

บทที่ 2

เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ขอเสนอความรู้ แนวคิด และผลงานวิจัยเกี่ยวกับแบบสอบถามเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลงานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถาม กลับคืนทางไปรษณีย์ เมื่อให้สิ่งตอบแทน

ตอนที่ 1 ความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับแบบสอบถาม

1.1 ความหมายและลักษณะของแบบสอบถาม

สำหรับความหมายและลักษณะของแบบสอบถามนั้น มีทั้งนักวิชาการไทย และต่างประเทศ หลายท่านได้ให้คำอธิบายไว้ ดังต่อไปนี้

กมล สุดประเสริฐ (2516: 14) ได้ให้ความหมายว่า แบบสอบถามนั้นเป็น เครื่องมือสอบวัดที่มีสเกลต่าง ๆ เหมือนกับแบบสัมภาษณ์ ผิดกันแต่ว่าแบบสอบถามนั้น ให้ผู้ตอบ อ่านคำถามเอง ส่วนแบบสัมภาษณ์นั้น ผู้สัมภาษณ์เป็นคนอ่านคำถามจากแบบสอบถามให้ผู้ถูก สัมภาษณ์ตอบ ส่วนใหญ่มักจะมีคำตอบแบบเลือกตอบ โดยจะกำหนดตัวเลือกไว้ตายตัว แต่ก็มี คำถามชนิดปลายเปิดอยู่บ้าง เพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ ด้วย

กาญจนา มณีแสง (2522 : 65) กล่าวว่า แบบสอบถามหมายถึง ชุดของ คำถาม ซึ่งรวบรวมขึ้นอย่างมีกฎเกณฑ์ เป็นวิธีการเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิด ความเชื่อ และทัศนคติจากบุคคลต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดแน่นอน

จิรพรรณ กาญจนะจิตรา (2532 : 145) กล่าวว่า แบบสอบถามคือ ชุดของ คำถามที่สร้างขึ้น เพื่อให้ผู้ตอบได้กรอกคำตอบลงไปด้วยตนเอง

จุมพล สวัสดิ์ยากร (2523 : 21) กล่าวว่า แบบสอบถามคือ คำถามหรือชุดของคำถามที่เราคิดขึ้น เพื่อเตรียมไว้ไปถามผู้ที่ทราบข้อมูลตามที่เรต้องการทราบ อาจจะทำเอง หรือให้คนอื่นไปถาม หรือส่งแบบสอบถามไปให้กรอกตามแบบฟอร์มคำถามที่กำหนดให้ แล้วนำคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์แปลความหมายต่อไป

ทวีป ศิริรัศมี (2525 : 52) กล่าวว่า แบบสอบถาม คือชุดของคำถามหรือข้อความเฉพาะเรื่องที่ถูกออกแบบต้องการ และนำไปส่งให้บุคคลจำนวนหนึ่งตอบ ซึ่งการส่งให้อาจจะทำได้โดยการส่งทางไปรษณีย์ หรือใช้คนเดินไปตามบ้านแล้วแจกแบบสอบถาม และรับคำตอบกลับคืนไป หลังจากที่ได้รับคำตอบได้กรอกข้อความเรียบร้อยแล้ว

ไพศาล หวังพาณิชย์ (253๓ : 139) กล่าวว่า แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการนี้ กระทำโดยใช้ข้อความหรือข้อความคำถาม เพื่อถามให้ผู้ตอบแสดงคุณลักษณะที่ต้องการวัดออกมา

วิเชียร เกตุสิงห์ (253๓ : 66) กล่าวว่า แบบสอบถามคือ ข้อคำถามทั้งหลายที่รวมกันเข้าเป็นชุด ซึ่งได้แก่ แบบทดสอบ (Test) แบบสัมภาษณ์ (Interview) แบบสำรวจ (Inventory) แบบตรวจสอบ (Check List) และมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) อันเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดผล เพื่อให้ได้มาซึ่งปริมาณหรือคุณภาพต่าง ๆ ของพฤติกรรม

สุภาพ วาดเขียน (2523 : 36-37) กล่าวว่า แบบสอบถามหมายถึงชุดของคำถาม หรือปัญหาที่ได้เขียนเตรียมไว้สำหรับเก็บรวบรวมข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้สึก ความสนใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม ความถนัด และจินตนาการ ฯลฯ เพื่อให้ได้คำตอบทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ที่มีคุณค่าตามความเป็นจริงอย่างถูกต้องแน่นอนหรือโดยประมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลตามความมุ่งหมายของการวิจัยแต่ละเรื่อง

สุวรรณ สุวรรณเวช (2518 : 75-76) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็น เครื่องมือใช้รวบรวมข้อมูล โดยให้บุคคลอื่นตอบคำถามตามที่ผู้วิจัยกำหนด จึงไม่ควรเป็น เรื่องที่ผู้วิจัยคิดว่าจะถามอะไรก็ได้ แต่จะต้องตั้งคำถามให้คลุมถึงประเด็นต่าง ๆ ทุกอย่างที่ ผู้วิจัยต้องการจะได้เพื่อนำมาวิเคราะห์

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (253๓ : 99) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นรายการ คำถามที่เตรียมไว้ เพื่อถามเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และรายการคำถามนี้ ส่งให้แก่คนกลุ่มหนึ่งตอบ ตามความสมัครใจ เราใช้แบบสอบถามมุ่งเก็บข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง (Factual Information) ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมปกติ (Typical Behavior)

อนันต์ ศรีโสภณ (2527 : 14) กล่าวว่า แบบสอบถามหรือ Questionnaire ประกอบด้วย คำถามหรือข้อความที่เป็นคำถามชุดหนึ่ง เพื่อให้ผู้ที่ถูกถาม ตอบคำถาม ส่วนมากเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทักษะคติ หรือความรู้สึกของผู้ตอบ

อุทุมพร จามรมาน (253๓ : 1) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้น เพื่อให้ผู้ตอบเติมคำตอบเอง ปกติจะมีรายการข้อความหรือคำถามหลายหัวข้อรวมกัน ในบางครั้งแทนที่จะ เป็นข้อความก็เป็นรูปภาพ (Picture) เพื่อวัดความคิดเห็นต่าง ๆ หรือ วัดความจริงที่ยังไม่ทราบ ผลจากแบบสอบถาม จะนำไปเปรียบเทียบกับความจริง ดังนั้นจึงไม่ นิยมใช้แบบสอบถาม ถามความจริงที่ผู้วิจัยทราบแล้ว

กู๊ด (Good 1959 : 435) ได้กล่าวว่า แบบสอบถาม หมายถึงรายการ ข้อคำถามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งข้อคำถามที่เขียนมานั้น จะต้องสัมพันธ์กับหัวข้อที่จะศึกษา โดยการจัดที่ว่างไว้ ให้ผู้ตอบเขียนคำตอบลงไปในแต่ละข้อคำถามนั้น ๆ โดยปกติ แบบสอบถาม จะใช้สำหรับการศึกษาเชิงสำรวจที่มีแบบแผน และใช้สำหรับวัดทัศนคติ และความคิดเห็นของคน จำนวนหนึ่ง

แซ็กส์ (Sax 1979 : 244 - 246) กล่าวว่า แบบสอบถาม มีลักษณะ เหมือนกับแบบสัมภาษณ์ กล่าวคือ เป็นเครื่องมือที่จะล่วงเอาความจริงเกี่ยวกับความรู้สึก

ความเชื่อ ประสบการณ์ หรือทัศนคติ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มตัวอย่างประชากร หรือเป็นวิธีการของการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเรื่องที่ต้องการศึกษา

เบอร์ดี และแอนเดอร์สัน (Berdie and Anderson 1974 : 11) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดแบบฟอร์ม (Form) ให้ผู้ตอบเขียนคำตอบด้วยตนเอง

ไบลีย์ (Bailey 1987 : 106) ได้ให้ความหมายของแบบสอบถามว่า หมายถึง เครื่องมือที่ส่งไปทางไปรษณีย์ หรือส่งโดยตรงถึงมือผู้รับ เพื่อให้ผู้รับเติมคำตอบด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากแบบสัมภาษณ์ตรงที่แบบสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยหรือผู้สัมภาษณ์จะเป็นคนเขียนคำตอบ ส่วนแบบสอบถามนั้น กลุ่มตัวอย่างประชากรหรือผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นผู้เขียนคำตอบเอง

ฟังก์ และแวกนอลล์ (Funk and Wagnalls 1963 : 1034) กล่าวว่า แบบสอบถามหมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นเอกสารที่บรรจุเป็นชุดคำถาม ซึ่งได้ออกแบบหรือสร้างขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูล สำหรับการสืบสวนหรือการศึกษาในเชิงวิทยาศาสตร์ ของเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

วูล์ฟ (Wolf 1988 : 478) ได้กล่าวว่า แบบสอบถาม คือ เครื่องมือที่ใช้สำหรับรายงานเกี่ยวกับตนเอง (Self - Report) ที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่อยู่ในความสนใจของผู้วิจัย ซึ่งประกอบด้วยจำนวนข้อคำถาม หรือข้อกระทบ (Items) ที่ให้ผู้ตอบอ่านแล้วตอบคำถามนั้น ๆ

เว็บสเตอร์ (Webster 1975 : 1475) ได้ให้ความหมายของแบบสอบถามว่า คือข้อเขียนสิ่งพิมพ์ที่มีรูปแบบเพื่อใช้สำหรับเก็บรวบรวมสารสนเทศ (Information) เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง ซึ่งประกอบด้วยรายการข้อคำถามต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบเขียนตอบลงไปด้วยตนเอง

ไวร์สมา (Wiersma 1969 : 274) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับแบบสอบถามว่า เป็นรายการของข้อความซึ่งถามเพื่อให้ผู้ตอบเขียนตอบเอง โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายลงไปช่วงพิสัยของข้อความ หรือข้อความเหล่านั้นตามความคิดเห็นของผู้ตอบเอง

จากความหมายของแบบสอบถามที่นักวิชาการทั้งหลายได้กล่าวมาแล้ว อาจจะสรุปได้ว่า แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือการวิจัยประเภทหนึ่ง ที่สร้างขึ้นอย่างมีหลักการ และมี การวางแผนไว้ล่วงหน้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับข้อเท็จจริง และความรู้สึกหรือทัศนคติ ตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล หรือคำตอบ ที่ถูกต้องทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้เขียนคำตอบด้วยตนเอง

1.2 รูปแบบของแบบสอบถาม

โดยทั่วไปแล้ว แบบสอบถามมีหลายรูปแบบ แต่อาจจะสรุปได้เป็นรูปแบบใหญ่ ๆ ได้ 3 อย่างคือ แบบสอบถามปลายปิด (Closed Form) แบบสอบถามปลายเปิด (Opened Form) และแบบสอบถามแบบรูปภาพ (Pictorial Form) (Van Dalen 1979 : 154-156) ซึ่งในแต่ละรูปแบบนั้นมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามปลายปิด (Closed Form) แบบสอบถามรูปแบบนี้มีลักษณะเหมือนแบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Multiple Choices) กล่าวคือ จะมีข้อความที่เป็นข้อความคำถาม และมีคำตอบที่กำหนดไว้เรียบร้อยแล้ว ให้ผู้ตอบเลือกตอบข้อใดข้อหนึ่งที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวผู้ตอบ จำนวนตัวเลือกที่ให้เลือกตอบนั้นมีได้หลายลักษณะ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2529 : 182) แต่ที่นิยมใช้กันมีดังนี้

1.1 แบบให้เลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่งในจำนวน 2 อย่าง ซึ่งจะกำหนดคำตอบให้ 2 คำตอบ แล้วให้เลือกได้ 1 คำตอบ อาจจะเป็นแบบตอบรับหรือตอบปฏิเสธโดยกำหนดคำตอบเป็น ใช่-ไม่ใช่ สนใจ-ไม่สนใจ เคย-ไม่เคย เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย และ ถูก-ผิด เป็นต้น

1.2 แบบให้เลือก 1 คำตอบจากหลายคำตอบ

1.3 แบบให้เลือกหลายคำตอบ จากหลายคำตอบ เป็นแบบที่กำหนดคำตอบไว้ให้หลายคำตอบ โดยที่ผู้ตอบมีโอกาสเลือกตอบได้หลายคำตอบ

1.4 แบบให้เลือกตอบตามลำดับก่อนหลัง (Ranking of Item)

เป็นแบบคำตอบที่กำหนดให้ผู้ตอบได้ตอบตามลำดับก่อนหลัง หรือลำดับความสำคัญโดยให้ใส่หมายเลข 1, 2, 3... ตามลำดับ

1.5 แบบประเมินค่า เป็นแบบที่กำหนดให้มีน้ำหนักเปรียบเทียบกัน

ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว รูปแบบคำตอบของคำถามแบบนี้มีหลายชนิด แต่ที่นิยมใช้ ได้แก่

1.5.1 แบบสามคำตอบ เช่น [] สูง [] ปานกลาง
[] ต่ำ

1.5.2 แบบสี่คำตอบ เช่น [] ดีเลิศ [] ดี
[] พอใช้ [] ไม่ดีเลย

1.5.3 แบบห้าคำตอบ เช่น [] เห็นด้วยอย่างยิ่ง
[] เห็นด้วย [] ไม่แน่ใจ [] ไม่เห็นด้วย [] ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือ
บางครั้งอาจใช้ตัวเลขกำกับแทนตัวหนังสือก็ได้ โดยใช้ตัวหนังสือไว้ หัว-ท้าย

1.5.4 แบบเจ็ดคำตอบ หรือมากกว่า (บุญธรรม
กิจปริดาปริสุทธิ์ 2531 : 166 - 170.)

2. แบบสอบถามปลายเปิด (Opened Form) เป็นรูปแบบของข้อคำถามในลักษณะที่ถามอย่างกว้าง ๆ เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้ตอบอย่างเสรี ตามความพอใจ มักใช้ในกรณี que ที่เรื่องจะศึกษานั้นมีความซับซ้อนไม่ทราบความสัมพันธ์ของมิติต่าง ๆ และนิยมใช้เป็นแนวทางสำหรับการสร้างแบบสอบถามปลายปิด (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และบุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ์ 2521 : 131 - 136)

3. แบบสอบถามแบบรูปภาพ (Pictorial Form) เป็นแบบที่ใช้รูปภาพแทนภาษา มีลักษณะเหมือนแบบสอบถามปลายปิด แบบสอบถามแบบรูปภาพมีความสำคัญอยู่ที่ต้องสร้างภาพให้ชัดเจนเป็นที่เข้าใจตรงกัน อาจเป็นภาพวาดหรือภาพถ่ายก็ได้ เหมาะสำหรับผู้ตอบที่เป็นเด็ก หรือผู้ที่มีความรู้ทางภาษาเขียนน้อย (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2529 : 184)

1.3 โครงสร้างของแบบสอบถาม

วันทนีย์ ชูศิลป์ (2525 : 180 - 190) ได้กล่าวว่า แบบสอบถามมักจะมีโครงสร้างใหญ่ ๆ 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม ในส่วนนี้จะระบุวัตถุประสงค์ของการตอบแบบสอบถาม และตัวอย่างการตอบแบบสอบถามด้วย

ส่วนที่ 2 สภาทั่วไป จะเป็นรายละเอียดส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างประชากร ซึ่งมักจะใช้เป็นตัวแปรต้นในสมมุติฐานของการวิจัย เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะวัด ซึ่งส่วนนี้จะแบ่งเป็นตอน ๆ อาจจะใช้รูปแบบเดียว หรือหลายรูปแบบก็ได้

นิศร ทองชื่น (2525 : 140-141) ได้กล่าวถึงโครงสร้างของแบบสอบถามไว้ว่า โดยปกติแล้วโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกได้เป็น 4 ตอนคือ

1. วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของผู้ตอบ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ถาม (Main Body) ซึ่งแบ่งเป็น ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลหลักสำคัญซึ่งเป็นหัวใจของแบบสอบถาม และข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางอ้อมกับประเด็นหลัก
4. ข้อสรุป เป็นการใช้คำถามเพื่อทดสอบความเข้าใจทั้งหมดของผู้ตอบ

สรุปได้ว่า แบบสอบถามนั้นมีโครงสร้าง ซึ่งแบ่งออกเป็นส่วน ๆ ได้แก่ คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม สถานภาพของผู้ตอบ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ในแต่ละส่วนจะมีหัวข้อย่อยแยกออกไปตามความเหมาะสม

1.4 จดหมายนำ

สมหวัง นิธิยานูวัฒน์ (2525 : 70) ได้กล่าวว่า จดหมายนำนั้น เขียนขึ้นเพื่อมุ่งชี้ให้ผู้รับแบบสอบถามได้เห็นความสำคัญของการวิจัย และให้ความร่วมมือด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม จดหมายนำประกอบด้วยเรื่องราวต่าง ๆ ดังนี้คือใครเป็นผู้อุปถัมภ์การวิจัยนี้ ทำไมต้องวิจัย ทำไมต้องตอบแบบสอบถาม คำแนะนำในการตอบและการส่งแบบสอบถาม การรักษาความลับของคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม และการสัญญาว่าจะส่งผลการวิจัยให้ทราบภายหลัง เป็นต้น นอกจากนี้ ไบเลย์ (Bailey 1987 : 137-138) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการเขียนจดหมายนำว่า ควรจะประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ



1. ควรกล่าวถึงบุคคล หรือองค์กรที่เป็นผู้ดำเนินการวิจัย
2. บอกความสำคัญของคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามว่า มีความสำคัญ

อย่างไรบ้าง

3. ระบุถึงความสำคัญ หรือจุดมุ่งหมายของการวิจัย เรื่องนั้น ๆ
4. กล่าวถึงการรับรอง เพื่อเป็นการประกันกับผู้ตอบว่า ไม่มีคำตอบใดผิด

หรือถูก และจะปกปิดคำตอบเป็นความลับ

ดังนั้น จดหมายนำจึงเขียนขึ้นมา เพื่อจะบอกให้กลุ่มตัวอย่างประชากรเกี่ยวกับ ความเป็นมาของการวิจัย ผู้สนับสนุนการวิจัย และความสำคัญของคำตอบที่จะได้รับจากผู้ตอบ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของการวิจัยที่เชื่อถือได้ ซึ่งจดหมายนำนี้จะส่งไปพร้อม ๆ กับการส่ง แบบสอบถามด้วย

1.5 การสร้างแบบสอบถาม

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามนั้น ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดคือ การสร้างแบบสอบถาม เบอร์ดี้ และแอนเดอร์สัน (Berdie and Anderson 1975 : 25 - 26) ได้กล่าวว่า การสร้างแบบสอบถามเพื่อที่จะให้เป็นเครื่องมือที่ดีนั้น จะต้องมีการ วางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างรอบคอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้สูง แบบสอบถามที่สร้างขึ้น มาอย่างดีนั้น จะทำให้เพิ่มอัตราการตอบกลับอีกด้วย นอกจากนี้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก ในเรื่องของการสร้างแบบสอบถามให้มีคุณภาพสูงคือ ผู้สร้างต้องมีความรู้ ความสามารถ และ ความชำนาญทั้งในด้านเทคนิควิธีการสร้าง และความรู้อย่างแท้จริง ในเรื่องที่จะตนเองจะสร้าง ดังนั้น ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากขั้นหนึ่ง เพราะถ้ารายละเอียด ในแบบสอบถามนั้น สร้างไม่ดีหรือไม่ครอบคลุมถึงสิ่งที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ จะสร้างความลำบากให้แก่ผู้วิจัยมาก ซึ่งทำให้ไม่สามารถจะรวบรวมและวิเคราะห์ผลตามความเป็นจริงได้ สำหรับขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามนั้น มีนักการศึกษาหลายท่านได้เสนอไว้ดังนี้

อุทุมพร จามรมาน (2530 : 8) ได้เสนอขั้นตอนของการสร้างแบบสอบถาม ไว้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม
2. จัดหมวดหมู่หรือประเด็นหลักของเนื้อหา

3. แจกแจงประเด็นหลัก เป็นประเด็นย่อย
4. กำหนดจำนวนข้อความ และรูปแบบของคำถาม
5. ตรวจสอบความสอดคล้อง
6. จัดทำแบบสอบถามฉบับร่าง
7. ทดลองใช้ แก้วไข และจัดพิมพ์

บุญธรรม กิจปริดาปริสฺฐี (2531 : 164) ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามไว้ ซึ่งได้แก่ การกำหนดข้อมูลที่ต้องการ การกำหนดรูปแบบของแบบสอบถามที่จะใช้ การร่างแบบสอบถาม การตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไข การบรรณาธิการ และการทดลองใช้แบบสอบถาม

วันทนีย์ ชูศิลป์ (2525 : 190 - 192) ได้กล่าวถึงลำดับขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามไว้อย่างละเอียดดังนี้

1. ศึกษาคุณลักษณะของสิ่งที่จะวัดจากตำรา เอกสารและผลงานวิจัยต่าง ๆ
2. สร้างนิยามปฏิบัติการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยมองคุณลักษณะที่จะวัดในรูปของพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างชัดเจน
3. กำหนดประเภทของแบบสอบถาม เพื่อให้เหมาะสมกับเรื่องที่จะวัด และลักษณะของกลุ่มตัวอย่างประชากร
4. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม โดยเฉพาะลักษณะของข้อความคำถามที่ดี
5. แบ่งคุณลักษณะที่จะวัดออกเป็นประเด็นต่าง ๆ เพื่อสะดวกในการสร้างข้อความในแต่ละประเด็น และครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษา
6. สร้างข้อความหรือข้อความ โดยยึดลักษณะของข้อความคำถามที่ดีเป็นหลัก
7. เรียงคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม เพื่ออธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามให้ผู้ตอบเข้าใจได้อย่างถูกต้อง
8. ปรับปรุงแบบสอบถาม โดยการนำมาพิจารณาใหม่อีกครั้งเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง
9. ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม และปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่ง

10. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ เพื่อวิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถาม พร้อมทั้งปรับปรุงใหม่ให้สมบูรณ์

11. จัดนิมนต์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ พร้อมทั้งจะนำไปวัด หรือทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างประชากรได้

จากการศึกษาขั้นตอนในการดำเนินการสร้างแบบสอบถามที่นักการศึกษาทั้ง 3 ท่านได้กล่าวมาข้างต้นนั้น อาจสรุปได้เป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ขั้นเตรียม ซึ่งได้แก่ การเตรียมความรู้ในเรื่องที่จะสร้างแบบสอบถาม ความรู้เกี่ยวกับเทคนิควิธีการสร้าง การกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม และการกำหนดประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ต้องการ

2. ขั้นตอนการ เป็นขั้นของการเขียนข้อคำถาม หรือการร่างแบบสอบถาม โดยใช้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่ได้เตรียมไว้ และที่สำคัญอย่างยิ่งคือ จะต้องสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมประเด็น ที่กำหนดไว้ในข้อ 1

3. ขั้นตรวจสอบคุณภาพ ในขั้นนี้จะดำเนินการตรวจสอบเพื่อปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในขั้นที่ 2 โดยการพิจารณาใหม่ หรือให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถาม รวมทั้งภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามด้วย แล้วจึงนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างประชากร เพื่อวิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถาม พร้อมทั้งปรับปรุง และจัดนิมนต์เป็นฉบับสมบูรณ์

จะเห็นได้ว่า ในแต่ละขั้นตอนที่ได้กล่าวมานั้น มีความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ในการที่จะดำเนินการสร้างแบบสอบถามในขั้นที่ 2 ได้ นั้น ต้องยึดความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่ได้เตรียมไว้ในขั้นที่ 1 มาเป็นหลัก และสำหรับในขั้นที่ 3 ซึ่งเป็นการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ก็จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลจากขั้นที่ 1 และ 2 มาประกอบกัน ดังนั้นสิ่งที่สำคัญของการที่จะได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพนั้น จึงขึ้นอยู่กับกระบวนการทั้ง 3 ขั้นตอน ดังกล่าว

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ขั้นที่นับว่ามีความสำคัญมากที่สุดคือ การเขียนข้อคำถาม ซึ่งในขั้นนี้ผู้วิจัยจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์หรือลักษณะของข้อคำถามที่ดี ทั้งนี้ เพื่อที่จะทำให้เกิดความเป็นปรนัย (Objective) สำหรับผู้ตอบ กล่าวคือ ผู้ตอบอ่านข้อคำถามแล้ว ทุกคนเข้าใจได้ถูกต้องและตรงกัน ดังนั้น การเขียนข้อ

คำถามในแบบสอบถาม ผู้วิจัยต้องคำนึงหรือยึดหลักต่าง ๆ ซึ่งมีนักวิจัยทางสังคมศาสตร์หลายท่าน ได้ให้ข้อเสนอแนะ และหลักการที่สำคัญ ๆ ดังนี้

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2523 : 185-188) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการเขียนข้อคำถามในแบบสอบถาม ดังนี้ คือ (1) ต้องชัดเจนไม่คลุมเครือ (2) หลีกเลี่ยงการถามคำถามซ้อนในประโยคเดียวกัน (3) ไม่ใช่คำถามนำ หรือคำถามแนะคำตอบ (4) ไม่ควรใช้คำถามปฏิเสธซ้อนกัน (5) ควรใช้คำที่คนทั่วไปเข้าใจง่าย

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2529 : 152-153) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการเขียนข้อคำถามดังนี้คือ (1) ข้อความต้องชัดเจน (2) ใช้ประโยคสั้น ๆ เข้าใจง่าย (3) ไม่ควรใช้ประโยคที่มีข้อความ 2 ตอน (4) ไม่ควรใช้ปฏิเสธซ้อนกัน (5) หลีกเลี่ยงคำที่มีความหมายกำกวม (6) ไม่ควรใช้คำถามนำ (7) ชัดเส้นใต้คำที่ต้องการเน้น

อุทุมพร จามรมาน (2530 : 28) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการเขียนข้อคำถามที่ดีดังนี้ คือ (1) ข้อคำถามแต่ละข้อมีความเป็นนัยเดียว (2) หลีกเลี่ยงการใช้คำคุณศัพท์และคำวิเศษณ์ (3) หลีกเลี่ยงการตั้งคำถามนำ (4) ไม่ควรตั้งคำถามกำกวม (5) ไม่ถามคำถามส่วนตัว (6) ไม่ควรใช้คำที่เป็นนามธรรม (7) พยายามเลี่ยงข้อความที่ไวต่อความรู้สึกของคน (8) ไม่ใช่คำปฏิเสธซ้อนปฏิเสธ (9) ไม่ใช่คำย่อต่าง ๆ และ (10) ควรเรียงลำดับข้อคำถามในแนวขนาน ทำให้อ่านง่ายกว่าในแนวนอน

สมหวัง นิธิยานุวัฒน์ (2530 : 99-100) ได้เสนอแนะหลักเกณฑ์ในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ (1) ควรสั้นกระชับรัด ถึงจุดความสนใจของผู้ตอบแต่ครอบคลุมสาระสำคัญไว้หมด (2) ไม่ควรเป็นคำถามนำคำตอบ (3) คำถามควรมุ่งคำตอบที่เจาะจง เฉพาะ และ (4) คำถามที่ใช้ไม่ควรก่อให้เกิดความลำบากใจแก่ผู้ตอบ

นอกจากนี้ เฟอร์เบอร์ และเวอร์ดอร์ม (Ferber and Verdoorn อ้างถึงในสุวรรณ สุวรรณเวช 2518 : 82-83) ได้ให้หลักการในการเขียนข้อคำถามไว้ 16 ประการ ดังนี้

1. ข้อความ คำถาม และคำตอบต้องมีความหมายชัดเจน และมีใจความสั้น ๆ
2. ถ้อยคำที่ใช้ในข้อความต้องไม่มีความหมายกำกวม
3. ควรหลีกเลี่ยงการเรียงประโยคที่ซับซ้อน
4. ข้อคำถามบางข้อจะต้องมีคำอธิบายประกอบ เพื่อให้ผู้ตอบมีแนวที่จะ

พิจารณาตัดสินใจในการตอบ

5. ตัดคำฟุ่มเฟือยที่ไม่จำเป็นออกไป
6. จะต้องไม่ตั้งคำถามที่จะ เป็นการนำผู้ตอบ ให้ตอบคำถามตามแนวใดแนวหนึ่ง
7. ตัดคำถามที่มีความหมายน้อยออกเสีย
8. คำตอบที่กำหนดไว้ให้ผู้ตอบเลือกจะต้องเข้าใจได้ง่าย
9. ใจความของคำถามจะต้องให้ผู้ตอบรู้สึกว่าจะเกี่ยวข้องกับสภาวะการณ์หรือ

ข้อเท็จจริงที่จะถาม

10. หลีกเลี่ยงการถามความคิดเห็น เว้นแต่ในกรณีที่ต้องการจะได้แต่เพียงความ

คิดเห็นโดยเฉพาะ

11. หลีกเลี่ยงคำถามที่จะทำให้ผู้ตอบไม่สนใจเป็นอย่างมาก
12. เลือกคำถามที่จะไม่ทำให้ผู้ตอบเกิดความลำบากใจ หรืออึดอัดใจที่จะตอบ
13. หลีกเลี่ยงคำถามที่จะตอบได้หลาย ๆ แนว โดยที่ผู้วิจัยประสงค์จะได้

เพียงคำตอบในแนวเดียวเท่านั้น

14. พยายามทำให้ผู้ตอบใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการตอบ
15. ตั้งคำถามที่จะทำให้ผู้ตอบไม่ต้องคิดมากจนเกินไป
16. หลีกเลี่ยงการใช้คำที่เป็นนามธรรม เพราะจะทำให้คำถามขาดความ

แน่นอน

จะเห็นได้ว่าการเขียนข้อคำถามในแบบสอบถามที่ดีนั้น ผู้วิจัยต้องใช้ความคิดพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของภาษาที่ใช้เขียนข้อคำถามต้องระมัดระวังให้มากที่สุด กล่าวคือ ผู้วิจัยจะต้องเลือกใช้ข้อความที่อ่านเข้าใจง่าย และที่สำคัญคือไม่ว่าใครจะอ่านข้อความนั้นก็เข้าใจได้ถูกต้อง และตรงประเด็นกับที่ผู้วิจัยต้องการถาม

1.6 การทดลองใช้แบบสอบถาม

เมื่อได้สร้างแบบสอบถามแล้ว ในขั้นต่อไปคือการทดลองใช้แบบสอบถาม เพื่อหาความแน่นอนหรือความเชื่อถือได้ และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามฉบับนั้น ถ้าหากปรากฏว่ามีข้อบกพร่องก็จะแก้ไขได้ทันท่วงที ก่อนที่จะนำไปใช้จริง ส่วนเหตุผลที่ต้องมีการทดลองใช้แบบสอบถามนั้น เนื่องจากบรรดาข้อคำถามต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมานั้น ภาวะความรู้สึก ประสบการณ์ และความคิดเห็นของผู้สร้างแบบสอบถามเท่านั้น แต่เมื่อนำไปปฏิบัติจริง ผลจะปรากฏออกมาเหมือนที่ผู้วิจัยคิดไว้หรือไม่นั้นไม่มีใครทราบ เพราะผู้สร้างข้อคำถามอาจจะมีความเข้าใจอย่างหนึ่ง แต่ผู้ตอบอาจจะไม่เข้าใจข้อคำถามอย่างนั้นก็เป็นที่ได้ กล่าวคือผู้ถามกับผู้ตอบเข้าใจไม่ตรงกัน ดังนั้น ขั้นตอนการทดลองใช้แบบสอบถาม จึงมีความสำคัญอีกระดับหนึ่ง ไม่นับขั้นตอนอื่น ๆ (สุวรรณ สุวรรณเวช 2518: 83-84) สิ่งที่จะทำให้ผู้วิจัยทราบในการทดลองใช้แบบสอบถามนี้ สวัสดิ์ สุคนธ์รังษี (2525: 189) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ความมีประสิทธิภาพและค่าใช้จ่ายของการดำเนินงานรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
2. ความรู้สึกที่อยากจะตอบ และความเข้าใจในข้อความในแง่ของผู้ตอบ
3. ความเข้าใจผิดในความหมายของข้อคำถามที่อาจเกิดขึ้น
4. ความสมบูรณ์ของข้อคำถาม
5. จุดบกพร่องในเรื่องของรูปลักษณะ คำชี้แจงรายการ และรายละเอียดในการตอบแบบสอบถาม
6. ความเชื่อถือได้ (Validity) โดยประมาณของแบบสอบถาม

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การทดลองใช้แบบสอบถามนั้น มีความสำคัญหรือประโยชน์ในอันที่จะช่วยให้ผู้สร้างแบบสอบถาม ได้ทราบจุดบกพร่องของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เพื่อที่จะนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

1.7 การส่งแบบสอบถาม

หลังจากได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยอาจจะส่งแบบสอบถามดังกล่าวไปให้กลุ่มตัวอย่างประชากรได้ 2 วิธี ได้แก่

1. การส่งแบบสอบถามโดยผู้วิจัยนำไปส่งด้วยตนเอง (Self - Administered Questionnaires) วิธีนี้ไม่ค่อยจะมีปัญหายุ่งยากมากนัก เพียงแต่ผู้วิจัยหรือพนักงานรวบรวมข้อมูลนำแบบสอบถามไปส่งให้กลุ่มตัวอย่างประชากรจนถึงมือของผู้ตอบด้วยตนเอง และรอเก็บรวบรวมแบบสอบถามนั้นกลับคืนในทันที นอกจากนี้ยังเป็นวิธีการที่จะช่วยแก้ปัญหาในเรื่องการได้รับแบบสอบถามกลับคืนน้อยอีกด้วย

2. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailed Questionnaires) เป็นวิธีการที่ประหยัด สะดวก และเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง เหมาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างประชากรที่อยู่อย่างกระจัดกระจาย ในการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์นั้น ควรปฏิบัติดังนี้

2.1 กำหนดรหัสของแบบสอบถามไว้ทุกฉบับ เรียงตามลำดับหมายเลข เพื่อจะได้ทราบว่า แบบสอบถามนั้นส่งไปให้ใคร เมื่อไม่ได้รับการตอบกลับคืนภายในกำหนด ผู้วิจัยจะได้ทำการติดตามได้ถูกต้อง

2.2 เขียนหรือพิมพ์ ชื่อ-ที่อยู่ ที่ต้องการให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามกลับคืนมายังผู้วิจัยให้ชัดเจน

2.3 จ่าหน้าถึงผู้รับแบบสอบถามให้ชัดเจน

2.4 ติดแสตมป์ให้เรียบร้อย ทั้งการส่งไป และการส่งกลับคืน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

นอกจากนี้ การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ อาจจะได้โดยการพับแบบสอบถามหรือใส่ซองโดยเฉพาะก็ได้ ถ้าใช้วิธีพับในตอนผู้วิจัยส่งไป จะต้องพับ ให้ส่วนที่มีชื่อ-ที่อยู่ของผู้รับออกไว้ด้านนอก ส่วนชื่อ-ที่อยู่ ที่ต้องการให้ส่งกลับคืนนั้น ให้อยู่ด้านในพร้อมทั้งติดแสตมป์ด้วย แต่ถ้าใช้วิธีใส่ซอง จะต้องแนบซองที่มี ชื่อ-ที่อยู่ ที่ต้องการให้ส่งกลับคืน และติดแสตมป์ให้เรียบร้อยใส่ในซองแบบสอบถามที่ส่งนั้นด้วย (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ 2531 : 177-178)

1.8 เทคนิคในการติดตามแบบสอบถาม

ไพศาล หวังพานิช (2530 : 144-145) ได้กล่าวถึงเทคนิคในการติดตามแบบสอบถามไว้ว่า เป็นวิธีการกระตุ้นหรือขอร้องผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยส่งไปนั้นกลับคืนมาให้มากที่สุด โดยเฉพาะการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ มักจะมีปัญหา

เรื่องการไม่ตอบแบบสอบถามกลับคืนตามกำหนด ดังนั้น ถ้าจะให้ได้แบบสอบถามกลับคืนตามกำหนดเวลาและให้มากที่สุด จำเป็นต้องมีเทคนิคในการติดตามด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. ส่งจดหมายเตือนหลังจากส่งแบบสอบถามไปแล้ว 1-2 สัปดาห์ในจดหมายเตือนนั้นควรระมัดระวังถ้อยคำ ควรเขียนในเชิงขอร้อง และควรบอกถึงความเป็นมาของการวิจัย ประโยชน์หรือผลที่ได้รับ เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว โดยเน้นให้เห็นว่าความสำเร็จนั้นจะได้มาจากความร่วมมือของผู้ตอบ

2. การส่งจดหมายเตือนควรเน้นเรื่องขอความร่วมมือ และสอดคล้องจ่าหน้าให้เรียบร้อย รวมทั้งติดแสตมป์ให้ด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบ

3. การติดตามโดยทั่วไปแล้วจะมีการติดตาม 2-3 ครั้ง เป็นอย่างต่ำ และให้ระยะเวลาห่างกันพอสมควรสำหรับการติดตามแต่ละครั้ง เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนหรือทำให้เกิดความรำคาญใจ

4. ถ้าการส่งจดหมายเตือนยังไม่ได้ผล ในบางกรณีอาจจะใช้โทรเลขหรือโทรศัพท์สอบถาม เพื่อเป็นการเตือนก็ได้ แต่ต้องระมัดระวังการใช้ถ้อยคำให้เหมาะสม

5. ผู้วิจัยต้องทำรหัสประจำตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อประโยชน์ในการติดตาม และในทำนองเดียวกัน อุกุมพร จามรมาน (2530 : 42-43) ได้กล่าวว่า การติดตามแบบสอบถามนั้นเป็นเรื่องที่จำเป็นมาก เพราะทำให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งยังผลทำให้การวิจัยมีความเชื่อถือยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เทคนิคการติดตามแบบสอบถามกลับคืน อาจทำได้โดยการใช้ประโยชน์บัตร หรือการติดตามส่วนตัว ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นเทคนิคการกระตุ้น เพื่อให้ได้แบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยที่พบว่า การใช้โทรศัพท์และจดหมายติดตาม ช่วยให้ได้แบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 94 ของแบบสอบถามที่ติดตาม

1.9 ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถาม

สำหรับข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยนั้น ได้มีผู้ให้แนวคิดไว้หลายท่าน ดังนี้

วันทีย์ ชูศิลป์ (2525 : 195) ได้กล่าวถึงข้อดีของการใช้แบบสอบถามว่า

1. เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ค่อนข้างประหยัด ทั้งในด้านแรงงาน และค่าใช้จ่าย ใช้สะดวกโดยเฉพาะการส่งทางไปรษณีย์ หรือฝากผู้อื่นเก็บรวบรวมให้ และยังสามารถใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีขนาดใหญ่ได้ผลดีกว่าวิธีอื่นด้วย
2. ได้ข้อมูลที่เป็นปฐมภูมิ (Primary Data) ที่สามารถสรุปผลได้ง่าย และน่าเชื่อถือ ทั้งนี้เพราะผู้ตอบได้ตอบลงในแบบฟอร์มเดียวกัน ทำให้ได้ข้อมูลในลักษณะเดียวกัน นอกจากนี้ยังเป็นข้อเท็จจริงที่มาจากสภาพของการตอบที่คล้ายคลึงกัน และในเวลาใกล้เคียงกัน ในกรณีที่ใช้แบบสอบถามถึงมือผู้รับไล่เลี่ยกัน
3. ข้อมูลที่ได้รับส่วนใหญ่นำมาเขียนเป็นตารางได้สะดวก สามารถวิเคราะห์หาค่าสถิติได้ ทำให้แปลผลง่ายขึ้น และยังสามารถหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) และค่าความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามได้ด้วย
4. ผู้ตอบมีอิสระในการตอบ กล่าวคือ ไม่ต้องเผชิญหน้ากับผู้เก็บรวบรวมข้อมูล ทำให้ตอบคำถามด้วยความสบายใจ อันเป็นผลทำให้ตอบตามความเป็นจริง โดยเฉพาะแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับทัศนคติ นอกจากนี้ ลักษณะการตอบไม่เร่งรัดเท่ากับการสัมภาษณ์ ทำให้ผู้ตอบมีเวลาพิจารณาหาคำตอบที่แน่ใจจริง ๆ ข้อมูลที่ได้จึงมีความถูกต้องมากขึ้น
5. ใช้กับกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีการศึกษาสูง ได้ดีกว่าวิธีอื่น เพราะบุคคลในระดับนี้มักไม่ชอบนั่งให้ใครสัมภาษณ์
6. ลักษณะส่วนบุคคลทั้งของผู้ตอบและผู้เก็บรวบรวมข้อมูล ไม่ค่อยจะมีผลกระทบต่อข้อมูลที่ได้รับ ดังนั้นจึงไม่มีปัญหาในเรื่องความลำเอียงของผู้รวบรวมข้อมูลเหมือนการสังเกตและการสัมภาษณ์

จิรพรรณ กาญจนะจิตรา (2532 : 148-149) ได้กล่าวถึงข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามไว้ ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถามนั้น ผู้ตอบจะต้องมีความรู้ด้านภาษาพอสมควร จึงจะเข้าใจคำถามได้ถูกต้อง แต่จะใช้ไม่ได้กับผู้ตอบหรือกลุ่มตัวอย่างประชากร ที่อ่านไม่ออกและเขียนไม่ได้

2. อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนที่ได้รับส่วนมากจะต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งโดยปกติจะได้รับแบบสอบถามกลับคืน ร้อยละ 10-50 เท่านั้น
3. ในกรณีที่ผู้ตอบไม่เข้าใจแบบสอบถาม ก็ไม่สามารถจะถามใครได้
4. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ มักขาดความเชื่อถือจากผู้ตอบ เพราะผู้ตอบไม่แน่ใจว่าคนถามเป็นใคร มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนอย่างไรบ้าง
5. การตอบแบบสอบถามทำให้ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้สึก ซึ่งอาจจะได้มาจากการแสดงออกทางกิริยาท่าทางของผู้ตอบ
6. แบบสอบถามที่ดีนั้น ผู้วิจัยจะต้องใช้เวลาในการสร้างนาน
7. มักจะต้องมีการติดตาม (Follow-Up) แบบสอบถามกลับคืน ซึ่งทำให้ต้องเสียเวลา

เบอร์ดี และแอนเดอร์สัน (Berdie and Anderson 1974 : 18-23)

ได้กล่าวถึงข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามไว้ดังนี้

ข้อดี (Advantage) ของการใช้แบบสอบถาม ได้แก่

1. ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายเมื่อเปรียบเทียบกับ การสัมภาษณ์ ในกรณีที่การวิจัยเรื่องนั้น ๆ ใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรขนาดใหญ่
2. แบบสอบถาม สามารถส่งไปได้ทุกพื้นที่ ที่มีการบริการไปรษณีย์
3. แบบสอบถามปลายปิด ทำให้สะดวกต่อการสรุปผล เนื่องจากผู้ตอบได้ตอบข้อความที่เหมือนกัน มีแบบฟอร์มเดียวกัน ซึ่งเป็นการควบคุมสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน
4. ไม่มีความลำเอียง เพราะคำตอบเป็นของผู้ตอบเอง
5. สามารถที่จะควบคุม ให้แบบสอบถามถึงมือผู้ตอบได้ ในเวลาใกล้เคียงกัน
6. เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบส่วนใหญ่ทันเคย

สำหรับข้อจำกัด (Disadvantage) ของการใช้แบบสอบถามนั้น ได้แก่

1. ส่วนใหญ่ผู้มักจะได้รับแบบสอบถามกลับคืน ในอัตราที่ค่อนข้างต่ำ ซึ่งส่งผลทำให้ข้อสรุปที่ได้ไม่น่าเชื่อถือเท่าที่ควร เนื่องจากข้อมูลไม่มีความเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร

2. มีการยึดหยุ่นน้อย กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบไม่เข้าใจข้อคำถาม ก็จะทำให้ตอบคำถามได้ไม่ตรงประเด็น หรือไม่ตอบเลยก็เป็นได้
3. ผู้ตอบแบบสอบถามบางกลุ่ม มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากผู้ตอบอาจจะได้รับแบบสอบถามบ่อยครั้ง จนทำให้เกิดความเบื่อหน่าย
4. ผู้ตอบบางกลุ่มรู้สึกว่า การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์นั้น เป็นการติดต่อที่ห่างเหินกันมาก
5. สำหรับผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกนั้น ผู้วิจัยไม่สามารถใช้แบบสอบถามได้
6. ในบางกรณี ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างประชากรไม่ได้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง แต่อาจจะให้คนอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างประชากรตอบให้ ทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง

แนชเมียส, เดวิด และแนชเมียส, ซวา (Nachmias, David and Nachmias, Chava 1981 : 181-183) ก็ได้กล่าวถึงข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามทางไปรษณีย์ ดังนี้

ข้อดี (Advantage) มีดังนี้

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

ข้อจำกัด (Disadvantage) มีดังนี้

1. ไม่สามารถที่จะได้ข้อมูลในด้านพฤติกรรมของผู้ตอบ ที่ผู้ถามอาจจะสังเกตได้ และในกรณีที่คำตอบที่ได้ไม่ชัดเจน ผู้วิจัยไม่สามารถซักถามได้
2. ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมการตอบคำถามได้ ในกรณีที่ตอบคำถามไม่ครบทุกข้อ

3. ไม่สามารถใช้กับผู้ตอบที่ไม่ค่อยรู้หนังสือ
4. ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนค่อนข้างต่ำ นับว่าเป็นปัญหาที่สร้างความหนักใจให้กับผู้วิจัยอย่างมาก ซึ่งปัญหานี้ส่วนใหญ่เกิดจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีการศึกษาน้อยหรือเกิดจากการย้ายที่อยู่ของผู้ตอบ

เมื่อได้พิจารณาข้อดีและข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าแบบสอบถามมีข้อดีหรือข้อได้เปรียบอยู่หลายประการ แต่ในขณะเดียวกันแบบสอบถามก็มีข้อจำกัดหรือข้อเสียเปรียบไม่น้อยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเรื่องของการได้รับแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ในอัตราที่ต่ำนั้น เป็นข้อจำกัดหรือข้อเสียเปรียบที่มีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้เพราะจะมีผลทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และยังส่งผลถึงข้อค้นพบ หรือผลการวิจัยในขั้นสุดท้ายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้อีกด้วย กล่าวคือถ้าได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนต่ำ จะทำให้ผลการวิจัยเรื่องนั้นขาดความเชื่อถือได้ (Validity) ดังนั้น การวิจัยที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จึงต้องพิจารณาให้รอบคอบ และผู้วิจัยต้องพยายามหาวิธีการ หรือเทคนิคที่จะช่วยให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงที่สุดเท่าที่จะทำได้

ตอนที่ 2 ผลงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการเป็นอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์เมื่อให้สิ่งตอบแทน

จากการศึกษาผลงานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องกับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ ซึ่งมีทั้งผลงานหรือบทความทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น อุกุมพร จามรมาน (2530 : 3) ได้กล่าวถึงอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนไว้ว่า จากการวิจัยของสมาคมเอ็นอีเอ (NEA : National Education Association) ได้ระบุว่าจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับนั้น จะเป็นตัวแทนที่ดี (Representativeness) ของประชากรได้นั้น ควรจะมีจำนวนแบบสอบถามกลับคืนมากกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนที่ส่งไป และในทำนองเดียวกัน เคอร์ลิงเจอร์ (Kerlinger 1964: 397) ได้กล่าวว่า อัตราการตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 80-90 หรือสูงกว่านี้ก็เพียงพอแล้ว แต่ผู้วิจัยจะต้องมีความมั่นใจในผลงานของตนเองว่ามี

ความถูกต้อง ดังนั้นผู้วิจัยที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงต้องให้ความสำคัญต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนที่สูงพอสมควร เพื่อจะทำให้ข้อมูลที่ได้รับเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และส่งผลต่อข้อค้นพบของการวิจัย ให้มีความถูกต้องด้วย เนื่องจากสาเหตุดังกล่าวจึงได้มีนักวิจัยหลายท่าน ทำการศึกษากลวิธีหรือองค์ประกอบ ที่มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงขึ้น เช่น กานุก และเบเร็นสัน (Kanuk and Berenson 1975: 440) ได้พบว่า กลวิธีในการกระตุ้นให้การตอบแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่สูงนั้นมี 2 ลักษณะคือ

1. การกระตุ้นในช่วงเวลาที่ใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ช่วงเวลาก่อนการส่งแบบสอบถาม ช่วงระหว่างการส่งแบบสอบถาม และช่วงหลังจากส่งแบบสอบถาม
2. การกระตุ้นโดยเทคนิควิธี ได้แก่ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน การกำหนดวันส่งกลับ ความยาวของแบบสอบถาม การส่งแบบสอบถามพร้อมจดหมายนำ และติดแสตมป์สำหรับการส่งกลับคืน การปิดบังชื่อผู้ตอบ และการให้สิ่งตอบแทน เป็นต้น

ลินสกี (Linsky 1975: 83-99) ได้กล่าวถึงเทคนิคในการกระตุ้น อัตราการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมี 3 ส่วนสำคัญดังนี้

1. องค์ประกอบด้านกลไก และการรับรู้ (Mechanical and Perceptual Factors) ได้แก่ การติดต่อกับผู้ตอบก่อนการส่งแบบสอบถามไปให้ (Pre-Contact) การใช้ไปรษณียบัตรแนบไปพร้อมกับแบบสอบถาม (Postcard Enclosure) การติดตาม (Follow-Up) ประเภทของการส่งแบบสอบถาม ความยาวของแบบสอบถาม การพิมพ์ หรือการอัดสำเนาของแบบสอบถาม การใช้รหัสและข้อความปลายเปิดหรือปลายปิด และสีของกระดาษที่ใช้พิมพ์แบบสอบถาม
2. องค์ประกอบด้านแรงจูงใจทางอ้อม (Broad Motivational Factors) ซึ่งได้แก่ การสัญญาว่าจะปกปิดชื่อของผู้ตอบ (Anonymity) ลักษณะของจดหมายนำ (Covering Letters) สถานะที่และความสำคัญของผู้ตอบ สถานะภาพทางสังคมของผู้ตอบ หน่วยงานที่สนับสนุน และเรื่องการศึกษา (Sponsoring Organizations and Title) และการกำหนดวันที่ให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามกลับคืน (Deadlines)

3. องค์ประกอบด้านแรงจูงใจทางตรง (Direct Motivational Factors : Rewards) ซึ่งได้แก่ การให้รางวัลหรือสิ่งตอบแทนไปพร้อมกับการส่งแบบสอบถาม ขนาดของรางวัลที่ให้ (Size of Rewards) ความหมายของรางวัลที่ให้ (Meaning of Rewards) เป็นต้น

อุทุมพร จามรมาน (2530 : 41-42) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์ในการทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่สูงนั้น ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามที่ส่งไปยังผู้ตอบต้องมีลักษณะน่าสนใจ
2. ลักษณะผู้ตอบที่ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามไปให้นั้น ถ้าเป็นบุคคลที่มีความรู้ ในเรื่องที่ถามแล้ว เขามักจะตอบแบบสอบถามให้
3. ผู้วิจัยต้องอธิบายถึงวิธีการปกปิดข้อมูลให้ผู้ตอบ ตอบให้ไว้เป็นความลับ
4. ในกรณีที่ผู้วิจัยทำการวิจัยของหน่วยราชการ หรือการวิจัยที่เกี่ยวกับราชการ ควรใช้ชื่อหน่วยราชการเป็นสถานที่ติดต่อ เพื่อให้ผู้ตอบเห็นคุณค่าของงานวิจัย ทำให้อยากตอบมากขึ้น
5. ควรส่งแบบสอบถามไปยังสถานที่ทำงานของผู้ตอบ จะทำให้ได้รับแบบสอบถามมากกว่าส่งไปที่บ้าน
6. การกำหนดวันให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามนั้น ควรใช้คำว่า "โปรดส่งแบบสอบถามคืนโดยเร็วที่สุด"
7. ควรใส่รหัสไว้ที่แบบสอบถาม ในกรณีที่ใครยังไม่ตอบก็จะได้ติดตามถูกต้อง
8. การวิจัยบางเรื่อง จำเป็นต้องมีสิ่งล่อใจ เช่นการให้รางวัลเป็นสิ่งตอบแทน
9. การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ควรจะลงทะเบียนเพื่อจะได้ทราบถึงสาเหตุของการไม่ตอบแบบสอบถาม

สำหรับองค์ประกอบที่มีผลต่อการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามนั้น ได้มีนักวิจัยกล่าวไว้ ดังนี้

คิมบอลล์ (Kimball 1961 : 63) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบที่มีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามนั้น มีทั้งองค์ประกอบที่สามารถควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ ซึ่งมี 7 ประการ ดังนี้

1. ความยาวของแบบสอบถาม
2. ความยากง่ายของแบบสอบถาม
3. ความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อเรื่องที่จะศึกษา
4. การจัดรูปแบบ (Format) ของแบบสอบถามที่น่าสนใจ
5. ความถูกต้องของข้อความคำถามในแบบสอบถาม
6. ธรรมชาติ หรือลักษณะของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม
7. การใช้สิ่งตอบแทนเพื่อกระตุ้น ให้ผู้ตอบต้องการตอบ

ในทำนองเดียวกัน ไบเลย์ (Bailey 1987 : 153) ก็ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ ได้แก่ (1) ผู้สนับสนุนการวิจัย (2) ความน่าสนใจของรูปแบบของแบบสอบถาม (3) ความยาวของแบบสอบถาม (4) ลักษณะของจดหมายขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม (5) ความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม และการส่งกลับ (6) การให้สิ่งตอบแทน (7) ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ส่งแบบสอบถามไปให้ (8) ประเภทของการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ (9) ระยะเวลาของสัปดาห์ เดือน หรือปีที่ส่งแบบสอบถามและ (10) ลักษณะของการติดตาม (Follow-Up)

สรุปได้ว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนนั้น มีอยู่หลายองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบที่สำคัญ ๆ นั้น ได้แก่ ลักษณะของแบบสอบถาม หรือการกระตุ้นโดยใช้เทคนิค วิธีการต่าง ๆ และลักษณะหรือธรรมชาติของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ในประเทศไทย มีการวิจัยหลายเรื่องการศึกษาเกี่ยวกับเทคนิควิธีที่มีผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ ได้แก่

สุภาพร โกเองกุล (2523) ได้ศึกษาอิทธิพลของคำถามที่มีผลสะท้อนและการลงชื่อที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ศึกษาคือ ครู-อาจารย์ ในโรงเรียนรัฐบาลระดับมัธยมศึกษาสายสามัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 560 คน ผลปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามที่ไม่มีผลสะท้อนต่อผู้ตอบ สูงกว่าอัตราการตอบแบบสอบถามที่มีผลสะท้อนต่อผู้ตอบ และอัตราการตอบแบบสอบถามที่ผู้ตอบไม่ต้องระบุชื่อ สูงกว่าอัตราการตอบแบบสอบถามที่ผู้ตอบต้องระบุชื่อ

วิจิตรา ประสาทเวทย์กุล (2523) ศึกษาผลของการจัดหน้าและการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตของแบบสอบถาม ที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประชากรคือ ครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามที่ได้รับการจัดหน้าสูงกว่าอัตราการตอบแบบสอบถามแบบธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังไม่มีความแตกต่างระหว่างครู-อาจารย์ที่ได้คำตอบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตสูงกว่าอัตราการตอบแบบสอบถามที่พิมพ์แบบอัดสำเนา

วิไลวรรณ ศาครวิมล (2523) ได้ศึกษาอิทธิพลของสี ความยาวของแบบสอบถาม และวิธีการติดตาม ที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,200 คน ผลการวิจัยพบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษสีเขียวและสีฟ้า สูงกว่าอัตราการตอบแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยกระดาษขาวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อัตราการตอบแบบสอบถามที่มีความยาว 4 หน้า สูงกว่าอัตราการตอบแบบสอบถามที่มีความยาว 12 หน้า และการติดตามแบบสอบถามโดยการใช้การ์ด มีอัตราการตอบกลับสูงกว่าการติดตามโดยใช้จดหมายแบบเป็นทางการ และจดหมายแบบไม่เป็นทางการ

สุเทพ ไชยบุตร (2527) ได้ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนระหว่างการส่งไปให้ผู้ตอบที่ทำงานและที่บ้าน และระหว่างบุคคลที่ออกจดหมายนำ และจดหมายติดตามที่ต่างกัน กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ครู-อาจารย์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า สถานที่รับแบบสอบถามคือที่บ้านและที่โรงเรียน ไม่ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบุคคลที่ออกจดหมายนำและจดหมายติดตามต่างกันนั้น ไม่ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน แตกต่างกัน

นิชัย แก้วสุวรรณ (2529) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ของครู เมื่อข้อความถามในแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับ และ ไม่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู และเมื่อผู้ลงนามในจดหมายนำของแบบสอบถามมีตำแหน่งต่างกัน กลุ่มตัวอย่างประชากร

คือ ครู-อาจารย์ ที่ปฏิบัติงานอยู่ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,200 คน ผลการศึกษานพบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู สูงกว่าอัตราการตอบแบบสอบถามที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู และอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน เมื่อผู้ลงนามในจดหมายนำของแบบสอบถามมีตำแหน่งต่างกัน มีอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุชีรา ภักทรายุทธวรรณ (2531) ได้ศึกษาผลของการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า สีของหมึกพิมพ์ และการระบุวันส่งกลับ ที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ และกลุ่มตัวอย่างประชากรคือ ครู-อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สายสามัญ สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 800 คน ผลการศึกษานพบว่า (1) อัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบแบบสอบถามที่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า สูงกว่าอัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบของแบบสอบถามที่ไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า (2) อัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบของแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยหมึกสีน้ำเงิน และสีเขียว สูงกว่าอัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบของแบบสอบถามที่พิมพ์ด้วยหมึกสีแดง และสีดำ (3) อัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบของแบบสอบถามที่กำหนดวันส่งกลับไม่แตกต่างจากอัตราการตอบกลับและความจริงใจในการตอบของแบบสอบถามที่ไม่กำหนดวันส่งกลับ (4) ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการแจ้งให้ทราบล่วงหน้ากับสีของหมึกพิมพ์ การแจ้งให้ทราบล่วงหน้ากับการกำหนดวันส่งกลับ สีของหมึกกับการกำหนดวันส่งกลับ และไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 3

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเทคนิควิธีการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถาม โดยการให้สิ่งตอบแทนนั้น ได้แก่ งานวิจัยของอัญชลี คงมัน (2523 : 9) ซึ่งได้ศึกษาถึงผลของสิ่งตอบแทนที่มีต่ออัตราการตอบแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ โดยการเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับ และไม่ได้รับสิ่งตอบแทน ผลการวิจัยพบว่า การให้สิ่งตอบแทนแก่ผู้รับแบบสอบถาม ทำให้ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน

ส่วนในต่างประเทศนั้น ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์โดยการให้สิ่งตอบแทนไว้หลายเรื่อง ซึ่งแบ่งเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ผลงานวิจัยและบทความที่ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ โดยการให้สิ่งตอบแทนนั้น ได้แบ่งตามลักษณะของสิ่งตอบแทนที่ให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน (Monetary Incentives) ซึ่งแบ่งตามลักษณะวิธีการให้หรือวิธีการทดลอง ได้แก่

1.1 การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม

มีผลการวิจัยหลายเรื่อง ที่ทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยวิธีการให้เงินไปพร้อม ๆ กับการส่งแบบสอบถาม เพื่อเป็นสิ่งตอบแทนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งการให้เงินนั้นก็มิขนาดหรือจำนวนไม่เท่ากัน และข้อค้นพบจากการวิจัยเหล่านั้น มีทั้งที่สอดคล้องและขัดแย้งกันดังนี้

ชัทเทิลเวิร์ธ (Shuttleworth 1931 : 652-658) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับ และไม่ได้รับสิ่งตอบแทน โดยการให้เงินเหรียญเป็นรางวัลตอบแทนสำหรับการตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โรบินสัน และ เอจิสิม (Robinson and Agisim 1951 : 415-424) ได้ศึกษาทบทวนผลการวิจัยหลายเรื่อง ที่ศึกษาเกี่ยวกับเทคนิควิธีการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ ในหลาย ๆ วิธีซึ่งรวมทั้งวิธีการให้สิ่งตอบแทนเมื่อเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนด้วย และได้ข้อสรุปว่า มีนักวิจัยหลายท่านให้ความเห็นว่าการเลือกให้สิ่งตอบแทนที่ใดนั้น สามารถที่จะเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนให้สูงขึ้นถึงร้อยละ 70-80 หรือมากกว่า และนอกจากนี้ผลการวิจัยของโรบินสัน และ เอจิสิมยังพบว่า การให้เงิน 25 เซ็นต์ที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น ทำให้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนอยู่ในช่วงร้อยละ 60-80 และการให้เงิน 25 เซ็นต์กับ 1 ดอลลาร์นั้น พบว่าไม่ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสรุปได้ว่า อัตราการตอบแบบสอบถามนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับมูลค่าของเงินที่ส่งไป แต่มีผลทางด้านจิตใจเข้าร่วมอยู่ด้วย



เคปฟาร์ทและเบรสเลอร์ (Kephart and Bressler

1958 : 123-132) ได้ทำวิจัยโดยการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินรางวัลโดยตรง (Direct Monetary Rewards) ผลปรากฏว่า ถ้าให้เงิน 1, 5, 10 และ 25 เซ็นต์ จะได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนคิดเป็นร้อยละ 55, 54, 57 และ 70 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับ การไม่ให้เงินเป็นรางวัล ซึ่งได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ร้อยละ 52 ทำให้สรุปได้ว่า เมื่อเพิ่มเงินรางวัลก็จะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงขึ้น และเมื่อให้เงินรางวัลเป็น 25 เซ็นต์ จะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการไม่ให้เงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตสัน (Watson 1965 : 48-50) ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบ อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการให้สิ่งตอบแทนหลาย ๆ ชนิด แล้วเปรียบเทียบผลการทดลองว่าสิ่งตอบแทนชนิดใด ส่งผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนมากที่สุด ผลปรากฏว่า สิ่งตอบแทนที่ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนมากที่สุดคือ เงินจำนวน 25 เซ็นต์ ซึ่งทำให้อัตราการตอบกลับคืนเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 84

ส่วนลอเรนต์ และ พาร์รา (Laurent and Parra 1968 : 101-103) ได้ทำการทดลองเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 เปโซ (Peso) กับ การไม่ให้สิ่งตอบแทน โดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่างประชากรหลาย ๆ กลุ่ม เช่น ทดลองกับกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง พบว่า กลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทน จะได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 48 และ 12 ตามลำดับ ส่วนการทดลองในกลุ่มที่มีรายได้สูงนั้น ก็พบในลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ กลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับสิ่งตอบแทนนั้น จะมีอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนคิดเป็นร้อยละ 39 และ 21 ตามลำดับ และจากการทดลองซ้ำกันถึง 3 ปี ซึ่งสรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินเพียงเล็กน้อย ก็ส่งผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น

ไวส์แมน (Wiseman 1973: 330-333) ได้ทำการทดสอบ 4 ตัวแปร ที่ส่งผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ซึ่ง 1 ใน 4 ตัวแปรดังกล่าวนี้ก็มีตัวแปรที่เกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนเป็นเงินด้วย โดยทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 464 คน ผลการวิจัยพบว่า การให้เงิน 10 เซ็นต์เป็นสิ่งตอบแทน ทำให้ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน สูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน กล่าวคือ ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นร้อยละ 8

สำหรับแฮ็คเลอร์ และ บอร์เกตต์ (Hackler and Bourgette 1973 : 276-281) นั้น ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามเช่นเดียวกัน โดยทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 218 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก ให้เงิน 1 ดอลลาร์ ไปพร้อมกับแบบสอบถาม ส่วนกลุ่มที่ 2 ไม่ให้เงินส่งเฉพาะแบบสอบถามไป ผลปรากฏว่า การใช้เงินเป็นสิ่งตอบแทนทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ในปีเดียวกันนั้น ดูบ, ฟรีดแมน และคาร์ลสมิธ (Doob, Freedman and Carlsmith 1973 : 346-347) ก็ได้ทดลองเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 804 คน ซึ่งแบ่งกลุ่มทดลองออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กล่าวคือ แบ่งตามลักษณะของหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัย ได้แก่ มหาวิทยาลัย และผู้สนับสนุนที่อยู่ในวงการค้า (Commercial Firm) และในแต่ละกลุ่มใหญ่ก็แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มย่อย แล้วจึงทำการทดลองโดยการส่งเงินเพื่อเป็นสิ่งตอบแทนจำนวน 0,5 และ 20 เซ็นต์ จากผลการทดลองพบว่า ทั้ง 2 ตัวแปรคือ ผู้สนับสนุน (Sponsors) และการให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนทั้ง 3 ระดับ มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยสูงกว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่อยู่ในวงการค้า สำหรับการให้และไม่ให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนนั้นพบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มซึ่งได้รับแบบสอบถามที่สนับสนุนโดยผู้ที่อยู่ในวงการค้า นอกจากนี้ยังพบเหตุผลที่พอจะอธิบายเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการให้สิ่งตอบแทนว่า

กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับเงินจะมีความรู้สึกว่ามีผิดหรือเป็นบาป (Guilty) ถ้าเขารับเงินแล้ว ไม่ตอบแบบสอบถามกลับคืน และเมื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความผิดอันนี้ จึงทำให้เขาต้องการตอบแบบสอบถาม

นอกจากนั้น ฮัค และกลีสัน (Huck and Gleason 1974 : 222-225) ได้ทดลองส่งสิ่งตอบแทนให้กลุ่มตัวอย่างประชากร 3 ลักษณะคือ ส่งเงิน 25 เซ็นต์ไปพร้อมกับแบบสอบถามในครั้งแรก และในการติดตามแบบสอบถามครั้งที่ 1 และ 2 โดยเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุม (ไม่ให้สิ่งตอบแทน) กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการทดลองนั้นเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 200 คน แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม ๆ ละ 50 คน ผลปรากฏว่า การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม จะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ กลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทน จะมีอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 78 และ 50 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนเพื่อเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามนั้น จะมีผลเฉพาะการให้ระยะแรกและระยะที่ 2 เท่านั้น ส่วนการให้สิ่งตอบแทนในระยะที่ 3 นั้น ไม่ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน แตกต่างจากการไม่ให้สิ่งตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เพรสเลย์ และทูลลาร์ (Pressley and Tullar 1977 : 108-111) ได้ทดลองเกี่ยวกับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการศึกษาจากองค์ประกอบ 3 ประการคือ การให้เงินเป็นสิ่งตอบแทน (Monetary Incentive) การอธิบายภาพประกอบการ์ตูน และการใช้สีของแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 280 คน ซึ่งพบว่ามีองค์ประกอบเดียวเท่านั้น ที่ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ การให้เงินเป็นสิ่งตอบแทน กล่าวคือ กลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับเงิน 10 เซ็นต์ เป็นสิ่งตอบแทนนั้น ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนคือ คิดเป็นร้อยละ 44.50 และ 33.30 ตามลำดับ นอกจากนี้ เพรสเลย์และทูลลาร์ ยังพบข้อสังเกตที่ว่า การเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนนั้น ไม่สอดคล้องตามมูลค่าหรือค่าของเงินที่ให้กับกลุ่มตัวอย่างประชากรเลย แต่อาจจะเป็นผลที่เกิดจากผลลัพท์ทางด้านจิตวิทยา (Psychological Effect) มากกว่าที่จะเป็นผลที่เกิดจากมูลค่าของเงินที่กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้รับ ทั้งนี้เนื่องจากผลการวิจัยของคิมบอลล์ (1961) และของวัตสัน (1965) ซึ่งได้ทำการทดลองให้เงิน 10 เซ็นต์ เช่นเดียวกันกับเพรสเลย์และทูลลาร์ ที่ได้ทำวิจัยในปี 1977 จะเห็นได้ว่ามีช่วงระยะเวลาห่างกัน 10 กว่าปี (More than a decade) ซึ่งอันที่จริงแล้ว มูลค่าของเงินย่อมลดลงเนื่องจากเกิดภาวะเงินเฟ้อ (Inflation) แต่อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินเพียง 10 เซ็นต์ ก็ยังคงรักษาความสามารถที่จะกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับเงินนั้นตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยแล้วเป็นจำนวนมากกว่าร้อยละ 10 เช่นเดิม ทั้งที่ช่วงระยะเวลาผ่านไปนานแล้วก็ตาม

ฮ็อบคินส์ และโปดูลีค (Hopkins and Podolak 1983 : 169-170) ได้ทำวิจัยเพื่อศึกษา 2 ตัวแปร ได้แก่ ประเภทของการส่งทางไปรษณีย์ (Class - of - Mail) ซึ่งแบ่งเป็นชั้นที่ 1 และชั้นที่ 3 (First class and Third Class) กับการให้และไม่ให้สิ่งตอบแทนเป็นเงิน 1 ดอลลาร์ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 381 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 มีจำนวน 191 คน กลุ่มที่ 2 มีจำนวน 190 คน ในกลุ่มที่ 1 นั้น แบบสอบถามจะส่งทางไปรษณีย์แบบชั้นที่ 1 ส่วนกลุ่มที่ 2 แบบสอบถามจะส่งทางไปรษณีย์แบบชั้นที่ 3 และในแต่ละกลุ่มจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย กล่าวคือ แบ่งเป็นกลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทน ผลการทดลองพบว่า การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์แบบชั้นที่ 1 และ 3 นั้น ส่งผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกัน กล่าวคือ ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 43.50 และ 38.90 ตามลำดับ และอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการให้และไม่ให้สิ่งตอบแทนนั้น ก็พบว่า มีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกัน กล่าวคือ ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน จากกลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับสิ่งตอบแทน (เงิน 1 ดอลลาร์) คิดเป็นร้อยละ 53.70 และ 37.10 ตามลำดับ

ไมเซส และคณะ (Mizes and et.al. 1984 : 794-800) ได้ทดลองให้สิ่งตอบแทนเป็นเงิน ซึ่งมีขนาดหรือจำนวนที่ไม่เท่ากัน คือ 5 ดอลลาร์และ 1 ดอลลาร์ ผลปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนระหว่าง 2 กลุ่มดังกล่าวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยของไมเชสและคณะ ยังสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ นีอส์, คลาส์ค และคิม (Fox, Crask and Kim 1988 : 467-491) ซึ่งได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยที่ทำมาก่อนแล้ว (Meta - Analisis Method) และเลือกศึกษาเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้อง เทคนิคการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเท่านั้น ซึ่งมีหลายเทคนิค รวมทั้งเทคนิค การให้สิ่งตอบแทนด้วย โดยนำผลการวิจัยที่ผ่านมา จำนวน 30 เรื่อง มาทำการสังเคราะห์ ผลการวิจัย พบว่า (1) การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินจำนวน 25 เซ็นต์ จะมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 16 (2) การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 ดอลลาร์ จะมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 31 ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนเพียงเล็กน้อยที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วจะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน เป็นไปในทิศทางบวก (Positive Effect) แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เชิงระบบ ระหว่างขอบเขต การเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถาม กับขนาดหรือจำนวนสิ่งตอบแทนที่ให้แล้ว ปรากฏว่า ความสัมพันธ์ไม่ได้เป็นไปในลักษณะของความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง กล่าวคือ เมื่อเพิ่มขนาดของ สิ่งตอบแทน จะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นนั้นจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่เมื่อถึง จุด ๆ หนึ่ง อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนจะไม่เพิ่มอีก นั่นก็หมายความว่า ถ้าให้จำนวน สิ่งตอบแทนมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนอย่างเป็นระบบ (การวิจัยเรื่องนี้ ไม่ได้รวมถึงการวิจัยที่ให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของ (Material or Nonmonetary Incentives) ด้วย

จากผลการวิจัยหลายเรื่องที่กำลังกล่าวมาข้างต้นนี้ อาจสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่ได้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกันคือ การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน โดยส่งไปพร้อมกับแบบ สอบถามนั้น มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์สูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน และนอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตว่า ในการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนนั้น ไม่ได้เป็น ผลที่เกิดจากมูลค่าของเงินที่ให้อย่างเดียว แต่อาจจะมีผลทางด้านจิตวิทยาารวมอยู่ด้วย ดังจะ เห็นได้จากข้อสังเกตจากการวิจัยของ ดูบ, ฟรีดแมน และคาร์ลสมิธ (1973) และเพรสเลย์ และทูลลาร์ (1977)

1.2 การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนในภายหลัง

ในการวิจัยเกี่ยวกับการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน หลังจากทีกลุ่มตัวอย่างประชากรได้ตอบแบบสอบถามกลับคืนในลักษณะที่สมบูรณ์แล้วนั้น ได้มีผู้วิจัยที่ทำการทดลองในลักษณะนี้ ได้แก่

สชีววี และคอร์โนเยอร์ (Schewe and Cournoyer 1976 : 150-107) ได้ทดลองส่งแบบสอบถามพร้อมกับคำสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนให้สำหรับผู้ที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนในลักษณะที่สมบูรณ์ ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรออกเป็น 5 กลุ่ม กล่าวคือ แบ่งกลุ่มทดลองตามจำนวนเงินที่ให้ในขนาดต่าง ๆ (1, 2, 3, และ 5 ดอลลาร์ ซึ่งมีกลุ่มทดลอง 4 กลุ่ม ส่วนกลุ่มที่ 5 เป็นกลุ่มควบคุม ซึ่งไม่ได้ให้คำสัญญาว่าจะให้เงินเป็นสิ่งตอบแทน ผลการทดลองพบว่า (1) การสัญญาว่าจะให้เงินตอบแทน 1 ดอลลาร์ กับการไม่ได้สัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน (กลุ่มควบคุม) ไม่ได้มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (2) การสัญญาว่าจะให้เงินตอบแทน จำนวน 1 ดอลลาร์ และ 2 ดอลลาร์นั้น มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (3) การสัญญาว่าจะให้เงินตอบแทนจำนวน 2, 3 และ 5 ดอลลาร์นั้น ไม่มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกัน จากการทดลองครั้งนี้ พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน เมื่อสัญญาว่าจะให้เงินตอบแทนจำนวน 1, 2, 3, 5 ดอลลาร์ และการไม่ได้สัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนนั้น ผลปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 25.00, 41.00, 40.50, 44.00 และ 28.00 ตามลำดับ

สรุปได้ว่า การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินจำนวนเพียงเล็กน้อย ไม่ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างจากการไม่ได้สัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน เว้นเสียแต่ว่าการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนนั้น มีขนาดหรือจำนวนเงินมากพอสมควร จึงจะส่งผลให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเทียบกับการไม่ได้สัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน

1.3 การเปรียบเทียบระหว่างการให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม และการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนในภายหลัง

สำหรับงานวิจัยที่ได้ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม และการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนในภายหลัง เมื่อกลุ่มตัวอย่างประชากรได้ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ซึ่งจากการค้นคว้าพบว่า มีนักวิจัยหลายท่านได้ทำวิจัยในลักษณะดังนี้ ได้แก่

ไวทรุบา (Wotruba 1966 : 398-400) ได้ทำการทดลองส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 150 คน และแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ 50 คน ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ได้รับเงิน 25 เซ็นต์ พร้อมกับจดหมายนำและแบบสอบถาม กลุ่มที่ 2 ได้รับจดหมายนำและแบบสอบถามพร้อมกับคำสัญญาว่าจะส่งเงินจำนวน 50 เซ็นต์ ให้แก่ผู้ตอบเมื่อตอบแบบสอบถามได้ครบสมบูรณ์ กลุ่มที่ 3 ได้รับแบบสอบถามและจดหมายนำเท่านั้น (กลุ่มควบคุม) ผลการทดลองพบว่า กลุ่มที่ 1, 2 และ 3 ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 40.00, 20.00 และ 18.00 ตามลำดับ เมื่อทำการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติของทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ 1 กับกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 1 กับกลุ่มที่ 3 ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มที่ 1 จะได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่า กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 นอกจากนี้ยังพบว่า การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนและการไม่ให้สิ่งตอบแทนนั้น (กลุ่มที่ 2 และ 3) ไม่มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกัน

สำหรับอาร์มสตรอง (Armstrong 1975 : 111-116) ได้วิเคราะห์ผลการวิจัยหลายเรื่อง และได้ข้อสรุปว่า การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับการส่งแบบสอบถาม จะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น และถ้าให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินมากเท่าไร อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนก็จะเพิ่มขึ้นมากเท่านั้น นอกจากนี้ยังได้ข้อสรุปอีกว่า การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนเมื่อผู้ตอบได้ตอบแบบสอบถามกลับคืนแล้วนั้น ไม่มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น เว้นเสียแต่ว่าการสัญญานั้นได้เพิ่มขนาดของสิ่งตอบแทนให้มากขึ้นเท่านั้น และสำหรับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนและการไม่ให้สิ่งตอบแทนนั้น ก็พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เกลบี (Gelb 1975 : 107-109) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านระดับชั้นทางสังคม (Social Class) ด้วย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 2 ข้อ คือ (1) เพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นชนชั้นที่ต่ำกว่า (Lower-Class) ซึ่งเป็นกลุ่มคนผิวดำ (Black Residents) และชนชั้นกลาง (Middle-Class) ซึ่งเป็นกลุ่มคนผิวขาว (White Residents) (2) เพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม และการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ หลังจากได้ตอบแบบสอบถามกลับคืนแล้ว กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 400 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม เมื่อสิ้นสุดการทดลองพบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จัดอยู่ในชนชั้นต่ำกว่า (Lower-Class) และกลุ่มชนชั้นกลาง (Middle - Class) นั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ในกลุ่มชนชั้นกลางจะมีอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่ากลุ่มชนชั้นต่ำกว่า และเมื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถาม และการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ หลังจากผู้ตอบได้ตอบแบบสอบถามแล้วนั้น ปรากฏว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ การส่งสิ่งตอบแทนไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น จะช่วยให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น ในกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จัดอยู่ในชนชั้นกลาง ส่วนการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ในภายหลังนั้น จะช่วยให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นในกลุ่มตัวอย่างประชากร ที่จัดอยู่ในชนชั้นต่ำกว่า (Lower-Class)

แม็คเอ็นนอลลี (McEnally 1984 : 252-254) ได้ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ในกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ให้เงินจำนวน 25 เซ็นต์ โดยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม ส่วนกลุ่มที่ 2 และ 3 นั้น สัญญาว่าจะส่งเงินให้จำนวน 15 และ 25 ดอลลาร์ตามลำดับ ผลการวิจัยพบว่า ในกลุ่มที่ 1 ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่า กลุ่มที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 และในกลุ่มที่ 2 และ 3 นั้น ไม่พบว่าอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทั้ง 2 กลุ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการทดลองครั้งนี้ ไม่มีกลุ่มควบคุม ดังนั้น จากผลการวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า การให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนเพียง

เล็กน้อยไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น สามารถทำให้ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน สูงกว่าการสัญญาว่าจะให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนภายหลัง ถึงแม้ว่าจะเป็นการสัญญาว่าจะให้เงิน จำนวนที่มากกว่าก็ตาม ผลการวิจัยของแม็คเค็นนอลลี ยังสอดคล้อง หรือสนับสนุนผลการวิจัย ของแอนคอล์ก ซึ่งได้ทำการวิจัยในปี 1940

แอนคอล์ก (Hancock, Quoted in Bailey 1987 :

157) ได้ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่าง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มควบคุม กลุ่มทดลองที่ 1 ซึ่งให้เงินจำนวน 25 เซ็นต์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม และกลุ่มทดลองที่ 2 เป็นกลุ่มที่สัญญาว่าจะส่งเงิน 25 เซ็นต์ เพื่อเป็นสิ่งตอบแทนให้ภายหลัง ผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าว ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 10.00, 47.00 และ 18.00 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ในกลุ่มทดลองที่ 1 ซึ่งเป็นการให้เงิน 25 เซ็นต์ โดยส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้นสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

สำหรับเบอร์รี่ และคานอส (Berry and Kanouse 1987 :

104-114) ได้ทดลองเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นแพทย์ จำนวน 2,028 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ 1 จำนวน 1,011 คน ส่งแบบสอบถามไปให้พร้อมกับเช็ค (Check) ที่มีมูลค่า 20 ดอลลาร์ ส่วนกลุ่มที่ 2 มีจำนวน 1,017 คน ส่งแบบสอบถามไปพร้อมกับการสัญญาว่าจะจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนให้ภายหลัง ผลการทดลองปรากฏว่า ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนจากกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 78 และ 66 ตามลำดับ และเมื่อทดสอบด้วยค่าสถิติพบว่าทั้ง 2 กลุ่มมีอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0001 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนไปพร้อมๆ กับแบบสอบถามนั้น จะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน สูงกว่าการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนให้ในภายหลัง (Postpayment)

จากการศึกษางานวิจัยหลาย ๆ เรื่องที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น พอจะสรุปได้ว่า ในการเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการให้สิ่ง

ตอบแทนที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม กับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงินไปให้ภายหลัง เมื่อผู้ตอบได้ตอบแบบสอบถามกลับคืนในลักษณะที่สมบูรณ์แล้ว ผลการวิจัยส่วนใหญ่ระบุว่า การให้สิ่งตอบแทนที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน สูงกว่าการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนไปให้ภายหลัง แต่สำหรับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนและการไม่ให้สิ่งตอบแทน (No Incentive) นั้น พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุ (Material or Nonmonetary Incentives)

นอกจากจะมีการวิจัยที่เกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินและการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินในภายหลังแล้ว ยังมีการวิจัยที่เกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของ เช่น ลูกกอล์ฟ (Golf Balls) ที่เปิดจดหมาย (Letter Openers) สลากกินแบ่งรัฐบาล (Lottery Tickets) ดินสอ กาแฟบรรจุห่อ (Instant Coffee Packages) แสตมป์ (Stamps) หนังสือ (Book) ปากกาลูกกลิ้ง (Ball - Point Pens) เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นสิ่งของซึ่งไม่ใช่เงิน (Nonmonetary Incentives) เพื่อที่จะเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนนั้น ก็ยังมีจำนวนน้อย (Nederhof 1983 : 103) งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของนั้นมีดังนี้

เบรนแนน (Brennan 1958 : 306-307) ได้ทำการทดลองเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถาม ระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับสิ่งตอบแทน ที่เป็นตัวแลกของซำร่วย (Trading Stamps) ผลจากการทดลองสรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นสิ่งของ ซึ่งมีมูลค่าเพียงเล็กน้อยนั้น ไม่มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าหากผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในสิ่งตอบแทนที่ผู้วิจัยเสนอให้ นั้น ก็จะมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงขึ้นได้เช่นกัน

ลอเรนซ์ และพาร์รา (Laurent and Parra 1968 : 101-103) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการส่งแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด

ไปให้กลุ่มตัวอย่างประชากร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ในกลุ่มควบคุมจะได้รับเฉพาะแบบสอบถามเท่านั้น ส่วนในกลุ่มทดลองจะได้รับแบบสอบถามกับสิ่งตอบแทนที่เป็นหิวพลาสติก (Plastic Comb) เมื่อสิ้นสุดการทดลอง พบว่า กลุ่มควบคุม (ไม่ได้รับสิ่งตอบแทน) และกลุ่มทดลอง (ได้รับหิวพลาสติกเป็นสิ่งตอบแทน) ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 12 และ 35 ตามลำดับ ผลการวิจัยสรุปได้ว่าการให้สิ่งตอบแทนที่ไม่ใช่เงิน (วัตถุหรือสิ่งของ) นั้นมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการที่ไม่ได้ให้สิ่งตอบแทน

ปูเซล, นีลสัน และวิลเลอร์ (Pucel, Nelson and Wheeler 1971 : 188-193) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการเปรียบเทียบระหว่างจำนวนของสิ่งตอบแทนที่ให้ในระดับต่าง ๆ (0, 1, 2, และ 3 ชนิด) ใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 1,100 คน ซึ่งเป็นนิสิตในมหาวิทยาลัยมินิโซต้า แบ่งเป็นกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง 11 กลุ่ม ๆ ละ 100 คน สิ่งตอบแทนที่กลุ่มตัวอย่างประชากรได้รับ ได้แก่ ปากกา กาแฟซอง (บรรจุซอง) สีของแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า เมื่อให้สิ่งตอบแทนที่มีจำนวนต่างกัน จะไม่มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกัน แต่การเพิ่มจำนวนสิ่งตอบแทนนั้นมีแนวโน้มที่จะช่วยลดเวลาในการติดตามแบบสอบถามกลับคืน

จากข้อวิจารณ์ (Comment) ของบราวน์ และโคเนีย (Brown and Coney 1977 : 385-387) ซึ่งได้กล่าวว่า การให้สิ่งตอบแทนที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์นั้นจะทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงขึ้น นอกจากนี้เขายังได้กล่าวถึงผลการวิจัยบางเรื่อง เช่น การวิจัยของเบรนนัน และการวิจัยของ ปูเซลและคณะ ซึ่งได้ทำการทดลองโดยให้สิ่งตอบแทนที่เป็นตัวแลกเงิน สิ่งของ ปากกา และกาแฟ 1 ซอง ผลปรากฏว่า การให้สิ่งตอบแทนที่มีมูลค่าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ไม่ได้ช่วยทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามสูงขึ้น ดังนั้นในการให้สิ่งตอบแทนแก่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาถึงสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น ๆ ด้วย

นีเดอร์ฮอฟ (Nederhof 1983 : 103-111) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลของการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นสิ่งของต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ โดยศึกษา 2 ครั้ง ดังนี้

1. การศึกษาครั้งแรก ได้ทำการทดลองเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรในการทดลองจำนวน 1,073 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มสุจริตใจ (ใช้เวลาในการรับสมัครสมาชิก เพื่อเข้ารับการทดลอง 4 เดือน) แล้วแบ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม (กลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง) ซึ่งในกลุ่มทดลองนั้น จะได้รับสิ่งตอบแทนที่เป็นปากกาลูกสีนราคา 35 เซ็นต์ (₹ 0.35) ผลการทดลองปรากฏว่าอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนในครั้งแรก ระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สำหรับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ในรอบของการติดตามทั้ง 3 ครั้งนั้น พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าวไม่มีความแตกต่างกัน

2. การศึกษาครั้งที่ 2 ในการทดลองครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 1,002 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่สมาชิกสมัครใจเข้าร่วมการทดลอง ส่วนกลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มที่สุ่มมาจากประชากรทั่ว ๆ ไป (General Population Sample) ซึ่งในแต่ละกลุ่มก็แบ่งออกเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม และดำเนินการทดลองในลักษณะเดียวกันกับการศึกษาในครั้งแรก หลังจากเสร็จสิ้นการทดลองแล้ว พบว่าอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนในครั้งแรก และการติดตามครั้งที่ 1 ระหว่างกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนที่เป็นปากกา ลูกสีนและกลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทนในกลุ่มที่ 1 (กลุ่มที่สมัครใจสมัครใจเข้ารับการทดลอง) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สำหรับในการติดตาม ครั้งที่ 2 และ 3 นั้น ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกัน ส่วนในกลุ่มที่ 2 (กลุ่มที่สุ่มตัวอย่างจากประชากรทั่ว ๆ ไป) พบว่าได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนในครั้งแรก จากกลุ่มที่ได้รับปากกา ลูกสีนเป็นสิ่งตอบแทนและกลุ่มที่ไม่ได้รับสิ่งตอบแทน คิดเป็นร้อยละ 22 และ 21.80 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วยสถิติแล้ว พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดลองของ นีเดอร์ฮอฟ สรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนที่ไม่ใช่เงิน (Nonmonetary Incentives) นั้นจะมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น และเร็วขึ้นในระยะแรก ๆ เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากความสำคัญของสิ่งตอบแทนที่ให้กับกลุ่มตัวอย่างประชากรนั้น ได้ลดลงตามระยะเวลา ดังนั้น ในการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของ (Material) นั้น ผู้วิจัยควรจะให้ในกรณีที่ต้องการ (1) ลดจำนวนครั้งในการติดตามแบบสอบถามกลับคืน (ลดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล) (2) เพิ่มความรวดเร็วในการตอบแบบสอบถามกลับคืน นอกจากนี้ในการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของ จะใช้ได้ดี



เมื่อกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะศึกษานั้น มีพื้นฐานในการส่งแบบสอบถามกลับคืนในอัตราที่ต่ำ
(Rate is Low)

จะเห็นได้ว่า ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่ง
ของนั้น ยังไม่ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน เนื่องจากมีทั้งผลการวิจัยที่สอดคล้องและขัดแย้งกัน และ
ผลการวิจัยที่เปรียบเทียบระหว่างการให้สิ่งตอบแทน ที่เป็นวัตถุและการไม่ให้สิ่งตอบแทน ยังมี
จำนวนที่น้อยมาก ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินมากกว่า

3. การเปรียบเทียบระหว่างการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินและวัตถุ

(Monetary Versus Nonmonetary Incentives)

การวิจัยที่เกี่ยวกับการเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน
ระหว่างการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงินและวัตถุนั้น ได้แก่

คิมบอลล์ (Kimball 1961 : 63-64) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่ม
อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการให้สิ่งตอบแทนที่ต่างกัน ได้แก่ แสตมป์ เงิน (10
เซ็นต์) โดยทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 3,000 คน ผลจากการศึกษา
พบว่า การให้สิ่งตอบแทนทั้ง 2 อย่าง มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้น
โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่ได้รับสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 10 เซนต์ จะสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับเงิน
(No Coin) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงว่าการให้สิ่งตอบแทนแม้เพียงเล็กน้อย แต่ก็มี
ส่งผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ในการวิจัยของคิมบอลล์
ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับสิ่งตอบแทนนั้น ได้เขียนคำขอบคุณมาพร้อมกับแบบสอบถาม
ที่ส่งกลับคืนด้วย

ฮานเซน (Hansen 1980 : 77-83) ได้ทำการทดลองเพื่อเปรียบเทียบ
อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 25 เซนต์
และการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นวัตถุหรือสิ่งของ (ปากกาลูกลื่น) ซึ่งมีราคาเท่ากับ 25 เซนต์
เช่นกัน การทดลองแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ให้เงิน 25 เซนต์ กลุ่มที่ 2
ให้ปากกาลูกลื่น (Ball-Point Pens) และกลุ่มที่ 3 ไม่ได้ให้สิ่งตอบแทน ผลการทดลอง

พบว่า กลุ่มที่ 1, 2 และ 3 ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนคิดเป็นร้อยละ 39, 22 และ 14 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วยค่าสถิติ ปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนระหว่างกลุ่มที่ให้สิ่งตอบแทน และกลุ่มที่ไม่ได้ให้สิ่งตอบแทนนั้น มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยเรื่องนี้สามารถสรุปเป็นหลักเกณฑ์ทั่วไปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน จะมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเพิ่มขึ้นได้ ในช่วงระยะเวลาอันสั้น ข้อสังเกตในการทดลองครั้งนี้ ไม่ได้กล่าวถึง การเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างกลุ่มที่ให้เงิน และกลุ่มที่ให้ปากกาลูกสีน ว่าให้ผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ แต่ถ้าพิจารณาจากตัวเลขข้างต้นแล้วจะพบว่า กลุ่มที่ให้เงินเป็นสิ่งตอบแทน จะมีอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่า กลุ่มที่ให้ปากกาลูกสีนเป็นสิ่งตอบแทน แต่อย่างไรก็ตาม แอนเซ็น (Hansen) ก็ได้ให้ข้อคิดว่า ถ้าให้วัตถุหรือสิ่งของชนิดอื่น ที่ไม่ใช่ปากกา-ลูกสีนแล้ว อาจจะทำให้ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงขึ้นกว่านี้ หรืออาจจะเท่ากับกลุ่มที่ให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนก็ได้

จากผลการวิจัยที่เปรียบเทียบระหว่างการให้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน และวัตถุหรือสิ่งของนั้น ยังไม่อาจสรุปได้ว่า การให้สิ่งตอบแทนชนิดใดทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่ากัน เนื่องจากผลการวิจัยในแง่นี้ยังมีจำนวนน้อยอยู่

4. การให้สิ่งตอบแทนเพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบ

(Charity)

การวิจัยที่เปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการให้สิ่งตอบแทนเพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจ หรือความเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น ของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น มีหลายเรื่องดังนี้

โรเบิร์ตสัน และเบลเลนเจอร์ (Robertson and Bellenger 1978 : 632-633) ได้ทำการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการกระตุ้น 2 ลักษณะ คือ การกระตุ้นโดยใช้คำว่า "เพื่อเห็นแก่ผู้อื่น" และ "เพื่อเห็นแก่ตนเอง" (Altruistic and Egotistic) ในการวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความคิดหรือจิตใจของคนว่า ระหว่างความคิดคำนึงถึงประโยชน์ของผู้อื่น และความคิดคำนึงถึง

ประโยชน์ของตนเองนั้น ลักษณะใจจะมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 450 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ 150 คน ดังนี้ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มควบคุม ส่งเฉพาะแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างประชากร กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มทดลอง ส่งแบบสอบถามและคำสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นรางวัลตอบแทนเป็นการส่วนตัวของผู้ตอบ (Egotistic) กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มทดลองส่งแบบสอบถาม และคำสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบที่ได้เสียสละในการตอบแบบสอบถามเพื่อเห็นแก่ผู้อื่น (Altruistic) ผลการทดลองพบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนของกลุ่มที่ 3 สูงกว่า กลุ่มที่ 1 และ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มที่ 1, 2 และ 3 ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 23.00, 26.00 และ 41.00 ตามลำดับ ซึ่งสรุปได้ว่า การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน สำหรับผู้ตอบที่เห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่นเป็นที่ตั้ง (Altruistic) นั้น จะทำให้ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่า การสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก (Egotistic) และนอกจากนี้ยังสูงกว่ากลุ่มควบคุม (No Incentive) อีกด้วย

ต่อมาเฟิร์ส และสตีวาร์ท (Furse and Stewart 1982 : 375 - 380) ได้ศึกษาเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน โดยการกระตุ้นด้วย 2 วิธี คือ การกระตุ้นด้วยการจ่ายเงินให้เพื่อตอบแทนเป็นการส่วนตัว ซึ่งให้ไปพร้อมกับแบบสอบถามและการกระตุ้นโดยการสัญญาว่าจะส่งเงินให้ภายหลัง เพื่อเป็นการตอบแทนน้ำใจของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการทดลองมีจำนวน 600 คน ผลปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนของกลุ่มที่สัญญาว่าจะให้เงิน 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนน้ำใจของผู้ตอบแบบสอบถาม (\$ 1.00 Charity Incentive) และกลุ่มที่ไม่ได้รับรางวัล (Control Group) นั้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มที่ได้รับเงิน 1 ดอลลาร์ เมื่อการตอบแทนเป็นการส่วนตัวนั้น ได้รับอัตราการตอบกลับสูงกว่ากลุ่มอื่น

จะเห็นได้ว่า ผลการวิจัยของ เฟิร์ส และสตีวาร์ท (Furse and Stewart 1982) นั้นไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ โรเบิร์ตสัน และเบลเลนเจอร์ (Robertson and Bellenger 1978) ที่ทำการวิจัยมาก่อนแล้ว กล่าวคือ ผลการวิจัย

ของโรเบิร์ตสัน และเบลเลนเกอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทน เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบให้ในภายหลังนั้น ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สำหรับผลการวิจัยของ เฟอร์ส์ และสตีวาร์ท พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้รับการสัญญาว่าจะส่งสิ่งตอบแทนเพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจ (Charity) ของผู้ตอบให้ในภายหลัง และกลุ่มควบคุมนั้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อผลการวิจัยทั้ง 2 เรื่องที่ผ่านมานั้น พบว่ามีความขัดแย้งกันในเรื่องดังกล่าว ดังนั้น ฮับบาร์ด และลิตเทิล (Hubbard and Little 1988 : 223-230) จึงได้ทำการทดลองเกี่ยวกับการเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 2,000 คน แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ๆ ละ 400 คน คือ กลุ่มที่ 1 ไม่ได้ให้สิ่งตอบแทน แต่ส่งเฉพาะแบบสอบถาม (กลุ่มควบคุม) กลุ่มที่ 2 ส่งแบบสอบถาม และสัญญาว่าจะให้รางวัลเป็นเงิน 200 ดอลลาร์ สำหรับผู้โชคดี กลุ่มที่ 3 ส่งแบบสอบถามและสัญญาว่าจะให้ 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจ (Charity) ของผู้ตอบ กลุ่มที่ 4 ส่งแบบสอบถามพร้อมกับสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 25 เซ็นต์ กลุ่มที่ 5 ส่งแบบสอบถามพร้อมกับสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน 1 ดอลลาร์ ผลการทดลองพบว่า แต่ละกลุ่มได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน คิดเป็นร้อยละ 40.50, 51.80, 33.50, 56.80 และ 68.00 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า กลุ่มที่ 3 ที่มีการสัญญาว่าจะให้ 1 ดอลลาร์ เพื่อเป็นการตอบแทนความมีน้ำใจนั้น ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนต่ำที่สุดคือ ร้อยละ 33.50 ซึ่งเมื่อทดสอบกับกลุ่มควบคุมแล้วปรากฏว่า อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เฟอร์ส์ และสตีวาร์ท (Furse and Stewart 1982) แต่ขัดแย้งกับผลการวิจัยของ โรเบิร์ตสัน และเบลเลนเกอร์ (Robertson and Bellenger 1978) ส่วนในกลุ่มที่ได้รับเงิน 1 ดอลลาร์ และ 25 เซ็นต์ที่ส่งไปพร้อมกับแบบสอบถามนั้น ได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุมแล้วพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิจัยที่เกี่ยวกับการให้สิ่งตอบแทน เพื่อเป็นการตอบแทนความ มีน้ำใจของผู้ตอบ ที่ส่งผลต่ออัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนนั้น พอจะสรุปได้ดังนี้

อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนระหว่างการสัญญาว่าจะให้สิ่งตอบแทน เพื่อตอบแทนความมีน้ำใจของผู้ตอบ และการไม่ให้สิ่งตอบแทน ยังสรุปแน่นอนไม่ได้ เนื่องจากการวิจัยบางเรื่อง พบว่ามีความแตกต่างกันแต่บางเรื่อง พบว่า ไม่ได้ทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกัน แต่สำหรับผลการวิจัยของ โรเบิร์ตสัน และ เบลเลนเกอร์ (Robertson and Bellenger 1978) ที่ทำการเปรียบเทียบอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืน ระหว่างการใช้ คำว่า "เพื่อเห็นแก่ผู้อื่น" และคำว่า "เพื่อเห็นแก่ตนเอง" (Altruistic and Egotistic) นั้นพบว่า มีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ การกระตุ้นโดยใช้คำว่า "เพื่อเห็นแก่ผู้อื่น" จะได้รับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการใช้คำว่า "เพื่อเห็นแก่ตนเอง"

สรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว การวิจัยที่เปรียบเทียบระหว่างการให้สิ่งตอบแทนไม่ว่าจะเป็นเงินหรือวัตถุสิ่งของ (Monetary or Nonmonetary Incentives) จะมีผลทำให้อัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนสูงกว่าการไม่ให้สิ่งตอบแทน

จากการศึกษาผลการวิจัยเกี่ยวกับอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์จะ เห็นได้ว่าทั้งนักวิจัยในประเทศและต่างประเทศ ได้ให้ความสำคัญต่อการตอบแบบสอบถามกลับคืนมากพอสมควร ดังจะเห็นได้จากบทความหรืองานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งมีการศึกษาในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อจะค้นหาเทคนิควิธีการในอันที่จะช่วยเพิ่มอัตราการตอบแบบสอบถามกลับคืนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งมีเทคนิควิธีการที่สำคัญ ได้แก่ การติดต่อผู้ตอบก่อนส่งแบบสอบถาม การกำหนดวันส่งแบบสอบถาม การให้สิ่งตอบแทน ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นต้น สำหรับการวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาเทคนิควิธีการให้สิ่งตอบแทนเท่านั้น ซึ่งจากการศึกษาบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจสรุปได้ดังนี้ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเทคนิควิธีการให้สิ่งตอบแทนนั้น ถ้าแบ่งตามลักษณะของสิ่งตอบแทนที่ให้แล้ว ได้แก่ สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน และวัตถุหรือสิ่งของ และถ้าแบ่งตามลักษณะวิธีการให้นั้นแบ่งเป็นการให้สิ่งตอบแทนโดยการส่งไปพร้อมกับแบบสอบถาม และการสัญญาว่าจะให้ในภายหลัง