

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการให้สิ่งตอบแทนที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต โดยวางแผนการวิจัยเป็นแบบ 2x2 แฟคทอเรียลกลุ่มสมบูรณ์ (2x2 Completely Randomized Factorial Design)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่ได้แจ้งชื่อ E-mail address ในกระทู้ต่างๆ ของเว็บไซต์ PANTIP ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทดลองโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาโดย ชีรวัดณ์ สุชีสาร (2542) และกำหนดพารามิเตอร์ ดังนี้ (1) ระดับนัยสำคัญ .01 (2) อำนาจการทดสอบ .95 (3) ขนาดอิทธิพล .25 (4) จำนวนกลุ่มในการทดลอง 4 กลุ่ม ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 93 คน โดยวิธีสุ่มเข้ากลุ่ม มีขั้นตอนค้นหากลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ใช้วิธีเข้าไปยังเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ PANTIP ที่เรียกว่า CAFE ซึ่งแบ่งออกเป็น 15 กลุ่ม ผู้วิจัยจะเข้าไปสำรวจตามกระทู้ในแต่ละกลุ่มต่างๆ เพื่อค้นหาผู้ที่เข้ามาเสนอกระทู้หรือแสดงความคิดเห็น แล้วแจ้งชื่อด้วย E-mail address จากนั้นผู้วิจัยทำการรวบรวมรายชื่อ E-mail address เหล่านี้ไว้ ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2544 โดยผู้วิจัยทำการค้นหารายชื่อประมาณสัปดาห์ละ 3 ครั้ง

2. หลังจากสะสม E-mail address แล้ว ผู้วิจัยนำ E-mail address ที่เก็บได้มาจัดเรียงตามตัวอักษร กำหนดหมายเลขให้กับรายชื่อ E-mail address โดยเริ่มตั้งแต่หมายเลข 1 จนถึงหมายเลข 372

3. เริ่มนับ E-mail address ที่จัดเรียงไว้เข้ากลุ่ม โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ หมายเลข 1 เข้ากลุ่มที่ 1 หมายเลข 2 เข้ากลุ่มที่ 2 หมายเลข 3 เข้ากลุ่มที่ 3 หมายเลข 4 เข้ากลุ่มที่ 4 จากนั้นเริ่มนับเข้ากลุ่มที่ 1 ใหม่ทำเช่นนี้ไปเรื่อยๆ จนครบ 372 หมายเลข ดังนั้นจะได้ กลุ่มในการทดลอง 4 กลุ่ม กลุ่มละ 93 คน โดย

กลุ่มที่ 1 ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและไม่ให้สิ่งตอบแทน

กลุ่มที่ 2 ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและให้สิ่งตอบแทน

กลุ่มที่ 3 แจ้งให้ทราบล่วงหน้าด้วย E-card และไม่ให้สิ่งตอบแทน

กลุ่มที่ 4 แจ้งให้ทราบล่วงหน้าด้วย E-card และให้สิ่งตอบแทน

ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การแจ้งให้ทราบล่วงหน้า แบ่งออกเป็น ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า และแจ้งให้ทราบล่วงหน้าด้วย E-card และ ให้สิ่งตอบแทน แบ่งออกเป็น ไม่ให้สิ่งตอบแทนและให้สิ่งตอบแทนเป็นค่าสัญญาณว่าจะให้ลีดเตอร์เป็นการตอบแทนความมั่นใจที่กลุ่มตัวอย่างช่วยตอบแบบสอบถามจนเสร็จสมบูรณ์ ตัวแปรตาม ได้แก่ อัตราการตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตใน 3 ระยะ คือ 1 วัน (24 ชั่วโมง) 4 วัน (96 ชั่วโมง) 10 วัน (240 ชั่วโมง) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการขายบริการทางเพศของนักศึกษาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ทำการจัดเก็บข้อมูลโดยดำเนินการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าด้วย E-card ในกลุ่มที่กำหนดไว้ หลังจากนั้น 3 วัน จึงดำเนินการส่งแบบสอบถามทาง E-mail ไปยัง

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม โดยเขียนเป็นจดหมายนำเชิญชวนให้กลุ่มตัวอย่างเข้าไปตอบแบบสอบถามตามเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยได้แจ้งมาด้วย และหลังจากส่งแบบสอบถามทาง E-mail ไปแล้ว 10 วัน ผู้วิจัยจึงตรวจสอบจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับมาใน 3 ระยะเวลาตอบกลับ รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 13 วัน

เมื่อสิ้นสุดช่วงการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ส่ง E-card ไปขอบคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามกลับมาในกลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทนและส่ง E-mail ไปขอบคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามกลับมาในกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทน พร้อมทั้งขอที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้เพื่อจัดส่งสื่อเตอร์เป็นรางวัลให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม จากนั้นเมื่อผู้ที่ได้รับสิ่งตอบแทนแจ้งที่อยู่กลับมา ผู้วิจัยจึงจัดส่งสื่อเตอร์ไปให้ผ่านระบบไปรษณีย์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในช่วงทดลอง จำนวน 110 คน และกลุ่มที่ไม่ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในช่วงทดลอง จำนวน 262 คน เพื่อส่ง E-mail ไปสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต สำหรับตรวจสอบผลการวิจัยอีกทางหนึ่งด้วย โดยกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตมีผู้ตอบกลับมา 53 คน จาก 110 คน และกลุ่มที่ไม่ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต มีผู้ตอบกลับมา 32 คน จาก 262 คน การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยนับจำนวนการตอบกลับแบบสอบถามและคำนวณค่าความถี่และร้อยละ ทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม ใน 3 ระยะเวลาตอบกลับ โดยใช้สถิติทดสอบการแจกแจงด้วยไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) และทดสอบความแตกต่างของสัดส่วนโดยใช้สถิติทดสอบซี (Z-test)

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต พบสิ่งที่น่าสนใจ ดังนี้

1. สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ระดับการศึกษาที่พบมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สถานภาพการทำงานที่พบมากที่สุด คือ กำลังทำงาน
2. อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ในระยะเวลาตอบกลับ 1 วัน เมื่อเปรียบเทียบกันในแต่ละกลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและไม่ให้สิ่งตอบแทนมีอัตราการตอบกลับสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.58 ส่วนในระยะเวลาตอบกลับ 4 วัน และ 10 วัน กลุ่มที่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและให้สิ่งตอบแทนมีอัตราการตอบกลับสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.96 และ 33.33 ตามลำดับ
3. การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าด้วย E-card พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่มที่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า ในระยะเวลาตอบกลับ 1 วัน 4 วัน และ 10 วัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. การให้สิ่งตอบแทน พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่มที่ให้สิ่งตอบแทนและไม่ให้สิ่งตอบแทน ในระยะเวลาตอบกลับ 1 วัน 4 วัน และ 10 วัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผลการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง ดังนั้น จะอภิปรายเรื่องการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการให้สิ่งตอบแทนซึ่งเป็นตัวแปรต้นที่สำคัญ และประเด็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต ดังนี้

### 1. การแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

จากการเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตที่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ในระยะการตอบกลับ 1 วัน 4 วัน และ 10 วัน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานและไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของธรรมรส ช่างไม่งาม (2543) ก็ตาม ที่เป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะ

1.1 กลุ่มตัวอย่างไม่มีเวลาตอบแบบสอบถามในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้ จากการสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ตอบแบบสอบถามในช่วงทดลอง พบว่า สาเหตุที่ไม่ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากไม่มีเวลา กลุ่มตัวอย่างบางส่วนใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานและมีงานยุ่งมาก จึงไม่มีเวลาตรวจสอบ E-mail และบางส่วนเป็นนิสิตนักศึกษาซึ่งต้องใช้เวลานานในการเตรียมตัวสอบปลายภาค ดังนั้น ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะได้มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อนส่งแบบสอบถามไปให้ แต่เมื่อกลุ่มตัวอย่างไม่ได้เปิดอ่านทำให้ตัวแปรการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าไม่ส่งผลให้อัตราการตอบกลับระหว่างกลุ่มที่ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและแจ้งให้ทราบล่วงหน้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ดังข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยด้านสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่กำลังทำงาน ร้อยละ 53.4 กำลังเรียนอยู่ ร้อยละ 41.75 และข้อมูลจากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่พบว่า สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุด คือ ที่ทำงาน ร้อยละ 40.97 และสถานศึกษา ร้อยละ 20.05 (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2542)

1.2 จากการตรวจสอบของผู้วิจัยไปยังกลุ่มที่ไม่ตอบแบบสอบถามบางส่วน พบว่า สาเหตุที่ไม่ตอบแบบสอบถาม เพราะ E-mail address ที่ส่งมาไม่ได้ใช้งานประจำ จึงไม่ได้รับแบบสอบถาม และจากข้อมูลของแบบสอบถามใน ตอนที่ 2 ยังได้พบเช่นเดียวกันว่า กลุ่มตัวอย่างมี E-mail address มากกว่า 1 ที่อยู่ คิดเป็นร้อยละ 78.7 ซึ่งสอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้นว่าคงจะมีการกระจายไปทุก ๆ กลุ่ม และทำให้การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าไม่มีผลต่ออัตราการตอบกลับ

1.3 กลุ่มที่ไม่ได้แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและไม่ให้สิ่งตอบแทนมีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มอื่นในระยะการตอบกลับ 1 วัน คือ มีอัตราการตอบกลับสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.58 ซึ่งไม่ได้เป็นผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าหรือการให้สิ่งตอบแทนแต่อย่างใด ซึ่งอาจเป็นเพราะ กลุ่มที่ตอบกลับในระยะการตอบกลับ 1 วัน เป็นกลุ่มที่เล่น E-mail อยู่เป็นประจำ และส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และอาจเป็นเพราะประเด็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นประเด็นเรื่องเพศ อีกทั้งจำนวนข้อความถามไม่มากเกินไป ทำให้กระตุ้นให้กลุ่มผู้เล่นตอบแบบสอบถามในวันแรกมาก

1.4 สำหรับการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า พบว่า ไม่มีผลต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามมากนัก แต่เมื่อพิจารณาอัตราการตอบกลับที่เพิ่มขึ้นหลังจากระยะเวลาการตอบกลับผ่านไป 1 วัน คือ ตั้งแต่วันที่ 2 ถึง วันที่ 10 พบว่า กลุ่มที่ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและไม่ให้สิ่งตอบแทน มีอัตราการตอบกลับที่เพิ่มขึ้นต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 5.38 เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ คือ กลุ่มที่ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและให้สิ่งตอบแทน กลุ่มที่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและไม่ให้สิ่งตอบแทน และกลุ่มที่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและให้สิ่งตอบแทน ซึ่งมีอัตราการตอบกลับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.91, 12.91 และ 16.13 ตามลำดับ ดังนั้น การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าจึงขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้วิจัยในการเลือกใช้ต่อไป

## 2. การให้สิ่งตอบแทน

จากการเปรียบเทียบอัตราตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตที่ให้สิ่งตอบแทนและไม่ให้สิ่งตอบแทน ใน 3 ระยะเวลาการตอบกลับ พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในระยะเวลาการตอบกลับ 1 วัน 4 วัน และ 10 วัน ของกลุ่มที่ให้สิ่งตอบแทนและไม่ให้สิ่งตอบแทนไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานเช่นกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการทดลองไม่ใช่กลุ่มนักล่ารางวัล แต่เป็นกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นผู้ที่มีการศึกษา มีสถานภาพทางเศรษฐกิจดี และมีความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรม อยู่แล้ว ดังข้อมูลที่ได้จากติดต่อยังผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทน จำนวน 53 คน มีกลุ่มตัวอย่างติดต่อกลับมาจำนวน 26 คน ในจำนวนนี้มีผู้รับสิ่งตอบแทนจำนวน 18 คน และไม่รับสิ่งตอบแทน จำนวน 8 คน เนื่องจากต้องการช่วยเหลือผู้วิจัยด้วยความเต็มใจ ไม่ได้ตอบเพราะหวังของรางวัล ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีของมาสโลว์ที่ว่า ความต้องการที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองจะเป็นปัจจัยปลุกเร้าพฤติกรรมของบุคคล เมื่อความต้องการได้ถูกตอบสนองแล้วความต้องการเหล่านี้จะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้งที่ตอบแบบสอบถามและไม่ตอบแบบสอบถามในช่วงทดลอง พบว่า กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นว่า ไม่จำเป็นต้องมีรางวัลและควรมีรางวัลเป็นการจูงใจในการตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มที่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องมีรางวัล แสดงความคิดเห็นว่า การตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาและวิจัยของนักศึกษาไม่จำเป็นต้องตอบแทนเป็นผลประโยชน์ ถ้ามีก็ควรเป็นการขอบคุณหรือแสดงน้ำใจและความรู้สึกดีๆ จากผู้วิจัย เพื่อให้รู้ว่าได้รับคำตอบไปแล้วก็เพียงพอ แต่ถ้าเพื่อการพาณิชย์หรือในรูปขององค์กรก็ควรมีรางวัลสำหรับการตอบแบบสอบถาม สำหรับการตอบแทนการตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบกลับอาจไม่ได้ตั้งใจตอบหรือตอบเพียงเพื่อจะได้หรือให้มีโอกาสได้รับรางวัลเท่านั้น ส่วนกลุ่มที่เห็นว่า ควรมีรางวัลจูงใจสำหรับการตอบแบบสอบถาม แสดงความคิดเห็นว่า การมีรางวัลช่วยกระตุ้นความสนใจได้ น่าจะได้ผลลัพธ์ดีกว่า หากการตอบแบบสอบถามใช้เวลาค่อนข้างมาก ถ้าไม่มีรางวัลอาจทำให้ผู้ตอบไม่อยากจะตอบ โดยการให้รางวัลว่าผู้ตอบเลือกจะรับหรือไม่รับก็ได้ แสดงให้เห็นว่า ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามรางวัลไม่ได้เป็นเรื่องสำคัญ

2.2 การไม่เชื่อว่าจะได้รับรางวัลจริง โดยสงสัยว่าคำสัญญาที่จะให้รางวัลอาจคงเป็นการโกหกปกปิดไปเรื่อยๆ และสงสัยว่าผู้วิจัยเป็นเพียงนักศึกษาจะนำรางวัลจากที่ไหนมาให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ ดังข้อมูลที่ได้จากในระหว่างการทดลอง ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ไม่แจ้งล่วงหน้าและให้สิ่งตอบแทนส่ง E-mail มาถามผู้วิจัยว่า "...จะมั่นใจได้อย่างไรครับว่า มีสิทธิ์ลุ้นเงินล้านจริงๆ แล้วคุณแค่ทำวิจัย ทำไม่มีเงินมาแจกผู้ตอบแบบสอบถามได้..." อีกทั้งในปัจจุบัน ผู้ใช้บริการ E-mail มักจะได้รับ E-mail โฆษณาสินค้าชวนเชื่อจำนวนมากก่อให้เกิดความรำคาญ ดังนั้น เมื่อผู้วิจัยส่ง E-mail ไปหาผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่ให้สิ่งตอบแทน โดยชื่อของผู้วิจัยเป็นชื่อที่ไม่รู้จัก ผู้ตอบแบบสอบถามอาจคิดว่า เป็น E-mail โฆษณาสินค้า ทำให้ลบ E-mail ของผู้วิจัยทิ้งไปโดยไม่ได้อ่านก็เป็นได้ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างอาจไม่มั่นใจที่จะให้ข้อมูลแก่ผู้อื่น แม้แต่จะได้รับรางวัลก็ตาม เพราะจะต้องให้ข้อมูลส่วนตัว อันได้แก่ ชื่อและที่อยู่จริงแก่ผู้วิจัย ทำให้กลุ่มตัวอย่างบางส่วนคิดว่าเสี่ยงเกินไปที่จะให้ข้อมูลส่วนตัวแก่คนแปลกหน้า ประกอบกับผู้วิจัยไม่ได้ใช้ E-mail ของมหาวิทยาลัยจึงทำให้ความน่าเชื่อถือลดลง ความน่าเชื่อถือนี้ มีกลุ่มตัวอย่างส่ง E-mail มาหาผู้วิจัย เพื่อให้คำแนะนำว่า หากผู้วิจัยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโทจริงและกำลังทำวิจัยจริง สมควรอย่างยิ่งที่จะใช้ E-mail ที่มีความน่าเชื่อถือ คือ E-mail ของมหาวิทยาลัย ในขณะที่ผู้วิจัยใช้ E-mail ทางธุรกิจ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่เกิดความเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม การใช้ E-mail address ที่มีความน่าเชื่อถือ ดังเช่น E-mail address ของสถานศึกษาหรือหน่วยงานของรัฐ บุคคลผู้นั้นจะต้องเป็นสมาชิกในหน่วยงานนั้นๆ เสียก่อนจึงจะสามารถนำ E-mail address ดังกล่าวมาใช้ได้ และ E-mail address ของสถาบันการศึกษา มักจะมีพาสเวิร์ดที่ทางสถาบันเป็นผู้กำหนดให้และในบางกรณี หากเครื่องที่ใช้งานส่วนตัวที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายของสถาบันการศึกษามีการติดไวรัส อาจไม่ได้รับการอนุญาตให้ใช้เครือข่าย ทำให้พาสเวิร์ดใช้งานไม่ได้และส่งผลไปยังการใช้ E-mail address ของสถาบันการศึกษาด้วย ดังนั้น ทางสถาบันการศึกษควรให้การสนับสนุนการทำวิจัยในกลุ่มนิสิตนักศึกษาและอนุญาตให้ใช้พื้นที่เครือข่ายของสถาบันการศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเด็นความไม่เชื่อใจของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อมีการบอกว่าจะให้รางวัลนี้ สอดคล้องกับการประเมินสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาโท ในกรุงเทพมหานคร ของ อรพิน จิรวัดนศิริ (2541) ว่ามีความน่าเชื่อถือต่ำ ไม่น่าไว้วางใจ เพราะเป็นการสื่อสารที่ไม่ได้เห็นหน้ากัน และจากข้อมูลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีเพียงร้อยละ 18.41 ที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจาก ไม่สามารถเห็นหรือจับต้องสินค้าได้ ไม่ไว้วางใจขายว่าจะส่งสินค้าให้จริง ฯลฯ

นอกจากนี้ ได้มีหน่วยงานหลายๆ แห่ง ได้เตือนถึงอันตรายจากการให้ข้อมูลส่วนตัวทางอินเทอร์เน็ต เช่น หน่วยงานกำกับดูแลอินเทอร์เน็ต ชื่อ Federal Trade Commission หรือ FTC ได้แนะนำว่า พยายามหลีกเลี่ยงการให้ข้อมูลส่วนตัวออกไปจนกว่าจะแน่ใจว่าเป็นบุคคลที่ไว้วางใจได้หรือเป็นเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้และไม่ได้ดาวน์โหลดอีเมลหรือเอกสารแนบจากแหล่งที่ไม่รู้จัก เพราะอาจติดไวรัสทำลายระบบ หรือมีโปรแกรมขโมยข้อมูลแอบแฝงมาด้วย และเพื่อความปลอดภัยในการใช้งานผ่านทาง E-mail ควรตั้งชื่ออะไรก็ได้ขึ้นมาเอง และไม่ควรรู้ชื่อจริงเพื่อให้คนที่ไม่รู้จักยากที่จะติดต่อกับตนเองและครอบครัวได้ในภายหลัง (ศรีตา ตันทะอชิพานิช, 2544, พันธศักดิ์ ศรีทรัพย์, 2544)

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในระยะการตอบกลับ 1 วัน กลุ่มที่ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและให้สิ่งตอบแทน มีอัตราการตอบกลับต่ำที่สุด เพียงร้อยละ 10.75 เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ ซึ่งมีอัตราการตอบกลับร้อยละ 12.90, 17.20 และ 22.58 ตามลำดับ การกำหนดเงื่อนไขให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อจึงส่งแบบสอบถามได้อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเกิดความรำคาญ เนื่องจากในบางข้อ กลุ่มตัวอย่างอาจไม่ต้องการให้ข้อมูลส่วนตัว ดังที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อส่งแบบสอบถามไม่ได้ก็อาจทำให้ยกเลิกการส่งแบบสอบถามโดยไม่สนใจว่าจะมีการให้สิ่งตอบแทนก็ตาม

2.3 เนื่องจากผู้วิจัยให้สิ่งตอบแทนเป็นล็อตเตอรี่ ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลต้องรอลุ้นเงินล้าน รางวัลแบบนี้เป็นสิ่งตอบแทนที่ส่งผลในภายหลัง ผู้ที่เล่นอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้ต้องการตอบสนองและรู้ผลของพฤติกรรมโดยเร็ว ดังนั้น อาจจะทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สนใจการให้รางวัลซึ่งเป็นล็อตเตอรี่ สำหรับการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนในครั้งต่อไป ควรมีการเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งนอกจากจะมีการให้สิ่งตอบแทนหลายๆ ชนิดแล้ว ยังอาจจะเปรียบเทียบการให้สิ่งตอบแทนเป็นเงินหรือสิ่งของการให้สิ่งตอบแทนที่ส่งผลทันทีและการให้สิ่งตอบแทนที่ส่งผลในอนาคต และพัฒนาเทคนิคในการให้สิ่งตอบแทนที่ส่งผลทันทีในการตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต ดังที่พบว่า จากงานวิจัยเกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนเพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ส่วนใหญ่จะพบว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินโดยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามมีผลทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน การวิจัยดังกล่าวจำเป็นต้องใช้เงินจำนวนมาก ซึ่งอาจจะเกินงานวิจัยของหน่วยงานมากกว่างานวิจัยของนิสิตนักศึกษา

นอกจากนี้ การให้รางวัลของหน่วยงานที่เชื่อถือได้ มีการใช้ E-mail address ที่น่าเชื่อถือและมีสิ่งตอบแทนที่คุ้มค่าหรือเป็นที่ต้องการของผู้ตอบ ดังที่พบ จากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ซึ่งมีการให้สิ่งตอบแทนโดยการจับฉลากรายชื่อผู้ใช้คดีจากผู้ตอบแบบสอบถามครบสมบูรณ์ ดังเช่น ในปี 2544 สิ่งตอบแทน ได้แก่ Talking Dic จำนวน 5 รางวัล Pin Phone มูลค่า 100 บาท 50 รางวัล และ Pin Phone มูลค่า 50 บาท 100 รางวัล ทำให้มีผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามจำนวนมาก โดยในปี 2542 มีผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 2,404 คน และในปี 2543 มีจำนวน 2,507 คน ซึ่งในปี 2544 คาดว่าจะมีผู้ตอบจำนวนเป็นพันๆ เช่นกัน

3. ประเด็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ปัญหาของการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยทั่วไปในประเทศไทย เช่น ความล่าช้าในการรับส่งสัญญาณ การติดต่อไม่เข้าหรือสัญญาณขาดหาย ภาระค่าใช้จ่ายของการใช้อินเทอร์เน็ตและภาระรับแรงของงานในอาชีพ อาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ยอมเสียเวลาเพื่อการตอบแบบสอบถาม เพราะ จุดประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตโดยทั่วไป ได้แก่ การหาข้อมูลในเวลาค่อนข้างจำกัด นอกจากนี้ ยังเป็นอุปสรรคด้านเวลาและค่าใช้จ่ายที่แปรผันตามเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า การส่งแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการวิจัยในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ แต่อัตราการตอบกลับอาจจะไม่สูงมากนัก พบว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศจะอยู่ระหว่างร้อยละ 6 ถึง 75 (Sheehan, 1999) และงานวิจัยในประเทศไทย ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทาง E-mail ร้อยละ 7.66 (ธรรมรส ช่างไม้งาม, 2543) และงานวิจัยซึ่งศึกษากับกลุ่มนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเช่นกัน พบว่า อัตราการตอบกลับแบบสอบถามทาง E-mail คิดเป็นร้อยละ 15 (ชยการ ศิริรัตน์, 2543) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บอร์ดที่แจ้ง E-mail address ไว้ในกระตุ่งต่างๆ ของเว็บไซต์ PANTIP พบว่า อัตราการตอบกลับโดยเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 27.69

ข้อดีของการใช้แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต คือ มีความสะดวก รวดเร็ว และสามารถบันทึกเวลาการตอบกลับแบบสอบถามได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การกระตุ้นให้อัตราการตอบกลับสูงขึ้น โดยการให้สิ่งตอบแทนทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทนเพียงเล็กน้อย ดังนั้น ในการวิจัยของนิสิตนักศึกษาอาจไม่จำเป็นต้องใช้สิ่งตอบแทน แต่ควรมีการขอบคุณหรือแสดงความมีน้ำใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม
2. อย่างไรก็ดี ผลการให้สิ่งตอบแทนทำให้อัตราการตอบกลับสูงขึ้น อาจมีการศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตโดยการให้สิ่งตอบแทนต่างชนิดกัน เพื่อให้ทราบว่า การให้สิ่งตอบแทนชนิดใดช่วยกระตุ้นอัตราการตอบกลับสูงที่สุด และศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตระหว่างการให้สิ่งตอบแทนที่ส่งผลทันที และการให้สิ่งตอบแทนที่ส่งผลในอนาคต
3. แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต ควรมีทางเลือกในการตอบแบบสอบถามกลับหลายวิธี เช่น แนบเป็นไฟล์ให้ตอบกลับมาทาง E-mail หรือส่ง Fax กลับมาได้ และผู้วิจัยควรใช้ E-mail ที่มีความน่าเชื่อถือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้โดยสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศควรจะให้การดูแลผู้ที่ทำวิจัยเป็นพิเศษและอนุญาตให้ฝากพื้นที่เครือข่ายของสถาบันการศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ในอนาคต
4. ควรมีการศึกษาความเร็วในการตอบกลับระหว่างกลุ่มทดลองต่างๆ โดยบันทึกเวลาที่เริ่มต้นส่งแบบสอบถามด้วย