

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาลักษณะอีเมลแบบส่งต่อที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตอบสนอง” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตอบสนองต่ออีเมลแบบส่งต่อของผู้ใช้อีเมลและปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตอบสนองไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางเทคนิค ผู้ส่งสารและเนื้อหาสาร นอกจากนี้ยังต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้เล่นอีเมลแบบส่งต่อกับพฤติกรรมการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อ รวมทั้งประเภทและลักษณะอีเมลแบบส่งต่อที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตอบสนองอีกด้วย

ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน และใช้สถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) การทดสอบ t-test รวมถึงไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (61.2 เปอร์เซ็นต์) มากกว่าเพศชาย (38.8) มีอายุระหว่าง 21-25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาทมากที่สุด
2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีเมื่อได้รับอีเมลแบบส่งต่อส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการอ่านอีเมลแบบส่งต่อในปริมาณปานกลางจนถึงปริมาณการอ่านที่มากแต่สำหรับพฤติกรรมการส่งต่อกลับไม่ค่อยนิยมส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อเท่าไรนัก โดยมีปริมาณการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของที่รับทั้งหมด
3. สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างนิยมส่งต่อนั้นก็เพื่อต้องการให้ผู้รับเกิดความเพลิดเพลินสนุกสนาน
4. สำหรับบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างใช้ติดต่อไม่ว่าจะเป็นการรับหรือส่งอีเมลแบบส่งต่อส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเพื่อนหรือคนรัก
5. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตอบสนองทั้งการ “เปิดรับ” และ “การลบ” ปัจจัยด้านความเร็วในการส่งถ่ายข้อมูลของอินเทอร์เน็ต และปัจจัยความปลอดภัยของระบบได้แก่การป้องกันไวรัส ถือเป็นปัจจัยหลักที่ถูกพิจารณามากที่สุด ในส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้ “ส่งต่อ” ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความทันสมัยของข้อมูล รองลงมาคือ หัวเรื่องอีเมล และความใกล้ชิดสนิทสนมไว้วางใจได้ของผู้ส่ง

6. ประเภทเนื้อหาอีเมลแบบส่งต่อที่กลุ่มตัวอย่าง “เปิดรับและส่งต่อ” มากที่สุดคือ การขอความช่วยเหลือ รองลงมาคือเรื่องราวที่ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ เรื่องตลกขบขัน และการเตือนภัยต่าง ๆ ส่วนลักษณะเนื้อหาอีเมลแบบส่งต่อได้แก่ ภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง (28.8 เปอร์เซ็นต์) รองลงมาคือ ภาพเคลื่อนไหว (27.6 เปอร์เซ็นต์) และภาพนิ่งพร้อมเสียง (25.5 เปอร์เซ็นต์)

จากการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า

1. ตัวแปร “การศึกษา” ที่ถือเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการส่งต่อ
2. ความถี่บ่อยในการใช้อีเมลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อ กล่าวคือผู้ที่ใช้อีเมลปานกลางจะเป็นผู้ที่มีการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อมากกว่าผู้ที่ใช้อีเมลน้อยและผู้ที่ใช้อีเมลมาก
3. การอ่านข่าวสารจากอีเมลแบบส่งต่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งต่อ กล่าวคือ ยิ่งผู้ที่ใช้อีเมลอ่านข่าวสารจากอีเมลแบบส่งต่อจำนวนมาก ยิ่งมีพฤติกรรมการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อมากกว่าผู้ที่ใช้อีเมลที่มีการอ่านอีเมลแบบส่งต่อในจำนวนน้อย
4. ความรู้สึกต่ออีเมลแบบส่งต่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งต่อนั้น อธิบายได้ว่า ผู้ใช้อีเมลที่มีความรู้สึกดีต่ออีเมลแบบส่งต่อ จะมีพฤติกรรมการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อมากกว่าผู้ที่มีความรู้สึกเฉย ๆ หรือผู้ที่มีความรู้สึกไม่ดี
5. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการตอบสนองต่อประเภทเนื้อหาอีเมลแบบส่งต่อ ผลที่ได้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกข้อ
6. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการตอบสนองต่อลักษณะเนื้อหาอีเมลแบบส่งต่อ ผลที่ได้ก็เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกข้อ