บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและสิ่งตอบแทนที่มีต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเสนอเป็นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การใช้แบบสอบถามในการวิจัย
ตอนที่ 2 งานวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์
ตอนที่ 3 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต
ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
ตอนที่ 5 ผู้ใช้ประโยชน์จากแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 1 การใช้แบบสอบถามในการวิจัย

ความหมายของแบบสอบถาม

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2538: 99) ได้ให้ความหมายของแบบสอบถามว่า เป็นรายการคำถามที่เตรียมไว้เพื่อถามเรื่องใดเรื่องหนึ่งและรายการคำถามนี้ส่งให้คนกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ตอบตามความสมัครใจ โดยทั่วไปใช้แบบสอบถามเพื่อมุ่งเก็บข้อมูลประเภทข้อเท็จจริง (Factual Information) ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมปกติ (Typical Behavior)

อุทุมพร จามรมาน (2530: 1) ได้ให้ความหมายของแบบสอบถามว่า เป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบเติมคำตอบเอง ปกติจะมีรายการข้อความหรือคำถามหลายหัวข้อรวมกัน ในบางครั้งแทนที่จะเป็นข้อความสามารถจัดทำในลักษณะของรูปภาพเพื่อวัดความคิดเห็นต่างๆ หรือวัดความจริงที่ยังไม่ทราบ ผลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำไปเปรียบเทียบกับความจริง ดังนั้น ไม่นิยมใช้แบบสอบถามกับความจริงที่ผู้วิจัยทราบแล้ว

บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2540: 58) ได้ให้ความหมายของแบบสอบถามว่า เป็นคำถามชุดหนึ่งซึ่งจัดเรียงลำดับไว้ มีคำแนะนำเพื่อให้ผู้ตอบสามารถตอบเองได้โดยสะดวก

พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540: 98) ได้ให้ความหมายของแบบสอบถามว่า เป็นชุดของคำถามเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งสร้างขึ้นเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อ และความสนใจต่างๆ จากกลุ่มประชากรจำนวนมาก

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2531: 179) ได้ให้ความหมายของแบบสอบถามว่า เป็นรายการคำถามที่จัดเรียงไว้อย่างเป็นระบบซึ่งต้องถามให้ตรงและครบตามวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหาที่ต้องการวิจัยเป็นสำคัญ

จากความหมายของแบบสอบถามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามเป็นชุดของคำถามที่สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความสนใจต่างๆ ตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม (อุทุมพร จามรมาน, 2530)

1. กำหนดวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม ผู้สร้างแบบสอบถามต้องระบุให้ได้ว่า แบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ในเรื่องอะไร มีความชัดเจนและครอบคลุมทุกประเด็นในเรื่องที่ต้องการสอบถาม

2. กำหนดหมวดหรือประเด็นหลักให้ครบถ้วน ผู้สร้างแบบสอบถามต้องพิจารณาว่าประเด็นหลักมีอะไรบ้าง ผู้สร้างแบบสอบถามต้องเป็นผู้มีความรู้ในเนื้อหา สาระ ทฤษฎี โครงสร้างที่เกี่ยวข้อง จึงสามารถกำหนดประเด็นหลักได้ถูกต้อง ครบถ้วน แต่ถ้าผู้สร้างแบบสอบถามไม่มีความรู้ในเรื่องนั้น จำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยหรือต้องศึกษาสาระให้ถ่องแท้ จนแน่ใจว่าประเด็นที่กำหนดมีอะไรบ้าง

3. แจกแจงประเด็นหลักเป็นประเด็นย่อย ผู้สร้างแบบสอบถามต้องใช้ความรู้หรือผลการศึกษาค้นคว้ามาช่วยแจกแจงประเด็นหลักออกมาเป็นประเด็นย่อยอย่างครบถ้วน

4. กำหนดจำนวนข้อคำถาม การกำหนดข้อคำถามจะแบ่งตามอัตราส่วนของประเด็นหลัก และประเด็นย่อย โดยผู้สร้างแบบสอบถามต้องกำหนดเบื้องต้นว่า ต้องการเน้นเรื่องใด มีอัตราส่วนในแต่ละประเด็นเป็นเท่าใด รวมถึงพิจารณาความยาวของแบบสอบถาม

5. กำหนดประเภทของคำถาม ประเภทของคำถามจำแนกได้ 3 ประเภท คือ ประเภทถามความรู้ ประเภทถามความคิดเห็น เจตคติ และประเภทถามพฤติกรรม ผู้สร้างแบบสอบถามจะต้องทราบว่าจะถามประเด็นใด ประเภทใด เป็นอัตราส่วนเท่าใด ในคำถามแต่ละประเภทจะใช้ลักษณะภาษาที่แตกต่างกัน

6. กำหนดรูปแบบ ผู้สร้างแบบสอบถามต้องกำหนดรูปแบบของคำถามก่อนการเขียนข้อความ คำถามในแบบสอบถามจำแนกได้เป็น 11 รูปแบบ คือ (1) แบบคำถามสั้น (2) แบบเลือกตอบ (3) แบบเติมคำ (4) แบบผิดถูก (5) แบบจับคู่ให้ถูกต้อง (6) แบบประมาณค่า (7) แบบประมาณค่าแบบให้ค่า (8) แบบประมาณค่าแบบให้ทำเครื่องหมาย (9) แบบจัดลำดับ (10) แบบเลือกตามที่เห็นสมควร (11) แบบเลือกตอบหลายตัวเลือก

7. การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับประเด็นย่อย ประเด็นหลัก และวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เป็นขั้นตอนที่ตรวจสอบความตรง (Validity) ของแบบสอบถามว่าตรงตามเนื้อหาสาระ ความครอบคลุมประเด็นหลัก ประเด็นย่อย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามหรือไม่ ส่วนการหาความเที่ยงของแบบสอบถามใช้การสร้างคำถามให้สามารถตรวจสอบความสอดคล้องภายในได้ เช่น มีบางข้อถามในเชิงบวก และบางข้อถามในเชิงลบ เพื่อตรวจสอบว่าผู้ตอบตอบอย่างตั้งใจหรือไม่

8. การจัดทำส่วนต่างๆ ในแบบสอบถาม แบบสอบถามทุกฉบับจะประกอบด้วยส่วนต่างๆ คือ

   8.1 ชื่อของแบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบสอบถามใคร เกี่ยวข้องกับเรื่องอะไร

   8.2 คำชี้แจง ได้แก่ การระบุวัตถุประสงค์ในการถามและวิธีการตอบ

   8.3 เนื้อหาสาระ ได้แก่ การจำแนกเนื้อหาสาระออกเป็นตอนๆ เพื่อให้สะดวกในการตอบ

การจำแนกตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับผู้ตอบ ได้แก่ ข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบถามเฉพาะเรื่องที่จำเป็นและเกี่ยวข้องเท่านั้น

ตอนที่ 2 เป็นเนื้อหาสาระที่ต้องการถาม จำแนกตามรูปแบบของคำถาม ในกรณีที่มีคำถามประเภทเดียวกันหลายข้อ (เกิน 15 ข้อ) เพื่อให้ผู้ตอบไม่เบื่อในการตอบ

9. ทดลองใช้ แก้ไข และจัดพิมพ์ หลังจากที่สร้างแบบสอบถามได้แล้ว จำเป็นต้องทดลองใช้เพื่อตรวจสอบภาษาและปัญหาในการตอบกับกลุ่มที่คล้ายกับผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้หลักว่า เป็นกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มที่เป็นผู้ตอบจริงทุกประการ หากมีจำนวนน้อยกว่า เช่น อาจมีจำนวนระหว่าง 10-20 คน วิธีการทดลองใช้ ทำได้โดยให้กลุ่มทดลองทำการตอบแบบสอบถาม เพื่อกำหนดช่วงเวลาในการตอบ ให้กลุ่มทดลองทำเครื่องหมายข้อความที่อ่านไม่เข้าใจเพื่อจะได้ทำการสัมภาษณ์ในภายหลังถึงประเด็นปัญหาในเรื่องภาษาหรือเนื้อหา ให้กลุ่มทดลองแสดงความคิดเห็นต่อการตอบแบบสอบถาม เช่น ความยากง่ายในการตอบ ความน่าสนใจของข้อคำถาม และวิธีการตอบ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยในการปรับปรุง แก้ไข ก่อนการใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สามารถกระทำได้ 2 วิธี คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์ (mailing method) เป็นการส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างโดยทางไปรษณีย์ เหมาะสมสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่กระจัดกระจายกัน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีนี้ต้องมีจดหมายนำแนบไปด้วย

1.1 ลักษณะของจดหมายนำ ต้องชี้แจงเกี่ยวกับสิ่งต่อไปนี้

1.1.1 แนะนำตัวผู้วิจัยและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.2 ชี้แจงประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยและเหตุผลที่ต้องขอความร่วมมือจากผู้ตอบ คุณค่าของคำตอบ

1.1.3 ชี้แจงวิธีการตอบและการส่งแบบสอบถามคืน

1.1.4 ให้คำสัญญาในการรักษาความลับของคำตอบ

1.1.5 ให้คำสัญญาในการส่งผลวิจัยมาให้ทราบเมื่อทำวิจัยเสร็จแล้ว (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

1.2 การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ควรปฏิบัติ ดังนี้

1.2.1 กำหนดรหัส (code) ของแบบสอบถามไว้ทุกชุด เพื่อให้สามารถติดตามได้เมื่อไม่ได้รับแบบสอบถามชุดนั้นกลับคืนภายในเวลาที่กำหนด

1.2.2 เขียนหรือพิมพ์ชื่อที่อยู่ที่ต้องการให้ส่งแบบสอบถามคืนให้ชัดเจน

1.2.3 จ่าหน้าซองถึงผู้รับให้ชัดเจน

1.2.4 ติดแสตมป์ให้สมบูรณ์ทั้งการส่งไปและส่งกลับ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์อาจทำโดยพับตัวแบบสอบถามหรือใส่ซองโดยเฉพาะ ถ้าใช้วิธีพับ ต้องพับให้ส่วนที่มีชื่อผู้รับออกไว้ข้างนอก และชื่อที่อยู่ที่ต้องการให้ส่งกลับคืนไว้ข้างใน พร้อมกับติดแสตมป์ด้วย แต่ถ้าใช้วิธีใส่ซองต้องแนบซองที่มีชื่อที่อยู่ที่ต้องการให้ส่งกลับคืนและติดแสตมป์ให้เรียบร้อยไปในซองแบบสอบถามที่ส่งด้วย (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2531)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีการอธิบายประกอบ (administering method) เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มอยู่แล้วในแห่งใดแห่งหนึ่งหรืออาจนัดหมายให้มารวมกันในสถานที่แห่งหนึ่งที่จัดขึ้น และผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงวัตถุประสงค์ ตลอดจนวิธีการตอบเพื่อให้เกิดความเข้าใจถูกต้องตรงกันก่อนที่จะลงมือตอบ ผู้วิจัยมีโอกาสสร้างสัมพันธภาพกับผู้ตอบได้เป็นอย่างดี ผู้ตอบตอบแบบสอบถามพร้อมกัน และเมื่อทำเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง วิธีนี้เหมาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มอยู่แล้ว และมีโอกาสได้ข้อมูลคืนอย่างครบถ้วน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

ข้อดีของแบบสอบถาม

จากแนวคิดของ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2538) อุทุมพร จามรมาน (2530) พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ (2540) บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2540) พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540) และนิภา ศรีไพโรจน์ (2527) สามารถสรุปข้อดีของแบบสอบถาม ได้ดังนี้ คือ

1. ประหยัดเวลาและงบประมาณ
2. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จะไปถึงมือผู้รับแน่นอนกว่าการออกไปสัมภาษณ์ ซึ่งผู้ตอบอาจไม่อยู่บ้าน ไม่ว่างหรือไม่ยินดีพบผู้สัมภาษณ์
3. สะดวกเมื่อต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างที่มีจำนวนมาก
4. เป็นวิธีที่เข้าถึงประชากรที่อยู่กระจายในพื้นที่กว้าง เพราะสามารถจัดส่งทางไปรษณีย์ได้
5. สามารถกำหนดให้แบบสอบถามถึงมือผู้รับได้ในเวลาที่ไล่เลี่ยกัน ทำให้การตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น สภาวการณ์อยู่ในเวลาใกล้เคียงกันได้
6. ผู้ตอบมีอิสระในการตอบและสะดวกใจที่จะตอบมากกว่าการสัมภาษณ์
7. ไม่มีอคติของผู้สัมภาษณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง
8. ถ้าสร้างแบบสอบถามให้ดีแล้ว การวิเคราะห์ข้อมูลทำได้ง่ายกว่าการสัมภาษณ์
9. ผู้ตอบต้องตอบข้อความที่เหมือนกันและแบบฟอร์มเดียวกัน เป็นการควบคุมสภาวะที่คล้ายคลึงกัน ทำให้สรุปผลได้ดีกว่าการสัมภาษณ์
10. ผู้ตอบมีเวลานานพอที่จะใคร่ครวญหาคำตอบที่ตนแน่ใจจริงๆ จึงช่วยให้ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น

11. การส่งแบบสอบถามไม่จำเป็นต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษเหมือนกับวิธีการสังเกตและวิธีการสัมภาษณ์

ข้อจำกัดของแบบสอบถาม

นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจะมีข้อดีดังกล่าวในข้างต้นแล้ว การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามยังมีข้อจำกัดหรือจุดอ่อนอยู่หลายประการ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปข้อจำกัดของแบบสอบถามจากแนวคิดของ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2538) อุทุมพร จามรมาน (2530) พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ (2540) บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2540) บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2531) พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540) นิภา ศรีไพโรจน์ (2527) และนิโลบล นิ่มกิ่งรัตน์ (2543) ดังต่อไปนี้ คือ

1. ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาไม่ครบตามจำนวน ซึ่งข้อมูลต้องได้คืน 90% ขึ้นไปจึงจะใช้ได้
2. ความเที่ยงและความตรงของแบบสอบถามตรวจสอบลำบากจึงไม่นิยมหา
3. ความต้องการหรือความรู้สึกลำเอียงของผู้สร้างแบบสอบถามอาจมีผลต่อการสร้างข้อคำถาม ทั้งนี้เพราะผู้สร้างมีจิตแน่วแน่ที่ต้องการคำตอบที่พิสูจน์ว่าสมมติฐานที่สร้างขึ้นนั้นเป็นจริง
4. คนบางคนมีความลำเอียงต่อการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากได้รับบ่อยหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการตอบแบบสอบถามที่ไม่ดีมาก่อน จึงทำให้ไม่อยากตอบ
5. ผู้ตอบบางคนไม่เห็นความสำคัญอาจโยนแบบสอบถามทิ้ง โดยไม่พิจารณาให้รอบคอบ
6. โดยปกติแบบสอบถามควรมีขนาดสั้น กะทัดรัด ดังนั้น จึงมีข้อคำถามได้จำนวนจำกัด
7. แบบสอบถามที่ครอบคลุมสาระสำคัญทั้งหมดมักจะยาว ทำให้ผู้ตอบเสียเวลามาก
8. คำถามที่ใช้ต้องไม่ยากหรือซับซ้อนเกินไป ลำดับคำถามจะต้องไม่ย้อนกลับไปกลับมาจนผู้ตอบเกิดความรู้สึกยุ่งยากหรือต้องใช้ความพยายามมากเกินไปในการตอบคำถาม
9. เป็นการเก็บข้อมูลที่ไม่ได้ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวเหมือนกับการสัมภาษณ์
10. ไม่สามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่อ่านหรือเขียนหนังสือไม่ออก
11. แบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ผู้วิเคราะห์ไม่สามารถทราบได้ว่าใครเป็นคนตอบแบบสอบถาม
12. เป็นการเก็บข้อมูลแบบขอร้องให้กลุ่มตัวอย่างให้ความจริง ข้อมูลจะเชื่อถือได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับความซื่อสัตย์ของผู้ตอบ
13. มีลักษณะยืดหยุ่นน้อย อาจได้คำตอบไม่ตรงวัตถุประสงค์ เพราะแปลความหมายของคำผิด
14. เป็นเรื่องของภาษา จึงยากแก่การหลีกเลี่ยงความหมายสองแง่สองมุม
15. บางครั้งต้องใช้คำถามที่ไม่จำเป็นบ้าง เพื่อให้ข้อความบางอย่างติดต่อกันหรือเพื่อการตรวจสอบภายใน
16. ผู้ตอบมีเวลาอ่านทบทวนคำถามก่อนที่จะลงมือตอบ ทำให้มีโอกาสดัดแปลงคำตอบหรือปรึกษาผู้อื่นซึ่งมีผลกระทบต่อการวิเคราะห์มาก
17. ไม่สามารถกลับไปสอบถามหาคำตอบที่แท้จริงได้อีก
18. มักจะต้องมีการติดตามแบบสอบถามคืน จึงต้องเสียเวลา

เทคนิคที่ช่วยทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามสูงขึ้น

สมาคมการศึกษาของสหรัฐอเมริกา (NEA) พบว่า การตอบกลับแบบสอบถามควรได้รับกลับคืนถึงร้อยละ 90 จึงจะเป็นตัวแทนของประชากรที่สามารถสรุปได้ใกล้เคียงความจริง ดังนั้น การวิจัยที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลจึงให้ความสำคัญต่อจำนวนแบบสอบถามที่ส่งกลับคืนมา (อ้างถึงใน อุทุมพร จามรมาน, 2530)

เทคนิคที่ช่วยทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามสูงขึ้น มีดังนี้

1. แบบสอบถามมีลักษณะน่าสนใจ เรื่องที่ถามและรูปแบบของแบบสอบถามน่าสนใจ (อุทุมพร จามรมาน, 2530; บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2540; วิเชียร เกตุสิงห์, 2530; พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2540; นิโลบล นิ่มกิ่งรัตน์, 2543)

2. ระมัดระวังในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ต้องแน่ใจว่าบุคคลเหล่านั้นมีข้อมูลที่ต้องการและเรื่องที่ถามควรเป็นเรื่องที่น่าสนใจ มีความหมายหรือมีผลได้ผลเสียต่อกลุ่มตัวอย่างที่เลือก (อุทุมพร จามรมาน, 2530; วิเชียร เกตุสิงห์, 2530; พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2540)

3. ความสั้นยาวของแบบสอบถาม แบบสอบถามยิ่งสั้น โอกาสที่จะได้รับคืนมีสูง (บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2540; วิเชียร เกตุสิงห์, 2530; พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2540)

4. ปกปิดสิ่งที่ตอบไว้เป็นความลับและควรอธิบายวิธีการที่จะนำข้อมูลไปใช้ให้ผู้ตอบได้ทราบด้วย (อุทุมพร จามรมาน, 2530; วิเชียร เกตุสิงห์, 2530; นิโลบล นิ่มกิ่งรัตน์, 2543)

5. ในกรณีที่ผู้วิจัยทำการวิจัยของหน่วยงานราชการหรือเกี่ยวข้องกับทางราชการควรใช้ชื่อหน่วยงานเป็นสถานที่ติดต่อหรืออ้างอิงยังบุคคลที่เกี่ยวข้อง จะทำให้ผู้ตอบเห็นคุณค่าของงานวิจัย และเชื่อว่างานวิจัยนี้จะให้ประโยชน์แก่ทางราชการ (อุทุมพร จามรมาน, 2530; พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2540)

6. สิ่งจูงใจที่ช่วยในการตอบ เช่น แจ้งประโยชน์ของงานวิจัยที่จะมีต่อส่วนรวมหรือผู้ตอบ มอบงานวิจัย เอกสาร หรืออื่นๆ การวิจัยบางเรื่องจำเป็นต้องมีสิ่งล่อให้บุคคลตอบแบบสอบถาม เช่น ให้รางวัลเป็นเงินหรือสิ่งของ ถ้าผู้ตอบได้รับสิ่งตอบแทนจะเกิดความรับผิดชอบ ทำให้ต้องตอบแบบสอบถาม (อุทุมพร จามรมาน, 2530; บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2540)

7. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ควรลงทะเบียนเพื่อประกันว่าผู้รับได้รับแบบสอบถามและการที่จะให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามคืนต้องอำนวยความสะดวกในการส่งคืนให้ด้วย เช่น จ่าหน้าซองหรือปิดแสตมป์ให้เรียบร้อยในตอนที่ส่งไป (อุทุมพร จามรมาน, 2530; วิเชียร เกตุสิงห์, 2530; นิโลบล นิ่มกิ่งรัตน์, 2543)

8. ในกรณีที่ทราบว่าผู้ใดไม่ตอบหรือไม่ส่งแบบสอบถามคืนมา ควรมีการติดตาม เช่น การเตือนหรือถามเหตุผล และส่งแบบสอบถามไปอีกฉบับหนึ่ง อาจช่วยได้ในกรณีที่ผู้ตอบไม่ได้รับแบบสอบถาม

9. ควรใส่รหัสไว้ที่แบบสอบถาม เพื่อจะได้ทราบว่าใครยังไม่ตอบ จะได้ติดตามได้ถูกต้อง

10. การส่งแบบสอบถามไปยังผู้ตอบนั้น ควรส่งไปยังสถานที่ทำงานของผู้ตอบ

11. การกำหนดวันส่งกลับ ควรระบุเป็น "โปรดส่งคืนโดยเร็วที่สุด" มากกว่าการระบุวันที่แน่นอน

12. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ควรจะลงทะเบียนเพื่อประกันว่าผู้รับได้รับแบบสอบถามหรือเพื่อให้ผู้ส่งทราบถึงเหตุผลว่าที่ผู้ตอบไม่ตอบนั้น เนื่องมาจากการที่เขาไม่ได้รับแบบสอบถาม

13. ในกรณีที่ผู้ส่งแบบสอบถามส่งด้วยตนเอง ควรจดบันทึกไว้ว่าส่งให้ใครบ้าง เมื่อไร เพื่อจะได้ติดตามถูก (อุทุมพร จามรมาน, 2530)

Kanuk และ Berenson (1975 อ้างถึงใน ชยการ คีรีรัตน์, 2543) ได้เสนอวิธีการกระตุ้นอัตราการตอบแบบสอบถาม จำแนกได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. จำแนกตามช่วงเวลา แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

1.1 ช่วงเวลาก่อนการส่งแบบสอบถาม ได้แก่ การแจ้งให้ผู้ตอบทราบล่วงหน้า ทำได้โดยการใช้จดหมายหรือโทรศัพท์ เพื่อเป็นการขอความร่วมมือไว้ล่วงหน้า

1.2 ช่วงเวลาระหว่างการส่งแบบสอบถาม ได้แก่ การส่งทางไปรษณีย์ธรรมดา ไปรษณีย์อากาศ ลงทะเบียนหรือแบบพิเศษ

1.3 ช่วงเวลาหลังจากส่งแบบสอบถามออกไปแล้ว ได้แก่ การติดตามแบบสอบถามที่ไม่ได้รับกลับคืน มีจุดประสงค์เพื่อกระตุ้นเตือนหรือขอร้องให้ผู้ตอบตอบแบบสอบถามและส่งกลับคืนอีกครั้งหนึ่ง

2. จำแนกตามเทคนิควิธีที่ใช้ ได้แก่ ความยาวของแบบสอบถาม ขนาดของแบบสอบถาม หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน การส่งแบบสอบถามพร้อมกับแนบซองจดหมายและติดแสตมป์สำหรับส่งกลับ การใช้จดหมายแบบเจาะจงบุคคล การจัดรูปแบบของข้อมูลที่ถาม การออกแบบแบบสอบถาม สีของกระดาษและหมึกพิมพ์ที่ใช้ การปิดบังชื่อผู้ตอบ การให้สิ่งของตอบแทนและการกำหนดวันส่งกลับ

Linsky (1975 อ้างถึงใน ชยการ คีรีรัตน์, 2543) ได้เสนอเทคนิคในการกระตุ้นอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม จำแนกได้ 3 ขั้นตอน คือ

1. องค์ประกอบด้านกลไกและการรับรู้ (Mechanical and Perceptual Factors) ได้แก่ การติดตามผู้ตอบก่อนส่งแบบสอบถามไปให้ การใช้ไปรษณียบัตรแนบไปกับแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบเขียนชื่อของตนเองแล้วส่งกลับเพื่อแจ้งให้ผู้วิจัยทราบว่าได้ตอบแบบสอบถามกลับมาให้แล้ว การติดตามผล ประเภทของการส่ง ความยาวของแบบสอบถาม ระบบการพิมพ์หรือการอัดสำเนา แบบของการตอบ คือ การใช้ตัวเลขรหัส และสีของกระดาษพิมพ์

2. องค์ประกอบเกี่ยวกับการดึงดูดใจทางอ้อม ได้แก่ การให้คำมั่นสัญญาว่าจะปิดบังชื่อผู้ตอบ ลักษณะของจดหมายนำ การใช้จดหมายแบบเจาะจงตัวบุคคล สถานภาพทางสังคมของผู้ตอบ คำขอร้องให้ช่วยตอบแบบสอบถาม หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและการกำหนดวันส่งแบบสอบถามกลับ

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับการดึงดูดใจทางตรง ได้แก่ การให้รางวัลหรือสิ่งของตอบแทน

ตอนที่ 2 งานวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตที่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการให้สิ่งตอบแทนที่ต่างกัน จึงได้มีการศึกษางานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการให้สิ่งตอบแทนที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์เป็นแนวทาง ดังนี้

2.1 การแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเป็นการติดต่อกับผู้ตอบแบบสอบถามก่อนที่จะจัดส่งแบบสอบถามไปให้สามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์ได้ ซึ่ง Dillman (1978 อ้างถึงใน จรินทร์ กองศรี, 2535) กล่าวว่า เหตุผลที่การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าสามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับให้สูงขึ้น เพราะ

2.1.1 เป็นการแจ้งให้ผู้ตอบทราบล่วงหน้าว่าจะมีการส่งแบบสอบถามไปให้ตอบ ลดการทิ้งแบบสอบถามโดยไม่ตั้งใจของผู้ตอบที่มีความสนใจ

2.2.2 เป็นการสร้างความไว้วางใจ เห็นความสำคัญของผู้ตอบ ภายใต้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม

จากการศึกษา พบว่า การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าสามารถทำได้โดยการติดต่อก่อนส่งแบบสอบถามไปให้ด้วยวิธีการใช้ จดหมาย ไปรษณียบัตร การ์ด โทรศัพท์ หรือการไปติดต่อด้วยตนเอง ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ดังนี้

สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์ (2531) ได้ศึกษากับกลุ่มครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในระยะก่อนการติดตามและภายหลังการติดตามครั้งที่ 1 อัตราการตอบกลับของกลุ่มที่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ส่วนในระยะภายหลังการติดตามครั้งที่ 2 พบว่า อัตราการตอบกลับจากทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน

จรินทร์ กองศรี (2535) ได้ศึกษากับกลุ่มครู ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร พบว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ด้วยวิธีการติดต่อที่ต่างกันมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่อัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ได้รับการติดตามก่อนกำหนดวันส่งกลับ และการติดตามหลังกำหนดวันส่งกลับสูงกว่าอัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ไม่ได้รับการแจ้งล่วงหน้าหรือการติดตาม นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ส่วนคุณภาพข้อมูลระหว่างกลุ่มที่ได้รับวิธีการติดต่อที่ต่างกันไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อัตราการตอบกลับและคุณภาพข้อมูลจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์ระหว่างกลุ่มที่ได้รับการติดตามก่อนกำหนดวันส่งกลับ 1 ครั้ง กับ 2 ครั้ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และอัตราการตอบกลับและคุณภาพข้อมูลจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์ระหว่างกลุ่มที่ได้รับการติดตามหลังกำหนดวันส่งกลับ 1 ครั้ง กับ 2 ครั้ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

วีระยุทธ ชาตะกาญจน์ (2537) ได้ศึกษากับกลุ่มครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าด้วยโทรศัพท์มีอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าด้วยการ์ด ไปรษณียบัตร

จดหมายและกลุ่มที่ไม่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และทุกกลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้ามีอัตราการตอบกลับสูงกว่าที่ไม่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิจัย สรุปได้ว่า กลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้ามีอัตราการตอบสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อัตราการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำแนกตามการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ผู้วิจัย (ปีที่ทำ)	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรทดลอง	อัตรา การตอบกลับ
สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์ (2531)	ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า สีของหมึกพิมพ์และการระบุวันส่งกลับที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	แจ้งล่วงหน้า ไม่แจ้งล่วงหน้า	95.75 94.00
จรินทร์ กองศรี (2535)	ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการติดตามที่มีต่ออัตราการตอบกลับและคุณภาพของข้อมูลจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์	ครู	แจ้งล่วงหน้า ไม่แจ้งล่วงหน้า	74.28 61.42
วีระยุทธ ชาตะกาญจน์ (2537)	ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าต่างวิธีตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบและการติดตามทางไปรษณีย์ที่มีต่ออัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	แจ้งล่วงหน้าทางโทรศัพท์ แจ้งล่วงหน้าทางการ์ด แจ้งล่วงหน้าทางจดหมาย แจ้งล่วงหน้าทางไปรษณียบัตร ไม่แจ้งล่วงหน้า	83.67 79.00 76.00 75.33 63.33

2.2 การให้สิ่งตอบแทน

ในต่างประเทศ ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคการเพิ่มอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยการให้สิ่งตอบแทนไว้หลายเรื่อง สามารถแบ่งตามลักษณะของสิ่งตอบแทนที่ให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

2.2.1 การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน แบ่งตามวิธีการให้ ได้แก่

2.2.1.1 การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม มีงานวิจัยหลายเรื่องที่ทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถาม โดยวิธีการให้เงินไปพร้อมๆ กับการส่งแบบสอบถาม เพื่อเป็นสิ่งตอบแทนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อค้นพบจากการวิจัยมีทั้งที่สอดคล้องและขัดแย้งกัน ดังนี้

Shuttleworth (1931 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามระหว่างกลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทน โดยการให้เงินเหรียญเป็นรางวัลตอบแทน พบว่า อัตราการตอบกลับของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Robinson and Agisim (1951 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ศึกษาทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับเทคนิควิธีการเพิ่มอัตราการตอบกลับทางไปรษณีย์ รวมถึงวิธีการให้สิ่งตอบแทนเพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับด้วย ได้ข้อสรุปว่า มีนักวิจัยหลายท่านให้ความเห็นว่า ในการเลือกสิ่งตอบแทนที่ดีนั้น สามารถที่จะเพิ่มอัตราการตอบกลับให้สูงขึ้นถึงร้อยละ 70-80 หรือมากกว่า และจากการวิจัย พบว่า การให้เงิน 25 เซ็นต์ที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม ทำให้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนอยู่ในช่วงร้อยละ 60-80 และการให้เงิน 25 เซ็นต์ กับ 1 ดอลลาร์ พบว่า ไม่ทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

Kephart and Bressler (1958 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ทำการวิจัยโดยให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน พบว่า การให้เงิน 1, 5, 10 และ 25 เซ็นต์ ได้รับอัตราการตอบกลับแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 55, 54, 57 และ 70 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับการไม่ให้เงินเป็นรางวัลได้รับอัตราการตอบกลับร้อยละ 52 ทำให้สรุปได้ว่า เมื่อให้เงิน 25 เซ็นต์ จะทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการไม่ให้เงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Watson (1965 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามเมื่อให้สิ่งตอบแทนหลายๆ ชนิด พบว่า สิ่งตอบแทนที่ทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามสูงที่สุด คือ เงินจำนวน 25 เซ็นต์ ซึ่งทำให้มีอัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 84

Laurent and Parra (1968 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับ โดยการให้สิ่งตอบแทนเป็นเงิน 1 เปโซ กับการไม่ให้สิ่งตอบแทน โดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่างหลายๆ กลุ่ม เช่น ทดลองกับกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง พบว่า กลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทนมีอัตราการตอบกลับ คิดเป็นร้อยละ 48 และ 12 ตามลำดับ ส่วนการทดลองในกลุ่มที่มีรายได้สูง ก็พบในลักษณะเดียวกัน คือ กลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทนมีอัตราการตอบกลับ คิดเป็นร้อยละ 39 และ 21 จากการทดลองซ้ำกันถึง 3 ปี สรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินเล็กน้อย ก็ส่งผลให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามเพิ่มขึ้น

Wiseman (1973 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) พบว่า การให้เงิน 10 เซ็นต์เป็นสิ่งตอบแทนทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน ร้อยละ 8

Hackler and Bourgette (1973 อ้างถึงใน อัญชลี คงมั่น, 2522) ได้ทำการทดลองโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่มเท่าๆ กัน โดยกลุ่มแรกให้เงิน 1 เหรียญอเมริกันพร้อมกับแบบสอบถาม ส่วนกลุ่มที่สองไม่ได้ให้เงิน และหลังจากส่งแบบสอบถามแล้ว 11 วัน กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่สองที่ยังไม่ตอบแบบสอบถามกลับ จะได้รับเงิน 1 เหรียญอเมริกัน ผลปรากฏว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามสูงถึงร้อยละ 95

Doop, Freedman and Carlsmith (1973 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) พบว่า ตัวแปรผู้สนับสนุนและตัวแปรการให้เงิน 3 ระดับ คือ 0, 5 และ 20 เซ็นต์ ทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามกลับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยอัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในวงการค้า และการให้และไม่ให้สิ่งตอบแทนนั้น พบว่า อัตราการตอบกลับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่ผู้สนับสนุนอยู่ในวงการค้า นอกจากนี้ยังพบ

เหตุผลที่อธิบายเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามโดยการให้สิ่งตอบแทนว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจะมีความรู้สึกว่า มีความผิดหรือเป็นบาป ถ้าเขารับเงินแล้วไม่ตอบแบบสอบถามกลับคืน

Pressley and Tullar (1977 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ทดลองเกี่ยวกับอัตราการตอบกลับแบบสอบถาม โดยศึกษาจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การให้สิ่งตอบแทนเป็นเงิน การอธิบายภาพประกอบการ์ตูน และการใช้สีของแบบสอบถาม พบว่า มีองค์ประกอบเดียวที่ทำให้อัตราการตอบกลับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ การให้สิ่งตอบแทนเป็นเงิน กล่าวคือ กลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับเงิน 10 เซ็นต์เป็นสิ่งตอบแทนนั้น ได้รับอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 44.50 และ 33.30 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบข้อสังเกตว่า การเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับนั้น ไม่สอดคล้องตามมูลค่าหรือค่าของเงินที่ให้กลุ่มตัวอย่าง แต่อาจเป็นผลที่เกิดจากผลลัพธ์ทางด้านจิตวิทยามากกว่าที่จะเป็นผลที่เกิดจากมูลค่าของเงินที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ ทั้งนี้ เนื่องจากผลการวิจัยของ Watson ในปี 1965 ซึ่งได้ทำการทดลองโดยการให้เงิน 10 เซ็นต์ เช่นเดียวกับ Pressley and Tullar ที่ได้ทำการวิจัยในปี 1977 จะเห็นได้ว่ามีช่วงระยะเวลาห่างกัน 10 กว่าปี มูลค่าของเงินย่อมลดลง แต่อัตราการตอบกลับโดยการให้สิ่งตอบแทนเป็นเงิน ก็ยังสามารถกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินมีการตอบกลับเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 10 เช่นเดิม

จากผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินโดยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีผลทำให้ อัตราการตอบกลับทางไปรษณีย์สูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน และพบข้อสังเกตว่า ในการเพิ่มอัตราการตอบกลับนั้นไม่ได้เป็นผลที่เกิดจากมูลค่าของเงินที่ให้อย่างเดียว แต่อาจมีผลด้านจิตวิทยารวมอยู่ด้วย เห็นได้จากงานวิจัยของ Doop, Freedman and Carlsmith (1973 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2536) และ Pressley and Tullar (1977 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535)

2.2.1.2 การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนในภายหลัง

การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถามและการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนในภายหลังเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามกลับมาแล้วนั้น ได้มีผู้วิจัยที่ทำการทดลองในลักษณะนี้ ได้แก่

Wotruba (1966 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) พบว่า การจูงใจโดยการส่งเงินจำนวน 25 เซ็นต์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม การจูงใจโดยการสัญญาว่าจะส่งเงินจำนวน 50 เซ็นต์ ไปให้เมื่อตอบแบบสอบถามกลับคืน และเมื่อไม่มีการจูงใจ ทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ได้รับเงิน 25 เซ็นต์ มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 50 เซ็นต์ และสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ทำการจูงใจ และพบว่าอัตราการตอบกลับของกลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงินกับกลุ่มที่ไม่ให้สิ่งตอบแทนไม่มีความแตกต่างกัน

Gelb (1975 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) ได้ทำการทดลองโดยส่งแบบสอบถามพร้อมสิ่งตอบแทนให้แก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้า โดยส่งให้ทันทีในครั้งแรกครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนอีกครึ่งหนึ่งส่งแบบสอบถามให้ก่อนและสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว การทดลองแบ่งออกเป็น 2 พวก พวกแรกทำการทดลองในกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่ำ ผลการวิจัย พบว่า อัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามพร้อมสิ่งตอบแทนสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามพร้อมกับคำสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทน

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืน พวกที่สองทำการทดลองในกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้สูง พบว่า การตอบแบบสอบถามกลับของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

Armstrong (1975 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้วิเคราะห์ผลการวิจัยหลายเรื่องและได้ข้อสรุปว่า การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับการส่งแบบสอบถามจะทำให้อัตราการตอบกลับสูงขึ้น และ การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนเมื่อผู้ตอบได้ตอบแบบสอบถามกลับมาแล้วนั้น ไม่ทำให้อัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้น เว้นเสียแต่ว่าการสัญญานั้นได้เพิ่มขนาดของสิ่งตอบแทนมากขึ้นเท่านั้น และอัตราการตอบกลับระหว่างการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนกับการไม่ให้สิ่งตอบแทนนั้น พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

McEnally (1984 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถาม โดยกลุ่มที่ 1 ให้เงิน 25 เซ็นต์ ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม กลุ่มที่ 2 และ 3 สัญญาว่าจะส่งเงินไปให้ในภายหลัง 15 และ 25 เซ็นต์ ตามลำดับ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มที่ 1 มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 ส่วนอัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ 2 และ 3 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

Berry and Kanouse (1987 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) ได้ทำการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแพทย์ พบว่า การให้เช็คมูลค่า 20 ดอลลาร์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม ทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ในภายหลัง

จากงานวิจัยหลายๆ เรื่องที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ในการเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามระหว่างการให้สิ่งตอบแทนที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามกับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงินไปให้ภายหลัง เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบแบบสอบถามกลับมาแล้ว ผลการวิจัยส่วนใหญ่ พบว่า การให้สิ่งตอบแทนที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น มีผลทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ภายหลัง แต่สำหรับอัตราการตอบกลับแบบสอบถามระหว่างการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนและการไม่ให้สิ่งตอบแทนนั้น พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2.2 การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับโดยการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุ มีดังนี้

Brennan (1958 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับสิ่งตอบแทนเป็นตัวแลกของชำร่วย ได้ข้อสรุปว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นสิ่งของซึ่งมีมูลค่าเล็กน้อยนั้น ไม่มีผลทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม หากผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในสิ่งตอบแทนที่ผู้วิจัยเสนอให้นั้น ก็มีผลให้อัตราการตอบกลับสูงขึ้นได้เช่นกัน

Laurent and Parra (1968 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ศึกษาอัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทน และได้รับสิ่งตอบแทนเป็นหวีพลาสติก พบว่า อัตราการตอบกลับ คิดเป็น ร้อยละ 12 และ 35 ตามลำดับ ผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของมีผลทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการไม่ได้ให้สิ่งตอบแทน

Pucel, Nelson and Wheeler (1971 อ้างถึงใน มารศรี กลางประพันธ์, 2535) ได้ทำการศึกษาอัตราการตอบกลับ โดยการเปรียบเทียบระหว่างจำนวนของสิ่งตอบแทนที่ให้ในระดับต่างๆ กัน คือ 0, 1, 2 และ 3 ชนิด กับกลุ่มนิสิตในมหาวิทยาลัยมินิโซต้า สิ่งตอบแทนที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ ได้แก่ ปากกา กาแฟผง สีของแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า เมื่อให้สิ่งตอบแทนที่มีจำนวนต่างกันไม่มีผลทำให้อัตราการตอบกลับแตกต่างกัน แต่การเพิ่มจำนวนสิ่งตอบแทนนั้นมีแนวโน้มที่จะช่วยลดเวลาในการติดตามแบบสอบถามกลับคืน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของนั้น ยังไม่ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน เนื่องจากมีทั้งผลการวิจัยที่สอดคล้องและขัดแย้งกัน

2.2.3 การให้สิ่งตอบแทนเพื่อตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบ การวิจัยที่เปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามโดยการให้สิ่งตอบแทนเพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจหรือความเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีหลายเรื่อง ดังนี้

Robertson and Bellenger (1978 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) ได้ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความคิดหรือจิตใจของคนว่า ระหว่างการคิดคำนึงถึงประโยชน์ของผู้อื่นและการคิดคำนึงถึงประโยชน์ของตนเองนั้น ลักษณะใดจะมีผลทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่า ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนเป็นเงิน 1 ดอลลาร์เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อเห็นแก่ผู้อื่น มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นรางวัลตอบเป็นการส่วนตัวผู้ตอบ และสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ทำการจูงใจ

Furse and Stewart (1982 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) ได้ทำการศึกษา พบว่า อัตราการตอบกลับของกลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์เพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศลของผู้ตอบ และกลุ่มที่ไม่ได้รับรางวัล พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนกลุ่มที่ได้รับเงิน 1 ดอลลาร์เพื่อการตอบแทนเป็นการส่วนตัวนั้นได้รับอัตราการตอบกลับสูงกว่าทั้ง 2 กลุ่ม

จากผลการวิจัยขัดแย้งกัน 2 เรื่อง ดังกล่าว Habbard and Little (1988 อ้างถึงใน นาตยา ทรายแก้ว, 2535) จึงได้ทำการทดลองโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2000 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทน, กลุ่มที่สัญญาว่าจะให้รางวัลเป็นเงิน 200 ดอลลาร์ สำหรับผู้โชคดี, กลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์เพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศลของผู้ตอบ, กลุ่มที่ส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 25 เซ็นต์ ไปพร้อมกับแบบสอบถามและกลุ่มที่ส่งสิ่งตอบแทนเป็นเงิน 1 ดอลลาร์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม อัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 40.5, 51.8, 33.5, 56.8 และ 68.0 ตามลำดับ เมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า กลุ่มที่มีการสัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์เพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศลนั้นได้รับอัตราการตอบกลับต่ำสุด ซึ่งไม่แตกต่างจากกลุ่มที่ไม่มีการจูงใจ

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การจูงใจที่ส่งผลในทันทีโดยการให้สิ่งของในลักษณะของการตอบแทนส่วนตัวแก่ผู้ตอบทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการใช้วิธีการจูงใจวิธีอื่นและสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีการจูงใจ และส่วนใหญ่พบว่า กลุ่มที่ได้รับการจูงใจที่ส่งผลในอนาคตโดยเป็นการให้สิ่งของในลักษณะเพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจเป็นกุศลกับกลุ่มที่ไม่มีการจูงใจไม่แตกต่างกัน

งานวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคการเพิ่มอัตราการตอบกลับแบบสอบถามโดยการให้สิ่งตอบแทนในประเทศไทย

อัญชลี คงมั่น (2522) ได้ศึกษาผลของสิ่งตอบแทนที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์กับกลุ่มครู-อาจารย์ ในระดับมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้ได้รับอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์สูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน การให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหนังสือการประเมินทางการศึกษาในระยะแรกทำให้ได้รับอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์สูงกว่าการให้สิ่งตอบแทนในระยะที่สองและระยะที่สามและสูงกว่าการให้คำสัญญาเรื่องการส่งบทคัดย่องานวิจัยให้เมื่อการวิจัยเสร็จสิ้นลง การให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหนังสือการประเมินทางการศึกษาโดยส่งให้พร้อมกับแบบสอบถามและจดหมายติดตามในระยะที่ 2 และระยะที่ 3 กับการสัญญาเรื่องการส่งบทคัดย่องานวิจัยทำให้ได้รับอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และการให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหนังสือการประเมินทางการศึกษา ในระยะที่ 2 และระยะที่ 3 ทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สุภา ลวกุล (2534) ได้เปรียบเทียบอัตราการตอบกลับและความคงเส้นคงวาของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์โดยการให้สิ่งล่อใจที่ต่างกันกับกลุ่มครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อัตราการตอบกลับเป็นรายสัปดาห์ของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์โดยวิธีการให้สิ่งล่อใจต่างกัน คือ ส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นหนังสือไปพร้อมกับแบบสอบถาม วิธีการจับสลากให้รางวัลจากรหัสของแบบสอบถามที่ตอบกลับคืนและวิธีที่ไม่มีการให้สิ่งล่อใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยอัตราการตอบกลับในสัปดาห์ที่ 1 และสัปดาห์ที่ 2 มีอัตราสูงสุดและไม่แตกต่างกัน ส่วนอัตราการตอบกลับในสัปดาห์ที่ 3 มีอัตราการตอบกลับต่ำสุด อัตราความคงเส้นคงวาในการตอบแบบสอบถามกลับเป็นรายสัปดาห์โดยวิธีการให้สิ่งล่อใจที่ต่างกันไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและอัตราการตอบกลับและความคงเส้นคงวาของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์โดยวิธีการให้สิ่งล่อใจที่ต่างกันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อุบล พวงมาลา (2535) ได้ศึกษาถึงผลของสิ่งตอบแทนที่มีต่ออัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์กับกลุ่มครู-อาจารย์ประจำชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 และ 2 สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ เมื่อมีการให้สิ่งตอบแทนและไม่ให้สิ่งตอบแทนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

มารศรี กลางประพันธ์ (2535) ได้เปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ เมื่อให้สิ่งตอบแทนที่ต่างกัน 3 ประเภท คือ สิ่งตอบแทนที่อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด (หนังสือจุดมุ่งหมายทางการศึกษา) ปานกลาง (ไม้โปรแตรกเตอร์) น้อยที่สุด (บัตรปฏิทินย่อส่วน) พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามของกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทน และอัตราการตอบแบบสอบถามของกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนที่อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุดและปานกลางสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนที่อยู่ในระดับความต้องการน้อยที่สุดและอัตราการตอบกลับแบบสอบถามของกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนที่อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุดและปานกลางไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทั้งในระยะก่อนการติดตามและหลังการติดตามครั้งที่ 1 และ 2

นาตยา ทรายแก้ว (2535) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์จากการใช้วิธีการจูงใจที่ส่งผลทันทีเป็นการ์ดขอบคุณ การจูงใจที่ส่งผลทันทีเป็นการส่งเงิน 50 บาท การจูงใจที่ส่งผลในอนาคตเป็นการสัญญาระบุในกิตติกรรมประกาศ การจูงใจที่ส่งผลในอนาคตเป็นการสัญญาส่งเงิน 50 บาท และเมื่อไม่มีการจูงใจกับกลุ่มตัวอย่างครู-อาจารย์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ทั่วประเทศ ยกเว้นกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามจากการใช้สิ่งจูงใจแต่ละแบบกับเมื่อไม่มีการจูงใจไม่แตกต่างกัน อัตราการตอบกลับแบบสอบถามเป็นรายสัปดาห์จากการใช้วิธีการจูงใจที่แตกต่างกันมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยอัตราการตอบกลับในสัปดาห์ที่ 2 มีอัตราสูงสุด

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์และคณะ (2536) ได้ศึกษาผลของตัวแปรคัดสรรที่มีต่อความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ของครูมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนมีคะแนนเฉลี่ยความจริงใจในการตอบแบบสอบถามสูงว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทนทั้งในระยะก่อนการติดตามในระยะภายหลังการติดตามและในทุกระยะรวมกัน

ผลการวิจัยส่วนใหญ่ สรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนเป็นตัวแปรที่ทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามสูงขึ้น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 อัตราการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำแนกตามการให้สิ่งตอบแทนชนิดต่างๆ

ผู้วิจัย (ปีที่ทำ)	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	การให้สิ่งตอบแทน	อัตราการตอบกลับ
อัญชลี คงมั่น (2522)	ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า สีของหมึกพิมพ์และการระบุวันส่งกลับที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	-	57.14
			หนังสือประเมินทางการศึกษา ระยะที่ 1	96.75
			หนังสือประเมินทางการศึกษา ระยะที่ 2	89.33
			หนังสือประเมินทางการศึกษา ระยะที่ 3	85.25
			คำสัญญาเรื่องการส่งบทคัดย่อ	84.29
มารศรี กลางประพันธ์ (2535)	การเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์เมื่อให้สิ่งตอบแทนที่ต่างกัน	ครู	-	76
			หนังสือจุดมุ่งหมายทางการศึกษา	92
			ไม้โปรแตรกเตอร์	91
			บัตรปฏิทินย่อส่วน	78
สุภา ลวกุล (2534)	การเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับและความคงเส้นคงวาของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ โดยการให้สิ่งล่อใจที่ต่างกัน	ครู	-	49.33
			หนังสือการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดลักษณะผู้เรียน	56.67
			รางวัลในการจับฉลากแบบสอบถามเป็นเงิน	46.67
นาตยา ทรายแก้ว (2535)	ผลของการจูงใจที่มีต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	-	86.25
			การสัญญาส่งเงินจำนวน 50 บาท	93.75
			การส่งเงินจำนวน 50 บาท	92.50
			การสัญญาระบุในกิตติกรรมประกาศ	92.50
			การ์ดขอบคุณ	88.75

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า การให้สิ่งจูงใจในกลุ่มครู โดยส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือและพบว่ามีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการให้สิ่งตอบแทนชนิดอื่นและการไม่ให้สิ่งตอบแทน

2.3 งานวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ที่ส่งในประเทศไทย

จากงานวิจัยที่ผ่านมา นอกจากตัวแปรการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการให้สิ่งตอบแทนแล้ว ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ดังต่อไปนี้

2.3.1 ด้านตัวแบบสอบถาม

2.3.1.1 การจัดหน้า พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ได้รับการจัดหน้าสูงกว่าแบบสอบถามธรรมดา (วิจิตรา ประสาทเวทยกุล, 2523)

2.3.1.2 ความยาวของแบบสอบถาม พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่มีความยาว 4 หน้าสูงกว่าแบบสอบถามที่มีความยาว 12 หน้า (วิไลวรรณ ศากรวิมล, 2523)

2.3.1.3 สีของกระดาษและหมึกพิมพ์ พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยหมึกสีน้ำเงินหรือสีเขียวสูงกว่าแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยหมึกสีแดงหรือหมึกสีดำ (สุธีรา ภัทรายุตวรรตน์, 2531) และแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีเขียว สีฟ้าสูงกว่าแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีขาว (วิไลวรรณ ศากรวิมล, 2523)

2.3.1.4 รูปแบบการตอบแบบสอบถาม พบว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามปลายปิดสูงกว่าแบบสอบถามปลายเปิดและแบบผสม (รัชนี พึ่งพาณิชย์กุล, 2535 อ้างถึงใน ชยการ คีรีรัตน์, 2543) และอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่มีรูปแบบการตอบโดยการกาเครื่องหมายมีอัตราการตอบกลับสูงกว่าแบบสอบถามที่มีรูปแบบการตอบโดยเขียนรหัสคำตอบ (บุญชอบ ศราธพันธุ์, 2535)

2.3.1.5 ลักษณะข้อมูลในแบบสอบถาม พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามที่ข้อมูลไม่มีผลสะท้อนต่อผู้ตอบสูงกว่าแบบสอบถามที่ข้อมูลมีผลสะท้อนต่อผู้ตอบ (สุภาพร โกเฮงกุล, 2522) แบบสอบถามที่ถามเกี่ยวข้องวิชาชีพครูในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูมีอัตราการตอบกลับสูงกว่าแบบสอบถามที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู ในระยะก่อนการติดตาม และไม่พบความแตกต่างหลังการติดตาม (พิชัย แก้วสุวรรณ, 2529) อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับภาพพจน์ทางอาชีพระหว่างอาชีพครูและอาชีพพยาบาลไม่แตกต่างกัน และแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับอาชีพครูในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูมีอัตราการตอบกลับไม่แตกต่างกัน และแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับอาชีพพยาบาลในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพยาบาลมีอัตราการตอบกลับที่ไม่แตกต่างกัน (สุวรรณ มีทองคำ, 2533)

2.3.1.6 การลงชื่อผู้ตอบในแบบสอบถาม พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ผู้ตอบไม่ต้องระบุชื่อสูงกว่าแบบสอบถามที่ผู้ตอบต้องระบุชื่อ (สุภาพร โกเฮงกุล, 2522)

2.3.2 ด้านกระบวนการส่งและรวบรวมแบบสอบถาม

2.3.2.1 วิธีการส่งทางไปรษณีย์ พบว่า วิธีการส่งทางไปรษณีย์ธรรมดาและลงทะเบียนมีอัตราการตอบกลับไม่แตกต่างกัน (อัญชลี คงมั่น, 2522; บุญชอบ ศราธพันธุ์, 2535)

2.3.2.2 การกำหนดวันส่งกลับ พบว่า การกำหนดวันส่งกลับ 3 วัน 7 วัน และ 14 วัน มีอัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ไม่แตกต่างกัน และการกำหนดวันส่งกลับภายใน 7 วัน มีอัตราการตอบกลับ

แบบสอบถามสูงกว่าการไม่ระบุวันส่งกลับ (อนงค์ ลิ้มประไพพงษ์, 2534) แต่จากงานวิจัยของ สุธีรา ภัทรารายุตวรรตน์ (2531) พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ไม่กำหนดวันส่งกลับมีอัตราการตอบกลับไม่แตกต่างจากแบบสอบถามที่กำหนดวันส่งกลับ

2.3.2.3 รูปแบบการส่งแบบสอบถาม พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ส่งโดยการพับใส่ซองกับไม่ใส่ซองมีอัตราการตอบกลับที่ไม่แตกต่างกัน (บุญชอบ ศราธพันธุ์, 2535)

2.3.2.4 สถานที่รับแบบสอบถาม พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่มีสถานที่รับที่บ้านกับที่โรงเรียนไม่แตกต่างกัน (สุเทพ ไชยบุตร, 2527)

2.3.2.5 การเลือกผู้ตอบ พบว่า แบบสอบถามที่มีการเจาะจงตัวผู้ตอบมีอัตราการตอบกลับสูงกว่าแบบสอบถามที่ไม่มีการเจาะจงตัวผู้ตอบ (ปรีดา เบ็ญคาร, 2539)

2.3.3 ด้านการติดต่อกับผู้ตอบ

2.3.3.1 การเตือน พบว่า การเตือนภายหลังการส่งแบบสอบถามไปให้ 7 วัน มีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการเตือนภายหลังการส่งแบบสอบถามไปให้ 10 วัน การเตือนครั้งที่ 1 มีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการเตือนครั้งที่ 2 และการไม่ได้รับการเตือน (เชิงชาย เหมพัฒน์, 2534) กลุ่มที่ได้รับการเตือนทางโทรศัพท์มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการเตือนด้วยการ์ดและไปรษณียบัตร (กอบแก้ว ภูมิธนารักษ์, 2537)

2.3.3.2 การติดตาม พบว่า การติดตามแบบสอบถามโดยใช้การ์ดมีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการติดตามโดยใช้จดหมายเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (วิไลวรรณ ศากรวิมล, 2523) การติดตามด้วยโทรศัพท์มีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการติดตามด้วยการ์ดและไปรษณียบัตร (กอบแก้ว ภูมิธนารักษ์, 2537) การติดตามแบบสอบถามทำให้การตอบกลับสูงกว่าการไม่ติดตาม (วีระยุทธ ชาตะกาญจน์, 2537) การติดตามโดยใช้ไปรษณียบัตรหลังกำหนดวันส่งกลับครั้งที่ 1 กับครั้งที่ 2 มีอัตราการตอบกลับไม่แตกต่างกัน (จรินทร์ กองศรี, 2535)

2.3.3.3 การลงนามในจดหมายนำ พบว่า เมื่อผู้ลงนามในจดหมายนำของแบบสอบถามมีตำแหน่งต่างกัน อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามไม่แตกต่างกัน (พิชัย แก้วสุวรรณ, 2529; ประไพพิศ อาจสำอาง, 2534)

2.3.4 ด้านภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.3.4.1 เพศของผู้ตอบ พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามของผู้ตอบเพศชายสูงกว่าผู้ตอบเพศหญิง (วีณา อัครธรรม, 2538)

2.3.4.2 ตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบ พบว่า ผู้ตอบที่มีตำแหน่งเป็นครูผู้สอนมีอัตราการตอบกลับสูงกว่าผู้ตอบที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารและหัวหน้าหมวดวิชา และผู้ตอบที่มีตำแหน่งเป็นหัวหน้าหมวดวิชามีอัตราการตอบกลับแบบสอบถามสูงกว่าผู้ตอบที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร (วีระยุทธ ชาตะกาญจน์, 2537) และผู้ตอบที่เป็นผู้ปกครองนักเรียนระดับก่อนประถมศึกษาและระดับประถมศึกษา มีอัตราการตอบกลับแบบสอบถามสูงกว่าผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ตารางที่ 3 ตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์

ผู้วิจัย (ปีที่ทำ)	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรทดลอง	อัตราการตอบกลับ
วิจิตรา ประสาทเวทยกุล (2522)	ผลของการจัดหน้าและการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตของแบบสอบถามที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	การจัดหน้าและพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต	65.33
			แบบธรรมดาและพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต	65.67
			การจัดหน้าและพิมพ์แบบอัดสำเนา	72.33
			แบบธรรมดาและพิมพ์แบบอัดสำเนา	53.33
สุภาพร โกเฮงกุล (2522)	อิทธิพลของคำถามที่มีผลสะท้อนและการลงชื่อที่มีต่ออิทธิพลการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์	ครู	คำถามที่มีผลสะท้อน	77.14
			คำถามที่ไม่มีผลสะท้อน	82.50
			ระบุให้ลงชื่อ	75.00
			ไม่ระบุให้ลงชื่อ	84.64
วิไลวรรณ ศากรวิมล (2523)	อิทธิพลของสี ความยาวของแบบสอบถาม และวิธีการติดตามที่มีต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	แบบสอบถามสีขาว	86.67
			แบบสอบถามสีเขียว	93.67
			แบบสอบถามสีฟ้า	91.67
			แบบสอบถามสีชมพู	90.00
			ความยาวของแบบสอบถาม 4 หน้า	92.75
			ความยาวของแบบสอบถาม 8 หน้า	89.75
			ความยาวของแบบสอบถาม 12 หน้า	89.00
			การติดตามโดยใช้จดหมายเป็นทางการ	85.75
			การติดตามโดยใช้จดหมายไม่เป็นทางการ	90.25
			การติดตามโดยใช้การ์ด	95.50
พิชัย แก้วสูวรรณ (2529)	การเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ของครูเมื่อข้อคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู เมื่อผู้ลงนามในจดหมายนำของแบบสอบถามมีตำแหน่งต่างกัน	ครู	แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู	83.67
			แบบสอบถามที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู	81.33
			ผู้ลงนามในจดหมายนำเป็นรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	84.67
			ผู้ลงนามในจดหมายนำเป็นผู้อำนวยการสำนักการศึกษา	80.33
			ผู้ลงนามในจดหมายนำเป็นผู้อำนวยการกองโรงเรียน	84.00
			ผู้ลงนามในจดหมายนำเป็นผู้อำนวยการหน่วยศึกษานิเทศก์	81.00
สุวรรณ มีทองคำ (2531)	การเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ของบุคคลต่างอาชีพเมื่อข้อคำถามเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับภาพพจน์ทางอาชีพของผู้ตอบ	ครู	แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับภาพพจน์ทางอาชีพครู	96.00
			แบบสอบถามที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพพจน์ทางอาชีพครู	94.00
		พยาบาล	แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับภาพพจน์ทางอาชีพพยาบาล	95.33
			แบบสอบถามที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพพจน์ทางอาชีพพยาบาล	96.67
สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์ (2531)	ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า สีของหมึกพิมพ์และการระบุวันส่งกลับที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	สีของหมึกพิมพ์สีดำ	93.00
			สีของหมึกพิมพ์สีน้ำเงิน	97.00
			สีของหมึกพิมพ์สีเขียว	95.00
			สีของหมึกพิมพ์สีแดง	94.50
			ระบุวันที่ส่งกลับ	93.25
			ไม่ระบุวันที่ส่งกลับ	96.50
เชิงชาย เหมพัฒน์ (2534)	ผลของรูปแบบการเตือนที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์	ครู	ได้รับการเตือน 1 ครั้ง	90.00
			ได้รับการเตือน 2 ครั้ง	87.00
			ไม่ได้รับการเตือน	74.00

ตารางที่ 3 ตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (ต่อ)

ผู้วิจัย (ปีที่ทำ)	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรทดลอง	อัตราการตอบกลับ
ประไพพิศ อาจสำอาง (2534)	อัตราตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์จากผู้ปกครองนักเรียนต่างระดับการศึกษาโดยจดหมายนำที่ลงนามของบุคคลต่างกลุ่ม	ผู้ปกครองของนักเรียน	ผู้บริหารโรงเรียนลงนามในจดหมายนำ	75.69
			ครูประจำชั้นลงนามในจดหมายนำ	77.78
			ผู้วิจัยลงนามในจดหมายนำ	76.16
			ผู้ปกครองนักเรียนระดับก่อนประถมศึกษา	79.86
			ผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษา	78.01
			ผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษา	71.76
จรินทร์ กองศรี (2535)	ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการติดตามที่มีต่ออัตราการตอบกลับและคุณภาพของข้อมูลจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์	ครู	การติดตามก่อนกำหนดวันส่งกลับ 1 ครั้ง	88.57
			การติดตามก่อนกำหนดวันส่งกลับ 2 ครั้ง	88.57
			การติดตามหลังกำหนดวันส่งกลับ 1 ครั้ง	84.28
			การติดตามหลังกำหนดวันส่งกลับ 2 ครั้ง	98.57
			ไม่ได้รับการติดตาม	61.42
บุญชอบ ศราธพันธุ์ (2535)	ผลของวิธีการตอบ วิธีส่งทางไปรษณีย์และรูปแบบการส่งแบบสอบถามที่มีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์	ครู	กาเครื่องหมาย ส่งลงทะเบียน และพับ	66.00
			กาเครื่องหมาย ส่งธรรมดา และพับ	78.00
			กาเครื่องหมาย ส่งลงทะเบียน และใส่ซอง	72.00
			กาเครื่องหมาย ส่งธรรมดา และใส่ซอง	68.00
			เขียนรหัสคำตอบ ส่งลงทะเบียน และพับ	58.00
			เขียนรหัสคำตอบ ส่งธรรมดา และพับ	58.00
			เขียนรหัสคำตอบ ส่งลงทะเบียน และใส่ซอง	64.00
			เขียนรหัสคำตอบ ส่งธรรมดา และใส่ซอง	68.00
กอบแก้ว ภูติธนารักษ์ (2537)	ผลของเทคนิคการเตือนและการติดตามที่มีต่ออัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	เตือนด้วยโทรศัพท์และไม่มีการติดตาม	71.11
			เตือนด้วยโทรศัพท์และติดตาม 1 ครั้ง	77.78
			เตือนด้วยโทรศัพท์และติดตาม 2 ครั้ง	86.67
			เตือนด้วยการ์ดและไม่มีการติดตาม	68.89
			เตือนด้วยการ์ดและติดตาม 1 ครั้ง	77.78
			เตือนด้วยการ์ดและติดตาม 2 ครั้ง	82.22
			เตือนด้วยไปรษณีย์บัตรและไม่มีการติดตาม	64.44
			เตือนด้วยไปรษณีย์บัตรและติดตาม 1 ครั้ง	66.66
			เตือนด้วยไปรษณีย์บัตรและติดตาม 2 ครั้ง	75.56
ทิพวรรณ พิสิฐานนท์ (2538)	อัตราการตอบกลับแบบสอบถามกลับทางไปรษณีย์ของนิสิตนักศึกษาเกี่ยวกับประเด็นเรื่องเพศที่มีระดับความไวต่อความรู้สึกแตกต่างกัน	นิสิตนักศึกษา	แบบสอบถามความคิดเห็นเรื่องเพศที่มีความไวต่อความรู้สึกน้อย	37.81
			แบบสอบถามความคิดเห็นเรื่องเพศที่มีความไวต่อความรู้สึกมากขึ้น	25.94
			แบบสอบถามความคิดเห็นเรื่องเพศที่มีความไวต่อความรู้สึกมากที่สุด	31.88
วีระยุทธ ชาตะกาญจน์ (2537)	ผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าต่างวิธี ตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบและการติดตามทางไปรษณีย์ที่มีต่ออัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์	ครู	ตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบเป็นผู้บริหาร	68.40
			ตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบเป็นหัวหน้าหมวด	74.80
			ตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบเป็นครูผู้สอน	83.20
			มีการติดตาม	82.27
			ไม่มีการติดตาม	68.67

ตารางที่ 3 ตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (ต่อ)

ผู้วิจัย (ปีที่ทำ)	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรทดลอง	อัตราการตอบกลับ
วีณา อัครธรรม (2538)	ผลของประเภทการเตือนและเพศของผู้ตอบที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์	ครู	เตือนโดยใช้โทรศัพท์	89.16
			เตือนโดยใช้จดหมาย	76.00
			เตือนโดยใช้ไปรษณียบัตร	80.00
			ไม่เตือน	68.00
			เพศชาย	76.79
			เพศหญิง	80.58

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ในประเทศไทยที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการทดลองโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มครู ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยทราบถึงสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแล้วก่อนนำมาทดลอง แต่การวิจัยในครั้งนี้ มีความแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา คือ ผู้วิจัยไม่สามารถทราบข้อมูลด้านสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบก่อนนำตัวอย่างมาจัดเข้ากลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

ตอนที่ 3 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ต

ประวัติและความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต

สมนึก คีรีโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย (2537) และสุทธิชัย โฆษิตวรรณรัตน์ (2538) ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต สรุปได้ดังนี้ คือ

อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครือข่ายที่ได้รับการพัฒนามาจากเครือข่ายทางการทหารของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ชื่อเครือข่ายว่า "อาร์พาเน็ต" (ARPANET: Advanced Research Projects Agency Network) เครือข่ายอาร์พาเน็ตเป็นโครงการสังกัดกระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกา เริ่มใช้งานเมื่อปี พ.ศ. 2512 ซึ่งเป็นโครงการร่วมมือระหว่างกระทรวงกลาโหมของประเทศสหรัฐอเมริกากับมหาวิทยาลัยในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย โดยมีเครือข่ายอาร์พาเน็ตเป็นเครือข่ายหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ในเวลาต่อมามหาวิทยาลัยต่างๆ ในสหรัฐอเมริกาได้ให้ความสนใจและขอเข้าร่วมโครงการโดยเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับเครือข่ายอาร์พาเน็ต เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและวิจัย ต่อมาเมื่อเครือข่ายอาร์พาเน็ตมีขนาดใหญ่มากขึ้นทำให้เกิดปัญหาในการบริหารเครือข่าย ดังนั้น ทางการทหารของสหรัฐจึงขอแยกตัวออกเป็นเครือข่ายย่อย ชื่อว่า "มิลเน็ต" (MILNET: Military Network) โดยเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอาร์พาเน็ตเดิมด้วยเทคนิคการโต้ตอบ หรือ "โปรโตคอล" (Protocol) โดยที่ "ไอพี" (IP: Internet Protocol) หรือ อินเทอร์เน็ตโปรโตคอลเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงเครือข่าย อาร์พาเน็ต ตั้งแต่นั้นมาได้มีเครือข่ายย่อยของสถาบันและองค์กรต่างๆ ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ทางการทูตกับสหรัฐอเมริกาขอเชื่อมเข้ากับเครือข่ายอาร์พาเน็ตทำให้มีสมาชิกเพิ่มมากขึ้นและเนื่องจากการเชื่อมโยงของเครือข่ายย่อยต่างๆเหล่านี้ เป็นการเชื่อมต่อด้วยเทคนิคแบบ "อินเทอร์เน็ต-โปรโตคอล" ดังนั้นจึงเรียกเครือข่ายนี้ว่า "อินเทอร์เน็ต"

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

สมนึก คีรีโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย (2537) สุทธิชัย โฆษิตวรรณรัตน์ (2538) และสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2544) ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย สรุปได้ดังนี้ คือ

ประเทศไทยได้เริ่มติดต่อกับอินเทอร์เน็ตโดยใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยเริ่มที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย หรือสถาบันเอไอที (AIT) ในขณะนั้นยังไม่มีการเชื่อมต่อแบบออนไลน์ แต่เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ด้วยระบบ MSHnet และ UUCP โดยทางออสเตรเลียจะเชื่อมเข้ามาสู่ระบบวันละ 2 ครั้ง

ในปี พ.ศ. 2531 เนคเทคซึ่งอยู่ภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการพลังงาน (ชื่อเดิมในขณะนั้น) ได้จัดสรรทุนดำเนินโครงการเครือข่ายเพื่อเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์สถาบันอุดมศึกษา โดยแบ่งโครงการออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะแรกเป็นการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ 4 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ระยะที่สอง เป็นการเชื่อมต่อสถาบันอุดมศึกษาที่เหลือ คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าวิทยาเขตธนบุรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าวิทยาเขตพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

เดือนธันวาคม พ.ศ. 2534 คณะทำงานของเนคเทคได้ร่วมกับกลุ่มอาจารย์และนักวิจัยจากสถาบันอุดมศึกษาได้ก่อตั้งกลุ่ม NEWgroup (NECTEC E-mail Working Group) เพื่อประสานงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้วยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยยังคงอาศัยสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชียเป็นทางออกไปเข้าสู่อินเทอร์เน็ตทั่วโลกผ่านออสเตรเลีย

เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2535 สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เช่าวงจรสื่อสารความเร็ว 9,600 บิดต่อวินาที จากการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อเชื่อมเข้าสู่อินเทอร์เน็ตที่บริษัท UUNET Technologies ประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้ข้อตกลงกับเนคเทคในการพัฒนาเครือข่าย อินเทอร์เน็ตของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อร่วมใช้วงจรสื่อสาร

เดือนธันวาคม พ.ศ. 2535 มีหน่วยงาน 6 แห่ง ที่เชื่อมต่อแบบออนไลน์โดยสมบูรณ์ ได้แก่ เนคเทค จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เครือข่ายที่ก่อตั้ง เรียกว่า ไทยสาร (THAISARN: Thai Social/ Scientific, Academic and Research Network) หรือไทยสารอินเทอร์เน็ต

ในปี 2536 เนคเทคได้เช่าวงจรสื่อสารความเร็ว 64 กิโลบิดต่อวินาทีจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อเพิ่มความสามารถในการขนส่งข้อมูล ทำให้ประเทศไทยมีวงจรสื่อสารระหว่างประเทศที่ให้บริการแก่ผู้ใช้ไทยสารอินเทอร์เน็ต 2 วงจร

ตั้งแต่นั้นมา เครือข่ายไทยสารได้ขยายตัวกว้างขึ้น และมีหน่วยงานอื่นเชื่อมต่อเข้ากับไทยสารอีกหลายแห่ง ต่อมากลุ่มสถาบันอุดมศึกษา อันประกอบด้วย สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้รวมตัวกันเพื่อแบ่งส่วนค่าใช้จ่ายวงจรสื่อสารระหว่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับ UUNET โดยเรียกชื่อกลุ่มว่า ไทยเน็ต (THAInet) ไทยสารเป็นเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้าและวิจัย จึงมุ่งให้บริการเฉพาะแก่กลุ่มนักวิชาการ นักวิจัย และผู้อยู่ในแวดวงการศึกษา การบริการอินเทอร์เน็ตสู่ประชาชนในวงกว้างยังไม่เกิดขึ้น

พ.ศ. 2538 อินเทอร์เน็ตประเทศไทย (Internet Thailand) ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์หรือ ISP รายแรกของประเทศไทยถูกก่อตั้งขึ้น โดยการร่วมทุนระหว่างเนคเทค การสื่อสารแห่งประเทศไทยและองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย นับเป็นจุดกำเนิดของบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์สำหรับประชาชนทั่วไป

บทบาทของอินเทอร์เน็ต

กิดานันท์ มลิทอง (2540) ถนอมพร ตันพิพัฒน์ (2539) ชยการ คีรีรัตน์ (2543) และจักรพงษ์ เจือจันทร์ (2543) ได้กล่าวถึง บริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ สรุปได้ดังนี้ คือ

1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล์ (E-mail: Electronics mail) เป็นบริการที่ให้ผู้ใช้บริการส่งจดหมายถึงบุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ โดยผู้รับจะได้รับผ่านจอคอมพิวเตอร์หรือให้พิมพ์เป็นเอกสารได้ทันที หากผู้รับไม่อยู่ที่จอคอมพิวเตอร์จดหมายนี้จะถูกส่งไว้ในหน่วยความจำที่เป็นเสมือนตู้รับจดหมายในคอมพิวเตอร์ ผู้รับจะรับเวลาใดก็ได้และโต้ตอบส่งกลับเวลาใดก็ได้เช่นกัน ผู้ใช้ส่วนใหญ่เริ่มรู้จักอินเทอร์เน็ตผ่านการใช้อีเมล์ เนื่องจากความประหยัด รวดเร็ว สะดวกสบายและมีความง่ายในการใช้งาน

2. การทำงานข้ามเครื่อง (Telnet) เป็นการติดต่อเข้าสู่คอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆ ที่อยู่ภายในเครือข่าย ทำให้ผู้ใช้สามารถเรียกโปรแกรมในเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นๆ มาใช้งานได้ โดยผู้ใช้บริการต้องมีชื่ออยู่ในสารระบบที่ได้รับการอนุญาตให้ใช้ได้ เมื่อสามารถเข้าไปยังเครื่องให้บริการเรียบร้อยแล้วจะเหมือนกับการทำงานอยู่บนเครื่องให้บริการนั้นๆ

3. การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล (FTP: File Transfer Protocol) เป็นบริการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลหรือโปรแกรมที่ผู้ใช้ต้องการจากเครื่องอื่นมาเก็บไว้ยังเครื่องของตนซึ่งผู้ใช้สามารถคัดลอกหรือดาวน์โหลดแฟ้มข้อมูลหรือโปรแกรมมาใช้ตามต้องการ

4. กลุ่มข่าวที่น่าสนใจ (UseNet) เป็นบริการที่เสมือนเป็นกระดานประกาศขายสินค้าหรือแสดงความต้องการเพื่อให้ผู้สนใจตรงกันหรือคล้ายๆ กันได้ส่งข่าวติดต่อกัน ข่าวที่นำมาเสนออาจเกี่ยวกับสังคม กีฬา ศาสนา วัฒนธรรม เทคโนโลยี ปรัชญา เป็นต้น โดยที่ท้ายข่าวจะมีที่อยู่ซึ่งผู้สนใจสามารถติดต่อถึงกันได้

5. การสนทนาออนไลน์ เป็นบริการที่ให้ผู้ใช้ที่ต่อเครื่องเข้ากับระบบอินเทอร์เน็ตในเวลาเดียวกันสามารถพูดคุยได้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ในระยะแรกการพูดคุยกันจะใช้วิธีการพิมพ์ข้อความส่งถึงกัน เช่น โปรแกรม talk ในปัจจุบันโปรแกรมกลุ่มนี้ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถมากขึ้นสามารถใช้สัญลักษณ์แทนตัวผู้ใช้ รวมถึงความสามารถพูดคุยพร้อมกันได้หลายคนและส่งภาพ VDO ผ่านกล้องที่ต่ออยู่กับเครื่องคอมพิวเตอร์ทำให้ผู้ใช้พูด

คุยกันโดยเห็นตัวตนกันและได้ยินเสียงจริงๆ นอกเหนือจากการใช้การพิมพ์ข้อความธรรมดา ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ในการประชุมกลุ่มทางไกลได้ โปรแกรมที่นิยมใช้กัน ได้แก่ Talk, ICQ, Perch, Net Meeting เป็นต้น

6. การค้นหาข้อมูลและแฟ้มข้อมูล (Gopher/Archie) เป็นบริการที่เปรียบเสมือนตู้บัตรคำในห้องสมุดที่สามารถค้นหาชื่อผู้แต่ง ชื่อเรื่อง ชื่อที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้การค้นต่างๆ เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วมาก ผู้ใช้เพียงเข้าไปค้นเมนู (Menu) ที่โปรแกรมนี้ทำไว้ เมื่อพอใจดูเรื่องใดก็ใช้เมนูนั้นผ่านเข้าไปยังเรื่องหรือสิ่งที่ต้องการได้ทันที

7. เวิร์ลไวด์เว็บ (World Wide Web) เป็นบริการทางอินเทอร์เน็ตที่มีผู้คนนิยมใช้กันมาก เพราะนอกจากการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้แล้ว ยังสามารถหาความบันเทิงได้หลากหลายรูปแบบบนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว แฟ้มภาพ วีดีทัศน์ หรือแม้กระทั่งการดูภาพยนตร์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

8. สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Publisher) ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ วารสารและนิตยสารหลายประเภท เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด TIME ELLE ฯลฯ ได้มีการบรรจุเนื้อหาและภาพที่ลงพิมพ์ในสิ่งพิมพ์เหล่านี้ลงในเว็บไซต์ของตนเพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้อ่านเรื่องราวเช่นเดียวกับการอ่านหนังสือที่เป็นเล่ม นอกจากสิ่งพิมพ์แล้วยังมีเอกสารและตำราวิชาการที่นำเนื้อหาบรรจุลงในอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ค้นหาความรู้ได้ด้วย

เวิร์ดไวด์เว็บ (World Wide Web)

เวิร์ลไวด์เว็บ (World Wide Web) เป็นบริการเรียกดูข้อมูลแบบมัลติมีเดีย ประกอบด้วยตัวหนังสือ รูปภาพ เสียงหรือภาพยนตร์ โดยข้อมูลจะถูกจัดไว้เป็นหน้าๆ ที่เรียกว่า เว็บเพจ (Web Page) ซึ่งหน้าแรกที่เข้าถึงจะเรียกว่า โฮมเพจ (Home Page) มีการเชื่อมโยงข้อมูลโดยใช้ไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) คือ เมื่อผู้ใช้กดที่ข้อความที่เป็นไฮเปอร์เท็กซ์จะสามารถกระโดดไปดูข้อมูลจากแหล่งเพิ่มเติมได้อีก การกระโดดไปตามแต่ผู้ใช้จะกดนี้เอง ทำให้เรียกระบบนี้ว่า เว็บ (Web) ซึ่งหมายถึง ใยที่ชักไปมาเป็นตาข่ายเหมือนแมงมุม การจัดเอกสารในลักษณะดังกล่าว ใช้ภาษาที่เรียกว่า HTML หรือ Hypertext Markup Language

การเรียกดูเว็บเพจ ต้องใช้โปรแกรมเรียกดูเว็บเพจที่เรียกว่า เว็บบราวเซอร์ (Web Browser) ซึ่งตัวที่นิยมใช้กัน ได้แก่ Netscape หรือ Internet Explorer เวลาจะเรียกดูข้อมูลจากหน้าเว็บเพจจำเป็นจะต้องระบุชื่อเว็บไซต์ที่ต้องการ โดยพิมพ์ที่อยู่เว็บไซต์ในตำแหน่งที่เป็น URL (Uniform Resource Locator) หรือ Location ซึ่งบราวเซอร์จะทำหน้าที่ติดต่อเครื่องให้บริการตามชื่อที่ระบุและนำข้อมูลมาแสดงที่หน้าจอ (ศรีดา ตันทะอธิพานิชย์. 2544)

กิตติ ภักดีวัฒนกุล (2540 อ้างถึงใน จิรดา บุญอารยะกุล, 2542) ได้กล่าวถึง ส่วนประกอบของเว็บเพจว่ามีส่วนประกอบต่างๆ ที่จำเป็น ดังนี้

1. Text เป็นข้อความปกติ โดยเราสามารถตกแต่งให้สวยงามและมีลูกเล่นต่างๆ ดังเช่น โปรแกรมประมวลผลคำ

2. Graphic ประกอบด้วยรูปภาพ ลายเส้น ลายพื้นต่างๆ มากมาย

3. Multimedia ประกอบด้วยรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และแฟ้มเสียง

4. Counter ใช้นับจำนวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บเพจของเรา

5. Cool Links ใช้เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจของตนเองหรือเว็บเพจของคนอื่น

6. Frames เป็นการแบ่งจอภาพเป็นส่วนๆ แต่ละส่วนก็จะแสดงข้อมูลที่แตกต่างและเป็นอิสระจากกัน

7. Forms เป็นแบบฟอร์มที่ให้ผู้เข้าเยี่ยมชมกรอกรายละเอียดแล้วส่งกลับมายังเรา

8. Image Maps เป็นรูปภาพขนาดใหญ่ที่กำหนดส่วนต่างๆ บนรูปเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นๆ

9. Java Applets เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปเล็กๆ ที่ใส่ลงในเว็บเพจเพื่อให้การใช้งานเว็บเพจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การออกแบบเว็บเพจ (Web Page Design)

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้กระจายไปสู่ทุกมุมของโลก ซึ่งในแต่ละวันจะมีจำนวนเว็บไซต์เพิ่มขึ้นบนเครือข่ายเป็นจำนวนมากเพราะใครๆ ก็สามารถสร้างเว็บไซต์เป็นของตนเองได้ แต่การทำให้เว็บไซต์ของตนเป็นที่นิยมและสะดุดตาของผู้เข้าชมจึงเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง ดังนั้น บุคคลหรือองค์กรที่ต้องการสร้างเว็บไซต์เพื่อที่เผยแพร่สารสนเทศต่างๆ จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงแนวทางในการออกแบบและสร้างเว็บไซต์ของตนเพื่อให้เป็นที่สะดุดตาและมีประโยชน์ต่อผู้ชมมากที่สุด

Nichols and others (1995 อ้างถึงใน จักรพงษ์ เจือจันทร์, 2543) กิดานันท์ มลิทอง (2542) งามนิจ อาจรินทร์ (2542 อ้างถึงใน จิรดา บุญอารยะกุล, 2542) ได้กล่าวถึง การออกแบบโฮมเพจที่ดี สรุปได้ ดังนี้

1. ความจุของข้อมูล

เว็บเพจในแต่ละหน้าไม่ควรมีความจุของข้อมูลมากจนเกินไปเพราะจะทำให้ผู้อ่านเกิดความเบื่อหน่ายได้ การนำเสนอข้อมูลในแต่ละหน้าให้ดูว่าจำนวนเนื้อที่ว่าง (white space) ในเว็บเพจ ถ้าหากมีที่ว่างน้อยกว่า 30 เปอร์เซ็นต์ แสดงว่า ในเว็บเพจนั้นมีความจุของข้อมูลมากเกินไป

2. ควรมีรายการสารบัญแสดงรายละเอียดของเว็บเพจ

การเข้ามาในเว็บเพจนั้นเปรียบเสมือนการอ่านหนังสือ วารสารหรือตำราเล่มหนึ่ง การที่ผู้ใช้จะเข้าไปค้นหาข้อมูลได้ ผู้สร้างควรแสดงรายการทั้งหมดที่เว็บเพจนั้นมีอยู่ให้ผู้ใช้ทราบโดยอาจทำอยู่ในรูปแบบของสารบัญหรือการเชื่อมโยง การสร้างสารบัญนี้จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลภายในเว็บเพจได้อย่างรวดเร็ว

3. เชื่อมโยงข้อมูลไปยังเป้าหมายได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด

ถ้าข้อมูลที่นำมาแสดงเนื้อหามากเกินไป ถ้าทราบแหล่งข้อมูลอื่นว่าสามารถให้ความกระจ่างแก่ผู้ใช้ได้ ควรนำเอาแหล่งข้อมูลนั้นมาสร้างเป็นจุดเชื่อมโยงเพื่อที่ผู้ใช้จะได้ค้นหาข้อมูลได้อย่างถูกต้องและกว้างขวางยิ่งขึ้น การสร้างจุดเชื่อมโยงสามารถทำในรูปของตัวอักษรหรือรูปภาพก็ได้ โดยส่วนใหญ่เมื่อมีเนื้อหาตอนใดกล่าวถึงชื่อที่เป็นรายละเอียดเกี่ยวเนื่องกันก็จะสร้างเป็นจุดเชื่อมโยงทันที

4. เนื้อหาในการนำเสนอ

ควรเริ่มด้วยข้อมูลทั่วไปก่อน และนำเข้าสู่เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ โดยเนื้อหาทั่วไปอาจจะอยู่ในโฮมเพจ ส่วนรายละเอียดต่างๆ นั้น อยู่เว็บเพจอื่นภายในเว็บไซต์เดียวกัน เนื้อหาที่นำเสนอกับผู้ใช้ควรเป็นเรื่องที่กำลังมีความสำคัญ อยู่ในความสนใจของผู้คนหรือเป็นเรื่องที่ต้องการให้ผู้ใช้ทราบ ควรปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ และระมัดระวังเกี่ยวกับตัวสะกดและไวยกรณ์ของภาษาที่ใช้

5. การจัดหน้า

5.1 กำหนดความยาวของหน้าให้สั้น โดยกำหนดจำนวนของข้อความที่จะบรรจุในแต่ละหน้าให้มีความยาวระหว่าง 200-500 คำ ในแต่ละหน้า

5.2 ใส่สารสนเทศที่สำคัญที่สุดในส่วนบนของหน้า

5.3 ใช้ความได้เปรียบของตาราง ตารางเป็นสิ่งที่อำนวยประโยชน์และช่วยนักออกแบบได้เป็นอย่างมาก การใช้ตารางจำเป็นสำหรับการสร้างหน้าที่ซับซ้อนหรือที่ไม่เรียบธรรมดา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องการใช้คอลัมน์ ตารางจะใช้ได้เป็นอย่างดีเมื่อใช้ในการจัดระเบียบหน้า เช่น การแบ่งแยกภาพกราฟิกหรือเครื่องมือนำทางออกจากข้อความหรือการจัดแบ่งข้อความออกเป็นคอลัมน์

6. การใส่ภาพประกอบ

การเลือกใช้รูปภาพที่ทำหน้าที่แทนคำบรรยายนั้นเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการนำเอารูปภาพมาทำหน้าที่แทนคำบรรยายที่ต้องการและควรใช้รูปภาพที่สามารถสื่อความหมายกับผู้ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ การใช้รูปภาพเป็นพื้นหลังไม่ควรเน้นสีสันที่ฉูดฉาดมากนักเพราะอาจไปลดความเด่นชัดของเนื้อหา ควรใช้ภาพที่มีสีอ่อนๆ ไม่สว่างเกินไป การใช้รูปภาพบนเว็บอาจช่วยให้เว็บดูดีขึ้น แต่อาจมีผลทำให้การเข้าถึงหน้านั้นใช้เวลามากขึ้น การเลือกใช้รูปภาพมีหลักดังนี้

6.1 ควรใช้กราฟิกเท่าที่จำเป็นในแต่ละเว็บเพจนั้นๆ และควรมีความสวยงามอีกทั้งไม่รบกวนเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

6.2 ควรมีข้อจำกัดของจำนวนกราฟิกในแต่ละเว็บเพจ อาจจะใช้ 1 หรือ 2 ภาพ ต่อเว็บเพจก็เพียงพอ

6.3 ควรทำเว็บเพจออกมาเป็น 2 แบบ แบบที่หนึ่งประกอบด้วยกราฟิกและอีกแบบหนึ่งไม่มีกราฟิก ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้ผู้ชมสามารถเลือกได้เพราะบางครั้งผู้ชมอาจไม่ต้องการดูภาพกราฟิกก็ได้เนื่องจากใช้เวลาในการเข้าถึงข้อมูลนานเกินความจำเป็น

6.4 ถ้าจำเป็นต้องมีรูปภาพกราฟิก ควรทำเป็นจุดเชื่อมโยงไว้บนเพจและมีข้อความบ่งบอกถึงขนาดของรูปภาพ

6.5 เลือกใช้รูปแบบของกราฟิกให้ถูกต้อง เช่น JPEG จะเหมาะกับรูปภาพที่มีการไล่โทนสี GIF เหมาะกับรูปที่เป็นลายเส้นโลโก้หรือภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหว

7. ศิลปะการใช้ตัวพิมพ์

7.1 ความจำกัดของการใช้ตัวพิมพ์ นักออกแบบจะถูกจำกัดในเรื่องของศิลปะการใช้ตัวพิมพ์บนเว็บมากกว่าในสื่อสิ่งพิมพ์ โปรแกรมบราวเซอร์รุ่นเก่าๆ สามารถใช้อักษรได้เพียง 2 แบบเท่านั้น อย่างไรก็ตาม

I 20305989

โปรแกรมรุ่นใหม่สามารถใช้แบบอักษรได้หลายแบบมากขึ้น นอกจากนี้การพิมพ์ในเว็บจะไม่สามารถควบคุมช่วงบรรทัดซึ่งเป็นเนื้อที่ระหว่างบรรทัดหรือช่องไฟระหว่างตัวอักษรได้

7.2 ความแตกต่างระหว่างระบบและการใช้โปรแกรมบราวเซอร์แต่ละตัว มีตัวเลือกในการใช้แบบตัวอักษรที่แตกต่างกัน ผู้อ่านสามารถเปลี่ยนแปลงค่าต่างๆ ของแบบตัวอักษรได้ด้วยตนเอง

7.3 สร้างแบบการพิมพ์เป็นแนวทางไว้ ถึงแม้จะมีข้อจำกัดในเรื่องการใช้ตัวพิมพ์บนเว็บก็ตาม แต่นักออกแบบก็สามารถระบุระดับของหัวเรื่องและเนื้อหาไว้ได้เช่นเดียวกับการพิมพ์ในหนังสือ

7.4 ใช้ลักษณะกราฟิกแทนตัวอักษรธรรมดาให้น้อยที่สุด ถึงแม้จะสามารถใช้ลักษณะกราฟิกแทนตัวอักษรได้ก็ตาม แต่ไม่ควรใช้มากเกินกว่า 2-3 บรรทัด ทั้งนี้เพราะทำให้เสียเวลาในการบรรจุลงมากกว่าปกติ

7.5 ขนาดของตัวอักษร ส่วนที่เป็นเนื้อหาควรใช้ตัวอักษรขนาดเล็ก ส่วนที่เป็นหัวเรื่องใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ขึ้นมาและอาจมีสีที่แตกต่างจากเนื้อหา ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านสามารถแยกแยะได้โดยง่าย

8. การใช้สี

การใช้สีนั้นไม่จำกัดเพียงแต่รูปภาพหรือกราฟิกเท่านั้น หากแต่รวมถึงการใช้สีของตัวอักษรด้วย แต่ทั้งนี้การเลือกใช้ต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหาด้วย

9. พื้นที่ว่าง

ความสำคัญของการทิ้งพื้นที่ว่างไว้ในเว็บเพจเพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อสายตาของผู้อ่าน ถ้าหากในเว็บเพจนั้นบรรจุเนื้อหามากเกินไป เมื่อผู้อ่านๆ ไปนานๆ ทำให้เกิดอาการล้าทางสายตาจึงควรมีพื้นที่ว่างเพื่อให้ได้ผ่อนคลายด้วย

10. สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้อย่างทันท่วงที

ควรกำหนดจุดที่ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็นหรือให้คำแนะนำกับผู้สร้างได้ เช่น ใส่ E-mail ของผู้สร้างลงในเว็บเพจ และควรเขียนไว้ในตำแหน่งบนสุดหรือล่างสุดของเว็บเพจนั้นๆ ไม่ควรเขียนแทรกไว้ที่ตำแหน่งใดๆ ของจอภาพ เพราะผู้ใช้อาจหาไม่พบ

11. ใช้งานง่าย

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการสร้างเว็บเพจ คือ จะต้องใช้งานง่าย เนื่องจากอะไรก็ตาม ถ้ามีความง่ายในการใช้งานแล้ว โอกาสที่จะประสบความสำเร็จย่อมสูงขึ้นตามลำดับและการสร้างเว็บเพจให้ง่ายต่อการใช้งานนั้นขึ้นอยู่กับเทคนิคและประสบการณ์ของผู้สร้างแต่ละคน

12. เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

การสร้างเว็บเพจนั้นสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด คือ กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เข้ามาชมและใช้บริการของเว็บเพจที่สร้างขึ้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนย่อมทำให้ผู้สร้างสามารถกำหนดเนื้อหาและเรื่องราวเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้มากกว่า

13. เป็นมาตรฐานเดียวกัน

เว็บเพจที่ถูกสร้างขึ้นมานั้น อาจมีจำนวนข้อมูลมากมายหลายหน้า การทำให้ผู้ใช้งานไม่เกิดความ สับสนกับข้อมูลนั้นจำเป็นต้องกำหนดข้อมูลให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยอาจแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ ไป หรือจัดเป็นกลุ่มเป็นหมวดหมู่ เพื่อความเป็นระเบียบน่าใช้งาน

14. การใช้เสียงประกอบ

การใช้เสียงประกอบอาจทำให้เว็บเพจมีความน่าสนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้แฟ้มเสียงยังทำให้ความจุของข้อมูลมีปริมาณมากขึ้น ทำให้ต้องใช้เวลามากในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้น ถ้าหากจะเลือกใช้แฟ้มเสียงประกอบควรพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนว่ามีความจำเป็นหรือไม่

15. การใช้เทคโนโลยีประเภทมัลติมีเดีย

ต้องคำนึงถึงผู้เรียกดูว่าจะสามารถดูได้หรือไม่ มีวิธีแนะนำหรือให้ผู้ใช้ทราบได้อย่างไร

16. ความทันสมัยของข้อมูล

การปรับปรุงข้อมูลให้ทันต่อเหตุการณ์มีส่วนช่วยให้เว็บมีความน่าสนใจและน่าติดตาม ควรมีการสำรวจข้อมูลอย่างน้อยเดือนละครั้ง การใส่วัน เวลา ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ผู้ชมทราบว่าข้อมูลในเว็บเพจของเรามีความทันสมัยเพียงไร

17. ทดสอบและประเมินผล

หลังจากทำเสร็จทุกขั้นตอนของการจัดทำแล้ว ควรมีการทดสอบและประเมินผลจากผู้จัดทำก่อนเมื่อได้ถ่ายโอนข้อมูลไปเก็บไว้ยังเครื่องบริการเว็บแล้วควรแนะนำให้คนอื่นๆ ช่วยตรวจสอบอีกครั้ง และควรทดสอบด้วยเครื่องอื่นที่ไม่ใช่เครื่องที่จัดทำ เนื่องจากหากถ่ายโอนข้อมูลไม่ครบ เครื่องที่จัดทำจะไม่พบข้อบกพร่องเนื่องจากแฟ้มข้อมูลต่างๆ ถูกบรรจุไว้ในเครื่องจัดทำอยู่แล้ว โปรแกรมก็จะนำแฟ้มข้อมูลที่อยู่ในเครื่องมาแสดงผล

18. การประชาสัมพันธ์

เมื่อเว็บเพจถูกนำสู่ระบบเครือข่ายแล้ว ประการแรกควรบอกเพื่อนให้ทราบและช่วยกระจายไปให้คนอื่นๆ ทราบด้วย นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บเพจต่างๆ ที่มีอยู่แล้วจะทำให้เว็บเพจเป็นที่รู้จักอีกทางหนึ่ง

19. จุดเด่นของการนำเสนอ

เว็บเพจที่ดีควรประกอบด้วยส่วนที่ให้ความบันเทิงและเนื้อหาสาระ นอกจากนี้การออกแบบที่ดีก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เว็บเพจนั้นดูดีและน่าสนใจ บางเว็บอาจมีเนื้อหาและความบันเทิงอยู่ครบถ้วน แต่ออกแบบไม่ดีก็ทำให้ไม่มีผู้สนใจและออกไปยังเว็บอื่นๆ

ประโยชน์ของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (สุจินดา กิจการเจริญสิน, 2543)

บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถือว่าเป็นบริการพื้นฐานที่สำคัญที่สุดและได้รับความนิยมจากผู้ใช้มากที่สุด คือ บริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) หรือที่รู้กันดีว่า "อีเมล์"

หลักการส่งจดหมายโดยทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นคล้ายกับการส่งจดหมายแบบปกติทั่วไป แต่จะเปลี่ยนมาใช้คอมพิวเตอร์ที่ต่ออยู่กับเครือข่ายต่อออกไปสู่อินเทอร์เน็ตได้ ผู้ใช้บริการทุกคนจะต้องมีที่อยู่บน

อินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า "อีเมล์แอดเดรส" (E-mail Address) เป็นตัวกำหนดเส้นทาง โดยจดหมายที่ส่งไปจะถูกเก็บไว้ในตู้ไปรษณีย์ (Mail Box) ในเครื่องเมล์เซิร์ฟเวอร์ของผู้รับปลายทาง จนกระทั่งบุคคลนั้นเข้าไปเปิดอ่านจดหมายฉบับนั้นจึงจะถูกส่งไปเก็บไว้ยังตู้รับของบุคคลดังกล่าว

ระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล์ มีคุณลักษณะพิเศษโดดเด่นและมีประสิทธิภาพมากกว่าเครื่องมือสื่อสารหรือรูปแบบการสื่อสารเดิมที่มีอยู่หลายประการ ดังนี้

1. การทำงานของระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นการให้บริการแบบโต้ตอบต่างเวลากัน (asynchronous) ดังนั้น ผู้ส่งจึงสามารถส่งสารไปยังผู้รับได้แม้ในขณะที่ผู้รับจะยังไม่ได้ทำการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตก็ตาม โดยฝ่ายหนึ่งอาจจะรับหรือส่งข้อความในเวลาใดก็ได้ที่สะดวก การบริการในลักษณะดังกล่าวจึงสร้างความสะดวกสบายผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก เพราะจะไม่มีเรื่องเวลาที่คลาดเคลื่อนกันในแต่ละสถานที่ของโลก (time zones) ไม่ต้องคำนึงว่าขณะที่ส่งจะเป็นกลางคืนหรือกลางวัน ผู้รับจดหมายยังตื่นอยู่หรือกำลังนอนหลับอยู่

2. ประหยัดเวลากว่าการสื่อสารโดยรูปแบบอื่น เนื่องจากการรับส่งข้อความทางระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถทำได้ด้วยความรวดเร็วมาก ผู้ใช้สามารถส่งข้อความไปยังจุดหมายปลายทางทั่วโลกเพียงไม่กี่วินาที ซึ่งหากเป็นการส่งจดหมายโดยระบบไปรษณีย์ทั่วไป อาจต้องใช้เวลานานหลายอาทิตย์สำหรับระยะทางไกล ๆ และยังอาจต้องประสบกับปัญหาการตกหล่นหรือสูญหายได้ง่าย แต่การใช้อีเมล์นั้น ผู้ใช้จะสามารถติดต่อกับผู้คนทั่วโลกได้ทันทีตามที่ต้องการ พร้อมทั้งสามารถรับและตอบจดหมายได้ภายในวันเดียวกัน

นอกจากนี้ ระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ยังช่วยประหยัดเวลาในการทำงาน นั่นคือผู้ใช้บริการจะสามารถส่งข้อความเรื่องเดียวกันไปถึงบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลให้รับได้พร้อมกันทีเดียวก็ได้ตามแต่ความต้องการ หรืออาจส่งข้อความให้คนรับคนหนึ่งและส่งสำเนา (CC) ไปถึงอีกคนหนึ่งในเวลาเดียวกันก็ได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาพิมพ์ซ้ำหลาย ๆ ครั้ง อีกทั้งข้อความที่ส่งไปก็จะถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์โดยอัตโนมัติ ผู้รับจึงสามารถนำไปใช้ในงานคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องเสียเวลาพิมพ์ข้อความคอมพิวเตอร์อีกครั้ง ดังนั้น ผู้ใช้จึงสามารถเรียกข้อความขึ้นมาอ่าน เขียนตอบ ลบทิ้ง แก้ไข ส่งต่อไปยังผู้อื่น ตลอดจนเก็บข้อความไว้ในรูปของข้อมูลเพื่อนำมาอ่านหรือพิมพ์ออกมาเก็บไว้บนกระดาษสำหรับอ่านภายหลังได้โดยสะดวก

3. ประหยัดค่าใช้จ่ายซึ่งถูกกว่าการใช้บริการทางโทรศัพท์ โทรสาร หรือการส่งจดหมายโดยระบบไปรษณีย์ทั่วไป เพราะจะเสียค่าบริการเพียงครั้งเดียว คือ ตอนเชื่อมต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ผู้ใช้สามารถติดต่อผู้อื่นจากสถานที่ของตนเองไปยังเพื่อนบ้านใกล้เคียง หรือไกลออกไปยังต่างประเทศทั่วโลก โดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ทางไกล และไม่ต้องคำนึงว่า ข้อความในจดหมายจะสั้นหรือยาวจะส่งไปใกล้หรือไกล เพราะค่าใช้จ่ายในการส่งจะไม่ขึ้นกับน้ำหนัก ปริมาตรและระยะทางเหมือนกับการส่งจดหมายโดยใช้ระบบไปรษณีย์ทั่วไป นอกจากนี้ ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของเอกสารกระดาษ รวมทั้ง ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ จึงนับว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารที่จะช่วยลดต้นทุนในการติดต่อสื่อสารไปได้มาก

4. ระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะเป็นสื่อประสม (Multimedia) กล่าวคือการส่งข้อมูลข่าวสารโดยผ่านระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น จะไม่จำกัดอยู่แค่ในรูปแบบของข้อความ รูปภาพกราฟฟิก

ตาราง แผนภาพ ภาพวีดีโอเคลื่อนไหว รวมไปถึงเสียงที่มีคุณภาพคมชัดช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

5. มีความยืดหยุ่นกว่าการสื่อสารด้วยรูปแบบอื่น กล่าวคือ ในการส่งจดหมายโดยระบบไปรษณีย์ปรกติทั่วไป ผู้รับจดหมายจะต้องมีที่อยู่ปลายทางที่เป็นหลักแหล่งแน่นอนจึงจะสามารถรับจดหมายนั้นได้ แต่สำหรับการส่งโดยอีเมล์นั้น ผู้รับจะสามารถเข้าไปตรวจสอบจดหมายในตู้จดหมาย (Mail box) ของตนเอง ณ สถานที่ใดก็ได้ที่มีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

การให้บริการ E-mail มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

1. แบบเสียค่าบริการ คือจะต้องเป็นสมาชิกของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต หรือ ISP (Internet Service Provider) เช่น KSC, Inet และจ่ายค่าสมาชิก ผู้ให้บริการเหล่านี้จะให้ Account และที่อยู่ในการรับส่งจดหมาย (E-mail Address) แก่เรา

2. แบบไม่ต้องเสียค่าบริการ คือ E-mail ที่ให้บริการจาก WWW ซึ่งมีมากมายหลายเว็บที่นิยมกันมาก ได้แก่ HOTMAIL, THAIMAIL, CHAIYOMAIL, YAHOO ฯลฯ จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ SANOOK, HUNSA, OISEEK และ THAITOPSITES ในเดือนกุมภาพันธ์ 2545 พบว่า มีเว็บไซต์ที่ให้บริการ E-mail แบบไม่เสียค่าบริการประมาณ 188 เว็บไซต์

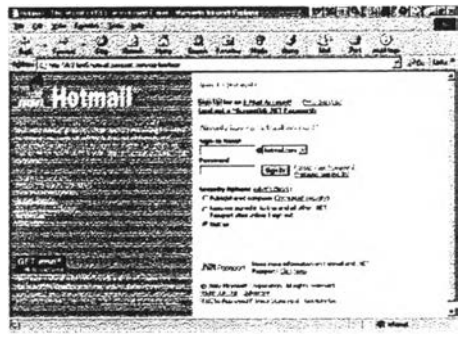
ในการส่ง E-mail ถึงบุคคลต่างๆ ต้องมีที่อยู่อีเมล์ (E-mail address) ของบุคคลที่จะส่งไปถึง ปกติที่อยู่อีเมล์มักจะเริ่มต้นด้วยชื่อของบุคคลและตามด้วยเครื่องหมาย แอท (at sign) หรือ @ ชื่อของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ซึ่งปกติเป็นชื่อย่อ ด๊อท (หรือเครื่องหมายจุด) และตัวอักษรอีก 3 ตัว

ตัวอักษรต่อท้าย 3 ตัว มีความหมาย ดังนี้

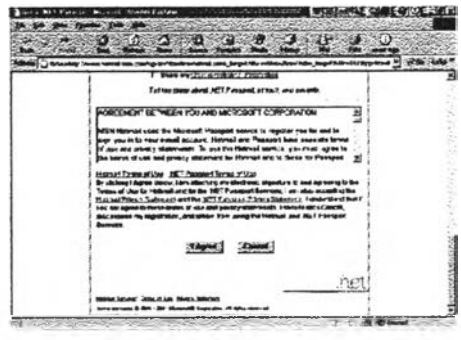
com	-	ธุรกิจ
edu	-	สถานศึกษา
gov	-	หน่วยงานของรัฐ
mil	-	หน่วยงานทางทหาร
org	-	องค์กรไม่หวังผลกำไร
net	-	เครือข่าย

ตัวอย่าง ขั้นตอนการสมัครสมาชิกบริการอีเมล์ฟรีของเว็บไซต์ HOTMAIL

1. เข้าไปที่เว็บไซต์ www.hotmail.com เมื่อ Home Page (Web Site หน้าแรก) ปรากฏขึ้น ให้ใช้เมาส์เลื่อน click ที่ Sign Up



2. อ่านเงื่อนไขการเป็นสมาชิกก่อนตัดสินใจสมัคร

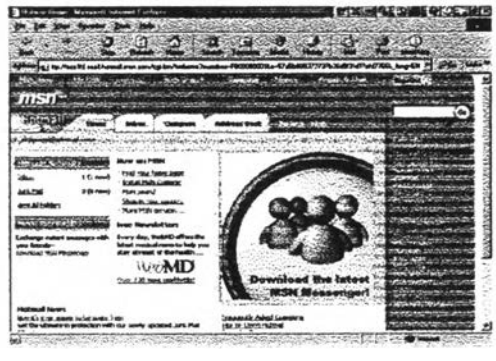


3. กรอกข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ชื่อเมล์ที่ต้องการใช้, ชื่อ-นามสกุล, คำถามที่ใช้ในการถามเมื่อลืมพาสเวิร์ดและรายละเอียดอื่นๆ

4. หลังจากกรอกรายละเอียดครบสมบูรณ์ คลิก I Agree จะปรากฏหน้าจอ ดังรูป

5. คลิก Continue โปรแกรมจะให้ผู้สมัครเลือกข้อมูลข่าวสารที่สนใจ เมื่อเลือกเรียบร้อยแล้ว คลิก Continue

6. จะปรากฏหน้าจอ ดังรูป สามารถใช้บริการอีเมล์ของเว็บไซต์ HOTMAIL ได้



จรรยาบรรณผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (มานพ ทะชัยวงค์, 2543)

จรรยาบรรณเกี่ยวกับเวิลด์ไวด์เว็บ มีดังนี้

1. ห้ามใส่รูปภาพที่มีขนาดใหญ่ไว้ในเว็บเพจเพราะจะทำให้ผู้ที่เรียกดูข้อมูลต้องเสียเวลามาก ในการแสดงภาพเหล่านั้น ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนมาก เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยโมเด็ม ทำให้ผู้เรียกดูรูปภาพขนาดใหญ่เบื่อเกินกว่าที่จะรอชมรูปภาพนั้นได้

2. เมื่อเว็บเพจที่สร้างขึ้นมาต้องการสร้างลิงก์ไปยังเว็บเพจของผู้อื่น ควรแจ้งให้เจ้าของเว็บเพจนั้นทราบ ซึ่งสามารถแจ้งได้ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

3. ถ้ามีวิดีโอหรือเสียงบนเว็บเพจควรระบุขนาดของไฟล์วิดีโอหรือไฟเสียงไว้ด้วย เพื่อให้ผู้เรียกดูสามารถคำนวณเวลาที่จะใช้ในการดาวน์โหลดไฟล์วิดีโอหรือไฟล์เสียงนั้น ๆ

4. ควรตั้งชื่อ URL ให้ง่าย ไม่ควรมีตัวอักษรตัวใหญ่ปนกับตัวอักษรตัวเล็ก ซึ่งจำได้ยาก

5. ถ้าต้องการเรียกดูข้อมูลจาก URL ที่ไม่ทราบแน่ชัด สามารถเริ่มค้นหาจาก domain address ได้ โดยปกติ URL มักจะเริ่มต้นด้วย WWW แล้วตามด้วยที่อยู่ของเว็บไซต์ เช่น http://www.nectec.or.th/

6. ถ้าเว็บไซต์มีลิงก์เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นๆ ด้วยรูปภาพเท่านั้น อาจทำให้ผู้เรียกดูที่ใช้โปรแกรมบราวเซอร์ที่ไม่สนับสนุนรูปภาพ ไม่สามารถเรียกชมเว็บไซต์นั้นได้ ก็ควรเพิ่มลิงก์ที่เป็นตัวหนังสือ เพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่น ๆ ด้วย

7. ไม่ควรใส่รูปภาพที่ไม่มีความสำคัญต่อข้อมูลบนเว็บเพจ เนื่องจากไฟล์ของรูปภาพมีขนาดใหญ่ ทำให้เสียเวลาในการเรียกดู

8. ควรป้องกันลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์ด้วยการใส่เครื่องหมาย trademark (TM) หรือเครื่องหมาย Copyright ไว้ในเว็บเพจแต่ละหน้าด้วย

9. ควรใส่อีเมล์แอดเดรสของผู้จัดทำไว้ด้านล่างของเว็บเพจแต่ละหน้า เพื่อให้ผู้เรียกชมสามารถสอบถามเพิ่มเติม หรือติดต่อได้

10. ควรใส่ URL ของเว็บไซต์ไว้ด้านล่างของเว็บเพจแต่ละหน้าด้วย เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงในอนาคตสำหรับผู้ที่สั่งพิมพ์เว็บเพจนั้น

11. ควรใส่วันที่ของการแก้ไขข้อมูลบนเว็บไซต์ครั้งสุดท้ายไว้ด้วย เพื่อให้ผู้เรียกชมทราบว่าข้อมูลที่ได้รับนั้น มีความทันสมัยเพียงใด

12. ห้ามไม่ให้เว็บไซต์มีเนื้อหาที่ละเมิดลิขสิทธิ์ มีเนื้อหาที่ตีความไปในทางลามกอนาจารหรือการใช้ความรุนแรง เนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมาย ผู้จัดทำเว็บไซต์จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อเนื้อหาและข้อมูลทั้งหมดในเว็บไซต์นั้น

จรรยาบรรณเกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และแฟ้มข้อมูล

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกคนมีตู้จดหมาย (mailbox) และอีเมล์แอดเดรสที่ใช้อ้างอิงในการรับส่งจดหมาย ความรับผิดชอบต่อการใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่ทุกคนต้องให้ความสำคัญอย่างมาก เพราะระบบจะรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยอัตโนมัติ หากมีจดหมายค้างในระบบเป็นจำนวนมากจะทำให้พื้นที่จัดเก็บจดหมายของระบบหมดไป ส่งผลให้ระบบไม่สามารถรับส่งจดหมายได้อีก ทำให้ผู้ใช้งานในระบบไม่สามารถรับส่งจดหมายที่สำคัญได้อีกต่อไป นอกจากนี้ผู้ใดผู้หนึ่งส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีขนาดใหญ่มากส่งแบบกระจายเข้าไประบบเดียวกันพร้อมกันหลายคนจะทำให้ระบบหยุดทำงานได้เช่นกัน

ผู้ใช้แต่ละคนจะต้องมีการความรับผิดชอบในการดูแลตู้จดหมายของตนเอง ดังนี้

1. ตรวจสอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของตนเองทุกวันและจะต้องจัดเก็บแฟ้มข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของตนให้เหลือภายในโควต้าที่ผู้บริหารเครือข่ายกำหนดให้

2. ลบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ต้องการแล้วออกจากระบบเพื่อลดปริมาณการใช้เนื้อที่ในระบบ

3. ดูแลให้จำนวนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในตู้จดหมายมีน้อยที่สุด

4. ควรโอนย้ายจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่จะใช้อ้างอิงภายหลังมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเอง

5. พึงระลึกเสมอว่าจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เก็บไว้ในจดหมายอาจถูกผู้อื่นแอบอ่านได้ ดังนั้น ไม่ควรจัดเก็บข้อมูลหรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ได้ใช้แล้วไว้ในตู้จดหมาย

6. หลังจากผู้ใช้ได้รับบัญชี (account) ในโฮสต์จากผู้บริหารเครือข่าย ผู้ใช้จะได้รับสิทธิ์ให้ใช้เนื้อที่ของระบบ ซึ่งเป็นเนื้อที่เฉพาะที่เรียกว่า "โฮมไดเรกทอรี" ตามจำนวนโควต้าที่ผู้บริหารเครือข่ายกำหนด ผู้ใช้จะต้องมีความรับผิดชอบต่อเนื้อที่ดังกล่าว เพราะเนื้อที่ของระบบเหล่านี้เป็นเนื้อที่ที่ใช้ร่วมกัน ดังนี้

6.1 จัดเก็บแฟ้มข้อมูลในโฮมไดเรกทอรีของตนให้มีจำนวนต่ำที่สุด ควรโอนย้ายแฟ้มข้อมูลมาเก็บไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเอง

6.2 การแลกเปลี่ยนแฟ้มข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนและผู้อื่นในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ควรจะตรวจสอบไวรัสเป็นประจำเพื่อลดการกระจายของไวรัสในเครือข่าย

6.3 พึงระลึกเสมอว่าแฟ้มข้อมูลของผู้ใช้ที่เก็บไว้บนเครื่องนั้น อาจได้รับการตรวจสอบโดยผู้ที่มีสิทธิ์สูงกว่า ดังนั้น ผู้ใช้ไม่ควรเก็บแฟ้มข้อมูลที่เป็นเรื่องลับเฉพาะไว้บนโฮสต์

บัญญัติ 10 ประการ

บัญญัติ 10 ประการเป็นจรรยาบรรณที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยึดถือไว้เสมือนเป็นแม่บทของการปฏิบัติ ดังนี้

1. ต้องไม่ใช้คอมพิวเตอร์ทำร้ายหรือละเมิดผู้อื่น
2. ต้องไม่รบกวนการทำงานของผู้อื่น
3. ต้องไม่สอดแนม แก้ไข หรือเปิดดูแฟ้มข้อมูลของผู้อื่น
4. ต้องไม่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการโจรกรรมข้อมูลข่าวสาร
5. ต้องไม่ใช้คอมพิวเตอร์สร้างหลักฐานที่เป็นเท็จ
6. ต้องไม่คัดลอกโปรแกรมของผู้อื่นที่มีลิขสิทธิ์
7. ต้องไม่ละเมิดการใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์โดยที่ตนเองไม่มีสิทธิ์
8. ต้องไม่นำเอาผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน
9. ต้องคำนึงถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับสังคมอันติดตามมาจากการกระทำของตน
10. ต้องใช้คอมพิวเตอร์โดยเคารพกฎระเบียบ กติกาและมีมารยาท

การนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในงานวิจัย

การใช้ประโยชน์จากการสำรวจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้เริ่มต้นในช่วงต้นปี 1980 (Couper and Nicholls, 1998 อ้างถึงใน Young, Ross, and O'Dell, 2000) แบ่งออกได้เป็น 3 วิธี คือ รูปแบบการส่งแผ่นดิสก์ทางไปรษณีย์ วิธีนี้เป็นความพยายามเริ่มต้นของการสำรวจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยส่งแผ่นดิสก์ที่บรรจุแบบสอบถามไปยังผู้ตอบแล้วผู้ตอบจะตอบแบบสอบถามลงในแผ่นดิสก์นั้นกลับมายังผู้ส่ง ข้อเสียของวิธีนี้ คือ มีความล่าช้าหรือมีการสูญหายของข้อมูลในระหว่างที่ส่งแผ่นดิสก์กลับไปทางระบบไปรษณีย์ วิธีที่สองเป็นการสำรวจผ่านทางระบบ E-mail วิธีนี้แบบสอบถาม ถูกส่งไปยังผู้ตอบทาง E-mail หรือลักษณะไฟล์ที่แนบมากับข้อความที่ส่งมาทาง E-mail ข้อดีของวิธีนี้ คือ รวดเร็ว ง่ายในการควบคุม และใช้ทักษะคอมพิวเตอร์เพียงเล็กน้อย

ส่วนข้อเสียของวิธีนี้ คือ E-mail มีข้อจำกัดในเรื่องรูปแบบของข้อความธรรมดา ไม่สามารถจัดให้อยู่ในรูปของแบบสอบถามได้อย่างสมบูรณ์ ถ้าส่งแนบแบบสอบถามเป็นไฟล์อาจจะเปิดไม่ได้ เนื่องจากซอฟแวร์เข้ากันไม่ได้ทำให้รับและส่งข้อมูลไม่ได้ และผู้ตอบอาจกลัวว่าไฟล์ที่แนบมากับ E-mail จะมีไวรัสแฝงมาด้วย ส่วนวิธีสุดท้าย คือ ส่งในรูปแบบของเว็บแบบสอบถาม วิธีนี้อาจจะเป็นวิธีที่มีอนาคตที่ดีมากเพราะเป็นวิธีที่มีความยืดหยุ่นมากในการสร้างแบบสอบถามที่มีความซับซ้อน สามารถทำในรูปแบบของ Likert-scale กระโดดข้ามข้อคำถาม ตรวจสอบข้อผิดพลาด มีรูปภาพ มีเสียง และสามารถดาวน์โหลดไปยังโปรแกรม Spreadsheet หรือซอฟแวร์การวิเคราะห์ทางสถิติ ทำให้การสูญหายของข้อมูลลดลง รวมทั้งวิเคราะห์ได้รวดเร็ว

เทคนิคการรับสมาชิกใหม่เพื่อเข้ามาตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต

Macelroy (2000) ได้กล่าวถึงเทคนิคการรับสมาชิกใหม่เพื่อเข้ามาตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตมี 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ การโทรศัพท์ การขอร้องผ่านทางไปรษณีย์ โดยการส่งไปรษณีย์หรือโฆษณาคาดหวังอัตราการตอบกลับร้อยละ 1-3 การโทรศัพท์คาดหวังอัตราการตอบกลับร้อยละ 50-60 การให้สิ่งตอบแทน $3-5 สำหรับการสำรวจน้อยกว่า 15 นาที สามารถดึงผู้ตอบได้เพียงบางส่วน แต่มีการให้สิ่งตอบแทนที่มีค่าสูงมากกว่า $200 เพื่อให้ได้รับอัตราการตอบกลับอย่างเหมาะสม การให้สิ่งตอบแทน $25 เป็นระดับต่ำสุดของการเข้ามามีส่วนร่วม

2. เทคนิคการใช้ banner ปุ่ม สัญลักษณ์ จุดเชื่อมโยง และองค์ประกอบอื่นๆ บนเว็บไซต์ วิธีเหล่านี้อัตราการตอบกลับต่ำร้อยละ .5 วิธีการอีกทางเลือกหนึ่ง คือ การแทรกหน้าต่างขึ้นมาระหว่างเปิดบราวเซอร์ใหม่ อัตราการตอบกลับด้วยวิธีนี้สูงกว่าการใช้ banner และสัญลักษณ์ต่างๆ คือ อยู่ในช่วงร้อยละ 15-30

3. การใช้ฐานข้อมูลการลงทะเบียนของลูกค้า อัตราการตอบกลับอยู่ในช่วงร้อยละ 20-50 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการติดต่อและความน่าสนใจของหัวข้อแบบสอบถาม

4. การรับสมาชิกใหม่จากบัญชีรายชื่อของสมาคมหรือองค์กรต่างๆ ผลที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างที่ได้รับเลือกและเชื้อเชิญ ถึงแม้อัตราการตอบกลับจะแปรปรวนตามหัวข้อและระดับของการให้สิ่งตอบแทนแต่ระดับของการมีส่วนร่วมอยู่ในช่วงร้อยละ 40-50

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศ

Schuldt and Jeff (1994 อ้างถึงใน ธรรมรส ช่างไม้งาม, 2543: 17) ได้ศึกษาอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์และทาง E-mail พบว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์อยู่ในเกณฑ์ที่ดีกว่าทาง E-mail แต่ E-mail มีความเร็วในการตอบดีกว่า นอกจากนี้ยังได้แนะนำว่าในอนาคต การส่งแบบสอบถามทาง E-mail จะกลายเป็นสิ่งที่เป็นมาตรฐานและคุ้นเคยซึ่งอาจทำให้อัตราการตอบกลับมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นได้ รวมถึงความรวดเร็วและความประหยัดของ E-mail จะทำให้เป็นสื่อกลางที่นิยมใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

Palmquist, J. and Stueve, A. (1996 อ้างถึงใน ธรรมรส ช่างไม้งาม, 2543) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการรวบรวมข้อมูลทางระบบ online กับทางโทรศัพท์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากการสำรวจข้อมูลด้วยระบบ online มีแนวโน้มที่จะมีอายุน้อย มีฐานะดีกว่า มีความตั้งใจในการตอบคำถามมากกว่าผู้ตอบที่ตอบทางโทรศัพท์ ความสมัครใจในการตอบคำถามนั้นเป็นผลมาจากความแปลกใหม่ และพบว่าการเก็บรวบรวมด้วยระบบ online มีต้นทุนที่ต่ำกว่าและเร็วกว่าการเก็บรวบรวมข้อมูลทางโทรศัพท์ แต่ว่าการเก็บรวบรวมข้อมูลทางโทรศัพท์จะยังคงมีอยู่ในยุทธวิธีของนักวิจัยต่อไป ท้ายที่สุดพวกเขาสรุปว่าสิ่งสำคัญในการประสบความสำเร็จทางการตลาด คือ การเลือกและเก็บรวบรวมด้วยวิธีการที่เหมาะสมและสำหรับงานที่เหมาะสม

Alan (1998 อ้างถึงใน ชยการ คีรีรัตน์, 2543: 50) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับ ความเร็วในการตอบกลับและคุณภาพของการตอบแบบสอบถามระหว่างส่งทาง E-mail และการส่งทางไปรษณีย์ กับกลุ่มบุคลากรด้านบริหารและด้านการสอนของมหาวิทยาลัย ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากการโทรศัพท์โดยตรงของ Chinese University ในฮ่องกง พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์สูงกว่าทาง E-mail อย่างมีนัยสำคัญ ความเร็วในการตอบแบบสอบถามทาง E-mail สูงกว่าทางไปรษณีย์อย่างมีนัยสำคัญ และคุณภาพของการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไม่แตกต่างจากทาง E-mail

Sheehan (1999) ได้ทำการเปรียบเทียบงานวิจัยเชิงสำรวจ 3 การศึกษาที่ใช้ E-mail เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยตั้งสมมติฐาน 2 ข้อ ดังนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 อัตราการตอบของการสำรวจทาง E-mail จะเพิ่มขึ้นเมื่อประเด็นการสำรวจมีความโดดเด่นเพิ่มขึ้น สมมติฐานที่ 2 ความเร็วในตอบกลับทาง E-mail จากบุคคลที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าจะสูงกว่าบุคคลที่ไม่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ในเรื่องความโดดเด่นของประเด็น การศึกษาแรก ประเด็นการสำรวจมีความโดดเด่นสูงที่สุด การศึกษาที่ 2 มีความโดดเด่นปานกลาง การศึกษาที่ 3 ไม่มีความโดดเด่น ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน คือ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการศึกษาที่ 1 กับการศึกษาที่ 3 และระหว่างการศึกษาที่ 2 กับการศึกษาที่ 3 ทั้ง 3 การศึกษามีอัตราการตอบกลับเป็นร้อยละ 47.4 47.2 และ 24.0 ตามลำดับ สำหรับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า การศึกษาที่ 1 ไม่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า การศึกษาที่ 2 และ 3 ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผลการวิจัยสนับสนับสนุนสมมติฐานบางส่วน คือ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการศึกษาที่ 1 กับการศึกษาที่ 3 อย่างไรก็ตาม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการศึกษาที่ 2 กับการศึกษาที่ 3 และไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการศึกษาที่ 1 กับ 2 ทั้ง 3 การศึกษามีความเร็วในการตอบกลับเป็น 4.99 วัน 4.57 วัน และ 3.57 วัน ตามลำดับ แต่มีความเป็นได้ว่าการศึกษาที่ 2 ได้ส่ง E-mail ไปยังมหาวิทยาลัยในช่วง Summer อาจมีผลทำให้ความถี่ในการตรวจสอบ E-mail ของกลุ่มตัวอย่างลดลง ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการวิจัยเชิงสำรวจ 3 การศึกษาที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ E-mail

	การศึกษาที่ 1	**การศึกษาที่ 2**	**การศึกษาที่ 3**
กรอบของการสุ่มตัวอย่าง	ผู้พัฒนาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ	คณะครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่และนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัยด้านการวิจัย	E-mail account ส่วนบุคคลในสหรัฐอเมริกา
ประเด็นการสำรวจ	การประเมินคุณค่าของผู้พัฒนาเว็บไซต์	ทัศนคติที่มีต่อความเป็นส่วนตัวของ Internet	การสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาเอก
ช่วงเวลาที่สำรวจ	มกราคม-กุมภาพันธ์ 1997	พฤษภาคม-กรกฎาคม 1996 (ช่วง Summer)	พฤศจิกายน 1997-มกราคม 1998
จำนวนข้อคำถาม	35	45	36
จำนวนหน้าจอคอมพิวเตอร์ในการแสดงผล	16	20	18
วิธีการส่ง	แต่ละบุคคล	Batch	Merge program
การแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	ไม่ได้รับ	ได้รับ	ได้รับ
ความเร็วในการตอบกลับ (วัน)	4.99	4.57	3.57
การเตือนผู้ไม่ตอบหลังจากส่ง E-mail ครั้งแรกผ่านไป (วัน)	7	6	5
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	834	580	3,724
ผลรวมของการตอบกลับ	395	274	895
อัตราการตอบกลับ (ร้อยละ)	47.4	47.2	24.0

ที่มา: Sheehan (1999)

Weible, R. and Wallace, J. (1998 อ้างถึงใน ธรรมรส ช่างไม้งาม, 2543) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ เครื่องโทรสาร E-mail และ Web page พบว่า การตอบกลับทาง E-mail มีความเร็วที่สุด คือ ได้รับกลับคืนอย่างรวดเร็วที่สุดในวันเดียวกับวันที่ส่งแบบสอบถาม ส่วน Web page การตอบทางโทรสาร และการตอบกลับทางไปรษณีย์ มีความเร็วเป็นอันดับต่อมา ตามลำดับ แต่ข้อค้นพบที่ได้ คือ ผู้ส่งแบบสอบถามทาง E-mail หรือ ทางโทรสารจะทราบภายใน 10 นาทีว่าแบบสอบถามที่ส่งไปถึงตัวผู้ตอบแบบสอบถามหรือไม่ นอกจากนี้ยังพบว่าต้นทุนที่ต้องใช้ในการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์นั้นประกอบด้วย 3 ส่วนด้วยกัน คือ แสตมป์ กระดาษ และแรงงาน ซึ่งต้นทุนในส่วนนี้นับได้ว่าสูงเป็น 2 เท่าของการส่งทางโทรสาร และสูงถึง 3 เท่าของการส่งทาง E-mail

Slanton (1998) ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกจ้าง 2 กลุ่ม กลุ่มแรกมีจำนวน 50 คน ได้รับการสำรวจผ่านทาง WWW อีกกลุ่มหนึ่งมีจำนวน 181 คน ได้รับการสำรวจโดยการตอบแบบสอบถามแบบธรรมดา กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 47 เพศหญิง ร้อยละ 53 อายุเฉลี่ย 36.3 ปี อายุ

เฉลี่ยของการทำงานในตำแหน่งปัจจุบันเท่ากับ 5.2 ปี โดยผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ 4 ข้อ คือ ข้อแรก จำนวนของข้อมูลที่ขาดหายไปในการเก็บรวบรวมโดยใช้ WWW น่าจะน้อยกว่าการเก็บรวบรวมโดยใช้การสำรวจแบบธรรมดา ข้อสอง ความผันแปรโดยทั่วไปในการตอบน่าจะสูงขึ้นสำหรับการรวบรวมข้อมูลโดยใช้ WWW ข้อสาม โครงสร้างปัจจัยของการสร้างข้อคำถามไม่น่าจะแตกต่างกันระหว่างการรวบรวมข้อมูลทั้งสองแบบ ข้อสี่ ความสัมพันธ์ระหว่างสเกลคำตอบน่าจะเหมือนกันระหว่างการรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 แบบ เครื่องมือเป็นแบบสำรวจเกี่ยวกับการรับรู้ส่วนบุคคลต่อปฏิสัมพันธ์ในแต่ละวันกับหัวหน้างาน ผลการวิจัยพบว่า การรวบรวมข้อมูลโดยใช้ WWW มีข้อมูลหายไปโดยเฉลี่ย .86 ซึ่งน้อยกว่าในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสำรวจแบบธรรมดาซึ่งมีข้อมูลหายไป 1.64 ความผันแปรโดยทั่วไปในการตอบสูงขึ้นสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ WWW สำหรับโครงสร้างปัจจัยของการสร้างข้อคำถามไม่แตกต่างกันระหว่างการรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 แบบ นอกจากนี้ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างสเกลคำตอบเหมือนกันระหว่างการรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 แบบ

Cook, Heath and Thompson (2000) ได้ทำการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยเกี่ยวกับอัตราการตอบแบบสอบถามที่สำรวจทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 68 ชิ้น จากงานวิจัยทั้งหมด 49 เรื่อง โดยศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ตทั้งรายงานวิจัยที่ได้ตีพิมพ์และไม่ได้ตีพิมพ์พบว่าจำนวนครั้งในการติดตาม, การติดต่อส่วนตัว และการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ต

จะเห็นได้ว่าการส่งแบบสอบถาม นอกจากจะสามารถส่งทางไปรษณีย์แล้ว สามารถส่งทาง E-mail ได้อีกด้วย นักวิจัยจำนวนมากยอมรับถึงประโยชน์ของการสำรวจทาง E-mail มากกว่าทางไปรษณีย์ อันได้แก่ การประหยัดราคากระดาษ และราคาค่าขนส่งทางไปรษณีย์ (Parker, 1992 อ้างถึงใน Sheehan, 1999) และมีความรวดเร็วในการตอบกลับ (Bachmann, Elfrink, and Vazzana, 1996; Mehta and Sivadas, 1995 อ้างถึงใน Sheehan, 1999) โดยความเร็วในการตอบของ E-mail อยู่ในช่วง 5 ถึง 10 วัน เปรียบเทียบกับความเร็วในการตอบกลับของไปรษณีย์ อยู่ในช่วง 10 ถึง 15 วัน

อัตราการตอบกลับของ E-mail ไม่ได้คงที่ ดังเช่นประโยชน์ที่เหนือกว่าการสำรวจทางไปรษณีย์ บางกรณีอัตราการตอบกลับของ E-mail สูงกว่าทางไปรษณีย์ (Kiesler and Sproull, 1986; Parker, 1992; Schaefer and Dillman, 1998; Mehta and Sivadas, 1996 อ้างถึงใน Sheehan, 1999) แต่บางกรณีอัตราการตอบกลับของ E-mail ต่ำกว่าทางไปรษณีย์ (Schuldt and Totten, 1994; Tse et al.; Weible and Wallace, 1998 อ้างถึงใน Sheehan, 1999) โดยอัตราการตอบกลับของการสำรวจทาง E-mail ผันแปรจากต่ำสุด 6% (Tse et al., 1995 อ้างถึงใน Sheehan, 1999) ถึงสูงที่สุด 75% (Kiesler and Sproull, 1986 อ้างถึงใน Sheehan, 1999) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิจัยเชิงสำรวจที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ E-mail

ผู้เขียน	กลุ่มตัวอย่าง	ประเด็นการสำรวจ	วิธีการ	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	ผลรวมการตอบกลับ	อัตราการตอบกลับ	ระยะเวลา (วัน)
Kiesler and Sproull (1986)	พนักงานบริษัท	ความร่วมมือ	ไปรษณีย์	115	77	67%	10.8
		การติดต่อสื่อสาร	E-mail	115	86	75%	9.6
Parker (1992)	พนักงานของบริษัท AT&T	ภายในองค์กร	ไปรษณีย์	70	27	38%	NA
		การติดต่อสื่อสาร	E-mail	70	48	68%	NA
Schuldt and Totten (1994)	การตลาด และ MIS	Shareware	ไปรษณีย์	200	113	56.5%	NA
			E-mail	218	42	19.3%	NA
Mehta and Sivadas (1995)	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	อินเทอร์เน็ต	ไปรษณีย์	309	113	56.5%	NA
		การติดต่อสื่อสาร	E-mail	182	42	54.3%	NA
Tse et al. (1995)	ประชากรในมหาวิทยาลัยของฮ่องกง	จรรยาบรรณนักธุรกิจ	ไปรษณีย์	200	54	27%	9.79
			E-mail	200	12	6%	8.09
Bachman, Elfrink, and Vazzana (1996)	คณบดีของโรงเรียนธุรกิจ	TQM	ไปรษณีย์	224	147	65.6%	11.18
			E-mail	224	117	52.5%	4.68
Weible and Wallace (1998)	ศาสตราจารย์ทาง MIS	การใช้อินเทอร์เน็ต	ไปรษณีย์	200	70	35.7%	12.9
			Fax	200	50	20.9%	8.8
			E-mail	200	48	29.8%	6.1
			Web	200	52	32.7%	7.4
Schaefer and Dillman (1998)	คณะครูอาจารย์ในมหาวิทยาลัย	-	ไปรษณีย์	226	130	57.5%	14.39
			E-mail	226	131	58.0%	9.16

ที่มา: Sheehan (1999)

ประโยชน์ที่สำคัญของการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่สำคัญของการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต คือ การใช้ทรัพยากรทางด้านการเงินที่ต่ำมาก ใช้เวลาในการตอบกลับรวดเร็ว และข้อมูลสามารถถ่ายโอนไปยังซอฟแวร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการประหยัดเวลาและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเข้าข้อมูล

ประโยชน์บางประการคาดหวังจากการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งมีผลต่อเวลาในการตอบกลับและคุณภาพของข้อมูล เวลาที่ใช้ในการตอบจะเร็วขึ้น เมื่อความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นและการดาวโหลดน์เว็บไซต์รวดเร็วขึ้น คุณภาพของข้อมูลคาดหวังการปรับปรุงจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ใช้ E-mail ที่เพิ่มขึ้น เป็นการปรับปรุงในเรื่องความตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต ปัญหาทางด้านเทคนิคจะลดลงในอนาคตกับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี เมื่อซอฟแวร์ที่เข้ากันได้มีมากขึ้น ดังเช่น ซอฟแวร์ที่ใช้ในการสำรวจกับบราวเซอร์ส่วนใหญ่และซอฟแวร์ของ E-mail

ประเด็นสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเรื่องของรูปแบบในการเข้าถึงผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากจากประชากรทั้งหมดในบางประเทศ การผสมผสานเทคนิคระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางไปรษณีย์จะมีผลทางบวกต่ออัตราการตอบกลับ การเป็นตัวแทนของผู้ตอบ

แบบสอบถามและคุณภาพของข้อมูลซึ่งขึ้นอยู่กับรายละเอียดของบุคคลที่ติดต่อและความไวต่อความรู้สึกของแบบสอบถาม

การวิจัยโดยการสำรวจทางอินเทอร์เน็ตที่ผ่านมา พบว่า การสำรวจทาง E-mail มีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการสำรวจทางเว็บ ควบคุมกลุ่มตัวอย่างได้ดีกว่าและสามารถหลีกเลี่ยงการตอบจากบุคคลเดียวกัน แต่การสำรวจทางเว็บสามารถแสดงผลได้ดีกว่า ดึงดูดความสนใจและมีความง่ายในการตอบมากกว่าทาง E-mail การผสมผสานเทคนิคการสำรวจโดยใช้ E-mail และทางเว็บโดยการติดต่อผ่าน E-mail ส่วนตัวไปยังผู้ตอบและจัดเตรียมแบบสอบถามในรูปแบบของ HTML หรือการส่ง URL ของเว็บไซต์ ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของการเก็บรวบรวมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตาม การสำรวจทางไปรษณีย์แบบดั้งเดิมมีประโยชน์ในเรื่องการไม่ระบุชื่อของผู้ตอบ ประเด็นที่มีความไวต่อความรู้สึกเป็นอุปสรรคต่อผู้ตอบในการให้ความจริงใจ ดังนั้นในประเด็นที่มีความไวต่อความรู้สึกควรจะติดต่อทางไปรษณีย์แทนที่จะเป็นทางอินเทอร์เน็ต ในอนาคตการวิจัยทางอินเทอร์เน็ตต้องการพัฒนาเพื่อไม่ให้มีการระบุชื่อของผู้ตอบซึ่งง่ายที่จะเปิดเผยในการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต การรับประกันการไม่ระบุชื่อจะมีผลทางบวกต่ออัตราการตอบกลับและคุณภาพของข้อมูล (Ilieva, Baron and Healey, 2001)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ธรรมรส ช่างไม้งาม (2543) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับ ความเร็วในการตอบกลับและความสมบูรณ์ในการตอบกลับระหว่างวิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และทาง E-mail ที่มีวิธีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าต่างกัน โดยศึกษากลุ่มนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระดับมหาบัณฑิตในสาขาวิชาที่ต่างกัน 4 สาขา พบว่า กลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามทางไปรษณีย์มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามทาง E-mail ประมาณ 4.5 เท่า กลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าทางไปรษณีย์มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าทาง E-mail และสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า กลุ่มที่ศึกษาอยู่ในสาขาวิทยาศาสตร์กายภาพมีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ศึกษาอยู่ในสาขามนุษย์ศาสตร์ สาขาวิทยาศาสตร์ชีวภาพ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ นอกจากนี้ยังพบว่ามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างวิธีการส่งแบบสอบถามกับสาขาวิชาต่ออัตราการตอบกลับและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการแจ้งให้ทราบล่วงหน้ากับสาขาวิชาต่ออัตราการตอบกลับ ซึ่งพบว่า ทุกสาขาวิชามีอัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าทางไปรษณีย์สูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าทาง E-mail และกลุ่มที่ไม่ได้รับการแจ้งล่วงหน้า ยกเว้นสาขามนุษย์ศาสตร์ สำหรับวิธีการส่งแบบสอบถามส่งผลต่อความเร็วในการตอบกลับแบบสอบถาม โดยกลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามทาง E-mail มีอัตราการตอบกลับเร็วกว่ากลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ส่วนวิธีการส่งแบบสอบถาม รูปแบบการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและสาขาวิชาไม่ส่งผลต่อความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม

ชยการ คีรีรัตน์ (2543) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตที่มีวิธีการส่ง เทคนิคการติดตาม และเนื้อหาที่แตกต่างกัน กับกลุ่มนิสิตปริญญาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า การตอบกลับระหว่างทาง WWW และทาง E-mail ต่ำมาก

ทั้งสองกลุ่ม แบบสอบถามทาง WWW มีผู้ตอบกลับจำนวน 2 คน ส่วนทาง E-mail มีผู้ตอบกลับจำนวน 24 คน กลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามที่มีเนื้อหาทั่วไปเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามที่มีเนื้อหากำลังเป็นที่สนใจเรื่องการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาระบบใหม่ กลุ่มที่ติดตามด้วย E-mail มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ติดตามด้วย Chat เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความจริงใจระหว่างวิธีการส่งแบบสอบถามต่างกัน ระหว่างเนื้อหาต่างกัน และเทคนิคการติดตามต่างกัน พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยความจริงใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัญหาการใช้แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ธรรมรส ช่างไม้งาม (2543) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับ ความเร็วในการตอบกลับและความสมบูรณ์ในการตอบกลับระหว่างวิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และทาง E-mail ที่มีวิธีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าต่างกันกับกลุ่มนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทาง E-mail มีอัตราการตอบกลับที่ต่ำมาก จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตกลัวไวรัสคอมพิวเตอร์ซึ่งมักจะมาจากผู้ไม่หวังดี หรือ ผู้ที่ไม่รู้จักส่ง E-mail มาให้ จึงทำให้ผู้ตอบลบ E-mail โดยไม่เปิดดู นอกจากนี้ยังพบว่านิสิตไม่ได้ใช้โปรแกรมเทลเน็ตและ account ที่มหาวิทยาลัยบริการไว้ให้นิสิตทุกคน เนื่องจากมีความยุ่งยากในการใช้โปรแกรมเพื่อให้เชื่อมต่อระบบกับมหาวิทยาลัย ทั้งยังต้องจำ password ให้ได้ และต่ออายุทุกภาคการศึกษาด้วย นอกจากนี้ถึงผู้ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตคิดว่าหากตอบแบบสอบถามกลับไปแล้ว ผู้ถามอาจส่งแบบสอบถามฉบับอื่นมาให้ตอบอีกทำให้ผู้ตอบตัดปัญหาด้วยการไม่ตอบแบบสอบถามเลย นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกว่าในช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตนั้นต้องการให้เกิดความคุ้มค่าและตอบสนองต่อความต้องการของตนเองมากที่สุด เช่น ค้นคว้าหาความรู้ หาข้อมูลที่ตนเองสนใจหรือติดต่อกับคนรู้จักโดยไม่ต้องเสียเวลาไปทำประโยชน์ให้กับบุคคลอื่น เช่น ตอบแบบสอบถามให้โดยไม่ได้รับสิ่งตอบแทน เนื่องจากไม่อยากเสียค่าบริการรายชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ทำให้ได้ข้อสรุปว่า ในสภาพปัจจุบันน่าจะยังไม่เหมาะสมที่จะใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทาง E-mail ในการศึกษาวิจัยในกลุ่มนิสิตระดับปริญญาโทและเอก นอกจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานั้นเป็นกลุ่มที่สนใจหรือทำงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และเป็นผู้มีกำลังทรัพย์ที่จะจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มาใช้หรือใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอ แต่หากเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทและคนในประเทศไทยมีความคุ้นเคยมากกว่านี้ ก็เป็นไปได้ว่าในอนาคต E-mail จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจมากกว่าในปัจจุบัน

ชยการ คีรีรัตน์ (2543) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตที่มีวิธีการส่ง เทคนิคการติดตาม และเนื้อหาที่แตกต่างกัน กับกลุ่มนิสิตปริญญาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าปริมาณการตอบแบบสอบถามทาง WWW และ E-mail มีปริมาณการตอบที่ต่ำมากทั้งสองกลุ่ม โดยให้เหตุผลว่าเป็นเพราะในกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามทาง WWW ไม่ได้เสนอสิ่งจูงใจหรือรางวัลใดแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อจำกัดด้านเวลา ปัญหาเรื่องความเชื่อใจเมื่อต้องกรอกข้อมูลส่วนตัว การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในขอบเขตของการวิจัย การอ่านภาษาไทยมีปัญหาเนื่องมาจากบราวเซอร์บางตัว เช่น Netscape Navigator มี

ปัญหาเกี่ยวกับภาษาไทย และแบบสอบถามมีจำนวนข้อมากเกินไป สำหรับกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามทาง E-mail มีสาเหตุมาจากความยุ่งยากในการอ่าน E-mail ผ่าน โปรแกรม Telnet ซึ่งไม่สามารถเข้าสู่ระบบ WWW ได้ทันที ปัญหานี้ได้มีการแนบไฟล์แบบสอบถามเป็นไฟล์เอกสารไมโครซอฟต์เวิร์ดไปกับ E-mail แต่กลุ่มตัวอย่างอาจไม่ได้เปิดดู ไม่สนใจหรือไม่กล้าเรียกไฟล์แบบสอบถามขึ้นมาดู จึงไม่มีโอกาสเข้าไปตอบแบบสอบถาม ปัญหาเรื่องความเชื่อใจจากคนที่ไม่รู้จักที่ส่ง E-mail มาให้ซึ่งเป็นปัญหาด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์ ปัญหาเรื่องช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลซึ่งอยู่ในช่วงสอบปลายภาคของกลุ่มตัวอย่าง ปัญหาเรื่องความกังวลเกี่ยวกับการรักษาความลับของการตอบ และปัญหาเรื่องสถานที่ที่ใช้คอมพิวเตอร์ต่อเข้ากับระบบอินเทอร์เน็ต ถ้ากลุ่มตัวอย่างใช้คอมพิวเตอร์นอกบ้านอาจไม่เข้าไปอ่าน E-mail ด้วยเหตุผลความไม่ปลอดภัยของข้อมูลหรือการต้องการรักษาความลับ ทำให้ได้ข้อสรุปว่า ในสภาพปัจจุบันการส่งแบบสอบถามผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอาจยังไม่เหมาะสมที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการส่งแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในกลุ่มนิสิตระดับปริญญาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความคิดเห็นของนักวิจัยที่มีต่อการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้

กรชนา กฤษณวิภาคพร (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้และความคิดเห็นของนักวิจัยที่มีต่อการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักวิจัยในหน่วยงานของรัฐ บริษัทวิจัย รวมถึงนักวิจัยในบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างๆ จำนวน 150 คน พบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับการวิจัยในอินเทอร์เน็ตว่าเป็นการประหยัดทรัพยากร ประหยัดเวลา ประหยัดงบประมาณและบุคลากร และมีความสะดวกรวดเร็ว ส่วนในเรื่องของลักษณะการทำวิจัยและผลการวิจัย เช่น ความถูกต้อง ความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยในอินเทอร์เน็ต นักวิจัยมีการรับรู้น้อยมาก และยังมีความไม่แน่ใจในผลการวิจัย นักวิจัยในบริษัทวิจัยและนักวิจัยในบริษัทตัวแทนโฆษณามีการรับรู้เกี่ยวกับวิจัยในอินเทอร์เน็ตรวมถึงยอมรับผลการวิจัยในอินเทอร์เน็ตมากกว่านักวิจัยในหน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้ นักวิจัยส่วนใหญ่รู้สึกสนใจและเห็นว่าสถาบันวิจัยต่างๆ ควรนำอินเทอร์เน็ตมาปรับใช้กับงานวิจัย และเห็นด้วยอีกว่าหากแก้ข้อจำกัดต่างๆ ของการวิจัยในอินเทอร์เน็ตได้ เช่น เรื่องข้อจำกัดของกลุ่มตัวอย่าง ข้อจำกัดของหัวข้อวิจัย และความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้แล้ว การวิจัยในอินเทอร์เน็ตจะเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้ทางอินเทอร์เน็ต

ลักษณะของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

อำไพศรี โสประทุม (2539) ได้ศึกษากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 224 คน พบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงมีสัดส่วนร้อยละ 63 และร้อยละ 37 โดยเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง คือ ร้อยละ 48.7 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และอีกร้อยละ 36.2 มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า ส่วนกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนร้อยละ 13.8 และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป มีร้อยละ 1.3 เมื่อ

พิจารณาถึงสถานภาพสมรส พบว่า ร้อยละ 87.5 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นโสด และอีกร้อยละ 11.6 สมรสมีครอบครัวแล้ว และมีเพียงร้อยละ 0.9 ที่เป็นหม้าย หย่าร้าง หรือแยกกันอยู่

อรพิน จิระวัฒนศิริ (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ และอาชีพ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่มีอายุมากไม่ว่าจะเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา หรือการใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ สำหรับตัวแปรด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ถ้าเป็นการใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่ ความเป็นเจ้าของสื่อ ซึ่งหมายถึง มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ติดตั้งอินเทอร์เน็ตและมีเลขที่ IP Address ใช้ส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต คือ มีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากสื่อมาก ส่วนผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อมีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากสื่อน้อย ในขณะเดียวกัน ทักษะการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อมากมีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมาก ในขณะที่ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อน้อยจะใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตน้อย อย่างไรก็ตาม พบประเด็นที่น่าสนใจ คือ ปัจจัยทางด้านเพศ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์ออกเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาและประโยชน์ด้านอื่นๆ ปัจจัยทางด้านเพศจะมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา แต่ไม่มีความสัมพันธ์เมื่อเป็นการใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ ส่วนปัจจัยทางด้านรายได้พบว่าไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์แต่อย่างใดเพราะนักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่ โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์สื่ออินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง

หรรษา วงศ์ธรรมกูล (2541) ได้ศึกษาถึงความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในชีวิตประจำวัน พบว่า นักศึกษาส่วนมากมีความสามารถในการใช้อยู่ในระดับปานกลางกับพอใช้ ร้อยละ 45.3 และร้อยละ 33.3 สำหรับนักศึกษาที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ระดับดีและดีมากมีจำนวนน้อย คือ ร้อยละ 16.8 และร้อยละ 5 แสดงให้เห็นว่านักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ส่วนมากมีความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวันระดับปานกลาง

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2542) ได้ทำการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2542 โดยวิธีออกแบบสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต แบบสอบถามที่ใช้ได้มีทั้งหมด 2,404 ฉบับ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเกือบสองเท่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุน้อย คือ อยู่ในวัยนิสิตนักศึกษาหรือวัยทำงานตอนต้นเป็นส่วนมาก ประมาณร้อยละ 76 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นคนโสด ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมาก คือ ประมาณร้อยละ 68 เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ) การกระจายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตออกสู่จังหวัดอื่น ๆ ยังมีอยู่น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่นอกเขตอำเภอเมือง

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2544) ได้ทำการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเป็นครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2543 โดยเก็บรวมรวมข้อมูลผ่านการใช้แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตซึ่งใช้เวลาในการสำรวจ 2 เดือนเต็ม แบบสอบถามที่ใช้ได้มีทั้งหมด 2,507 คน พบว่า ความไม่เท่าเทียม

ระหว่างหญิง-ชาย (Gender Gap) ในการใช้อินเทอร์เน็ตลดลงอย่างมาก กล่าวคือในปี 2542 สัดส่วนของผู้ใช้ที่เป็นหญิงต่อผู้ชายคือ 35 ต่อ 65 ในขณะที่ปี 2543 สัดส่วนสูงขึ้นเป็น 49 ต่อ 51 ส่วนช่องว่างระหว่างคนกรุงเทพและต่างจังหวัดในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตยังคงมีอยู่อย่างเด่นชัดไม่ต่างจากปี 2542 โดยพบว่าร้อยละ 70 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีเพียงร้อยละ 30 ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่น กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุระหว่าง 20-29 ปี

การศึกษาและอาชีพของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

อำไพศรี โสประทุม (2539) ได้ศึกษากลุ่มผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาร้อยละ 57.6 ทำงานบริษัทเอกชนร้อยละ 29.5 ทำงานเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจร้อยละ 12.5 และส่วนที่เหลือร้อยละ 4 ประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือเข้าหุ้นทำธุรกิจ ในด้านระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาชั้นสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรีร้อยละ 79.7 การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีร้อยละ 12.9 กลุ่มตัวอย่างที่จบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า เช่น ปวช. ปวส. อนุปริญญามีเพียงร้อยละ 6.7 และที่จบชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามีน้อยมาก คือ ร้อยละ 4

คู่แข่งมอนิเตอร์ (2539 อ้างถึงใน อรพิน จิรวัฒนศิริ, 2541) ได้ทำการสำรวจผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน พบว่า มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ที่เป็นสมาชิกอินเทอร์เน็ตร้อยละ 22.3 ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพทางด้านการตลาด โฆษณา รองลงมาเป็นกลุ่มอาชีพทางด้านการเงิน การธนาคาร ตลอดจนผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว

สำนักงานเลขานุการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2542) พบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้ทำการสำรวจในปี 2542 เป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 89 จบการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นชาย พื้นฐานการศึกษาที่พบมากเป็นพิเศษเรียงตามลำดับ คือ วิทยาศาสตร์หรือวิศวกรรมศาสตร์ทางคอมพิวเตอร์ ไฟฟ้า หรือโทรคมนาคม ร้อยละ 39 สาขาวิชาด้านพาณิชยศาสตร์และการบริหารร้อยละ 10 และวิศวกรรมศาสตร์สาขาอื่นร้อยละ 9 สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นหญิง พื้นฐานการศึกษาที่พบมากเป็นพิเศษเรียงตามลำดับ คือ สาขาด้านพาณิชยศาสตร์และการบริหารร้อยละ 27 และวิทยาศาสตร์หรือวิศวกรรมศาสตร์ทางคอมพิวเตอร์ ไฟฟ้าหรือโทรคมนาคมร้อยละ 20 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบทั้งหมดมีความรู้ภาษาอังกฤษ แม้จะมีระดับความเชี่ยวชาญในภาษาแตกต่างกัน มีผู้ใช้จำนวนน้อยมาก คือ ไม่ถึงร้อยละ 1 ที่ไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษเลยและอีกประมาณร้อยละ 33 มีความรู้ภาษาอังกฤษในระดับจำกัด คือ พออ่านเข้าใจบ้างแต่ไม่คล่อง ส่วนที่เหลือคือ ประมาณร้อยละ 66 ไม่มีปัญหาในการอ่านภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงานอยู่ สาขาอาชีพที่พบมากเป็นพิเศษ คือ สาขาการศึกษา เช่น ครู อาจารย์และการวิจัย และสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ขายให้บริการ ให้คำปรึกษา หรือดูแลควบคุมคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ประกอบหรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2544) ได้ทำการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2543 พบว่า ประมาณร้อยละ 72 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เป็นผู้ที่มีความรู้ระดับปริญญาตรี

ขึ้นไป ในด้านสาขาการศึกษา 3 อันดับแรกของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ร้อยละ 21 อยู่ในสาขาวิทยาศาสตร์ หรือวิศวกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 19 อยู่ในสาขาพาณิชยศาสตร์หรือบริหารร้อยละ 7 อยู่ในสาขาคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจหรือบริหารระบบสารสนเทศ เห็นได้ว่า ความนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มิใช่ผู้ที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยตรงมีแนวโน้มสูงขึ้น

ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต

พจนารถ ทองคำเจริญ (2539) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ สภาพ ความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์และนิสิตนักศึกษาใช้บริการค้นหาข้อมูลแบบเวิร์ลไวด์เว็บมากที่สุด และรองลงมาคือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล การใช้เครื่องระยะไกล ตามลำดับ สถาบันมีนโยบายปรับปรุงด้านบริการพื้นฐานให้พร้อม โดยเฉพาะการเพิ่มคู่สายและความเร็วในการสื่อสาร และเห็นว่าควรมีการวางแผนระยะยาวในการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ ควรมีการปรับปรุงบุคลากรให้มีความรู้และทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต นิสิตนักศึกษา อาจารย์ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอน ต้องการเพิ่มความเร็วในการสื่อสารกับศูนย์บริการ เพิ่มงบประมาณในการติดตั้งบริการให้เพียงพอ เพิ่มความเร็วในการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลและขยายช่องทางสัญญาณให้สามารถทำงานได้คล่องตัวขึ้น

อำไพศรี โสประทุม (2539) พบว่า ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด คือ ได้รับทราบข่าวสารต่างๆ ร้อยละ 64.3 ประโยชน์ที่รองลงมา ได้แก่ ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการใช้ WWW ร้อยละ 34.4 ใช้เพื่อการโต้ตอบแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ภายใต้การใช้งาน usenews ร้อยละ 25.4 และการใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ ร้อยละ 10.3 จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างบ่อย คือ ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 10 ครั้ง/เดือนร้อยละ 31.7 ใช้เป็นประจำทุกวันร้อยละ 23.3 ใช้บางครั้งหรือประมาณ 5-10 ครั้ง/เดือนร้อยละ 21.9 ใช้ค่อนข้างน้อยร้อยละ 10.3 และ 12.9 ตามลำดับ ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้งานด้านส่ง E-mail เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 33.7 เข้าไปใช้งานใน WWW ร้อยละ 27 ใช้งานในการรับทราบข่าวสารต่างๆ ร้อยละ 23.5 ใช้งานเพื่อถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลร้อยละ 12.9 และใช้งานในด้านอื่นๆ ร้อยละ 2.8

อรพิน จิรวัฒนศิริ (2541) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และการได้รับประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปเพื่อประโยชน์ด้านอื่นๆ มากกว่าประโยชน์ทางด้านการศึกษา โดยนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเอกชนมีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐ อย่างไรก็ตาม เมื่อจำแนกในรายละเอียดของการใช้ประโยชน์และด้านอื่นๆ เปรียบเทียบระหว่างนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน นักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษามากกว่าด้านอื่นๆ ในขณะที่นักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเอกชนใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตด้านอื่นๆ มากกว่าเพื่อการศึกษา ส่วนการได้รับประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา นักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนได้รับประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน และเป็นการได้รับประโยชน์เพื่อการ

ศึกษาค่อนข้างมาก โดยเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นฐานข้อมูลการศึกษาที่กว้างและหลากหลาย ตลอดจนทำให้เกิดการเรียนรู้และศึกษาได้ด้วยตนเอง ส่วนประโยชน์ที่ยังได้รับน้อยอยู่ คือ การนำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัยหรือรายงาน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเครือข่าย WWW มากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองเป็นการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และอันดับสาม คือ บริการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล (FTP) สถานที่ที่นิยมไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ มหาวิทยาลัย แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน พบว่า นักศึกษาปริญญาโทจากมหาวิทยาลัยเอกชนใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่นักศึกษาปริญญาโทจากมหาวิทยาลัยรัฐใช้อินเทอร์เน็ตที่มหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่

หรรษา วงศ์ธรรมกูล (2541) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า นักศึกษาส่วนมากใช้เวลาต่อครั้งในการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากในระดับปานกลาง คือ 2-3 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 42 และใช้มากกว่า 3 ชั่วโมง ร้อยละ 19.1 สำหรับช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้บริการ พบว่า วันธรรมดาที่นักศึกษาใช้มากที่สุด ได้แก่ ช่วงเวลา 14.00-15.30 น. คิดเป็นร้อยละ 16 วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้มากที่สุด ได้แก่ ช่วงเวลา 09.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.7 บริการที่นักศึกษาส่วนมากเลือกใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มากที่สุด ได้แก่ บริการสืบค้นข้อมูล (WWW) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เทลเน็ต Telnet ไปยังคอมพิวเตอร์อื่นๆ และการสนทนาแลกเปลี่ยน (talk, lrc, internet phone) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษาใช้ประโยชน์จากบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาตามลำดับ คือการศึกษาหาความรู้ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ และการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ซึ่งมีการใช้ในระดับมาก สำหรับการใช้เพื่อค้นหาข้อมูลจากห้องสมุดต่างๆ นักศึกษาใช้น้อยที่สุด

น้ำทิพ สำเภาประเสริฐ (2543) ได้ศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง คือ 2-3 วันต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง ได้แก่ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความนิยมใช้การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การสืบค้นหาข้อมูลด้วยไฮเปอร์เท็กซ์ และการสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ในขณะที่บริการด้านอื่นๆ ได้แก่ การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต การอ่านหนังสือทางอินเทอร์เน็ต การฟังวิทยุทางอินเทอร์เน็ตและการชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตมีการใช้ระดับรองลงมา

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2542) พบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยร้อยละ 68 ระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตไปในการหาข้อมูล ความรู้ และข่าวสารมากที่สุด ร้อยละ 13 ระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการติดต่อส่วนตัว เช่น ติดต่อกับเพื่อนมากที่สุด และร้อยละ 11 ระบุว่าใช้สำหรับการติดต่อไม่ส่วนตัว เช่น ติดต่อทางธุรกิจมากที่สุด การใช้ในลักษณะอื่นๆ เพื่อความบันเทิงเช่น ซื้อของ เล่นเกมส์ หรือเพื่อการโฆษณาขายสินค้าหรือบริการถูกระบุเพียงน้อยครั้ง

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2544) พบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประมาณร้อยละ 37 ระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการรับ-ส่งอีเมล์มากที่สุด ส่วนลักษณะการใช้อื่นๆ

ที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับที่ 2 และ 3 คือ ใช้เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูล ร้อยละ 30 และใช้เพื่อการติดตามข่าวสาร ร้อยละ 10 เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง หญิง-ชาย พบความแตกต่างในลักษณะการใช้ คือ กลุ่มผู้ใช้เพศชายนิยมดาวน์โหลดซอฟแวร์มากกว่ากลุ่มผู้ใช้เพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงชอบเล่นเกมส์มากกว่าเพศชาย และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอายุต่ำกว่า 20, 20-29 และ 30 ปี ขึ้นไป พบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงบันเทิง เช่น สนทนาออนไลน์ หรือเล่นเกมส์มากกว่ากลุ่มอายุอื่นอย่างเด่นชัด และถึงแม้ว่าอีเมล์และการสืบค้นข้อมูลเป็นกิจกรรมที่นิยมมากที่สุดอันดับ 1 และ 2 สำหรับกลุ่มผู้ใช้อายุต่ำกว่า 20 ปี การสนทนาออนไลน์เป็นกิจกรรมยอดนิยมอันดับ 3 โดยได้รับคะแนนไม่ห่างจากอันดับ 2 มากนัก

ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพล์ (2544) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นกับกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อน ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และ อุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตตามกลุ่มที่กำลังศึกษา กลุ่มชั้นประถมศึกษาใช้เพื่อความบันเทิงหรือเล่นเกมส์เป็นส่วนมากคิดเป็นร้อยละ 60.3 กลุ่มชั้นมัธยมใช้เพื่อความบันเทิงหรือเล่นเกมส์และสนทนาหาเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 34.2 และ 33.6 ตามลำดับ แต่กลุ่มอุดมศึกษาส่วนมากใช้เพื่อสนทนาหรือหาเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงไปใช้เพื่อความบันเทิงหรือเล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 21.3

ความน่าเชื่อถือของอินเทอร์เน็ต

อรพิน จิรวัฒนศิริ (2541) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาปริญญาโทรัฐและเอกชนมีความเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือจากสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน โดยให้ความเชื่อถือในสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก และเมื่อแยกพิจารณาองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือในเรื่องความรู้ความสามารถ ความไว้วางใจและความคล่องตัวของสื่อทั้งสองกลุ่มเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสืบค้นที่มีความน่าเชื่อถือในแง่ของความรู้ความสามารถและความคล่องตัวของสื่อ แต่ให้ความเชื่อถือในแง่ขององค์ประกอบความไว้วางใจต่ำ

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ (2542) ได้ทำการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2542 เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ความนิยมซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตในหมู่คนไทยยังมีอยู่น้อย คือ มีผู้ระบุว่าเคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่ถึงร้อยละ 20 เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่สนใจหรือไม่ต้องการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต คือ ไม่สามารถเห็นหรือจับต้องสินค้าได้เหมือนการซื้อจากร้าน ไม่ต้องการให้เบอร์บัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต ไม่ไว้ใจผู้ขายว่าจะส่งสินค้านั้นให้จริงและไม่มีบัตรเครดิต สินค้าที่เป็นที่นิยมซื้อกันมากที่สุดในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต คือ หนังสือหรือข้อมูลโปรแกรมคอมพิวเตอร์และเพลง โดยการส่งสินค้าทางไปรษณีย์ยังเป็นที่นิยมมากกว่าการส่งทางอิเล็กทรอนิกส์ และเมื่อแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นหญิงและชาย พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพศชายมีความนิยมในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ใช้เพศหญิง

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ (2544) ได้ทำการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2543 เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต พบว่า สัดส่วนผู้ที่เคยซื้อยังต่ำอยู่

คือ ประมาณร้อยละ 19 โดยสินค้าที่เป็นที่นิยมมากเป็นพิเศษ คือ หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 56 อันดับที่ 2 และ 3 คือ ซอฟต์แวร์คิดเป็นร้อยละ 35 ตามด้วยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 20 และเพลงเป็นสินค้ายอดนิยมประเภทที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 19 เมื่อพิจารณาดูในประเภทสินค้าหรือบริการที่สามารถส่งออนไลน์ได้ พบว่า การส่งพัสดุยังเป็นที่นิยมมากกว่า ร้อยละ 26 ของผู้เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตเคยซื้อซอฟแวร์แบบส่งทางพัสดุ มีเพียง ร้อยละ 9 ที่เคยซื้อซอฟแวร์แบบส่งออนไลน์ สำหรับเหตุผลที่ไม่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ตอบสามารถเลือกได้ 1-3 คำตอบ เหตุผลที่ได้รับเลือกมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ ไม่สามารถเห็นหรือจับต้องสินค้าได้ คิดเป็นร้อยละ 44 ไม่อยากให้หมายเลขบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 34 ไม่ไว้ใจผู้ขายคิดเป็นร้อยละ 33 ไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 26 และไม่มีบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 25 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มหญิงและชาย พบว่า ประมาณร้อยละ 14 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพศหญิงและประมาณร้อยละ 24 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพศชายเคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ต สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้เพศชายนิยมซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มผู้ใช้เพศหญิง

ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ต

อรพิน จิรวัฒนศิริ (2541) พบว่า ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ต 5 ประเด็นแรกของนักศึกษาปริญญาโทในเขตกรุงเทพมหานคร คือ การดาวน์โหลดข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตใช้เวลานาน ไม่พบข้อมูลที่ต้องการใช้ประโยชน์ ติดต่อแม่ข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ได้ ไม่ถนัดการใช้ภาษาต่างประเทศ และอัตราค่าบริการสูงเกินไป

หรรษา วงศ์ธรรมกูล (2541) ได้พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีปัญหาและอุปสรรคต่อการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มหาวิทยาลัยจัดให้บริการแก่นักศึกษา คือ ปัญหาความไม่เพียงพอของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และความสามารถที่จำกัดของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ปัญหาช่วงเวลาที่ให้บริการใช้อินเทอร์เน็ตไม่เพียงพอกับความต้องการ ปัญหาความจำกัดของจำนวนเลขหมายโทรศัพท์ที่เรียกเข้าระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยและปัญหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ห้องปฏิบัติการไม่ทันสมัย

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ (2542) ได้สำรวจถึงปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ปัญหาความล่าช้าของการรับส่งสัญญาณเป็นปัญหาที่ถูกระบุถึงมากที่สุด ในขณะที่ปัญหาภาระค่าใช้จ่าย ปัญหาความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่าย เช่น การติดต่อไม่เข้า หรือสัญญาณหลุด และปัญหาการมีแหล่งยั่วยุทางเพศบนอินเทอร์เน็ต เป็นปัญหาที่ถูกระบุมากเช่นกัน

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ (2544) ได้สำรวจถึงปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในปี 2543 โดยผู้ตอบสามารถเลือกคำตอบได้ 1-3 ข้อ พบว่า ปัญหาที่ถูกเลือกมากที่สุด 5 อันดับแรก เรียงจาก 1 ถึง 5 คือ ความล่าช้าของการสื่อสารคิดเป็นร้อยละ 40 ภาระค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละ 32 ความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่ายคิดเป็นร้อยละ 26 การมีแหล่งยั่วยุทางเพศคิดเป็นร้อยละ 26 และความยากในการหาเว็บไซต์คิดเป็นร้อยละ 26 ในเรื่องปัญหาความล่าช้าของการสื่อสารคงอยู่ในอันดับที่ 1 แต่จำนวนสัดส่วนผู้ที่ระบุปัญหานี้ลดลงอย่างมากคือ ร้อยละ 71 ในปี 2542 เป็นร้อยละ 40 ในปี 2543 ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง

ในทางที่ดีขึ้นเกี่ยวกับความรวดเร็วของการสื่อสาร เมื่อนำความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เพศหญิงและเพศชายเปรียบเทียบกัน พบว่า เพศหญิงสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผลกระทบด้านสังคม เช่น ประเด็นการมีแหล่งยั่วยุทางเพศ หรือการสื่อข้อความหยาบคายหรือไม่เหมาะสมมากกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายสนใจประเด็นด้านเทคนิคหรือเศรษฐกิจ เช่น ความล่าช้าของการสื่อสาร ภาระค่าใช้จ่าย หรือการขาดกฎหมายคุ้มครองนิติกรรม

ตอนที่ 5 ผู้ใช้ประโยชน์จากแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ คือ (1) นิสิตนักศึกษาที่กำลังทำวิทยานิพนธ์ในสาขาต่างๆ (2) หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งบริษัทที่ทำวิจัยการตลาด (3) สำนักโพลต่างๆ

ลักษณะหัวข้อการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต พบว่า มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของกลุ่มผู้ใช้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายและเนื้อเรื่องที่ใช้วิจัย ดังตัวอย่างในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์จากแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหาแบบสอบถาม

กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์	กลุ่มเป้าหมาย	เนื้อหาแบบสอบถาม
นิสิตปริญญาโท สาขาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	เว็บมาสเตอร์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทยปี 2543	การออกแบบและการสร้างเว็บเพจ
โครงการบัณฑิตศึกษาสาขาบริหารธุรกิจภาคภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ผู้ที่เคยอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	ความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
นิสิตปริญญาโท สาขาคหกรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (banphasa.hypermart.net/edupoll/)	นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ มหิดล ศิลปากร ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ซึ่งอยู่ในกรุงเทพมหานคร	พฤติกรรมและจุดมุ่งหมายในการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร
นิสิตปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (www2.domaindlx.com/bee)	ผู้ใช้บริการที่เสียค่าใช้จ่ายเองโดยซื้อชั่วโมงอินเทอร์เน็ตจาก ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต	ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้บริการประเภทสมาชิกส่วนบุคคล
นิสิตปริญญาโท หลักสูตรวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร	พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
สถาบันวิจัยพลังงาน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (www.eri.chula.ac.th/home)	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษาอัตราความเสียหายเนื่องจากไฟฟ้าดับ
สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป	การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติและองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (203.150.243.152/nectec/questionnaire.htm)	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้ามาใช้บริการ	ความคิดเห็นที่มีต่อบริการสอบถามหมายเลขโทรศัพท์ทางอินเทอร์เน็ต
ศูนย์การศึกษาต่อต่างประเทศ (TIE: Thai International Education) (www.nannok.com/inforequest.asp)	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สนใจศึกษาต่อต่างประเทศ	ข้อมูลในการให้คำปรึกษาสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาต่อยังต่างประเทศ
ศูนย์รักษาสายตาด้วยเลเซอร์โรงพยาบาลศิริราช (http://www.lasiksiraj.com/menu5.asp)	ผู้ที่มีปัญหาทางสายตา	ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาสายตา
คลินิกทันตแพทย์จัดฟันสไมล์ไลน์ (JudFun.com)	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้ามาที่เว็บไซต์	ความพึงพอใจรูปหน้าด้านข้างของชายและหญิง
บริษัทซีวิส ดอต คอม จำกัด (Z-education) พัฒนารูปแบบการศึกษาออนไลน์ (www.zwizz.com/edu/questionnaire.htm)	นักเรียน นิสิตนักศึกษาที่สนใจเรียนในลักษณะการศึกษาออนไลน์	ข้อมูลเกี่ยวกับกับการเรียนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและการเรียนพิเศษ
www.magicwiz.com นำเสนอข้อมูลด้านการออกแบบและเขียนเว็บไซต์	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป	การปรับปรุงเว็บไซต์
MILLENIUM FILMS (www.mthai.com/films/almanac/)	ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สนใจภาพยนตร์เรื่องสุริโยทัย	ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องสุริโยทัย

สำหรับกลุ่ม 3 คือ รายการโพลล์ทางอินเทอร์เน็ต อาจแบ่งได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 7 รายการโพลล์ทางอินเทอร์เน็ตของ Doctor Poll (http://www.dr-poll.com)

หัวข้อโพลล์ประเภทการเมือง		
- การยุบสภา	- การคอรัปชั่น	- การตั้งรัฐบาลเงา
- การทำงานของ กกต.	- การเกษียณราชการก่อนกำหนด	- การเลือกตั้งครั้งที่สอง
- ความพอใจต่อการทำงานของ ดร.โจ	- คุณต้องการพรรคใดเข้าร่วมรัฐบาล	- คุณสมบัติของนายกรัฐมนตรีคนต่อไป
- นักการเมืองของไทย	- นายกที่คุณต้องการ	- บัญชีทรัพย์สินของรัฐมนตรี
- พรรคการเมืองที่คุณชอบ	- รัฐบาลชุด พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร	- สมาชิกวุฒิสภาที่มีความสัมพันธ์กับนักการเมือง
- อยากให้รัฐบาลทำอะไรอันดับแรกที่เข้ามาบริหาร	- เงินผ้าป่าช่วยชาติ	- เปิดบ่อนเสรี
- เลือกตั้งผู้ว่า กทม.	- ใครจะมาเป็น รมต. คลังคนใหม่	
หัวข้อโพลล์ประเภทเศรษฐกิจ		
- บริการของธนาคาร	- ภาวะการเงิน	- แหล่งรายได้
หัวข้อโพลล์ประเภทต่างประเทศ		
- ประเทศมหาอำนาจ	- สงครามโลกครั้งที่ 3	
หัวข้อโพลล์ประเภทสังคม		
- การฆ่าชิงทรัพย์	- การฆ่าตัวตาย	- การทำแท้ง
- การทำโคลนนิ่งมนุษย์	- การประกวดนางงาม	- การพกปืน
- การเกษียณอายุ	- ข่าวพาดหัวหน้าหนึ่งด้วยภาพของเหยื่อที่ถูกฆ่าข่มขืน	- คดีวัดพระธรรมกาย
- ค่านิยมผู้หญิงไทยแต่งงานกับฝรั่ง	- ค่านิยม	- ชาตินิยม
- ท่านเฉลิม อยู่บำรุง กล่าวพาดพิงรายการร่วมด้วยช่วยกันด้วยวาจาไม่สุภาพ	- นักชกวีรบุรุษไทย	- นักศึกษาขายบริการทางเพศ
- ปัญหาชีวิต	- พ่อแม่ทารุณลูก	- ยาเสพติด
- อาชญากรรม	- แรงงานต่างชาติผิดกฎหมาย	
หัวข้อโพลล์ประเภทการศึกษา		
- การเรียนรู้การใช้คอมพิวเตอร์	- การไปเรียนต่างประเทศ	- ภาษาต่างประเทศ
- มหาวิทยาลัยที่คุณอยากเข้าศึกษา	- วิทยานิพนธ์เป็นภาษาอังกฤษ	- หนังสือพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ
- เรียนกวดวิชากับเรียนในโรงเรียน	- โรงเรียนนานาชาติ	
หัวข้อโพลล์ประเภทคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต		
- การค้นบนอินเทอร์เน็ต	- การดูแลฮาร์ดดิสก์	- การเล่นอินเทอร์เน็ต
- ซีพียูที่ท่านชอบ	- คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	- อีเมล์แอดเดรส
- โฮมเพสของตัวเอง	- ไวรัสคอมพิวเตอร์	
หัวข้อโพลล์ประเภทการตลาด		
- การชอปปิ้ง	- การซื้อหนังสือคอมพิวเตอร์	- การอัปเกรดฮาร์ดแวร์
- การใช้อินเทอร์เน็ต		
หัวข้อโพลล์ประเภทบันเทิง		
- การดูทีวี	- การทานอาหารนอกบ้าน	- การท่องเที่ยว
- การเสียชีวิตของฟ้ารุ่ง ชาวีรักษ์	- นักร้องชาย/หญิงที่คุณชอบ	- ฟุตบอล
- ภาพยนตร์ไทย	- เกมส์โชว์	- แฮนนาแฮนด์เดอะคิง

ตารางที่ 7 รายการโพลล์ทางอินเทอร์เน็ตของ Doctor Poll (http://www.dr-poll.com) (ต่อ)

หัวข้อโพลล์ประเภทสุขภาพ		
- เครื่องสำอางที่คุณให้ความไว้วางใจ	- การชลิบหนังหุ้มอวัยวะเพศ	- การใช้ผงชูรส
- การใช้โทรศัพท์มือถือ	- ชาดอกดาวเรือง	- รูปร่างของคุณ
- สารสกัดจากสมุนไพร	- เครื่องดื่มชูกำลัง	
หัวข้อโพลล์เรื่องเพศ		
- การนัดเจอเพื่อนชาย/หญิงครั้งแรก	- การมีความสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน	- การมีเพศสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนนักเรียนด้วยกัน
- การอยู่ก่อนแต่งของวัยรุ่น	- การเสียตัวครั้งแรก	- ความรักและอกหัก
- คนสองเพศ	- ผู้ชายไทยชอบมีภรรยาน้อย	- สำหรับผู้ชายเท่านั้น
- หญิงไทยในอุดมคติ	- สำหรับผู้หญิงเท่านั้น	- เงินกับเซ็กซ์
- เรื่องเพศบนอินเทอร์เน็ต	- แฟนในความคิดของผู้ชาย/ผู้หญิง	
หัวข้อโพลล์ประเภทอื่นๆ		
- คุณเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ได้คุณจะทำอะไร	- การทำศัลยกรรม	- การใช้ของนอก
- การไปสถานที่ราชการ	- คนในเครื่องแบบ	- ทรัพย์สมบัติของทหารญี่ปุ่น
- บริการรถไฟฟ้า	- มนุษย์ต่างดาว	- ล็อตเตอรี่
- วัยแห่งความสุข	- ออโรร่า เหนือฟ้าใต้บาดาล	- เกี่ยวกับเพื่อน
- เครื่องใช้ไฟฟ้าที่คุณไว้วางใจ	- เผ่าพันธุ์มนุษย์จะสูญพันธุ์	- เรื่องของชาติหน้า
- เรื่องของดวง	- แบบอย่างการดำเนินชีวิต	- โลกแตก
- ไสยศาสตร์ บุญ-กรรม		

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเป็นวิธีสะดวกและนิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง นักวิจัยหลายๆ คน ได้พยายามศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับภูมิหลังผู้ตอบแบบสอบถาม และศึกษาหาแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่มีคุณภาพและคิดค้นเทคนิควิธีการต่างๆ ที่ทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์มีอัตราสูงขึ้น ในปัจจุบัน ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้นักวิจัยได้รับความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลมากขึ้น และมีข้อดีกว่าแบบสอบถามทั่วไปในเรื่องของความรวดเร็ว ความประหยัด และมีความถูกต้องในการวิเคราะห์ข้อมูล แต่พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งช่วยในการพัฒนาการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตสำหรับนักวิจัยมีน้อยมากและมีความไม่คงที่ของอัตราการตอบกลับ ประเทศไทยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตราการตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต พบว่า มีอัตราการตอบกลับที่ต่ำมากซึ่งสมควรที่จะได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น ดังเช่นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตที่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและสิ่งตอบแทนที่แตกต่างกันเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตต่อไป