน ก็จะช่วยสะท้อนให้เห็นภาพดังกล่าวได้ด้วยเช่นกัน

ภาพ 5 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต  
จำแนกตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2560 - 2561



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 12 ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้อินเทอร์เน็ตที่ไหนเป็นส่วนใหญ่ (เลือกตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 5 จะเห็นได้ว่า ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา สถานที่ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ บ้าน/ที่พักอาศัย โดยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เลือกตอบข้อนี้สูงถึงร้อยละ 91.5 รองลงมา นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ

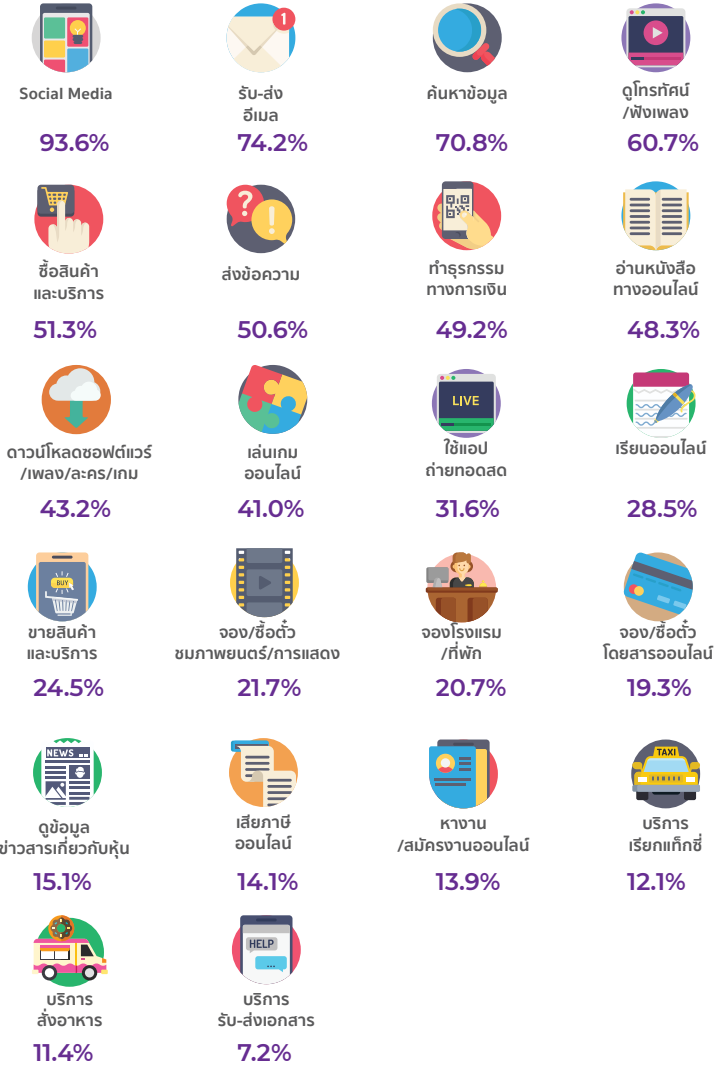
52.2 ใช้อินเทอร์เน็ตในระหว่างการเดินทาง เช่น บนรถไฟ รถเมล์ รถแท็กซี่ เรือ คิดเป็นร้อยละ 33.5 ใช้อินเทอร์เน็ตในสถานที่สาธารณะต่าง ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้างสรรพสินค้า และใช้อินเทอร์เน็ตในสถานศึกษา มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 21.0 และ 20.7 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจของปี 2561 กับปีที่ผ่านมา จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ปัจจุบันนี้คนไทยนิยมใช้อินเทอร์เน็ตนอกสถานที่มากกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งสะท้อนผ่านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการใช้อินเทอร์เน็ตในระหว่างเดินทาง ปี 2560 มีผู้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ในปี 2561 มีผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 33.5 ส่วนการใช้งานในสถานที่สาธารณะ ปี 2560 มีผู้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ในปี 2561 มีผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 21.0

### กิจกรรมการใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต

การสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามดูว่าในปีนี้มีกิจกรรมใดที่คนส่วนใหญ่นิยมทำผ่านทางออนไลน์ ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่า 5 อันดับยอดนิยมของกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตในปีนี้อยู่เหมือนกันกับปีที่ผ่านมา กล่าวคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรับ-ส่งอีเมล การค้นหาข้อมูล การดูโทรทัศน์/คูคลิปริติโอ/ฟังเพลง และการซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ ยังคงเป็นกิจกรรมที่คนส่วนใหญ่นิยมใช้งานผ่านทางออนไลน์

## ภาพ 6 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต



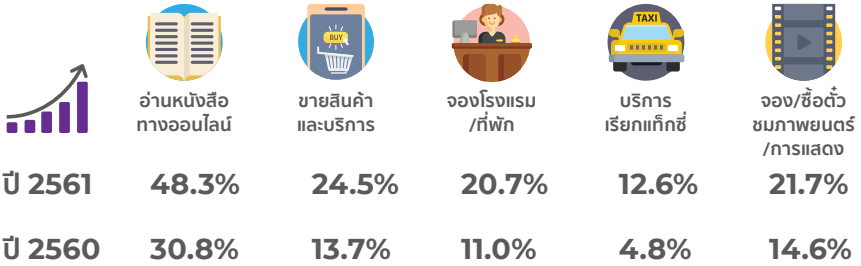
คำถามจากแบบสำรวจข้อ 13 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านทำกิจกรรมใดต่อไปนี้เป็นผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ้าง (กรุณาตอบทุกกิจกรรมที่ทำ)

จากผลการสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตยอดนิยม 10 อันดับแรก เป็นกิจกรรมที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเลือกกว่าทำกิจกรรมเหล่านี้มากกว่าร้อยละ 40 แทบทั้งสิ้น ดังแสดงในภาพ 6 พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบข้อนี้มากที่สุด (ร้อยละ 93.6) รองลงมาเป็นการรับ-ส่งอีเมล (ร้อยละ 74.2) การค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 70.8) การดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ฟังเพลงทางออนไลน์ (ร้อยละ 60.7) และการซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ (ร้อยละ 51.3) ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ายินดีว่าการซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ติดอันดับ 1 ใน 5 ของกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตยอดนิยมเป็นปีที่ 2 แล้ว ด้วยสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2560 มีผู้ตอบว่าซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 50.8 และในปี 2561 มีผู้ตอบข้อนี้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51.3

ส่วนอีก 5 อันดับถัดมา ได้แก่ การส่งข้อความทางออนไลน์ (ร้อยละ 50.6) การทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น Internet Banking, Mobile Banking (ร้อยละ 49.2) การอ่านหนังสือทางออนไลน์ (ร้อยละ 48.3) การดาวน์โหลดซอฟต์แวร์/เพลง/ละคร/เกม (ร้อยละ 43.2) และการเล่นเกมออนไลน์ (ร้อยละ 41.0)



ภาพ 7 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งาน  
ผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด 5 อันดับแรก ปี 2560 - 2561



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 13 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านทำกิจกรรมใดต่อไปนี้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ้าง (กรุณาตอบทุกกิจกรรมที่ทำ)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เพื่อดูว่ามีกิจกรรมใดที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปีนี้นี้บ้าง

จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 7 พบว่า กิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด 5 อันดับแรก โดยอันดับที่ 1 ได้แก่ การอ่านหนังสือทางออนไลน์ ปี 2561 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 48.3 ในขณะที่ปี 2560 มีผู้เลือกตอบข้อนี้เพียงร้อยละ 30.8 เท่านั้น

อันดับที่ 2 ได้แก่ การขายสินค้าและบริการ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 24.5 ในขณะที่ปี 2560 มีผู้เลือกตอบข้อนี้เพียงร้อยละ 13.7

อันดับที่ 3 ได้แก่ การจองโรงแรม/ที่พัก มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 20.7 ในขณะที่ปี 2560 มีผู้เลือกตอบข้อนี้เพียงร้อยละ 11.0

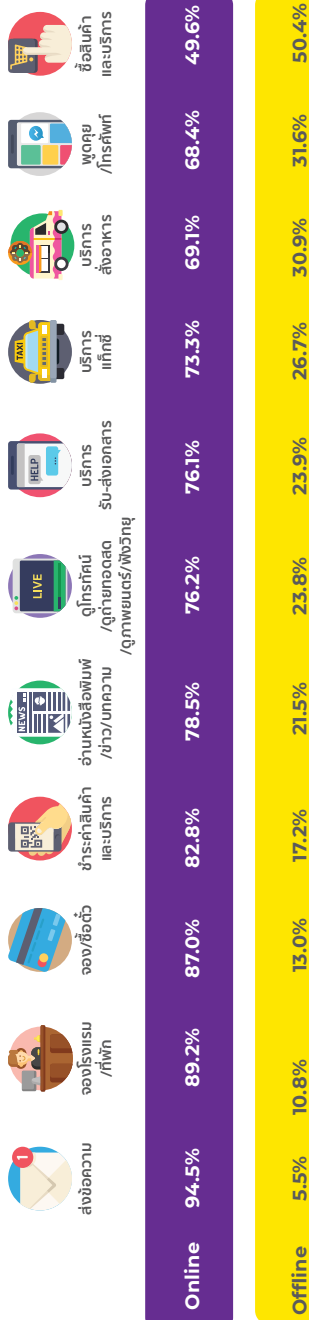
อันดับที่ 4 ได้แก่ บริการเรียกรถแท็กซี่ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 12.6 ในขณะที่ปี 2560 มีผู้เลือกตอบข้อนี้เพียงร้อยละ 4.8

อันดับที่ 5 ได้แก่ การจอง/ซื้อตั๋วชมภาพยนตร์/การแสดง มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 21.7 ในขณะที่ปี 2560 มีผู้เลือกตอบข้อนี้เพียงร้อยละ 14.6

## การเปลี่ยนผ่านไปสู่ชีวิตดิจิทัล (Digital Transformation)

การสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในปีนี้ ยังคงตามติดพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในแง่มุมต่าง ๆ เช่น การส่งข้อความข้อความผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS: Short Message Service) การจองโรงแรม/ที่พัก การจอง/ซื้อตั๋วโดยสาร การชำระค่าสินค้าและบริการ การอ่านหนังสือ การดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ดูถ่ายทอดสด ฟังเพลง การรับ-ส่งเอกสาร บริการเรียกรถแท็กซี่ บริการโทรศัพท์สั่งอาหาร การพูดคุย/โทรศัพท์ และการซื้อสินค้าและบริการ เปรียบเทียบกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ว่ามีการเปลี่ยนผ่านไปสู่ชีวิตดิจิทัลมากน้อยแค่ไหน

ภาพ 8 ร้อยละของการทำกิจกรรมต่าง ๆ  
เปรียบเทียบระหว่างวิธีการออนไลน์กับออฟไลน์



คำนิยามจากแบบสำรวจข้อ 13 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านทำกิจกรรมใดต่อไปผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ้าง (กรุณาตอบทุกกิจกรรมที่ทำ)  
หมายเหตุ: ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต อาจจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ครบทุกกิจกรรมดังนี้ในการประมวลผลจึงเป็นการคำนวณร้อยละของแต่ละกิจกรรม

ปัจจุบันคนไทยเปลี่ยนผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไปสู่ออนไลน์มากขึ้น เช่น การส่งข้อความ การจองโรงแรม การซื้อตั๋วโดยสาร การชำระค่าสินค้าและบริการ การอ่านหนังสือ การดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลง บริการส่งเอกสาร บริการเรียกแท็กซี่ บริการสั่งอาหาร จากผลการสำรวจ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าทำกิจกรรมเหล่านี้ผ่านทางออนไลน์มากกว่าแบบดั้งเดิมแทบทั้งสิ้น

ดังจะเห็นได้จากภาพ 8 พบว่า ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทำกิจกรรมต่าง ๆ ทุกกิจกรรมผ่านทางออนไลน์มากกว่าวิธีการแบบดั้งเดิม โดยมีสัดส่วนของการทำกิจกรรมแต่ละกิจกรรมผ่านทางออนไลน์มากกว่าร้อยละ 68 ยกเว้นการซื้อสินค้าและบริการที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่ยังนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออฟไลน์มากกว่าการซื้อผ่านทางออนไลน์ ด้วยสัดส่วนที่แตกต่างกันเพียงเล็กน้อย กล่าวคือ มีผู้ตอบว่าซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออฟไลน์ คิดเป็นร้อยละ 50.4 และซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 49.6

ส่วนกิจกรรมที่มีการเปลี่ยนผ่านไปสู่ชีวิตดิจิทัลมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การส่งข้อความ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าใช้วิธีการส่งข้อความผ่านแชทออนไลน์ เช่น Line, Facebook Messenger มากเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 94.5 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ตอบว่ายังส่งข้อความแบบดั้งเดิม เช่น การส่งผ่าน SMS เพียงร้อยละ 5.5 เท่านั้น

อันดับที่ 2 การจองโรงแรม/ที่พัก มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าใช้วิธีการจองโรงแรม/ที่พักผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 89.2 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ตอบว่าจองโรงแรม/ที่พักผ่านตัวแทน คิดเป็นร้อยละ 10.8

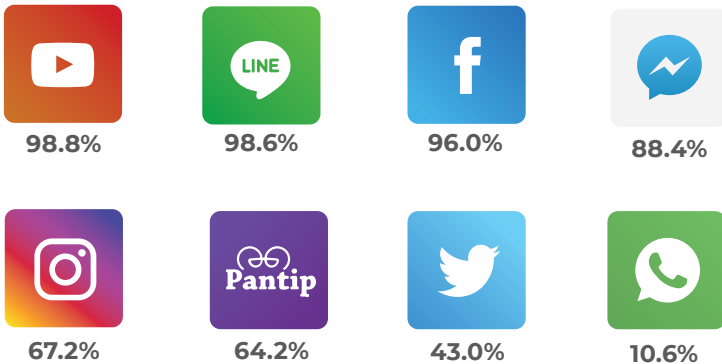
อันดับที่ 3 ได้แก่ การจอง/ซื้อตั๋วโดยสาร มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าจอง/ซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 87.0 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ตอบว่าจอง/ซื้อตั๋วโดยสารผ่านตัวแทน ตู้ขายตั๋ว คิดเป็นร้อยละ 13.0

อันดับที่ 4 การชำระค่าสินค้าและบริการ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ เช่น e-Wallet, Internet Banking, Mobile Banking คิดเป็นร้อยละ 82.8 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบออฟไลน์ เช่น จ่ายบิลผ่านตู้ ATM จ่ายผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 17.2

อันดับที่ 5 การอ่านหนังสือพิมพ์/ข่าว/บทความ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าอ่านหนังสือพิมพ์/ข่าว/บทความผ่านทางออนไลน์หรือ e-Book คิดเป็นร้อยละ 78.5 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าอ่านหนังสือพิมพ์/ข่าว/บทความที่พิมพ์ด้วยกระดาษ คิดเป็นร้อยละ 21.5

## การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และชุมชนออนไลน์ (Online Community)

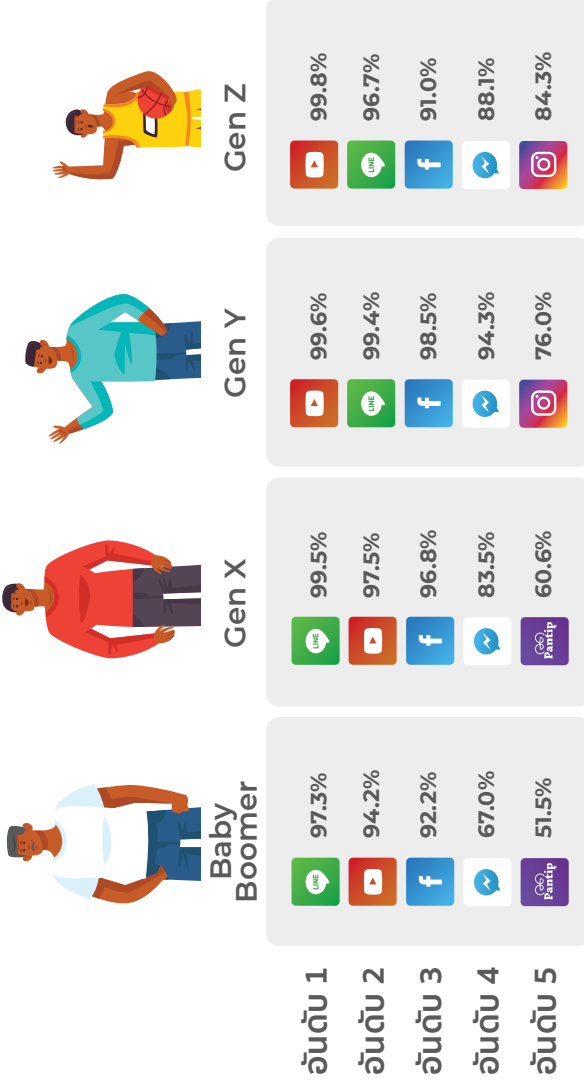
ภาพ 9 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามประเภทของ  
สื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 14 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาท่านใช้ Social Media/Online Community ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 9 พบว่า YouTube, Line และ Facebook ยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมที่ครองใจคนไทยในยุคนี้ และมีผู้ใช้งานมากเป็น 3 อันดับแรก โดยมีสัดส่วนผู้ตอบที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้ อันดับที่ 1 YouTube มีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 98.8 อันดับที่ 2 Line (ร้อยละ 98.6) และอันดับที่ 3 Facebook (ร้อยละ 96.0) ถัดมาเป็น Facebook Messenger (ร้อยละ 88.4) Instagram (ร้อยละ 67.2) Pantip ซึ่งเป็นชุมชนออนไลน์หนึ่งเดียวของไทย (ร้อยละ 64.2) Twitter (ร้อยละ 43.0) และ WhatsApp (ร้อยละ 10.6) ตามลำดับ

ภาพ 10 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายงานแอนเดรชัน เปรียบเทียบตามประเภทของสื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 14 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาท่านใช้ Social Media/Online Community ดังต่อไปนี้มากที่สุดน้อยเพียงใด

จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 10 เมื่อพิจารณาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา รายงานเนอเรชั่นจะเห็นได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรกของกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ได้แก่ YouTube เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ Gen Y และ Gen Z นิยมใช้กันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99.6 และ 99.8 ตามลำดับ อันดับที่ 2 คือ Line คิดเป็นร้อยละ 99.4 และ 96.7 ตามลำดับ อันดับที่ 3 คือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 98.5 และ 91.0 ตามลำดับ อันดับที่ 4 คือ Facebook Messenger คิดเป็นร้อยละ 94.3 และ 88.1 ตามลำดับ และอันดับที่ 5 คือ Instagram คิดเป็นร้อยละ 76.0 และ 84.3 ตามลำดับ

ส่วนสื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรกของกลุ่ม Baby Boomer และ Gen X ได้แก่ Line เป็นแอปพลิเคชันที่กลุ่ม Baby Boomer และ Gen X นิยมใช้งานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.3 และ 99.5 ตามลำดับ อันดับที่ 2 คือ YouTube คิดเป็นร้อยละ 94.2 และ 97.5 ตามลำดับ ส่วนอันดับที่ 3 คือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 92.2 และ 96.8 ตามลำดับ อันดับที่ 4 คือ Facebook Messenger คิดเป็นร้อยละ 67.0 และ 83.5 ตามลำดับ และอันดับที่ 5 คือ Pantip คิดเป็นร้อยละ 51.5 และ 60.6 ตามลำดับ

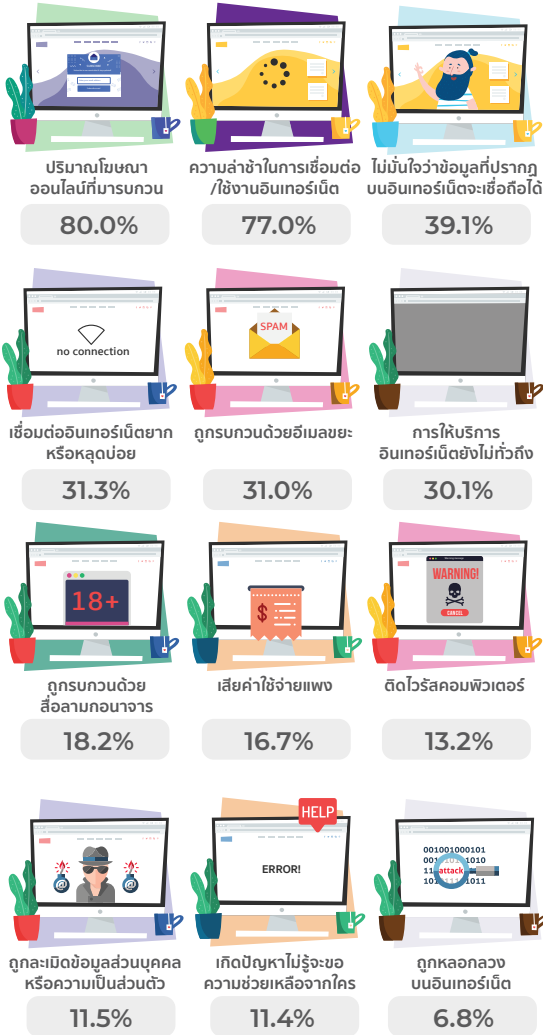
ดังนั้นนักการตลาดหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ควรจะต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายของตน นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทใดในชีวิตประจำวัน เพื่อจะได้เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย



## ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ต

ด้วยปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี อะไรที่เป็นปัญหากวนใจผู้ใช้งานบ้าง ในหัวข้อนี้จึงเป็นการนำเสนอปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประสบพบเจอ ทั้งที่เป็นปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ เช่น ความล่าช้าในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การให้บริการอินเทอร์เน็ตไม่ทั่วถึง หรือปัญหาด้านสังคม เช่น การถูกรบกวนด้วยสื่อบริการอินเทอร์เน็ต การถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

ภาพ 11 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามปัญหาที่เกิดจาก  
การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 15 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของท่าน ท่านพบปัญหาใดจากการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

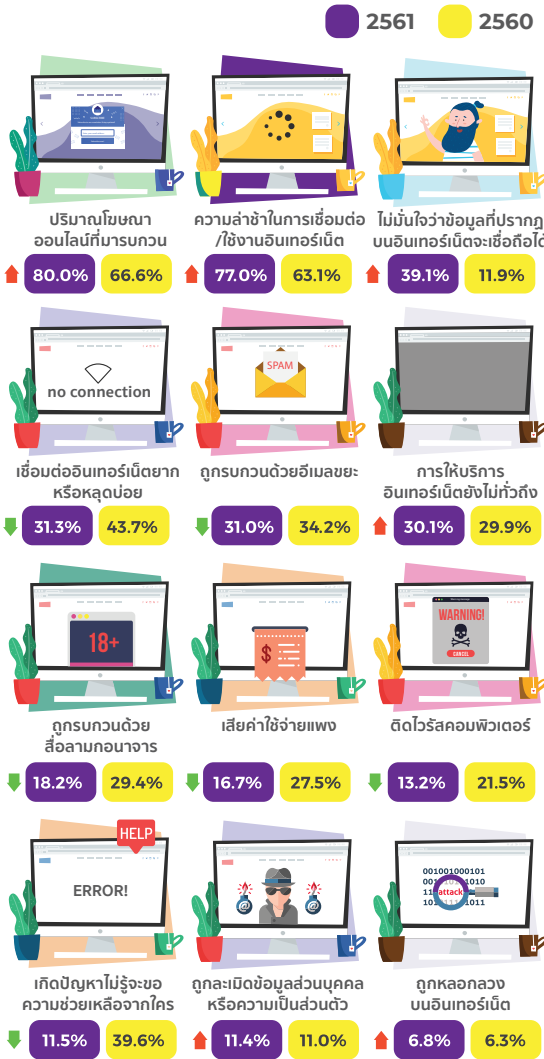
จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 11 พบว่า ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญในอันดับต้น ๆ ได้แก่ ปริมาณโฆษณาที่มารบกวนในขณะที่กำลังใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยมีผู้ที่ตอบว่าประสบปัญหานี้มากถึงร้อยละ 80.0 รองลงมา เป็นปัญหาความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 77.0) ความไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้ (ร้อยละ 39.1) การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยากหรือหลุดบ่อย (ร้อยละ 31.3) การถูกรบกวนด้วยอีเมลขยะ (ร้อยละ 31.0) และการให้บริการอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง (ร้อยละ 30.1)

เป็นที่น่าสังเกตว่าจากปัญหาทั้ง 6 อันดับข้างต้น ครึ่งหนึ่งจะเป็นปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความล่าช้าในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยาก/หลุดบ่อย และการให้บริการอินเทอร์เน็ตไม่ทั่วถึง ทั้ง ๆ ที่ภาครัฐพยายามขยายโอกาสในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านนโยบายไทยแลนด์ 4.0 แล้วก็ตามที

ทั้งนี้ปัญหาเรื่องของความล่าช้าในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต หรือ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยาก/หลุดบ่อยนั้น ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นปัญหาด้าน โครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ แต่อีกส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากการที่มีผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น จึงเกิดการแย่งสัญญาณกันในบางพื้นที่ หรืออาจจะ มาจากการที่ความอดทนในการรอของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีค่อนข้างต่ำ ทำให้ ผู้ใช้งานรู้สึกว่ายินเทอร์เน็ตช้าก็เป็นได้

ส่วนปัญหาเรื่องความไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะ เชื่อถือได้หรือไม่นั้น ส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่ม มากขึ้นด้วยเช่นกัน จึงส่งผลให้มีการแชร์หรือส่งต่อข้อมูลกันมากมาย มีทั้ง ข้อมูลที่เป็นเรื่องจริงและเท็จ ดังนั้นก่อนที่จะแชร์หรือส่งต่อข้อมูลให้ใคร ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงควรจะต้องตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาก่อน เพื่อให้มั่นใจ ว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง มาจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ และไม่สร้างความ เดือดร้อนให้ผู้อื่น

ภาพ 12 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามปัญหาที่เกิดจากการทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ปี 2560 - 2561



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 15 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาการทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของท่าน ท่านพบปัญหาใดจากการทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เมื่อพิจารณาผลการสำรวจปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตของปีนี้เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ดังแสดงในภาพ 12 สามารถจัดกลุ่มของปัญหาได้เป็น 2 กลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มของปัญหาที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว และกลุ่มของปัญหาที่มีสัดส่วนลดลงในปีนี้

กลุ่มของปัญหาที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ตอบว่าปัญหาดังกล่าวมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นในปีนี้ได้แก่ อันดับที่ 1 ความไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้ ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 39.1 และในปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.9 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 27.2

อันดับที่ 2 ความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 77.0 ในขณะที่ปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 63.1 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 13.9

อันดับที่ 3 ปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวน ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 80.0 ในขณะที่ปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 66.6 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 13.4

อันดับที่ 4 การถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล หรือความเป็นส่วนตัว ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ในขณะที่ปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 6.3 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 0.5

อันดับที่ 5 การถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล หรือความเป็นส่วนตัว ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 11.4 ในขณะที่ปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.0 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 0.4

อันดับที่ 6 การให้บริการอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 30.1 ในขณะที่ปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 29.9 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 0.2

ส่วนกลุ่มของปัญหาที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ตอบว่า ปัญหาดังกล่าวมีสัดส่วนลดลงจากปีที่แล้ว อันดับที่ 1 ได้แก่ เมื่อเกิดปัญหาไม่รู้ว่าไปขอความช่วยเหลือจากใคร ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 11.5 แต่ในปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 39.6 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ลดลงร้อยละ 28.1

อันดับที่ 2 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยากหรือหลุดบ่อย ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 31.3 แต่ในปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 43.7 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ลดลงร้อยละ 12.4

อันดับที่ 3 การถูกรบกวนด้วยสื่อบริการโฆษณา ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 18.2 แต่ในปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.4 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ลดลงร้อยละ 11.2

อันดับที่ 4 ค่าใช้บริการแพง ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 16.7 โดยในปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.5 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ลดลงร้อยละ 10.8.

อันดับที่ 5 การติดไวรัสคอมพิวเตอร์ ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 13.2 โดยในปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.5 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ลดลงร้อยละ 8.3

อันดับที่ 6 การถูกรบกวนด้วยอีเมลขยะ ในปี 2561 มีผู้เลือกตอบข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 31.0 โดยในปี 2560 ปัญหานี้มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 34.2 หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ลดลงร้อยละ 3.2





# 02

## เจาะลึกพฤติกรรม การใช้งานอินเทอร์เน็ต รายเจนเนอเรชัน

## เจาะลึกพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต รายเงินเนอเรชั่น

ในส่วนนี้จะเป็นการเจาะลึกพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต โดยจำแนกตามเงินเนอเรชั่น เพื่อดูพฤติกรรมในเรื่องกิจกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตยอดฮิตของแต่ละเงินเนอเรชั่น กิจกรรมใดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด รวมทั้งปัญหาต่าง ๆ ที่ประสบจากการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งพฤติกรรมดังที่กล่าวมาจะแตกต่างกันไปตามเงินเนอเรชั่นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ทั้งนี้ผลจากการสำรวจในส่วนนี้ จะช่วยให้ภาครัฐและภาคเอกชนได้เข้าใจความต้องการของแต่ละเงินเนอเรชั่นได้ดีขึ้น เพื่อให้ภาครัฐได้ออกนโยบายมารองรับการใช้งานหรือกำหนดมาตรการที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่ผู้ใช้งานประสบอยู่ รวมทั้งในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์เรื่องต่าง ๆ ภาครัฐสามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารทางออนไลน์กับผู้ใช้งานในแต่ละเงินเนอเรชั่นได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ในส่วนของภาคเอกชน สามารถนำข้อมูลจากการสำรวจนี้ไปใช้ประกอบการจัดทำแผนธุรกิจ แผนส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ตอบโจทย์ผู้รับบริการในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ถูกที่และถูกเวลา (ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้จากตาราง 1 - 4 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

ภาพ 13 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Gen Z



Gen Z คือ เด็กที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 เป็นต้นไป และเป็นเจนเนอเรชันที่เกิดมาถือภูมิล้อมไปด้วยเทคโนโลยีแล้ว จากผลการสำรวจดังแสดงในภาพ 13 พบว่า กิจกรรมยอดฮิตของคนวัยนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram (ร้อยละ 92.5) รองลงมา คือ การค้นหาข้อมูลประกอบการทำงาน/การเรียนหนังสือ (ร้อยละ 76.1) และการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line, Facebook Messenger, Face Time (ร้อยละ 71.6) ตามลำดับ โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น Gen Z ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 2 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

เมื่อพิจารณาว่ากิจกรรมใดที่คนวัยนี้ใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยแบ่งออกเป็นช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด จากผลการสำรวจพบว่า ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ Gen Z จะใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 16 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น YouTube, Netflix, Spotify (2 ชั่วโมง 41 นาทีต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการเล่นเกมออนไลน์ (1 ชั่วโมง 59 นาทีต่อวัน)

ส่วนช่วงวันหยุดพักผ่อน Gen Z จะใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ แต่จะใช้เวลาในการทำแต่ละกิจกรรมมากกว่าในวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ โดยใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์มากเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 1 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ (3 ชั่วโมง 26 นาทีต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการเล่นเกมออนไลน์ (2 ชั่วโมง 15 นาทีต่อวัน) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 3 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่ Gen Z พบเจอมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 82.1) รองลงมา เป็นปัญหาปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวน (ร้อยละ 75.4) และไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้ (ร้อยละ 38.1) โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น Gen Z ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 4 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)



ภาพ 14 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Gen Y



Gen Y คือ คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2524 - 2543 เป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 14 พบว่า กิจกรรมยอดฮิตของคนวัยนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram (ร้อยละ 96.7) รองลงมา คือ การรับ-ส่งอีเมล (ร้อยละ 76.0) และการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line, Facebook Messenger, Face Time (ร้อยละ 74.0) ตามลำดับ โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น Gen Y ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 2 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

เมื่อพิจารณาดูว่ากิจกรรมใดที่คนวัยนี้ใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยแบ่งออกเป็นช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด จากผลการสำรวจ พบว่า ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ Gen Y จะใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 45 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น YouTube, Netflix, Spotify (2 ชั่วโมง 28 นาทีต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line, Facebook Messenger, Face Time (2 ชั่วโมง 6 นาทีต่อวัน)

ส่วนช่วงวันหยุดพักผ่อน Gen Y จะใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ มากกว่าวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ โดยใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์มากเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 12 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ (3 ชั่วโมง 21 นาทีต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการเล่นเกมออนไลน์ (2 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 3 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)





ภาพ 15 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Gen X



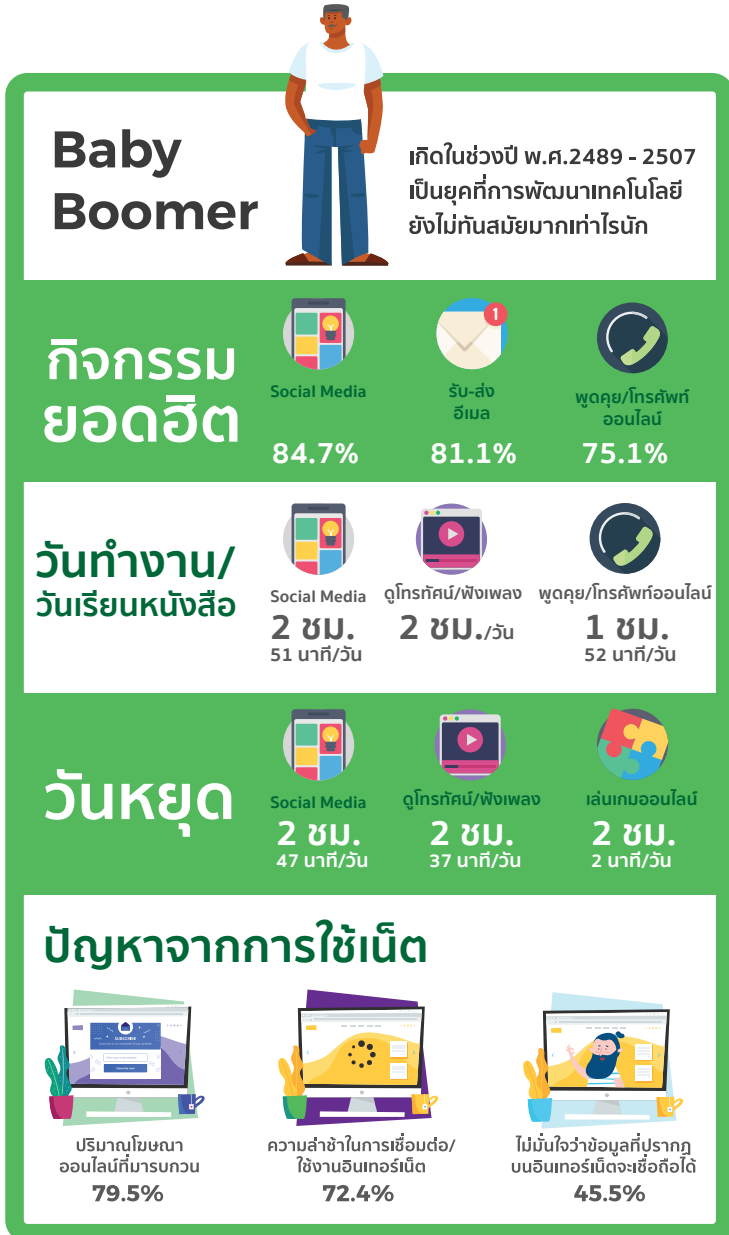
Gen X คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2508 - 2523 เป็นยุคที่มีการพัฒนาไอทีให้มีความทันสมัยมากขึ้นกว่ากลุ่ม Baby Boomer จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 15 พบว่า กิจกรรมยอดฮิตของคนวัยนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram (ร้อยละ 91.2) รองลงมา คือ การรับ-ส่งอีเมล (ร้อยละ 86.5) และการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line, Facebook Messenger, Face Time (ร้อยละ 75.9) ตามลำดับ โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น Gen X ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 2 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

เมื่อพิจารณาว่ากิจกรรมใดที่คนวัยนี้ใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยแบ่งออกเป็นช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด จากผลการสำรวจ พบว่า ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ Gen X จะใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 57 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น YouTube, Netflix, Spotify (1 ชั่วโมง 59 นาทีต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ (1 ชั่วโมง 58 นาทีต่อวัน)

ส่วนช่วงวันหยุดพักผ่อน Gen X จะใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ แต่จะใช้เวลาในการทำแต่ละกิจกรรมมากกว่าในวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ โดยใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์มากเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 2 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ (2 ชั่วโมง 40 นาทีต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ (1 ชั่วโมง 52 นาทีต่อวัน) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 3 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่ Gen X พบเจอมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวน (ร้อยละ 80.6) รองลงมา เป็นปัญหาเรื่องความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 71.9) และไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้ (ร้อยละ 41.5) โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น Gen X ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 4 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

ภาพ 16 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ Baby Boomer



Baby Boomer คือ คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2489 - 2507 เป็นยุคที่การพัฒนาเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยมากเท่าไรนัก จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 16 พบว่า กิจกรรมยอดฮิตของคนวัยนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram (ร้อยละ 84.7) รองลงมา คือ การรับ-ส่งอีเมล (ร้อยละ 81.1) และการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line, Facebook Messenger, Face Time (ร้อยละ 75.1) ตามลำดับ โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น Baby Boomer ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 2 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

เมื่อพิจารณาดูว่ากิจกรรมใดที่คนวัยนี้ใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยแบ่งออกเป็นช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด จากผลการสำรวจ พบว่า ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ Baby Boomer จะใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 51 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น YouTube, Netflix, Spotify (2 ชั่วโมงต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ (1 ชั่วโมง 52 นาทีต่อวัน)

ส่วนช่วงวันหยุดพักผ่อน Baby Boomer จะใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ มากกว่าในวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ โดยใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์มากเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 47 นาทีต่อวัน อันดับที่ 2 เป็นการดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงทางออนไลน์ (2 ชั่วโมง 37 นาทีต่อวัน) และอันดับที่ 3 เป็นการเล่นเกมออนไลน์ (2 ชั่วโมง 2 นาทีต่อวัน) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 3 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่ Baby Boomer พบเจอมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวน (ร้อยละ 79.5) รองลงมา เป็นปัญหาเรื่องความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 72.4) และไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้ (ร้อยละ 45.5) โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น Baby Boomer ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 4 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)



# 03

เปิดพฤติกรรมที่  
สัมพันธ์ต่อการถูก  
ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

## เปิดพฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล<sup>18</sup>

ดังที่ทุกท่านทราบกันดีอยู่แล้วว่าทุกอย่างในโลกนี้ล้วนมี 2 ด้านเสมอฉันใดฉันนั้น การใช้อินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน นอกจากจะมีประโยชน์มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมากขึ้น การทำธุรกรรมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนจากออฟไลน์มาสู่ออนไลน์ การส่งผ่านความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้งาน ในทางกลับกันการใช้เน็ตก็มีด้านมืดหรือด้านที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายหรือความไม่ปลอดภัยให้กับผู้ใช้งานได้ด้วยเช่นกัน หากผู้ใช้เน็ตขาดความระมัดระวัง ขาดความตระหนัก หรืออาจจะเกิดจากความไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ รวมทั้งอาจจะรู้ไม่เท่าทันผู้ร้ายหรือผู้ที่ไม่ประสงค์ดีก็ตาม

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์ ทำให้มีปริมาณข้อมูลมากมายมหาศาลไหลเวียนอยู่ในระบบ ทั้งที่เป็นข้อมูลทั่วไปสามารถเปิดเผยได้ รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจากผลการสำรวจปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ต ดังแสดงในภาพ 12 พบว่า ปัญหาการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

โดยปัญหาการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 6.3 เป็นร้อยละ 6.8 ในปี 2561 และปัญหาการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 11.0 เป็นร้อยละ 11.4 ในปี 2561 เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการที่ผู้ใช้เน็ต

---

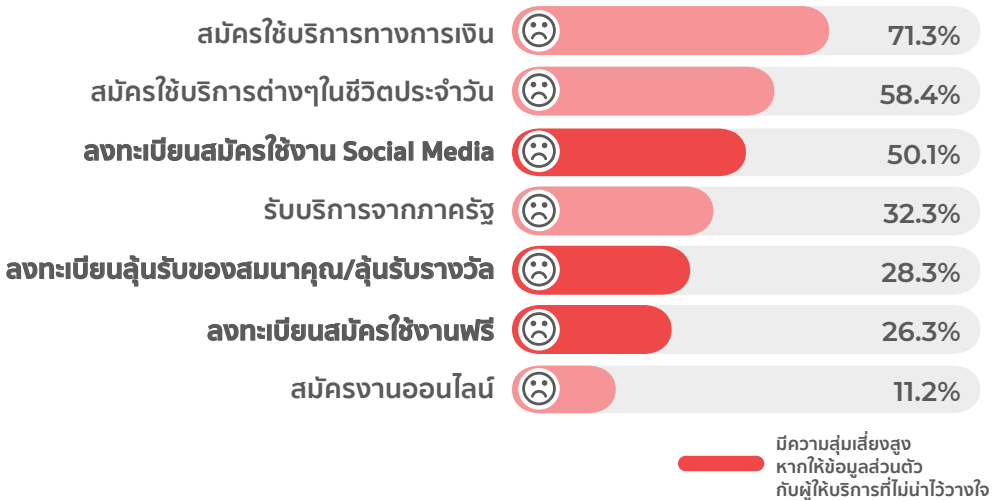
<sup>18</sup> ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อเท็จจริงใด ๆ ที่สามารถระบุหรือยืนยันความเป็นตัวบุคคล ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เช่น ชื่อ วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ ข้อมูลบัตรเครดิต, คลังความรู้/ศัพท์ชวนรู้, สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), <https://www.etcha.or.th/terminology-detail/1207.html>



อาจจะไม่ให้ความสำคัญหรือไม่มีความตระหนักมากพอในการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง จนทำให้ปัญหาดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

## คนไทยนิยมให้ข้อมูลส่วนตัวผ่านกิจกรรมใด

ภาพ 17 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกิจกรรมที่มีการให้ข้อมูลส่วนบุคคล



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 17 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยให้ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ เลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต ในการทำกิจกรรมใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 17 พบว่า ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าเคยให้ข้อมูลส่วนบุคคลผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ทางออนไลน์ เช่น การสมัครใช้บริการทางการเงิน เช่น Internet Banking, Mobile Banking, PromptPay, e-Wallet คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือ การสมัครใช้บริการต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ตรวจสอบประวัติการใช้โทรศัพท์ การซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์

(ร้อยละ 58.4) การลงทะเบียนสมัครใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook, Instagram, LINE, YouTube (ร้อยละ 50.1) การให้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรับบริการจากภาครัฐ เช่น การเสียภาษีออนไลน์ การจดทะเบียนนิติบุคคล (ร้อยละ 32.3) การลงทะเบียนเพื่อลุ้นรับของสมนาคุณ/ลุ้นรับรางวัล (ร้อยละ 28.3) การลงทะเบียนสมัครใช้บริการต่าง ๆ ที่ให้ทดลองใช้งานฟรี (ร้อยละ 26.3) และการสมัครงานทางออนไลน์ (ร้อยละ 11.2) ตามลำดับ

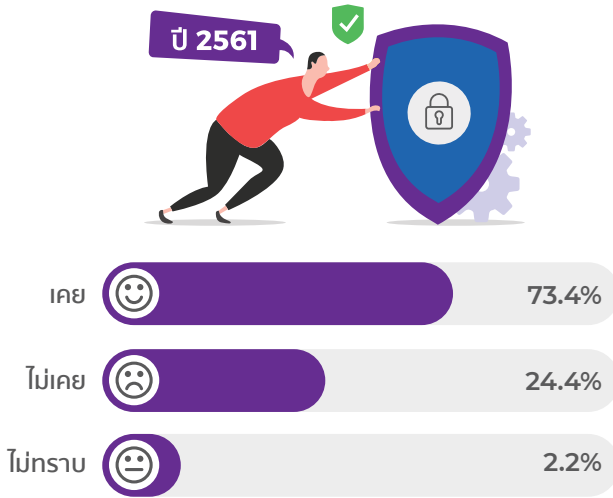
ทั้งนี้กิจกรรมที่อาจมีความเสี่ยงสูงต่อการถูกนำเอาข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ในทางที่ไม่ดี คือ การลงทะเบียนสมัครใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ การลงทะเบียนเพื่อลุ้นรับของสมนาคุณ/ลุ้นรับรางวัล และการสมัครใช้บริการต่าง ๆ ที่ให้ทดลองใช้งานฟรี หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลส่วนตัวกับผู้ให้บริการที่ไม่น่าไว้วางใจ หรือการที่เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบางอันมีการถามข้อมูลส่วนตัวก่อนการใช้งาน ไม่ว่าจะป็น ชื่อ ที่อยู่ อีเมล รูปภาพ ความสนใจ เป็นต้น และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็ยินยอมให้ข้อมูลดังกล่าวโดยไม่ได้ตระหนักถึงภัยหรืออันตรายที่อาจจะส่งผลต่อตัวเจ้าของข้อมูลก็เป็นได้

เมื่อพิจารณารายเงินเนอร์ซัน เจาะลึกในกิจกรรมที่อาจมีความเสี่ยงสูงต่อการถูกนำเอาข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ในทางที่ไม่ดี เช่น การลงทะเบียนสมัครใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ การลงทะเบียนเพื่อลุ้นรับของสมนาคุณ/ลุ้นรับรางวัล และการสมัครใช้บริการต่าง ๆ ที่ให้ทดลองใช้งานฟรี จะเห็นได้ว่า Gen Z ที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงที่สุดในบางกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น ไม่ว่าจะป็นการลงทะเบียนสมัครใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีผู้ตอบข้อนี้ที่เป็น Gen Z สูงถึงร้อยละ 65.7 และการสมัครใช้บริการต่าง ๆ ที่ให้ทดลองใช้งานฟรี มีผู้ตอบข้อนี้ที่เป็น Gen Z สูงถึงร้อยละ 35.1 ส่วนการลงทะเบียนเพื่อลุ้นรับของสมนาคุณ/ลุ้นรับรางวัล มีผู้ตอบข้อนี้ที่เป็น Gen Y เลือกตอบข้อนี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.9 (สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้จากตาราง 5 ในตารางสถิติท้ายเล่ม)

ดังนั้นการรู้เท่าทันเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นในการใช้งานสื่อออนไลน์ เพราะเทคโนโลยีมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นหากผู้ใช้งานไม่มีการเรียนรู้และทำความเข้าใจแล้ว อาจจะเป็นเหยื่อได้โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน (Gen Z) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเจนเนอเรชันอื่น ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้จึงควรจัดทำหลักสูตร หรือจัดทำสื่อการเรียนการสอน/สื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้ภาษาที่สื่อสารเข้าใจได้ง่ายเหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย และกระจายผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของแต่ละเจนเนอเรชัน เพื่ออบรมให้ความรู้หรือเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รู้เท่าทันภัยออนไลน์ทั้งหลายที่มาในหลากหลายรูปแบบ และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างปลอดภัย

## การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์

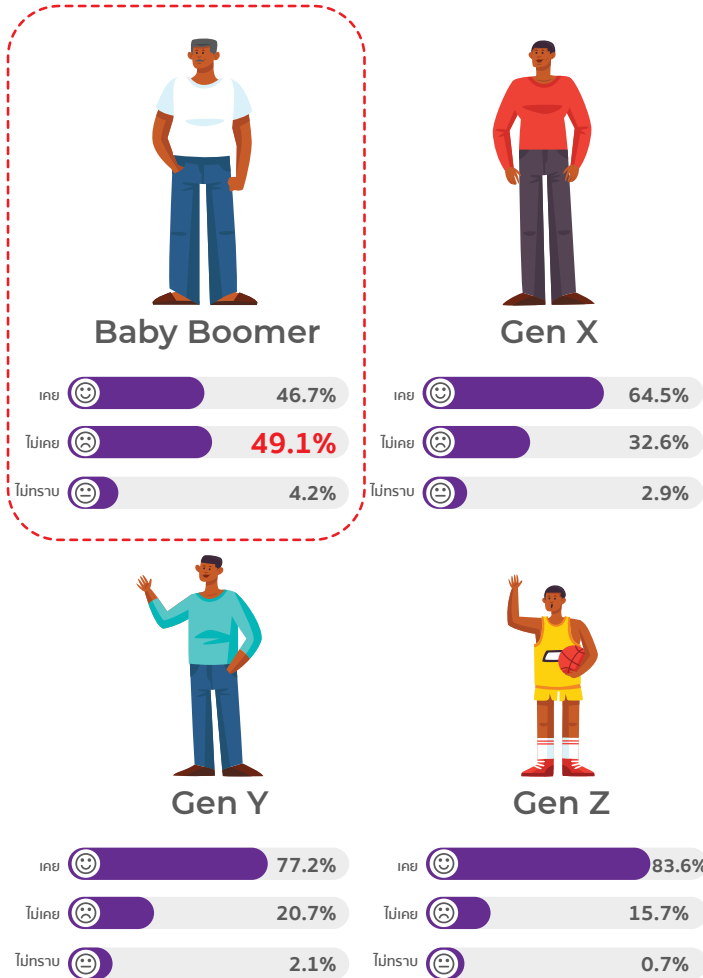
ภาพ 18 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามพฤติกรรมการใช้การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 22 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว (Privacy) กับข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ เช่น อายุ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รูปภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับฉัน บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือไม่

จากผลสำรวจ ดังแสดงในภาพ 18 พบว่า ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ตอบว่าเคยแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวกับข้อมูลส่วนบุคคล เช่น อายุ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รูปภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับฉัน บนสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 73.4 มีผู้ตอบว่าไม่เคยแก้ไข (ร้อยละ 24.4) และไม่ทราบวิธีการแก้ไข (ร้อยละ 2.2) ตามลำดับ

ภาพ 19 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอเรชัน จำแนกตาม  
พฤติกรรมการแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์

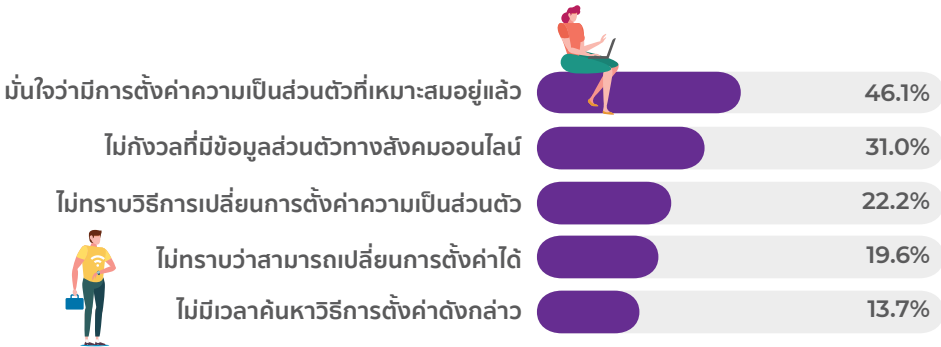


คำถามจากแบบสำรวจข้อ 22 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว (Privacy) กับข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ เช่น อายุ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รูปภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับฉัน บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือไม่

จากภาพ 19 เมื่อจำแนกพฤติกรรมการแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละเจนเนอเรชัน พบว่า Gen Z, Gen Y และ Gen X เป็นกลุ่มที่มีความตระหนักในการแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวกับข้อมูลส่วนตัวมากกว่ากลุ่ม Baby Boomer โดย Gen Z เคยแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 83.6 ในขณะที่ Gen Y และ Gen X เคยแก้ไขการตั้งค่าดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 77.2 และ 64.5 ตามลำดับ

จากผลการสำรวจ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเจนเนอเรชันที่น่าเป็นห่วงเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวมากที่สุด คือกลุ่ม Baby Boomer เนื่องจากร้อยละ 49.1 ของกลุ่มนี้ ตอบว่าไม่เคยแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว จึงเป็นข้อบกพร่องสำหรับเจนเนอเรชันนี้ที่อาจจะถูกนำข้อมูลส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นวันเดือนปีเกิด หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ รูปภาพ ไปใช้ในทางที่ผิดหรืออาจก่อให้เกิดอันตรายกับเจ้าของข้อมูลได้

## ภาพ 20 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามสาเหตุที่ไม่เคยตั้งค่า ความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 23 สาเหตุใดที่ทำให้ท่านไม่เคยตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 20 พบว่า สาเหตุที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่ไม่เคยตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ใช้บริการอยู่ มีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวที่เหมาะสมดีอยู่แล้ว โดยมีผู้ตอบข้อนี้คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมาคือ ไม่มีความกังวลกับการที่มีข้อมูลส่วนตัวทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 31.0) ไม่ทราบวิธีการเปลี่ยนการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว (ร้อยละ 22.2) ไม่ทราบว่าสามารถเปลี่ยนการตั้งค่าได้ (ร้อยละ 19.6) และไม่มีเวลาค้นหาวิธีการตั้งค่าดังกล่าว (ร้อยละ 13.7) ตามลำดับ

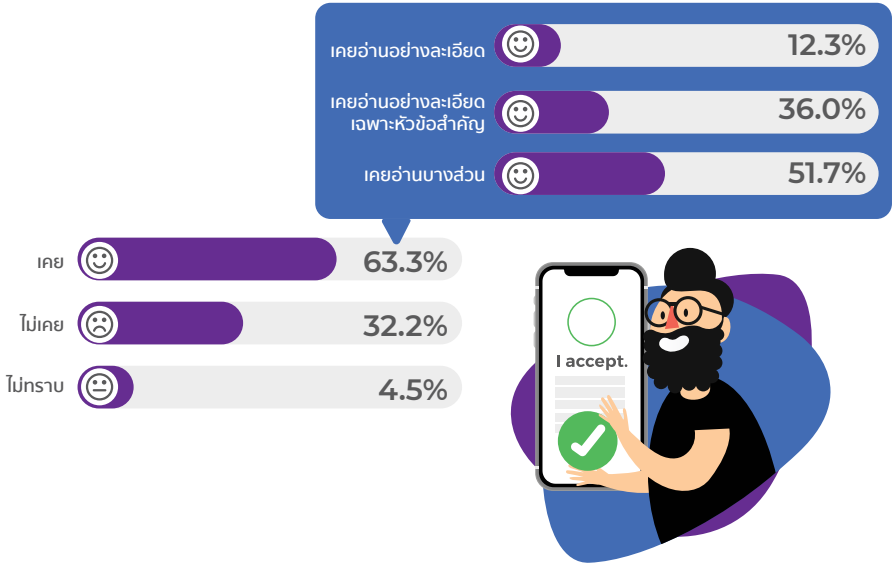
ทั้งนี้ถือเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงมากที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 31.0 ไม่มีความกังวลหรือขาดความตระหนักในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวให้คนทั่วไปได้เห็น ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลอายุ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รูปภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับฉัน ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นข้อมูลที่มีมักจะถูกมิฉฉาชีพนำไปใช้ในการหาประโยชน์ได้ทั้งสิ้น

## พฤติกรรมกรอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลบนเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน

ในการเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์/แอปพลิเคชันบางอัน อาจจะมีการร้องขอให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกรกรอกข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อนามสกุล อายุ วันเดือนปีเกิด อีเมล หรือหมายเลขโทรศัพท์ เสียก่อนจึงจะสามารถเข้าไปใช้บริการต่าง ๆ ในเว็บไซต์/แอปพลิเคชันดังกล่าวได้ ซึ่งก่อนที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะกรอกข้อมูลส่วนตัว จะมีรายละเอียดของนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์/แอปพลิเคชันนั้น ๆ ให้อ่านก่อนจะกรอกข้อมูลส่วนตัว การสำรวจในหัวข้อนี้จะแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับการอ่านนโยบายนี้กันมากน้อยแค่ไหน และเพราะเหตุใดจึงไม่อ่านนโยบายนี้



ภาพ 21 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามพฤติกรรมการอ่าน  
นโยบายการใช้ข้อมูลบนเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 17 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยอ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบ หรือนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ ก่อนการใช้งานหรือไม่

จากผลการสำรวจดังแสดงในภาพ 21 พบว่า ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเคยอ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบ หรือนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ ก่อนการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 63.3 มีผู้ที่ตอบว่าไม่เคยอ่าน (ร้อยละ 32.2) และไม่ทราบ (ร้อยละ 4.5)

เมื่อมาเจาะดูเฉพาะกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ตอบว่าเคยอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ ก่อนการใช้งาน เพื่อดูว่ามีพฤติกรรมการอ่านนโยบายดังกล่าวเป็นอย่างไร พบว่า มีผู้ตอบว่าเคยอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลดังกล่าวเพียงบางส่วนสูงถึงร้อยละ 87.7 โดยแบ่งออกเป็นผู้ตอบที่เคยอ่านอย่างละเอียดเฉพาะหัวข้อสำคัญ ร้อยละ 36.0 และผู้ตอบที่เคยอ่านแค่บางส่วนสูงถึงร้อยละ 51.7 ส่วนผู้ตอบที่เคยอ่านนโยบายดังกล่าวอย่างละเอียดมีเพียงร้อยละ 12.3 เท่านั้น

ภาพ 22 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามสาเหตุที่ไม่อ่านนโยบายการใช้ข้อมูล



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 19 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา สาเหตุใดที่ท่านไม่อ่าน หรืออ่าน ข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบ หรือนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน นั้น ๆ เฉพาะบางส่วน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากภาพ 22 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา สาเหตุหลัก ๆ ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่อ่าน หรืออ่านนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ เพียงบางส่วน เกิดจากการที่นโยบายดังกล่าวมีการเขียนข้อความที่ยาวเกินไป ต้องใช้เวลาอ่านนานมาก โดยมีผู้เลือกตอบข้อนี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ การเขียนนโยบายดังกล่าวใช้ภาษากฎหมายทำให้เข้าใจยาก (ร้อยละ 42.9) ผู้ใช้งานเชื่อมั่นว่ากฎหมายจะปกป้องผู้ใช้งานในทุกกรณี (ร้อยละ 27.7) ผู้ใช้งานคิดว่าแม้จะอ่านนโยบายไป หากเกิดปัญหาใด ๆ เว็บไซต์คงจะไม่ได้ปฏิบัติตามข้อความหรือนโยบายดังกล่าว (ร้อยละ 21.6) นโยบายดังกล่าวถูกเขียนเป็นภาษาต่างประเทศ (ร้อยละ 19.4) ผู้ใช้งานคิดว่ากรณีที่เว็บไซต์มีนโยบายความเป็นส่วนตัวก็เพียงพอแล้ว (ร้อยละ 18.8) ผู้ใช้งานไม่ทราบว่า จะอ่านข้อตกลงหรือนโยบายดังกล่าวได้จากที่ไหน (ร้อยละ 10.5) และผู้ใช้งานไม่เห็นความสำคัญของการอ่านข้อความหรือนโยบายดังกล่าว (ร้อยละ 8.0) ตามลำดับ

### พฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

ดังที่ได้กล่าวในตอนต้นว่าปัจจุบันนี้มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นทุกปี ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ผนวกกับอุปกรณ์การสื่อสารก็มีความทันสมัยและมีราคาที่ผู้ใช้งานทุกระดับสามารถจับจองเป็นเจ้าของได้ ในหัวข้อนี้จะนำเสนอผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความสุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล โดยจะนำเสนอในภาพรวม และแจกแจงรายเงื่อนไขเพื่อให้ทุกท่านได้ทราบและตระหนักถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างรู้เท่าทัน และมีความระมัดระวัง เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดี

ภาพ 23 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามพฤติกรรมที่สูญเสีย  
ต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 16 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยทำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไหม (กรุณาตอบทุกข้อย่อย)

จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 23 พบว่า ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีหลากหลายพฤติกรรมที่ค่อนข้างเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล หากจัดแบ่งการนำเสนอผลออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับความเสี่ยงจากพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต ได้แก่

1. กลุ่มพฤติกรรมที่มีระดับความเสี่ยงสูง โดยกลุ่มนี้จะมีผู้ใช้งานเลือกตอบมากกว่าร้อยละ 40 ขึ้นไป ซึ่งเมื่อเรียงจากพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงที่มีผู้เลือกมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า พฤติกรรมที่ผู้ใช้งานไม่ค่อยให้ความสำคัญ แต่กลับกลายเป็นช่องโหว่ที่ทำให้มีผู้ไม่หวังดีเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของท่านได้ง่ายที่สุด อันดับที่ 1 คือ การไม่เปลี่ยนรหัสผ่าน (Password) ในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุก ๆ 3 เดือน โดยมีผู้เลือกตอบข้อนี้สูงถึงร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ การระบุนวันเดือนปีเกิดที่แท้จริงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 45.0) การเข้าเว็บไซต์ธนาคารเพื่อทำธุรกรรม แต่ไม่ได้สังเกตว่ามี <https://> (ร้อยละ 44.5) และการเปิดอีเมลของคนที่ไม่รู้จักหรือคลิกลิงก์ที่ไม่รู้จัก (ร้อยละ 43.4) ตามลำดับ

2. กลุ่มพฤติกรรมที่มีระดับความเสี่ยงปานกลาง โดยกลุ่มนี้จะมีผู้ใช้งานเลือกตอบอยู่ระหว่างร้อยละ 20 - 40 โดยพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงมากที่สุดของกลุ่มนี้ได้แก่ เมื่อผู้ใช้งานถ่ายรูปหรือวิดีโอเสร็จแล้ว มักจะอัปโหลดรูปถ่ายหรือวิดีโอขึ้นทันที ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ มีผู้เลือกตอบข้อนี้สูงถึงร้อยละ 35.7 รองลงมา คือ เมื่อใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่น รวมทั้งการเปิดใช้งาน WiFi สาธารณะ ซึ่งเมื่อใช้งานเสร็จแล้ว มักจะไม่ลบรหัสผ่าน/ประวัติการใช้งาน (ร้อยละ 35.6) การบอกรหัสผ่านในการเข้าใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่านแก่เพื่อนสนิท/คนรู้จักของท่าน (ร้อยละ 32.7) การแชร์ตำแหน่งที่ใช้งานอยู่แบบ Real time ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 30.9) การใช้ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนอื่นทำธุรกรรมทางการเงิน (ร้อยละ 27.4) เมื่อใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่นแล้ว ตั้งค่าให้อุปกรณ์ดังกล่าวจดจำรหัสผ่านของตนเอง เพื่อจะได้ไม่ต้องพิมพ์ใหม่ทุกครั้งที่เข้าไปใช้งาน (ร้อยละ 25.2) ตามลำดับ

3. กลุ่มพฤติกรรมที่มีระดับความเสี่ยงน้อย โดยกลุ่มนี้จะมีผู้ใช้งานเลือกตอบน้อยกว่าร้อยละ 20 โดยพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงมากที่สุดของกลุ่มนี้ได้แก่ เมื่อสิ้นสุดการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่น หรือ WiFi สาธารณะแล้ว ไม่กด Log out ออกจากการใช้งาน (ร้อยละ 19.1) ในการทำธุรกรรมทางการเงิน มักจะคลิกลิงก์ของธนาคารที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ของธนาคารโดยตรง (ร้อยละ 14.5) ไม่ตั้งค่าล็อกหน้าจออุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้หน้าจอล็อกอัตโนมัติหลังจากเลิกใช้งานแล้ว (ร้อยละ 14.2) และอัปโหลดภาพตัวเครื่องก่อนการเดินทางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 12.2) ตามลำดับ



ภาพ 24 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอเรชัน จำแนกตาม พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 16 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยทำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ใหม่ (กรุณาตอบทุกข้อย่อย)



จากผลการสำรวจ ดังแสดงในภาพ 24 เมื่อพิจารณาแยกดูรายเจนเนอเรชัน จะเห็นได้ว่า Gen Z เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัวสูงที่สุดเมื่อเทียบกับ Gen อื่น ๆ ในเรื่องเหล่านี้ ได้แก่ การระบุนวันเดือนปีเกิดที่แท้จริงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 56.0) การไม่เปลี่ยนรหัสผ่าน (Password) ในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุก ๆ 3 เดือน (ร้อยละ 53.7) การเปิดอีเมลของคนที่ไม่รู้จักหรือคลิกลิงก์ที่ไม่รู้จัก (ร้อยละ 51.5) เมื่อใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่นแล้ว ตั้งค่าให้อุปกรณ์ดังกล่าวจดจำรหัสผ่านของตนเอง เพื่อจะได้ไม่ต้องพิมพ์ใหม่ทุกครั้งที่เข้าไปใช้งาน (ร้อยละ 28.4) และในการทำธุรกรรมทางการเงิน มักจะคลิกลิงก์ของธนาคารที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ของธนาคารโดยตรง (ร้อยละ 16.4) ตามลำดับ

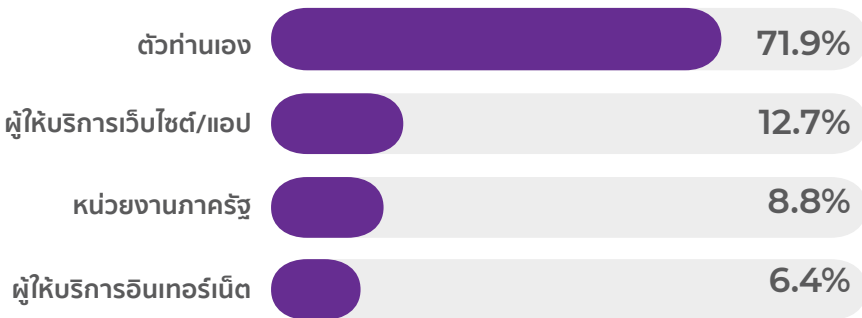
Gen Y เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัวสูงที่สุดเมื่อเทียบกับ Gen อื่น ๆ ในเรื่องเหล่านี้ ได้แก่ เมื่อผู้ใช้งานถ่ายรูปหรือวิดีโอเสร็จแล้ว มักจะอัปโหลดรูปถ่ายหรือวิดีโอขึ้นทันที ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 37.9) การบอกรหัสผ่านในการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเองแก่เพื่อนสนิท/คนรู้จัก (ร้อยละ 35.8) การแชร์ตำแหน่งที่ใช้งานอยู่แบบ Real time ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 33.8) การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนอื่นทำธุรกรรมทางการเงิน (ร้อยละ 33.1) และอัปโหลดภาพตัวเครื่องบินก่อนการเดินทางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะ (ร้อยละ 13.6) ตามลำดับ

Baby Boomer เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัวสูงที่สุดเมื่อเทียบกับ Gen อื่น ๆ ในเรื่องเหล่านี้ ได้แก่ การเข้าเว็บไซต์ธนาคารเพื่อทำธุรกรรม แต่ไม่ได้สังเกตว่ามี <https://> (ร้อยละ 55.9) เมื่อใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่น รวมทั้งการเปิดใช้งาน WiFi สาธารณะ ซึ่งเมื่อใช้งานเสร็จแล้ว มักจะไม่ลบรหัสผ่าน/ประวัติการใช้งาน (ร้อยละ 47.0) ไม่ตั้งคาล็อกหน้าจออุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้หน้าจอล็อกอัตโนมัติหลังจากเลิกใช้งานแล้ว (ร้อยละ 29.7) และเมื่อสิ้นสุดการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่น หรือ WiFi สาธารณะแล้ว ไม่กด Log out ออกจากการใช้งาน (ร้อยละ 26.1) ตามลำดับ

### หน่วยงานใดควรดูแลข้อมูลส่วนบุคคล

ด้วยพฤติกรรมที่มีความสุ่มเสี่ยงในการถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัว ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ในส่วนนี้ได้สอบถามผู้ใช้อินเทอร์เน็ตว่าในความเห็นของผู้ใช้งานนั้น บุคคล/หน่วยงานใดควรเป็นผู้รับผิดชอบในการดูแลข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานมากที่สุด

ภาพ 25 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามความสำคัญของบุคคล/หน่วยงานที่ควรดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 21 ท่านคิดว่าใครควรมีบทบาทสำคัญในการดูแลความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน

เมื่อถามความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตว่าบุคคล/หน่วยงานใดที่ควรดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานมากที่สุด 3 อันดับแรก ดังแสดงในภาพ 25 พบว่า ตัวของผู้ใช้งานเอง ควรจะรับผิดชอบในการดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของตนเองมากที่สุด โดยมีผู้เลือกตอบข้อนี้มากถึงร้อยละ 71.9 รองลงมา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความเห็นว่าผู้ให้บริการเว็บไซต์/แอปพลิเคชันที่ตนเลือกใช้งาน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ควรจะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเรื่องนี้ คิดเป็นร้อยละ 12.7, 8.8 และ 6.4 ตามลำดับ



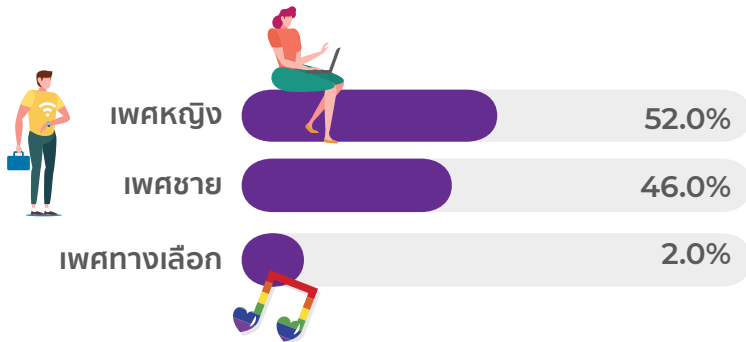
# ภาคผนวก

## ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจพฤติกรรม ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561

ในการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 นี้ มีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมตอบแบบสำรวจผ่านทางเว็บไซต์และช่องทางสื่อสารออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 10,727 คน สามารถแจกแจงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ ได้เป็นดังนี้

### LWF

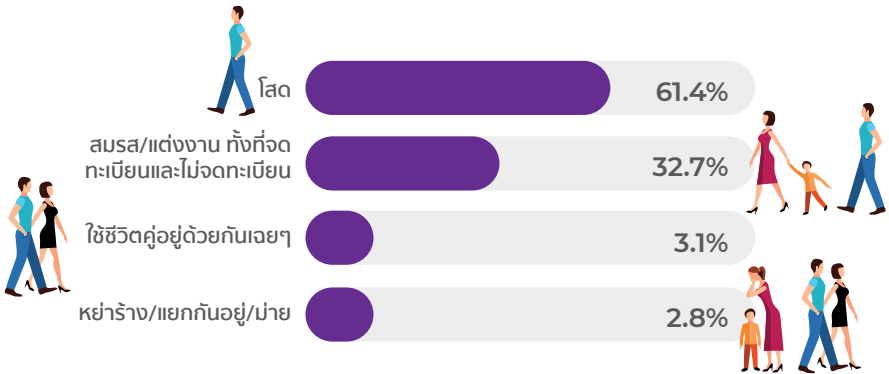
ภาพ 26 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามเพศ



ในจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด เพศหญิง เข้ามาตอบแบบสำรวจมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิง ร้อยละ 52.0 เพศชาย ร้อยละ 46.0 และเพศทางเลือก ร้อยละ 2.0 ดังแสดงในภาพ 26

## สถานภาพสมรส

ภาพ 27 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามสถานภาพสมรส



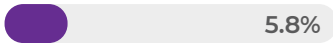
ผู้ตอบแบบสำรวจโดยส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรสเป็นโสดสูงถึงร้อยละ 61.4 ในขณะที่ผู้ที่ตอบว่าสมรสแล้วทั้งแบบจดทะเบียนสมรสและไม่จดทะเบียนสมรส มีร้อยละ 32.7 ส่วนอีกร้อยละ 3.1 และร้อยละ 2.8 เป็นกลุ่มของผู้ที่ตอบว่าใช้ชีวิตคู่อยู่ด้วยกันเฉยๆ และเป็นกลุ่มที่หย่าร้าง/แยกกันอยู่/ม่าย ตามลำดับ ดังแสดงในภาพ 27

## เจนเนอเรชั่น

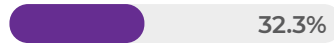
ภาพ 28 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามเจนเนอเรชั่น



Baby Boomer



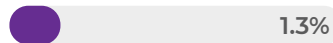
Gen X



Gen Y



Gen Z

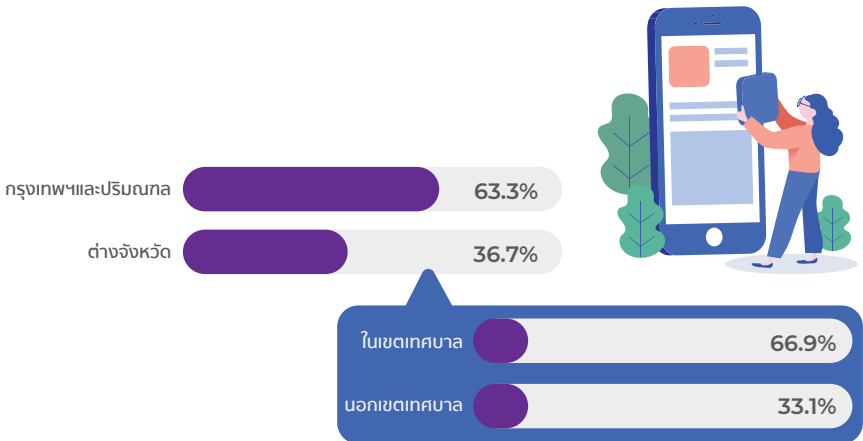




ในการสำรวจครั้งนี้ Gen Y เป็นวัยที่เข้ามาตอบแบบสำรวจมากที่สุด (ร้อยละ 60.6) รองลงมา เป็น Gen X (ร้อยละ 32.3), Baby Boomer (ร้อยละ 5.8) และ Gen Z (ร้อยละ 1.3) ดังแสดงในภาพ 28

## ที่พักอาศัย

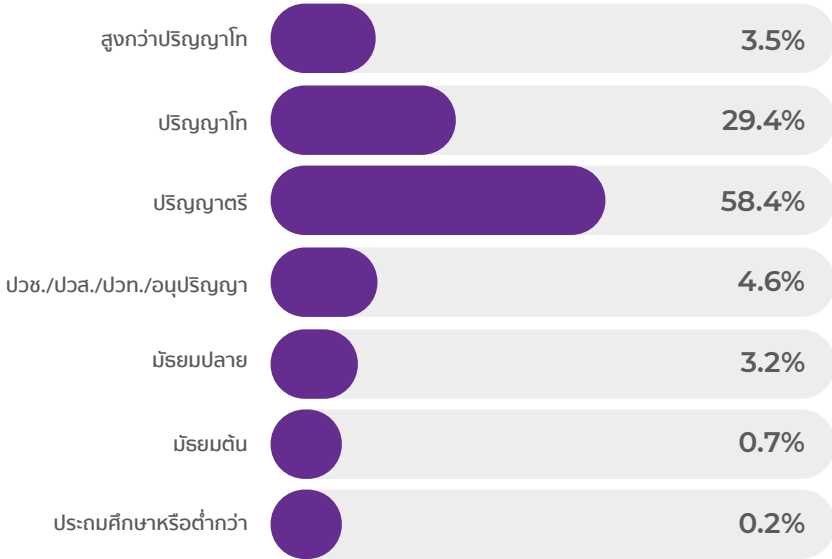
ภาพ 29 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามที่พักอาศัย



เมื่อพิจารณาที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสำรวจ พบว่ามีผู้ตอบแบบสำรวจที่พักอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ร้อยละ 63.3 และพักอยู่ต่างจังหวัด ร้อยละ 36.7 (ในจำนวนผู้ที่พักอยู่ต่างจังหวัดนั้น ประกอบด้วยผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล ร้อยละ 66.9 และนอกเขตเทศบาล ร้อยละ 33.1) ดังแสดงในภาพ 29

## ระดับการศึกษา

ภาพ 30 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามระดับการศึกษา

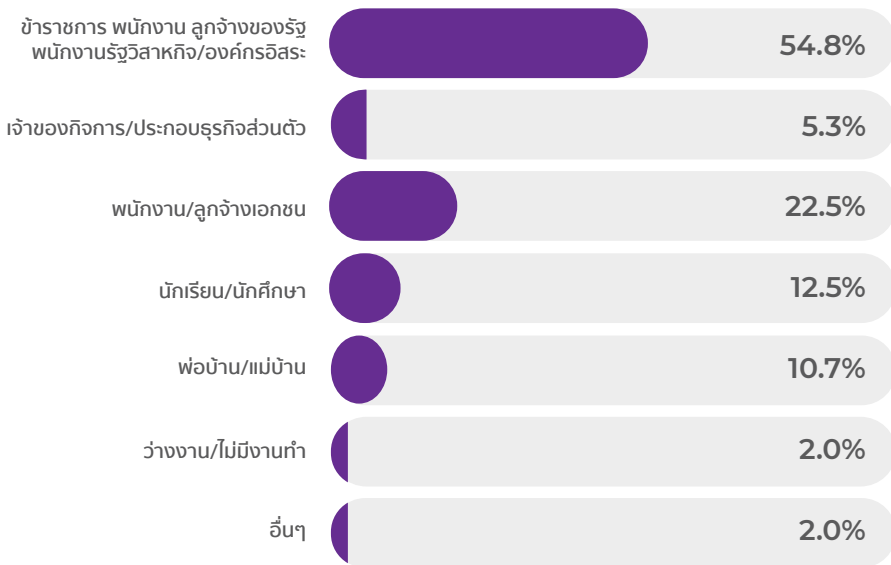


โดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสำรวจกว่าร้อยละ 90 เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยมีผู้ตอบแบบสำรวจที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 58.4, 29.4 และ 3.5 ตามลำดับ

ในขณะที่อีกร้อยละ 8.7 ของผู้ตอบแบบสำรวจเป็นผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ซึ่งประกอบด้วยผู้ตอบแบบสำรวจที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ระดับมัธยมต้น ระดับมัธยมปลาย และระดับปวช./ปวส./ปวท./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 0.2, 0.7, 3.2 และ 4.6 ตามลำดับ ดังแสดงในภาพ 30

## สถานภาพการทำงาน

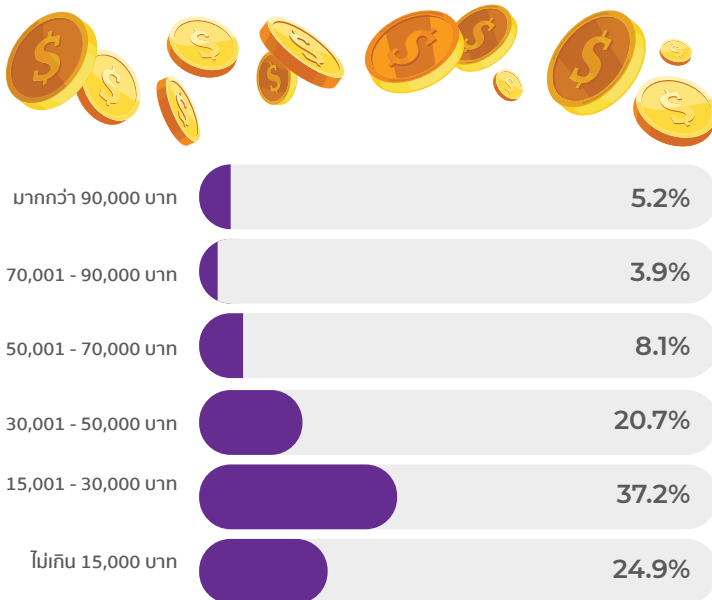
ภาพ 31 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามสถานภาพการทำงาน



กว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสำรวจ มีสถานภาพการทำงานเป็น ข้าราชการ/พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระ (ร้อยละ 54.8) รองลงมา เป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน (ร้อยละ 22.5) กลุ่ม นักเรียน นักศึกษา (ร้อยละ 12.5) เจ้าของกิจการ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 5.3) ว่างงาน/ไม่มีงานทำ (ร้อยละ 2.0) พ่อบ้านและแม่บ้าน (ร้อยละ 10.7) และอื่น ๆ (ร้อยละ 2.0) ตามลำดับ ดังแสดงในภาพ 31

## รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

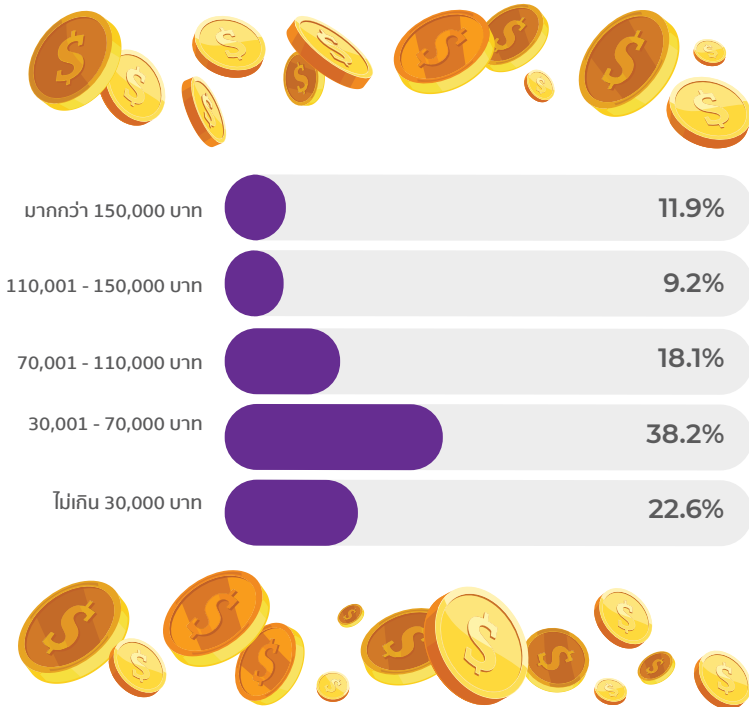
ภาพ 32 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ  
จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน



เมื่อพิจารณาระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสำรวจพบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาคือ ร้อยละ 24.9 เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนอีกร้อยละ 20.7 เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยในช่วง 30,001 – 50,000 บาทต่อเดือน และอีกร้อยละ 17.2 เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ตามลำดับ ดังแสดงในภาพ

## รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน

ภาพ 33 ร้อยละของผู้ตอบแบบสำรวจ  
จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน



เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนของผู้ตอบแบบสำรวจ พบว่า ร้อยละ 38.2 ของผู้ตอบแบบสำรวจ อยู่ในครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ย 30,001 – 70,000 บาทต่อเดือน รองลงมา คือร้อยละ 22.6 ของผู้ตอบแบบสำรวจ อยู่ในครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน ส่วนอีกร้อยละ 18.1 ของผู้ตอบแบบสำรวจ อยู่ในครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ย 70,001 – 110,000 บาทต่อเดือน อีกร้อยละ 11.9 ของผู้ตอบแบบสำรวจ อยู่ในครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยมาก 150,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป และร้อยละ 9.2 ของผู้ตอบแบบสำรวจ อยู่ในครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ย 110,001 – 150,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ ดังแสดงในภาพ 33



**แบบสำรวจพฤติกรรม  
ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต  
ในประเทศไทย  
ปี 2561**

แบบสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน (รวม 8 ข้อ)

1. เพศ  
 ชาย       หญิง       เพศทางเลือก/เพศที่สาม
2. สถานภาพสมรส  
 โสด  
 สมรส/แต่งงาน ทั้งที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน  
 ใช้ชีวิตคู่อยู่ด้วยกันเฉย ๆ  
 หย่าร้าง/แยกกันอยู่/ม่าย
3. อายุ.....ปี (นับอายุเต็มปี เศษของเดือนให้ปัดทิ้ง)
4. ท่านพักอาศัยอยู่ที่จังหวัดใดในปัจจุบัน (ไม่จำเป็นต้องตรงกับทะเบียนบ้าน)  
จังหวัด .....
- ต่างจังหวัดในเขตเทศบาล  
 ต่างจังหวัดนอกเขตเทศบาล

(หากปัจจุบันนี้ท่านพักอาศัยในต่างประเทศ กรุณาติดการตอบแบบสำรวจ)

5. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่านหรือท่านกำลังศึกษาอยู่ในระดับใด  
 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า       มัธยมต้น  
 มัธยมปลาย       ปวช./ปวส./ปวท./อนุปริญญา  
 ปริญญาตรี       ปริญญาโท  
 สูงกว่าปริญญาโท
6. อาชีพหลัก/งานประจำของท่าน  
 ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระ  
 เจ้าของกิจการ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน  
 นักเรียน/นักศึกษา



- พ่อบ้าน/แม่บ้าน  
 ว่างงาน/ไม่มีงานทำ  
 อื่น ๆ (ระบุ) .....

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตัวท่านเอง (รายได้ที่เป็นตัวเงิน)

- ไม่เกิน 15,000 บาท       15,001 - 30,000 บาท  
 30,001 - 50,000 บาท       50,001 - 70,000 บาท  
 70,001 - 90,000 บาท       มากกว่า 90,000 บาท

8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ **ทั้งครัวเรือน** (รายได้ที่เป็นตัวเงิน)

- ไม่เกิน 30,000 บาท       30,001 - 70,000 บาท  
 70,001 - 110,000 บาท       110,001 - 150,000 บาท  
 มากกว่า 150,000 บาท

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (รวม 7 ข้อ)

การสำรวจในส่วนที่ 2 นี้ จะเป็นการสอบถามพฤติกรรมของท่านถึงการใช้อินเทอร์เน็ต ในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของระยะเวลาการใช้งาน กิจกรรมต่าง ๆ Social Media ยอดนิยม ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เปลี่ยนแปลงไปจากปีที่แล้ว

9. ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ ท่านใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง (ไม่นับรวม การเปิดอินเทอร์เน็ตทิ้งไว้โดยไม่มีการใช้งาน เช่น การเปิด Line ทิ้งไว้ตลอดเวลา)

ใช้ Social Media เช่น Facebook, Twitter, Instagram	....ชั่วโมง ....นาที
ใช้พูดคุย/โทรศัพท์ เช่น Line, Facebook Messenger, WhatsApp, Face Time	....ชั่วโมง ....นาที
ดูโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงออนไลน์ เช่น YouTube, Netflix, Spotify	....ชั่วโมง ....นาที

เล่นเกมออนไลน์	...ชั่วโมง ...นาที
อ่านหนังสือพิมพ์/บทความ/หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book)	...ชั่วโมง ...นาที
อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	...ชั่วโมง ...นาที
<b>รวม</b>	...ชั่วโมง ...นาที

10. ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ช่วงวันหยุด ท่านใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ผ่านอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง  
(ไม่นับรวม การเปิดอินเทอร์เน็ตทิ้งไว้โดยไม่มีการใช้งาน เช่น การเปิด Line ทิ้งไว้ตลอดเวลา)

ใช้ Social Media เช่น Facebook, Twitter, Instagram	...ชั่วโมง ...นาที
ใช้พูดคุย/โทรศัพท์ เช่น Line, Facebook Messenger, WhatsApp, Face Time	...ชั่วโมง ...นาที
ดูโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงออนไลน์ เช่น YouTube, Netflix, Spotify	...ชั่วโมง ...นาที
เล่นเกมออนไลน์	...ชั่วโมง ...นาที
อ่านหนังสือพิมพ์/บทความ/หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book)	...ชั่วโมง ...นาที
อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	...ชั่วโมง ...นาที
<b>รวม</b>	...ชั่วโมง ...นาที

11. ขอให้ท่านประเมินในภาพรวมว่า เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ท่านใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

- เพิ่มขึ้น ..... ชั่วโมง ..... นาที
- ลดลง ..... ชั่วโมง ..... นาที
- ไม่เปลี่ยนแปลง

12. ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้อินเทอร์เน็ตที่ใดเป็นส่วนใหญ่ (เลือกตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- บ้าน/ที่พักอาศัย
- ที่ทำงาน
- สถานศึกษา
- ร้านอินเทอร์เน็ต/ร้านเกม
- ที่สาธารณะ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้างสรรพสินค้า
- ระหว่างเดินทาง
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านทำกิจกรรมใดต่อไปนี้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ้าง (กรุณาตอบทุกกิจกรรมที่ท่านทำ)

- ใช้ Social Media เช่น Facebook, Twitter, Instagram
- ใช้แอปพลิเคชันถ่ายทอดสด เช่น Facebook Live, Instagram Live
- เล่นเกมออนไลน์
- รับ-ส่งอีเมล
- ค้นหาข้อมูลประกอบการทำงาน/การเรียน
- ค้นหาข้อมูลเพื่อความบันเทิง เช่น ค้นหาร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลหรือราคาของสินค้า/บริการ เพื่อศึกษาหรือเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อ
- เรียนผ่านระบบออนไลน์ (e-Learning)
- ทำงาน/สมัครงานทางออนไลน์
- ดูข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้น
- ขายสินค้าและบริการทางออนไลน์
- ซื้อ/จองตั๋วชมภาพยนตร์ การแสดง คอนเสิร์ตออนไลน์
- ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์/เพลง/ละคร/ภาพยนตร์/เกม/ไอเทมในเกม
- ซื้อสินค้าและบริการ

- ซื้อทางออนไลน์ เช่น Lazada, Shopee, Amazon  มากกว่า  
 น้อยกว่า ซื้อตามห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต
- ใช้พูดคุย/โทรศัพท์  
คุยผ่านทาง Line, Facebook Messenger, WhatsApp, Face Time  มากกว่า  น้อยกว่า คุยผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ดูโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์/ฟังวิทยุ  
ดูโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์/ฟังวิทยุทางออนไลน์ เช่น YouTube, Netflix, Sportify  มากกว่า  น้อยกว่า  
ดูโทรทัศน์/ดูภาพยนตร์/ฟังวิทยุแบบดั้งเดิม
- ส่งข้อความ  
ส่งผ่านแอปแชท เช่น Facebook Messenger  มากกว่า  
 น้อยกว่า ส่งผ่าน SMS
- อ่านหนังสือ/ข่าว/บทความ  
อ่านทางออนไลน์/e-Book  มากกว่า  น้อยกว่า อ่านหนังสือ  
เป็นเล่ม/ฉบับ
- จอง/ซื้อตั๋วโดยสาร  
จอง/ซื้อทางออนไลน์  มากกว่า  น้อยกว่า จองผ่านตัวแทน
- จองโรงแรม/ที่พัก  
จองทางออนไลน์ เช่น Agoda, Traveloka, Expedia  
 มากกว่า  น้อยกว่า จองผ่านตัวแทน
- บริการแท็กซี่  
เรียกผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Grab Taxi, Line Taxi  มากกว่า  
 น้อยกว่า โบกเรียก/เรียกผ่านศูนย์
- บริการรับ-ส่งสินค้า/พัสดุ/เอกสาร

เรียกผ่านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน เช่น Kerry, Lalamove,  
Line Man  มากกว่า  น้อยกว่า ส่งทางไปรษณีย์/จ่าวงวิน  
มอเตอร์ไซด์





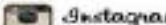
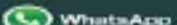


บริการสั่งอาหาร

สั่งผ่านแอปพลิเคชัน เช่น GrabFood, FoodPanda  มากกว่า  
 น้อยกว่า ส่งทางโทรศัพท์/จ่าวงวินมอเตอร์ไซด์

ชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ค่าบัตรเครดิต

ผ่านทางออนไลน์ เช่น e-Wallet, Promptpay, Internet  
banking, Mobile banking  มากกว่า  น้อยกว่า ผ่านทาง  
ออฟไลน์ เช่น เงินสด โอนเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เคาน์เตอร์  
เซอร์วิส

14. ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา ท่านใช้ Social Media/ Online Community  
ดังต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

	ใช้บ่อย มาก	ใช้บ่อย	ใช้ บางครั้ง	ไม่ได้ใช้
				
				
 Facebook Line Messenger				
				
				
				
				
				
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....				

15. ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา การทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของท่าน ท่านพบ ปัญหาใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต
- การให้บริการอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง
- ปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวน
- ติดไวรัสคอมพิวเตอร์
- เกิดปัญหา แต่ไม่รู้จะไปขอความช่วยเหลือจากใคร
- ถูกหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ต
- เสียค่าใช้จ่ายแพง เช่น ค่าบริการ, ค่าอุปกรณ์การใช้งาน
- เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยากหรือหลุดบ่อย
- ถูกรบกวนด้วยอีเมลขยะ
- ถูกรบกวนด้วยสื่อบริการสาธารณะ
- ไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้
- ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (รวม 8 ข้อ)

\* ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลใดๆที่สามารถยืนยันความเป็นตัวบุคคลไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม เช่น ชื่อ วัน-เดือน-ปีเกิด ที่อยู่ อีเมล เบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลบัตรเครดิต หมายเลขบัตรประชาชน เป็นต้น

16. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยทำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไหม (กรุณาตอบทุกข้อย่อย)

	เคยทำ	ไม่เคยทำ
เปลี่ยนรหัสผ่าน (Password) ในคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์เคลื่อนที่ทุก ๆ 3 เดือน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ตั้งล็อกหน้าจคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อให้หน้าจล็อกอัตโนมัติหลังจากท่านเลิกใช้งานแล้ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สำรองข้อมูลส่วนตัวบนคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์เคลื่อนที่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์สาธารณะ หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้อื่น ท่านเคยตั้งค่าให้อุปกรณ์ดังกล่าวจดจำรหัสผ่าน เพื่อจะได้ไม่ต้องพิมพ์ใหม่ทุกครั้งที่เข้าไปใช้งาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
เมื่อสิ้นสุดการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์/WiFi สาธารณะ หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้อื่น ท่านจะ log out หรือลงชื่อออกจากแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ทุกครั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
เมื่อสิ้นสุดการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์/WiFi สาธารณะ หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้อื่น ท่านจะลบรหัสผ่าน/ประวัติการใช้งานทุกครั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านเคยเปิดอีเมลที่ไม่รู้จัก/คลิกลิงก์ที่ไม่รู้จัก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านบอกรหัสผ่านในการใช้คอมพิวเตอร์/อุปกรณ์เคลื่อนที่ของท่านแก่เพื่อนสนิท/คนรู้จักของท่าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านมักจะอัปโหลดภาพตัวเครื่องบิน/Boarding pass ก่อนการเดินทาง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็น "สาธารณะ" (Public)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านมักจะอัปโหลดรูปถ่าย/วิดีโอทันทีหลังถ่าย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็น "สาธารณะ" (Public)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านมักจะแชร์ตำแหน่ง (Location) ที่ท่านอยู่แบบ Real time ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็น "สาธารณะ" (Public)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านระบุวัน-เดือน-ปี-เกิดที่แท้จริง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยตั้งค่าเป็น "สาธารณะ" (Public)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านเคยใช้คอมพิวเตอร์/อุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้อื่นทำธุรกรรมทางการเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ท่านเคยทำธุรกรรมทางการเงินโดยคลิกลิงก์ของธนาคารที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ของธนาคารโดยตรง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
เมื่อเข้าหน้าเว็บไซต์ของธนาคารแล้ว ท่านเคยสังเกตทุกครั้งว่าเว็บไซต์ดังกล่าวขึ้นต้นด้วย https://	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยให้ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เลขบัตรประชาชน ข้อมูลบัตรเครดิต ในการทำกิจกรรมใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สมัครใช้บริการทางการเงิน เช่น Internet Banking, Mobile Banking, PromptPay, e-Wallet
- สมัครใช้บริการต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ตรวจสอบประวัติการใช้โทรศัพท์ ซื้อสินค้า/บริการออนไลน์

- รับบริการจากภาครัฐ เช่น เสียภาษีออนไลน์ จดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์
- สมัครงานออนไลน์
- ลงทะเบียนสมัครใช้งาน Social Media เช่น Facebook, Instagram, LINE, YouTube
- ลงทะเบียนลุ้นรับของสมนาคุณ/ลุ้นรับรางวัล
- ลงทะเบียนสมัครใช้งานฟรี
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

18. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยอ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบ หรือนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ ก่อนการใช้งานหรือไม่

- เคยอ่าน
  - เคยอ่านอย่างละเอียดทุกครั้ง
  - เคยอ่านอย่างละเอียดเฉพาะหัวข้อสำคัญ
  - เคยอ่านเป็นบางส่วน
- ไม่เคยอ่านเลย
- ไม่ทราบ

19. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา สาเหตุใดที่ท่านไม่อ่าน หรืออ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบ หรือนโยบายการใช้ข้อมูลของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ เฉพาะบางส่วน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ท่านคิดว่าเว็บไซต์คงจะไม่ได้ปฏิบัติตามข้อความหรือนโยบายดังกล่าว
- ท่านเชื่อมั่นว่ากฎหมายจะปกป้องท่านในทุกกรณี
- ท่านไม่ทราบว่าจะอ่านข้อตกลงหรือนโยบายดังกล่าวได้จากที่ไหน
- การอ่านข้อความหรือนโยบายดังกล่าวไม่สำคัญ
- ท่านคิดว่าใช้เวลานานเกินไป
- การเขียนข้อความหรือนโยบายดังกล่าว เข้าใจยาก



- การที่เว็บไซต์มีนโยบายความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวก็เพียงพอสำหรับท่านแล้ว
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

20. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านมีความกังวลมากน้อยเพียงใด หากการทำกิจกรรมทางออนไลน์ของท่านอาจจะถูกบันทึกในรูปแบบละวิธีการต่าง ๆ เหล่านี้

	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ทราบ
การใช้อินเทอร์เน็ตตามสถานที่สาธารณะ เช่น ร้านอาหาร สถานีรถไฟ สนามบิน ท้องถนน					
การถูกบันทึกบทสนทนา หรือบันทึกตำแหน่งที่ท่านใช้งานอยู่ ผ่านทางการใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ					
การเปิดเผยข้อมูลเพื่อชำระเงินผ่านการใช้บัตรเครดิต บัตรเดบิต e-Wallet PromptPay QR Code					
การเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ การสืบค้นข้อมูล การดาวน์โหลดไฟล์ของบัญชีผู้ใช้ของท่าน					
การส่งข้อมูลส่วนตัวเพื่อร่วมลุ้นรางวัล					

21. ท่านคิดว่าใครควรมีบทบาทสำคัญในการดูแลความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน

- ตัวท่านเอง
- ผู้ให้บริการเว็บไซต์/แอปพลิเคชันที่ท่านใช้บริการ
- ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต
- หน่วยงานภาครัฐ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

22. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยแก้ไขการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว เช่น อายุ ความสนใจ รูปภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับฉัน บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือไม่

- เคย
- ไม่เคย
- ไม่ทราบ

23. สาเหตุใดที่ทำให้ท่านไม่เคยตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่ทราบว่าสามารถเปลี่ยนการตั้งค่าได้
- ไม่ทราบวิธีการเปลี่ยนการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว
- มั่นใจว่าเว็บไซต์/แอปพลิเคชันที่ท่านใช้บริการอยู่ มีการการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวที่เหมาะสมอยู่แล้ว
- ไม่กังวลเกี่ยวกับการมีข้อมูลส่วนตัวทางเครือข่ายทางสังคมออนไลน์
- ไม่มีเวลาดำเนินการตั้งค่าดังกล่าว
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

รายชื่อหน่วยงาน  
ผู้ให้ความอนุเคราะห์  
ในการติดป้ายประกาศ  
(Banner)  
โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

รายชื่อหน่วยงานผู้ให้ความอนุเคราะห์ในการติดป้ายประกาศ (Banner) ปี 2561

1	กรมการกงสุล	31	กรมทรัพย์สินทางปัญญา
2	กรมการขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี	32	กรมทางหลวง
3	กรมการขนส่งทางบก	33	กรมทางหลวงชนบท
4	กรมการขนส่งทางอากาศ	34	กรมท่าอากาศยาน
5	กรมการค้าต่างประเทศ	35	กรมที่ดิน
6	กรมการค้าภายใน	36	กรมธนารักษ์
7	กรมการจัดหางาน	37	กรมธุรกิจพลังงาน
8	กรมการท่องเที่ยว	38	กรมบังคับคดี
9	กรมการปกครอง	39	กรมบัญชีกลาง
10	กรมการประกันภัย	40	กรมประชาสัมพันธ์
11	กรมการพัฒนาชุมชน	41	กรมประมง
12	กรมการแพทย์	42	กรมปศุสัตว์
13	กรมการศาสนา	43	กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
14	กรมการศึกษานอกโรงเรียน	44	กรมป่าไม้
15	กรมกิจการเด็กและเยาวชน	45	กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก
16	กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว	46	กรมพัฒนาที่ดิน
17	กรมควบคุมมลพิษ	47	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
18	กรมควบคุมโรค	48	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
19	กรมความร่วมมือระหว่างประเทศ	49	กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน
20	กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ	50	กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ
21	กรมคุมประพฤติ	51	กรมพิธีการทูต
22	กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ	52	กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน
23	กรมเจ้าท่า	53	กรมยุโรป
24	กรมชลประทาน	54	กรมโยธาธิการและผังเมือง
25	กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ	55	กรมราชทัณฑ์
26	กรมตรวจบัญชีสหกรณ์	56	กรมราชองครักษ์
27	กรมทรัพย์สินทางปัญญา	57	กรมโรงงาน
28	กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง	58	กรมโรงงานอุตสาหกรรม
29	กรมทรัพยากรธรณี	59	กรมวิชาการเกษตร
30	กรมทรัพยากรน้ำ	60	กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

61	กรมวิทยาศาสตร์บริการ	91	กระทรวงการต่างประเทศ
62	กรมวิเทศสหการ	92	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
63	กรมศุลกากร	93	กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
64	กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ	94	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
65	กรมส่งเสริมการเกษตร	95	กระทรวงคมนาคม
66	กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น	96	กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
67	กรมส่งเสริมการส่งออก	97	กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
68	กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	98	กระทรวงพลังงาน
69	กรมส่งเสริมวัฒนธรรม	99	กระทรวงพาณิชย์
70	กรมส่งเสริมสหกรณ์	100	กระทรวงมหาดไทย
71	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	101	กระทรวงยุติธรรม
72	กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย	102	กระทรวงวัฒนธรรม
73	กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ	103	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
74	กรมสรรพสามิต	104	กระทรวงศึกษาธิการ
75	กรมสรรพากร	105	กระทรวงอุตสาหกรรม
76	กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน	106	กรุงเทพมหานคร
77	กรมสอบสวนคดีพิเศษ	107	กชน. อำเภอลอง จังหวัดแพร่
78	กรมสามัญศึกษา	108	กชน. อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดจันทบุรี
79	กรมสารนิเทศ	109	กองทัพบก
80	กรมหม่อมใหม่	110	กองทัพเรือ
81	กรมอนามัย	111	กองทัพอากาศ
82	กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้	112	กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ
83	กรมอาเซียน	113	กองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
84	กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่	114	กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว
85	กรมอุลูนิยมวิทยา	115	กองบัญชาการทหารสูงสุด
86	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	116	การกีฬาแห่งประเทศไทย
87	กรมเอเชียตะวันออก	117	การเคหะแห่งชาติ
88	กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา	118	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
89	กระทรวงกลาโหม	119	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
90	กระทรวงการคลัง	120	การทำเรือแห่งประเทศไทย

121	การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	151	นิคมสร้างตนเองลำปาว จ.กาฬสินธุ์
122	การประปาส่วนภูมิภาค	152	บมจ. กสพ โทรคมนาคม
123	การประปาส่วนภูมิภาคเขต 8 จังหวัดอุบลราชธานี	153	บมจ. การบินไทย จำกัด
124	การไฟฟ้าส่วนกลาง	154	บมจ. บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ
125	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	155	บมจ. ศรีอยุธยา แคปปิตอล
126	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	156	บมจ. ศรีอยุธยา เจนเนอรัล ประกันภัย
127	การยางแห่งประเทศไทย	157	บมจ.ธนาคารกรุงไทย
128	การรถไฟฟ้าชลบุรีแห่งประเทศไทย	158	บริษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย
129	การรถไฟแห่งประเทศไทย	159	บริษัท ศรีอยุธยา เจนเนอรัล ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
130	คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	160	บริษัท กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ จำกัด
131	คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล	161	บริษัท กานต์นิธิ จำกัด
132	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	162	บริษัท ขนส่ง จำกัด
133	คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	163	บริษัท เค เอส ซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด
134	ครุสภา	164	บริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด
135	โครงการชลประทานปราจีนบุรี	165	บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
136	โครงการชลประทานมุกดาหาร	166	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
137	โครงการชลประทานร้อยเอ็ด	167	บริษัท ทิพย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
138	โครงการชลประทานลำพูน	168	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
139	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาคลองเพ็ญ-เสาไห้ จังหวัดสระบุรี	169	บริษัท ทุนประกันภัย จำกัด (มหาชน)
140	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	170	บริษัท เทรนดี้ วี จี จำกัด
141	ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย	171	บริษัท ไทยเดินเรือทะเล จำกัด
142	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	172	บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด
143	ทันตแพทยสภา	173	บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน)
144	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	174	บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด
145	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	175	บริษัท ไทยอินเตอร์เนชั่นแนลเมกิ้ง จำกัด
146	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	176	บริษัท อนุรักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด
147	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	177	บริษัท บริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
148	ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	178	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
149	ธนาคารออมสิน	179	บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด
150	ธนาคารอาคารสงเคราะห์	180	บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

181	บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)	211	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
182	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	212	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
183	บริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)	213	มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
184	บริษัท ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	214	มหาวิทยาลัยคริสเตียน
185	บริษัท พรอมิส (ประเทศไทย) จำกัด	215	มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
186	บริษัท เมืองไทย ลิสซิง จำกัด (มหาชน)	216	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
187	บริษัท เรดดีแพลนเน็ต จำกัด	217	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
188	บริษัท โรงพยาบาลนพเวช จำกัด (มหาชน)	218	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
189	บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด	219	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
190	บริษัท วิจัยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	220	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
191	บริษัท ศรีอยุธยา เชนเนอรัล ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	221	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
192	บริษัท ศักดิ์สยามลิสซิง จำกัด (มหาชน)	222	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง
193	บริษัท สนิมิตร์ จำกัด	223	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
194	บริษัท อินเทอร์เน็ต ไซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส โพรไวเดอร์ จำกัด	224	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง
195	บริษัท อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)	225	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
196	บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	226	มหาวิทยาลัยนครพนม
197	บริษัท อินทประกันภัย จำกัด (มหาชน)	227	มหาวิทยาลัยนเรศวร
198	บริษัท อินเทอร์เน็ต มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (พื้นที่ป.คอม)	228	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
199	บริษัท อีซี บาย จำกัด (มหาชน)	229	มหาวิทยาลัยเนชั่น
200	บริษัท เอเชียประกันภัย 1950 จำกัด (มหาชน)	230	มหาวิทยาลัยบูรพา
201	บริษัท แอล.ที.เอ็น. ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	231	มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี
202	บริษัท ไอ-เซิร์ฟ จำกัด	232	มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว
203	บริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	233	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
204	บริษัท กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ จำกัด (สำนักงานใหญ่)	234	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
205	บริษัทเจที ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	235	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
206	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	236	มหาวิทยาลัยราชภัฏ
207	พิธีอภิมหาลาสังคายนาราชภัฏพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	237	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
208	แพทยสภา	238	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
209	มหาวิทยาลัยอเมริกัน	239	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
210	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	240	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทระเกษม

241	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ	271	โรงพยาบาลกลาง
242	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	272	โรงพยาบาลกุศลชุม
243	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	273	โรงพยาบาลเกษตราลัย
244	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	274	โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ศรีบุรินทร์
245	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	275	โรงพยาบาลขอนแก่น ราม จังหวัดขอนแก่น
246	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก	276	โรงพยาบาลสุชนส์
247	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	277	โรงพยาบาลเขางค์นคร-ราม จังหวัดลำปาง
248	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	278	โรงพยาบาลเขาย้อยสน จังหวัดพัทลุง
249	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	279	โรงพยาบาลควนโดน จังหวัดสตูล
250	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	280	โรงพยาบาลควนเนียง จังหวัดสงขลา
251	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ	281	โรงพยาบาลค่ายฤกษ์นิหะรา
252	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	282	โรงพยาบาลค่ายกาวิละ มณฑลทหารบกที่ ๓๓ จังหวัดเชียงใหม่
253	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	283	โรงพยาบาลค่ายขนึงจิงธรรมิกราช จังหวัดพญา
254	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	284	โรงพยาบาลค่ายเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
255	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	285	โรงพยาบาลค่ายเม็งรายมหาราช
256	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	286	โรงพยาบาลค่ายวิวัฒน์โยธิน
257	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	287	โรงพยาบาลค่ายวิวัฒน์โยธิน จังหวัดสุรินทร์
258	มหาวิทยาลัยรามงคลตะวันออกเฉียง วิทยาเขตจักรพงษ์วนารด	288	โรงพยาบาลค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง
259	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	289	โรงพยาบาลคำมั่ง จังหวัดกาฬสินธุ์
260	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	290	โรงพยาบาลจนะ จังหวัดสงขลา
261	มหาวิทยาลัยศิลปากร	291	โรงพยาบาลจิตเวขอนแก่นราชนครินทร์
262	มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์	292	โรงพยาบาลเจริญศิลป์ จังหวัดสกลนคร
263	มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี	293	โรงพยาบาลชัยนาทนเรนทร
264	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง	294	โรงพยาบาลเชิงขวัญ
265	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต	295	โรงพยาบาลเขาค้อหลุยส์
266	มหาวิทยาลัยสยาม	296	โรงพยาบาลละโว้ป่า จังหวัดพิจิตร
267	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	297	โรงพยาบาลตากสิน
268	โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต	298	โรงพยาบาลตำรวจ
269	โรงงานยาสูบ	299	โรงพยาบาลทับลือ จังหวัดพิจิตร
270	โรงพยาบาล 50 พรรษา มหาชิราลงกรณ์	300	โรงพยาบาลท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์



301	โรงพยาบาลท่าขี้เหล็ก จังหวัดเพชรบุรี	331	โรงพยาบาลแม่เมาะ
302	โรงพยาบาลธนบุรี	332	โรงพยาบาลแม่ลาน จังหวัดปัตตานี
303	โรงพยาบาลนพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช	333	โรงพยาบาลแม่สาย
304	โรงพยาบาลพรตวันพรตราชธานี	334	โรงพยาบาลยุวประสาทไวทโยปถัมภ์
305	โรงพยาบาลนาด้วง	335	โรงพยาบาลยุวประสาทไวทโยปถัมภ์ จังหวัดสมุทรปราการ
306	โรงพยาบาลน่าน้อย จังหวัดน่าน	336	โรงพยาบาลร้อยเอ็ด
307	โรงพยาบาลนาหว้า จังหวัดนครพนม	337	โรงพยาบาลราชเวชเชียงใหม่
308	โรงพยาบาลน้ำปาด	338	โรงพยาบาลรามัน จังหวัดยะลา
309	โรงพยาบาลนิคมน้ำอูน	339	โรงพยาบาลลำลูกกา
310	โรงพยาบาลเนินขาม จังหวัดชัยนาท	340	โรงพยาบาลเล็งนกพา
311	โรงพยาบาลพ่อหลอย จังหวัดกาญจนบุรี	341	โรงพยาบาลวังจันทร์ จังหวัดระยอง
312	โรงพยาบาลบึงนาราง	342	โรงพยาบาลวังทอง จังหวัดพิษณุโลก
313	โรงพยาบาลบางปะกอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล	343	โรงพยาบาลวังสะพุง จังหวัดเลย
314	โรงพยาบาลบางระกำ	344	โรงพยาบาลวัดสิงห์
315	โรงพยาบาลบ้านค่าย	345	โรงพยาบาลวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี
316	โรงพยาบาลบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี	346	โรงพยาบาลวิหารแดง จังหวัดสระบุรี
317	โรงพยาบาลบ้านหลวง	347	โรงพยาบาลเวชธานี
318	โรงพยาบาลบ้านหลวง จังหวัดน่าน	348	โรงพยาบาลศรีนครินทร์ (ปัญญาเนันทภิกขุ)
319	โรงพยาบาลเบ็نگราช จังหวัดพิจิตร	349	โรงพยาบาลศรีสงคราม จังหวัดนครพนม
320	โรงพยาบาลปลวกแดง จังหวัดระยอง	350	โรงพยาบาลศรีสมเด็จ
321	โรงพยาบาลปักธงชัย	351	โรงพยาบาลศรีสะเกษ
322	โรงพยาบาลปากพื้ จังหวัดนครศรีธรรมราช	352	โรงพยาบาลศรีสังวาลุชัย
323	โรงพยาบาลปางมะผ้า	353	โรงพยาบาลสงขลา
324	โรงพยาบาลปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน	354	โรงพยาบาลสิงห์พระ จังหวัดสงขลา
325	โรงพยาบาลพระปกเกล้า จังหวัดจันทบุรี	355	โรงพยาบาลสมเด็จพระปิ่นเกล้า
326	โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี	356	โรงพยาบาลสมเด็จพระปิยะมหาราชมณีเขต จังหวัดกาญจนบุรี
327	โรงพยาบาลพระอาจารย์แบน ธนากโร จังหวัดสกลนคร	357	โรงพยาบาลสมเด็จพระสังฆราช องค์ที่ 17
328	โรงพยาบาลพาน จังหวัดเชียงราย	358	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี
329	โรงพยาบาลโพธาราม จังหวัดราชบุรี	359	โรงพยาบาลสวนผึ้ง
330	โรงพยาบาลเมตตาประชารักษ์ (วัดไร่ขิง)	360	โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

361	โรงพยาบาลสะเตา จังหวัดสงขลา	391	โรงเรียนชินโนรวิทย์ลัย กทม.
362	โรงพยาบาลสินธร	392	โรงเรียนเชียงกลาง"ประชาพัฒนา" จังหวัดน่าน
363	โรงพยาบาลสิริโรจน์ จังหวัดภูเก็ต	393	โรงเรียนตรอนศรีสินธุ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
364	โรงพยาบาลสุโขทัย	394	โรงเรียนตลุกคู่วิทยาком จังหวัดอุทัยธานี
365	โรงพยาบาลสุราษฎร์ธานี	395	โรงเรียนตะโหมด จังหวัดพัทลุง
366	โรงพยาบาลสุรินทร์	396	โรงเรียนตากสินประชาสรรค์ จังหวัดนครสวรรค์
367	โรงพยาบาลเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	397	โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ นนทบุรี
368	โรงพยาบาลหนองแดง จังหวัดอุทัยธานี	398	โรงเรียนทวีธาภิเศก บางขุนเทียน
369	โรงพยาบาลหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา	399	โรงเรียนทุ่งโพธิ์วิทยา จังหวัดอุทัยธานี
370	โรงพยาบาลหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท	400	โรงเรียนเทพราชพิทยาสรรค์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
371	โรงพยาบาลหนองสองห้อง จังหวัดขอนแก่น	401	โรงเรียนเทพศิรินทร์
372	โรงพยาบาลหลวงพ่อทวีศักดิ์ ชุตินธโร อู่ทึค	402	โรงเรียนนนทบุรีพิทยาคม
373	โรงพยาบาลห้วยยอด	403	โรงเรียนเนินพิทยาคม จังหวัดเพชรบูรณ์
374	โรงพยาบาลหัวไทร	404	โรงเรียนบ่อเกลือ จังหวัดน่าน
375	โรงพยาบาลอุตรธานี	405	โรงเรียนบางจากวิทยา จังหวัดเพชรบุรี
376	โรงพยาบาลอุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ	406	โรงเรียนบางบัวทอง
377	โรงพยาบาลเอราวัณ จังหวัดเลย	407	โรงเรียนบางปะกอกวิทยาคม กทม.
378	โรงพยาบาลอัมรินทร์ จังหวัดขอนแก่น	408	โรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ จังหวัดเพชรบุรี
379	โรงเรียนกมลกรลาภวิทยา จังหวัดสุโขทัย	409	โรงเรียนเบญจมราชูทิศ จังหวัดนครศรีธรรมราช
380	โรงเรียนกระแฉังอุทัยยา จังหวัดสงขลา	410	โรงเรียนปากเกร็ด จ.นนทบุรี
381	โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ Enconcept E-Academy	411	โรงเรียนปากน้ำหลังสวนวิทยา จังหวัดชุมพร
382	โรงเรียนกาญจนภิเษกวิทยาลัย จังหวัดเพชรบูรณ์	412	โรงเรียนปางศิลาทองศึกษา จังหวัดกำแพงเพชร
383	โรงเรียนกำแพงดินพิทยาคม จังหวัดพิจิตร	413	โรงเรียนพระบางวิทยา จังหวัดนครสวรรค์
384	โรงเรียนกีฬาจังหวัดชลบุรี	414	โรงเรียนมทรรัตนพราม
385	โรงเรียนกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี	415	โรงเรียนเทิดทูนวิทยานุสรณ์
386	โรงเรียนไกรในวิทยาคม จังหวัดสุโขทัย	416	โรงเรียนเมืองกระบะนี้ จังหวัดกระบะนี้
387	โรงเรียนขุนทะเลวิทยาคม จังหวัดนครศรีธรรมราช	417	โรงเรียนเมืองระดวิทยาคม จังหวัดเพชรบูรณ์
388	โรงเรียนคลองลานวิทยา	418	โรงเรียนแม่ตื่นวิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่
389	โรงเรียนควนขนุน จังหวัดพัทลุง	419	โรงเรียนไอยรินทร์บูรณะ ๒ (สุวรรณสุทธาราม)
390	โรงเรียนคันใจพิทยาคม จังหวัดพิษณุโลก	420	โรงเรียนราชินี

421	โรงเรียนฤทธิณรงค์รอน กทม.	451	วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
422	โรงเรียนลำทับประชาชนเคราะห์ จังหวัดกระบี่	452	วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมศรีสงคราม นครพนม
423	โรงเรียนวังโมกข์พิทยาคม จังหวัดพิจิตร	453	วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
424	โรงเรียนวิดสังงษ	454	เว็บไซต์เด็กดีคอม (Dek-D.com)
425	โรงเรียนศิลาจารพิพัฒน์ กทม.	455	ศาลปกครอง
426	โรงเรียนสตรีนนครสวรรค์	456	ศาลแพ่ง
427	โรงเรียนสตรีศรีน่าน จังหวัดน่าน	457	ศาลอาญา
428	โรงเรียนสระหลวงพิทยาคม จังหวัดพิจิตร	458	ศาลอุทธรณ์
429	โรงเรียนสวนศรีวิทยา จังหวัดชุมพร	459	ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร
430	โรงเรียนสะเดา ชรบคั่นกัมพลามท่อนุสรณ์ จังหวัดสงขลา	460	ศูนย์ข้อมูลและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ
431	โรงเรียนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	461	ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอไหมทอไทย
432	โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	462	ศูนย์ควบคุมยางสุราษฎร์ธานี
433	โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน	463	ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ
434	โรงเรียนสามง่ามวิทยาคม จังหวัดตาก	464	ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศทรัพยากรน้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล
435	โรงเรียนสายบุรี (แจ้งประชาคาร) จังหวัดปัตตานี	465	ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
436	โรงเรียนสุราษฎร์พิทยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	466	ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สปรกระทรวงศึกษาธิการ
437	โรงเรียนสุวิทย์เสรีอนุสรณ์	467	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
438	โรงเรียนหนองกรดพิทยาคม จังหวัดนครสวรรค์	468	ศูนย์ป่าไม้จังหวัดนครปฐม
439	โรงเรียนหนองขาหย่างวิทยา จังหวัดอุทัยธานี	469	ศูนย์ฝึกการบินพลเรือน
440	โรงเรียนหนองน้ำสีวิทยาคม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	470	ศูนย์ฝึกอบรมที่ 5 (เชียงใหม่) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
441	โรงเรียนห้วยยาวพิทยาคม จังหวัดพิจิตร	471	ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง
442	โรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์ สิลม	472	ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ
443	โรงแรมแอมบาสซาเดอร์	473	ศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็กและครอบครัว
444	วิทยาลัยชุมชนตราด	474	ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)
445	วิทยาลัยชุมชนน่าน	475	ศูนย์เยาวชนกรุงเทพมหานคร (ไทย - ญี่ปุ่น)
446	วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน	476	ศูนย์วิจัยพืชสวนเชียงราย
447	วิทยาลัยชุมชนระนอง	477	ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรสงขลา
448	วิทยาลัยชุมชนสมุทรสาคร	478	ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด จังหวัดหนองคาย
449	วิทยาลัยดุสิตธานี	479	ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่
450	วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้	480	ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 10 สุราษฎร์ธานี

481	ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 12 จังหวัดสงขลา	511	สถาบันยานยนต์
482	ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 4	512	สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา
483	ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 6 ชลบุรี	513	สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน)
484	ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษานครสวรรค์	514	สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ
485	ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)	515	สถาบันรามาฎูล
486	ศูนย์สารสนเทศ กรมป่าไม้	516	สถาบันโรคทรูวอก
487	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข	517	สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข
488	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข	518	สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร
489	ศูนย์อนามัยที่ 4 ราชบุรี	519	สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
490	ศูนย์อนามัยที่ 10 เชียงใหม่	520	สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)
491	สถาบันการศึกษา	521	สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)
492	สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ	522	สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.)
493	สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	523	สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย
494	สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)	524	สถาบันอนุญาโตตุลาการ
495	สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน	525	สถาบันอยุธยาศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
496	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	526	สถาบันอาหาร
497	สถาบันเทคโนโลยียานยนต์	527	สภาการพยาบาล
498	สถาบันไทย-เยอรมัน	528	สภานิติบัญญัติแห่งชาติ
499	สถาบันนิติวิทยาศาสตร์	529	สภาเภสัชกรรม
500	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	530	สภาวิชาชีพบัญชี
501	สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	531	สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
502	สถาบันบัณฑิตศึกษามุสลิม	532	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
503	สถาบันพระปกเกล้า	533	สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย
504	สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล	534	สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย
505	สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	535	สวนสัตว์ดุสิต
506	สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)	536	สัตว์แพทย์สภา
507	สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ	537	สำนักข่าวกรองแห่งชาติ
508	สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	538	สำนักงบประมาณ
509	สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	539	สำนักงาน กชน.จังหวัดพิจิตร
510	สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ	540	สำนักงาน กชน.จังหวัดศรีสะเกษ

541	สำนักงาน กศน.จังหวัดสกลนคร	571	สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
542	สำนักงาน กศน.จังหวัดสุพรรณบุรี	572	สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
543	สำนักงาน กศน.จังหวัดอำนาจเจริญ	573	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ ประกันภัย
544	สำนักงาน อีวาย	574	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
545	สำนักงานกรุงเทพมหานคร	575	สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ
546	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)	576	สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู
547	สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ	577	สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน
548	สำนักงานก่อสร้างชลประทานขนาดใหญ่ที่ 7 กรมชลประทาน	578	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
549	สำนักงานก่อสร้างชลประทานขนาดใหญ่ที่ 8 กรมชลประทาน	579	สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ
550	สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน	580	สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ นวัตกรรมแห่งชาติ
551	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	581	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
552	สำนักงานกิจการยุติธรรม	582	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ
553	สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว	583	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ
554	สำนักงานขนส่ง จังหวัดเลย	584	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
555	สำนักงานขนส่ง จังหวัดสุโขทัย	585	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ
556	สำนักงานขนส่ง จังหวัดน่าน	586	สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ
557	สำนักงานขนส่ง จังหวัดลพบุรี	587	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
558	สำนักงานเขตคลองสาน	588	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
559	สำนักงานเขตคันนายาว	589	สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ
560	สำนักงานเขตจตุจักร	590	สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ
561	สำนักงานเขตทุ่งครุ	591	สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย
562	สำนักงานเขตบางนา	592	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
563	สำนักงานเขตบางเขิน	593	สำนักงานจัดรูปที่ดินจังหวัดกาฬสินธุ์
564	สำนักงานเขตวังทองหลาง	594	สำนักงานชลประทานที่ 12 จังหวัดชัยนาท
565	สำนักงานเขตสาทร	595	สำนักงานชลประทานที่ 3 จังหวัดพิษณุโลก
566	สำนักงานคณะกรรมการการสุขภาพ	596	สำนักงานชลประทานที่ 4 จังหวัดกำแพงเพชร
567	สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ	597	สำนักงานชลประทานที่ 8 จังหวัดนครราชสีมา
568	สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง	598	สำนักงานตรวจอภัยภายใน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร
569	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาระดับพื้นฐาน	599	สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
570	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน	600	สำนักงานธนาคุณเคราะห์

601	สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร	631	สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน)
602	สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	632	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ดิจิทัล (องค์การมหาชน)
603	สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน	633	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
604	สำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ ๗	634	สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน)
605	สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)	635	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดชลบุรี
606	สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ	636	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดชัยนาท
607	สำนักงานบำรุงรักษาทางน้ำที่ 6	637	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี
608	สำนักงานปฏิรูปที่ดินจังหวัดปัตตานี	638	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น
609	สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	639	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดนครบุรี
610	สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ	640	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์
611	สำนักงานประกันสังคม	641	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดอุบลราชธานี
612	สำนักงานประชาสัมพันธ์ จ.นนทบุรี	642	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
613	สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ	643	สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดอ่างทอง
614	สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม	644	สำนักงานพิทักษ์เกษตรและคุ้มครองเกษตรกรและสหกรณ์ พระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน)
615	สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง	645	สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
616	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	646	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
617	สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม	647	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
618	สำนักงานปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	648	สำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคง ของมนุษย์
619	สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์	649	สำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงคมนาคม
620	สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม	650	สำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
621	สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน	651	สำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงศึกษาธิการ
622	สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	652	สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การ มหาชน)
623	สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ	653	สำนักงานราชบัณฑิตยสภา
624	สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข	654	สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา
625	สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	655	สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา
626	สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน	656	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
627	สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	657	สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี
628	สำนักงานพลังงานปรมาณูเพื่อสันติ	658	สำนักงานศาลปกครอง
629	สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ กรมพลศึกษา	659	สำนักงานศาลยุติธรรม
630	สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว	660	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

661	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	691	องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร
662	สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง	692	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
663	สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	693	องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
664	สำนักงานส่งเสริมการศึกษาออกโรงเรียน และการศึกษาตามอัธยาศัย กรุงเทพมหานคร	694	องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ
665	สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ	695	องค์การเภสัชกรรม
666	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	696	องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์
667	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล	697	องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
668	สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์ เด็กเยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ		
669	สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก		
670	สำนักงานสถิติแห่งชาติ		
671	สำนักงานสภามนุษย์คงแห่งชาติ		
672	สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ		
673	สำนักงานสภากินแบ่งรัฐบาล		
674	สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดบึงกาฬ		
675	สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดเพชรบุรี		
676	สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ		
677	สำนักงานอัยการสูงสุด		
678	สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย		
679	สำนักยานและวิศวกรรม		
680	สำนักพระราชวัง		
681	สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี		
682	สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 4		
683	สำนักวิจัยและพัฒนาการป่าไม้		
684	สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี		
685	องค์กรอาคนย์		
686	องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ		
687	องค์กรคลังสินค้า		
688	องค์กรค้าของคุรุสภา		
689	องค์กรค้าของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา (สกสค.)		
690	องค์การจัดการน้ำเสีย		





# ตารางสถิติ

ตาราง 1 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอเรชัน เปรียบเทียบตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต

	บ้าน/ที่พักอาศัย	ที่ทำงาน	สถานศึกษา	ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่/ ร้านเกม	ที่สาธารณะ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้างสรรพสินค้า	ระหว่างเดินทาง
Gen Z	94.0	7.5	56.7	1.5	23.1	35.8
Gen Y	91.4	58.9	16.0	1.2	20.3	32.7
Gen X	90.1	73.9	1.8	0.4	19.4	33.2
Baby Boomer	88.0	67.0	4.4	0.2	22.3	28.4

ตาราง 2 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเงินตามเงินออนไลน์ เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต

ชำระเงินค่าสินค้า/บริการ/ค่าบัตรเครดิต	24.6	54.7	60.3	50.8
บริการสั่งอาหาร	9.0	12.2	12.4	10.6
บริการรับ-ส่งสินค้า/พัสดุ/เอกสาร	1.5	8.1	9.7	10.4
บริการเรียกแท็กซี่	11.2	13.8	10.3	9.7
จองโรงแรม/ที่พัก	5.2	25.2	25.6	20.6
จอง/ซื้อตั๋วโดยสาร	5.2	23.4	23.0	22.2
อ่านหนังสือพิมพ์/ข่าว/บทความ	38.8	47.2	56.5	56.8
ส่งข้อความ	53.7	46.5	54.0	56.1
ดูโทรทัศน์/คลิปวิดีโอ/ภาพยนตร์ ฟังเพลง	53.7	65.7	59.2	54.0
พูดคุย/โทรศัพท์	71.6	74.0	75.9	75.1
ซื้อสินค้า/บริการ	37.3	55.2	57.7	46.3
ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์/เพลง/ละคร/ภาพยนตร์/เกม/ไอเทมเกม	49.3	46.2	35.8	29.4
ซื้อ/จองตั๋วชมภาพยนตร์, การแสดง, คอนเสิร์ต	17.2	29.5	14.6	7.0
ขายสินค้า/บริการ	14.9	27.8	27.5	21.6
ดูข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้น	3.0	15.9	20.6	28.5
หางาน/สมัครงาน	10.5	20.3	7.4	4.2
เรียนผ่านระบบออนไลน์	44.0	26.8	20.9	17.6
ค้นหาข้อมูลเพื่อความบันเทิง	59.0	72.9	72.8	70.5
ค้นหาข้อมูลประกอบการทำงาน/การเรียน	76.1	70.4	71.7	68.4
รับ-ส่งอีเมล	54.5	76.0	86.5	81.1
เล่นเกม	55.2	44.1	27.8	20.5
ใช้แอปพลิเคชันถ่ายทอดสด	24.6	34.1	33.7	30.0
ใช้โซเชียลมีเดีย	92.5	96.7	91.2	84.7
Gen Z				
Gen Y				
Gen X				
Baby Boomer				

ตาราง 3 จำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันในช่วงวันทำงาน/  
วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด รายเจนเนอเรชัน เปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งาน  
วันทำงาน/วันเรียนหนังสือ

	เล่นโซเชียลมีเดีย		พูดคุย/โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต		ดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง		เล่นเกมออนไลน์		อ่านหนังสือออนไลน์	
	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที
Gen Z	3	16	1	58	2	41	1	59	1	42
Gen Y	3	45	2	6	2	28	1	47	1	27
Gen X	2	57	1	58	1	59	1	25	1	19
Baby Boomer	2	51	1	52	2		1	44	1	25

วันหยุด

	เล่นโซเชียลมีเดีย		พูดคุย/โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต		ดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง		เล่นเกมออนไลน์		อ่านหนังสือออนไลน์	
	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที	ชั่วโมง	นาที
Gen Z	4	1	1	52	3	26	2	15	1	48
Gen Y	4	12	2	7	3	21	2	22	1	39
Gen X	3	2	1	52	2	40	1	46	1	28
Baby Boomer	2	47	1	52	2	37	2	2	1	28

ตาราง 4 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอเรชัน เปรียบเทียบตามปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต

Gen Z	ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัวส่วนตัว	9.0
Gen Y	ไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้	38.1
Gen X	ถูกรบกวนด้วยสื่อบริการ	17.9
Baby Boomer	ถูกรบกวนด้วยอีเมลขยะ	20.2
	เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยากหรือหลุดบ่อย	35.1
	เสียค่าใช้จ่ายแพง เช่น ค่าบริการ, ค่าอุปกรณ์การใช้งาน	11.9
	ถูกละเมิดทางอินเทอร์เน็ต	8.2
	เกิดปัญหา แต่ไม่รู้จะไปขอความช่วยเหลือจากใคร	16.4
	ติดไวรัสคอมพิวเตอร์	11.9
	ปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มีรบกวน	75.4
	การให้บริการอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง	24.6
	ความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต	82.1

ตาราง 5 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รายเจนเนอร์เนชัน จำแนกตามกิจกรรมที่มีการให้ข้อมูลส่วนบุคคล

Gen Z	ลงทะเบียนรับของสมนาคุณ/รับรางวัล	28.4
Gen Y	ลงทะเบียนสมัครใช้บริการต่าง ๆ ที่ให้ทดลองใช้งานฟรี	35.1
Gen X	ลงทะเบียนสมัครใช้งาน Social Media เช่น Facebook, Instagram, LINE, YouTube	65.7
Baby Boomer	สมัครงานออนไลน์	5.2
	รับบริการจากภาครัฐ เช่น เสียภาษีออนไลน์ จดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์	6.7
	สมัครใช้บริการต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ตรวจสอบประวัติการใช้โทรศัพท์ ซื้อสินค้า/บริการออนไลน์	63.4
	สมัครใช้บริการทางการเงิน เช่น Internet Banking, Mobile Banking, PromptPay, e-Wallet	55.2
		6.7
		31.3
		17.8
		6.1
		48.8
		42.2
		27.4
		18.4
		36.6
		18.0
		28.9
		28.5
		23.1

**ทีมงานจัดทำโครงการ  
สำรวจพฤติกรรมผู้ใช้  
อินเทอร์เน็ต  
ในประเทศไทย ปี 2561**

# ทีมงานจัดทำ โครงการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย ปี 2561



จิราวรรณ บุญเพิ่ม  
ประธานคณะกรรมาธิการ สพร.  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม



สุรางคณา วายภาพ  
ผู้อำนวยการ สพร.



ชาติชาย สุทธาวศ  
รองผู้อำนวยการ สพร.

## คณะทำงานจาก สพร. —

### ที่ปรึกษา

จิราวรรณ บุญเพิ่ม  
สุรางคณา วายภาพ  
ชาติชาย สุทธาวศ  
จิตติส เก่งสารกิจ  
รจนา ลำเลิศ

### วิเคราะห์และจัดทำรายงาน

จิราพร ตั้งพูลเจริญ

### สนับสนุนการสำรวจ

ทศพร โขมพัตร  
ลลิตา แสงแก้ว  
ณิชนา พิศาโลวดี  
เอมวสี เทียงธรรม  
นพรัตน์ บุญนาค  
พรประภัสสร บุตรประเสริฐ

### กราฟิก

### และเผยแพร่ผลสำรวจ

ณัฐพงษ์ วรพิฑูฒ  
ไพเศษ เจริญพานิช  
นาดล อุซนบุญศิริ  
ณัฐนัย รวดเร็ว  
จิรายุทธ์ กุลพฤกษ์  
ศตคุณ ส้อมทอง  
ณัฐพล สุริย์พงษ์  
พรรณวดี โจม้วน  
อภิษฎา ไทยกลาง



จิตติส เก่งสารกิจ  
ผู้อำนวยการ  
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์



รจนา ลำเลิศ  
ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์





WWW.ETDA.OR.TH | ETDA THAILAND

**ETDA**  
สพธอ



สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

อาคารเดอะ โนน ทาวเวอร์ แกรนด์ พระรามเก้า (อาคารบี) ชั้น 21

เลขที่ 33/4 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง

กรุงเทพมหานคร 10310

โทร. +66 0 2123 1234 โทรสาร +66 0 2123 1200

[www.etda.or.th](http://www.etda.or.th)

**Electronic Transactions Development Agency (Public Organization)**

**Ministry of Digital Economy and Society**

The9th Tower Grand Rama9 Building (Tower B) Floor 21

33/4 Rama 9 Road, Huai Khwang, Bangkok 10310

Tel: +66 0 2123 1234 Fax: +66 0 2123 1200

[www.etda.or.th](http://www.etda.or.th)

ISBN 978-616-7956-38-1



9 786167 956381