



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การวิจัยเป็นการค้นคว้าหาความรู้ใหม่อย่างมีระบบโดยใช้ระเบียบวิธีที่ยอมรับในศาสตร์นั้น ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัญหาวิจัย จุดมุ่งหมายในการทำวิจัย สมมุติฐานและการรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ ในการรวบรวมข้อมูลทางพฤติกรรมศาสตร์นั้นมักจะอาศัยเครื่องมือ หรือเทคนิคบางอย่าง เช่น การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม การใช้แบบทดสอบ ฯลฯ

ในบรรดาเครื่องมือเหล่านี้ แบบสอบถามได้รับความนิยมมากที่สุดเนื่องจากมีความสะดวกในการนำไปใช้ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากและกระจัดกระจาย วิธีการที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามโดยทั่วไปมีด้วยกัน 2 วิธี คือ วิธีแรก ผู้วิจัยเป็นผู้นำส่งและเก็บกลับคืนด้วยตนเอง ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่สามารถเก็บแบบสอบถามได้ในอัตราสูงแต่ใช้เวลาและแรงงานมาก ส่วนวิธีที่สอง ผู้วิจัยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์และให้กลุ่มตัวอย่างส่งกลับคืนทางไปรษณีย์เช่นกัน วิธีนี้เสียเวลาและแรงงานค่อนข้างน้อยแต่ก็พบปัญหาว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาในอัตราค่อนข้างต่ำทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นไม่เพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องในแง่ของความเป็นตัวแทนของประชากร

ข้อจำกัดอันนี้นับว่าเป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดในการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ เพราะจากการวิจัยของ สมาคม NEA (The National Education Association) ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าข้อมูลของแบบสอบถามจะเป็นตัวแทนของประชากรได้ต้องได้จำนวนแบบสอบถามคืนมากกว่า ร้อยละ 90 ของจำนวนที่ส่งไป (อุทุมพร จามรมาน , 2530) ซึ่งนั่นหมายความว่าผู้วิจัยจะต้องได้รับอัตราการตอบกลับคืนมาในระดับที่สูงมาก ดังนั้นจึงมีผู้เสนอเทคนิคการกระตุ้นอัตราการตอบกลับไว้หลายแบบอย่าง ดังเช่น Linsky (1975) ได้กล่าวว่า การกระตุ้นให้

ผู้ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาในต่างประเทศ ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านกลไกและการรับรู้ (Mechanical and perceptual factors) ได้แก่ การติดต่อผู้ตอบก่อนที่จะส่งแบบสอบถามไปให้ การเตือนผู้ตอบก่อนที่จะถึงเวลากำหนดส่งกลับ การใช้โปสเตอร์แนบไปกับแบบสอบถาม การติดตามผล ประเภทของการส่งไปรษณีย์ ฯลฯ

2. องค์ประกอบเกี่ยวกับการดึงดูดใจทางอ้อม (Broad motivational factors) ได้แก่ การให้คำมั่นสัญญาว่าจะปิดบังชื่อผู้ตอบ ลักษณะของจดหมายนำ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ฯลฯ

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับการดึงดูดใจทางตรง (Direct motivational factors) ได้แก่ การให้รางวัลหรือการให้สิ่งตอบแทน ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีลักษณะทางสังคมแตกต่างจาก สังคมต่างประเทศที่สำคัญ คือ คนไทยจะมีบุคลิกภาพด้านความเกรงใจสูง ดังเช่น Wendell Blanchard (1958) ได้บรรยายบุคลิกภาพของคนไทยว่า บุคลิกภาพของคนไทยนั้น มักจะมีความเกรงใจสูง ไม่พยายามทำตนให้เป็นที่ขุ่นยากของคนอื่นและชอบช่วยเหลือผู้อื่นอยู่เสมอ และ วิระยุทธ วิเชียรโชติ (2519) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะและธรรมชาติของความเกรงใจในคนไทย พบว่า ผลของความเกรงใจทำให้คนไทยไม่กล้าทำให้อื่นผิดหวัง ซึ่งจากประเด็นดังกล่าวนี้ จึงมีนักวิจัยในประเทศไทยให้ความสนใจ วิธีการที่จะกระตุ้นอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิคเกี่ยวกับองค์ประกอบของการดึงดูดใจทางตรง เป็นการให้สิ่งตอบแทนและองค์ประกอบเกี่ยวกับกลไกการรับรู้ เป็นการกระตุ้นเตือนให้ผู้ตอบทราบอีกครั้ง ก่อนถึงกำหนดการส่งกลับ

ในส่วนขององค์ประกอบเกี่ยวกับการดึงดูดใจทางตรง มาร์ตริ กลางประพันธ์ (2535) ได้ทำการศึกษาพบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนจากครู-อาจารย์ ที่ได้รับสิ่งตอบแทนสูงกว่าครู-อาจารย์ที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทนทั้งในระยะก่อนการติดตามและหลังการติดตามครั้งที่ 1 และ 2 และ สุภา ลวกุล (2534)

ทำการศึกษพบว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นหนังสือโดยส่งไปในครั้งแรกพร้อมกับแบบสอบถาม และการให้สิ่งตอบแทนซึ่งเป็นการจับฉลากชิงรางวัลเงินสดนั้นทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามไม่แตกต่างกัน และนอกจากนั้น อัญชลี คงมั่น (2523) ได้ทำการศึกษา พบว่า การให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้ตอบแบบสอบถามทำให้ได้รับอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามสูงกว่าการไม่ให้สิ่งใดตอบแทน และการให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหนังสือในระยะแรกทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าในระยะที่ 2 และในระยะที่ 3 และสูงกว่าการให้คำมั่นสัญญาเรื่องการส่งบทความวิจัยไปให้เมื่องานวิจัยสำเร็จลง

ส่วนในด้านขององค์ประกอบเกี่ยวกับกลไกการรับรู้ในลักษณะของการเตือน นั้น เริงชาย เหมพัฒน์ (2534) ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูเมื่อได้รับช่วงเวลาในการเตือนแตกต่างกันทำให้อัตราการตอบกลับแตกต่างกัน โดยที่การเตือนภายหลังจากส่งแบบสอบถามไป 7 วัน จะมีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการเตือนภายหลังจากส่งแบบสอบถามไป 10 วัน และพบว่า กลุ่มที่มีการเตือน จะมีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีการเตือนและจำนวนครั้งของการเตือนไม่มีผลต่ออัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม

ในด้านขององค์ประกอบเกี่ยวกับการดึงดูดใจทางตรง ซึ่งเป็นการให้รางวัลตอบแทนมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีของการจูงใจทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเรียนรู้โดยทั่วไปนักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจเป็น 2 ประเภท คือ การจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) และ การจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) การจูงใจภายในนั้นเป็นการกระทำกิจกรรมของบุคคลที่มีจุดหมายปลายทางอยู่ที่ตัวกิจกรรมนั้น บุคคลจะทำการกิจกรรมต่างๆ เพราะความสนใจ ความพอใจ ความซาบซึ้งใจไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนใดๆแต่การจูงใจภายนอกเป็นการกระทำกิจกรรมของบุคคลซึ่งมีจุดหมายปลายทางอยู่นอกเหนือจากกิจกรรมนั้นๆกล่าวคือ บุคคลใช้กิจกรรมนั้นเป็นเครื่องมือไปสู่สิ่งที่ต้องการ เช่น สินจ้างรางวัลต่างๆ (เอนกกุล กริแสง, 2520) ดังนั้นทฤษฎีการจูงใจทางจิตวิทยา จึงกล่าวว่า ผลของการจูงใจที่เป็นผลดีที่สุด คือ ผลของกิจกรรมที่เกิดจากการจูงใจ

ภายในมากกว่าการจูงใจภายนอก (ปราณี รามสูตร, 2528) นอกจากนั้นทฤษฎีการวางเงื่อนไขด้วยการกระทำ (Operant conditioning) ของ Skinner (1950 อ้างถึงใน ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ , 2534) มีแนวความคิดว่า ในสภาพแวดล้อมมีสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้กระทำแสดงพฤติกรรมออกมา และผลกรรมนั้นอาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับว่าเป็นผลกรรมที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ และกฎการเรียนรู้ของ Skinner เกี่ยวกับการเสริมแรงก็กล่าวว่า อัตราการตอบสนอง (Response rate) ที่เกิดจากการเสริมแรงจะเกิดขึ้นมากน้อยและนานคงทนถาวรเท่าใด ขึ้นอยู่กับการเสริมแรงทันที (Immediately) หรือเป็นครั้งคราว ซึ่งอาจกระทำในระยะที่บุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนองแล้วค่อยเสริมแรงต่อมา (Prolong) เป็นระยะ

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวนี้ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางเพื่อศึกษาอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์ว่าการใช้วิธีการจูงใจโดยการให้สิ่งจูงใจที่แตกต่างกัน จะส่งผลทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามแตกต่างกันหรือไม่ โดยที่การให้สิ่งจูงใจแต่ละประเภทจะกระทำใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่สิ่งเร้าส่งผลต่อตัวผู้ตอบทันที (Immediate) และลักษณะที่สิ่งเร้าส่งผลกระทบต่อตัวผู้ตอบในอนาคต (Prolong) ซึ่งการจูงใจในลักษณะที่ส่งผลทันทีผู้วิจัยจะส่งสิ่งเร้า (Stimulus) ซึ่งเป็นการคอบคอบ ไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปในครั้งแรกการให้การคอบคอบจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ตอบเกิดความรู้สึกซาบซึ้ง อิ่มเอิบใจ พึงพอใจแล้วอาจแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง และนอกจากนั้น การจูงใจในลักษณะของการส่งผลกระทบต่อตัวผู้ตอบทันทีผู้วิจัยจะส่งสิ่งเร้าซึ่งเป็นเงินไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปในครั้งแรก ซึ่งเป็นการให้ในลักษณะของการตอบแทนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ตอบจะได้รับผลในทันที ส่วนการจูงใจที่ส่งผลในอนาคต ผู้วิจัยจะใช้สิ่งเร้าซึ่งเป็นการสัญญาการระบุในกิตติกรรมประกาศ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ได้รับผลของการกระทำทันที แต่จะเลื่อนเวลาของการได้รับผลที่เกิดขึ้นจริงในอนาคต ซึ่งผลของกิจกรรมเป็นการระบุการขอขอบคุณในกิตติกรรมประกาศนั้นน่าจะเป็นผลของกิจกรรมที่ทำให้ผู้ตอบเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและพอใจ นอกจากนั้น



การจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อตัวผู้ตอบในอนาคตนี้จะกระทำในอีกลักษณะหนึ่งคือ ผู้วิจัยจะใช้การสัญญาว่าจะส่งเงินจำนวนหนึ่งไปให้ในภายหลัง สาเหตุที่ให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนเพราะจากการวิจัยของ Watson (1965) พบว่า ประเภทของสิ่งตอบแทนที่เหมาะสมที่สุด คือการให้เงิน นอกจากนี้ Kimball (1961) และ Hansen (1980) ยังพบว่า การให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนมีผลทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่าการไม่ให้เป็นสิ่งตอบแทน

ดังได้กล่าวไว้ว่าการที่ลักษณะทางสังคมของคนไทย เป็นผู้มีบุคลิกภาพทางด้านความเกรงใจสูง (Blanchard, 1958) และการไม่ต้องการทำให้ผู้อื่นผิดหวัง (วิระยุทธ วิเชียรโชติ, 2519) นั้นมีความเชื่อมโยงกับเทคนิคการเพิ่มอัตราการตอบกลับในองค์ประกอบด้านการดึงดูดใจทางตรง และองค์ประกอบด้านกลไกการรับรู้ในลักษณะของการเตือน ดังนั้นในการศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาทั้งสองเทคนิคพร้อมกันในการศึกษาการเพิ่มอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ โดยการจัดให้กลุ่มทดลองทุกกลุ่มที่ได้รับการจูงใจวิธีต่างๆ ได้รับการเตือนเหมือนกัน โดยการเตือนจะทำหลังจากส่งแบบสอบถามไป 7 วัน สาเหตุที่ใช้ระยะเวลาของการเตือนหลังจากส่งแบบสอบถามไป 7 วัน เพราะจากผลการวิจัยของ เชิงชาย เหมพัฒน์ (2534) และ Dillman (1978) พบว่า การเตือนภายหลังส่ง 7 วันมีความเหมาะสมมากที่สุด การศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างประชากร ซึ่งเป็น ครู-อาจารย์ ระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในต่างจังหวัด ทั้งนี้เนื่องจากอาชีพครูเป็นอาชีพที่นับได้ว่าได้รับการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามมากกว่าอาชีพอื่นๆ (รัตติกร ทิมเจริญ, 2531) โดยเฉพาะในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ นอกจากนี้สาเหตุที่เลือกศึกษากับครู-อาจารย์ในต่างจังหวัดเพราะว่า ในการศึกษาเทคนิควิธีการกระตุ้นอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ผ่านมาทำศึกษากับครูมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแทบทั้งสิ้น ดังนั้นในการศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาเป็น ครู-อาจารย์ ในต่างจังหวัด ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเทคนิค

วิธีการกระตุ้นการตอบแบบสอบถามกลับคืนให้มีความครอบคลุมในกลุ่มประชากรซึ่งเป็นกลุ่ม ครู-อาจารย์ ทั่วไปและสามารถที่จะนำเทคนิคต่างๆ เหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์จากการใช้วิธีการจูงใจที่ส่งผลทันที เป็นการส่งการ์ดขอบคุณ และการส่งเงิน จำนวน 50 บาท และการใช้วิธีการจูงใจที่ส่งผลในอนาคต เป็นการสัญญาระบุในกิตติกรรมประกาศ และการสัญญาส่งเงิน จำนวน 50 บาท และเมื่อไม่ทำการจูงใจ

สมมุติฐานของการวิจัย

ในด้านเกี่ยวกับการศึกษาตัวแปรการให้สิ่งตอบแทน Erdos (1957) ทำการทดลองเปรียบเทียบอัตราอัตราการตอบกลับระหว่างกลุ่มทดลองต่างๆ โดยให้ตัวแปรอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และสิ่งตอบแทน ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรต่างๆ ไม่มีผลต่ออัตราการตอบกลับ นอกจากตัวแปรด้านการให้สิ่งตอบแทนเท่านั้น นอกจากนั้น Hackler และ Bourgette (1973) และ Huck และ Gleason (1974) ค้นพบว่า การให้สิ่งตอบแทนมีผลต่ออัตราการตอบกลับของแบบสอบถามเช่นกัน Watson (1965) ได้ทดลองเปรียบเทียบชนิดของสิ่งตอบแทนที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับมากที่สุด ปรากฏว่าเป็นเงิน จำนวน 25 เซนต์

ในด้านเกี่ยวกับการจูงใจที่ส่งผลต่อตัวผู้ตอบทันที และส่งผลในอนาคต Brown และ Coney (1977) ได้วิจารณ์เกี่ยวกับการให้รางวัลเพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ ว่าการให้สิ่งตอบแทนเป็นรางวัลไปพร้อมกับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบกลับได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Robingo

และ Agism (1951) ซึ่งทำการทดลองโดยส่งเงิน 25 เซนต์ ไปพร้อมกับแบบสอบถามในครั้งแรก ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80.2 Gelb (1975) ได้ทำการทดลองโดยส่งแบบสอบถามพร้อมสิ่งของที่ล่อใจให้แก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้า โดยส่งให้ทันทีในครั้งแรกครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนอีกครึ่งหนึ่งสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ทีหลัง ผลการวิจัย พบว่า การส่งสิ่งล่อใจพร้อมกับแบบสอบถามในครั้งแรก ทำให้มีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการสัญญาการส่งสิ่งล่อใจไปให้ในภายหลัง Wotruba (1966) ได้ทำการทดลอง พบว่า การจูงใจโดยการส่งเงิน จำนวน 25 เซนต์ไปพร้อมกับแบบสอบถามการจูงใจโดยการสัญญาว่าจะส่งเงินจำนวน 50 เซนต์ ไปให้เมื่อตอบแบบสอบถามกลับคืนมา และเมื่อไม่ทำการจูงใจ ทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ได้รับเงิน 25 เซนต์ มีอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 50 เซนต์ และสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ทำการจูงใจ และพบว่าอัตราการตอบกลับของกลุ่มที่สัญญาว่าจะส่งเงิน 50 เซนต์ และกลุ่มที่ไม่ได้ทำการจูงใจ ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Mc Enally (1984) ซึ่งพบว่าการให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนเพียงเล็กน้อยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น สามารถทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนให้ในภายหลัง ถึงแม้ว่าจะเป็น การสัญญาว่าจะให้เงินจำนวนมากกว่าก็ตาม นอกจากนี้ Hancock, Quoted in Bailey (1987) ได้ทำการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นแพทย์ พบว่า การให้เช็ค (Cheque) มูลค่า 20 ดอลลาร์ ไปพร้อมกับแบบสอบถาม ทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่า การสัญญาส่งสิ่งตอบแทนไปให้ในภายหลัง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Armstrong (1975) ที่ได้วิเคราะห์ผลการวิจัยหลายเรื่องและได้ข้อสรุปว่า การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม จะทำให้อัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้น และการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนเมื่อผู้ตอบได้ตอบแบบสอบถามคืนมาแล้วนั้นไม่ทำให้อัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้น ในประเทศไทย อัญชลี คงมั่น (2523) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบกลับระหว่างการส่งสิ่งตอบแทนเป็นหนังสือไปพร้อมกับแบบสอบถามในครั้งแรกกับการสัญญาว่าจะส่งบทความวิจัยเมื่อการวิจัยสำเร็จลง

ผลการวิจัยพบว่า การส่งสิ่งตอบแทนไปครั้งแรกทำให้อัตราการตอบกลับสูงกว่า การสัญญาว่าจะส่งบทย่อยงานวิจัยไปให้ภายหลัง

นอกจากนั้น Robertson and Bellenger (1978) ได้ทำการวิจัย โดยมีจุดประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบความคิดหรือจิตใจของคนว่า ระหว่างการคิดคำนึงถึงประโยชน์ของผู้อื่นและการคิดคำนึงถึงประโยชน์ของตนเองนั้นลักษณะใดจะมีผลทำให้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่า ซึ่งผลการวิจัย พบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนเป็นเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อเห็นแก่ผู้อื่น (Altruistic) มีอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่ากลุ่มทดลองที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นรางวัลตอบแทนเป็นการส่วนตัวของผู้ตอบ (Egotistic) และสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ให้การจูงใจ นอกจากนี้ Furse and Stewart (1982) ได้พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนของกลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีใจเป็นกุศลของผู้ตอบแบบสอบถาม (๑ 1.00 Charity Incentive) และกลุ่มที่ไม่ได้รับรางวัล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนกลุ่มที่ได้รับเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อการตอบแทนเป็นการส่วนตัวนั้น ได้รับอัตราการตอบกลับสูงกว่าทั้งสองกลุ่ม และ Hubbard and Little (1988) ได้ทำการทดลองโดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรถึง 2,000 คน ผลการทดลอง พบว่า กลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นได้รับการตอบในอัตราต่ำที่สุด (ร้อยละ 33.5) ซึ่งไม่ต่างจากกลุ่มควบคุม

จากการที่ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจภายในได้กล่าวไว้ว่า " การจูงใจภายในเป็นการทำกิจกรรมของบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายอยู่ที่ตัวกิจกรรมนั้น บุคคลทำกิจกรรมเพราะความสนใจ ความซาบซึ้งใจไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนใดๆ " (ปราณี รามสูตร , 2528) ดังนั้นบุคคลที่ประกอบวิชาชีพครูซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน

การศึกษาครั้งนี้ น่าจะมีความสนใจ พอใจ และยินดีในการตอบแบบสอบถามซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพของตน และเล็งเห็นความสำคัญของผลการวิจัยอันจะมีประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

และแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางสังคม ซึ่ง Murray (1938) กล่าวว่า "บุคคลจะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าแตกต่างกันเนื่องจากบุคคลมีความต้องการแตกต่างกันในสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น บางคนต้องการเกี่ยวกับทรัพย์สิน สิ่งของ บางคนต้องการเกี่ยวกับความตั้งใจ บางคนมีความปรารถนาได้รับคำชมเชย และการนับถือจากผู้อื่นหรือบางคนต้องการมีความเกี่ยวข้องกับทางสังคม ฯลฯ" จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น และจากแนวคิดต่างๆ ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงตั้งสมมุติฐานของการวิจัยในครั้งนี้ว่า

"อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามจากการใช้วิธีการจูงใจที่ส่งผลทันที เป็นการส่งการ์ดขอบคุณ และการส่งเงิน จำนวน 50 บาท การจูงใจที่ส่งผลในอนาคต เป็นการส่งบัตรระบุในกิตติกรรมประกาศ และการส่งเงิน จำนวน 50 บาท และเมื่อไม่มีการจูงใจ น่าจะมีความแตกต่างกัน"

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ครู-อาจารย์ ที่ปฏิบัติราชการในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ทั่วประเทศ (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) ปีการศึกษา 2535

2. ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ การจูงใจ ซึ่งประกอบด้วย

- 2.1.1 การจูงใจที่ส่งผลทันทีเป็นการส่งการ์ดขอบคุณ
- 2.1.2 การจูงใจที่ส่งผลทันทีเป็นการส่งเงิน จำนวน 50 บาท
- 2.1.3 การจูงใจที่ส่งผลในอนาคตเป็นการสัญญาระบุใน
กิตติกรรมประกาศ
- 2.1.4 การจูงใจที่ส่งผลในอนาคตเป็นการสัญญาส่งเงิน จำนวน
50 บาท
- 2.1.5 ไม่มีการจูงใจ

2.2 ตัวแปรตาม คือ อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ส่งทาง

ไปรษณีย์

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การบริการไปรษณีย์ทั่วประเทศมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกัน
2. แบบสอบถาม "ความคิดเห็นต่อภาพพจน์ทางอาชีพของครู" เป็น
แบบสอบถามที่ส่งผลให้ครูซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง เกิดความยินดีในการตอบแบบสอบถาม
เท่าเทียมกัน
3. การกิจในการทำงานของกลุ่มตัวอย่างทุกคน ตลอดช่วงการทดลอง
ไม่แตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การจูงใจ หมายถึง การเร้าหรือการกระตุ้นให้ผู้รับแบบสอบถามตอบ
แบบสอบถามคืน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการจูงใจเป็น 2 ลักษณะ คือ การจูงใจ
ที่ส่งผลกระทบท่อตัวผู้ตอบทันที และการจูงใจที่ส่งผลกระทบท่อตัวผู้ตอบในอนาคต

1. การจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อตัวผู้ตอบในทันที ทำการจูงใจ โดยการให้สิ่งล่อใจที่ต่างกัน 2 ประเภท คือ ประเภทแรก ส่งการ์ดขอคุณไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปในครั้งแรก ซึ่งข้อความในการ์ดขอคุณจะแสดงถึงความรู้สึกซาบซึ้งในบุญคุณที่ผู้ตอบมีต่อผู้วิจัยและชี้แจงให้ผู้ตอบมีความเข้าใจถึงความสำคัญของข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องใช้จากแบบสอบถาม ส่วนประเภทที่สอง ทำการจูงใจโดยการส่งเงิน จำนวน 50 บาท ไปพร้อมกับแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการให้ในลักษณะของการตอบแทน

2. การจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อตัวผู้ตอบในอนาคต ทำการจูงใจ โดยการให้สิ่งล่อใจที่ต่างกัน 2 ประเภท คือ ประเภทแรกทำการสัญญาว่าจะระบุชื่อผู้ตอบในกิตติกรรมประกาศของงานวิจัยเรื่องนี้เมื่องานวิจัยสำเร็จลง ซึ่งผู้วิจัยจะชี้แจงเจตนาเพื่อชี้แจงให้ผู้ตอบทราบถึงความสำคัญของข้อมูลที่มีต่อการวิจัย และจะระบุชื่อผู้ตอบลงในกิตติกรรมประกาศของงานวิจัยเรื่องนี้ ถ้าผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืน ส่วนประเภทที่สอง ทำการจูงใจโดยการสัญญาว่าจะส่งเงิน จำนวน 50 บาท ไปให้ในภายหลังเมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว

การเตือน หมายถึง การกระตุ้นเตือนกลุ่มตัวอย่างให้ระลึกถึงแบบสอบถามที่ส่งไปให้พร้อมทั้งกล่าวถึงการจูงใจในลักษณะต่างๆ โดยใช้ไปรษณียบัตรที่ระบุชื่อของแบบสอบถามพร้อมทั้งขอคุณผู้ที่ตอบและส่งแบบสอบถามกลับคืนมาและขอร้องผู้ที่ยังไม่ได้ตอบให้ตระหนักถึงความสำคัญของการวิจัย ความสำคัญของผู้ตอบที่มีต่อความสำเร็จของการวิจัยระบุเวลาที่เหลือก่อนถึงกำหนดการส่งกลับ พร้อมทั้งทำการชี้แจงย้ำเตือนเกี่ยวกับการจูงใจที่ผู้วิจัยได้กระทำไปแล้วในตอนต้น โดยผู้วิจัยจะส่งไปให้กลุ่มตัวอย่างหลังจากที่แบบสอบถามไปถึงมือผู้ตอบ ประมาณ 7 วัน ทั้งนี้การเตือนจะเป็นการทำให้ผู้ตอบได้ระลึกและเชื่อมโยงความรู้สึกจากการจูงใจทั้ง 4 ลักษณะดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

อัตราการตอบกลับ หมายถึง จำนวนการตอบกลับคืนของแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์หลังจากที่มีการจูงใจและมีการเตือนแล้วและมีการเตือนแต่ไม่มีการจูงใจ โดยคิดเป็นค่าสัดส่วนและร้อยละ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ได้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคนิควิธีการกระตุ้นกลุ่มตัวอย่างให้ตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยเฉพาะเทคนิคการกระตุ้นที่มีความสอดคล้องกับสภาพทางสังคมของคนไทย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆได้
2. เพื่อประโยชน์แก่นักวิจัยทั่วไปที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลซึ่งจะทำให้ นักวิจัยมีทางเลือกมากขึ้นในการเลือกใช้เทคนิควิธีการกระตุ้นให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ รวมทั้งสามารถเลือกเทคนิคที่เหมาะสมกับ เวลา และค่าใช้จ่ายของตนได้มากที่สุด