หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 2

# วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมงานเขียนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ ปัญหาของการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ และการให้สิ่งตอบแทนเพื่อกระตุ้นให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ตอบกลับมากขึ้น โดยเสนอเป็น 2 ตอน คือ (1) เรื่องราวเกี่ยวกับแบบสอบถาม การสร้าง และหลักการ (2) งานวิจัยและงานเขียนที่เกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนเพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่ได้รับแบบสอบถามซึ่งส่งทางไปรษณีย์ตอบกลับมากขึ้น

ระเบียบวิธีการวิจัยที่นักวิจัยทางสังคมศาสตร์นิยมใช้กันมากที่สุด ได้แก่ การวิจัยแบบบรรยาย(Descriptive Research) และเครื่องมือที่เป็นที่นิยมใช้ในการเก็บข้อมูลอย่างแพร่หลายชนิดหนึ่ง ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสำรวจต่างๆ ในการเก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามนั้น นักวิจัยมักจะต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องอัตราการตอบกลับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ เนื่องจากได้รับอัตราการตอบกลับคืนน้อย ทำให้ผลการวิจัยเป็นที่น่าสงสัย เพราะข้อมูลเหล่านั้นขาดความเป็นตัวแทนที่ดี

แบบสอบถาม ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า"แบบสอบถาม"ไว้มากมาย ตัวอย่างเช่น

คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า "แบบสอบถามเป็นรายการของคำถามที่วางแผนให้มีความสัมพันธ์กับชื่อเรื่องที่ต้องการศึกษา และในแบบสอบถามชุดหนึ่งๆ จะต้องมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ตอบที่จะตอบในแต่ละข้อ"[1]

---

[1]Carter V. Good, Dictionary of Education (New York: McGraw-Hill Book Company, 1973), pp.464-465.

โดนัล พี. วอร์วิก และ ชาร์ลส์ เอ. สินินเจอร์ (Donald P. Warwick and Charles A. Lininger) ได้กล่าวว่า "การออกแบบสอบถาม (Questionnaires Design) เป็นกระบวนการของการถ่ายทอดสิ่งที่ต้องการศึกษาออกมาในรูปคำถาม ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ แบบสอบถามจัดได้ว่าเป็นการลองผิดลองถูก (trial and error) โดยจะใช้เวลานานในการอภิปรายกันก่อนสร้างข้อคำถาม และจะต้องทดลองนำไปใช้อย่างน้อย 2-3 ครั้ง การใช้แบบสอบถามต้องมีการวางแผนการไว้แล้ว และพยายามสร้างและปรับปรุงจนได้แบบสอบถามที่ดีที่สุด ซึ่งจะบรรจุคำถามในทุกเรื่องที่ต้องการศึกษา และต้องมีประสิทธิภาพพอที่จะเร้าใจผู้ตอบให้ตอบด้วย[1]

ดักลาส อาร์. เบอร์ดี้ และ จอห์น เอฟ. แอนเดอร์สัน (Douglas R. Berdie and John F. Anderson) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อเก็บข้อมูล โดยจะมีแบบฟอร์มให้ผู้ตอบเขียนคำตอบเอง[2]

ฟังค์ และ แวกนอลล์ (Funk and Wagnalls) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถาม คือ ข้อความที่เขียน หรือพิมพ์ในรูปแบบคำถาม หรือประโยคบอกเล่า โดยที่คำถามเหล่านั้นจะเรียงตามลำดับเรื่องราว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องราวนั้นๆ เท่านั้น[3]

---

[1]Donald P. Warwick and Charles A. Lininger, The Sample Survey: Theory and Practice (New York: McGraw-Hill Book Company, 1975), p.18.

[2]Douglas R. Berdie and John F. Anderson, Questionnaires: Design and Use (New Jersey: The Scarecrow Press, 1974), p.11.

[3]Funk and Wagnalls, Standard Dictionary of The English Language: International edition, vol.2 (New York: Funk&Wagnalls Company, 1963), p.1034.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กิลเบิร์ต แซกส์ (Gilbert Sax) ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถามไว้ว่า แบบสอบถาม คือ แบบฟอร์มที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลทางตรง คือ ส่งให้ผู้ตอบ ตอบด้วยตนเอง โดยที่คาดไว้ว่า จะได้ข้อมูลที่มีทั้งความตรงและความเที่ยงเพียงพอ แบบสอบถามคล้ายคลึงกับแบบสัมภาษณ์ ต่างกันที่ ผู้เขียนข้อความในข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์คือตัวผู้วิจัยเอง ส่วนผู้เขียนข้อความในข้อคำถามของแบบสอบถามคือ ผู้ที่มีบทบาทเป็นผู้ตอบ[1]

โฮเรช บี. อิงก์ลิช (Horace B. English) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นกลุ่มของคำถามที่มีการสร้างอย่างประณีต มีแบบแผน สำหรับให้กลุ่มตัวอย่างตอบโดยการเลือกข้อความนั้นตามความเป็นจริงของผู้ตอบ คำถามนั้นจะไม่ใช่ทดสอบความสามารถของผู้ตอบ แต่เป็นคำถามที่ถามเพื่อค้นหาคำตอบ และข้อมูลของตัวผู้ตอบเอง โดยที่ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือ ข้อเท็จจริงเท่านั้น[2]

เอช.เจ.ไอเซงค์ และ ริชาร์ด เมลิ เบิร์น และ วิลเฮล์ม เอ. ไวซ์เบอร์ก (H.J. Eysenck, Richard Meili Berne and Wilhelm A. Weirzburg) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลแบบหนึ่งที่ประกอบไปด้วย กลุ่มของข้อคำถามที่มีโครงสร้างแน่นอน สิ่งที่ต้องการจากแบบสอบถาม คือ คำตอบซึ่งเป็นข้อมูลจากตัวผู้ตอบเอง อาจเป็นได้ทั้งข้อเท็จจริง ลักษณะบุคลิกภาพ ความคิดเห็น และทัศนคติของผู้ตอบ โดยให้เขียนลงในแบบสอบถามด้วยตนเอง[3]

006513

---

[1]Gilbert Sax, Empirical Foundations of Educational Research (New York: Englewood-Cliffs, Prentice Hall, 1968), pp.233-235.

[2]Horace B. English and AVA Champney Company, A Comprehensive Dictionary of Psychological and Psychoanalytical Term: A Guide Tou-sage (New York: David McKay Company, 1958), p.434.

[3]H.J. Eysenck, Richard M. Berne and Wilhelm A. Weirzburg, Encyclopedia of Psychology vol.3 (London:Search Press, 1972), pp.115.

วิลเลียม ไวร์ซมา (William Weirzma) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นรายการข้อคำถาม หรือข้อความ ซึ่งผู้ตอบจะต้องเขียนคำตอบลงในแบบฟอร์มคำถามด้วยตัวเอง โดยที่คำตอบจะเป็นเพียง คำคำเดียว คือ ใช่-ไม่ใช่ เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรือ อาจจะใช้คำอธิบายยาวๆ ก็ได้ โดยให้ผู้ตอบคิดเอง[1]

กมล สุดประเสริฐ กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวัดที่มีคำถาม และสเกลต่างๆ เหมือนกับแบบสัมภาษณ์ ผิดกันแต่ว่า แบบสัมภาษณ์นั้นผู้สัมภาษณ์เป็นผู้เขียนคำตอบเอง ในขณะที่แบบสอบถาม ผู้ตอบเป็นผู้เขียนคำตอบ แบบสอบถามอาจเป็นได้ทั้งปลายปิดและปลายเปิด[2]

สุวรรณ สุวรรณเวโช กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามตามที่ผู้วิจัยกำหนด ซึ่งจะต้องเป็นคำถามที่ครอบคลุมถึงปัญหาที่ต้องการจะวิจัยจริงๆ[3]

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นรายการคำถามที่เตรียมไว้เพื่อถามเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และรายการคำถามนี้ส่งให้แก่คนกลุ่มหนึ่งตอบตามความสมัครใจ เรานิยมใช้แบบสอบถามมุ่งเก็บข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง (factual information)[4]

---

[1]William Weirzma, Research Methods in Education: An Introduction (Philadelphia: J.B. Lippincott Company, 1969), pp.274-275.

[2]กมล สุดประเสริฐ, เทคนิคการวิจัย (กรุงเทพ: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2516), หน้า 141.

[3]สุวรรณ สุวรรณเวโช, หลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวการเขียนวิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ และรายงานประจำภาค (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2518), หน้า 16-17.

[4]สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, "การวิจัยแบบบรรยาย", หน้า 6.

อนันต์ ศรีโสภา กล่าวว่า แบบสอบถามประกอบด้วย ข้อถาม หรือข้อความชุดหนึ่งที่ถามเพื่อให้ผู้ที่ถูกถามตอบ คำถามส่วนมากเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทัศนคติของผู้ตอบ[1]

อุทุมพร ทองอุไทย กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบเติมคำตอบเอง ปกติจะมีรายการข้อความ หรือ คำถามหลายๆ ข้อรวมกัน ในบางครั้งแทนที่จะเป็นข้อความเพียงอย่างเดียว อาจมีรูปภาพประกอบด้วยก็ได้[2]

จากคำจำกัดความของคำว่า "แบบสอบถาม" จากความคิดของนักจิตวิทยา และนักการศึกษาหลายท่าน อาจสรุปได้ว่า "แบบสอบถาม" คือ รายการของข้อคำถามที่มีแบบฟอร์มแน่นอน ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้เขียนคำตอบเอง ตามความสมัครใจ ซึ่งข้อคำถามเหล่านั้นจะมุ่งถามสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงเป็นสำคัญ

แบบสอบถามตามความคิดเห็นของนักการศึกษาส่วนมากจะมี 3 แบบ คือ

1. แบบสอบถามปลายเปิด (Opened Form)
2. แบบสอบถามปลายปิด (Closed Form)
3. แบบสอบถามที่เป็นรูปภาพ (Pictorial Form)[3]

---

[1]อนันต์ ศรีโสภา, หลักการวิจัยเบื้องต้น (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2521), หน้า 198.

[2]อุทุมพร ทองอุไทย, แบบสอบถาม: การสร้างและการใช้ (ภาควิชาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520), หน้า 1.

[3]Van Dalen, B. Deobold, Understanding Educational Research: An Introduction (New York:McGraw-Hill Book Company, 1966), p.303.

1. แบบสอบถามปลายเปิด (Opened Form) เป็นแบบสอบถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถใช้คำพูดของตนเองได้อย่างเต็มที่ และมีอิสระในการตอบหรืออ้างอิงอะไรก็ได้ตามใจชอบ มักใช้ในกรณีที่ไม่ทราบความสัมพันธ์ของมิติต่างๆ และเรื่องที่จะศึกษามีความซับซ้อน

2. แบบสอบถามปลายปิด (Closed Form) เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามที่จำกัดคำตอบให้ผู้ตอบเลือกได้ตามตัวเลือกที่ผู้วิจัยกำหนดให้เท่านั้น[1] และข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นรูปธรรม[2] และตัวเลือกก็จะระบุไว้ชัดเจน ได้แก่

2.1 ข้อความง่ายๆ เช่น ใช่-ไม่ใช่

2.2 เป็นการแสดงระดับ (degree) ของการตัดสินใจ เช่น เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยมากที่สุด หรือเห็นด้วยน้อยที่สุด

2.3 การเลือกตอบซึ่งผู้ตอบจะต้องเลือกเพียงข้อเดียวเท่านั้นหรือมากกว่าถ้าผู้วิจัยยอมให้ได้ ด้วยความคิดของตัวเอง หรือตามความเป็นจริง

2.4 ลักษณะของตัวเลือก จะเรียงลำดับตามความสำคัญ แล้วให้ผู้ตอบจัดอันดับของข้อความเหล่านั้นตามความเห็นของผู้ตอบเอง

2.5 บางครั้งอาจให้ผู้ตอบเติมข้อความคล้ายๆ แบบสอบถามปลายเปิด แต่ข้อความที่เว้นไว้ให้เติมนั้นมักจะเป็นข้อเท็จจริงของผู้ตอบเอง เช่น

---

[1]Claire Selltiz, Lawrence S. Wrightsman and Stuart W. Cook, Research Methods in Social Relations 3rd ed. (New York:Holt Rinehart and Winston,1976), pp.31o.

[2]Van Dalen, B. Deobold, Understanding Educational Research: An Introduction , p.3o2.

[3]Claire Selltiz, Lawrence S. Wrightsman and Stuart W. Cook Research Methods in Social Relations, p.31o.

อายุ เพศ วัน เดือน ปีที่เกิด ฯลฯ ซึ่งถือว่าเป็น ตัวเลือกที่คงที่

3. แบบรูปภาพ (Pictorial Form) เป็นแบบที่ แวน ดาเลน (Van Dalen) คิดขึ้นเพื่อใช้สำหรับผู้ที่ไม่รู้หนังสือ จะใช้รูปภาพแทนข้อความทั้งหมด มักใช้เป็นแบบปลายปิด[1]

แบบสอบถามที่แบ่งประเภทตามลักษณะของข้อมูลมี 3 แบบ คือ

1. แบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง(Factual Questionnaires) เป็นแบบสอบถามที่ถามถึงข้อเท็จจริงของตัวบุคคลนั้น ในเรื่องราวที่เป็นจริงของตนเอง เช่น อายุ เพศ สถานภาพทางครอบครัว การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงนี้มักไม่ใช้เดี่ยวๆ แต่มักจะใช้ร่วมกับแบบสอบถามอีก 2 ประเภทที่จะกล่าวถึงต่อไป

2. แบบสอบถามที่ถามความคิดเห็น (Opinionnaires, Opinion Questionnaires) เป็นเครื่องมือของนักวิจัยที่คล้ายกันกับแบบสอบถาม และสเกลการจัดอันดับ (Rating Scale) ใช้ในการวัดความคิดเห็นต่อเงื่อนไขที่กำหนดให้

3. แบบสอบถามที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพ (Personality Questionnaires) เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ และทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพที่สำคัญๆ หรือลักษณะต่างๆ ที่เกิดจากกลุ่มอาการที่ผู้ป่วยแสดงออก (Clinical syndrome)[2]

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามนั้น สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญก็คือการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญๆ ดังนี้ คือ

---

[1]Van Dalen, B.Deobold, Understanding Educational Research: An Introduction, p.303.

[2]H.J.Eysenck and Richard Meili Berne and Wilhelm Arnold Weirzburg, Encyclopedia of Psychology, p.116.

1. คำถามแต่ละข้อควรจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. คำถามจะต้องชัดเจน ไม่กำกวม
3. ควรหลีกเลี่ยงการใช้คำเกี่ยวกับคุณภาพ เช่น ดี เลว มาก น้อย ฯลฯ
4. ในกรณีที่มีตัวเลือกควรจะทำให้ง่าย และสะดวกในการบันทึก
5. คำถามที่ใช้ควรเป็นคำถามที่เร้าความรู้สึก และมีประสิทธิภาพมากพอที่จะล้วงความรู้สึกนึกคิดของผู้ตอบได้
6. คำถามที่ใช้ไม่ควรเป็นคำถามนำ
7. จำนวนของข้อคำถามต้องมีจำนวนพอเหมาะพอดี และสามารถครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญได้อย่างเพียงพอ
8. ถ้อยคำที่ใช้จะต้องถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และการสะกด
9. คำที่สำคัญๆ ในคำถามควรขีดเส้นใต้[1]

นอกจากนี้ต้องพิจารณาจัดลำดับของข้อคำถามให้เป็นที่น่าสนใจ โดยคำนึงถึงเหตุผลดังต่อไปนี้ คือ

1. คำถามอันดับแรกควรเป็นคำถามที่จะชักจูงให้ผู้ตอบเกิดความสนใจในปัญหาและแบบกรอกรายการ

2. คำถามที่ใช้ควรเริ่มจากคำถามที่ต้องการคำตอบง่ายๆ ไปสู่คำถามที่ต้องการคำตอบยุ่งยาก ซับซ้อนตามลำดับไป

3. ไม่ควรถามเรื่องส่วนตัวในระยะแรก เพราะจะทำให้ผู้ตอบตื่นตระหนกในเรื่องที่ถูกถาม และจะทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือในระยะต่อไป

4. คำถามในเรื่องเดียวกัน ควรอยู่ในลำดับใกล้ๆ กัน ไม่ควรถามคำถามย้อนไปย้อนมาจากเรื่องหนึ่งไปสู่อีกเรื่องหนึ่ง การเปลี่ยนจากเรื่องหนึ่งไปถามอีกเรื่องหนึ่งควรให้เป็นไปตามลำดับของเหตุผล หรือลำดับเวลาซึ่งย่อมทำให้ผู้ตอบให้คำตอบง่ายขึ้น[2]

---

[1]อนันต์ ศรีโสภา, หลักการวิจัยเบื้องต้น, หน้า 206.

[2]สุวรรณ สุวรรณเวโช, หลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวการเขียนวิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ และรายงานประจำภาค, หน้า 79-80.

มีนักการศึกษาหลายท่าน ได้ให้ข้อคิดเห็นในการสร้างข้อคำถามไว้ อาทิ เช่น

ดักลาส อี. สเกทส์ และ อลิซ วี. ยีโอมานส์ (Douglas E. Scates and Alice V. Yeomans) ได้เสนอเกณฑ์การสร้างข้อคำถามไว้ว่า

1. แบบสอบถามจะต้องกะทัดรัดพอที่ผู้ตอบสามารถจะตอบให้เสร็จในเวลาอันรวดเร็ว และไม่รบกวนเวลาของผู้ตอบนานเกินไป

2. ข้อคำถามควรมีความน่าสนใจ สามารถกระตุ้น และเร้าใจให้ผู้ตอบตอบข้อมูลอย่างเรียบร้อย สมบูรณ์

3. ไม่ควรใช้คำถามนำในแบบสอบถาม และโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องไม่เป็นการบังคับฝืนใจผู้ตอบ

4. ควรจำกัดคำตอบให้อยู่ในขอบข่ายที่จำเป็นจริงๆ

5. ควรบอกวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยด้วย เพื่อลดความสงสัยของผู้ตอบให้น้อยลง

6. ช่องว่างในแบบสอบถามต้องพอดีกับคำตอบ คือไม่แคบเกินไป

7. ผลของการตอบต้องมีความตรงตามเนื้อหา[1]

วิลเลียม ไวร์ซมา (William Weirsma) ได้เสนอเกณฑ์ไว้ 8 ข้อ ดังนี้

1. หลีกเลี่ยงคำถามกำกวม

2. คำถามแต่ละคำถามควรมีใจความเดียวเท่านั้น

3. คำถามต้องง่ายแก่การตอบ

4. คำถามต้องไม่ก้าวร้าวผู้ตอบ หรือทำให้ผู้ตอบได้รับความกระทบกระเทือน

5. คำถามนั้นอาจถามเกี่ยวกับภูมิหลัง (Background) ของผู้ตอบ

---

[1]Douglas E. Scates and Alice V. Yeomans, The Effects of Questionnaires Form on Course Requests of Employed Adults (Washington:American Council on Education,1950), pp.2-4.

6. ข้อคำถามควรสร้างในลักษณะที่สะดวกต่อการจัดระเบียบข้อมูลในรูปตาราง

7. ก่อนที่จะนำข้อมูลไปใช้จริงๆ ควรทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเล็กๆ ก่อน ในแบบที่เรียกว่า ศึกษาขั้นนำ (Pilot Study) เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงข้อคำถามให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด[1]

นอกจากนั้นเมื่อสร้างข้อคำถามแล้ว ผู้วิจัยจะต้องคำนึงถึงคำชี้แจงประกอบในการตอบคำถาม จะต้องชี้แจงถึงการตอบคำถามโดยละเอียดและชัดเจน เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวิธีการตอบที่ถูกต้อง ในบางครั้ง อาจจะมีตัวอย่างในการตอบประกอบกับคำชี้แจงด้วย คำชี้แจงนี้ควรจะมีลักษณะเด่นกว่าคำถามโดยพิมพ์ให้เป็นตัวอักษรตัวใหญ่หรือสีเข้มกว่าคำถาม

เมื่อสร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ก่อนจะนำไปใช้จริง ควรจะมีการตรวจซ้ำและทบทวนคำถาม แม้ว่าจะไม่ได้ช่วยปรับปรุงวิธีการสร้างข้อคำถาม และแก้ไขข้อคำถามได้มากนัก แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้แบบสอบถามนั้นสมบูรณ์ขึ้นได้ โดยเฉพาะการแก้ไขในด้านถ้อยคำ และทบทวนข้อบกพร่องต่างๆ ทำการแก้ไขจนกระทั่งได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดแล้ว จึงทำการจัดพิมพ์ และส่งให้แก่กลุ่มตัวอย่าง[2]

การส่งแบบสอบถามเป็นสิ่งที่สำคัญ การส่งแบบสอบถามอย่างไม่มีหลักเกณฑ์จะมีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามด้วย การส่งแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างนั้น ตามปกตินิยมทำกันอยู่ 2 วิธี คือ[3]

---

[1] William Weirsma, Research Methods in Education : An Introduction pp. 274 - 275.

1. แบบสอบถามที่ส่งโดยทางไปรษณีย์ หรือโดยการนำส่ง (Mailed or Delivered Questionnaires) ได้แก่ แบบสอบถามที่ส่งไปถึงกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นเป้าหมายในการเก็บข้อมูล แบบสอบถามชนิดนี้จะต้องพยายามอำนวยความสะดวกในการส่งแบบสอบถามกลับคืนให้มากที่สุด เช่น จัดส่งซองที่จ่าหน้าถึงผู้รับ และติดดวงตราไปรษณียากรเรียบร้อยแล้วไปให้แก่ผู้ตอบด้วย

2. แบบสอบถามที่ใช้วิธีอธิบายประกอบ (Administered Questionnaires) ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายนำไปแจกจ่ายแก่กลุ่มตัวอย่างประชากร หรือตัวแทนที่ได้รับคัดเลือกว่าจะเป็นผู้ตอบมารวมกัน ณ สถานที่แห่งใด แห่งหนึ่งที่จัดขึ้น แล้วผู้วิจัยหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย จะอธิบายถึงวัตถุประสงค์ ตลอดจนวิธีการตอบให้ฟัง เพื่อให้เกิดความเข้าใจถูกต้องตรงกันเสียก่อนที่จะตอบคำถาม ผู้วิจัยหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้คอยดูแลไม่ให้มีการไต่ถาม หรือคัดลอกคำตอบในระหว่างผู้ตอบด้วยกัน ในการตอบคำถามนั้นก็จะได้กำหนดเวลาสำหรับการตอบไว้ด้วย เพื่อให้ผู้ตอบได้มีเวลาตอบคำถามในระยะเวลาใกล้เคียงกัน เหล่านี้ถือว่าเป็นการควบคุมให้ผู้ตอบแต่ละคนได้คิด และตอบคำถามภายในสถานการณ์เดียวกันหมด และเมื่อหมดเวลา ผู้วิจัยก็จะเก็บแบบสอบถามกลับคืนได้เลย เป็นการช่วยแก้ปัญหาในเรื่องการได้รับแบบสอบถามกลับคืนน้อย และยังเป็นการประหยัดเวลาในการรอคอย และประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องซองจดหมายและดวงตราไปรษณียากรด้วย แต่ก็มีปัญหาเกี่ยวกับการนัดหมายผู้ตอบแบบสอบถามให้มารวมกันเพราะว่าผู้ตอบอาจมีเวลาว่างไม่ตรงกัน หรืออาจจะทำให้ผู้ตอบเกิดความรู้สึกไม่พอใจเพราะขาดอิสระ หรือรู้สึกว่าเป็นการขอร้องเชิงบังคับมากกว่าก็ได้ การแก้ปัญหาเหล่านี้เป็นเทคนิคของนักวิจัย หรืออาจจะเลือกเฉพาะโครงการวิจัย ซึ่งจะเกิดประโยชน์แก่ผู้ตอบโดยตรง จะทำให้ผู้ตอบมีความกระตือรือร้นที่จะให้ความร่วมมือมากขึ้น

วิธีนี้ค่อนข้างจะมีข้อจำกัดในการใช้มากกว่าการส่งทางไปรษณีย์ ดังนั้นโดยทั่วไป ผู้วิจัยจึงมักนิยมใช้การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์เป็นส่วนมาก

เมื่อส่งแบบสอบถามไปแล้ว สิ่งที่จำเป็นต้องกระทำต่อไปก็คือ การติดตามแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากขึ้น ในการติดตาม

แบบสอบถามที่ไม่ได้รับกลับคืน เมื่อพ้นกำหนดการตอบกลับแล้วนั้น ผู้วิจัยควรศึกษาถึงสาเหตุของการไม่ตอบแบบสอบถามก่อนดำเนินการติดตามด้วย

สำหรับวิธีการในการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามนั้น จากการวิจัยของ NEA พบว่า ข้อมูลในแบบสอบถามจะเป็นตัวแทนที่ดี (Representativeness) ของประชากรได้ควรจะต้องได้จำนวนแบบสอบถามกลับคืนมามากกว่า 90% ของจำนวนที่ส่งไป ดังนั้น การวิจัยที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงให้ความสำคัญต่อจำนวนของแบบสอบถามที่ส่งกลับคืนมาก[1] ยุทธวิธีที่ใช้ในการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามนั้น ได้มีนักวิจัยหลายท่านทำการศึกษาและวิจัย เป็นจำนวนมาก ซึ่งพอจะกล่าวได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ใช้ยุทธวิธีต่างๆ ในช่วงก่อนการส่งแบบสอบถาม
2. ใช้ยุทธวิธีต่างๆ ในช่วงระหว่างการส่งแบบสอบถาม
3. ใช้ยุทธวิธีต่างๆ ช่วยในการติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตอบกลับ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงการให้สิ่งตอบแทนเพื่อช่วยเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นยุทธวิธีที่ใช้ในช่วงระหว่างการส่งแบบสอบถาม และการติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตอบกลับ จึงได้ศึกษางานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการให้สิ่งตอบแทน เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่ได้รับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ตอบกลับมากขึ้น งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการให้สิ่งตอบแทนเพื่อกระตุ้นให้มีการเพิ่มอัตราการตอบกลับมีดังนี้

อาร์.เอ.โรบินสัน และ ฟิลิป เอจิซิม (R.A.Robinson and Philip Agisim) กล่าวว่า การให้สิ่งตอบแทนจะต้องคำนึงถึงรสนิยม และความสนใจของกลุ่มตัวอย่างประชากรด้วย และจากการวิจัยที่เขาได้ทำในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้อ่านหนังสือ

---

[1] อุทุมพร ทองอุไทย, แบบสอบถาม (กรุงเทพมหานคร: สมานมิตรการพิมพ์, 2520), หน้า 29.

รายสัปดาห์ฉบับหนึ่ง พบว่า การให้เงิน 25 เซ็นต์ เป็นสิ่งตอบแทนจะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามเพิ่มขึ้นจาก 60% เป็น 80%

ชาร์ลส์ เค. ลอเรนต์ และ เอควิลีโอ พาร์รา เอ.(Charles K. Laurent and Aquileo Parra A. ) ได้ทำการวิจัยโดยใช้สิ่งตอบแทนส่งให้พร้อมกับแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้มีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง อัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ได้เงิน 1 เปโซ เท่ากับ 48% และจากกลุ่มที่ไม่ได้รับเงิน เท่ากับ 12% และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับสูง อัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ได้เงิน 1 เปโซ เท่ากับ 39 % กลุ่มที่ไม่ได้รับเงิน 21 % ข้อค้นพบดังกล่าวแสดงว่าการให้รางวัลเล็กๆน้อยๆแก่กลุ่มตัวอย่างประชากรจะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับได้มาก[1]

เดวิด บี. ออร์ และคลินตัน เอ. นีย์แมน (David B. Orr and Clinton A. Neyman ) ได้ทำการศึกษาถึงวิธีการติดตามเพื่อกระตุ้นให้อัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้นในกลุ่มตัวอย่างประชากรซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในสหรัฐอเมริกาที่เป็นสมาชิกโครงการโปรเจคทาเล้นท์ (Project Talent ) จำนวน 1,350 คน พบว่าการใช้เงินจำนวนเล็กน้อยเป็นรางวัลส่งให้พร้อมกับแบบสอบถามชุดใหม่ในการติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่ได้รับการตอบกลับ จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับให้มากขึ้น [2]

เออร์ดอส (Erdos ) ได้ทำการเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มทดลองต่างๆ โดยใช้ตัวแปรซึ่งได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และสิ่งตอบแทน พบว่า ตัวแปรต่างๆที่เขาทำการเปรียบเทียบนั้นไม่มีผลต่ออัตราการตอบ

---

[1]Charles K. Laurent and Aquileo Parro A. ," Use of Mail Questionnaires in Columbia" , Journal of Marketing Research Vol.5 pp. 101 - 103.

[2]David B. Orr and Clinton A. Neyman, " Consideration, Costs, and Returns in a Large-Scale Follow Up Study," the Journal of Educational Research Vol. 58 No.8(April 1965),pp.373-376.

แบบสอบถาม นอกจากการให้สิ่งตอบแทน เขาจึงสรุปว่า การให้สิ่งตอบแทนจะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามเพิ่มขึ้นมาก [1]

ชัตเติลเวอร์ธ (Shuttleworth ) ได้ทำการทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรางวัลและไม่ได้รับรางวัล โดยใช้เงินเหรียญเป็นรางวัลตอบแทน พบว่าอัตราการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้งสองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ [2]

จากข้อวิจารณ์ของ สตีเฟน ดับลิว. บราวน์ และ เคนเนท เอ. โคนีย์ (Stephen W. Brown and Kenneth A. Coney. ) ที่ได้วิจารณ์เกี่ยวกับการให้รางวัลเพื่อเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ กล่าวว่า การให้สิ่งของเป็นรางวัลส่งให้พร้อมกับแบบสอบถามซึ่งส่งทางไปรษณีย์จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับได้มาก [3]

เกลบ์ (Gelb ) ได้ทำการทดลองโดยส่งแบบสอบถามพร้อมสิ่งตอบแทนให้แก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้า โดยส่งให้ทันทีในครั้งแรกครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนอีกครึ่งหนึ่งส่งแบบสอบถามให้ก่อน และสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนให้เมื่อได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมาแล้ว การทดลองแบ่งเป็น 2 พวก พวกแรกทำการทดลองเป็นกลุ่มผู้ซื้อสินค้าที่มีรายได้ต่ำ พบว่าอัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามพร้อมกับสิ่งตอบแทน

---

[1] P. L. Erdos, "Successful Mail Survey : High Returns and How to Get Them," Printers' Ink 258(March 1957),pp.56-60.

[2] Frank E.Shuttleworth," A Study of Questionnaire Technique," the Journal of Educational Psychology,22(December 1931),pp.652-658.

[3] Stephen W. Brown and Kenneth A. Coney," Comments on Mail Survey Premiums and Response Bias ," Journal of Marketing Research Vol.XIV (August 1977),pp.385-387.

สูงกว่ากลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามพร้อมคำสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนให้เมื่อได้รับการตอบกลับคืน พวกที่สองทำการทดลองในกลุ่มผู้ซื้อสินค้าที่มีรายได้สูง พบว่าอัตราการตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ [1]

แฟรงเคล (Frankel) ได้ทดลองใช้รางวัลซึ่งมีมูลค่าต่างๆกันในการติดตามแบบสอบถามซึ่งส่งทางไปรษณีย์และยังไม่ได้ตอบกลับ ในการติดตามระยะต่างๆดังนี้ การส่งครั้งแรกเขาส่งเงิน 25 เซนต์พร้อมกับแบบสอบถาม ระยะที่สอง คือการติดตามครั้งแรกสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ตอบกลับคืนในการส่งครั้งแรก เขาส่งเงินให้ 1 เหรียญอเมริกันพร้อมกับแบบสอบถามชุดใหม่และจดหมายติดตาม ระยะที่สาม คือการติดตามครั้งที่สองสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ตอบกลับคืนจากการติดตามครั้งแรก เขาส่งเงินให้ 5 เหรียญอเมริกันพร้อมกับแบบสอบถามและจดหมายติดตาม ผลปรากฏว่าจากการทดลองนี้ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามสูงมาก [2]

วัตสัน ( Watson ) ได้ทำการทดลองส่งสิ่งตอบแทนหลายๆ ชนิด เพื่อเปรียบเทียบว่า สิ่งตอบแทนชนิดใดจะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับสูงที่สุด และได้รายงานว่า สิ่งตอบแทนที่เหมาะสมที่สุดคือ การให้เงิน 25 เซ็นต์ คือ เพิ่มจาก 30% เป็น 84% [3]

---

[1] Betsy D. Gelb, "Incentives to Increase Survey Returns: Social Class Considerations," Journal of Marketing Research, 12 (February 1975), pp.1o7-1o9.

[2] L.R. Frankel, "How Incentives and Subsamples Affect The Precision of Mail Surveys," pp.1-5.

[3] J.J. Watson, "Improving the Response Rate in Mail Research," pp.48-5o.

แฮคเลอร์ และ บอร์เกตต์ ( Hackler and Bourgette ) ได้ทำการทดลองโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มเท่าๆ กัน กลุ่มแรกให้เงิน 1 เหรียญอเมริกันพร้อมกับแบบสอบถาม ส่วนกลุ่มที่สองไม่ได้ให้เงิน และหลังจากการส่งแบบสอบถามแล้ว 11 วัน กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่สองที่ยังไม่ตอบแบบสอบถามกลับ จะได้รับเงิน 1 เหรียญอเมริกัน ผลปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดสูงถึง 95% [1]

อาร์. เอ. โรบินสัน และ ฟิลิป เอจิซิม ( R.A. Robinson and Philip Agisim ) ได้ทำการทดลองโดยส่งเงิน 25 เซ็นต์ ให้พร้อมกับแบบสอบถามในการส่งครั้งแรก ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืน 80.2% ต่อมาได้ทำการติดตาม สำหรับแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตอบกลับ โดยส่งเซ็มเสียบเนคไทสีทอง 1 อันเป็นสิ่งตอบแทนพร้อมกับแบบสอบถามชุดใหม่และจดหมายติดตาม ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนเป็น 93%[2]

เคปฟาร์ต และ เบรสเลอร์ ( Kephart and Bressler ) พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อใช้เงิน 25 เซ็นต์เป็นรางวัล ชายเลอร์ ดับลิว. ฮัค และ เอ็ดวิน เอ็ม. กลีสัน ( Schuyler W. Huck and Edwin M. Gleason ) ได้ทำการวิจัยในกลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยการใช้เงิน 25 เซ็นต์เป็นสิ่งตอบแทน ผลการวิจัยพบว่า ในการส่งครั้งแรก กลุ่มที่ได้รับเงิน 25 เซ็นต์ ตอบกลับมา 78% ขณะที่กลุ่มที่ไม่ได้รับเงินตอบกลับมา 50% หลังจากนั้นได้ทำการติดตามครั้งแรกสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ตอบกลับ ปรากฏว่ากลุ่มที่ได้รับเงินครั้งแรก (กลุ่มที่ 1) ตอบกลับมา 92% กลุ่มที่ 2(ได้รับเงินครั้งแรก)ตอบกลับมา 85% และกลุ่มที่ 3 และ 4(ไม่ได้รับเงิน) ตอบกลับมา 65% ค่าร้อยละของกลุ่มแรกสูงกว่ากลุ่ม

---

[1] James C. Hackler and Patricia Bourgette, "Dollars,Dissonance,and Surveys Returns," pp.266-281.

[2] R.A. Robinson and Philip Agisim, "Making Mail Surveys More Reliable," pp.415-424.

อื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาผลการตอบกลับทั้ง 3 ครั้งปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามของกลุ่มที่ 1 - 4 เป็น 94%, 92%, 78% และ 76% ตามลำดับ สรุปได้ว่า กลุ่มที่ 1 และ 2 มีอัตราการตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับกลุ่มที่ 3 และ 4 ดังนั้นจึงควรให้รางวัลในครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ดีที่สุด[1]

จากการค้นคว้าวรรณคดีที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยได้มีแนวความคิดที่จะทำการศึกษาถึงการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ โดยการให้สิ่งตอบแทนในกลุ่มคนไทย เพื่อจะได้มาซึ่งแนวคิดที่มีค่าสำหรับนักวิจัยผู้ที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เนื่องจากคนไทยมีบุคคลิกภาพเฉพาะอย่างหนึ่งซึ่งแตกต่างจากชาวต่างประเทศ คือบุคคลิกภาพความเกรงใจดังเช่นที่ บลันชาร์ด (Blanchard) ได้บรรยายบุคคลิกภาพของคนไทยว่า มีบุคคลิกภาพความเกรงใจสูง ไม่พยายามทำตนให้เป็นที่ยุ่งยากของผู้อื่น และชอบช่วยเหลือผู้อื่นเสมอ[2] และวีระยุทธ วิเชียรโชติ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะและธรรมชาติของความเกรงใจในคนไทย พบว่า ผลของความเกรงใจทำให้ไม่กล้าทำให้ผู้อื่นผิดหวัง[3]

---

[1]Schuyler W. Huck and Edwin M. Gleason, "Using Monetary Inducements to Increase Response Rates from Mailed Survey:A Replication and Extension of Previous Research," pp.222-225.

[2]Wendell Blanchard, Thailand:its people, its society, its culture, pp.479-485.