

บทที่ ๒

วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง



ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมงานเขียนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแบบสอบถาม อาทิเช่น ความหมาย การสร้าง และปัญหาในการใช้แบบสอบถาม ตลอดจนการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอัตราการตอบของแบบสอบถามโดยจะ เสนอ เป็นลำดับดังต่อไปนี้

#### ความหมายของแบบสอบถาม

ได้มีผู้อธิบายความหมายของแบบสอบถาม (Questionnaire) ไว้มากมายมีทั้งความหมายที่กล่าวไว้อย่างกว้าง ๆ และกล่าวเฉพาะเจาะจง อาทิเช่น

ปีเตอร์ มาร์ค โรเกต (Peter Mark, Roget) กล่าวว่า แบบสอบถาม (Questionnaire) แปลว่าคำถาม มาจากรากศัพท์เดิมในภาษาละตินว่า query หรือ quaere ซึ่งหมายถึงการสืบสวนสอบสวน (inquiry หรือ enquiry) ดังนั้นแบบสอบถามจึงหมายถึง ปัญหาหรือคำถามที่ดึงขึ้นมาเพื่อให้ผู้ตอบตอบ<sup>๑</sup>

คาร์เตอร์ วี กูด (Carter V. Good) ได้ให้คำจำกัดความของแบบสอบถามไว้ว่า "เป็นรายการของคำถามที่สร้างขึ้นโดยให้มีความสัมพันธ์กับเรื่องที่ต้องการศึกษา และในแบบสอบถามแต่ละชุดจะต้องมีข้อ เสนอแนะ หรือคำตอบของแต่ละข้อสำหรับให้ผู้ตอบเลือก"<sup>๒</sup>

<sup>๑</sup>Peter Mark, Roget, Roget's International Thesaurus (New York : Thomas Y. Growell Company, 1965), p. 304 .

<sup>๒</sup>Carter V. Good, Dictionary of Education (New York : McGraw - Hill Book Company, 1973), pp. 464 - 465.

ดักลาส อาร์ เบอร์ดี้ และ จอห์น เอฟ แอนเดอร์สัน (Douglas R. Berdie and John F. Anderson) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกำหนดแบบฟอร์มให้ผู้ตอบเขียนคำตอบด้วยตนเอง<sup>๑</sup>

ฟังก์ และ แวคนอลล์ (Funk and Wagnalls) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถาม คือ ข้อความที่เขียนหรือพิมพ์เป็นคำถาม หรือประโยคบอกเล่าโดยเรียงลำดับข้อความเหล่านั้นตามเรื่องราวที่ต้องการศึกษา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะตอบข้อความนั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องราวนั้น ๆ <sup>๒</sup>

กิลเบิร์ต แซกส์ (Gilbert Sax) กล่าวว่า แบบสอบถามคือ แบบฟอร์มที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลทางตรง โดยส่งให้ผู้ตอบเขียนคำตอบด้วยตนเอง และคาดว่าจะได้ข้อมูลที่มีทั้งความตรง และความเที่ยงเพียงพอ แบบสอบถามคล้ายคลึงกับแบบสัมภาษณ์มาก ต่างกันตรงที่ แบบสัมภาษณ์นั้น ผู้เขียนคำตอบลงในแบบสัมภาษณ์ คือผู้วิจัยเอง<sup>๓</sup>

วิลเลียม ไวรซ์มา (William Wiersma) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นรายการข้อคำถามหรือข้อความ ซึ่งผู้ตอบจะต้องเขียนคำตอบลงในแบบฟอร์มคำถามด้วยตัวเอง โดยที่คำตอบจะเป็นเพียงคำคำเดียวคือ ใช่ - ไม่ใช่, เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรืออาจจะใช้คำอธิบายยาว ๆ

<sup>๑</sup>Danglas R. Berdie and John F. Anderson, Questionnaire : Design and Use (New Jersey : The Scarecrow Press, 1974) p. 11.

<sup>๒</sup>Funk and Wagnalls, Standard Dictionary of English Language : International edition vol. 2 (New York : Funk & Wagnalls Company, 1963), p. 1034.

<sup>๓</sup>Gilbert Sax, Empirical Foundation of Educational Research (New York : Englewood - Cliffs, Prentice Hall, 1968), pp. 233 - 235.

ก็ได้ โดยให้ผู้ตอบคิดคำตอบด้วยตนเอง<sup>๑</sup>

โฮเรช บี. อิงกลิช (Horace B. English) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นกลุ่มของคำถามที่สร้างขึ้นมาอย่างประณีต มีแบบแผน สำหรับให้กลุ่มตัวอย่างประชากรตอบตามความเป็นจริงของผู้ตอบ ข้อคำถามเหล่านั้นจะไม่ใช้ในการทดสอบความสามารถของผู้ตอบ แต่เป็นคำถามที่ถามเพื่อค้นหาข้อเท็จจริง หรือข้อมูลของตัวผู้ตอบเอง โดยที่ผู้วิจัยมุ่งที่จะเก็บข้อมูลประเภทความคิดเห็น หรือข้อเท็จจริงเท่านั้น<sup>๒</sup>

เฮช เจ ไอเซนค็ ริชาร์ด เมลี เบิร์น และ วิลเฮม เอ ไอซ์เบอร์ก (H.J. Eysenck, Richard Meile Berne and Wilhelm A. Weirzburg) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบบหนึ่ง ที่ประกอบด้วยกลุ่มของ ข้อคำถามที่มีโครงการสร้างแน่นอน สิ่งที่ต้องการจากแบบสอบถาม คือ คำตอบที่เป็นข้อมูลของตัวผู้ตอบเอง ซึ่งอาจจะเป็นข้อเท็จจริง ลักษณะบุคลิกภาพ : ความคิดเห็น หรือทัศนคติของผู้ตอบ โดยให้ผู้ตอบเขียนคำตอบลงในแบบสอบถามด้วยตนเอง<sup>๓</sup>

<sup>๑</sup>William Wiersma, Research Methods in Education : An Introduction (Philadelphua : J.B. Lippincott Company, 1969) pp. 274 - 275.

<sup>๒</sup>Horace B. English and AVA Champney Company, A Comprehensive Dictionary of Psychological and Psychoanalytical Term : A Guide to Usage (New York : David Mckay Company, 1958), p. 434.

<sup>๓</sup>H.J. Eysenck, Richard M. Berne and Wilhelm A. Weirzburg, "Questionnaire", Encyclopedia of Psychology 3 (1972) : 115.

กมล สุคประเสริฐ กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวัดที่มีคำถามและสเกลต่าง ๆ เหมือนกับแบบสัมภาษณ์ ผิดกันแต่ที่แบบสัมภาษณ์นั้น ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้เขียนคำตอบเอง ในขณะที่แบบสอบถามผู้ตอบเป็นผู้เขียนคำตอบ แบบสอบถามอาจเป็นได้ทั้งแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด<sup>๑</sup>

สุวรรณ สุวรรณเวช กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามตามที่ผู้วิจัยกำหนด ซึ่งจะต้องเป็นคำถามที่ครอบคลุมถึงปัญหาที่ต้องการจะวิจัยจริง ๆ<sup>๒</sup>

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า แบบสอบถามเป็นรายการคำถามที่เตรียมไว้เพื่อถามเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และรายการคำถามนี้จะส่งให้แก่คนกลุ่มหนึ่งตอบตามความสมัครใจ เรานิยมใช้แบบสอบถามมุ่งเก็บข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง (factual information)<sup>๓</sup>

อนันต์ ศรีโสภา กล่าวว่า แบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อคำถามหรือข้อความชุดหนึ่งที่ถามเพื่อให้ผู้ถูกถามตอบ คำถามส่วนมากเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ตอบ<sup>๔</sup>

---

<sup>๑</sup>กมล สุคประเสริฐ, เทคนิคการวิจัย (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, ๒๕๑๖) หน้า ๑๔๑.

<sup>๒</sup>สุวรรณ สุวรรณเวช, หลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวการใช้เขียนวิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ และรายงานประจำภาค (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๑๘), หน้า ๑๖ - ๑๗.

<sup>๓</sup>สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, "การวิจัยแบบบรรยาย" ใน การอบรมเกี่ยวกับการวิจัย หรือค้นคว้าเพื่อทำวิทยานิพนธ์สำหรับนิสิตบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท. ๒๕๒๒), หน้า ๑๖.

<sup>๔</sup>อนันต์ ศรีโสภา, หลักการวิจัยเบื้องต้น (กรุงเทพ : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, ๒๕๒๑), หน้า ๑๔๘.

\* อุทุมพร ทองอุไทย กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบเติมคำตอบเอง ปกติจะมีรายการข้อความ หรือคำถามหลาย ๆ ข้อรวมกัน ในบางครั้งแทนที่จะเป็นข้อความเพียงอย่างเดียว อาจมีรูปภาพประกอบด้วยก็ได้ เพื่อวัดความคิดเห็นต่าง ๆ หรือวัดความจริงที่ยังไม่ทราบ<sup>๑</sup>

จากความหมายของแบบสอบถาม ตามความคิดเห็นของหลาย ๆ ท่านตามที่กล่าวมาแล้วนั้น อาจสรุปได้ว่า "แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยประเภทหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยรายการของข้อความที่สร้างขึ้นมาอย่างประณีตโดยมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน ข้อคำถามดังกล่าวอาจถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง (factual information) หรือความคิดเห็น (opinion) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้เขียนคำตอบด้วยตนเองตามความสมัครใจ"

ประเภทของแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ใช้กันอยู่ปัจจุบันนี้ อาจแบ่งประเภทได้ตามเกณฑ์ ๒ อย่างคือ แบ่งตามรูปแบบของแบบสอบถาม และแบ่งตามเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ก. แบ่งตามรูปแบบ (Forms) ของแบบสอบถาม

ตามความเห็นของนักการศึกษาส่วนมาก จะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น ๓ รูปแบบคือ แบบสอบถามปลายปิด แบบสอบถามปลายเปิด และ แบบสอบถามที่เป็นรูปภาพ<sup>๒</sup>

๑. แบบสอบถามปลายปิด (Closed Form) เป็นรูปแบบที่ผู้สร้างจัดเตรียมคำตอบของแต่ละข้อคำถาม ไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบตามรายการที่กำหนดไว้ ในการสร้างแบบสอบถามชนิดปลายปิดนี้ ข้อความต่าง ๆ ที่กำหนดไว้เป็นคำตอบนั้นมักจะได้จาก ประสบการณ์ของผู้สร้างเอง จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จากเอกสารต่าง ๆ หรือจากการสำรวจล่วงหน้าโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด แบบสอบถามปลายปิดอาจสร้างได้หลายแบบ ที่นิยมกันในปัจจุบันนี้ได้แก่

<sup>๑</sup>อุทุมพร ทองอุไทย, แบบสอบถาม : การสร้างและการใช้ (ภาควิชาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๐), หน้า ๑.

<sup>๒</sup>Van Dalen, B. Deobold, Understanding Educational Research : An Introduction (New York : Mc Graw - Hill Book Company, 1966.), p. 303.

## ๑.๑ แบบกำหนดคำตอบให้ ๒ คำตอบแล้วให้เลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง

เช่น

- ท่านนับถือศาสนาพุทธใช่หรือไม่  ใช่  ไม่ใช่
- ท่านเคยอ่านหนังสือเกี่ยวกับพุทธศาสนาหรือไม่  เคย  ไม่เคย

## ๑.๒ แบบให้เลือกเพียง ๑ คำตอบจากหลาย ๆ คำตอบ เช่น

- ท่านสอนอยู่ในโรงเรียนที่สังกัดหน่วยงานใด  เทศบาล
- องค์การบริหารส่วนจังหวัด
- กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
- คณะกรรมการการศึกษาเอกชน
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## ๑.๓ แบบให้เลือกได้หลายคำตอบ จากรายการที่กำหนดให้ เช่น

- ท่านเคยมีประสบการณ์ในการสอนเด็กเรียนระดับใดบ้าง (เลือกได้หลายข้อ)
- อนุบาล  มัธยมศึกษาตอนต้น
- ประถมศึกษาตอนต้น  มัธยมศึกษาตอนปลาย
- ประถมศึกษาตอนปลาย  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## ๑.๔ แบบให้จัดลำดับความสำคัญ หรือลำดับก่อนหลังโดยให้ใส่หมายเลข

๑, ๒, ๓... เป็นลำดับที่ เช่น

- ท่านสนใจชมรายการโทรทัศน์รายการใดบ้าง (โปรดเรียงตามลำดับ โดยใส่เลข ๑ หน้ารายการที่ท่านสนใจชมมากที่สุด เลข ๒, ๓... หน้ารายการที่ท่านสนใจชมรองลงไปตามลำดับ)

- .... ข่าว
- .... รายการสด
- .... ภาพยนตร์จีนกำลังภายใน
- .... ภาพยนตร์ไทย
- .... ละครไทย
- .... ภาพยนตร์ต่างประเทศ
- .... ภาพยนตร์การ์ตูน

๑.๕ แบบประมาณค่า (rating scale) เป็นแบบที่กำหนดคำตอบโดยให้นักศึกษาเปรียบเทียบกันหลาย ๆ คำตอบ และให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เช่น

- บริษัทให้สวัสดิการแก่พนักงานดีเพียงใด ดีเลิศ | ไม่ดีเลย  
๕ | ๔ | ๓ | ๒ | ๑ | ๐

อนึ่งข้อคำถามที่ให้ผู้ตอบ เขียนคำตอบสั้น ๆ ที่เฉพาะเจาะจงลงในช่องว่างก็ถือว่าเป็นแบบสอบถามประเภทปลายปิด เช่นกัน ตัวอย่างเช่น

- ท่านมีอายุ.....ปี
- มีประสบการณ์ในการสอนมาแล้ว..... ปี

แบบสอบถามแบบปลายปิดมีข้อที่หลายประการ เช่น

๑. ตอบง่าย สะดวก รวดเร็ว และได้คำตอบตรงตามวัตถุประสงค์
๒. ข้อมูลไม่กระจัดกระจาย ทำให้สะดวกในการประมวลผลและวิเคราะห์
๓. ถามได้มากข้อ จึงครอบคลุมเนื้อหาได้มาก

แต่แบบสอบถามแบบปลาย ปิดก็มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เช่น

๑. ผู้ตอบไม่มีอิสระในการตอบ
๒. ตัวเลือกอาจไม่ครอบคลุมโอกาสที่เป็นไปได้ทั้งหมด ทำให้ตอบลำบาก
๓. สร้างได้ยาก ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญมาก<sup>๑</sup>

๒. แบบสอบถามปลายเปิด (opened form) เป็นรูปแบบของคำถามที่ถามอย่างกว้าง ๆ ไม่กำหนดข้อความตอบไว้ให้ เปิดโอกาสให้ผู้ตอบตอบอย่างเสรี ซึ่งมักจะใช้เมื่อต้องการข้อมูล หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับ เรื่องที่ยังไม่ทราบทิศทางของคำตอบที่แน่ชัด นิยมใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามปลายปิด

<sup>๑</sup>ลูชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร ม.ป.ท., ๒๕๒๑), หน้า ๑๓๑ - ๑๓๖.

ข้อดีของแบบสอบถามแบบปลายเปิด ก็คือ สร้างคำถามได้ง่าย ผู้ตอบมีโอกาสตอบ หรือ แสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี ทำให้ได้คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบ แต่แบบสอบถามแบบปลายเปิดนี้ ก็มีข้อเสียอยู่หลายประการ อาทิเช่น คำตอบที่ได้มาจะมีลักษณะกระจัดกระจาย ทำให้รวบรวมหรือสรุปได้ยาก บางครั้งคำตอบที่ได้รับก็ไม่ตรงประเด็นที่ถาม ผู้ตอบบางคนขาดทักษะในการเขียน ทำให้ได้ข้อมูลที่มีความเชื่อมั่นต่ำ นอกจากนี้ผู้ตอบต้องใช้เวลาในการตอบมาก ทำให้ไม่สะดวกต่อการตอบ<sup>๑</sup>

๓. แบบสอบถามที่เป็นรูปภาพ (Pictural Form) เป็นแบบที่ แวน คาเลน บี ดีโบล (Van Dalen B. Deobold) คิดขึ้นมาเพื่อใช้กับบุคคลที่ไม่รู้หนังสือ โดยใช้รูปภาพสื่อความหมายแทนข้อความที่ต้องการถาม และมักจะเป็นแบบปลายปิด<sup>๒</sup>

ในการสร้างแบบสอบถามชุดหนึ่งๆ ผู้สร้างอาจใช้รูปแบบหลาย ๆ อย่างประกอบกันได้ เช่น ถ้าต้องการคำตอบครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการทั้งหมด และต้องการให้ผู้ตอบตอบอย่างเสรี ในบางประเด็น ก็อาจใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด และปลายปิดประกอบกัน หรือถ้าต้องการให้แบบสอบถามมีลักษณะน่าสนใจ คลายความตึงเครียดและดึงดูดความสนใจ อาจใช้รูปภาพประกอบก็ได้

#### ข. แบ่งประเภทของแบบสอบถามตามลักษณะเนื้อหาของข้อมูล

เมื่อพิจารณาตามลักษณะเนื้อหาของข้อมูล ที่ผู้วิจัยต้องการเก็บรวบรวมแล้ว อาจแบ่งประเภทของแบบสอบถาม ออกเป็น ๓ แบบคือ

๑. แบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Factual Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่มุ่งถามเฉพาะข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับผู้ตอบ เช่น อายุ เพศ สถานภาพทางครอบครัว การศึกษา งานในหน้าที่หรือรายได้ เป็นต้น แบบสอบถามประเภทนี้มักจะไม่ใช้เดี่ยว ๆ โดยทั่วไปจะใช้

<sup>๑</sup> เล่มเดียวกัน, หน้า ๑๓๑.

<sup>๒</sup> Van Dalen, B. Deobold, Understanding Educational Research : An Introduction, p. 303.



ร่วมกับแบบสอบถามที่ถามความคิดเห็น หรือแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

๒. แบบสอบถามที่ถามความคิดเห็น (Opinionnaire, Opinion Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อเงื่อนไขที่กำหนดให้
๓. แบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (Personality Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาจากความรู้เกี่ยวกับทัศนคติและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ หรือลักษณะต่าง ๆ ที่เกิดจากกลุ่มอาการที่ผู้ป่วยแสดงออก<sup>๑</sup>

### การสร้างแบบสอบถาม

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิคแบบสอบถามนั้น ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดคือ "การสร้างแบบสอบถาม" ดังลัส อาร์ เบอร์ดี้ กล่าวว่า "การสร้างแบบสอบถามนั้นไม่ใช่เพียงแค่เป็นการเขียนรายการของคำถามให้ผู้ตอบเท่านั้น การสร้างแบบสอบถามเพื่อที่จะให้เป็นเครื่องมือที่ดีนั้น จะต้องมีการวางแผนเป็นการล่วงหน้า อย่างประณีต และละเอียดรอบคอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้สูง แบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้อย่างดี จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับอีกทางหนึ่งด้วย"<sup>๒</sup>

การสร้างแบบสอบถามที่ดีควรมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

ขั้นที่ ๑ วิเคราะห์เนื้อหา ผู้สร้างแบบสอบถามจะต้องวิเคราะห์เนื้อหาหรือประเด็นที่จะถามจากหัวข้อที่จะทำการวิจัย อย่างละเอียด เป็นอันดับแรกก่อนโดยพยายามแยกเนื้อหาออกเป็นข้อย่อย ๆ ให้ละเอียด และทุกข้อจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิเคราะห์เนื้อหา<sup>๓</sup> อาจทำได้โดยอาศัยประสบการณ์ของผู้สร้างเอง การค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ตลอดจนความคิดเห็น

<sup>๑</sup>H.J. Eysenck and Richard Meili Berne and Wilhelm Arnold weirzburg, Encyclopedia of Psychology, p. 116.

<sup>๒</sup>Douglas R. Berdie and John F. Anderson, Questionnaire : Design and Use, pp. 25 - 26.

ของผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ<sup>๑</sup>

ขั้นที่ ๒ สร้างคำถามและคำตอบ สำหรับแต่ละหัวข้อย่อย ในการสร้างคำถามและคำตอบ จะต้องพิจารณา เลือกใช้รูปแบบที่เหมาะสม และสะดวกต่อการตอบการประมวลผล ตลอดจนการวิเคราะห์ จอห์น ดับบลิว เบสท์ (John W. Best) เสนอแนะว่า ควรเขียนคำถามและคำตอบของ แต่ละหัวข้อย่อยลงในบัตร ขอละ ๑ บัตร เพื่อความสะดวกในการตรวจหาทางแก้ไข และการเรียงลำดับเมื่อต้องการรวมกันเป็นแบบสอบถาม<sup>๒</sup>

ในการสร้างคำถามและคำตอบของแต่ละข้อย่อยนั้น ได้มีผู้เสนอแนะหลักเกณฑ์ในการสร้างไว้หลายท่าน อาทิเช่น

ดักลาส อาร์ เบอร์ดี้ และ จอห์น เอฟ แอนเดอร์สัน (Douglas R. Berdie and John E. Anderson) กล่าวว่าในการสร้างคำถามต้องพิจารณาสังต่อไปนี้

๑. ก่อนจะตั้งคำถามใด ๆ ต้องแน่ใจว่าผู้ตอบสามารถตอบคำถามที่ถูกต้องได้
๒. ต้องแน่ใจว่าผู้ตอบ ทราบดีว่าท่านต้องการข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็น
๓. ในแต่ละข้อควรมีคำถามเพียง ๑ ประเด็นเท่านั้น
๔. หลีกเลี่ยงการใช้คำคุณศัพท์ หรือ กริยาวิเศษณ์ เพราะจะทำให้คำถามไม่ชัดเจน
๕. หลีกเลี่ยงการใช้คำที่เข้าใจยาก หรืออาจเข้าใจไม่ตรงกัน เช่น คำว่า "สิ่งแวดล้อม" หรือ "ประชากร" เป็นต้น
๖. ไม่ใช้คำที่มีความหมายได้หลายอย่าง
๗. หลีกเลี่ยงการใช้คำประเภทที่กระทบความรู้สึกของผู้ตอบมาก เช่น การหย่าร้าง คอมมิวนิสต์ เป็นต้น

<sup>๑</sup>สุชาติ ประดิษฐ์รัฐลินธุ์ และ บุญธรรม กิจปรีดาภิรัชต์, ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ หน้า ๑๒๔.

<sup>๒</sup>John W. Best, Research in Education, 3 rd ed. (New Jersey : Prentice - Hall, Englewood Cliffs, 1977), p. 167.

๘. หลีกเสี่ยงการใช้คำปฏิเสธ โดยเฉพาะคำถามปฏิเสธซ้อน ควรใช้ประโยคคำถามธรรมดาจะดีกว่า

๙. การใช้คำย่อต้องระมัดระวัง เมื่อจะใช้ต้องแน่ใจว่าผู้ตอบทุกคนรู้จักคำย่อนั้น

๑๐. ไม่ควรถามคำถามประเภท ถ้าตอบใช่ แล้ว .... เช่น ไม่ควรถามว่า

(ก) ท่านแต่งงานแล้วใช่หรือไม่  ใช่  ไม่ใช่

ถ้า ใช่ แล้วภรรยาของท่านทำงานนอกบ้านหรือไม่

ทำ  ไม่ได้ทำ

ควรถามดังนี้

(ก) ภรรยาของท่านทำงานนอกบ้านหรือไม่

ทำ

ไม่ได้ทำ

ยังไม่ได้แต่งงาน

๑๑. ถ้าต้องการข่าวสารทั่ว ๆ ไป (General information) จากผู้ตอบเป็นการเพิ่มเติม ให้ใช้คำถามประเภทปลายเปิด

๑๒. ต้องแน่ใจว่า คำตอบของคำถามทุกข้อ อยู่ในประเด็นที่จะวิเคราะห์

อนันต์ ศรีโสภณ ได้เสนอแนะว่าในการสร้างแบบสอบถามจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

๑. คำถามแต่ละข้อควรจะต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๒. คำถามจะต้องชัดเจน ไม่กำกวม

<sup>๑</sup>Duglas R. Berdie and John F. Anderson, Questionnaire : Design and Use, pp. 41 - 45.

๓. ควรหลีกเลี่ยงการใช้คำที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ เช่น ดี เลว มาก น้อย ฯลฯ
๔. ในกรณีที่มีตัวเลือกควรจะทำให้ตอบง่าย และสะดวกในการบันทึก
๕. คำถามที่ใช้ควรเป็นคำถามที่เราความรู้สึก และมีประสิทธิภาพมากพอที่จะล้วงความรู้สึกนึกคิดของผู้ตอบได้

๖. ไม่ควรใช้คำถามนำ
๗. จำนวนของข้อคำถามต้องมีจำนวนพอเหมาะพอดี และสามารถครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญได้อย่างเพียงพอ

๘. ถ้อยคำที่ใช้จะต้องถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และการสะกด

๙. คำที่สำคัญ ๆ ในคำถามควรขีดเส้นใต้<sup>๑</sup>

ขั้นที่ ๓ เรียงลำดับคำถาม เมื่อสร้างคำถามและคำตอบ ของแต่ละหัวข้อย่อยแล้ว ผู้สร้างแบบสอบถาม จะต้องพิจารณาต่อไปว่า ควรจะเรียงคำถามอย่างไร จึงจะเกิดความสะดวกในการตอบ โดยผู้ตอบสามารถคิดติดต่อกันไปเป็นเรื่อง ๆ โดยราบรื่น ไม่ต้องคิดวกวนกลับไปกลับมาให้เสียเวลา และสับสน การเรียงลำดับคำถามควรยึดหลักดังต่อไปนี้

๑. คำถามอันดับแรกควรเป็นคำถามที่จะชักจูงให้ผู้ตอบเกิดความสนใจในปัญหาที่ถาม

๒. ควรเริ่มต้นจากคำตอบที่ต้องการคำตอบง่าย ๆ ไปสู่คำถามที่ต้องการคำตอบยุ่งยาก

ซับซ้อนตามลำดับ

๓. ไม่ควรถามเรื่องส่วนตัวในระยะแรก เพราะจะทำให้ผู้ตอบตื่นตระหนกในเรื่องที่ถูกถาม ซึ่งจะทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือในระยะต่อไป

๔. คำถามในเรื่องเดียวกัน ควรอยู่ในลำดับใกล้เคียง ๆ กัน ไม่ควรถามย้อนไปย้อนมาจากเรื่องหนึ่งไปสู่อีกเรื่องหนึ่ง การเปลี่ยนจากเรื่องหนึ่งไปถามอีกเรื่องหนึ่ง ควรให้เป็นไปตามลำดับของเหตุผลหรือลำดับเวลาซึ่งย่อมทำให้ผู้ตอบตอบง่ายขึ้น<sup>๒</sup>

<sup>๑</sup>อนันต์ ศรีโสภณ, หลักการวิจัยเบื้องต้น, หน้า ๒๐๐ - ๒๐๑.

<sup>๒</sup>สุวรรณ สุวรรณเวช, หลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางเขียนวิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ และรายงานประจำภาค, หน้า ๗๘ - ๘๐.

ขั้นที่ ๔ เขียนคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม เมื่อสร้างคำถามและคำตอบ เรียงลำดับคำถาม ตลอดจนตรวจสอบด้านภาษาแล้ว ลำดับต่อไป ผู้สร้างแบบสอบถามจะต้องคำนึงถึง คำชี้แจงหรือคำอธิบายประกอบในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะต้องชี้แจงวิธีการตอบโดยละเอียดและชัดเจน เพื่อให้ผู้ตอบ เข้าใจวิธีการตอบที่ถูกต้อง ในบางครั้งอาจจะมีตัวอย่างในการตอบประกอบคำชี้แจงด้วย คำชี้แจงนี้ควรจะมีลักษณะ เด่นหรือแตกต่างไปจากคำถามโดยพิมพ์ให้เป็นอักษรตัวใหญ่ หรือสีเข้มกว่าคำถาม<sup>๑</sup>

#### ขั้นที่ ๕ การทำบรรณาธิกรณ (editing)

เมื่อตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขข้อความจนเป็นที่พอใจแล้ว งานขั้นต่อไปคือการทำบรรณาธิกรณ (editing) ซึ่งหมายถึงการพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

๑. การจัดวางรูปแบบ (format) เป็นการพิจารณา ตั้งแต่ชนิดของกระดาษชนิดของตัวพิมพ์และระบบการพิมพ์ ที่จะใช้ ตลอดจนการจัดหน้า หลักใหญ่ ๆ ในการจัดวางรูปแบบของแบบสอบถามนั้น ควรจะได้คำนึงถึง ความสะดวกของผู้ตอบเป็นเกณฑ์ และขณะเดียวกันก็ควรมีลักษณะที่ไม่นำให้ผู้ตอบอยากตอบด้วย

๒. ตรวจสอบเกี่ยวกับการใช้คำ ประโยค การเรียงลำดับประโยค รวมทั้งตัวสะกดการันต์ให้ถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง

๓. การทำจดหมายนำ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบบสอบถามจะต้องจัดทำไว้ เพื่อให้ผู้ตอบได้เข้าใจจุดมุ่งหมายของการตอบคำถามนั้น ๆ โดยทั่วไปจดหมายนำจะมีสาระสำคัญเกี่ยวกับ ชื่อโครงการวิจัย ผู้ดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ตลอดจนชี้แจงถึงเหตุผลที่ส่งแบบสอบถามมาให้ผู้ตอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรเน้นความสำคัญในทำนองที่ว่า ผลสำเร็จของการวิจัยขึ้นอยู่กับความร่วมมือในการตอบของผู้ตอบ และโดยปกติจะมีการให้คำมั่นสัญญาว่า คำตอบที่ได้มาจะถือว่าเป็นความลับ ไม่เปิดเผยว่าเป็นคำตอบของผู้ใดโดยเด็ดขาด นอกจากนี้ผู้วิจัยมักจะกำหนดเวลาในการส่งแบบสอบถามกลับคืนไว้ด้วย<sup>๒</sup>

<sup>๑</sup> เล่มเดียวกัน, หน้า ๘๑.

<sup>๒</sup> สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และ บุญธรรม กิจปรึคาบวิสุทธิ, ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์,

### ขั้นที่ ๖ การทดลองใช้ (try - out)

เมื่อจัดทำแบบสอบถามเป็นชุด เรียบร้อยแล้ว ก่อนจะนำไปใช้จริง จะต้องนำไปทดลองใช้เสียก่อน โดยส่งแบบสอบถามจำนวนหนึ่งไปให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างประชากรที่จะใช้ในการศึกษา แล้วนำผลการตอบนั้นมาพิจารณาเกี่ยวกับความเข้าใจในคำถาม การแปลความหมายของข้อความ วิธีการตอบ ความชัดเจนของคำชี้แจง ปฏิกริยาที่มีต่อคำถาม และกระบวนการตอบ เป็นต้น โดยพิจารณาว่าผู้ตอบเข้าใจคำถาม และตอบตรงตามที่คุณสร้างคำถามไว้หรือไม่ เพียงใด ซึ่งจะทำให้ทราบถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อจะได้แก้ไข ให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง<sup>๑</sup>

เมื่อแบบสอบถามได้รับการแก้ไขข้อบกพร่อง ที่พบหลังจากการทดลองใช้แล้ว ก็จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับจริง เพื่อนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยต่อไป

### การส่งแบบสอบถาม

การส่งแบบสอบถามไปถึงกลุ่มตัวอย่าง หรือประชากร ที่จะศึกษาโดยทั่วไป ทำได้ ๒ วิธีคือ การนำไปส่งด้วยตนเอง (self - administered questionnaire) กับการส่งทางไปรษณีย์ (mailed questionnaire)

๑. การส่งแบบสอบถามโดยการนำไปส่งด้วยตนเอง วิธีนี้ไม่ค่อยมีปัญหายุ่งยากมากนัก เพียงแต่ผู้วิจัย หรือ เจ้าหน้าที่รวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามไปส่งให้กลุ่มตัวอย่างประชากร หรือ ประชากร จนถึงที่อยู่ ของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่จะศึกษาคด้วยตนเอง และรอเก็บรวบรวม แบบสอบถามที่ตอบ เรียบร้อยแล้วกลับคืนในทันที

๒. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ เป็นวิธีที่ประหยัด และสะดวกมากนิยมทำกันอย่างกว้างขวาง การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ควรปฏิบัติดังนี้

๒.๑ กำหนดรหัส (Code) ของแบบสอบถามไว้ทุกชุดเพื่อจะได้รู้ว่า แบบสอบถามฉบับนั้นส่งไปให้ใคร จะทำให้สะดวกเมื่อต้องการจะติดตามในกรณีที่ไม่ได้รับแบบสอบถามฉบับนั้นกลับคืน

<sup>๑</sup> เล่มเดียวกัน, หน้า ๑๔๓.

ตามกำหนดเวลา

๒.๒ จำหน้าถึงผู้รับให้ชัดเจน ควรระบุชื่อ สกุล จะดีกว่าใช้ชื่อตำแหน่งแต่เพียง  
อย่างเดียว

๒.๓ จำหน้าถึงผู้วิจัย หรือ ผู้ที่ต้องการให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามกลับคืนให้ชัดเจน

๒.๔ ติดแสตมป์ให้สมบูรณ์ ทั้งการส่งไปและส่งกลับ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบ

อนึ่ง การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์นี้ อาจทำโดยการพับตัวแบบสอบถาม หรือใส่ซองโดย  
เฉพาะก็ได้ ถ้าใช้วิธีพับ ตอนส่งไปถึงผู้ตอบจะต้องพับส่วนที่มีชื่อผู้ตอบออกไว้ข้างนอก และชื่อผู้วิจัยไว้  
ข้างใน แต่ถ้าใช้วิธีใส่ซอง จะต้องแนบซองที่จำหน้าถึงผู้วิจัยซึ่งติดแสตมป์ไว้เรียบร้อยไปให้ผู้ตอบด้วย<sup>๑</sup>

ในกรณีที่ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามไปถึงกลุ่มตัวอย่างโดยทางไปรษณีย์แล้ว ผู้วิจัยก็จะรอคอย  
แบบสอบถามที่ส่งกลับคืนมา เมื่อครบกำหนดเวลาแล้วถ้ายังมีแบบสอบถามที่ไม่ส่งกลับคืนมา ผู้วิจัย  
อาจจะต้องติดตามทวงถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมามากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้

#### ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

ข้อดีของแบบสอบถาม การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามมีข้อดีอยู่หลาย  
ประการ เช่น

๑. ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับการสัมภาษณ์ ในกรณีที่ใช้กลุ่ม  
ตัวอย่างประชากรขนาดใหญ่
๒. แบบสอบถาม จะถึงมือผู้รับแน่นอนกว่าการออกไปสัมภาษณ์ซึ่งผู้ตอบอาจไม่อยู่บ้าน  
หรือไม่ยินดีพบผู้สัมภาษณ์
๓. ส่งไปได้ทั่วถึง ทุกท้องที่ ที่มีการบริการทางไปรษณีย์
๔. ในกรณีที่มีแบบสอบถามแบบปลายปิด จะสะดวกต่อการสรุปผล เพราะผู้ตอบตอบ  
ข้อความที่เหมือนกัน และแบบฟอร์มเดียวกัน เป็นการควบคุมสภาวะการณ์ให้คล้ายคลึงกัน และผู้ตอบ  
ตอบง่ายไม่ยุ่งยาก

<sup>๑</sup> เล่มเดียวกัน, หน้า ๑๔๔ - ๑๔๕.

๕. ไม่มีความลำเอียง เพราะคำตอบเป็นของผู้ตอบเอง
๖. สามารถควบคุมให้แบบสอบถามถึงมือผู้ตอบ ได้ในเวลาไล่เลี่ยกัน จึงทำให้การตอบอยู่ในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกันมาก
๗. เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบส่วนใหญ่คุ้นเคย<sup>๑</sup>

#### ข้อจำกัดของแบบสอบถาม

การใช้แบบสอบถามก็มีข้อจำกัด หรือจุดอ่อนอยู่หลายประการ เช่น

๑. มักได้แบบสอบถามกลับคืนมาในอัตราที่ต่ำ ทำให้ข้อสรุปที่ได้ไม่น่าเชื่อถือเท่าที่ควร เพราะข้อมูลขาดความ เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร
๒. โดยธรรมชาติของแบบสอบถามแล้ว การตรวจสอบความเที่ยง (reliability) และความตรง (Validity) ทำได้ยาก
๓. มีลักษณะยืดหยุ่นน้อย ถ้าผู้ตอบไม่เข้าใจคำถาม หรือเข้าใจไปอีกด้านหนึ่ง อาจจะไม่ตอบ หรือตอบไม่ตรงกับความจริง หรือไม่ตรงประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ
๔. ผู้ตอบบางกลุ่ม มีทัศนคติที่ไม่ดี ต่อแบบสอบถาม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ตอบได้รับแบบสอบถามเป็นจำนวนมาก ทำให้เบื่อหรืออาจจะไม่เชื่อถือในวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
๕. ผู้ตอบบางกลุ่ม รู้สึกว่าการส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์นั้น เป็นการติดต่อที่เห็นห่าง ไม่เป็นกันเอง
๖. ไม่สามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือไม่ออก (ยกเว้นแบบสอบถามแบบรูปภาพ)
๗. ผู้ตอบแบบสอบถาม อาจไม่ได้ตอบด้วยตนเอง ทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบได้

---

<sup>๑</sup>Douglas R. Berdie and John F. Anderson, Questionnaire : Design and Use, pp. 18 - 20.



๘. คำถามบางข้อเกี่ยวข้องกัน ผู้ตอบอาจพลิกอ่านไปก่อนโดยตลอดก่อนที่จะตอบ ทำให้คำถามที่อยู่หลัง มีอิทธิพลต่อคำถามที่อยู่ข้างหน้า<sup>๑</sup>

เมื่อพิจารณาข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามแล้ว จะเห็นว่า การได้รับแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่ต่ำนั้น เป็นข้อจำกัดที่สำคัญที่สุด ของการใช้แบบสอบถาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ ทั้งนี้เนื่องจากการได้รับแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่ต่ำ ทำให้ได้ข้อมูลที่ขาดความ เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร<sup>๒</sup>

เจ อาร์ ชานนอน (J.R. Shannon) ได้สำรวจงานวิจัยที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อหาเปอร์เซ็นต์เฉลี่ยของแบบสอบถามที่ตอบกลับมา พบว่าจากงานวิจัยการ ศึกษาจำนวน ๒๔๔ เรื่อง ที่ส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ มีเปอร์เซ็นต์เฉลี่ยของการตอบกลับเป็น ๖๕.๑% มิเชล เจ เอทเซล และ บรูส เจ. วอล์คเกอร์ (Michael J. Etzel and Bruce J. Walker) กล่าวว่า สำหรับการวิจัยที่ส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์นั้น การได้รับแบบสอบถาม กลับคืนในอัตรา ๑๐% - ๓๐% เป็นเหตุการณ์ที่พบได้บ่อยมาก<sup>๓</sup> คำถามที่ผู้วิจัยส่วนใหญ่ต้องการคำตอบ ก็คือ "ควรจะได้รับแบบสอบถามกลับคืนในอัตราเท่าไรจึงจะถือว่าข้อมูลที่ได้นั้นเป็นตัวแทนที่ดีของ ประชากร" การวิจัยของ NIA ได้เสนอว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม

<sup>๑</sup> Ibid, pp. 20 - 23.

<sup>๒</sup> Ibid, p. 49.

<sup>๓</sup> J.R. Shannon, "Percentage of Returns of Questionnaire in Reputable Educational Research", Journal of Educational Research A2 (October, 1945) : 139.

<sup>๔</sup> Michael J. Etzel and Bruce J. Walker. "Effects of Alternative Follow Up Procedures on Mail Survey Response Rates", Journal of Applied Psychology 59 (April, 1974), : 219.

จะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้นั้น ควรจะได้รับสอบถามกลับคืน มากกว่า ๔๐% ของจำนวนที่ส่งไป<sup>๑</sup> แต่การที่จะได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาในอัตราที่สูงเช่นนั้น เป็นสิ่งทำได้ยากต้องใช้ยุทธวิธีหลาย ๆ อย่างประกอบกัน ในต่างประเทศมีงานวิจัยจำนวนมากที่ทำขึ้นมาเพื่อแสวงหาวิธีการหรือเทคนิคที่จะกระตุ้นให้อัตราการตอบของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์สูงขึ้น ซึ่งพอจะจำแนกวิธีการหรือเทคนิคดังกล่าวออกเป็น ๓ ลักษณะ ตามช่วงเวลาปฏิบัติ วิธีการหรือเทคนิคนั้น ๆ ได้แก่ ช่วง ก่อนส่งแบบสอบถาม ช่วงระหว่างการสร้างและส่งแบบสอบถาม และช่วงการติดตามแบบสอบถาม<sup>๒</sup>

๑. วิธีการที่ใช้ในช่วงก่อนส่งแบบสอบถาม วิธีการที่นิยมปฏิบัติกันก็คือ การแจ้งให้ผู้ตอบทราบเป็นการล่วงหน้า (Preliminary Notification) ซึ่งอาจทำได้โดยการ ใช้จดหมาย หรือ โทรศัพท์ โดยบอกให้ทราบถึงหัวข้อที่จะทำการวิจัยและชื่อผู้วิจัย เพื่อเป็นการขอความร่วมมือไว้วางหน้า วิธีการดังกล่าวนี้จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบได้ ๔% - ๒๓% โดยการใช้โทรศัพท์มีอัตราการตอบสูงกว่าการใช้จดหมาย<sup>๓</sup>

๒. เทคนิคที่ใช้ในระหว่างการสร้างแบบสอบถาม และส่งแบบสอบถาม (concurrent techniques) เทคนิคต่าง ๆ ที่นิยมใช้ในระหว่างการสร้างแบบสอบถาม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้อัตราการตอบสูงขึ้น ได้แก่ การกำหนดความยาวให้พอเหมาะ ไม่ยาวเกินไป การเลือกใช้สีที่สวยงาม การเลือกใช้กระดาษชนิดดี การจัดแบบฟอร์มที่สะดวกต่อการตอบ การทำจดหมายนำ การกำหนดวันส่ง การให้คำมั่นสัญญาว่าจะรักษาคำตอบให้เป็นความลับ และการให้ค่าตอบแทน ส่วนวิธี

<sup>๑</sup> อ้างถึงใน อรุณพร ทองอุไทย, แบบสอบถาม : การสร้างและการใช้, หน้า ๒๖.

<sup>๒</sup> Leslie Kanuk and Conrad Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review", Journal of Marketing Research 12 (November, 1975) : 441.

<sup>๓</sup> Michael J. Etzel and Bruce J. Walker, "Effects of Alternative Follow - up Procedures on Mail Survey Response Rates", Journal of Applied Psychology, : 219.

การที่ปฏิบัติในช่วงส่งแบบสอบถาม ได้แก่ การส่งทางไปรษณีย์แบบธรรมดา ไปรษณีย์อากาศ ลงทะเบียน หรือ แบบพิเศษ จากผลการวิจัยที่ทดลองเปรียบเทียบวิธีการส่งแบบต่าง ๆ พบว่า วิธีการส่งที่ต้องเสีย ค่าธรรมเนียมแพง มีแนวโน้มที่จะได้รับอัตราการตอบสูงกว่า<sup>๑</sup>

๓. เทคนิคที่ใช้ในช่วงการติดตามแบบสอบถาม (follow - up techniques) โดยทั่วไปการติดตามแบบสอบถาม มักจะเริ่มดำเนินการเมื่อครบกำหนดวันส่งแล้ว ปรากฏว่ายังมีผู้ตอบจำนวนหนึ่ง ไม่ส่งแบบสอบถามกลับคืนมา การติดตามนี้มีจุดประสงค์เพื่อเป็นการกระตุ้นเตือนหรือขอร้องให้ผู้ตอบ ตอบแบบสอบถาม และส่งกลับคืนอีกครั้งหนึ่ง การติดตามแบบสอบถามนี้ ถือว่าเป็นวิธีการเพิ่มอัตราการตอบได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด<sup>๒</sup> เทคนิคการติดตามที่นิยมใช้ได้แก่ การเคาะด้วยโทรศัพท์ ส่งไปสการ์ด จดหมาย หรือโทรเลข แต่อาจจะมีการพลิกแพลงให้แปลกออกไป เช่น ส่งนิทานที่มีข้อสรุป ที่ทำให้ผู้ตอบเกิดความรับผิดชอบที่จะตอบและส่งแบบสอบถามกลับคืน หรือส่งการ์ดรูปตลก ที่สื่อความหมายถึงการติดตามแบบสอบถาม ส่วนการที่จะเลือกใช้เทคนิคใดนั้นขึ้นอยู่กับ วิจารณ์ญาณของผู้วิจัย โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง และอาจจะใช้หลาย ๆ เทคนิค สลับกันไปได้<sup>๓</sup>

✓ การกระตุ้นให้อัตราการตอบแบบสอบถามสูงขึ้น โดยใช้กระดาษสี

จากหนังสือหรือบทความที่เขียนเกี่ยวกับวิธีการสร้างแบบสอบถาม มักจะให้คำแนะนำในชั้น การพิมพ์แบบสอบถาม ฉบับจริงที่จะส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างไว้ว่า การสร้างแบบสอบถามที่ใช้วัสดุอย่างคิ

<sup>๑</sup>Kanuk and Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review", Journal of Marketing Research, : 444.

<sup>๒</sup>Douglas R. Berdie and John F. Anderson, Questionnaire : Design and Use. p. 67.

<sup>๓</sup>Ibid, pp. 67 - 69.

มีสีเขียวสะอาด ตลอดจนระบบการพิมพ์ที่ดี จะเป็นสิ่งประทับใจผู้ตอบ และทำให้ผู้ตอบตระหนักถึงคุณค่าของแบบสอบถามอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งจะเป็นผลทำให้อัตราการตอบกลับสูงขึ้นกว่าอัตราการตอบของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นอย่างไม่พิถีพิถัน<sup>๑</sup> ดักลาส อาร์ เบอร์ดี และ จอห์น เอฟ แอนเดอร์สัน (Douglas R. Berdie and John F. Anderson) ให้ข้อเสนอแนะในการเลือกใช้สีของการกระดาษที่จะนำมาพิมพ์แบบสอบถามว่า "อย่าถือเป็นเรื่องเป็นธรรมเนียมว่าต้องใช้เฉพาะกระดาษสีขาว และหมึกสีดำเท่านั้น ควรทำให้แบบสอบถามมีสีเขียว สะอาดตา ขวนให้ตอบโดยการใช้กระดาษสีต่าง ๆ และหมึกสีอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สีดำ ถึงแม้จะต้องเพิ่มรายได้อีกบ้าง แต่ควรระมัดระวังในการเลือกสีให้เหมาะกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกใช้สีที่ไม่ขัดต่อความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างหรือไม่สอดคล้องกับเนื้อเรื่องที่ถาม เช่น ไม่ควรใช้กระดาษสีชมพู ซึ่งเป็นสีที่อ่อนหวาน นุ่มนวล สำหรับแบบสอบถาม เกี่ยวกับสิทธิของสตรี เป็นต้น"<sup>๒</sup>

โปรเฟสเซอร์ อีสวูด (Eastwood) แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ได้ทำการทดลองใช้แบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีต่าง ๆ ผลปรากฏว่าแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีเหลือง ได้รับการตอบกลับมากที่สุด รองลงมาคือกระดาษสีชมพู และเขาได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า แบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยสีเข้ม จะทำให้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนน้อยกว่า แบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีอ่อน<sup>๓</sup>

เจ ที กัลลาฮอร์น และ เจ เอฟ กัลลาฮอร์น (J.T. Gullahorn and J.F. Gullakorn) ได้เปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีเขียวและสีขาวโดยส่ง

<sup>๑</sup>Kanuk and Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review" Journal of Marketing Research, : 446.

<sup>๒</sup>Berdie and Anderson, Questionnaire : Design and Use, pp. 56 - 57.

<sup>๓</sup>R.P. Eastwood, "Sales Control By Quantitative Methods" (Columbia : Columbia University Press, 1940), pp. 280 - 293, quoted in Robinson and Agisim "Making Mail Surveys More Reliable," The Journal of Marketing Research 15 (1951) : 419.

แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานต้อนรับจำนวนหนึ่ง พบว่าแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีเขียวมีอัตราการตอบสูงกว่า แบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีขาวเล็กน้อย (๕๑% และ ๔๘% ตามลำดับ) และเป็นความแตกต่างที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ<sup>๑</sup>

เบนเดอร์ (Bender D.H.) และดันแลบ (Dunlap) ได้ทดลองใช้แบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีขาว น้ำเงิน เหลือง ชมพู เขียว และส้ม โดยทำในรูปของการโฆษณาสินค้า ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามสีต่าง ๆ ดังกล่าวไม่แตกต่างกัน<sup>๒</sup>

ส่วน มิเชล ที แมททีสัน (Michael T. Matteson) ได้ทำการศึกษาผลของการใช้จดหมายแบบเป็นกันเอง กับแบบเป็นทางการ และแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีชมพู กับสีขาว กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกขององค์การวิชาชีพ จำนวน ๒,๑๒๓ คน ปรากฏว่ากลุ่มที่ได้รับจดหมายนำแบบเป็นกันเอง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่สูงกว่ากลุ่มที่ได้รับจดหมายนำแบบเป็นทางการอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาตามสีของแบบสอบถามแล้วพบว่า ในกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับจดหมายนำแบบเป็นทางการ ได้รับแบบสอบถามสีชมพู กลับคืนมากกว่าแบบสอบถามสีขาว อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนกลุ่มที่ได้รับจดหมาย

---

<sup>๑</sup>John T. Gullahorn and Jeanne F. Gullahorn "Increasing Returns From Nonrespondent" Public Opinion Quarterly 23 (1975) : 119 - 121, quoted in Kanuk and Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review," Journal of Marketing Research. : 447.

<sup>๒</sup>D.H. Bender, "Colored Stationary in Direct-Mail Advertising," Journal of Applied Psychology 41 (February, 1967) : 161 - 164, and J.W. Dunlap, "The Effect of Color in Direct Mail Advertising, Journal of Applied Psychology 34 (April, 1950) : 280 - 281, quoted in Linsky." Stimulating Responses to Mailed Questionnaires : A Review, Public Opinion Quarterly 39 (Spring, 1975) : 83 - 99.

นำแบบเป็นกัน เองนั้น อัตราการตอบของแบบสอบถามทั้ง ๒ สี ไม่แตกต่างกัน<sup>๑</sup>

จากผลการวิจัยดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ยังไม่สามารถสรุปได้ว่า สีของแบบสอบถามจะ  
ช่วยกระตุ้นอัตราการตอบให้สูงขึ้นได้จริง

การกระตุ้นให้อัตราการตอบแบบสอบถามสูงขึ้นโดยการกำหนดความยาวของแบบสอบถาม

มักจะเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า แบบสอบถามที่มีขนาดสั้นหรือมีคำถามน้อยข้อ จะทำให้  
ได้รับแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่สูงกว่าแบบสอบถามที่มีขนาดยาวหรือคำถามมากข้อ ทั้งนี้เนื่องจาก  
แบบสอบถามที่มีขนาดสั้นต้องการเวลาในการตอบน้อยกว่า ผู้ตอบจึงมักจะเต็มใจตอบและเต็มใจส่ง  
กลับคืน ไม่ถือว่าเป็นการรบกวนมาก<sup>๒</sup> จอห์น ดับบลิว เบสท์ (John W. Best) กล่าวว่า "แบบ  
สอบถามที่ดี ควรจะมีขนาดสั้นที่สุด เท่าที่จะสามารถครอบคลุมประเด็นที่สำคัญได้ทั้งหมด แบบสอบถาม  
ที่ยาว ๆ มักจะถูกโยนลงตะกร้าขยะไป"<sup>๓</sup> อุทุมพร ทองอุไทย ให้คำแนะนำในการสร้างแบบสอบ  
ถามไว้ว่า ตัวประกอบที่มีความสำคัญต่ออัตราการตอบกลับของแบบสอบถามประการหนึ่ง ก็คือ ความ  
ยาวของแบบสอบถาม ในการสร้างแบบสอบถามไม่ควรสร้างให้ยาวมากนัก<sup>๔</sup>

---

<sup>๑</sup>Matteson, M.T. "Type of Transmittal Letter and Questionnaire Color as Two Variables Influencing Response Rates in a Mail Survey"  
Journal of Applied Psychology 59 (August, 1974), : 535 - 536.

<sup>๒</sup>Kanuk and Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review", Journal of Marketing Research : 441.

<sup>๓</sup>John W. Best, Research in Education, p. 166.

<sup>๔</sup>อุทุมพร ทองอุไทย, แบบสอบถาม : การสร้างและการใช้ หน้า. ๒๖.

ในต่างประเทศ ได้มีผู้วิจัยหลายท่าน พยายามศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามขนาดสั้น และขนาดยาว อาทิเช่น จากการศึกษาของ สก็อต (scott) ปรากฏว่า ไม่พบความแตกต่างระหว่างระหว่างอัตราการตอบของแบบสอบถามขนาดสั้นและขนาดยาว<sup>๑</sup> (๙๐.๕% และ ๘๙.๖%) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นพลเมืองชาวอังกฤษ จำนวน ๔,๕๓๖ คน<sup>๒</sup> เช่นเดียวกับ สเตตโต (Stetto) ที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ยาว ๑๐ หน้า ๒๕ หน้า และ ๓๕ หน้า (รวมแบบสอบถาม ๑๐ หน้า และ ๒๕ หน้าเข้าด้วยกัน) ซึ่งมีอัตราการตอบกลับเป็น ๖๘%, ๖๐% และ ๖๓% ตามลำดับ การวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย จำนวน ๓๐๐ คน<sup>๓</sup>

จากผลการวิจัยของ สแตนตัน (Stanton) ซึ่งได้ทดลองส่งแบบสอบถามขนาดสั้นที่มีคำถามเพียง ๑ ข้อ โดยส่งเป็นไปรษณีย์บัตร กับแบบสอบถามขนาดยาว ๓ หน้า ไปให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู จำนวน ๑๑,๑๖๙ คน ผลปรากฏว่า แบบสอบถามที่มีข้อความเพียง ๑ ข้อ<sup>๔</sup> นั้น มีอัตราการตอบกลับ  
หน้า

<sup>๑</sup>ไม่มีรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนหน้าของแบบสอบถาม

<sup>๒</sup>Christopher, Scott, "Research on Mail Surveys", Journal of the Royal Statistical Society, 124, Series A (1961) pp. 143 - 149, quoted in Kanuk and Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review," Journal of Marketing Research, : 442.

<sup>๓</sup>Raymond F., Stetto, "Pretesting of Questionnaires", American Sociological Review, 5 (April 1940), pp. 193 - 200. quoted in Kanuk and Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review", Journal of Marketing Research, : 442.

สูงกว่า แบบสอบถามที่ยาว ๓ หน้า อย่างมีนัยสำคัญ (๕๐.๒% และ ๒๘.๓%)<sup>๑</sup>

คลาวเซน และฟอร์ด (Clausen and Ford) ได้ทดลองเพิ่มข้อความจำนวน ๑ - ๒ หน้า เข้าไปในแบบสอบถามชุดเดิมที่มีอยู่แล้ว ๓ - ๖ หน้า ผลปรากฏว่าอัตราการตอบ ของแบบสอบถามทั้งแบบเดิม และแบบที่เพิ่มจำนวนหน้าเข้าไปอีกไม่แตกต่างกัน แต่เขาได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ถ้าเพิ่มข้อความที่น่าสนใจ ลงไปในแบบสอบถามชุดเดิมที่ไม่น่าสนใจแล้ว อัตราการตอบของแบบสอบถามชุดใหม่จะสูงขึ้นกว่าอัตราการตอบของชุดเดิม<sup>๒</sup>

ในปี ๑๙๗๓ ดักลาส อาร์ เบอร์ดี (Douglas R. Berdie) ได้ทดลองใช้แบบสอบถามที่ยาว ๑ หน้า ๒ หน้า และ ๔ หน้า โดยมีการควบคุมเนื้อหาของแบบสอบถามทั้ง ๓ ขนาด ให้มีโครงสร้างอย่างเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้เป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัย จำนวน ๓๖๐ คน ผลปรากฏว่า อัตราการตอบของแบบสอบถามเป็น ๖๔%, ๕๖%, และ ๔๒% ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นว่าแบบสอบถามที่สั้นกว่า มีแนวโน้มที่จะมีอัตราการตอบสูงกว่า แต่จากการทดสอบด้วยไคว์สแควร์พบว่าความยาวของแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราการตอบของแบบสอบถาม<sup>๓</sup>

ต่อมาในปี ๑๙๗๕ แจ็กดิช เอ็น เช็ท และ เอ มาร์วิน รอสโค (Jagdish N. Sheth and A Marvin Roscoe) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลของความยาวของแบบสอบถาม วิธีการติดตาม

<sup>๑</sup>Frank, Stanfon, "Note on the Validity of Mail Surveys," Journal of Applied Psychology 23 (February, 1939), : 95 - 104.

<sup>๒</sup>John A., Clausen, and Robert N. Ford, "Controlling Bias in Mail Questionnaires," Journal of the American Statistical Associatives, 42. (September, 1947) : 497 - 511.

<sup>๓</sup>Douglas R. Berdie, "Questionnaire Length and Response Rate," Journal of Applied Psychology 58 (April, 1973) : 278 - 280.



และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ที่มีต่ออัตราการตอบของแบบสอบถาม และเขาได้สรุปผลการวิจัยไว้ดังนี้

๑. ไม่พบความแตกต่างระหว่างอัตราการตอบของแบบสอบถามขนาดสั้น และขนาดยาว
๒. การติดตามด้วยโทรศัพท์ และส่งแบบสอบถามไปให้ใหม่อีก ๑ ชุด มีอัตราการตอบสูงกว่าการติดตามโดยการโทรศัพท์ไปสัมภาษณ์คำตอบแต่อย่างเดียว
๓. กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน มีอัตราการตอบต่างกัน<sup>๑</sup>

จากผลการวิจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นว่ายังไม่สามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามขนาดสั้น มีอัตราการตอบสูงกว่าแบบสอบถามขนาดยาว นอกจากนั้นผลการวิจัยของ สก็อต (Scott) และสแตนตัน (Stanton) ตลอดจนคลาวเซน (Clausen) ไม่ได้รับรายงานรายละเอียดในการสร้างแบบสอบถามว่าได้มีการควบคุมเนื้อหาหรือไม่ ส่วนการวิจัยของ แจ็กชีช เอ็น ซีท และ เอ มาร์วิน รอสโค (Jagdish N. Sheth and A Marvin Roscoe) นั้น ไม่ได้ควบคุมเนื้อหาของแบบสอบถามทั้ง ๒ ขนาดให้เป็นเรื่องเดียวกันโดยตลอด ผลการวิจัยจึงสรุปได้ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้ เพราะความแตกต่างของเนื้อหาของแบบสอบถาม อาจมีผลต่อการที่จะตอบหรือไม่ตอบแบบสอบถามก็ได้ สำหรับการวิจัยของ ดักลาส อาร์ เบอร์ดี ซึ่งได้มีการควบคุมเนื้อหาของแบบสอบถามเป็นอย่างดี แต่ก็มีข้อวิจารณ์ว่าความยาว ๑ หน้า, ๒ หน้า และ ๔หน้านั้น เป็นความยาวที่ใกล้เคียงกันมาก ผลการวิจัยจึงไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

การกระตุ้นอัตราการตอบแบบสอบถามสูงขึ้นโดยใช้เทคนิคการติดตาม (Follow - Up Techniques)

การติดตามแบบสอบถาม เป็นวิธีการกระตุ้นให้อัตราการตอบสูงขึ้นอย่างได้ผลที่สุดเท่าที่ได้ค้นพบมา<sup>๒</sup> การวิจัยที่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่สูงมาก ๆ มักจะมีการติดตามหลายครั้ง เช่น

<sup>๑</sup>Jagdish N. Sheth and A. Marvin Roscoe, Jr., "Impact of Questionnaire Length, Follow - Up Methods, and Geographical Location on Response Rate to a Mail Survey," Journal of Applied Psychology 60 (2, 1975), : 252 - 254.

<sup>๒</sup>Kanuk and Berenson, "Mail Surveys and Response Rates : A Literature Review" Journal of Marketing Research : 441.

ลีไวน์ และกอร์ดอน (Levine and Gordon) ได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบ ๑๐๐% ภายหลังจากการติดตามครั้งที่ ๓ ซัทซ์แมน และ แมค แคนด์เลส (Suchman and Mc Candless) ได้รับแบบสอบถามกลับคืน ๔๕.๑% ภายหลังจากการติดตามครั้งที่ ๓ และเมื่อศึกษาซ้ำอีกครั้งหนึ่งพบว่า ได้รับแบบสอบถามกลับคืน ๙๖.๕% ภายหลังจากการติดตามครั้งที่ ๒ นอกจากนี้ สก๊อต (Scott) ยังรายงานว่า จากการวิจัย ๒ ครั้ง ของเขาได้รับแบบสอบถามกลับคืน ๔๕.๖% และ ๙๓.๒% โดยมีการติดตาม ๒ ครั้ง<sup>๑</sup>

การวิจัยที่ส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ โดยไม่มีการติดตามมักจะได้รับแบบสอบถามกลับมาในอัตรา ๒๐% - ๖๕% เท่านั้น ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำจนไม่เพียงพอที่จะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้<sup>๒</sup> ดังนั้นการติดตามแบบสอบถามจึงเป็นขั้นตอนที่จำเป็นขั้นหนึ่งของการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยจะต้องพยายามวางแผนในการติดตามอย่างรัดกุม โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และยืนยันที่จะติดตามหลาย ๆ ครั้ง พยายามทำให้ผู้ตอบตระหนักดีว่า ผู้วิจัยยังไม่ได้รับแบบสอบถามจากเขาและคำตอบนั้นเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นที่ต้องการอย่างยิ่งของผู้วิจัย การติดตามแบบสอบถามควรยึดหลักดังต่อไปนี้

๑. พยายามหลีกเลี่ยงการบังคับผู้ตอบโดยติดตามผ่านไปทางผู้บังคับบัญชาของผู้ตอบ เพราะอาจทำให้ผู้ตอบตอบอย่างไม่เต็มใจ ซึ่งจะมีผลต่อความตรงของข้อมูล
๒. แจ้งให้ผู้ตอบทราบว่า ในกรณีที่มีปัญหาในการตอบหรือต้องการแบบสอบถามชุดใหม่ จะติดต่อใคร ที่ไหน เวลาใด
๓. การทำจดหมายติดตาม ควรทำอย่างประณีต
๔. เพื่อความประหยัดควรส่งแบบสอบถามชุดใหม่ ไปให้ผู้ตอบในการติดตาม ครั้งที่ ๒
๕. การกำหนดช่วงเวลาของการติดตามแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับบริวารณญาณของผู้วิจัย<sup>๓</sup>

<sup>๑</sup>Ibid, : 441.

<sup>๒</sup>Berdie and Anderson, Questionnaire : Design and Use, p. 67.

<sup>๓</sup>Ibid, pp. 67 - 69.

วิธีการติดตามแบบต่าง ๆ

การติดตามแบบสอบถามอาจทำได้โดยการเดิน ขอร้อง หรือวิ่งวอน ให้ผู้ตอบตอบโดยใช้เทคนิคต่อไปนี้ เป็นสื่อ

๑. โทรศัพท์
๒. ไปรษณียบัตร
๓. จดหมายแบบราชการ หรือแบบเป็นกันเอง
๔. โทรเลข
๕. การ์ดแบบตลก ๆ หรือแปลก ๆ
๖. เทคนิคอื่น ๆ เช่น ส่งจดหมายพร้อมทั้งเล่านิทานประกอบ เพื่อให้ผู้ตอบเกิดความรับผิดชอบที่จะตอบแบบสอบถาม เป็นต้น<sup>๑</sup>

อนึ่งผู้วิจัยอาจใช้วิธีการติดตามหลาย ๆ วิธีประกอบกันก็ได้ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซาก เช่น การติดตามครั้งที่ ๑ อาจใช้จดหมาย การติดตามครั้งที่ ๒ ใช้การ์ด และการติดตามครั้งที่ ๓ ใช้โทรศัพท์ เป็นต้น

มีนักวิจัยหลายท่าน ได้ทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของวิธีการติดตามต่าง ๆ อาทิเช่น สเลตโต (Sletto) ได้เปรียบเทียบผลของการติดตามแบบสอบถามด้วยไปรษณียบัตร กับ จดหมาย ปรากฏผลว่า อัตราการตอบของวิธีการทั้ง ๒ แบบเท่ากันคือ ๒๔%<sup>๒</sup>

นิโคลส์ และ เมเยอร์ (Nichols and Meyer) ได้ทดลองติดตามแบบสอบถามโดยใช้ไปรษณียบัตร เปรียบเทียบกับกลุ่มที่ไม่ได้รับการติดตาม ปรากฏว่ากลุ่มที่ได้รับการติดตามด้วยไปรษณียบัตร

<sup>๑</sup>Ibid.

<sup>๒</sup>Raymond F. Sletto, "Pretest of Questionnaires" Quoted in Linsky, "Stimulating to Mailed Questionnaires : A Review", Public Opinion Quarterly 34 (Spring, 1975) : 86.

ตอบกลับมาเพียง ๓๗%<sup>๑</sup>

วัตสัน (Watson) ได้ทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามโดยการใช้วิธีติดตาม ๓ แบบ คือ ใช้จดหมาย ไปรษณียบัตร และไม่ใช้อะไรเลย ผลปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนในอัตรา ๔๖%, ๓๗%, และ ๓๐% ตามลำดับ<sup>๒</sup>

มิเชล เจ เอทเซล และ บรูส เจ วอล์คเกอร์ (Michael J. Etzel and Bruce J. Walker) ได้เปรียบเทียบผลของวิธีการ ๓ แบบคือ ๑. ไม่มีการติดตาม ๒. ติดตามด้วยจดหมาย พร้อมด้วยแบบสอบถามอีก ๑ ชุด ๓. ติดตามด้วยจดหมายอย่างเดียว โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๗๐๐ คน แบบสอบถามที่ใช้ยาว ๔ หน้า ใช้เวลาตอบประมาณ ๑๕ นาที และมีการติดตามเพียงครั้งเดียว ผลปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับการติดตาม มีอัตราการตอบ ๓๔.๕% กลุ่มที่ติดตามด้วยจดหมายพร้อมทั้งแบบสอบถามอีก ๑ ชุด มีอัตราการตอบ ๔๖.๕% และกลุ่มที่ได้รับจดหมายอย่างเดียว มีอัตราการตอบ ๔๕.๐% เมื่อทดลองความแตกต่างด้วยไคส์แควร์แล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการติดตามทั้ง ๒ แบบ มีอัตราการตอบสูงกว่า กลุ่มที่ไม่ได้รับการติดตามอย่างมีนัยสำคัญ (P. < .001) แต่ระหว่างกลุ่มที่ได้รับการติดตามทั้ง ๒ แบบไม่แตกต่างกัน ดังนั้น มิเชล และ บรูส จึงให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ควรมีการติดตามแบบสอบถาม เพราะการติดตามทำให้อัตราการตอบสูงขึ้น

---

<sup>๑</sup>R.C. Nichols and M.A. Meyer, "Timing Postcard Follow - Ups in Mail Questionnaire Surveys," Public Opinion Quarterly 30 (1966) : 306 - 307 quoted in Linsky, "Stimulating Responses to Mailed Questionnaires : A Review," Public Opinion Quarterly: 85.

<sup>๒</sup>Watson, "Improving the Response Rate in Mail Research," quoted in Linsky, "Stimulating Responses to Mailed Questionnaires : A Review" Public Opinion Quarterly: 86.

และในการติดตามนั้น เพื่อเป็นการประหยัดไม่ต้องส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบอีกก็ได้<sup>๑</sup>

ดักลาส อาร์ เบอร์ดี้ และ จอห์น เอฟ แอนเดอร์สัน (Douglas R. Berdie and John F. Anderson) ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพของวิธีการติดตามแบบต่าง ๆ โดยศึกษาร่วมไปกับการวิจัยเรื่องงานในหน้าที่ของผู้ช่วยสอน (Graduate Assistants) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือบุคลากรในมหาวิทยาลัยมิชิแกน จำนวน ๓,๖๒๗ คน โดยจำแนกเป็นผู้บริหาร ๒๑๐ คน อาจารย์ที่ทำหน้าที่สอน ๓๔๔ คน ผู้ช่วยสอน ๒๒,๒๔๘ คน และนิสิตปริญญาตรี ๓๔๕ คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งมีข้อความแตกต่างกันออกไปตามกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามภายในกำหนดเวลาของการส่งครั้งแรกทุกคนจะได้รับการติดตามดังนี้

- การติดตามครั้งที่ ๑ ใช้การโทรไปโอสลิน และข้อความที่สุภาพแต่ไม่เป็นทางการ
- การติดตามครั้งที่ ๒ ใช้การโทรไปเรต และข้อความตลก ๆ
- การติดตามครั้งที่ ๓ ใช้การโทรไปหาในช่องที่ว่างเปล่า และข้อความตลก ๆ
- การติดตามครั้งที่ ๔ ใช้จดหมายแบบราชการ
- การติดตามครั้งที่ ๕ ใช้การโทรไปรษณีย์ และข้อความที่สุภาพแต่ไม่เป็นทางการ
- การติดตามครั้งที่ ๖ ใช้จดหมายแจ้งให้ทราบว่า จะมีการจับสลากแบบสอบถามที่ส่งกลับคืน เพื่อให้รางวัล ๒๕ เหรียญ

ผลปรากฏว่า หลังจากการติดตามครั้งที่ ๖ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งสิ้น ๘๘% และพบว่าวิธีการติดตามแบบตลก ๆ มีประสิทธิภาพในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตปริญญาตรี การติดตามแบบสุภาพแต่ไม่เป็นทางการมีประสิทธิภาพในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ช่วยสอน และการติดตามโดยใช้จดหมาย

---

<sup>๑</sup>Michael J. Etzel and Bruce J. Walker, "Effect of Alternative Follow - Up Procedures on Mail Survey Response Rates", Journal of Applied Psychology, : 219 - 220.

ราชการมีประสิทธิภาพในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร<sup>๑</sup>

จากข้อคิดเห็นและผลการวิจัยที่ได้กล่าวมานี้จะเห็นว่าในต่างประเทศ มีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นแนวทางที่จะพัฒนาวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาที่จะแสวงหาเทคนิคการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับลักษณะของคนไทย



ศูนย์วิทยทรัพยากร

---

<sup>๑</sup>Berdie and Anderson, "Effects on Response Rates of Formal and Informal Questionnaire Follow - Up Techniques", Journal of Applied Psychology 58 (April, 1974) : 225 - 257.