

วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดเกี่ยวกับแบบสอบถาม จากหนังสือต่างๆ เอกสาร รายงานการวิจัย และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ โดยมีรายละเอียดซึ่งผู้วิจัยขอเสนอตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1. ความหมาย ประเภท การสร้าง และหลักการของแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2. ทฤษฎีการเรียนรู้เกี่ยวกับแรงจูงใจ
- ตอนที่ 3. ผลงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์โดยใช้เทคนิคเกี่ยวกับการจูงใจ
- ตอนที่ 4. ผลงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์โดยใช้เทคนิคการติดตาม

ตอนที่ 1 ความหมาย ประเภท การสร้าง และหลักการของแบบสอบถาม

ความหมายของแบบสอบถาม

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่นิยมใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างแพร่หลาย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามนั้น นักวิจัยมักจะต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องมีการตอบแบบสอบถามกลับคืนต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ และด้วยสาเหตุที่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาน้อยนี้ย่อมทำให้ผลการวิจัยไม่น่าเชื่อถือเพราะข้อมูลเหล่านั้นขาดความเป็นตัวแทนที่ดี ได้มีผู้ให้ความหมายของ "แบบสอบถาม" ไว้มากมาย ดังเช่น

Horace B. English (1958) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นกลุ่มของคำถามที่สร้างขึ้นมาอย่างปรกติ มีแบบแผนสำหรับให้ตัวอย่างประชากรตอบตามความเป็นจริงของผู้ตอบ ซึ่งข้อความเหล่านั้นจะไม่ใช้ในการทดสอบความสามารถของผู้ตอบ แต่เป็นคำถามที่ถามเพื่อค้นหาข้อเท็จจริง หรือข้อมูลของตัวผู้ตอบเอง โดยผู้วิจัยมุ่งที่จะเก็บข้อมูลประเภทความคิดเห็น หรือข้อเท็จจริงเท่านั้น

Funk and Wagnalls (1963) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถาม คือ

ข้อความที่เขียน หรือพิมพ์เป็นประโยคคำถามหรือประโยคบอกเล่า โดยเรียงลำดับข้อความ เหล่านั้นตามเรื่องราวที่ต้องการศึกษา ซึ่งตัวอย่างประชากรที่จะตอบข้อความนั้นจะต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อรานั้นๆ

H.J. Eysenck Richard Meile Berne and Wilhelm A. Weirzburg (1972) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประเภทหนึ่งประกอบด้วยกลุ่มของข้อความที่มีโครงสร้างที่แน่นอน สิ่งที่ต้องการจากแบบสอบถามคือ คำตอบที่เป็นข้อมูลของตัวผู้ตอบเอง ซึ่งอาจจะเป็นข้อเท็จจริง ลักษณะบุคลิกภาพ ความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้ตอบ โดยให้ผู้ตอบเขียนคำตอบลงในแบบสอบถามด้วยตนเอง

Carter V. Good (1973) ได้ให้คำจำกัดความของแบบสอบถามไว้ว่า แบบสอบถามเป็นรายการของข้อความที่สร้างขึ้นโดยให้มีความสัมพันธ์กับเรื่องที่ต้องการศึกษา และในแบบสอบถามแต่ละชุดจะต้องมีข้อเสนอแนะ หรือคำตอบของแต่ละข้อสำหรับให้ผู้ตอบเลือก

Douglas R. Berdie and John F. Anderson (1974) ได้กล่าวไว้ว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดแบบฟอร์มให้ผู้ตอบเขียนคำตอบด้วยตนเอง

กมล สุตประเสริฐ (2516) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวัดที่มีคำถามและสเกลต่างๆเหมือนกับแบบสัมภาษณ์ ผิดกันแต่ว่าแบบสัมภาษณ์นั้นผู้สัมภาษณ์เป็นผู้เขียนคำตอบเอง ในขณะที่แบบสอบถามผู้ตอบเป็นผู้เขียนคำตอบ แบบสอบถามอาจเป็นได้ทั้งปลายปิดและปลายเปิด

อุทุมพร ทองอุไทย (2520) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบเติมคำตอบเอง ปกติจะมีรายการข้อความหรือคำถามหลายๆ ข้อรวมกัน ในบางครั้งแทนที่จะเป็นข้อความเพียงอย่างเดียว อาจจะมีรูปภาพประกอบด้วยก็ได้เพื่อวัดความคิดเห็นต่างๆ หรือวัดความจริงที่ยังไม่ทราบ

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2527) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นรายการคำถามที่เตรียมไว้เพื่อถามเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และรายการคำถามนี้ส่งให้แก่คนกลุ่มหนึ่งตอบตาม

ความสมัครใจ เราใช้แบบสอบถามมุ่งเก็บข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงซึ่งถือเป็นพฤติกรรมปกติ จากความหมายของแบบสอบถามตามความคิดเห็นของนักวิชาการหลายๆ ท่าน ตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น อาจสรุปได้ว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิจัยประเภทหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยรายการของข้อคำถามที่สร้างขึ้นมาอย่าง มีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน ข้อคำถามดังกล่าวอาจถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็น ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้เขียนคำตอบเองตามความสมัครใจ

ประเภทของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่นิยมใช้กันในปัจจุบันอาจแบ่งได้ตามลักษณะของแบบสอบถามได้ ดังนี้คือ

1. แบ่งตามรูปแบบของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 รูปแบบ (เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์ 2527: 65) คือ

1.1 แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed form) เป็นแบบสอบถามที่จัดเตรียมคำตอบไว้ให้ล่วงหน้าแล้ว ผู้ตอบต้องเลือกคำตอบที่กำหนดให้เท่านั้น แบบสอบถามปลายปิดมี 5 ชนิด (บุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ ,2531) ดังนี้

1.1.1 แบบคำตอบสองคำตอบ (Dichotomous questions) รูปแบบนี้ให้ให้ผู้ตอบเลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ใช่-ไม่ใช่ ถูก-ผิด เป็นต้น

1.1.2 แบบคำถามให้เลือกตอบ (Multiple choice questions) แบบนี้แต่ละคำถามจะมีหลายคำตอบและจำนวนคำตอบไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แล้วแต่สถานการณ์ของคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย แต่ผู้ตอบต้องเลือกหนึ่งคำตอบ

1.1.3 แบบคำถามให้เลือกตอบหลายคำตอบ รูปแบบนี้คล้ายข้อสอบแต่ให้ตอบได้หลายคำตอบ

1.1.4 แบบคำถามให้เลือกตอบตามลำดับ ผู้ตอบต้องตอบคำถามที่กำหนดให้ได้โดยเรียงลำดับคำตอบ

1.1.5 แบบประเมินค่า (Rating scale) รูปแบบนี้คล้ายกับแบบ

019619
019619

คำถามให้เลือกตอบ แต่การให้เลือกนั้นมีลักษณะเปรียบเทียบตามปริมาณที่จัดเรียงไว้ตามลำดับรูปแบบของคำตอบจะมีตั้งแต่ 2 คำตอบ ถึง 15 คำตอบ แต่โดยทั่วไปนิยมเพียง 2 - 7 คำตอบ

1.2 แบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Opened form) เป็นรูปแบบคำถามที่ถามในลักษณะกว้างๆ เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้ตอบอย่างเสรี มักใช้เมื่อต้องการข้อมูลที่ซับซ้อน และนิยมใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามปลายปิด

1.3 แบบสอบถามชนิดรูปภาพ (Pictorial form) เป็นแบบสอบถามที่ใช้รูปภาพเร้าใจให้ผู้ตอบตอบ อาจเป็นคำพูด ข้อความ หรือ รูปภาพก็ได้ มักนิยมใช้กับเด็กหรือผู้ใหญ่ที่มีการศึกษาจำกัด

2. แบ่งตามลักษณะเนื้อหาของแบบสอบถาม อาจแบ่งได้เป็น 3 แบบ (Eysenck and other , 1972) คือ

2.1 แบบสอบถามที่ถามข้อเท็จจริง (Factual questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่มุ่งถามข้อความจริงเกี่ยวกับผู้ตอบ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา เป็นต้น แบบสอบถามชนิดนี้มักจะใช้ร่วมกับแบบสอบถามความคิดเห็น หรือแบบสอบถามบุคลิกภาพ

2.2 แบบสอบถามที่ถามความคิดเห็น (Opinion questionnaire or Pinionaire) เป็นการถามความคิดเห็นของผู้ตอบตามเงื่อนไขที่ตั้งไว้

2.3 แบบสอบถามด้านบุคลิกภาพ (Personality questionnaire) เป็นการถามเกี่ยวกับทัศนคติ ทฤษฎีทางบุคลิกภาพและลักษณะต่างๆที่แสดงออก

โครงสร้างของแบบสอบถาม

วันทนีย์ ชูศิลป์ (2525) ได้กล่าวว่าแบบสอบถามมักจะมีโครงสร้างใหญ่ ๆ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม ในส่วนนี้จะระบุวัตถุประสงค์ของการตอบแบบสอบถาม และตัวอย่างของการตอบแบบสอบถามด้วย

ส่วนที่ 2 สภาพทั่วไป จะเป็นรายละเอียดส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างประชากร ซึ่งมักจะใช้เป็นตัวแปรต้นของสมมุติฐานการวิจัย เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะวัด ซึ่งส่วนนี้จะแบ่งเป็นตอน ๆ อาจจะใช้รูปแบบเดียว หรือ หลายรูปแบบก็ได้

พิตร ทองชั้น (2525) ได้กล่าวถึงโครงสร้างของแบบสอบถาม ไว้ว่า โดยปกติแล้วโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน คือ

1. วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติผู้ตอบ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ถาม (Main body) ซึ่งแบ่งเป็น ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลหลักสำคัญซึ่งเป็นหัวใจของแบบสอบถาม และข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางอ้อมกับประเด็นหลัก
4. ข้อสรุป เป็นการใช้คำถามเพื่อทดสอบความเข้าใจทั้งหมดของผู้ตอบสรุปได้ว่า แบบสอบถามนั้นมีโครงสร้าง ซึ่งแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ ได้แก่ คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม สถานภาพของผู้ตอบ และข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ในแต่ละส่วนจะมีหัวข้อแยกออกไปตามความเหมาะสม

การสร้างแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยแบบสอบถามที่ใช้นั้นมีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามย่อมมีความถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากขึ้น ในการสร้างแบบสอบถามนักวิจัยจึงจำเป็นต้องใช้ความรู้ และความสามารถเป็นพิเศษ ซึ่งก่อนที่จะถึงขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยจะต้องดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอนของการวิจัยมาแล้วเป็น มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างปราณีตและละเอียดรอบคอบ ตลอดจนได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องที่จะวิจัยนั้นเป็นอย่างดีแล้ว เพื่อสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับการออกแบบไว้อย่างดีจะช่วยเพิ่ม

อัตราการตอบกลับได้อีกทางหนึ่งด้วย (Berdie and Anderson, 1974) สุนชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และ บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ (2521) ได้เสนอแนะวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ดีไว้สรุปเป็นขั้นตอนในการสร้างดังนี้

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหา ผู้สร้างแบบสอบถามจะต้องวิเคราะห์เนื้อหาหรือประเด็นที่จะถามจากหัวข้อที่จะทำการวิจัยอย่างละเอียดเป็นอันดับแรก โดยพยายามแยกเนื้อหาออกเป็นข้อย่อยๆ ให้ละเอียด และทุกข้อจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิเคราะห์เนื้อหานี้อาจทำได้โดยอาศัยประสบการณ์ของผู้สร้างเอง หรือจากการค้นคว้าเอกสารต่างๆ ตลอดจนความคิดของผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นที่ 2 สร้างข้อคำถามและคำตอบ ในการสร้างคำถามและคำตอบสำหรับแต่ละหัวข้อย่อยนั้นจะต้องพิจารณาเลือกใช้รูปแบบที่เหมาะสม สะดวกต่อการตอบ การประมวลผล ตลอดจนการวิเคราะห์

ในการสร้างคำถามและคำตอบของแต่ละข้อย่อยนั้น ได้มีผู้เสนอแนะหลักเกณฑ์ในการสร้างไว้หลายท่าน เช่น

Berdie และ Anderson (1974) ในการสร้างแบบสอบถามนั้น ต้องพิจารณาถึงสิ่งต่อไปนี้

1. ก่อนจะตั้งคำถามใดๆ ต้องแน่ใจว่าผู้ตอบสามารถตอบคำถามที่ถูกต้องได้
2. ต้องแน่ใจว่าผู้ตอบทราบความต้องการข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็น
3. ในแต่ละข้อควรมีคำถามหนึ่งประเด็นเท่านั้น
4. หลีกเลี่ยงการใช้คำคุณศัพท์หรือกริยาวิเศษ เพราะจะทำให้คำถามไม่

ชัดเจน

5. หลีกเลี่ยงคำที่เข้าใจยากหรืออาจเข้าใจไม่ตรงกัน
6. ไม่ใช่คำที่มีความหมายได้หลายทาง
7. หลีกเลี่ยงการใช้คำประเภทที่กระทบกระเทือนความรู้สึกของผู้ตอบ
8. หลีกเลี่ยงการใช้คำปฏิเสธ โดยเฉพาะคำถามประเภทปฏิเสธซ้อนปฏิเสธ

ควรใช้ประโยคคำถามธรรมดา

9. การใช้คำย่อต้องระมัดระวัง ให้เมื่อแน่ใจว่าผู้ตอบทุกคนรู้จักคำย่อนั้น

10. ไม่ควรถามคำถามประเภท ถ้าตอบใช่.....แล้ว เช่น
- ไม่ควรถามว่า "ท่านแต่งงานแล้วใช่หรือไม่"
- () ใช่ () ไม่ใช่
- "ถ้าใช่ แล้วภรรยาหรือสามีของท่านทำงานนอกบ้านหรือไม่"
- () ทำ () ไม่ทำ
- ควรถามว่า "ภรรยาหรือสามีของท่านทำงานนอกบ้านหรือไม่"
- () ทำ () ไม่ทำ () ยังไม่ได้แต่งงาน
11. ถ้าต้องการข่าวสารต่างๆ ไปจากผู้ตอบเป็นการเพิ่มเติมให้ใช้คำถามประเภทปลายเปิด
12. ต้องแน่ใจว่าคำตอบของคำถามทุกข้ออยู่ในประเด็นที่จะวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 3 เรียงลำดับคำถาม เมื่อสร้างคำถามและคำตอบของแต่ละข้อย่อยแล้วผู้สร้างแบบสอบถามจะต้องพิจารณาต่อไปว่า ควรจะเรียงคำถามอย่างไร จึงจะเกิดความสะดวกในการตอบ โดยผู้ตอบสามารถคิดติดต่อกันไปเป็นเรื่อง ๆ โดยราบรื่น ไม่ต้องคิดวกไปวนมาให้เสียเวลาและสับสน

สุวรรณ สุวรรณเวช (2518) ได้เสนอหลักในการเรียงลำดับคำถามไว้ดังนี้

1. คำถามอันดับแรกควรเป็นคำถามที่ชักจูงใจให้ผู้ตอบเกิดความสนใจในปัญหาที่ถาม
2. ควรเริ่มต้นจากคำถามที่ต้องการคำตอบง่าย ๆ ไปสู่คำถามที่ต้องการคำตอบที่ยุ่งยาก ซับซ้อนตามลำดับ
3. ไม่ควรถามเรื่องส่วนตัวในระยะแรก เพราะจะทำให้ผู้ตอบตื่นตระหนกในเรื่องที่ถูกถาม ซึ่งจะทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือในระยะต่อ ๆ ไป
4. คำถามในเรื่องเดียวกันควรอยู่ในลำดับที่ใกล้ ๆ กัน ไม่ควรถามย้อนไปย้อนมาจากเรื่องหนึ่งไปสู่อีกเรื่องหนึ่ง การเปลี่ยนจากเรื่องหนึ่งไปถามอีกเรื่องหนึ่งควรให้เป็นไปตามลำดับของเหตุผล หรือลำดับเวลา ซึ่งจะทำให้ผู้ตอบตอบได้ง่ายขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 เขียนคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม เมื่อสร้างคำถาม คำตอบ และเรียงลำดับคำถามตลอดจนตรวจสอบด้านภาษาแล้ว ผู้สร้างแบบสอบถาม จะต้องคำนึงถึงคำชี้แจง หรือคำอธิบายในการตอบแบบสอบถาม อาจมีตัวอย่างในการตอบประกอบคำชี้แจงด้วย คำชี้แจงนี้ควรจะมีลักษณะเด่น หรือมีความแตกต่างไปจากคำถาม โดยพิมพ์ให้เป็นตัวอักษรใหญ่ หรือสีเข้มกว่าคำถาม (สุวรรณ สุวรรณเวช, 2518)

ขั้นตอนที่ 5 การทำบรรณาธิกรณ (Editing) เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข จนเป็นที่พอใจแล้ว งานต่อไป คือ การทำบรรณาธิกรณ ซึ่งต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาปริสุทธิ, 2531)

1. การจัดวางรูปแบบ (Format) เป็นการพิจารณาตั้งแต่ชนิดของกระดาษ ชนิดของตัวพิมพ์ ระบบการพิมพ์ ตลอดจนการจัดหน้า ในการวางรูปแบบนั้น ควรจะได้คำนึงถึงความต้องการของผู้ตอบเป็นเกณฑ์ และในขณะเดียวกันก็ควรมีลักษณะโน้มน้าวใจให้อยากตอบด้วย

2. ตรวจสอบเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำ ประโยค การเรียงลำดับประโยค รวมทั้งสะกดตัวการันต์ให้ถูกต้อง

3. การจัดทำจดหมายนำ และแนะนำในการตอบแบบสอบถาม การทำจดหมายนำนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งจะต้องจัดทำไว้ให้เรียบร้อย เพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจจุดมุ่งหมายของการตอบคำถามนั้นๆ ว่าต้องการอะไร จดหมายนำนี้นับว่าเป็นส่วนสำคัญมากที่จะทำให้เราได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาน้อยเพียงใด โดยปกติจดหมายนำจะมีสาระสำคัญ ดังนี้

3.1 แจ้งให้ทราบถึง ชื่อโครงการวิจัย ผู้ดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ ขอบเขต ระยะเวลา วิธีการ และประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อโครงการนั้นสำเร็จ ตลอดจนชี้แจงให้ทราบถึงเหตุผลที่ส่งแบบสอบถามมาให้ตอบโดยเฉพาะอย่างยิ่งควรเน้นความสำคัญในทำนองที่ว่า ผลสำเร็จของการวิจัยนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือในการตอบของท่าน

3.2 คำมั่นสัญญาว่าคำตอบที่ส่งมาจะถือว่าเป็นความลับจะไม่มีการเปิดเผย



ว่าเป็นคำตอบของผู้ใด

3.3 คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

ขั้นที่ 6 การทดลองใช้ (Try - out) เมื่อจัดทำแบบสอบถามเป็นชุดเรียบร้อยแล้วก่อนที่จะนำไปใช้จริงจะต้องนำไปทดลองใช้เสียก่อน โดยส่งแบบสอบถามนั้นไปให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่จะใช้ศึกษาจำนวนหนึ่ง ซึ่งเหมาะสมกับเวลาและโอกาส แล้วนำผลการตอบนั้นมาพิจารณาเกี่ยวกับความเข้าใจคำถาม การแปลความหมายของข้อความ วิธีการตอบ ความชัดเจนของคำชี้แจง ปฏิกริยาที่มีต่อคำถาม กระบวนการตอบ เป็นต้น โดยพิจารณาว่าผู้ตอบเข้าใจคำถามและตอบตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่เพียงพอ การเลือกคำตอบกระจายกันมากน้อยเพียงใด รวมทั้งนำผลการตอบมาลองวิเคราะห์ตามกระบวนการ และวิธีการทางสถิติที่ต้องการทำวิจัยจริง จะได้ว่าแบบสอบถามนั้นมีข้อเสีย ข้อบกพร่องอะไรบ้าง จะได้แก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง นอกจากนี้ยังจะต้องนำแบบสอบถามนั้นไปวิเคราะห์หาคุณภาพด้วย

เมื่อแบบสอบถามได้รับการแก้ไขข้อบกพร่อง ที่พบหลังจากการทดลองใช้แล้วก็จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับจริงเพื่อนำไปใช้ต่อไป

การส่งแบบสอบถาม

การส่งแบบสอบถามไปถึงกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา โดยทั่วไปทำได้ 2 วิธี คือ การนำไปส่งด้วยตนเอง กับ การส่งทางไปรษณีย์

1. การส่งแบบสอบถามโดยการนำไปส่งด้วยตนเอง (Self - administered questionnaire) วิธีนี้ไม่ค่อยมีปัญหายุ่งยากนัก เพียงแต่ผู้วิจัยหรือเจ้าหน้าที่รวบรวมข้อมูลนำแบบสอบถามไปส่งให้กลุ่มตัวอย่างจนถึงที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาด้วยตนเอง และรอเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเรียบร้อยแล้วกลับคืนในทันทีหลังจากผู้ตอบแบบสอบถามตอบเสร็จสิ้นแล้ว

2. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailed questionnaire) เป็นวิธีที่ประหยัดและสะดวกมาก นิยมทำกันอย่างกว้างขวาง การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

ควรปฏิบัติดังนี้

2.1 กำหนดรหัส (Code) ของแบบสอบถามไว้ทุกชุด เพื่อติดตามในกรณีที่ไม่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนตามกำหนดเวลา

2.2 จำหน่ายซองถึงผู้รับให้ชัดเจน

2.3 เขียน หรือพิมพ์ชื่อที่อยู่ของผู้วิจัย หรือผู้ที่ต้องการให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามกลับคืนอย่างชัดเจน

2.4 ติดแสตมป์ให้สมบูรณ์ทั้งการส่งไป และส่งกลับ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบ (บุญธรรม กิจปริดาปริสัทธ์ , 2531)

การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ อาจทำโดยการพับตัวแบบสอบถามหรือใส่ซองโดยเฉพาะก็ได้ ถ้าใช้วิธีพับส่งไป ก็จะต้องพับให้ส่วนที่มีชื่อผู้รับออกไว้ข้างนอก และชื่อผู้วิจัยไว้ข้างในพร้อมกับติดแสตมป์ด้วย แต่ถ้าใช้วิธีใส่ซอง จะต้องแนบซองที่มีชื่อ ที่อยู่ ของผู้วิจัย ซึ่งติดแสตมป์เรียบร้อยไปให้ผู้ตอบด้วย

ข้อดีและข้อจำกัดของการส่งแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์

(อุทุมพร จามรมาน , 2530)

ข้อดีของการส่งแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์

1. ค่าลงทุนน้อยกว่าการสัมภาษณ์
2. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จะไปถึงมือผู้รับแน่นอนกว่าการออกไปสัมภาษณ์ ซึ่งผู้ตอบอาจจะไม่อยู่บ้าน ไม่ว่างหรือไม่ยินดียินยอมผู้สัมภาษณ์
3. การส่งแบบสอบถามไปให้คนจำนวนมากย่อมสะดวกกว่าการสัมภาษณ์มากนัก
4. แบบสอบถามจะไปถึงมือผู้รับได้ทุกแห่งในโลกที่มีการไปรษณีย์
5. แบบสอบถามที่ดีผู้ตอบจะตอบได้สะดวกใจมากกว่าการสัมภาษณ์
6. ถ้าสร้างแบบสอบถามให้ดีแล้ว การวิเคราะห์ข้อมูลจะทำได้ง่ายกว่าการสัมภาษณ์
7. สามารถควบคุมให้แบบสอบถามถึงมือผู้รับได้ในเวลาที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้

การตอบ (ถ้าตอบทันที) ได้แสดงถึงความคิดเห็นของสภาวะการณ์ในเวลาทีใกล้เคียงกันได้ เป็นการควบคุมการตอบได้แบบหนึ่ง

8. ผู้ตอบต้องตอบข้อความที่เหมือนกันและแบบฟอร์มเดียวกันเป็นการควบคุมสภาวะที่คล้ายกัน ทำให้สรุปผลได้ดีกว่าการสัมภาษณ์

ข้อจำกัดของการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ การใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์มีจุดอ่อนหลายประการ

1. มักได้แบบสอบถามกลับคืนมาจำนวนน้อย ทำให้ได้ข้อสรุปที่ไม่ใกล้เคียงความจริง

2. ความเที่ยง และความตรงของแบบสอบถาม ได้รับการตรวจสอบลำบากจึงมักจะไม่นิยมหา

3. โดยปกติแบบสอบถามควรมีขนาดสั้นกะทัดรัด ดังนั้นจึงมีข้อคำถามได้จำนวนจำกัด

4. คนบางคนมีความลำเอียงต่อการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากได้รับบ่อยเหลือเกิน หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการตอบแบบสอบถามที่ไม่ดีมาก่อน จึงทำให้ไม่อยากตอบ

5. เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ไม่ต้องใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว เหมือนกับการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้ถามและผู้ตอบมีปฏิริยาโต้ตอบกัน แบบสอบถามให้ปฏิริยาโต้ตอบทางเดียว

6. แบบสอบถามใช้ได้เฉพาะบุคคลที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น จึงเป็นการลดจำนวนผู้ตอบลง

7. แบบสอบถามที่ได้รับคืนมานั้น ผู้วิเคราะห์ไม่สามารถทราบได้ว่า ใครเป็นคนตอบแบบสอบถาม

8. ผู้ตอบบางคนที่ไม่เห็นความสำคัญก็อาจโยนแบบสอบถามทิ้งโดยไม่พิจารณาให้รอบคอบ

(Nachmias , David and Nachmias , Chava , 1981) ได้กล่าวถึงข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ ดังนี้

ข้อดี มีดังนี้

1. เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้วิจัยต้องการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีจำนวนมาก และในบริเวณกว้าง
2. เป็นการลดความผิดพลาดที่เกิดจากความลำเอียง อันเนื่องมาจากบุคลิกภาพของผู้สัมภาษณ์
3. ผู้ตอบมีโอกาสได้พิจารณาคำตอบของตนเอง ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องยิ่งขึ้น

ข้อจำกัด มีดังนี้

1. ไม่สามารถที่จะได้ข้อมูลในด้านพฤติกรรมของผู้ตอบ ที่ผู้ถามอาจจะสังเกตได้ และในกรณีที่คำตอบที่ได้ไม่ชัดเจน ผู้วิจัยไม่สามารถซักถามได้
2. ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมการตอบคำถามได้ ในกรณีที่ตอบคำถามได้ไม่ครบทุกข้อ
3. ไม่สามารถใช้กับผู้ตอบที่ไม่รู้หนังสือ
4. ได้แบบสอบถามกลับคืนค่อนข้างต่ำ นับว่าเป็นปัญหาที่สร้างความหนักใจให้กับผู้วิจัยอย่างมาก ซึ่งปัญหานี้ส่วนใหญ่เกิดกับกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีการศึกษาน้อย หรือเกิดจากการย้ายที่อยู่ของผู้ตอบ

เมื่อพิจารณาข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้อีกแล้วข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าแบบสอบถามมีข้อดี หรือข้อได้เปรียบอยู่หลายประการ แต่ในขณะเดียวกันแบบสอบถามก็มีข้อจำกัดและข้อเสียเปรียบไม่น้อยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการได้รับอัตราการตอบกลับต่ำนั้นเป็นข้อเสียเปรียบ

หรือข้อจำกัดที่มีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้เพราะจะมีผลทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากร และยังส่งผลถึงข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย ด้วย กล่าวคือจะทำให้ผลการวิจัยเรื่องนั้นขาดความเชื่อถือได้ (Validity) ดังนั้นการวิจัยที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจึงต้องพิจารณาให้รอบคอบ และต้องพยายามหาวิธีการหรือเทคนิคที่จะช่วยให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงสุดเท่าที่จะมากได้

ตอนที่ 2 ทฤษฎีการเรียนรู้เกี่ยวกับการจูงใจ

ความหมายของการจูงใจ

นักจิตวิทยาถือกันว่า การจูงใจมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้มาก เด็กจะประสบผลสำเร็จหรือไม่เพียงใดส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ การจูงใจในการเรียน บุคคลจะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างมีจุดหมายปลายทางและประสบความสำเร็จเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับ การจูงใจเช่นกัน มีนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ ดังนี้

ปราณี รามสูตร (2528) กล่าวว่า การจูงใจ คือ ภาวะที่อินทรีย์ถูกผลักดันให้แสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดหมายปลายทางที่ต้องการ

กมลรัตน์ หล้าสุรวงศ์ (2528) กล่าวว่า การจูงใจ หมายถึง การกระตุ้นหรือล่อให้เกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ขึ้นด้วยสิ่งเร้าสิ่งใด สิ่งหนึ่ง เช่น การใช้อาหารล่อให้แมวกดคานเปิดประตูออกมาจากกรงเพื่อกินอาหาร เป็นต้น

อารีย์ พันธุ์มณี (2534) กล่าวว่า การจูงใจ หมายถึง การนำปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจมาผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการ ปัจจัยต่างๆ ที่นำมาอาจจะเป็นเครื่องล่อ รางวัล การลงโทษ การทำให้เกิดการตื่นตัว รวมทั้งการทำให้เกิดความคาดหวัง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การจูงใจ เป็นการนำปัจจัยต่างๆ มาเป็นเครื่องล่อทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆ อย่างมีทิศทางตามที่เราต้องการ เพราะฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า

ในการเกิดแรงจูงใจต้องประกอบด้วยองค์ประกอบของการเกิดแรงจูงใจ 2 ส่วนด้วยกัน คือ เครื่องล่อและแรงจูงใจ

ส่วนประกอบของการจูงใจ

การจูงใจประกอบด้วย ส่วนสำคัญ 2 ส่วน (เอนกกุล กริแสง, 2520) คือ

2.1 แรงจูงใจ (Motive) ได้แก่ ความต้องการ ความสนใจ ทักษะนิสัย ลักษณะนิสัย ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในร่างกาย

2.2 สิ่งจูงใจ หรือเครื่องล่อ (Incentive) ได้แก่ สิ่งเร้าต่างๆ ที่อยู่ภายนอกในร่างกาย ซึ่งเป็นตัวกำหนดทิศทางของพฤติกรรม

จากองค์ประกอบของการจูงใจดังกล่าวสามารถทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมบางอย่างออกมา ซึ่งในการที่จะเกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งได้นั้นต้องมีกระบวนการของการเกิดดังนี้

ลำดับขั้นของการจูงใจ

ในการศึกษาเกี่ยวกับการจูงใจ พฤติกรรมโดยทั่วไปนั้น แบ่งลำดับขั้นของการจูงใจ (Motivation sequence) ออกเป็น 4 ขั้นตอน (อารีย์ พันธุ์ณี, 2534) คือ

1. เงื่อนไขปฐมภูมิ (The antecedent condition) เป็นลำดับขั้นต้นอัน ได้แก่ ความต้องการ (need) และสิ่งเร้า (Stimulus)
2. เกิดแรงจูงใจหรือแรงขับในตนเอง (Motive or drive itself) เป็นแรงผลักดัน หรือแรงขับซึ่งก่อให้เกิดกำลัง (energizes) แก่พฤติกรรมของบุคคล โดยการจูงใจ (Motive) หรือ แรงขับ (Drive) เหล่านี้เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมโดยตรง
3. การใช้พฤติกรรมเป็นเครื่องมือ (Instrumental behavior) เป็นสถานะซึ่งบุคคลได้รับการจูงใจอย่างเหมาะสม อันก่อให้เกิดพฤติกรรมตามที่ต้องการ ขึ้นวิธีต่างๆ ของการจูงใจ มีความสำคัญมาก
4. การลดลงของแรงขับ (Drive reduction) เป็นสถานะที่บุคคลบรรลู่ถึงจุดหมายแล้ว แรงขับ หรือการจูงใจนั้นๆ ก็จะลดลงสู่สภาพปกติ

การจูงใจโดยทั่วไปสามารถแบ่งได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับเงื่อนไข (Condition) ที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งว่ายึดตามหลักเกณฑ์ใด ในที่นี้ยึดหลักเกณฑ์ของการแบ่งตามที่มาของแรงจูงใจ และตามเหตุผลเบื้องหลังในการแสดงออกของพฤติกรรม ดังนี้

ประเภทของการจูงใจ

ถ้าแบ่งประเภทของการจูงใจตามที่มาของแรงจูงใจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (กมลรัตน์ หล้าสุรวงศ์ , 2528) คือ

1. แรงจูงใจทางสรีระ (Physiological motive) เป็นแรงจูงใจที่มีติดตัวมาแต่กำเนิด มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งเกิดจากความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ฯลฯ

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นทีหลังจากการเรียนรู้ในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความอบอุ่น การเป็นที่ยอมรับภายในสังคม ฯลฯ

แต่ถ้าแบ่งตามเหตุผลเบื้องหลังในการแสดงออกของพฤติกรรม แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motive) หมายถึง การที่บุคคลมองเห็นคุณค่าของสิ่งที่จะกระทำ และทำกิจกรรมนั้นโดยมีจุดมุ่งหมายอยู่ที่ตัวของกิจกรรมทำเพราะว่าอยากทำ โดยไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนใดๆ นอกจากความพอใจ ความสนใจ หรือความศรัทธา ของตนเองเท่านั้น เช่น การขับรถเล่นด้วยความเพลิดเพลิน เชื่อกันว่าถ้าบุคคลเกิดแรงจูงใจประเภทนี้ จะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีที่สุด และผลของการกระทำจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะบุคคลที่มีการจูงใจภายในจะแสดงพฤติกรรมต่างๆด้วยความพอใจและยินดีในงานของตน

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motive) หมายถึง การที่บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือทำกิจกรรมบางอย่าง โดยมีจุดมุ่งหมายปลายทางอยู่นอกเหนือไปจากกิจกรรม กล่าวคือ บุคคลใช้กิจกรรมนั้นเป็นเครื่องมือไปสู่สิ่งที่ต้องการ เช่น ความก้าวหน้า เกียรติยศ เงินเดือน ปริญญาบัตร รางวัล คำชมเชยต่างๆ เป็นต้น

ในชีวิตประจำวันนั้น คนเราทำกิจกรรมหรือแสดงพฤติกรรมต่างๆ โดยการจูงใจภายนอกเกือบทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตามการจูงใจภายในย่อมเป็นการจูงใจที่ดีที่สุด และมีอิทธิพลต่อกระบวนการเรียนรู้ (Educational process) แต่หากการจูงใจภายในไม่ได้ผลเท่าที่ต้องการ การใช้การจูงใจภายนอกแทน หรือช่วยส่งเสริมก็เป็นการกระทำที่ถูกต้อง นั่นคือ การที่จะใช้การจูงใจภายในให้ได้ผลดีนั้นจำต้องอาศัยการจูงใจภายนอก เช่น การชมเชย การให้รางวัลเป็นสิ่งประกอบ จึงสามารถสรุปได้ว่า การใช้การจูงใจให้ได้ผลนั้นต้องพยายามใช้การจูงใจภายในให้ได้ผลที่สุด โดยมีการจูงใจภายนอกเป็นตัวช่วยเสริมให้บุคคลเกิดพฤติกรรมที่พึงปรารถนาให้มากที่สุด ซึ่งโดยปกติแรงจูงใจที่บุคคลได้รับมีความแรง หรือความเข้มแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของการเสริมแรง ซึ่งการเสริมแรงมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ การเสริมแรงทางบวก และการเสริมแรงทางลบ และนอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความสนใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งจูงใจนั้น ๆ ถ้าบุคคลสนใจย่อมกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ดี ถ้าไม่สนใจย่อมกระทำได้ยากขึ้น (อารีย์ พันธมณี , 2534) ซึ่งทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมแรงที่ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

กฎการเสริมแรง

จากกฎการเรียนรู้ของสกินเนอร์ (1950) (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2534) ซึ่งก็คือ กฎการเสริมแรง มี 2 เรื่อง ได้แก่

1. ตารางกำหนดการเสริมแรง เป็นการใชกฎเกณฑ์บางอย่าง เช่น เวลาหรือพฤติกรรมเป็นตัวกำหนดในการเสริมแรง
2. อัตราการตอบสนอง เป็นการตอบสนองที่เกิดจากการเสริมแรงต่างๆ ซึ่งจะเกิดขึ้นมากน้อย และยาวนานคงทนถาวรเท่าใดย่อมแล้วแต่ตารางกำหนดการเสริมแรงนั้นๆ การเสริมแรงสามารถแบ่งตามเวลาของการเสริมแรงได้ดังนี้

1. การเสริมแรงทันที (Immediately reinforcement) หมายถึง การเสริมแรงให้ทันทีเมื่อเกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ขึ้น
2. การเสริมแรงเป็นครั้งคราว (Partially reinforcement) หมายถึง การเสริมแรงที่ไม่สม่ำเสมอ เสริมแรงบางครั้งที่เกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ สามารถ

แบ่งการเสริมแรงวิธีนี้เป็น 4 วิธี คือ

2.1 การเสริมแรงโดยใช้เวลากำหนดแบบแน่นอน (Fixed interval) เป็นวิธีที่ใช้เวลาที่คงที่กำหนดเป็นมาตรฐานว่าจะให้การเสริมแรงในช่วงเวลาเท่าใด เช่น ทุกๆ 3 นาที หรือทุกๆ 6 นาที เป็นต้น

2.2 การเสริมแรงโดยใช้พฤติกรรมกำหนดแบบแน่นอน (Fixed ratio) เป็นวิธีที่ใช้พฤติกรรมการตอบสนองเป็นเกณฑ์ว่าจะให้มีพฤติกรรมเกิดขึ้นก่อนจึงจะทำการเสริมแรง หรือให้มีพฤติกรรมเกิดกี่ครั้งจึงทำการเสริมแรง

2.3 การเสริมแรง โดยใช้ช่วงเวลาเป็นเกณฑ์ (Variable interval) เป็นวิธีที่กำหนดโดยใช้ช่วงเวลาของการเกิดพฤติกรรมเป็นเกณฑ์ เช่น ถ้านกพิลาปกดคานในช่วงเวลา 2-5 นาที จะทำการเสริมแรง 1 ครั้ง

2.4 การเสริมแรง โดยใช้ช่วงของพฤติกรรมเป็นเกณฑ์ (Variable ratio) เป็นวิธีที่ใช้จำนวนครั้งของการเกิดพฤติกรรมกำหนดเป็นเกณฑ์ เช่น ถ้านกพิลาปกดคานในช่วง 3-5 ครั้ง จะได้รับการเสริมแรง คือให้ถั่วเขียว 1 ครั้ง

จากกฎการเสริมแรงของสกินเนอร์ ซึ่งแบ่งการเสริมแรงเป็น 2 ระยะ คือ การเสริมแรงทันที และการเสริมแรงเป็นครั้งคราวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะใช้ระยะเวลาของการเสริมแรงดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์โดยศึกษาในลักษณะของการเสริมแรงทันที และการเสริมแรงเป็นครั้งคราวแบบการเสริมแรงโดยใช้พฤติกรรมกำหนดแบบแน่นอน (Fixed ratio)

ตอนที่ 3 ผลงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์โดยใช้เทคนิคเกี่ยวกับการจูงใจ

จากการศึกษาผลงานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องกับการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ ซึ่งมีทั้งผลงานหรือบทความทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น Kerlinger (1964) ได้กล่าวว่าอัตราการตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 80 - 90 หรือสูงกว่านี้ก็

เพียงพอแล้ว แต่ผู้วิจัยจะต้องมีความมั่นใจในผลงานของตนเองว่ามีความถูกต้อง ดังนั้นผู้วิจัยที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงต้องให้ความสำคัญต่ออัตราการตอบกลับของแบบสอบถามกลับคืนที่สูงพอสมควร เพื่อจะทำให้ข้อมูลที่ได้รับเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากร และส่งผลต่อข้อค้นพบของการวิจัยให้มีความถูกต้องด้วย จากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้มีนักวิจัยหลายท่าน ทำการศึกษาถึงกลวิธี หรือ องค์ประกอบที่มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงขึ้น เช่น Kanuk and Berenson (1975) ได้พบว่ากลวิธีในการกระตุ้นให้การตอบแบบสอบถามมีอัตราที่สูงขึ้นนั้น มี 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การกระตุ้นในช่วงเวลาที่ใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ คือช่วงเวลาก่อนการส่งแบบสอบถาม ช่วงระหว่างการส่งแบบสอบถาม และช่วงหลังจากส่งแบบสอบถาม

2. การกระตุ้นโดยเทคนิควิธีได้แก่ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน การกำหนดวันส่งกลับ ความยาวของแบบสอบถาม การส่งแบบสอบถามพร้อมจดหมายนำ การติดแสตมป์สำหรับการส่งกลับคืน การปิดบังชื่อผู้ตอบ และการให้สิ่งตอบแทน เป็นต้น

Linskey (1975) ได้กล่าวถึงเทคนิคในการกระตุ้นอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม ซึ่งมี 3 ส่วน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านกลไกและการรับรู้ (Mechanical and perceptual factors) การติดต่อกับผู้ตอบก่อนการส่งแบบสอบถามไปให้ การใช้ไปรษณียบัตรแนบไปพร้อมกับแบบสอบถาม การติดตาม ประเภทของการส่งแบบสอบถาม ความยาวของแบบสอบถาม การพิมพ์หรือการอัดสำเนาของแบบสอบถาม การใช้รหัสและข้อความถามปลายปิดหรือปลายเปิด และสีของกระดาษที่ใช้พิมพ์แบบสอบถาม

2. องค์ประกอบด้านแรงจูงใจทางอ้อม (Broad motivational factors) ซึ่งได้แก่ การสัญญาว่าจะปกปิดชื่อผู้ตอบ ลักษณะของจดหมายนำ สถานที่และความสำคัญของผู้ตอบ สถานภาพทางสังคมของผู้ตอบ หน่วยงานที่สนับสนุน เรื่องที่ศึกษา และการกำหนดวันที่ให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามกลับคืน

3. องค์ประกอบด้านแรงจูงใจทางตรง (Direct motivational factors) ซึ่งได้แก่ การให้รางวัลหรือสิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม การสัญญา



ส่งสิ่งตอบแทนไปให้ในภายหลัง ขนาดของรางวัลที่ให้ ความหมายของรางวัลที่ให้ เป็นต้น
อุทุมพร จามรمان (2530) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์ในการทำให้อัตราการตอบ
แบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่สูงขึ้น ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามที่ส่งคืนไปยังผู้ตอบต้องมีลักษณะน่าสนใจ
2. ลักษณะผู้ตอบที่ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามไปให้ นั้น ถ้าเป็นบุคคลที่มีความรู้ ใน
เรื่องที่ถามแล้ว เขามักจะตอบแบบสอบถามให้
3. ผู้วิจัยต้องอธิบายถึงวิธีการปกปิดข้อมูลของผู้ตอบให้ ไว้เป็นความลับ
4. ในกรณีที่ผู้วิจัยทำการวิจัยของหน่วยราชการ หรือการวิจัยที่เกี่ยวกับราชการ
ควรใช้ชื่อหน่วยราชการเป็นสถานที่ติดต่อ เพื่อให้ผู้ตอบเห็นคุณค่าของการวิจัยทำให้อยากตอบ
มากขึ้น
5. ควรส่งแบบสอบถามไปยังที่ทำงานของผู้ตอบ จะทำให้ได้รับแบบสอบถาม
กลับคืนมากกว่าส่งไปที่บ้าน
6. การกำหนดวันให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามนั้น ควรใช้คำว่า "โปรดส่ง
แบบสอบถามคืนโดยเร็วที่สุด"
7. ควรใส่รหัสไว้ที่แบบสอบถาม ในกรณีที่ใครยังไม่ตอบก็จะได้ติดตามได้ถูกต้อง
8. การวิจัยบางเรื่องจำเป็นต้องมีสิ่งล่อใจ เช่น การให้รางวัลเป็นสิ่งตอบแทน
9. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ควรจะลงทะเบียนเพื่อจะได้ทราบถึงสาเหตุ
ของการไม่ตอบแบบสอบถาม

สำหรับองค์ประกอบที่มีผลต่อการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามนั้น ได้
มีนักวิจัยกล่าวไว้ดังนี้

Kimball (1961) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบที่มีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถาม
นั้นมีทั้งองค์ประกอบที่สามารถควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ ซึ่งมี 7 ประการ ดังนี้

1. ความยาวของแบบสอบถาม
2. ความยากง่ายของแบบสอบถาม
3. ความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อเรื่องที่จะศึกษา

4. การจัดรูปแบบของแบบสอบถามที่น่าสนใจ
5. ความถูกต้องของข้อความคำถาม
6. ธรรมชาติ หรือลักษณะของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม
7. การใช้สิ่งตอบแทนเพื่อกระตุ้น ให้ผู้ตอบต้องการตอบ

ในทำนองเดียวกัน Bailey (1987) ก็ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับคืนของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ ดังนี้ 1) ผู้สนับสนุนการวิจัย 2) ความน่าสนใจของรูปแบบของแบบสอบถาม 3) ความยาวของแบบสอบถาม 4) ลักษณะของจดหมายขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 5) ความสะดวกในการตอบแบบสอบถามและการส่งกลับ 6) การให้สิ่งตอบแทน 7) ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างประชากร 8) ประเภทของการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ 9) ระยะเวลาของสัปดาห์ เดือน หรือปีที่ส่งแบบสอบถาม 10) ลักษณะของการติดตาม

สรุปได้ว่าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่ออัตราของการตอบแบบสอบถามกลับคืนนั้น มีอยู่หลายองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบที่สำคัญ นั้น ๆ ได้แก่ ลักษณะของแบบสอบถาม หรือการกระตุ้นโดยใช้เทคนิควิธีการต่าง ๆ และลักษณะหรือธรรมชาติของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ในต่างประเทศมีผลงานวิจัยและบทความจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์จากการใช้การจูงใจวิธีต่าง ๆ นอกจากนั้นก็มีการวิจัยในประเทศบ้างแต่มีจำนวนค่อนข้างน้อย ได้แบ่งงานวิจัยตามลักษณะของการจูงใจดังนี้

1. งานวิจัยเกี่ยวกับการจูงใจในลักษณะของการให้เงินหรือให้สิ่งของเพื่อเป็นการตอบแทนส่วนตัวแก่ผู้ตอบ ซึ่งแบ่งตามลักษณะของการให้สิ่งจูงใจ ได้แก่

1.1 การจูงใจที่ส่งผลต่อตัวผู้ตอบทันที (การให้สิ่งจูงใจไปพร้อมกับแบบสอบถาม)

มีผลการวิจัยหลายเรื่องที่ทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามกลับคืน โดยวิธีการให้เงินหรือสิ่งของไปพร้อมกับแบบสอบถาม เพื่อเป็นสิ่ง

ตอบแทนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อค้นพบจากการวิจัยมีทั้งที่สอดคล้องและขัดแย้งกัน ดังนี้

Shuttleworth (1931) ได้ทำการทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามระหว่างกลุ่มที่ได้รับรางวัลและไม่ได้รับรางวัล โดยใช้เงินเหรียญเป็นรางวัลตอบแทน พบว่าอัตราการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มทั้งสองแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

R.A. Robinson and Phillip Agisim (1951) กล่าวว่า การให้สิ่งล่อใจจะต้องคำนึงถึงรสนิยมและความสนใจของกลุ่มตัวอย่างประชากรด้วย และจากการวิจัยที่เขาได้ทำในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้่านหนังสือรายสัปดาห์ฉบับหนึ่ง พบว่า การให้เงิน 25 เซนต์ เป็นสิ่งตอบแทน จะทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามเพิ่มขึ้นจาก 60 % เป็น 80 %

Erdos (1957) ได้ทำการเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มทดลองต่างๆ โดยใช้ตัวแปรต่างๆ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และการให้สิ่งล่อใจ ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรต่างๆ ที่เขาเปรียบเทียบนั้นไม่มีผลต่ออัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม นอกจากตัวแปรด้านการให้สิ่งล่อใจเท่านั้น เขาจึงสรุปว่าการให้สิ่งล่อใจจะทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามเพิ่มขึ้น

Kephart และ Bressler (1958) ได้ทำการวิจัยโดยการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินรางวัลโดยตรง ผลปรากฏว่า เมื่อเพิ่มเงินรางวัลก็จะทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามเพิ่มขึ้น และเมื่อให้เงินรางวัล จำนวน 25 เซนต์ จะทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการไม่ให้เงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

FrankeI (1960) ได้ทำการทดลองโดยให้รางวัลซึ่งมีมูลค่าต่างๆ กัน ในการติดตามแบบสอบถามซึ่งส่งทางไปรษณีย์ และยังไม่ได้ตอบกลับ ในการติดตามระยะต่างๆ นี้ การส่งในครั้งแรกเขาส่งเงิน จำนวน 25 เซนต์ ไปพร้อมกับแบบสอบถาม ระยะที่ 2 คือ การติดตามครั้งแรกสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ตอบกลับคืนจากการส่งครั้งแรก เขาส่งเงินให้จำนวน 1 เหรียญอเมริกัน พร้อมกับแบบสอบถามชุดใหม่และจดหมายติดตาม ต่อมาในระยะที่ 3 ซึ่งก็คือการติดตามครั้งที่ 2 เขาส่งเงินให้ 5 เหรียญอเมริกัน พร้อมกับแบบสอบถามและ

จดหมายติดตาม จากการทดลองพบว่า เขาได้รับแบบสอบถามในอัตราที่สูงขึ้น

Orr และ Neyman (1965) ได้ทำการศึกษาถึงวิธีติดตาม เพื่อกระตุ้น อัตราการตอบกลับให้สูงขึ้นในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นสมาชิกโครงการส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษ (Project Talent) จำนวน 1,350 คน ผลการวิจัย พบว่า การใช้เงินจำนวนเล็กน้อยเป็นรางวัลให้พร้อมกับการส่งแบบสอบถามชุดใหม่ในการติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ส่งกลับคืน จะช่วยเพิ่ม อัตราการตอบกลับให้สูงขึ้นได้มาก

Watson (1965) ได้ทำการทดลองส่งสิ่งล่อใจหลายๆ ชนิดให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อเปรียบเทียบว่าการให้สิ่งล่อใจชนิดใดจะทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามสูงที่สุด และได้รายงานว่ประเภทของสิ่งล่อใจที่เหมาะสมที่สุด คือ การให้เงิน 25 เซนต์ ซึ่งจะทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามเพิ่มจาก 30 % เป็น 84 %

Laurent และ Parra (1968) ได้ทำการวิจัยโดยส่งสิ่งล่อใจไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปในครั้งแรก ไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีรายได้ปานกลาง พบว่ากลุ่มที่ได้เงิน 1 เปโซ ตอบกลับมา 48 % และกลุ่มที่ไม่ได้รับเงินตอบกลับมา 12 % สำหรับในกลุ่มที่มีรายได้ระดับสูงนั้น กลุ่มที่ได้รับเงิน 1 เปโซ ตอบกลับมา 39 % และกลุ่มที่ไม่ได้รับเงินตอบกลับมา 21 % ข้อค้นพบดังกล่าวแสดงว่าการให้รางวัลเล็กๆ น้อยๆ แก่กลุ่มตัวอย่างประชากรจะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับได้มาก

Hackler และ Bourgette (1973) ได้ทำการทดลองโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มเท่าๆกัน กลุ่มแรกให้เงิน 1 เหรียญอเมริกันส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปในครั้งแรก ส่วนกลุ่มที่สองไม่ได้ให้เงินและหลังจากส่งแบบสอบถามแล้ว 11 วัน กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่สองที่ยังไม่ตอบแบบสอบถามกลับจะได้รับเงิน 1 เหรียญอเมริกัน ผลปรากฏว่าอัตราการตอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดสูงถึง 95 %

Wiseman (1973) ได้ทำการทดลอง 4 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อการตอบแบบสอบถามกลับคืน ซึ่ง 1 ใน 4 ตัวแปรดังกล่าวนี้ ก็มีตัวแปรที่เกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนเป็นเงินด้วย โดยทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 464 คน ผลการวิจัย พบว่าการให้เงิน 10 เซนต์ เป็นสิ่งตอบแทน ทำให้ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงขึ้น

ร้อยละ 8

ในปีเดียวกันนี้ Doop , Freedman และ Carlsmith (1973) ได้ทำการทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม โดยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 804 คน ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรผู้สนับสนุน (Sponsors) และตัวแปรการให้เงิน 3 ระดับ (0,5 และ 20 เซนต์) มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนในกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในวงการค้า และสำหรับการให้และไม่ให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนนั้น พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มซึ่งได้รับแบบสอบถามที่ผู้สนับสนุนอยู่ในวงการค้า นอกจากนั้นยังพบเหตุผลที่พอจะอธิบายเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม โดยการให้สิ่งตอบแทน ว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับเงินจะมีความรู้สึกว่ามี ความผิด หรือ เป็นบาป (Guilty) ถ้าเขาได้รับเงินแล้วไม่ตอบแบบสอบถามกลับคืน

Schuyler W. Huck และ Edwin M. Gleason (1974) ได้ทำการวิจัยในกลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ในการวิจัยได้ให้สิ่งล่อใจเป็นเงินจำนวน 25 เซนต์ ผลการวิจัยพบว่าจากการส่งครั้งแรก กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจำนวน 25 เซนต์ ตอบกลับมา 78 % ขณะที่กลุ่มที่ไม่ได้รับเงินตอบกลับมา 50 % หลังจากนั้นได้ทำการติดตามครั้งแรกสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ตอบกลับ ผลปรากฏว่ากลุ่มที่ได้รับเงินครั้งแรก (กลุ่มที่ 1) ตอบกลับมา 92 % กลุ่มที่ 2 (ได้รับเงินครั้งแรก) ตอบกลับมา 85 % และกลุ่มที่ 3 และ 4 (ไม่ได้รับเงิน) ตอบกลับมา 65 % ค่าร้อยละของกลุ่มแรกสูงกว่ากลุ่มอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาผลการตอบกลับทั้ง 3 ครั้ง ปรากฏว่าอัตราการตอบแบบสอบถามของกลุ่มที่ 1 - 4 เป็น 94 % , 92 % , 78 % และ 76 % ตามลำดับสรุปได้ว่ากลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 มีอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับกลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 ดังนั้นจึงควรให้รางวัลในครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ดีที่สุด

Malony, quoted in linksy (1975) ได้ทดลองให้สิ่งล่อใจด้วยเงินจำนวน 25 เซนต์ ปรากฏว่าอัตราการตอบกลับจากกลุ่มที่ได้รับเงินรางวัลตอบกลับมา 86% Brown และ Coney (1977) ได้วิจารณ์เกี่ยวกับการให้รางวัลเพื่อเพิ่ม

อัตราการตอบกลับว่า การให้สิ่งล่อใจเป็นรางวัลส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับได้มาก

Pressley และ Tuller (1977) ได้ทดลองเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยศึกษาจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การให้เงินเป็นสิ่งตอบแทน การอธิบายภาพประกอบการ์ตูน และการใช้สีของแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่าง 280 คน ผลการวิจัย พบว่า มีเพียงองค์ประกอบเดียวที่มีผลคือ การให้เงินเป็นสิ่งตอบแทน นอกจากนี้ยังพบว่า การเพิ่มอัตราการตอบของแบบสอบถามกลับคืนนั้น ไม่สอดคล้องกับมูลค่าหรือค่าของเงินที่ให้กับกลุ่มตัวอย่างเลย แต่อาจจะเป็นผลที่เกิดจากผลลัทธิทางด้านจิตวิทยา มากกว่าผลที่เกิดจากมูลค่าของเงินที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ

Hopkins และ Podolak (1983) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษา 2 ตัวแปร ได้แก่ ประเภทของการส่งไปรษณีย์ การให้และไม่ให้สิ่งตอบแทนเป็น เงิน 1 ดอลลาร์ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างประชากร 381 คน ผลการทดลอง พบว่าการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์แบบชั้น 1 ทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการส่งแบบชั้น 2 และพบว่า การให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม (เงิน 1 ดอลลาร์) ทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน

Jon. J. Denton และ Others (1987) ได้ทำการทดลองโดยการให้สิ่งล่อใจที่เป็นเงิน จำนวน 25 เซนต์ เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์กับนักศึกษาครู จำนวน 297 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างตอบกลับมา 125 ราย คิดเป็น 48.3 % เขาสรุปว่า การให้สิ่งล่อใจเป็นเงินจำนวนเล็กน้อย (25 เซนต์) ก็มีได้บังเกิดผลในการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์

Fox , Crask และ Kim (1988) ได้ทำการวิจัยโดยการส่งเคราะหงานวิจัยที่ได้ทำมาก่อนแล้ว จำนวน 30 เรื่อง ที่เกี่ยวกับการจูงใจโดยการให้สิ่งตอบแทนเป็นเงินไปพร้อมกับแบบสอบถาม และพบว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินเพียงเล็กน้อยโดยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม มีผลทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามเพิ่มขึ้น

สุภา ลวกุล (2534) ได้ทดลองทำการเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับ โดยให้สิ่งล่อใจ 2 ชนิด คือ หนังสือการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดลักษณะผู้เรียนโดยส่งไป

พร้อมกับแบบสอบถามในครั้งแรก และวิธีการให้รางวัลโดยการจับฉลากจากรหัสของแบบสอบถามที่ตอบกลับคืน ซึ่งทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู-อาจารย์ ในระดับมัธยมศึกษา สายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามจากกลุ่มที่มีการให้สิ่งล่อใจแตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับเป็นรายสัปดาห์ พบว่า อัตราการตอบกลับในสัปดาห์ที่ 1 และสัปดาห์ที่ 2 สูงที่สุด ส่วนในสัปดาห์ที่ 3 พบว่ามีอัตราการตอบกลับต่ำที่สุด

มารศรี กลางประพันธ์ (2535) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ระหว่างกลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทน และเมื่อได้รับสิ่งตอบแทนที่ต่างกัน 3 ประเภท คือ สิ่งตอบแทนที่อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด ปานกลาง และน้อยที่สุด ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนมีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทน และกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนที่อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุดและปานกลางมีอัตราการตอบไม่แตกต่างกัน และสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนที่อยู่ในระดับความต้องการน้อยที่สุด

จากผลการวิจัยหลายเรื่องที่กล่าวมาข้างต้นนี้ อาจสรุปได้ว่า ผลการวิจัยส่วนใหญ่ได้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกัน คือ การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินโดยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น มีผลทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน

1.2 การจูงใจที่ส่งผลต่อตัวผู้ตอบในอนาคต (การสัญญาว่าจะส่งสิ่งจูงใจไปให้ในภายหลัง)

ในการวิจัยเกี่ยวกับการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน หลังจากที่ถูกกลุ่มตัวอย่างประชากรตอบแบบสอบถามคืนมาแล้วนั้น ได้มีผู้วิจัยที่ทำการทดลองในลักษณะนี้ ได้แก่

Wotruba (1966) ได้ทำการทดลอง พบว่า การจูงใจโดยการส่งเงิน จำนวน 25 เซนต์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม การจูงใจโดยการสัญญาว่าจะส่งเงินจำนวน 50 เซนต์ไปให้เมื่อตอบแบบสอบถามกลับคืนมา และเมื่อไม่ทำการจูงใจ ทำให้อัตราการตอบกลับของ

แบบสอบถามแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ได้รับเงิน 25 เซนต์ มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 50 เซนต์ และสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ทำการจูงใจ และพบว่าอัตราการตอบกลับของกลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงินกับกลุ่มที่ไม่ให้สิ่งตอบแทนไม่มีความแตกต่างกัน

Geib (1975) ได้ทำการทดลองโดยส่งแบบสอบถามพร้อมสิ่งล่อใจให้แก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้า โดยส่งให้ทันทีในครั้งแรกครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนอีกครึ่งหนึ่งส่งแบบสอบถามให้ก่อน และสัญญาว่าจะส่งสิ่งล่อใจให้เมื่อได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมาแล้ว การทดลองแบ่งออกเป็น 2 พวก พวกแรกทำการทดลองเป็นกลุ่มผู้ซื้อสินค้าที่มีรายได้น้อย ผลการวิจัยพบว่า อัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามพร้อมกับสิ่งล่อใจสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับแบบสอบถามพร้อมกับคำมั่นสัญญาว่าจะส่งสิ่งล่อใจไปให้เมื่อได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืน พวกที่สองทำการทดลองในกลุ่มผู้ซื้อสินค้าที่มีรายได้สูง พบว่าอัตราการตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

Armstrong (1975) ได้วิเคราะห์ผลการวิจัยหลายเรื่อง และได้ข้อสรุปว่าการให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม จะทำให้อัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้น และการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน เมื่อผู้ตอบได้ตอบแบบสอบถามคืนมาแล้วนั้น ไม่ทำให้อัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้น เว้นเสียแต่ว่าการสัญญานั้นได้เพิ่มขนาดของสิ่งตอบแทนมากขึ้นเท่านั้น และสำหรับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนกับการไม่ให้สิ่งตอบแทนนั้น พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

Schewe และ Cournoyer (1976) ได้ทดลองส่งแบบสอบถามพร้อมกับคำสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนให้สำหรับกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนในลักษณะสมบูรณ์ ผลการทดลอง พบว่า 1) การสัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นสิ่งตอบแทนกับการไม่สัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน ไม่ได้มีผลทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามแตกต่างกัน 2) การสัญญาว่าจะให้เงินตอบแทนเป็นจำนวน 1 ดอลลาร์ และ 2 ดอลลาร์ นั้น มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน 3) การสัญญาว่าจะให้เงินตอบแทนเป็นจำนวน 2 , 3 และ 5 ดอลลาร์ นั้น ไม่มีผลทำให้อัตราการตอบกลับคืนของแบบสอบถามแตกต่างกัน ซึ่งจากการทดลองครั้งนี้ พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน เมื่อสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน 1, 2, 3, 5 ดอลลาร์กับการไม่ให้การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน

นั้น มีการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 25.0 , 41.0, 40.5, 44.0 และ 28.0 ตามลำดับ
McEnally (1984) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน
โดยกลุ่มที่ 1 ให้เงิน 25 เซนต์ โดยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม กลุ่มที่ 2 และ 3 ทำ
การสัญญาว่าจะส่งเงินไปให้ในภายหลัง 15 และ 25 เซนต์ ตามลำดับ ผลการวิจัย พบว่า
กลุ่มที่ 1 มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 ส่วนอัตราการตอบกลับในกลุ่มที่ 2
และกลุ่มที่ 3 นั้น พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

Hancock ,Quoted in Bailey (1987) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบ
อัตราการตอบแบบสอบถาม จาก การให้เงิน 25 เซนต์ ไปพร้อมกับแบบสอบถาม การสัญญา
ว่าจะส่งเงิน 25 เซนต์ เพื่อเป็นสิ่งตอบแทนในภายหลัง และกลุ่มที่ไม่ให้สิ่งตอบแทน ผล
การวิจัยพบว่า ได้รับอัตราการตอบกลับคืนร้อยละ 47.0 ,18.0 ,และ 10.0 ตามลำดับ
เห็นได้ว่าอัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ส่งเงินไปพร้อมกับแบบสอบถามมีอัตราสูงที่สุด

Berry และ Kanouse (1987) ได้ทำการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นแพทย์
พบว่า การให้เช็ค (Check) มูลค่า 20 ดอลลาร์ ไปพร้อมกับแบบสอบถาม ทำให้อัตรา
การตอบกลับสูงกว่า การสัญญาส่งสิ่งตอบแทนไปให้ในภายหลัง

Jon. J. Denton และ Others (1988) ได้ทำการทดลองโดยการให้สิ่งล่อ
ใจซึ่งเป็นเงิน เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ จากนักศึกษา
ครูระดับปริญญาตรี ทั้งหมด จำนวน 1,375 คน ปรากฏผลว่าตอบกลับคืน 297 คน คิดเป็น
ร้อยละ 21.6 โดยใช้เงินจำนวนเล็กน้อย (25 เซนต์, 50 เซนต์ และ 1 เหรียญอเมริกัน)
และการจับฉลากเพื่อให้เงินผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบกลับคืนพร้อมทั้งค่าซองก็มีได้บัง เกิดผล
ในการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์

อัญชลี คงมั่น (2523) ได้ทำการทดลอง โดยการศึกษาเปรียบเทียบอัตรา
การตอบกลับระหว่างการส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นหนังสือไปพร้อมกับแบบสอบถามกับการสัญญาว่า
จะส่งบทความงานวิจัยไปให้เมื่อการวิจัยสำเร็จลง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็น
ครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผลการวิจัย พบว่า การส่งสิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถามทำให้อัตราการตอบกลับ
สูงกว่าการสัญญาว่าจะส่งบทความงานวิจัยเมื่อการวิจัยสำเร็จลง และพบว่าการสัญญาให้สิ่ง

ตอบแทนทำให้อัตราการตอบกลับไม่แตกต่างการไม่ให้สิ่งตอบแทน และการให้สิ่งตอบแทนใน
 ระยะแรกของการส่ง ทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าในระยะที่สอง (การติดตามครั้งที่ 1)
 และระยะที่สาม (การติดตามครั้งที่ 2)

จากการวิจัยหลาย ๆ เรื่องที่กล่าวมาข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การให้เงิน
 เป็นสิ่งตอบแทนเพียงเล็กน้อยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้นสามารถทำให้อัตราการตอบกลับ
 ของแบบสอบถามกลับคืน สูงกว่าการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนให้ในภายหลัง ถึงแม้ว่าจะ
 เป็นการสัญญาว่าจะให้เงินจำนวนมากกว่าก็ตาม นอกจากนั้นส่วนใหญ่มักพบว่า การสัญญาว่า
 จะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ในภายหลังกับการไม่ให้สิ่งตอบแทนไม่มีความแตกต่างกัน

2. งานวิจัยเกี่ยวกับการจูงใจในลักษณะของการให้เงิน หรือสิ่งของเพื่อ เป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบ

ในด้านการวิจัยเกี่ยวกับการจูงใจ ในลักษณะที่เป็นการวิจัยเปรียบเทียบอัตรา
 การตอบกลับของแบบสอบถาม จากการให้สิ่งจูงใจเพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของ
 ผู้ตอบ หรือความเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่นของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น มีหลายเรื่อง ดังนี้

Robertson และ Bellenger (1978) ได้ทำการวิจัยโดยมีจุดประสงค์
 เพื่อเปรียบเทียบความคิดหรือจิตใจของคนว่า ระหว่างการคิดคำนึงถึงประโยชน์ของผู้อื่น
 และการคิดคำนึงถึงประโยชน์ของตนเองนั้นลักษณะใดจะมีผลทำให้อัตราการตอบกลับของ
 แบบสอบถามกลับคืนสูงกว่า ซึ่งผลการวิจัย พบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่ง
 ตอบแทนเป็นเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบที่ได้เสียสละ
 เวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อเห็นแก่ผู้อื่น (Altruistic) มีอัตราการตอบแบบสอบถาม
 กลับคืนสูงกว่ากลุ่มทดลองที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 ดอลลาร์
 เพื่อเป็นรางวัลตอบแทนเป็นการส่วนตัวของผู้ตอบ (Egotistic) และสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ทำ
 การจูงใจ

Furse และ Stewart (1982) ได้ทำการศึกษา พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ของกลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศลของผู้ตอบแบบสอบถาม (๑ 1.00 Charity Incentive) และกลุ่มที่ไม่ได้รับรางวัลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนกลุ่มที่ได้รับเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อการตอบแทนเป็นการส่วนตัวนั้น ได้รับอัตราการตอบกลับสูงกว่าทั้งสองกลุ่ม

จากผลการวิจัยที่ขัดแย้งกันของงานวิจัย 2 เรื่อง ดังกล่าว ดังนั้น Hubbard และ Little (1988) จึงได้ทำการทดลองโดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากร ถึง 2000 คน ผลการทดลอง พบว่า กลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทน , กลุ่มที่สัญญาว่าจะให้รางวัลเป็นเงิน 200 ดอลลาร์ สำหรับผู้โชคดี , กลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศล (Charity) ของผู้ตอบ , กลุ่มที่ส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 25 เซนต์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม และกลุ่มที่ส่งสิ่งตอบแทนเป็นเงิน 1 ดอลลาร์ ไปพร้อมกับแบบสอบถาม ได้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 40.5 , 51.8 , 33.5 , 56.8 และ 68 .0 ตามลำดับ เมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า กลุ่มที่มีการสัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศลนั้น ได้รับอัตราการตอบกลับต่ำสุด ซึ่งไม่แตกต่างจากกลุ่มที่ไม่มีการจูงใจ

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น อาจสรุปได้ว่าการจูงใจที่ส่งผลในทันทีโดยการให้สิ่งของในลักษณะของการตอบแทนส่วนตัวแก่ผู้ตอบทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการใช้วิธีการจูงใจวิธีอื่นและสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ทำการจูงใจ และส่วนใหญ่ พบว่ากลุ่มที่ได้รับการจูงใจที่ส่งผลในอนาคตโดยเป็นการให้สิ่งของในลักษณะ เพื่อเป็นการตอบแทนความจิตใจเป็นกุศลกับกลุ่มที่ไม่มีการจูงใจไม่มีความแตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามระหว่างการให้สิ่งตอบแทนในลักษณะต่างกันเพื่อทำการจูงใจที่ส่งผลในอนาคต พบว่า การจูงใจโดยการสัญญาว่าจะให้สิ่งของ เพื่อเป็นการตอบแทนส่วนตัวแก่ผู้ตอบแบบสอบถามทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการสัญญาว่าจะให้สิ่งของเพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศลของผู้ตอบแบบสอบถาม และพบว่ากลุ่มที่ได้รับการสัญญาว่าจะให้สิ่งของเพื่อเป็นการตอบแทนความมีจิตใจเป็นกุศลของผู้ตอบแบบสอบถามกับกลุ่มที่ไม่ได้รับการจูงใจไม่มีความแตกต่างกัน

ตอนที่ 3 ผลงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม
ที่ส่งทางไปรษณีย์โดยใช้เทคนิคการติดตาม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดให้มีการใช้เทคนิคการติดตามในทุกๆ กลุ่มทดลอง จึงได้ศึกษางานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการติดตาม ดังนี้

การติดตาม (Follow-up)

การติดตามเป็นการติดต่อกับผู้ตอบแบบสอบถามหลังจากที่ส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบเรียบร้อยแล้ว ซึ่ง Dillman (1978) กล่าวถึงเหตุผลที่การติดตามสามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับให้สูงขึ้นเป็นเพราะ

1. เป็นรูปแบบของการได้รับรางวัลในทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่เกิดจากความตั้งใจ การรู้คุณค่าของการติดตาม
2. การติดตามเป็นการกระตุ้นเตือนผู้ตอบว่าเขาลืมตอบแบบสอบถาม จากการศึกษา พบว่า การติดตามแบบสอบถามสามารถกระทำได้ด้วยวิธีการใช้การ์ด ไปรษณียบัตร จดหมาย หรือ ใช้โทรศัพท์ ซึ่งในการติดตามนั้นสามารถกระทำได้ใน 2 ช่วงเวลา คือ การติดตามก่อนกำหนดวันส่งกลับ (การเตือน) กับ การติดตามหลังกำหนดวันส่งกลับ ซึ่งมีผลการวิจัยเกี่ยวกับการติดตามดังนี้

การติดตามก่อนกำหนดวันส่งกลับ (การเตือน)

Francel (1966) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการติดตามด้วยจดหมายเตือน เขา กล่าวว่าโดยทั่วไป การเตือนกลุ่มตัวอย่างด้วยจดหมายจะสามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับได้ ร้อยละ 10- 35 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Scott (1961, quoted in linksy (1975) พบว่าอัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ได้รับการเตือน 1 ครั้ง และได้รับการเตือน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85.9 และ 93.2 ตามลำดับ และ Heberlein และ Baumgartner (1981, quoted in Bailey, 1987) ได้ศึกษาถึงผลของการเตือนที่มีต่ออัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม พบว่า สามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับให้สูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6 - 9

Nichols และ Mayer (1966, quoted in linsky, 1975)

พบว่าการใช้ไปรษณียบัตรเตือนกลุ่มตัวอย่างสามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับได้สูง คิดเป็นร้อยละ 19 นั่นคือกลุ่มที่ใช้ไปรษณียบัตรติดตาม (เตือน) มีอัตราการตอบกลับร้อยละ 58 ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับการติดตาม (เตือน) มีอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 37

Dillman (1978) พบว่า การใช้ไปรษณียบัตรเตือนกลุ่มตัวอย่างก่อนถึงกำหนดวันส่งกลับจะทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามเพิ่มขึ้น โดยที่คนส่วนใหญ่จะตอบแบบสอบถามทันทีที่ได้รับ และไม่ทำการตอบเมื่อเวลาผ่านไป 1 สัปดาห์ หรือ 7 วัน ดังนั้นในช่วงเวลา 7 วัน จึงเหมาะสมที่จะส่งไปรษณียบัตรไปขอคนผู้ตอบเพื่อให้ผู้ตอบเกิดความรู้สึกที่ติดต่อการตอบแบบสอบถาม และขอร้องผู้ที่ยังไม่ได้อตอบ ไม่ให้ลืมตอบแบบสอบถามกลับคืนมา โดยในช่วงเวลานี้จะไม่ก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้ตอบ และจากการศึกษาของ Senders และ Pinhey (1983) และ Wild (1973) เขากล่าวว่าภายหลังจากการเตือนไปแล้วอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามจะเพิ่มขึ้นในช่วง 4 - 5 แล้วจะลดลง

Fowler (1986) กล่าวว่า หลังจากที่ส่งแบบสอบถาม 10 วัน ทำการส่งการ์ดติดตามเตือนผู้ตอบ จะสามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับให้สูงขึ้น และหลังจากนั้น 10 วัน ทำการติดตามด้วยจดหมายพร้อมทั้งแบบสอบถามฉบับใหม่ ซึ่งอัตราการตอบกลับจะเกิน ร้อยละ 70 และมากกว่า ร้อยละ 80 ตามลำดับ

ส่วนในประเทศไทย เขิงชาย เหมพันธ์ (2534 : 60) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเตือนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู - อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ได้รับการเตือน 1 ครั้ง การเตือน 2 ครั้ง และไม่ได้รับการเตือน คิดเป็นร้อยละ 90, 87 และ 74 ตามลำดับ และอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามจากการเตือนหลังจากส่งแบบสอบถามไปให้ 7 วันทำการ สูงกว่า อัตราการตอบกลับจากการเตือนหลังจากส่งแบบสอบถามไปให้ 10 วันทำการ หรือ 2 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

และ จรินทร์ กองศรี (2535) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามระหว่างกลุ่มที่ได้รับการเตือน 1 ครั้ง กับ 2 ครั้ง ไม่แตกต่างกัน

และพบว่า อัตราการตอบกลับของกลุ่มที่ได้รับการเตือนสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับการเตือน อย่างมีนัยสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 88.57 และ 61.42 ตามลำดับ

การติดตามหลังกำหนดวันส่งกลับ

Kephart และ Bressler (1958, quoted in Linksky, 1975)

พบว่า กลุ่มที่ได้รับการติดตามมีอัตราการตอบคิดเป็นร้อยละ 68 และกลุ่มที่ไม่ได้รับการติดตามเป็น ร้อยละ 52 และจากการศึกษาของ Scott (1961, quoted in Bailey, 1987) ที่ได้เปรียบเทียบอัตราการตอบกลับระหว่างกลุ่มที่มีการติดตาม 2 ครั้ง กับกลุ่มที่ไม่ได้รับการติดตาม พบว่า อัตราการตอบกลับของทั้งสองกลุ่มแตกต่างกัน คือ ร้อยละ 95.6 และ 78.4

Heberlien และ Baumgartner (1978) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ

การติดตาม พบว่า การติดตามสามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับได้สูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 20, 12 และ 10 จากการติดตาม 1 ครั้ง , 2 ครั้ง และ 3 ครั้ง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Hinrichs (1975 :250) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการติดตามด้วยจดหมาย ใน 3 ครั้ง พบว่า กลุ่มที่ได้รับการติดตามด้วยจดหมายมีอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 72 , 72 และ 85 ตามลำดับ และกลุ่มที่ไม่ได้รับการติดตามคิดเป็นร้อยละ 50 , 37 และ 60 ตามลำดับ

Fox และ คณะ (1984) ได้ศึกษาวิเคราะห์เมตาดา (Meta analysis)

ของงานวิจัยที่เกี่ยวกับเทคนิคสำหรับการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ พบว่า การติดตามสามารถเพิ่มอัตราการตอบกลับให้สูงขึ้นคิดเป็น ร้อยละ 11-35

ในประเทศไทย วิไลวรรณ ศาครวิมล (2523) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ

การติดตาม พบว่า การติดตามแบบสอบถามโดยใช้การ์ด ในกลุ่มครู-อาจารย์ โรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตการศึกษา 1 สูงกว่าการติดตามโดยใช้จดหมายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ยังได้มีนักวิจัยหลายๆ ท่าน ที่ทำการศึกษาถึงเทคนิควิธีการต่างๆ ที่มีผลต่อการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์ แล้วมีการติดตามแบบสอบถามด้วย ซึ่งได้ผลของการติดตามที่มีต่ออัตราการตอบกลับดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำแนกตามระยะก่อน
การติดตาม ภายหลังจากติดตาม และอัตราการตอบกลับที่ได้รับเพิ่ม

ชื่อผู้ทำการวิจัย	ร้อยละของอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม			อัตราการตอบกลับ ที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
	ก่อนการติดตาม (กลุ่มควบคุม)	จากการติดตาม		
		ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	
วิจิตรา ประสาทเวทย์กุล (2523)	47.42	58.50 (1 สัปดาห์)	64.17 (1 สัปดาห์)	16.75
วิไลวรรณ ศาครวิมล (2523)	61.66	90.50 (1 สัปดาห์)	ไม่ได้ศึกษา	28.84
สุภาพร โกเองกุล (2523)	54.64	69.11 (1 สัปดาห์)	79.82 (1 สัปดาห์)	25.18
อัญชลี คงมั่น (2523)	40.71	65.71 (2 สัปดาห์)	79.52 (2 สัปดาห์)	38.81
พิชัย แก้วสุวรรณ (2529)	63.50	75.00 (2 สัปดาห์)	82.50 (2 สัปดาห์)	19.00
สุชีรา กัทรายุวรรตน์ (2531)	71.38	85.88 (2 สัปดาห์)	94.88 (2 สัปดาห์)	23.50
สุวรรณ มีทองคำ (2533)	76.00	91.00 (2 สัปดาห์)	95.50 (2 สัปดาห์)	19.50
อนงค์ ลิ้มประไพพงษ์ (2534)	57.14	84.29 (2 สัปดาห์)	ไม่ได้ศึกษา	24.32
จรินทร์ กองศรี (2535)	61.42	84.28 (5 สัปดาห์)	98.57 (5 สัปดาห์)	37.15
ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	59.37	77.99	84.99	25.89
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	10.97	11.52	12.17	7.77

จากการศึกษาผลงานวิจัยเกี่ยวกับอัตราการตอบแบบสอบถามคืนทางไปรษณีย์ จะเห็นได้ว่านักวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนมาก ให้ความสำคัญต่อการตอบแบบสอบถามคืน ซึ่งมีการศึกษาในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อทำการศึกษาค้นหาเทคนิควิธีการในการที่จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้