

อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ



นางสาววาริธร อุดมเวช

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR) เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFLUENCES OF GIFT-GIVING TARGETS ON SUPERSTITIOUS BELIEFS IN GIFT-
PURCHASING DECISION: THE MODERATING EFFECTS OF RELYING ON SUPERSTITI
ON LEVELS, INTERNAL LOCUS OF CONTROL AND RATIONAL-
EXPERIENTIAL PROCESSING SYSTEM

Miss Warithorn Udomwet



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Psychology
Faculty of Psychology
Chulalongkorn University
Academic Year 2014
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อ
สินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิง
แหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็น
ตัวแปรกำกับ

โดย

นางสาววาริธร อุดมเวช

สาขาวิชา

จิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร. อภิษฎา ไชยวุฒิกถกรณวณิช

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะจิตวิทยา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์นางค์ มณีศรี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์นางค์ มณีศรี)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์ ดร. อภิษฎา ไชยวุฒิกถกรณวณิช)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. วัชรภรณ์ บุญญศิริวัฒน์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(อาจารย์ ดร. นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล)

วาริธร อุดมเวช : อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ (INFLUENCES OF GIFT-GIVING TARGETS ON SUPERSTITIOUS BELIEFS IN GIFT-PURCHASING DECISION: THE MODERATING EFFECTS OF RELYING ON SUPERSTITION LEVELS, INTERNAL LOCUS OF CONTROL AND RATIONAL-EXPERIENTIAL PROCESSING SYSTEM) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ ดร. อภิชนา ไชยวุฒิกกรณวานิช, 179 หน้า.

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ ซึ่งเป้าหมายการให้ของขวัญในที่นี้ ประกอบไปด้วย 2 เงื่อนไข ได้แก่ การให้ของขวัญผู้อื่น และการให้ของขวัญตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 185 คน เข้าสู่เงื่อนไขการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น เงื่อนไขการให้ของขวัญผู้อื่น จำนวน 94 คน และ เงื่อนไขการให้ของคนตนเอง จำนวน 91 คน โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยแต่ละคนจะได้รับแบบสอบถามทางบุคลิกภาพ และแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญ จากนั้นผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบมีตัวแปรกำกับมาเป็นเครื่องมือในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรม PROCESS (Hayes, 2013) ซึ่งผลการวิจัยไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายของการให้ของขวัญและตัวแปรบุคลิกภาพประเภทต่างๆ ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง อย่างไรก็ตาม พบว่า สถานการณ์การให้ของขวัญผู้อื่น ผู้เข้าร่วมการวิจัยจะเลือกใช้ความเชื่อโชคลางในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

สาขาวิชา จิตวิทยา

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5477615538 : MAJOR PSYCHOLOGY

KEYWORDS: CONSUMER DECISION MAKING / SUPERSTITIOUS BELIEF / LOCUS OF CONTROL / RATIONAL-EXPERIENTIAL PROCESSING SYSTEM / GIFT-GIVING / HALF-BELIEFS / RELYING ON SUPERSTITION

WARITHORN UDOMWET: INFLUENCES OF GIFT-GIVING TARGETS ON SUPERSTITIOUS BELIEFS IN GIFT-PURCHASING DECISION: THE MODERATING EFFECTS OF RELYING ON SUPERSTITION LEVELS, INTERNAL LOCUS OF CONTROL AND RATIONAL-EXPERIENTIAL PROCESSING SYSTEM. ADVISOR: DR. APICHAYA CHIVUTTUKORNVANIT, 179 pp.

This research has an objective to study about the influences of gift-giving targets on gift-purchasing decision with the moderating effects of relying on superstition levels, internal locus of control, and rational-experiential processing systems. The gift-giving targets in this study were divided into two conditions, the other gift-giving condition and self gift-giving condition. There were 185 participants in the study, 94 people who participated in the other gift-giving condition and 91 people for the self gift-giving condition. In this study, all participants received the two packs of questionnaires. The first pack consisted of the three personality scales and the second pack consisted of the gift purchasing - decision questionnaire with six advertises. After the collecting data process, the researcher used the PROCESS statistical software (Hayes, 2013) for clarifying the research's hypotheses. The results show that no significant interactions between the gift-giving targets and the personality variables. However, the participants would apply more superstition for gift-purchasing decision in the other gift-giving condition.

Field of Study: Psychology

Student's Signature

Academic Year: 2014

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ในการสร้างวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย หากปราศจากบุคคลที่คอยเป็นทั้ง ส่วนที่ให้กำลังใจและส่วนที่คอยชี้แนะ แก้ไขถูกผิด จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จขึ้นมาได้

สำหรับบุคคลที่คอยชี้แนะ แก้ไขถูกผิด จะเป็นใครไปไม่ได้เลยนอกจากคณาจารย์ คณะจิตวิทยาทุกท่าน ที่คอยส่งเสริมนิเทศและให้ความรู้ซ้ำพเจ้ามาตั้งแต่ปี เป็นแปดปีที่ เต็มเปี่ยมไปด้วยความรู้และที่สำคัญคือความรัก การให้โอกาสเด็กดีอย่างมากคนหนึ่งได้ทำในสิ่งที่ ตัวเองรัก จนสำเร็จออกมาได้ในที่สุด ขอพระคุณทุกท่านอย่างมากสำหรับโอกาสและความรัก ที่มีให้ ซ้ำพเจ้าสัญญาว่าเมื่อจบออกไปแล้วจะใช้ความรู้ทางจิตวิทยาอย่างมีประสิทธิภาพ ให้ เกิดประโยชน์ทั้งกับตนเองและผู้อื่น

สำหรับบุคคลที่เน้นไปในส่วนของกำลังใจ ได้แก่ เพื่อนและรุ่นพี่จิตวิทยาสังคมที่ไม่ เคยทอดทิ้งกันเมื่อเกิดปัญหา และพยายามแก้ไขปัญหากันอย่างร่วมกันไม่ว่าจะเรื่องเรียนหรือ เรื่องส่วนตัว, เพื่อนจิตวิทยาจุฬารุ่นหก ถือเป็นอีกกำลังใจสำคัญอย่างมากในการทำ วิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ขอขอบคุณที่ให้กำลังใจและบอกเสมอว่าซ้ำพเจ้าต้องทำได้ และกำลังใจที่ สำคัญมากที่สุดในชีวิต คือ คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยเป็นทั้งกำลังใจและที่ปรึกษาในทุกด้าน รวมถึงเป็นผู้ให้การสนับสนุนการเรียนปริญญาโทในครั้งนี้ ขอพระคุณคุณพ่อคุณแม่ที่เข้าใจ ความชอบของลูกว่าลูกชอบศาสตร์ทางด้านจิตวิทยาและพยายามสนับสนุนอย่างเต็มที่ ขอพระคุณค่ะ

สุดท้ายที่จะลืมไม่ได้เลย คือ พี่ฝ่ายวิชาการ คณะจิตวิทยาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่คอยให้คำปรึกษา และให้การช่วยเหลือตลอดระยะเวลาตั้งเรียนในระดับปริญญาตรีจนถึง ระดับปริญญาโท ขอพระคุณอย่างสูงค่ะ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย.....	1
1.ความเชื่อโชคลาง	5
2. ความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง	16
3.บุคลิกภาพและการตัดสินใจของผู้บริโภค	18
4.การให้ของขวัญ.....	22
5. การอ้างอิงแหล่งควบคุม	28
6.รูปแบบการประมวลข้อมูล	29
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	34
ขอบเขตของงานวิจัย	35
ตัวแปรในการวิจัย	35
กรอบแนวคิดในการวิจัย	36
สมมติฐานการวิจัย.....	37
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย และนิยามเชิงปฏิบัติการ	38
ประโยชน์ที่ได้รับ	40
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	42
รูปแบบการวิจัย	42
กลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการวิจัย.....	42

กลุ่มตัวอย่างในขั้นพัฒนาเครื่องมือ	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือ.....	44
1.มาตรวัดความนับถือโชคกลาง	44
2.มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม	52
3.มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล.....	57
4.ภาพโฆษณา	76
บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	81
ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัย	81
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	83
ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	86
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพิ่มเติม	91
บทที่ 4 การอภิปรายผลการวิจัย	94
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	97
รายการอ้างอิง.....	101
ภาคผนวก ก	107
ตารางที่ ก 1	107
ตารางที่ ก 2.....	109
ตารางที่ ก 3.....	111
ตารางที่ ก 4.....	113
ตารางที่ ก 5.....	114
ตารางที่ ก 6.....	115

ตารางที่ ก 7	116
ตารางที่ ก 8.....	117
ภาพที่ ก 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดความนับถือโชคกลาง	118
ตัวอย่างมาตรวัดความนับถือโชคกลาง.....	119
ตัวอย่างมาตรวัดความนับถือโชคกลาง.....	120
ภาคผนวก ข	121
ตารางที่ ข 1	121
ตารางที่ ข 2.....	126
ตารางที่ ข 3.....	131
ตารางที่ ข 4.....	132
ตารางที่ ข 5.....	135
ตัวอย่างมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม.....	137
ภาคผนวก ค.....	139
ตารางที่ ค 1.....	139
ตารางที่ ค 2.....	142
ตารางที่ ค 3.....	145
ตารางที่ ค 4.....	146
ตารางที่ ค 5.....	147
ตารางที่ ค 6.....	149
ตารางที่ ค 7.....	150
ตารางที่ ค 8.....	151
ภาพที่ ค 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดรูปแบบการประมวล ข้อมูล.....	153

ตัวอย่างมาตรฐานรูปแบบการประมวลข้อมูล	154
ภาคผนวก ง	156
ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการเลือกสินค้าประเภทของขวัญ “ให้กับตนเอง”	156
ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการเลือกสินค้าประเภทของขวัญ “ให้กับผู้อื่น” ..	157
ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับ ผู้อื่น	159
ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับ ตนเอง	160
ภาคผนวก ง ภาพที่ ๑ 1.....	173
ภาคผนวก ง ภาพที่ ๒	173
ภาคผนวก ง ภาพที่ ๒	174
ภาคผนวก ง ภาพที่ ๓.....	175
ภาคผนวก ง ภาพที่ ๔.....	176
ภาคผนวก ง ภาพที่ ๕.....	177
ภาคผนวก ง ภาพที่ ๖.....	178
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	179

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จากการเพิ่มจำนวนผู้ผลิตและความต้องการที่หลากหลายมากขึ้นของผู้บริโภคส่งผลให้เจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการขายที่มีความหลากหลายมากขึ้นและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคซึ่งความนับถือโชคลางเป็นอีกหนึ่งมนต์เสน่ห์ที่มีผู้วิจัยส่วนหนึ่งให้ความสำคัญในการศึกษาร่วมกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านความนับถือโชคลางไม่ได้ปรากฏเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้นแต่เรายังสามารถพบปรากฏการณ์การอ้างอิงความเชื่อโชคลางในนักการตลาดที่นำความเชื่อโชคลาง (superstitious - belief) มาพัฒนาเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภคและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการ (Block & Kramer, 2008)

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อโชคลางและพฤติกรรมของมนุษย์ พบว่า พฤติกรรมความเชื่อเรื่องโชคลางและความเชื่อที่แปลกประหลาดอื่นๆ (peculiar beliefs) เป็นพฤติกรรมทางความเชื่อที่ปรากฏในแทบทุกสังคมและถ่ายทอดผ่านกระบวนการทางสังคมมายาวนาน ซึ่งในบางวัฒนธรรมนั้นความกลัวที่เกิดจากความเชื่อโชคลางนั้นเด่นชัดจนสามารถปรากฏขึ้นเป็นอาการทางจิต (phobic) เช่น โรคกลัวศูกรีที่ 13 (paraskevidekatriaphobics) เป็นต้น ทั้งนี้ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ร้อยละเก้าของจำนวนประชากรมีอาการสอดคล้องกับอาการของโรคกลัวศูกรีที่ 13 ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านจิตใจและเศรษฐกิจ โดยมีการรายงานว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับความเสียหายทางเศรษฐกิจในคืนวันศูกรีที่ 13 มูลค่ากว่าแปดร้อยล้านเหรียญสหรัฐ เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าความเชื่อโชคลางจึงเป็นปรากฏการณ์ที่นักวิจัยไม่ควรมองข้ามอีกต่อไป

อย่างไรก็ตามแม้ว่าพฤติกรรมความเชื่อเรื่องโชคลางจะถูกมองเป็นความเชื่อที่ล้าหลังแต่ความเชื่อเหล่านี้ยังคงปรากฏมาจนถึงในปัจจุบัน เพียงแต่มีรูปแบบการแสดงที่แตกต่างจากความเชื่อเรื่องโชคลางในอดีต โดย Campbell (1966) ได้เสนอแนวทางการจำแนกความแตกต่างของการแสดงพฤติกรรมทางความเชื่อเรื่องโชคลางออกเป็นความเชื่อโชคลางยุคใหม่ (modern superstition) และความเชื่อโชคลางดั้งเดิม (primitive superstition) โดยเสนอว่าการแสดง

เชื่อใจกลางยุคใหม่ นั้น เป็นการแสดงออกที่มีลักษณะแบบเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง (half-beliefs) โดยคนที่มีลักษณะเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง (half-believers) จะมีลักษณะเป็นผู้ที่แสดงท่าทีว่าตนไม่ได้มีความเชื่อเรื่องใจกลาง แต่กลับแสดงพฤติกรรมเชื่อใจกลาง โดยที่ไม่ได้คาดหวังผลโดยตรงจากการแสดงพฤติกรรมนั้น รวมถึงเป็นผู้ที่รับความเชื่อใจกลางมาปฏิบัติอย่างปราศจากความเข้าใจและความเชื่อในเรื่องใจกลางนั้น

จากเรื่องความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่งของ Campbell (1996) ส่งผลให้การวิจัยเกี่ยวกับความเชื่อใจกลางในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากการศึกษาความเชื่อใจกลางในอดีตที่มักจะถูกมองในแง่ร้ายและถูกนำไปผูกกับการมีความคิดที่ไร้เหตุผล แตกต่างจากการศึกษาความเชื่อใจกลางในปัจจุบันที่นักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจไปที่ประโยชน์ของความเชื่อใจกลาง (Wiseman & Watt, 2004) ตัวอย่างเช่น ประโยชน์ในการสร้างกำลังใจหรือความมั่นใจให้กับผู้ที่ยึดถือความเชื่อใจกลาง เช่น งานวิจัยของ Burger และ Lynn (2005) ทำการทดสอบการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อใจกลางในกลุ่มนักกีฬาเบสบอล พบว่า ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะไม่มั่นใจว่าผลการแข่งขันแต่ละครั้งนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามความเชื่อใจกลางหรือไม่ แต่ตนปฏิบัติตามความเชื่อใจกลางนั้นอย่างสม่ำเสมอก่อนทำการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Case และคณะ (2004) ระบุว่า ไม่ว่าจะบุคคลจะมีความเชื่อใจกลางหรือไม่ บุคคลมักจะเลือกใช้ความเชื่อเรื่องใจกลางเมื่อรู้สึกว่าคุณต้องการความแน่นอนและความสามารถในการควบคุมสิ่งต่างๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อบุคคลอยู่ในเหตุการณ์ที่จำเป็นต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากหรือต้องการให้สิ่งต่างๆ ดีขึ้น

การศึกษาวิจัยในปัจจุบันเกี่ยวกับความนับถือเรื่องใจกลางนั้นสามารถส่งผลทางบวกต่อจิตใจของผู้ที่มีความเชื่อหรือปฏิบัติตามความเชื่อใจกลางได้ โดยความเชื่อใจกลางสามารถช่วยให้คลายความวิตกกังวลและเพิ่มความคิดในแง่บวกให้มากขึ้น (Vyse, 2013) นอกจากนี้งานวิจัยในปัจจุบันยังพบว่า นอกจากความสามารถในการสนับสนุนทางด้านจิตใจแล้วความเชื่อใจกลางยังสามารถทำหน้าที่เป็นข้อมูลที่ช่วยประกอบการตัดสินใจอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ S. Wang, Chen และ Dong (2012) เสนอว่า กระบวนการที่บุคคลยึดความเชื่อเรื่องใจกลางไม่ใช่กระบวนการคิดที่ปราศจากความเป็นเหตุเป็นผลเสมอไป ในทางตรงกันข้ามการใช้ความเชื่อเรื่องใจกลางเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจนั้นกลับเป็นทางเลือกที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจในเชิงกลยุทธ์ (strategic decision making) โดย Wang เสนอว่าความเชื่อเรื่องใจกลางนั้นสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทั้งการตัดสินใจผ่านกระบวนการคิดตามเหตุผล (rational approaches) และกระบวนการคิดตามการระลึก (intuitional approaches) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่

ต้องการการตัดสินใจอย่างรวดเร็วและเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญแล้วบุคคลจะมีแนวโน้มในการยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางและความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติมาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Tsang (2004) ที่เสนอว่าบุคคลจะมีแนวโน้มในการใช้ความเชื่อเรื่องโชคกลางมากขึ้นเมื่อรับรู้ว่าคุณต้องตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญ โดย Tsang อธิบายว่าเมื่อบุคคลรับรู้ว่าคุณต้องตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องสำคัญแล้วการรับรู้ความสำคัญจะส่งผลให้เกิดความต้องการที่เข้มข้น (strong need) ในการพยายามมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ตนต้องการโดยมีความต้องการความถูกต้องในการเลือกเป็นพื้นฐานการตัดสินใจ โดยความต้องการความถูกต้องจะกระตุ้นให้บุคคลพยายามลดความเสี่ยงในการตัดสินใจโดยการมองหาทางเลือกที่หลากหลายและพยายามสังเคราะห์รวบรวมข้อมูลจากหลากหลายทิศทางมากขึ้น เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้องและดีที่สุด เป็นต้น ดังนั้น จากการรวบรวมงานวิจัยข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางนั้นยังคงเป็นความเชื่อที่ยังคงปรากฏอยู่ในสังคมยุคปัจจุบัน และเป็นความเชื่อที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะในคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง นอกจากนี้ความเชื่อเรื่องโชคกลางยังสามารถเป็นเครื่องมือสนับสนุนทางด้านความมั่นใจและเป็นเครื่องมือที่บุคคลทั่วไปสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจในสถานการณ์ที่บุคคลรับรู้ความกำกวมของข้อมูลและตระหนักว่าสิ่งที่ตนต้องตัดสินใจนั้นเป็นการตัดสินใจที่สำคัญ

จากการพิจารณาสถานการณ์ซึ่งกระตุ้นการยอมรับความเชื่อเรื่องโชคกลาง พบว่าสถานการณ์ที่ส่งผลต่อการกระตุ้นการยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางในการตัดสินใจ ได้แก่ ความยากง่ายของงาน (complex task), การมีเวลาจำกัด (reaction time), การมีหลายทางเลือก (complex choice) การรับรู้ความกำกวมของสถานการณ์ (ambiguity condition) การรับรู้ความเสี่ยงจากการตัดสินใจ (risk decision), การมีตัวเลือกอิสระ (free choice) และการให้น้ำหนักความสำคัญของเป้าหมาย (Block & Kramer, 2008; T. Kramer, & Block, L., 2008; T. Kramer & Block, 2011) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ที่บุคคลรับรู้ความเสี่ยงและความกำกวมซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ผู้วิจัยพิจารณาว่าเป็นอีกหนึ่งสาเหตุสำคัญในการยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางเพื่อเป็นเหตุผลในการตัดสินใจของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้พิจารณาถึงสถานการณ์ที่อาจกระตุ้นให้บุคคลมีความต้องการในการตัดสินใจจากทางเลือกที่หลากหลายเพื่อช่วยบุคคลในการลดความกำกวมของสถานการณ์และการลดความเสี่ยงในการตัดสินใจที่ผิดพลาดซึ่งผู้วิจัยพิจารณาว่าพฤติกรรมการให้ของขวัญ (gift-giving) เป็นพฤติกรรมที่สอดคล้องกับมโนทัศน์พฤติกรรมการใช้ความเชื่อเรื่องโชคกลางเพื่อเป็นเหตุผลในการตัดสินใจ

จากการพิจารณาของผู้วิจัยพบว่าการปรากฏของวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนของขวัญนั้นเป็นปรากฏการณ์ที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเนื่องจากเป็นพฤติกรรมที่มีความเป็นสากล และเป็นพฤติกรรมที่ปรากฏทุกวันและทุกประเทศทั่วโลก รวมถึงการเป็นพฤติกรรมที่บุคคลส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับทั้งบทบาทของผู้ให้ของขวัญ (gift - giving) และบทบาทของผู้รับของขวัญ (gift - receiving) นอกจากนี้พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนของขวัญยังมีความสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของต้นกำเนิดทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่อีกด้วย (Qian, Razzaque & Keng, 2007) ทั้งนี้จากการที่บุคคลส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนของขวัญและความพยายามของบุคคลในการหลีกเลี่ยงความผิดพลาดในการตัดสินใจที่เกิดจากการซื้อของขวัญที่ผู้รับไม่พึงพอใจนั้นอาจเป็นบริบทที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญผ่านการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลด้านความเชื่อเรื่องโชคลางมากยิ่งขึ้น ซึ่งในกระบวนการซื้อของขวัญนั้นมักจะกระตุ้นผู้ให้ของขวัญเกิดความพยายามในการคิดแทนผู้รับของขวัญผ่านกระบวนการคำนึงถึงมุมมองทางความคิดของผู้อื่น ซึ่งข้อมูลหรือเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจแทนผู้อื่น หรือในการวิจัยนี้หมายถึงการเลือกของขวัญให้ผู้อื่นนั้น เป็นผลทางความคิดที่ล้วนผ่านกระบวนการการยึดตนเป็นศูนย์กลาง (egocentrism), การสะท้อนทางสังคม (social projection) และการให้สาเหตุที่คลาดเคลื่อน (multiple attribution errors) (Flynn & Adams, 2009; Waldfogel, 1993)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้พิจารณาแนวทางการคาดคะเนความต้องการของขวัญของผู้มีบทบาทเป็นผู้ให้ของขวัญ ทั้งนี้จากงานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่าพฤติกรรมการให้ของขวัญเป็นพฤติกรรมเชิงสัญลักษณ์ในการแสดงความรู้สึกทางบวกและความต้องการรักษาหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับต่อไปในอนาคต เมื่อผนวกกับผลการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อโชคลางซึ่งระบุว่าบุคคลจะมีแนวโน้มในการเชื่อเรื่องโชคลางเมื่อบุคคลรับรู้สาเหตุการณืที่มีความสำคัญและบุคคลต้องการควบคุมสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดแนวโน้มเหล่านี้ ผู้วิจัยพิจารณาว่ามีความสอดคล้องกับสถานการณ์การให้ของขวัญ เนื่องจากในกระบวนการให้ของขวัญนั้น ผู้ให้ของขวัญจะยอมเลือกของขวัญที่ตรงกันข้ามกับบุคลิกภาพของตนเอง (identity contrary gift-choices) (Ward & Broniarczyk, 2011) โดยในกระบวนการเลือกของขวัญนั้น บุคคลจะเลือกผ่านการยึดตนเป็นศูนย์กลาง (egocentrism), การสะท้อนทางสังคม (social projection) และการให้สาเหตุที่คลาดเคลื่อน (multiple attribution errors) ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยเชื่อว่าในบริบทของสังคมไทยนั้น บุคคลสามารถรับรู้การปรากฏพฤติกรรมความเชื่อเรื่องโชคลางได้โดยทั่วไป และเชื่อว่าบุคคลอื่น ๆ จะมีความรู้สึกที่ดีต่อความเชื่อเรื่องโชคลางทางดี หรือโชคลางที่สื่อถึงความเป็นมงคล (positive superstition) ดังนั้นการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

ให้ผู้อื่นด้วยเหตุผลทางความเชื่อเรื่องโชคลางจึงอาจเป็นสัญลักษณ์แทนความรู้สึกของผู้ให้ที่เชื่อว่าการซื้อสินค้าด้วยเหตุผลทางความเชื่อเรื่องโชคลางนอกจากจะเป็นการแสดงความรู้สึกทางบวกผ่านการให้ของขวัญแล้วยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาของผู้ให้ของขวัญที่ต้องการมอบความโชคดีให้กับผู้รับของขวัญอีกด้วย ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดหัวข้อการวิจัย เรื่อง อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีเนื้อหาที่ประกอบด้วยความเชื่อโชคลาง, ความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง, การให้ของขวัญ, บุคลิกภาพและการตัดสินใจของผู้บริโภค, การอ้างอิงแหล่งควบคุม และรูปแบบการประมวลข้อมูล ตามลำดับดังนี้

1.ความเชื่อโชคลาง

“มนุษย์ใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นคำตอบให้กับสิ่งที่ตนไม่แน่ใจ” (Malinowski, 1954)

“มนุษย์จะวางใจในความเชื่อเรื่องโชคลางเมื่อต้องอยู่ในสถานการณ์ที่รับรู้ถึงความเสี่ยง ความไม่แน่นอน หรือความหวาดกลัว” (Jahoda, 1969)

ความเชื่อโชคลาง (superstition) หมายถึง ความเชื่อที่ไม่เป็นไปตามกฎของธรรมชาติที่สามารถเข้าใจได้โดยทั่วไป หรือ เป็นความเชื่อซึ่งเป็นไปตามสิ่งที่ถูกพิจารณาให้มีความเป็นเหตุเป็นผลทั่วไปในสังคม (American Heritage Dictionary, 1985) ซึ่งสอดคล้องกับคำนิยามถึงความเชื่อเรื่องโชคลางที่เสนอโดย Vyse (2013) นั่นคือ ความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นความเชื่อที่สวนทางกับความคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลหรือเป็นความเชื่อในเรื่องที่ไม่เป็นไปตามกฎของธรรมชาติโดยทั่วไป

ลักษณะการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางนั้นมีทั้งการแสดงพฤติกรรมเพื่อป้องกันความโชคร้ายและเพื่อนำมาซึ่งโชคดี ตัวอย่างเช่น ชาวประมงนำลี้กในประเทศนิวกินีมักจะประกอบพิธีกรรมก่อนการออกเรือเพื่อให้แน่ใจว่าจะการออกเรือแต่ละครั้งจะประสบความสำเร็จ (Malinowski, 1954) เป็นต้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าความเชื่อเรื่องโชคลางจะปรากฏอยู่ในทุกแห่งทั่วโลก แต่ลักษณะของความเชื่อเรื่องโชคลางที่ปรากฏในแต่ละแห่งนั้นมักมีลักษณะเฉพาะเจาะจงแตกต่างกันไปตามแต่ละวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น ชาวจีนเชื่อว่าการตั้งกระเจกไว้ที่บ้านจะช่วยสะท้อนความโชคร้ายออกไป (Simmons & Schindler, 2003) การมีความเชื่อเรื่องสีและเลขนำโชคของชาวจีนโดยเชื่อว่าสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับสีแดงและเลขแปดเป็นสิ่งที่มีความเชื่อมโยงกับความเจริญรุ่งเรืองและความโชคดี ตัวอย่างเช่น วันเปิดสาขาที่ทำการของธนาคารแห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนบนเกาะฮ่องกงตรงกับวันที่แปด เดือนสิงหาคมหรือเดือนแปด ประจำปีคริสต์ศักราชหนึ่งพันเก้าร้อยแปดสิบแปด (Lip & Ltd, 2008) ประเพณีการให้เงินกับลูกหลานโดยการบรรจุด้วยซองกระดาษสีแดงและการบรรจุจำนวนเงินที่ไม่มีเลขสี่ในวันตรุษจีน เนื่องจากเลขสี่เป็นเลขที่การออกเสียงพ้องกับสิ่งที่ไม่ดีในภาษาจีน ดังนั้นการให้เงินที่มีเลขไม่มงคลเข้ามาเกี่ยวข้องกับอาจนำความโชคร้ายมาสู่ผู้รับ หรือการที่ผู้ปกครองชาวจีนที่ไม่ให้ลูกหลานนั่งรถโดยสารแท็กซี่ที่มีสี่หรือตัวเลขไม่เป็นมงคลในวันสอบเข้าวิทยาลัย เป็นต้น (Wiseman & Watt, 2004) นอกจากนี้ความเชื่อเรื่องโชคลางไม่ได้ปรากฏเฉพาะในวัฒนธรรมตะวันออกเท่านั้นแต่ยังปรากฏในวัฒนธรรมตะวันตกอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อเรื่องโชคลางในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมแน่นอน (certain culture) ตัวอย่างเช่น ประเพณีการเคาะไม้ขอพร, ความเชื่อที่ว่าสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเลข 13 จะนำมาซึ่งโชคร้าย, การเดินลอดใต้บันไดและการทำกระเจกแตกจะให้ผลที่นำมาซึ่งโชคร้าย เป็นต้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าความเชื่อเรื่องโชคลางส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมแน่นอน นั่นคือ ความเชื่อทางโชคลางทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อคนในสังคมและสามารถถ่ายทอดผ่านกระบวนการทางสังคมจากรุ่นสู่รุ่น แต่จากการศึกษารวบรวมงานวิจัยพบว่าความเชื่อเรื่องโชคลางนั้นอาจแบ่งออกเป็นความเชื่อโชคลางในเรื่องเฉพาะเจาะจง (idiosyncratic belief) หรือเรื่องพิธีกรรม (ritual) และความเชื่อทั่วไป (general belief) ตัวอย่างเช่น นักเรียนอาจพกสิ่งของนำโชคหรือปากกานำโชคติดตัวเมื่อต้องเข้าห้องสอบ, นักกีฬาไม่ยอมเปลี่ยนถุงเท้าจนกว่าจะจบฤดูกาลแข่งขัน, ผู้สมัครงานเลือกสวมเสื้อผ้านำโชคสำหรับวันสัมภาษณ์งาน เป็นต้น อย่างไรก็ตามแม้ว่ารูปแบบการแสดงออกทางความเชื่อเรื่องโชคลางจะมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปแต่การแสดงพฤติกรรมเหล่านั้นล้วนเป็นไปเพื่อความต้องการผลลัพธ์ทางบวกหรือคาดหวังการเกิดสิ่งดีจากการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อโชคลาง ตัวอย่างเช่น การศึกษาโดย Darke และ

Freedman (1997) ได้อธิบายถึงสาเหตุการทำตามความเชื่อเรื่องโชคลางว่า เมื่อบุคคลแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางแล้วจะส่งผลให้บุคคลเกิดความเชื่อมโยงระหว่างการกระทำนั้นกับการนำมาซึ่งโชคดีโดยเชื่อว่าการแสดงการกระทำตามความเชื่อเรื่องโชคลางเพียงการกระทำเดียวจะสามารถทำให้เกิดความคาดหวังถึงความโชคดีอื่นๆ (independent event) และความโชคดีที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์อื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้อง (unrelated event)

ทั้งนี้ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคาดหวังผลจากสิ่งชี้แนะทางโชคลาง (superstition cues) ได้แก่ การศึกษาเรื่องอิทธิพลของความเชื่อเรื่องโชคลางต่อความคาดหวังประสิทธิภาพการทำงานของสินค้า โดย Kramer และ Block (2008) เสนอว่าบุคคลจะถูกกระตุ้นให้พึ่งพาความเชื่อเรื่องโชคลางเมื่อบุคคลรับรู้ว่าคุณตนมีความสามารถในการควบคุมเหตุการณ์ไม่เพียงพอหรือรับรู้ว่าคุณความสามารถในการควบคุมสิ่งต่างๆของตนถูกคุกคาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Case และคณะ (2004) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้กลยุทธ์ทางความเชื่อเรื่องโชคลาง (superstition in strategic decision making) กับ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมขั้นทุติยภูมิ (secondary control) ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องโชคลางและพฤติกรรมของมนุษย์พบว่า บุคคลจะใช้ความเชื่อที่แปลกประหลาดประหลาด (peculiar beliefs) โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อเรื่องโชคลางมาเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจเพื่อนำไปสู่ทางเลือกที่เหมาะสม นอกจากนี้จากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการมีโอกาสดำเนินการศึกษาส่งผลให้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีพฤติกรรมความเชื่อโชคลางยุคใหม่ (modern superstition)

จากการศึกษาของ Campbell (1996) ได้เสนอแนวทางการจำแนกความแตกต่างระหว่างความเชื่อโชคลางยุคใหม่ (modern superstition) กับความเชื่อโชคลางดั้งเดิม (primitive superstition) โดยพิจารณาว่าตามความเป็นจริงแล้วเราไม่ได้เชื่อในโชคลางอย่างที่เรารู้สึก โดย Campbell ได้เสนอมโนทัศน์ที่เรียกว่าความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง (half-belief) ซึ่งเชื่อว่าคนส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีลักษณะเป็นคนที่มีความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง (half-believer) นั่นคือการที่บุคคลแสดงทำที่ว่าคุณไม่ได้มีความเชื่อเรื่องโชคลาง แต่กลับแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลาง โดยไม่ได้คาดหวังผลโดยตรงจากการแสดงพฤติกรรมนั้น รวมถึงการมีพฤติกรรมรับความเชื่อเรื่องโชคลางมาปฏิบัติตามอย่างปราศจากความเข้าใจและความเชื่อในเรื่องโชคลางนั้นๆอย่างถ่องแท้ ซึ่งการนิยามรูปแบบการแสดงออกของความเชื่อเรื่องโชคลางตามแนวคิดของ ได้ส่งผลต่อแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลางในปัจจุบัน

ทั้งนี้จากความพยายามศึกษาพฤติกรรมความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่งของ Campbell (1996) ได้ส่งผลต่อการวิจัยความเชื่อเรื่องโชคลางในปัจจุบัน โดยนักวิจัยส่วนใหญ่มีความพยายามแสดงให้เห็น

เห็นถึงประโยชน์จากการนับถือความเชื่อเรื่องโชคลาง (relying on superstition) ตัวอย่างเช่น การพิสูจน์ว่าการนับถือความเชื่อโชคลางหรือทำตามความเชื่อโชคลางจะช่วยส่งเสริมให้บุคคลมีกำลังใจและสามารถแสดงผลงานของตนออกมาได้ดีขึ้น (Damisch, 2012) และพิสูจน์ว่าการนำความเชื่อเรื่องโชคลางมาเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจนั้นเป็นวิธีการปกติทั่วไปที่เราทุกคนสามารถใช้เพื่อเหตุผลประกอบการตัดสินใจหรือเพื่อให้เหตุผลเชื่อมโยงในการอธิบายความเป็นเหตุเป็นผลของบางสิ่งบางอย่างที่มีลักษณะกำกวมและยากต่อการอธิบายด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้ตัวอย่างงานวิจัยที่ผู้วิจัยพยายามนำเสนอด้านที่ดีของการยึดความเชื่อเรื่องโชคลาง ตัวอย่างงานเช่น การศึกษาของ Wang, Chen และ Dong (2012) เสนอว่าการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางไม่ใช่ความเชื่อที่ปราศจากการคิดอย่างไรเหตุผลเสมอไปแต่ในทางตรงกันข้ามการใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นข้อมูลในการตัดสินใจกลับเป็นทางเลือกที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจในเชิงกลยุทธ์ (strategic decision making) ซึ่งจากการศึกษาเชิงสัมพัทธ์โดย Wang และคณะ พบผลที่ตรงกันข้ามกับความเข้าใจของคนทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริหาร โดยการศึกษาพบว่าผู้บริหารมักจะมีแนวโน้มในการใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นทางเลือกประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำเป็นต้องตัดสินใจในเรื่องที่มีความสำคัญ (important), ความไม่แน่นอน (uncertain) และเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ต้องการการตัดสินใจอย่างเร่งด่วน (urgent decision) นอกจากนี้ในการรายงานความพึงพอใจในการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหารพบว่าผู้บริหารรายงานว่าความเชื่อเรื่องโชคลางมีอิทธิพลทางบวกช่วยให้เกิดการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพและแสดงความพึงพอใจต่อการวางเลือกที่เกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลาง นอกจากนี้งานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการยึดข้อมูลความเชื่อเรื่องโชคลางโดย Tsang (2004) ได้ทำการศึกษาการยึดข้อมูลความเชื่อเรื่องโชคลางโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่บุคคลต้องเผชิญกับการตัดสินใจที่สำคัญ ทั้งนี้จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจของนักธุรกิจชาวจีนในสถานการณ์ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ ผลการวิจัย Tsang เสนอว่าบุคคลจะมีแนวโน้มในการใช้ความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติมากขึ้นเมื่อรับรู้ว่าคุณต้องตัดสินใจในสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งจะส่งผลให้เราเกิดความต้องการที่เข้มข้น (strong need) ในการพยายามเข้าไปสู่เป้าหมายที่เราต้องการโดยมีความต้องการความถูกต้องในการเลือกเป็นพื้นฐานการตัดสินใจและส่งผลให้เรามองหาทางเลือกหลากหลายทางมากขึ้น ทั้งนี้หากการไปสู่เป้าหมายมีทางเลือกเรื่องโชคลาง (superstition) เป็นหนึ่งในทางเลือกที่อาจจะนำไปสู่เป้าหมายตามที่คาดหวังแล้วอาจส่งผลให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะยอมรับความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติมาเป็นข้อมูลหรือเหตุผลในการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

ดังนั้นหากพิจารณาจะพบว่าวิธีการตัดสินใจโดยพิจารณาความเชื่อเรื่องโชคบางเป็นปัจจัยสนับสนุนลักษณะนี้ ไม่ได้หมายความว่าผู้ที่ทำการตัดสินใจจะกลายเป็นผู้ที่มีกระบวนการคิดอย่างไรเหตุผล (become irrational) แต่ในทางตรงกันข้ามการตัดสินใจในลักษณะนี้กลับแสดงให้เห็นถึงการพยายามรวบรวมข้อมูลจากหลากหลายทิศทางของผู้ตัดสินใจเพื่อที่จะลดความเสี่ยงในการตัดสินใจผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลจากหลากหลายทิศทางและเก็บข้อมูลต่างๆไว้เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง (right) และเป็นการตัดสินใจที่ดีที่สุด (best decision)

จากการศึกษากระบวนการยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางเพื่อเป็นเหตุผลในการตัดสินใจนั้นพบว่าอาจแบ่งการยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางออกตามระดับการรับรู้เป็น 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ ระดับจิตสำนึก (conscious) และระดับจิตไร้สำนึก (unconscious) ซึ่งนอกจากความกำกวมของสถานการณ์ (ambiguity situation) การรับรู้ระดับความเสี่ยง (risk condition) การมีตัวเลือกจำนวนมาก (free choice) การมีตัวเลือกที่ซับซ้อน (complex choice) และการให้น้ำหนักความสำคัญของเป้าหมายแล้ว เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของบริบททางสังคมและกระบวนการทางวัฒนธรรม พบว่า ยังมีปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกยึดความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติ ได้แก่ ความเชื่อซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ผ่านกระบวนการทางสังคม (socialization) และการส่งผ่านทางสังคม (socially transmitted)

การศึกษาของ ได้เสนอหลักฐานงานวิจัยสนับสนุนเกี่ยวกับธรรมชาติของการประมวลผลผ่านจิตไร้สำนึก (unconscious) โดยมีสมมติฐานว่าการประมวลผลผ่านจิตไร้สำนึกนั้นพัฒนามาจากมโนทัศน์เดียวกันกับกระบวนการพัฒนาภาพในความคิด (stereotype) ซึ่งเป็นกระบวนการคิดที่ทำงานในระดับจิตไร้สำนึกเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงอาจเป็นไปได้ว่าการแสดงพฤติกรรมการยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางจึงเป็นการแสดงความเชื่อมโยงผ่านทางวัฒนธรรมซึ่งได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางสังคมและการส่งผ่านทางสังคม ซึ่งความเชื่อมโยงนี้มีลักษณะการถูกกระตุ้นเช่นเดียวกับภาพในความคิดนั้นคือเป็นความเชื่อมโยงที่มักเกิดขึ้นอย่างอัตโนมัติหรือไม่ได้มีการคาดการณ์ล่วงหน้าโดยบุคคลจะถูกกระตุ้นเมื่อพบสิ่งชี้แนะปรากฏในสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามแม้ว่าการเชื่อมโยงของชุดความสัมพันธ์จะถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นอย่างอัตโนมัติและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่าระดับจิตสำนึกถึงสี่เท่าแต่ในกระบวนการสุดท้ายของการตัดสินใจเราสามารถควบคุมได้ด้วยความคิดในระดับจิตสำนึก (conscious)

การตระหนักและไม่ตระหนักในตน (conscious and non-consciousness) กับ ความเชื่อเรื่องโชคกลางจากการสังเกตพฤติกรรมทั่วไปในชีวิตประจำวันเราอาจพบว่าในบางครั้งเราแสดงพฤติกรรมบางอย่างที่เราอาจไม่ได้คาดคิดมาก่อนอันเนื่องมาจากการที่เราลืมที่จะกำกับควบคุม

หรือตระหนักในตัวตนตามมาตรฐานของเราในขณะที่แสดงพฤติกรรมนั้น ซึ่งหากอธิบายตาม ทฤษฎีของฟรอยด์จะเรียกการแสดงพฤติกรรมลักษณะนี้ว่าเป็นการแสดงออกตามกระบวนการของ จิตไร้สำนึก(non-conscious) อย่างไรก็ตามแม้ว่าในปัจจุบันเราจะอาศัยอยู่ในโลกที่พยายาม อธิบายทุกสิ่งด้วยวิทยาศาสตร์และมองว่าวิทยาศาสตร์คือสิ่งที่น่าเชื่อถือหรือเป็นกระบวนการที่ดี ที่สุดที่จะได้มาซึ่งหลักฐานที่น่าเชื่อถือที่สุดในการอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ แต่ยังมีผู้คนอีก จำนวนไม่น้อยที่ยังคงเลือกใช้ความเชื่อที่แปลกประหลาดมาเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ ยิ่งไป กว่านั้นยังเป็นการตัดสินใจที่อยู่ในระดับจิตสำนึก(conscious)ซึ่งเป็นระดับที่เราสามารถตระหนักรู้ เหตุผลในการตัดสินใจ ตัวอย่างเช่น การบนบานหรือขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ก่อนเข้าห้องสอบ, การ ก้าวเท้าซ้ายก่อนเข้าห้องสอบเพราะเชื่อว่าจะนำมาซึ่งโชคดี, การเลือกที่จะไม่เดินทางในคืนวันศุกร์ ที่ 13 เป็นต้น ทั้งนี้ในเวลาต่อมาได้มีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการอิทธิพลของความเชื่อที่แปลก ประหลาดต่อการตัดสินใจ โดย Devine (1989b) เสนอว่า หากพิจารณาที่ลักษณะธรรมชาติของ จิตไร้สำนึก(non-conscious)แล้ว จะพบว่ากระบวนการทำงานของจิตไร้สำนึกนั้นมีที่มาหรือมีโม ตัทัศน์พื้นฐานของที่มาเหมือนกันกับกระบวนการความเชื่อเหมารวม(stereotype) ดังนั้น เช่นเดียวกับความเชื่อเหมารวม ความเชื่อโชคลางและเรื่องเหนือธรรมชาติสามารถแสดงให้เห็นได้ ผ่านทางกระบวนการสังคมประกิต(socialization process) และการถ่ายทอดทางสังคม socially transmitted) ซึ่งจากการวิจัยพบว่าความเชื่อโยงระหว่างความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติที่ถูก ถ่ายทอดหรือปลูกฝังผ่านกระบวนการทางสังคมนั้นเกิดขึ้นเมื่อบุคคลพบสัญญาณ(cue)ที่ปรากฏ ในสิ่งแวดล้อม แล้วความเชื่อโยงจะได้รับการกระตุ้นอย่างอัตโนมัติหรืออย่างไม่ได้ตั้งใจ (unintentionally) แต่ความเชื่อโยงที่เกิดอย่างไม่ได้ตั้งใจนี้สามารถควบคุมได้ผ่านกระบวนการ ตระหนักรู้ตัวหรือสภาวะจิตสำนึก(conscious)

ในปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อโชคลางเป็นการศึกษาที่กำลังได้รับความสนใจในการ อธิบายปรากฏการณ์การเกิดพฤติกรรมต่างๆของมนุษย์ และถูกนำไปใช้ในการศึกษาร่วมกับ ศาสตร์อื่นๆมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากการรวบรวมข้อมูลการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลางและ ปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติในทางจิตวิทยานั้น พบว่า อาจแบ่งลักษณะการศึกษาความเชื่อเรื่อง โชคลางผ่านแนวคิดทางจิตวิทยาออกเป็น 3 แนวคิดหลัก ได้แก่ การตอบสนองของความเชื่อเรื่องเวท มนต์อัตโนมัติ (sympathetic magic idea), การสร้างเหตุผลวงในการควบคุม (illusory control idea) และ การมีความเชื่อพื้นฐาน (tempt fate idea) ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวคิดการตอบสนองของความเชื่อเรื่องเวทมนต์อัตโนมัติ (sympathetic magic idea) เป็น แนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับปฏิกิริยาของมนุษย์ที่แสดงถึงการเกิดความเชื่อของแต่ละบุคคลซึ่งอาจเป็น

ความเชื่อที่เกิดจากการถูกกระตุ้น (trigger) และเกิดเป็นความเชื่อของบุคคลขึ้นมา ซึ่งความเชื่อในลักษณะนี้เป็นความเชื่อที่พบได้ในทุกสังคม สามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องมีความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติมาก่อน ซึ่งตัวอย่างปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการตอบสนองของความเชื่อเรื่องเวทมนต์อัตโนมัติ ได้แก่ การถ่ายทอดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ผ่านการสัมผัส (product contagion) สอดคล้องกับการศึกษาของ Rozin และ Nemeroff (1990) และการศึกษาของ Fitzsimons และ Morales (2007) ซึ่งเสนอโมเดลการตอบสนองของความเชื่อเรื่องเวทมนต์อัตโนมัติว่ามีรูปแบบความเชื่อที่ครอบคลุมกฎการถ่ายทอดคุณสมบัติผ่านการสัมผัส (contagion) และกฎความคล้ายคลึง (similarity) โดยกฎการถ่ายทอดคุณสมบัติโดยการสัมผัส หมายถึง ความเชื่อว่าการสัมผัสจะก่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างวัตถุ โดยวัตถุที่ถูกสัมผัสหรือมีการสัมผัสกับวัตถุอื่น ๆ จะยังคงเกิดความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุนั้นตลอดไปแม้ว่าวัตถุเหล่านั้นจะถูกทำให้แยกออกจากกันในทางกายภาพแล้วก็ตาม ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะไม่เลือกซื้อผักสดที่วางอยู่ใกล้กับผักที่เน่าเสียแล้ว แม้ว่าผักนั้นจะถูกแบ่งด้วยถุงพลาสติกเพื่อไม่ให้มีเชื้อโรคติดต่อ เป็นต้น ทั้งนี้การศึกษาเรื่องการถ่ายทอดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผ่านการสัมผัส ในขณะที่การตอบสนองของความเชื่อเรื่องเวทมนต์อัตโนมัติตามกฎความคล้ายคลึง (similarity) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเกิดจินตนาการเชื่อมโยงระหว่างของสิ่งกับของอีกสิ่งหนึ่ง หรือเกิดความเชื่อโยงว่าของสิ่งนั้นรับเอาคุณสมบัติจากของอีกสิ่งหนึ่งที่มีความคล้ายคลึงกันมาด้วย ตัวอย่างเช่น เด็กหลีกเลี่ยงการทำงานช็อกโกแลตที่มีรูปแปลกประหลาด (Rozin & Nemeroff, 1990) ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผู้ที่มีความน่าดึงดูดใจสัมผัสมาก่อนจะได้รับการพิจารณาจากผู้ซื้อมากกว่า (Fitzsimons & Morales, 2007; Hamerman, 2009) เป็นต้น

ทั้งนี้ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกฎการถ่ายทอดคุณสมบัติโดยการสัมผัส ได้แก่ งานวิจัยของ Rozin และ Nemeroff (1990) ซึ่งทำการศึกษาอิทธิพลทางบวกของความคิดเรื่องเวทมนต์ (magical thinking) กับกฎการถ่ายทอดคุณสมบัติผ่านการสัมผัสที่ส่งอิทธิพลต่อผู้บริโภค ผ่านการวิจัยเชิงทดลองซึ่งผู้วิจัยมีพื้นฐานว่าความคิดเกี่ยวกับเวทมนต์สามารถมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของมนุษย์ได้เหนือกว่าเจตคติ (attitude) และความเชื่ออื่น ๆ (beliefs) โดยการศึกษาของ Rozin แสดงการทดสอบแนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อส่งเสริมความสามารถในการทำแบบทดสอบเชื่อมโยงเหตุผล (reasoning tasks) ทั้งนี้ในการศึกษาของ Rozin ถือเป็นการศึกษาแรกที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อความสำเร็จ (achievement) เป็นคุณสมบัติที่สามารถถ่ายทอดได้ผ่านการมีความคิดเกี่ยวกับเวทมนต์ นอกจากนี้การที่ความเชื่อจะเข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจได้นั้นยังขึ้นอยู่กับรูปแบบการคิดของผู้บริโภค (consumer thinking style) อีกด้วย ทั้งนี้ Rozin และคณะได้

ออกแบบการทดลองให้ผู้ร่วมการวิจัยจินตนาการว่าตนเป็นนักศึกษาในสาขาวิชาดนตรีและกำลังต้องการหาหนังสือเพื่อประกอบการเรียนที่กำลังจะเริ่มขึ้นในภาคการศึกษาหน้า จากนั้นเสนอเงื่อนไขให้กับผู้ร่วมการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 เงื่อนไข ซึ่งนำเสนอโดยผ่านการอ่านสารโฆษณาเกี่ยวกับหนังสือ ดังนี้ “หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่ยอดเยี่ยม สภาพเหมือนใหม่ รูปทรงหนังสือยังยอดเยี่ยมกับมีรอบขีดเขียนเดิมเล็กน้อย หนังสือเล่มนี้ถูกใช้เมื่อภาคการศึกษาที่แล้ว โดยเจ้าของเดิมมีผลการเรียน A (หรือ D) ในวิชานี้ และมีเกรดเฉลี่ย 3.98 (หรือ 2.34) และราคาหนังสือเล่มนี้อยู่ที่ห้าสิบบาทเก้าบาทเก้าเหรียญ” ทั้งนี้จะสังเกตเห็นว่าผู้วิจัยได้จัดให้สิ่งที่มีความแตกต่างกันในสองเงื่อนไข ได้แก่ เกรดประจำวิชาของเจ้าของหนังสือ และเกรดเฉลี่ยเดิมของเจ้าของหนังสือ ซึ่งหลังจากอ่านข้อความโฆษณาหนังสือแล้วผู้ร่วมวิจัยประเมินแนวโน้มที่ตนจะเลือกซื้อหนังสือ จากนั้นผู้ร่วมการทดลองทำมาตรวัดรูปแบบการคิด (thinking style) ของ Epstein และคณะ (1996) โดยผลการทดสอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการคิดกับระดับความสำเร็จทางการเรียนของเจ้าของหนังสือเดิม พบว่าตัวแปรความสำเร็จทางการศึกษาของเจ้าของหนังสือเดิมส่งอิทธิพลหลักอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เมื่อทำการศึกษาค่าตัวแปรความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการคิด พบว่า บุคคลที่มีรูปแบบการประมวลความคิดผ่านกระบวนการระดับสูง (high intuitive processors) จะแสดงแนวโน้มในการเลือกซื้อหนังสือที่เจ้าของเดิมมีผลสำเร็จทางการเรียนสูงมากกว่าจะเลือกซื้อหนังสือที่เจ้าของเดิมมีผลสำเร็จทางการเรียนต่ำอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามความแตกต่างนี้ไม่ปรากฏในกลุ่มผู้ร่วมการวิจัยที่มีรูปแบบการประมวลความคิดผ่านกระบวนการระดับต่ำ (low intuitive processors)

จากผลการวิจัยข้างต้นสามารถแสดงถึงหลักฐานว่าผู้ที่มีลักษณะการประมวลความคิดผ่านกระบวนการระดับสูงจะมีแนวโน้มที่บุคคลจะเกิดความเชื่อว่าจะประสบความสำเร็จ (achievement) สามารถถ่ายทอดได้ผ่านการมีความคิดเกี่ยวกับเวทมนตร์ โดย Rozin เชื่อว่าการที่ความคิดเกี่ยวกับเวทมนตร์จะมีอิทธิพลต่อบุคคลได้นั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความฉลาด ทั้งนี้การที่บุคคลจะเปิดรับให้ความคิดเกี่ยวกับเวทมนตร์เข้าไปมีอิทธิพลกับตนได้นั้นต้องเป็นบุคคลที่รู้ถึงความฉลาดของตนเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้หรือสามารถพัฒนาได้ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าการที่บุคคลรู้ถึงความฉลาดของตนเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้นั้นอาจสอดคล้องกับมโนทัศน์การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน ดังนั้น จากข้อสันนิษฐานที่ได้จากการทดลองครั้งแรก Rozin ได้พัฒนาการทดลองที่ 2 เพื่อเป็นหลักฐานยืนยันว่าการศึกษาอิทธิพลของความเชื่อเรื่องเวทมนตร์โดยทำการศึกษาผ่านการแสดงพฤติกรรมจริงของบุคคล (actual performance) ซึ่งในการทดลองที่ 2 มีความแตกต่างจากการทดลองที่ 1 นั่นคือ การเพิ่มตัวแปรการรับรู้ความฉลาด หรือ

การรับรู้ว่าคุณสมบัติของตนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ความคิดเกี่ยวกับเวทมนตร์หรือการเลือกซื้อสินค้าที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางการศึกษาของเจ้าของเดิมเป็นความเชื่อที่ทำหน้าที่เป็นผู้นำทางให้กับกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบทดสอบการให้เหตุผลคิดวิเคราะห์ (analytical reasoning problems) ผู้ร่วมการวิจัยได้รับข้อมูลว่าตนกำลังเข้าร่วมการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท โดยการทำวิจัยครั้งนี้มีงบประมาณในการทำวิจัยอย่างจำกัด และเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย แบบทดสอบที่ผู้เข้าร่วมการวิจัยได้รับจะเป็นแบบทดสอบซึ่งถูกออกแบบให้สามารถใช้ทำแบบทดสอบได้หลายคน ซึ่งในแต่ละบทนำแสดงให้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าแบบทดสอบที่กลุ่มตัวอย่างได้รับเป็นแบบทดสอบที่ผ่านการทดสอบคนอื่น ๆ มาแล้วทุกคน ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า บุคคลที่มีความเชื่อว่าคุณสมบัติเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงได้นั้น มีคะแนนผลการทำแบบทดสอบการให้เหตุผลคิดวิเคราะห์ (analytical reasoning problems) ดีขึ้นเมื่อบุคคลนั้นรับความเชื่อโคลงมาใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งในการทดลองนี้หมายถึง การที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้แบบทดสอบของคนก่อนหน้าที่มีคะแนนเฉลี่ยสูง

ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากข้อมูลข้างต้นซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะธรรมชาติของบุคคลในการใช้ความเชื่อเรื่องโคลงเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซึ่งสอดคล้องกับนิยามของความเชื่อเรื่องโคลงที่ว่าแม้บุคคลจะเข้าใจว่าความเชื่อเรื่องโคลงเป็นความเชื่อที่ไร้เหตุผลแต่บุคคลยังคงเลือกที่จะให้ความเชื่อนั้นเข้ามามีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม

แนวคิดต่อมาที่ปรากฏในการศึกษาความเชื่อเรื่องโคลง คือ แนวความคิดเรื่องการสร้างเหตุผลลวงในการควบคุม (illusory control idea) เสนอโดย Wegner (2003) ทั้งนี้ Wegner อธิบายถึงการยึดความเชื่อเรื่องโคลงว่าเป็นผลมาจากความต้องการควบคุมสถานการณ์และความต้องการอธิบายหรือให้เหตุผลกับสิ่งต่างๆของมนุษย์ รวมถึงความเชื่อว่าคุณสมบัติสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นได้ โดย Wegner ระบุกฎสามข้อที่เชื่อว่าเป็นสาเหตุซึ่งส่งผลให้ความคิดของบุคคลเกิดการบิดเบือน (illusory) และเกิดความเชื่อว่าคุณสมบัติในการควบคุมเหตุการณ์ (illusory control) ซึ่งกฎที่มีอิทธิพลต่อการบิดเบือนให้เกิดความเชื่อโยงเหตุผลลวงในการควบคุม ได้แก่ การยึดติดกับลักษณะความเป็นลำดับ (priority), ความคงเส้นคงวา (consistency) และความเฉพาะแตกต่าง (exclusively) ตัวอย่างเช่น เมื่อบุคคลแสดงการกระทำ (action) ก่อนที่จะเกิดผล (outcome) โดยผลที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับความตั้งใจหรือความคาดหวังของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการกระทำนั้นไม่สามารถหาเหตุผลอื่นๆมาอธิบายได้ (exclusively available explanation) บุคคลจะมีแนวโน้มในการเชื่อว่าเขาหรือเธอเป็นต้นเหตุที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์นั้นมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การทดลองโดย Pronin และคณะ (2006) ซึ่งเสนอให้ร่วมการทดลองทางเข้มเข้า

ไปในตุ๊กตาวูดู (voodoo doll) ผลการทดลองพบว่าผู้ร่วมการทดลองเชื่อว่าการแทงเข็มเข้าไปในตุ๊กตาวูดูเป็นสาเหตุที่ส่งผลให้ผู้วิจัยซึ่งเป็นหน้าม้ามีอาการปวดหัว เป็นต้น ทั้งนี้ผลที่ปรากฏในงานวิจัยของ Pronin ช้างต้น เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการสร้างเหตุผลลงในการควบคุม ซึ่งสอดคล้องแนวคิด Hamerman (2009) ซึ่งระบุว่าโดยปกติบุคคลมักจะมีอารมณ์อ่อนไหวในการสร้างภาพลวงว่าตนสามารถมีอิทธิพลต่อการเกิดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือบุคคลเกิดการสร้างเหตุผลลงในการควบคุมขึ้นมา โดยหลักสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการสร้างเหตุผลลง คือ ลำดับการเกิดของเหตุการณ์ (priority) เมื่อลำดับเหตุการณ์มีความพอดีแล้วความคงวันคงวา (consistency) จะเข้ามาเป็นส่วนที่เติมเต็มให้ความสัมพันธ์ลงนั้นมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น นั่นคือ เมื่อผลหรือเหตุการณ์ที่บุคคลตั้งใจให้เกิดขึ้นปรากฏขึ้นอย่างต่อเนื่องภายหลังการแสดงผลพฤติกรรมหรือการปรากฏของเหตุการณ์บางอย่างที่ให้ผลลัพธ์เป็นไปตามการคาดการณ์ของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นได้ผ่านขอบเขต (priority) ที่เราตั้งไว้ และเสริมความน่าเชื่อถือในการให้เหตุผลจากการเกิดเหตุการณ์นั้นอย่างสม่ำเสมอ (consistency) แล้ว กระบวนการต่อมาซึ่งช่วยเสริมสร้างความมั่นคงของการควบคุมลวง (illusory control) คือ ความเฉพาะเจาะจง (exclusivity) ซึ่งความเฉพาะเจาะจงนี้จะถูกรับรู้ว่าเป็นความจริงเมื่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นไม่ปรากฏเหตุผลอื่นที่สามารถอธิบายได้ ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ (Y. J. Wang และคณะ, 2012) ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของความเชื่อเรื่องโชคลางต่อการพิจารณาตราสินค้าและพฤติกรรมที่บุคคลซื้อสินค้าตามความเชื่อเรื่องโชคลาง (superstitious consumer behavior) ซึ่ง Wang และคณะ เสนอว่าในการเลือกซื้อสินค้านั้นผู้บริโภคจะแปลความหมายของตราสินค้าผ่านการเชื่อมโยงพื้นฐานทางจิตวิทยาต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้บริโภคต้องเจอกับตราสินค้าใหม่ซึ่งผู้บริโภคยังมีข้อมูลเดิมไม่เพียงพอส่งผลให้ผู้บริโภคพยายามหาเหตุผลหรือข้อมูลอื่นๆมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งในการศึกษานี้ได้แก่การตัดสินใจด้วยเหตุผลทางโชคลาง เป็นต้น

Jahoda (1969) เสนอว่า ความเชื่อเรื่องโชคลางจะเข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจและการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ในสถานการณ์ที่บุคคลรับรู้ความเสี่ยง (risk), ความไม่แน่นอน (uncertainty) หรือเกิดความกลัว (fear) ซึ่งหากพิจารณาในทางกลับกันอาจหมายถึงความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลสามารถจัดการกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนและมีความกำกวม โดยช่วยลดความรู้สึกวิตกกังวลและความไม่สบายใจที่เป็นผลมาจากการรับรู้ความไม่แน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dudley (1999) โดยเสนอว่าการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางช่วยให้บุคคลสามารถแก้ไขปัญหาที่ยากต่อการแก้ไขในตอนแรกได้ รวมถึงงานวิจัยของ Case และคณะ

(2004) โดยทำการศึกษาความเชื่อเรื่องโชคลางในบทบาทของการเป็นทางเลือกที่บุคคลใช้ในการจัดการกับปัญหาอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดที่มีความรวดเร็วและไม่สามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงได้ในปัจจุบันส่งผลให้บุคคลมีแนวโน้มในการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางมาเป็นเหตุผลในการอธิบายสิ่งที่บุคคลมีข้อมูลเพียงพอและไม่สามารถทำนายแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาพร้อมกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดความเชื่อเรื่องโชคลางตามการเสนอแนะของ Wegner (2003) ได้แก่ การสร้างการควบคุมลวง (Illusory control) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าเมื่อบุคคลเผชิญกับสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่ไม่คุ้นเคย หรือมีข้อมูลไม่เพียงพอ (unfamiliar market information) บุคคลจะพยายามสร้างความหมายให้กับผลิตภัณฑ์นั้นและแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ตามข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมความทรงจำ ความรู้สึก และประสบการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่บุคคลอยู่ในสภาวะไร้จิตสำนึก บุคคลจะมีแนวโน้มมากขึ้นในการตัดสินใจผ่านความเชื่อเรื่องเทพนิยาย (myth), ตำนาน (legends), เวทมนต์ (magic) และองค์ประกอบต่างๆที่ได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางสังคมในการสร้างข้อมูลทางความคิด (cognition) และ ข้อมูลทางอารมณ์ (affect) เพื่อประกอบกระบวนการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลความเชื่อเกี่ยวกับโชคลางซึ่งเป็นข้อมูลที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการระลึกแหล่งข้อมูลในความทรงจำ (Mowen & Carlson, 2003) เช่นเดียวกับการศึกษาโดย Tsang (2004) เสนอว่าบุคคลจะให้ความสนใจในการประเมินสินค้ามากยิ่งขึ้นเมื่อต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ไม่คุ้นเคย ซึ่งความรู้สึกไม่คุ้นเคยนี้จะกระตุ้นการทำงานของภาวะจิตไร้สำนึกซึ่งเป็นกระบวนการทำงานที่ช่วยให้ทั้งข้อมูลทางด้านอารมณ์ (emotion) และเหตุผล (reason) ซึ่งช่วยให้บุคคลรู้สึกถึงการตัดสินใจแก้ปัญหาอย่างเป็นเหตุเป็นผล เป็นต้น

Hamerman (2009) เสนอการทดลองที่แสดงถึงการสร้างเหตุผลลวงในการควบคุมของบุคคลซึ่งเชื่อมโยงกับความคิดเกี่ยวกับเวทมนตร์ โดยเสนอว่าผู้บริโภคจะเลือกใช้กลยุทธ์ทางโชคลาง (superstitious strategies) เข้ามาทำหน้าที่เป็นกลยุทธ์ในกระบวนการตัดสินใจเมื่อมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งปรากฏการณ์นี้อาจเกิดขึ้นได้แม้บุคคลจะยอมรับว่าการนำความเชื่อเรื่องโชคลางมาเป็นกลยุทธ์ในการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องที่ไร้เหตุผล (irrational) แต่อย่างไรก็ตามยังมีคนจำนวนมากที่ยึดความเชื่อเหล่านี้เป็นแนวทางในการกำหนดการกระทำของตนเอง

แนวทางการศึกษาปรากฏการณ์ความเชื่อเรื่องโชคลางแนวคิดที่สาม ได้แก่ แนวคิดเรื่องการมีความเชื่อพื้นฐาน (tempt fate idea) เป็นแนวความคิดที่พิจารณาความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นลักษณะทางวัฒนธรรมที่ฝังแน่นอยู่ในบุคคล และ มีความเกี่ยวข้องกับความแตกต่างทาง

วัฒนธรรม โดยมีความเชื่อว่าคุณเชื่อเรื่องโชคลาง และความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติ เป็นผลที่เกิดจากกระบวนการทางวัฒนธรรมและจะส่งผลกระทบต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้ที่ยึดความเชื่อในเรื่องนั้นๆ ทั้งนี้การปรากฏของพฤติกรรมที่แสดงถึงการยึดความเชื่อจะปรากฏเด่นชัดในสังคมที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมชัดเจน (certain culture) โดยกลุ่มสังคมที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมชัดเจน หมายถึง กลุ่มสังคมที่มีการยึดถือความเชื่อในแบบเดียวกันเป็นกลุ่มใหญ่และความเชื่อนั้นส่งอิทธิพลต่อคนในสังคมโดยรวม ตัวอย่างเช่น ประเทศจีน, สหรัฐอเมริกา และประเทศอังกฤษ เป็นต้น

2. ความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง

ความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง (half-belief) หรือความเชื่อครึ่งเดียว เป็นมโนทัศน์ที่น่าเสนอโดย Campbell (1996) ซึ่งได้พยายามเสนอแนวทางการจำแนกความแตกต่างระหว่างความเชื่อโชคลางยุคใหม่ (modern superstition) กับความเชื่อโชคลางดั้งเดิม (primitive superstition) โดยพิจารณาว่าตามความเป็นจริงแล้วเราอาจไม่ได้เชื่อในโชคลางอย่างที่เรารู้สึก ซึ่ง Campbell อธิบายว่าบุคคลที่มีความเชื่อครึ่งเดียว (half-believers) หมายถึง บุคคลที่แสดงท่าทีว่าตนไม่ได้มีความเชื่อเรื่องโชคลาง แต่กลับแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลาง โดยไม่ได้คาดหวังผลโดยตรงจากการแสดงพฤติกรรมนั้น รวมถึงการมีพฤติกรรมยอมรับความเชื่อเรื่องโชคลางมาปฏิบัติตามอย่างปราศจากความเข้าใจและความเชื่อในเรื่องโชคลางนั้นๆ อย่างถ่องแท้ ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติและพฤติกรรมของมนุษย์ พบว่า บุคคลจะใช้ความเชื่อที่แปลกประหลาดประหลาดเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจเพื่อนำไปสู่ทางเลือกที่เหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับมโนทัศน์ความเชื่อครึ่งเดียวและเป็นจัดเป็นลักษณะการแสดงออกของพฤติกรรมความเชื่อโชคลางยุคใหม่

ทั้งนี้จากการรวบรวมอิทธิพลของความเชื่อเรื่องโชคลางต่อการแสดงออกทางพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคพบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางในการตัดสินใจ ตัวอย่างเช่น การปรากฏทางเลือกหลากหลาย (free choice), การรับรู้ว่าธรรมชาติของทางเลือกหรือตัวเลือกไม่สะดวกสบาย (unconventional option), แนวทางการตอบสนอง (response mode) และความซับซ้อนของงาน (task complexity) เป็นต้น ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางของผู้ที่มีความเชื่อเรื่องโชคลางแบบเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง ได้แก่ การศึกษาโดย Burger และ Lynn (2005) ได้ทำการทดสอบการแสดง

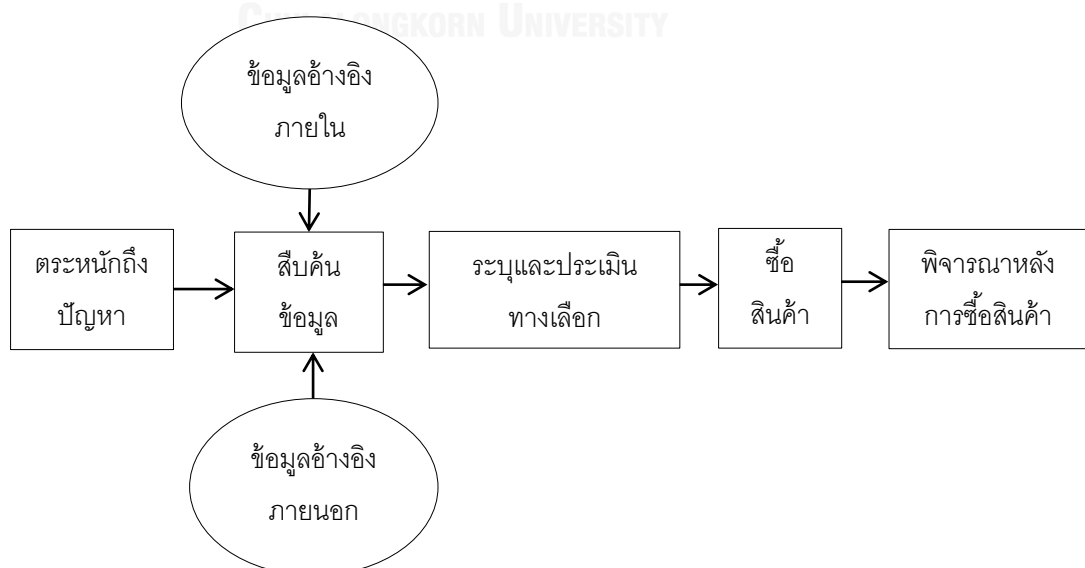
พฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักกีฬาเบสบอลชาวญี่ปุ่นและนักกีฬาเบสบอลชาวอเมริกันซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการรายงานการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางแต่ไม่มีความมั่นใจว่าผลการแข่งขันนั้นเกิดขึ้นมาจากการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามความเชื่อเรื่องโชคลาง โดยทำการทดสอบและอธิบายปรากฏการณ์การแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางผ่านสมมติฐานความไม่แน่นอน (uncertainty hypothesis) ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่ายิ่งผู้เล่นเชื่อมั่นว่าโชคมีผลต่อเกมมากเท่าไรแล้วผู้เล่นจะยิ่งยึดการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางมากเท่านั้น นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวทางการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางระหว่างสองกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้เล่นชาวอเมริกันมีแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางมากกว่าผู้เล่นชาวญี่ปุ่นและรายงานว่าการยึดแนวทางความเชื่อนั้นจะช่วยส่งเสริมการเล่นของตนเองให้ยอดเยี่ยมขึ้น ในขณะที่ผู้เล่นชาวญี่ปุ่นรายงานว่าการปฏิบัติตามความเชื่อเรื่องโชคลางจะช่วยให้การเล่นของทีมยอดเยี่ยมขึ้น ซึ่งผู้วิจัยอธิบายว่าการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์นี้อาจเป็นผลมาจากการที่นักกีฬาเบสบอลชาวญี่ปุ่นอาจมีแนวโน้มความเป็นคติรวมหมู่ (collectivist) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักกีฬาเบสบอลชาวอเมริกันซึ่งมีแนวโน้มของความเป็นปัจเจกบุคคล (individualist) มากกว่านักกีฬาชาวญี่ปุ่น เป็นต้น ดังนั้นจากการศึกษาข้างต้น นอกจากจะแสดงให้เห็นพฤติกรรมยึดความเชื่อเรื่องโชคลางในปัจจุบันที่บุคคลปฏิบัติตามความเชื่อไม่ได้ปักใจเชื่อว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นผลมาจากการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลอื่นๆที่ส่งผลต่อการเพิ่มแนวโน้มในการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางซึ่งในกรณีนี้ ได้แก่ ลักษณะความแตกต่างทางวัฒนธรรม (cultural difference) และการคำนึงถึงเป้าหมาย (goal-regulation) เป็นต้น

สำหรับการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับฉบับนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาตัวแปรความเชื่อเรื่องโชคลาง (superstition beliefs) เนื่องจากผู้วิจัยพิจารณาว่าความเชื่อเรื่องโชคลางนั้นสามารถจัดกระทำให้มีลักษณะเป็นคุณสมบัติ (attributes) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค (consumer decision-making) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ (gift-condition) โดยเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจซื้อของขวัญให้ตนเองกับการซื้อของขวัญให้ผู้อื่น

3. บุคลิกภาพและการตัดสินใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (consumer decision-making) คือ กระบวนการที่ผู้บริโภคพยายามแก้ปัญหา โดย Hanna และ Wozniak (2001) เสนอว่ากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคถือเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหาที่เกิดจากความขัดแย้งระหว่างสถานการณ์ความเป็นจริง (reality) กับสถานะในอุดมคติ (ideal) ที่บุคคลต้องการไปให้ถึง โดย Hanna และ Wozniak ได้พิจารณากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคกับกระบวนการแก้ปัญหาโดยพิจารณาว่าเมื่อบุคคลเกิดความต้องการในการไปให้ถึงเป้าหมายในอุดมคติแล้วจะก่อให้เกิดการรับรู้ว่าการไปถึงเป้าหมายนั้นเป็นปัญหาและพยายามหาหนทางในการแก้ปัญหานั้นซึ่งวิธีการแก้ปัญหา คือ การตัดสินใจเพื่อหาแนวทางการแก้ปัญหานั้นผ่านแสดงออกทางพฤติกรรมในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ Hanna และ Wozniak ได้เสนอขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา (problem recognition), การสืบค้นข้อมูล (information search), การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives), การซื้อสินค้า (purchase) และการประเมินสินค้าหลังการซื้อ (post-purchase evaluation) ทั้งนี้ Hanna และ Wozniak ได้เสนอแผนภาพอธิบายขั้นตอนของการตัดสินใจ ดังนี้

ภาพที่ 1 ลำดับขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (stage of the consumer decision process)



ขั้นที่ 1	การตระหนักถึงปัญหา	(problem recognition)
ขั้นที่ 2	การสืบค้นข้อมูล	(search)
ขั้นที่ 3	การระบุและประเมินทางเลือก	(identifying and evaluating alternatives)
ขั้นที่ 4	การซื้อสินค้า	(purchase)
ขั้นที่ 5	การพิจารณาหลังการซื้อสินค้า	(post purchase consideration)

ที่มา : Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Sadder River, NJ: Prentice Hall, p.294.

ขั้นที่ 1 การตระหนักถึงปัญหา (problem recognition) การตระหนักถึงปัญหาเป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคต้องการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความไม่สามารถไปสู่เป้าหมายที่ตนต้องการ (need recognition) ทำให้เกิดความตระหนักในการแก้ปัญหา ซึ่งลักษณะของปัญหาอาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัญหาที่เกิดจากความไม่พึงพอใจสภาพในปัจจุบัน เช่น ความต้องการซื้อสินค้าอย่างเดียวกันเพิ่ม, การเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือเพื่อตอบสนองความต้องการในการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และปัญหาจากความต้องการไปสู่เป้าหมายในอุดมคติหรือมีตัวตนในอุดมคติ ตัวอย่างเช่น การซื้อสินค้าตามเพื่อน, การซื้อสินค้าตามกระแสแฟชั่น เป็นต้น ซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งเสริมให้บุคคลมีช่องทางในการตระหนักถึงโอกาสในการซื้อ (opportunity recognition) มากยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 2 การสืบค้นข้อมูล (search) เมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วผู้บริโภคจะเริ่มทำการสำรวจข้อมูลจากทั้งการสืบค้นข้อมูลภายใน (internal search) และการสืบค้นข้อมูลภายนอก (external search) เพื่อให้มีข้อมูลเพียงพอในการประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นในกระบวนการที่ข้อมูลภายในเพียงพอจะส่งผลให้บุคคลพยายามหาข้อมูลจากข้อมูลภายนอกที่ปรากฏอยู่ในสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบันส่งผลให้สิ่งแวดล้อมทางการตลาดมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้บุคคลอาศัยการค้นหาข้อมูลภายนอก เช่น ภาพโฆษณา, การรับฟังข้อมูลจากผู้ขาย เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การระบุและประเมินทางเลือก (identifying and evaluating alternatives) เมื่อบุคคลรับรู้ข้อมูลเพียงพอแล้วบุคคลจะเริ่มทำการประเมินทางเลือกที่ดีที่สุด ทั้งนี้ในการประเมินทางเลือกอาจแบ่งเป็นการประเมินทางเลือกแบบซับซ้อน (extended decision making) เช่น การพิจารณาข้อมูลจากหลากหลายทาง และการประเมินทางเลือกตามความคุ้นเคย (habitual

decision) เช่น การประเมินทางเลือกจากความเคยชินในการซื้อ, การเลือกซื้อสินค้าตามความคุ้นเคยกับตราสินค้าโดยไม่พิจารณาตัวเลือกอื่นๆ เป็นต้น

ขั้นที่ 4 การซื้อสินค้า (purchase) เมื่อบุคคลประเมินทางเลือกแล้ว ในกระบวนการตัดสินใจ แม้ว่าบุคคลจะพิจารณาทางเลือกหลากหลายทาง แต่ในท้ายที่สุดแล้วผลของกระบวนการตัดสินใจคือการเลือกทางที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว

ขั้นที่ 5 การพิจารณาหลังการซื้อสินค้า (post purchase consideration) เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าไปใช้แล้วจะเกิดการประเมินสินค้าหลังการใช้ ทั้งนี้หากพบว่าผลิตภัณฑ์จากตราสินค้านั้นมีคุณภาพหรือตรงตามความต้องการของบุคคลแล้วจะส่งผลให้เกิดโอกาสในการซื้อซ้ำรวมถึงการบอกเล่าสรรพคุณของสินค้าไปสู่บุคคลอื่นๆอีกด้วย (word of mouth)

จากขั้นตอนการตัดสินใจข้างต้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นที่ 2 นั้นคือขั้นของการสืบค้นข้อมูล ซึ่งเมื่อพิจารณาพบว่ามีความสอดคล้องกับโอกาสในการประเมินทางเลือกเกี่ยวกับโซคกลางตามการศึกษาของ Kramer และ Block (2011) อธิบายว่าเมื่อบุคคลรับรู้ข้อมูลในการตัดสินใจไม่เพียงพอแล้วบุคคลจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงอื่นๆภายนอกและถูกอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมจนใจได้ง่ายขึ้น รวมถึงยอมรับและศึกษาทางเลือกหลากหลายทางมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากการพิจารณากระบวนการสืบค้นข้อมูลส่งผลให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเข้าสู่แนวโน้มในการสืบค้นข้อมูลจากภายนอกมากยิ่งขึ้น โดยให้ความสนใจไปที่การอ้างอิงความเชื่อเรื่องโซคกลางเป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่เกิดจากการกระบวนการสืบค้นภายนอก อย่างไรก็ตามผู้วิจัยตระหนักว่าการเข้าสู่กระบวนการสืบค้นภายนอกตามขั้นการตัดสินใจนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลจากการควบคุมโดยสิ่งแวดล้อมอย่างเดียวแต่ยังขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและรูปแบบการประมวลผลข้อมูลของผู้ตัดสินใจอีกด้วย โดยบุคลิกภาพที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ได้แก่ บุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุม (locus of control) รูปแบบการประมวลผลข้อมูล (rational-experiential processing system) และบุคลิกภาพเกี่ยวกับโซคกลาง (traits of superstition) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บุคลิกภาพ (personality) หมายถึง กลุ่มของลักษณะทางจิตวิทยาที่มีความแตกต่างกันซึ่งส่งผลต่อวิธีการที่บุคคลตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตน ประกอบด้วย การตอบสนองผ่านกระบวนการทางปัญญา (cognitive), อารมณ์ (affective) และแนวโน้มในการแสดงออกทางพฤติกรรม (behavioral) ทั้งนี้การเข้าใจบุคลิกภาพของผู้บริโภค (consumer personality) จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถพัฒนาประสิทธิภาพการทำการตอบสนองกิจกรรมทางการตลาด (marketing activities) ของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามแม้ลักษณะทางบุคลิกภาพจะถูกระบุว่าเป็นปัจจัยที่สามารถใช้ในการทำนายรูปแบบการตอบสนองของบุคคลได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วการ

ตอบสนองของบุคคลนั้นมีความหลากหลายและอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ รวมถึงลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลก็อาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเวลาผ่านไป ทั้งนี้ทฤษฎีที่นิยมนำมาอธิบายความไม่แน่นอนในการตอบสนองของผู้บริโภค คือ ทฤษฎีบุคลิกภาพหลายลักษณะ (multiple trait theory) และการเกิดของการศึกษาลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นตัวแปรทางวัฒนธรรม พบว่าความเชื่อเรื่องโชคลางสามารถจัดเป็นตัวแปรทางวัฒนธรรม โดยความเชื่อเรื่องโชคลางหรือวัฒนธรรมความเชื่อต่างๆจะส่งผลต่อวิถีชีวิตและกระบวนการตัดสินใจ ดังนั้น การทำความเข้าใจบุคคลเกี่ยวกับบทบาทในการเป็นผู้บริโภคอาจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค (Baumgartner, 2002)

จากความคงเส้นคงวาของบุคลิกภาพส่งผลให้งานวิจัยส่วนใหญ่ทางจิตวิทยาโดยเฉพาะอย่างยิ่งจิตวิทยาสังคมมีความสนใจในการนำตัวแปรบุคลิกภาพมาอธิบายปรากฏการณ์และสาเหตุการเกิดพฤติกรรมต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการนำไปศึกษาพร้อมกับศาสตร์อื่นๆอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การศึกษาวิจัยทางบุคลิกภาพซึ่งเป็นสิ่งที่นิยมศึกษาคู่กับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) มาอย่างยาวนาน (Baumgartner, 2002) โดยผู้วิจัยมีการนำทฤษฎีทางบุคลิกภาพไปประยุกต์ใช้ในการแบ่งประเภทผู้บริโภค ได้แก่ บุคลิกภาพของผู้บริโภค (consumer personality) เป็นต้น ซึ่งในการศึกษานี้มีความสนใจการนำตัวแปรทางบุคลิกภาพไปใช้ในการอธิบายการยอมรับความเชื่อเรื่องโชคลางและการตัดสินใจในบริบทพื้นที่ทางการตลาด (market place) ตัวอย่างการศึกษาอิทธิพลของลักษณะบุคลิกภาพที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งมีการศึกษาครอบคลุมพฤติกรรมผู้บริโภคหลากหลายรูปแบบ เช่น การศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพกับการตอบสนองต่อสารโฆษณาและการตอบสนองต่อรูปลักษณะการออกแบบ (design features), การศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพกับรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ (interaction style), การรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk), การสืบค้นข้อมูล (information acquisition) และการตระหนักรู้ต่อสังคม (social consciousness) เป็นต้น

ทั้งนี้ในการศึกษาเรื่องอิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ ผู้วิจัยต้องการศึกษาลักษณะทางบุคลิกภาพซึ่งเชื่อว่าสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับในการส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคลาง ซึ่งลักษณะบุคลิกภาพที่ต้องการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ความนับถือโชคลาง (relying on superstition), การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control) รูปแบบการประมวลข้อมูล (rational-experiential

processing system) โดยแบ่งออกเป็นการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system) และการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system)

4. การให้ของขวัญ

การให้ของขวัญหากมองภายนอกอาจทำให้เข้าใจว่าเป็นการสูญเสียทรัพยากร แต่ในความเป็นจริงแล้วการให้ของขวัญเป็นการลงทุนทางทรัพยากร (invest resource) เพื่อให้ได้มาซึ่งความสัมพันธ์อันดีในอนาคตระหว่างผู้ให้และผู้รับ ทั้งนี้การเกิดขึ้นของพฤติกรรมกรรมการให้ของขวัญ หรือ การแลกเปลี่ยนของขวัญ ต้องประกอบไปด้วยผู้ให้ของขวัญ (gift-giver) และผู้รับของขวัญ (gift-recipient) โดยบุคคลหนึ่งสามารถมีโอกาสเป็นทั้งบทบาทผู้ให้และผู้รับของขวัญ ดังนั้น พฤติกรรมการให้ของขวัญจึงถูกพิจารณาเป็นพฤติกรรมแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน (reciprocity) หรือ พฤติกรรมแลกเปลี่ยน (exchange) ซึ่งการให้ของขวัญ (gift-giving) และการรับของขวัญ (gift-receiving) เป็นหนึ่งในกระบวนการที่ช่วยให้เกิดการสังเคราะห์ทางสังคม (integrate society) และการให้ของขวัญยังสามารถเปรียบได้กับสัญลักษณ์ของการสื่อสารทางสังคม (social communication) โดยการแสดงออกของการแลกเปลี่ยนของขวัญ การให้และการรับของขวัญ ได้ถูกจัดให้เป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงความมีอารยะธรรมในสังคม (Parsons, 2002; Schieffelin, 2005) นอกจากนี้พฤติกรรมกรรมการให้ของขวัญยังเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากพฤติกรรมอื่นๆโดยมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน โดยบุคคลจะใช้เวลาในการซื้อสินค้าเพื่อคนอื่นหรือการซื้อเพื่อเป็นของขวัญสำหรับคนอื่นมากกว่าเวลาที่ใช้ในการซื้อสินค้าด้วยตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้ให้ของขวัญรับรู้ว่าคุณค่าของของขวัญนั้นสูงแล้วบุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการหาข้อมูลเกี่ยวกับของขวัญนั้นมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้เมื่อบุคคลอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเลือกซื้อของขวัญแล้วบุคคลจะสร้างขอบเขตความเฉพาะเจาะจงของบุคคลที่จะรับของขวัญ โดยนำมาเชื่อมโยงกับน้ำหนักการให้คุณค่าและเชื่อมโยงลักษณะทางธรรมชาติของโอกาสที่จะให้ของขวัญ รวมถึงพิจารณาระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับของขวัญ (Lekkumporn, 2009)

ทั้งนี้จากการพิจารณาการปรากฏของพฤติกรรมกรรมการให้ของขวัญ (gift-giving behavior) การให้ของขวัญ (gift-giving) หรือ การแลกเปลี่ยนของขวัญ (gift-exchange) พบว่า พฤติกรรมการให้ของขวัญเป็นพฤติกรรมที่มีความเป็นสากลในการปฏิบัติ (universal practice) นั่นคือ พฤติกรรมการให้ของขวัญเป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ทุกวันและทุกแห่งทั่วโลก โดยถือว่าพฤติกรรม

การให้ของขวัญนั้นเป็นพฤติกรรมทางวัฒนธรรมและยังเป็นพฤติกรรมที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆตามมา (Qian, Razaque & Keng, 2007) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรากฏลักษณะเด่นที่แตกต่างจากพฤติกรรมอื่นๆซึ่งการแลกเปลี่ยนของขวัญเป็นพฤติกรรมซึ่งบุคคลส่วนใหญ่เคยผ่านประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งในบทบาทผู้ให้ของขวัญและบทบาทผู้รับของขวัญมาก่อน สอดคล้องกับการศึกษาโดยนักมานุษยวิทยา (anthropologists) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการให้ของขวัญว่าเป็นหนึ่งในกระบวนการทางบวกของสังคม (positive social process) ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทางการเมือง (political), ศาสนา (religious) และกลไกทางจิตวิทยา (psychological function) อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลส่วนใหญ่จะเคยผ่านทั้งบทบาทของการเป็นผู้ให้ของขวัญและการเป็นผู้รับของขวัญแต่จากผลการวิจัยจำนวนมากกลับรายงานผลที่สอดคล้องกันว่าแม้จะเคยผ่านประสบการณ์การเป็นทั้งผู้ให้ของขวัญและผู้รับของขวัญมาแล้วแต่เมื่อบุคคลต้องมาอยู่ในบทบาทของผู้ให้ของขวัญแล้วนั้นบุคคลส่วนใหญ่กลับแสดงบทบาทผู้ให้ของขวัญที่แย่ (poor gift givers) ซึ่งในกรณีนี้ หมายถึง การให้ของขวัญที่ผู้รับของขวัญไม่ได้ร้องขอ ตัวอย่างเช่น การซื้อของขวัญที่ผู้รับของขวัญเลือกที่จะไม่ซื้อด้วยตนเอง เป็นต้น (Gino & Flynn, 2011) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์นั้นการแลกเปลี่ยนของขวัญถือว่ามีผลกระทบต่อความสะพัดทางการเงินและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวม ตัวอย่างเช่น จากการบันทึกสถิติการใช้จ่ายซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ พบว่า ค่าใช้จ่ายที่เราใช้ในการซื้อของขวัญนั้นมากกว่าร้อยละสี่จากรายได้รวมของครัวเรือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลสำคัญ ตัวอย่างเช่น จากสถิติการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าในสหรัฐอเมริกาช่วงเดือนธันวาคมซึ่งถือเป็นช่วงเทศกาลสำคัญของชาวอเมริกันที่ประชากรส่วนใหญ่ในประเทศเป็นชาวคริสต์ ทั้งนี้จากการบันทึกทางสถิติพบว่าในช่วงเดือนธันวาคมนี้ ประเทศสหรัฐอเมริกามีเงินสะพัดที่แปดสิบล้านเหรียญสหรัฐภายในเดือนเดียว ซึ่งผู้บริโภครายงานว่าเป็นการซื้อสินค้าเพื่อสำรองไว้เป็นของขวัญในเทศกาลหรือโอกาสสำคัญอื่นๆที่จะเกิดขึ้นในปีถัดไป (Flynn & Adams, 2009)

จากข้อมูลอ้างอิงทางสถิติของประเทศสหรัฐอเมริกาข้างต้นอาจถือเป็นหนึ่งในหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ความสำคัญของกระบวนการแลกเปลี่ยนของขวัญซึ่งในความเป็นจริงนั้นการแลกเปลี่ยนของขวัญไม่ได้จำกัดเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญแต่ยังสามารถเกิดขึ้นในทุกๆโอกาสที่ถูกรับรู้ว่าเป็นโอกาสพิเศษ ตัวอย่างเช่น วันฉลองสมรส, วันเกิด, วันครบรอบ และวันสำเร็จการศึกษา เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโอกาสพิเศษอื่นๆที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลซึ่งไม่ได้มีการบันทึกทางสถิติในการใช้จ่ายเพื่อซื้อของขวัญในโอกาสพิเศษอื่นๆเหล่านี้อย่างชัดเจน ดังนั้นหากพิจารณาตามหลักเศรษฐศาสตร์มหัพภาค (macro - economist) แล้วอาจสรุปได้ว่า การ

ซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลสำคัญช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องจากช่วยกระตุ้นให้เกิดการจ้างงานและกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนเงินซึ่งส่งผลดีต่อภาคเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามแม้ว่าการซื้อของขวัญจะถูกระบุว่าเป็นพฤติกรรมที่ส่งผลที่ดีต่อภาคเศรษฐกิจโดยรวมแต่เมื่อพิจารณาตามเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์จุลภาค (micro - economist) ซึ่งพิจารณาว่าการให้ของขวัญในช่วงเทศกาลสำคัญนั้นสามารถสร้างความสูญเสียจำนวนมากทางเศรษฐกิจ และอาจถือการจับจ่ายเพื่อซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นในช่วงเทศกาลสำคัญว่าเป็นการใช้ทรัพยากรทางวัตถุอย่างสิ้นเปลือง ตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์การสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์ในช่วงวันคริสต์มาส (the dead weight loss of Christmas) เสนอโดย Waldfogel (1993) ถูกระบุว่าเป็นปรากฏการณ์ที่มักเกิดขึ้นเมื่อมีการเลือกซื้อของขวัญ ซึ่งปรากฏการณ์การสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์ในที่นี้ หมายถึง การที่ผู้ให้ของขวัญมักจะเลือกซื้อของขวัญที่ผู้รับมักจะไม่ซื้อด้วยตนเอง หรือ การที่ผู้ให้ของขวัญยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อของขวัญในจำนวนเงินที่มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเงินที่ผู้รับจะซื้อของประเภทเดียวกันด้วยตนเอง ตัวอย่างเช่น ผู้ให้ของขวัญตัดสินใจซื้อแว่นตาเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้รับในราคาสามพันบาท ในขณะที่ผู้รับจะตัดสินใจซื้อแว่นตาให้ตนเองในราคาหนึ่งพันบาท เป็นต้น โดยปรากฏการณ์การสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์นั้นสามารถอธิบายผ่านแนวคิดทางจิตวิทยาสังคมได้ว่าปรากฏการณ์การสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์เกิดจากการที่ผู้ให้ของขวัญ (gift-giver) ไม่มีความสามารถเพียงพอในการทำนายหรือเลือกซื้อของขวัญเพื่อให้ผู้รับ (recipients) เกิดความพึงพอใจ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากธรรมชาติของผู้ให้ของขวัญที่ต้องการให้ผู้รับเกิดความพึงพอใจในการได้รับของขวัญที่ตนเลือกส่งผลให้เกิดการใช้กระบวนการทางความคิดอย่างง่ายในการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับทางเลือกอย่างง่าย (heuristic choice) ซึ่งการเลือกใช้ทางเลือกอย่างง่ายของผู้บริโภคนั้นส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์การสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์ ทั้งนี้กระบวนการสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์จากการให้ของขวัญหมายถึง กระบวนการที่ผู้ให้ของขวัญมีความเชื่อซึ่งเกิดจากการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างราคาของขวัญกับความพึงพอใจของผู้รับโดยผู้ให้ของขวัญมีความเชื่อว่าราคาของขวัญน่าจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความพึงพอใจของผู้รับ นั่นคือ ยิ่งของขวัญมีมูลค่าทางราคาสูงขึ้นแล้วนั้นความพึงพอใจของผู้รับของขวัญก็จะมากขึ้นตามไปด้วย

จากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาถึงสาเหตุของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในการซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ พบว่า การให้ของขวัญส่วนมากมักเกิดขึ้นเมื่อทั้งสองฝ่ายมีความสัมพันธ์กันมาก่อนหรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น ดังนั้นการให้ของขวัญจึงถือเป็นอีกหนึ่งโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้ของขวัญและผู้รับของขวัญให้กระชับยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากการเห็นความ

สำคัญของการแลกเปลี่ยนของขวัญส่งผลบุคคลเมื่อนึกถึงการเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นแล้วจึงมักจะเกิดความกังวลอันเนื่องมาจากความกลัวว่าผู้รับของขวัญจะรู้สึกผิดหวังกับของขวัญที่ได้รับมากกว่าจะกังวลว่าผู้รับของขวัญจะรู้สึกยินดีกับของขวัญที่ตนเลือกหรือไม่

จากการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อของขวัญพบหลักฐานสำคัญที่ส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจในการศึกษาการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางในการเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในเงื่อนไขการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น นั่นคือโดยทั่วไปแล้วเมื่อบุคคลอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นแล้วบุคคลมักจะมีคามพยายามในการคำนึงถึงมุมมองทางความคิดของผู้อื่น ทั้งนี้ข้อมูลหรือเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจแทนผู้อื่นนั้นล้วนมาจากผลของความคิดที่ผ่านกระบวนการการยึดตนเป็นศูนย์กลาง (egocentrism), การสะท้อนทางสังคม (social projection) และการให้สาเหตุที่คลาดเคลื่อน (multiple attribution errors) ซึ่งผลของความพยายามในการคิดแทนมุมมองของผู้อื่นนั้นมักลงเอยด้วยผลการตัดสินใจที่คลาดเคลื่อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการทดลองของ Flynn และ Adams (2009) ที่แสดงให้เห็นถึงผลการตัดสินใจที่ผิดพลาดของผู้ให้ของขวัญซึ่งมักเกิดจากความกังวลเกี่ยวกับความรู้สึกผิดหวังของผู้รับ ส่งผลให้เกิดความพยายามในการแสวงหาตัวเลือกที่เชื่อว่ามีเหมาะสมและมีความเสี่ยงต่อการสร้างความรู้สึกผิดหวังของผู้รับของขวัญน้อยที่สุดผ่านกระบวนการคิดแทนผู้อื่นหรือคิดแทนผู้รับของขวัญซึ่งกระบวนการคิดแทนผู้อื่นนั้นมักจบลงด้วยความคลาดเคลื่อน ตัวอย่างเช่น ปรากฏการณ์ที่ผู้ให้ของขวัญมักเกิดปัญหาการจ่ายเกินจริง (overspending) ซึ่งเป็นผลมาจากการเกิดความไม่สอดคล้องกันทางความเชื่อระหว่างความเชื่อของผู้ให้ของขวัญ (gift-givers) และความเชื่อของผู้รับของขวัญ (gift-recipients) เกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างราคาสินค้า (gift price) และความรู้สึกพึงพอใจ (feelings of appreciation) โดยผู้วิจัยพบว่าผู้ให้ของขวัญจะคาดหวังความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างราคาของขวัญที่ตนจ่ายไปกับความรู้สึกพึงพอใจของผู้รับ เนื่องจากผู้ให้อนุมานว่าของขวัญยังมีราคาแพงจะยิ่งแสดงถึงระดับความตั้งใจ (thoughtfulness) ในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการทดลองของ Flynn และ Adams พบว่าความคิดลักษณะนี้เป็นความคิดที่ตรงกันข้ามกับความคิดหรือความเชื่อของผู้รับของขวัญซึ่งจากผลการทดลองไม่พบการรายงานความเชื่อมโยงระหว่างราคากับความรู้สึกพึงพอใจในของขวัญ ทั้งนี้ Flynn และ Adams ได้อธิบายถึงสาเหตุที่ผลการทดลองพบว่าผู้ให้ของขวัญอนุมานเชื่อมโยงราคาของขวัญกับความรู้สึกพึงพอใจของผู้รับว่าอาจมาจากความเชื่อของของขวัญที่มีราคาแพงจะเป็นสิ่งที่สามารถแสดงสัญลักษณ์ของความตั้งใจ (thoughtfulness) และความใส่ใจ (consideration) นอกจากนี้หากพิจารณาในแง่ของ

จิตวิทยาสังคมเชื่อว่าความกลัวหรือกังวลว่าตนเองอาจสร้างความผิดหวังให้ผู้รับของขวัญนั้นส่วนหนึ่งเกิดมาจากความเชื่อว่าการให้ของขวัญไม่ใช่เพียงการแลกเปลี่ยนสิ่งของซึ่งกันและกันเท่านั้นแต่เป็นการแสดงถึงนัยทางพิธีการ (symbolic ritual) ของผู้ให้ของขวัญ โดยผู้ให้ของขวัญจะแสดงนัยทางพิธีการผ่านความพยายามในการส่งสัญญาณที่แสดงให้เห็นถึงเจตคติทางบวกจากผู้ให้ของขวัญที่มีต่อผู้รับของขวัญ รวมถึงเป็นการแสดงความปรารถนาในการสร้างหรือรักษาความสัมพันธ์ในอนาคตระหว่างกัน

ทั้งนี้จากผลการศึกษาของ Flynn และ Adams (2009) ชำ้่งต้นที่แสดงให้เห็นถึงความคาดเคลื่อนทางความคิดระหว่างผู้ให้และผู้รับของขวัญนั้นสอดคล้องกับผลวิจัยของ Gino และ Flynn (2011) พบว่าผู้รับของขวัญ (gift-recipients) รายงานความพึงพอใจมากกว่าเมื่อได้รับของขวัญที่มาจากการขออย่างเปิดเผย (explicitly request) หรือการบอกอย่างตรงไปตรงมาของตนเอง โดยเปรียบเทียบกับของขวัญที่ไม่ได้มาจากการขอด้วยตนเอง ซึ่งตรงข้ามกับความเชื่อของผู้ให้ของขวัญ (gift-giver) ที่อนุมานว่าของขวัญที่มาจากกรร้งขอ (solicited gifts) และของขวัญที่ไม่ได้มาจากการร้งขอ (unsolicited gifts) จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับเท่ากัน ทั้งนี้ Gino และ Flynn อธิบายปรากฏการณ์ความแตกต่างทางความเชื่อนี้ว่ามาจากการที่ผู้ให้ของขวัญมีความคาดหวังว่าของขวัญที่ไม่ได้มาจากการร้งขอโดยตรงจากผู้รับของขวัญจะกระตุ้นให้ผู้รับของขวัญพิจารณาเกี่ยวกับตัวผู้ให้ของขวัญว่ามีความตั้งใจ (thoughtful) และความเอาใจใส่ (considerate) ต่อผู้รับมากกว่ากรณีปกติทั่วไป

อย่างไรก็ตามแม้ว่านักวิจัยบางกลุ่มจะพิจารณาพฤติกรรมกรร้งของขวัญว่าเป็นพฤติกรรมที่ขัดแย้งกับเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ (encounter economic) เนื่องมาจากการที่ผู้ให้ของขวัญมักเลือกซื้อของขวัญที่ขัดแย้งกับเหตุและผลทางเศรษฐศาสตร์ ตัวอย่างเช่น การเลือกซื้อสินค้าที่ราคาแพงเกินกว่าที่ผู้รับจะซื้อด้วยตนเอง หรือ การประเมินว่าสินค้าที่ตนเลือกให้ นั้นจะนำมาซึ่งความพึงพอใจมากกว่าในผู้รับของขวัญ ซึ่งถือเป็นแนวคิดที่ตรงกันข้ามกลยุทธิในการซื้อของขวัญซึ่งมีเป้าหมายสำคัญ คือ การสร้างความพึงพอใจด้วยการซื้อของขวัญที่ตรงตามความต้องการของผู้รับ แต่จากความพยายามในการคิดแทนผู้อื่นของผู้ให้ของขวัญส่งผลให้ผู้ให้ของขวัญหลายคนเลือกที่จะไม่ซื้อของขวัญที่ผู้รับร้งขออย่างเปิดเผยแต่กลับพยายามเลือกซื้อสินค้าอย่างอื่นแทนโดยผ่านการประเมินที่เชื่อว่าเป็นการคิดแทนผู้รับแต่กลับให้ผลที่บิดเบือนไปเนื่องมาจากความคิดของตนเอง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต่างเกิดขึ้นมาจากความคาดหวังของผู้ให้ของขวัญที่ยอมลงทุนทรัพยากร (invest resource) เพื่อให้ได้มาซึ่งความสัมพันธ์อันดีในอนาคตระหว่างผู้ให้และผู้รับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่น นั่นคือ โดยปกติแล้วบุคคล

มักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีลักษณะสอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน (Identity-Consistent Product) แต่ในสถานการณ์การเลือกของขวัญให้กับผู้อื่นนั้น บุคคลมักจะยอมเลือกสินค้าที่แตกต่างไปจากลักษณะบุคลิกภาพของตน (identity contrary gift choices) (Ward & Broniarczyk, 2011) โดยผู้ให้ของขวัญมักจะมีความพยายามในคิดแทนผู้รับของขวัญซึ่งกระบวนการคิดแทนนั้นมักจะทำให้ผลที่คาดเคลื่อนอันเนื่องมาจากการรบกวนของกระบวนการยึดตนเป็นศูนย์กลาง (egocentrism), การสะท้อนทางสังคม (social projection) และการให้สาเหตุที่คลาดเคลื่อน (multiple attribution errors) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการสะท้อนทางสังคม

จากหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการให้ของขวัญข้างต้นนี้ จึงเป็นที่มาของสมมติฐานงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยมีแนวคิดพื้นฐานว่า บุคคลจะมีแนวโน้มในการยอมรับความเชื่อเรื่องโชคลางมากขึ้นเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่กำกวมและรับรู้ถึงความสำคัญของผลที่จะเกิดหลังจากการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมเช่นเดียวกันกับเงื่อนไขการให้ชื่อของขวัญกับผู้อื่น นั่นคือ ในสถานการณ์ที่บุคคลต้องเลือกสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่นแล้ว บุคคลจะมีแนวโน้มในการเลือกสินค้าเกี่ยวกับโชคลางมากยิ่งขึ้น โดยพิจารณาว่าความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นทางเลือกที่ช่วยลดความเสี่ยงในการตัดสินใจผิดพลาดและเป็นทางเลือกที่สังคมให้การยอมรับ โดยสิ่งที่การศึกษานี้ให้ความสนใจความแตกต่างระหว่างการให้ของขวัญตนเองและของขวัญผู้อื่น การวิจัยนี้ต้องการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้ให้ของขวัญ (gift-giver) ถึงเหตุผลที่ใช้ในการพิจารณาคุณลักษณะของสินค้าที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของขวัญและจากการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ประกอบกับลักษณะของผู้ให้ของขวัญที่มักจะมี ความพยายามในคิดแทนผู้รับของขวัญผ่านกระบวนการยึดตนเป็นศูนย์กลาง, การสะท้อนทางสังคม และการให้สาเหตุที่คลาดเคลื่อน ดังนั้นเพื่อป้องกันความผิดพลาด และ การไปสู่ทางเลือกที่ดีที่สุด (best choice) อาจส่งผลถึงต่อผู้ให้ของขวัญมีแนวโน้มเข้าสู่การใช้ทางเลือกอย่างง่าย (heuristic) ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าการยึดความเชื่อเรื่องโชคลาง (superstitious belief) เป็นหนึ่งในทางเลือกอย่างง่ายหรือทางเลือกพื้นฐานเพื่อป้องกันความผิดพลาดนั้น ซึ่งจากการรวบรวมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสามารถสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การให้ของขวัญและความนับถือโชคลาง มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

5. การอ้างอิงแหล่งควบคุม

บุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุม (locus of control) หรือ ความเชื่อในอำนาจควบคุม เป็นมโนทัศน์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการระบุสาเหตุ (attribution) ซึ่งนำเสนอโดย Julian Rotter ทั้งนี้ Rotter (1966) อธิบายว่าการแบ่งบุคลิกภาพตามการอ้างอิงแหล่งควบคุมนั้นสามารถแบ่งออกเป็น บุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control) และบุคลิกภาพอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอก (external locus of control)

การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอก สามารถจำแนกความแตกต่างโดยพิจารณาจากระดับที่บุคคลคาดหวังต่อผลลัพธ์ว่าขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของตนเองหรือ ลักษณะส่วนบุคคลของตนเองกับระดับความคาดหวังว่าผลลัพธ์นั้นขึ้นอยู่กับการทำงานของโอกาส (chance), ความโชคดี (luck) หรือโชคชะตา (fate), การถูกควบคุมโดยผู้ที่มีอำนาจหรือสิ่งที่มีอำนาจเหนือกว่า หรือการถูกกำหนดโดยสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นต้น (Lefcourt, 1981) ดังนั้นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจมโนทัศน์รูปแบบการอ้างอิงแหล่งควบคุมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากความเชื่อในแหล่งควบคุมถูกจัดให้เป็นสมมติฐานขั้นพื้นฐาน (fundamental assumption) ของการเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) ตัวอย่างเช่น การศึกษาความเชื่อในแหล่งควบคุมควบคู่ไปกับการศึกษามโนทัศน์เจตนาในการแสดงพฤติกรรม (behavior intention models) หรือการกระตุ้นการเกิดพฤติกรรม เป็นต้น

ทั้งนี้จากการศึกษาเรื่องลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมของ Rotter (1966) ซึ่งเป็นงานที่ส่งอิทธิพลอย่างมากต่อการศึกษานักจิตวิทยาพฤติกรรมผู้บริโภค โดย ตัวแปรบุคลิกภาพรวมถึงตัวแปรบุคลิกภาพเกี่ยวกับความเชื่อในแหล่งควบคุมนั้นเป็นตัวแปรที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (consumer decision making process) ซึ่งสอดคล้องกับ Toybacyk (1988) ที่ระบุให้ความเชื่อในแหล่งควบคุมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อการทำงานของกิจกรรมทางปัญญา (cognitive activity) ทั้งนี้จากการพิจารณามโนทัศน์ของลักษณะความเชื่อในแหล่งควบคุมร่วมกับความเชื่อเรื่องโชคกลางพบว่ามีผลสอดคล้องกัน โดยพิจารณาจากปัจจัยที่กระตุ้นให้บุคคลยอมรับความเชื่อเรื่องโชคกลางมาปฏิบัติโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม นั่นคือ เมื่อบุคคลรับรู้ว่าคุณสมบัติความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ ตัวอย่างเช่น การแข่งขันกีฬา เป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมผลการแข่งขันได้ส่งผลให้บุคคลมีแนวโน้มเข้าสู่การยึดความเชื่อเรื่องโชคกลางมากขึ้น เป็นต้น

จากหลักฐานการวิจัยข้างต้นเกี่ยวกับทฤษฎีการอ้างอิงแหล่งควบคุมซึ่งพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในเรื่องโซคกลางโดยงานวิจัยส่วนใหญ่ให้ผลสอดคล้องไปในทางเดียวกันว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอกจะมีแนวโน้มในการยึดความเชื่อเรื่องโซคกลางมากกว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Dag (1999) พบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอกกับความเชื่อเรื่องโซคกลาง, การศึกษาของ Peng, Hsiung, และ Chen (2012) ซึ่งทำการศึกษบุคลิกภาพที่สัมพันธ์กับความเชื่อฮวงจุ้ย พบว่าผู้ที่มีลักษณะอ้างอิงแหล่งข้อมูลภายนอกจะมีแนวโน้มในการยึดความเชื่อเรื่องโซคกลางมากกว่าผู้ที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน เป็นต้น นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอกกับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้า พบว่า บุคคลที่มีลักษณะการอ้างอิงบุคลิกภายนอกจะมีความสามารถในการต้านทานสิ่งเร้าทางการตลาดต่ำกว่า ตัวอย่างเช่น การถูกชักจูงโดยข้อความจูงใจในโฆษณาสินค้า, การพบตัวเล็อกหลากหลายหรือการจำเป็นต้องพิจารณาซื้อสินค้าจากผลิตภัณฑ์จำนวนมากซึ่งส่งผลให้ผู้ที่มีบุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอกสามารถถูกระตุ้นโดยสิ่งเร้าเหล่านั้นได้ง่าย

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลข้างต้นอาจสรุปได้ว่าบุคคลที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในสูงจะเป็นผู้ที่มีแนวโน้มในการยึดถือความเชื่อเรื่องโซคกลางเพื่อใช้ในการตัดสินใจต่ำกว่าผู้ที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในต่ำ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในบริบทของการตัดสินใจซื้อสินค้าพบว่าผู้ที่มีการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในสูง จะถูกระทบด้วยอิทธิพลทางการตลาดน้อยกว่าผู้ที่มีการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในต่ำ จากข้อมูลความเกี่ยวข้องระหว่างความนับถือโซคกลาง บุคลิกภาพการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ สามารถพัฒนาเป็นสมมติฐานงานวิจัย ข้อที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 การให้ของขวัญและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโซคกลาง

6.รูปแบบการประมวลข้อมูล

Witteman และคณะ (2009) ระบุว่า ไม่ว่ากระบวนการประมวลข้อมูลและกระบวนการตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับภาวะจิตสำนึกหรือภาวะไร้จิตสำนึกก็ตาม เมื่อบุคคลต้องทำการตัดสินใจแล้ว

การจะเข้าสู่ภาวะจิตสำนึกหรือไร้จิตสำนึกนั้น ขึ้นอยู่กับว่าระดับการประมวลผลระดับใดที่จะได้รับการกระตุ้นระหว่างระบบการประมวลข้อมูลผ่านรูปแบบการคิดตามเหตุผลหรือกระบวนการคิดวิเคราะห์ (rational or analytical processing system) กับการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์หรือการประมวลข้อมูลตามกระบวนการระดับ (experiential or intuitive processing system)

การศึกษากระบวนการประมวลข้อมูลโดยทั่วไป อาจแบ่งรูปแบบการประมวลข้อมูลออกเป็น 2 กระบวนการตามทฤษฎีการประมวลข้อมูลแบบคู่ขนาน (dual-processing model) ซึ่งมักพิจารณาแนวทางการประมวลข้อมูลของบุคคลว่าประกอบด้วยสองแนวทางที่แตกต่างกันแต่มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเมื่อต้องทำการประมวลข้อมูล (Chaiken & Trope, 1999) ทั้งนี้จากการศึกษาของ Epstein (1996) ได้พยายามแบ่งรูปแบบการคิดตามทฤษฎี การประมวลข้อมูลแบบคู่ขนาน โดยมีกระบวนการคิดตามเหตุผล (rational system) เป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่าง ซึ่งความต้องการแบ่งรูปแบบการประมวลข้อมูล Epstein ได้เสนอทฤษฎีการประมวลข้อมูลภายในตน (cognitive-experiential self-theory หรือ CEST) ซึ่งประกอบด้วยมโนทัศน์เกี่ยวกับกระบวนการคิด 2 รูปแบบ ได้แก่ กระบวนการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational or analytical processing system) และ กระบวนการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential or intuitive processing system) โดย Epstein อธิบายความแตกต่างระหว่างกระบวนการคิดสองรูปแบบนี้ว่าการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system) เป็นกระบวนการคิดที่มีลักษณะช้าหรือต้องอาศัยระยะเวลาในการประเมินนานกว่า และเป็นกระบวนการคิดที่ผ่านการคิดอย่างตั้งใจ (intentional) โดยพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการประมวลข้อมูลผ่านการประมวลข้อมูลตามเหตุผลจะถูกส่งผ่านโดยการประเมินในระดับจิตสำนึก ในทางตรงกันข้ามกับการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system) ซึ่งเป็นกระบวนการคิดที่ต้องใช้ความเร็วและเป็นกระบวนการอัตโนมัติ ซึ่งการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มักจะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่บุคคลมีเวลาในการประมวลข้อมูลจำกัดและการประมวลส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในระดับจิตไร้สำนึกหรือเป็นการตัดสินใจอย่างอัตโนมัติ โดยสามารถสรุปความแตกต่างในการทำงานของระบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและระบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ได้ดังตารางที่ 1 แผนผังแสดงการเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลกับรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์

ตารางที่ 1 แผนผังแสดงการเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลกับรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์

การประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential system)	การประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational system)
- คิดแบบองค์รวมมากกว่า (more holistic)	- คิดแบบวิเคราะห์มากกว่า (more analytic)
- เป็นนักเชื่อมโยงมากกว่า	- วิเคราะห์ตามสาเหตุและผลกระทบ
- มุ่งผลมากกว่า	- มุ่งกระบวนการมากกว่า
- พฤติกรรมถูกควบคุมโดยความรู้สึกจากประสบการณ์ในอดีต	- พฤติกรรมถูกควบคุมโดยผลการประเมินเหตุการณ์ในระดับจิตสำนึก
- มุ่งการประมวลผลอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองการกระทำอย่างทันทีทันใด	- มุ่งการประมวลผลที่ช้ากว่าเพื่อตอบสนองการกระทำที่ให้ระยะเวลา
- ค่อนข้างคงทน หรืออาจเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไป	- มีการเปลี่ยนแปลงเร็ว สารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเร็วของกระบวนการคิด
- มองภาพรวม ไม่ค่อยสังเกตเห็นความแตกต่างของรายละเอียด	- มองภาพย่อย สังเกตเห็นรายละเอียด คิดวิเคราะห์
- มีความคิดเชื่อมโยงแต่ไม่เป็นระบบ	- มีความคิดสังเคราะห์มากกว่า
- ถูกกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมได้ง่าย	- เข้าหาสิ่งแวดล้อมอย่างมีการตระหนักและสามารถควบคุมความคิดได้
- ใช้ความคิดตนเองเป็นหลักฐานในกระบวนการตัดสินใจ (self-evidently valid)	- ต้องการข้อมูลและหลักฐาน ประมวลข้อมูลอย่างมีตรรกะ (requires justification via logic and evidence)

ที่มา : Epstein, S. (1991). Some basic issues regarding the perspective of cognitive-experiential self-theory. Dual-process theories in social psychology. (NY: The Guilford Press, 1999), p. 463.

ทั้งนี้ Epstein (1996) อธิบายว่ากระบวนการประเมินข้อมูลในแต่ละบุคคลประกอบด้วยรูป การประมวลข้อมูลทั้งสองแบบ นั่นคือ บุคคลมีโอกาสนในการประมวลข้อมูลทั้งสองกระบวนการคิด อย่างเป็นเหตุเป็นผลและกระบวนการคิดจากประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้บุคคลเข้าสู่ ระบบการประมวลข้อมูลที่แตกต่างกัน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (individual factor) ตัวอย่างเช่น ปัจจัยทางบุคลิกภาพ, ปัจจัยทางเจตคติ เป็นต้น และปัจจัยสถานการณ์ (situational factor) ตัวอย่างเช่น การปรากฏทางเลือกที่หลากหลายมากจนเกินไป (free choice), การถูกอิทธิพลจาก แหล่งกระตุ้น (cues) ครอบงำ เป็นต้น อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล แม้ว่าบุคคลจะมีลักษณะการประมวลข้อมูลอย่างเป็นเหตุเป็นผลในสถานการณ์ปกติหรือปฏิเสธ ความเชื่อเรื่องโชคกลางและแสดงเจตคติว่าตนไม่ยึดถือความเชื่อเรื่องโชคกลางแต่อย่างไรก็ตาม บุคคลได้รับการกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมซึ่งมีแหล่งชี้แนะเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคกลางแล้ว บุคคลจะเกิดแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคกลางโดยเป็นผลมาจากการที่จัด ไร้สำนึกถูกกระตุ้นด้วยปัจจัยแวดล้อมซึ่งสิ่งชี้แนะ (cues) เกี่ยวกับโชคกลางจะกระตุ้นการทำงานของ กระบวนการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing mode) ดังนั้นเมื่อ พิจารณาทฤษฎีการประมวลข้อมูลภายในตน (cognitive-experiential self-theory หรือ CEST) ผวนกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (consumer decision making -process) นั่นคือ หาก ผู้บริโภคประเมินผลิตภัณฑ์, ตัวเลือกซื้อสินค้าหรือให้เหตุผลการตัดสินใจซื้อของตนเองผ่าน กระบวนการประเมินในเบื้องต้น (operating primarily) ด้วยรูปแบบการประมวลข้อมูลตาม ประสบการณ์จะส่งผลให้เกิดการพิจารณาข้อมูลอย่างมีอคติหรือถูกอิทธิพลจากความเชื่อเรื่องโชค กลางและความเชื่อที่แปลกประหลาดต่างๆเข้ามาอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่าผู้ที่มีพื้นฐาน ลักษณะการประมวลข้อมูลแบบเป็นเหตุเป็นผล

จากการเกิดขึ้นของทฤษฎีการประมวลข้อมูลภายในตน ส่งผลให้ Epstein และ Pacini (1999) ได้พัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (rational – experiential processing inventory) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาลักษณะรูปแบบการประมวลข้อมูลของบุคคลโดย พัฒนาตามข้อตกลงพื้นฐานของการประมวลผลตามทฤษฎีคู่ขนาน (dual processing model) เชื่อว่าเราการประมวลข้อมูลของคนเราทำงานแยกกันออกเป็นสองมิติ ซึ่งในมาตรวัดรูปแบบการ ประมวลข้อมูลนั้น ประกอบด้วยรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system) และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system)

กระบวนการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใดและ บุคคลมักไม่รู้ตัว ทั้งนี้จากการศึกษาบุคลิกภาพการประมวลผลข้อมูลตามประสบการณ์ โดย

Aarnio และ Lindeman (2005) พบว่า ผู้ที่มีลักษณะการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์มักมีแนวโน้มในการยึดความเชื่อที่ไม่เป็นความจริง (unrealistic beliefs) มากกว่าบุคคลที่มีลักษณะการประมวลข้อมูลแบบอื่นๆ นอกจากนี้งานวิจัยของ Lindeman และ Aarnio (2007) ยังพบความสอดคล้องเกี่ยวกับแนวทางการยึดความเชื่อของบุคคลซึ่งมีลักษณะการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ โดยผลการศึกษาพบว่ากระบวนการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยึดความเชื่อโชคลาง (superstition), แม่มด (witchcraft), การหยั่งรู้ (precognition) และความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติรูปแบบต่างๆ

จากผลการศึกษาของ Aarnio และ Linderman (2005; 2007) พบว่าให้ผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ Smith (2011) ซึ่งทำการศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ต่อความเชื่อเรื่องแปลกประหลาดต่างๆ (peculiar beliefs) โดย Smith ระบุว่า บุคคลที่มีลักษณะการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์มีแนวโน้มในการมีความเชื่อเรื่องเวทมนตร์สูง โดยผลการทดลอง พบว่า ผู้ที่มีลักษณะการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์จะตัดสินใจทิ้งกระดาษที่มีรูปภาพเด็กลงในถังขยะยากกว่าการทิ้งกระดาษที่มีรูปภาพวงกลมลงในถังขยะ หรืออาจสรุปได้ว่าผู้ร่วมการทดลองที่มีลักษณะการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์จะถูกอิทธิพลของกฎความคล้าย (law of similarity) และกฎการถ่ายทอดคุณสมบัติผ่านการสัมผัส (law of contagion) เข้ามาครอบงำการตัดสินใจได้มากกว่า ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการศึกษาของ King และคณะ ตามการระบุสาเหตุของความเชื่อเรื่องโชคลางแล้วพบว่าทั้งกฎความคล้ายคลึง (law of similarity) และกฎการถ่ายทอดคุณสมบัติผ่านการสัมผัส (law of contagion) ล้วนมีความสอดคล้องกับแนวทางการเกิดขึ้นของความเชื่อเรื่องโชคลาง ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าความเชื่อเรื่องโชคลางและลักษณะบุคลิกภาพการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์เป็นมโนทัศน์ที่มีความเชื่อมโยงกัน

ทั้งนี้จากความต้องการของผู้วิจัยในการหาหลักฐานและข้อมูลในการสนับสนุนสมมติฐานว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์จะมีแนวโน้มในการตัดสินใจผ่านการใช้เหตุผลทางความเชื่อเรื่องโชคลาง ในขณะที่บุคคลที่มีบุคลิกภาพการประมวลข้อมูลผ่านความเป็นเหตุเป็นผลจะมีแนวโน้มในการตัดสินใจผ่านการยึดความเชื่อเรื่องโชคลางในสถานการณ์ที่ตนมีข้อมูลการตัดสินใจน้อยและเกิดความรู้สึกกำกวมซึ่งในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถานการณ์การเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญมาเป็นตัวแปรที่แสดงถึงการรับรู้สถานการณ์ที่มีความกำกวม

นอกจากนี้จากหลักฐานทางข้อมูลและงานวิจัยข้างต้นเกี่ยวกับทฤษฎี (cognitive-experiential self-theory หรือ CEST) พบว่า มีความสอดคล้องกับสมมติฐานของผู้วิจัยที่มีความตั้งใจในการศึกษาความสัมพันธ์ทางอิทธิพลระหว่างรูปแบบการประมวลข้อมูลของบุคคลต่อความ

นับถือโชคลางและการตัดสินใจเลือกสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น โดยผู้วิจัยมีพื้นฐานความเชื่อว่าคุณคณที่มีลักษณะการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์จะมีแนวโน้มในการยอมรับความเชื่อเรื่องโชคลางได้ง่ายกว่าผู้ที่มีการประมวลข้อมูลตามเหตุผล ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 และ ข้อที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามเหตุผล มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

สมมติฐานที่ 4 การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. ศึกษาบุคลิกภาพ ได้แก่ ความนับถือโชคลาง (relying on superstition) การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control) รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system) และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system) ที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับเป้าหมายการให้ของขวัญ ในการส่งอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญ
2. ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้เป้าหมายของการให้ของขวัญ (gift-giving targets) ซึ่งในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 เงื่อนไข ได้แก่ การให้ของขวัญตนเอง และการให้ของขวัญผู้อื่นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลางอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อบุคคลรับรู้ว่าเป็นการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น
3. ศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง
4. ศึกษาการใช้ความเชื่อโชคลางในการทำหน้าที่เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจเพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดจากผลการตัดสินใจ และการใช้ความเชื่อโชคลางอย่างเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง (half-beliefs)

5. ศึกษาการให้มูลค่าความเชื่อโชคลาง (value of superstition) กล่าวคือเป็นการศึกษาว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นสามารถเพิ่มมูลค่าขึ้นมาได้หรือไม่ หากมีการผนวกเอาความเชื่อหรือคุณสมบัติเรื่องโชคลางเข้ามาเกี่ยวข้อง

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการศึกษาเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีอายุระหว่าง 18 – 23 ปี แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 55 คน เพศหญิง 130 จำนวน คน (รวม 185 คน) ประกอบด้วยนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาสุขภาพจิต ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2557 และนิสิตที่อยู่ในบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยซึ่งมาจากการสุ่มโดยบังเอิญ

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

เป้าหมายผู้รับของขวัญ

ประกอบด้วย 2 เงื่อนไข ได้แก่ การให้ของขวัญตนเอง และการให้ของขวัญผู้อื่น

ตัวแปรกำกับ

ความนับถือโชคลาง (relying on superstition)

การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control)

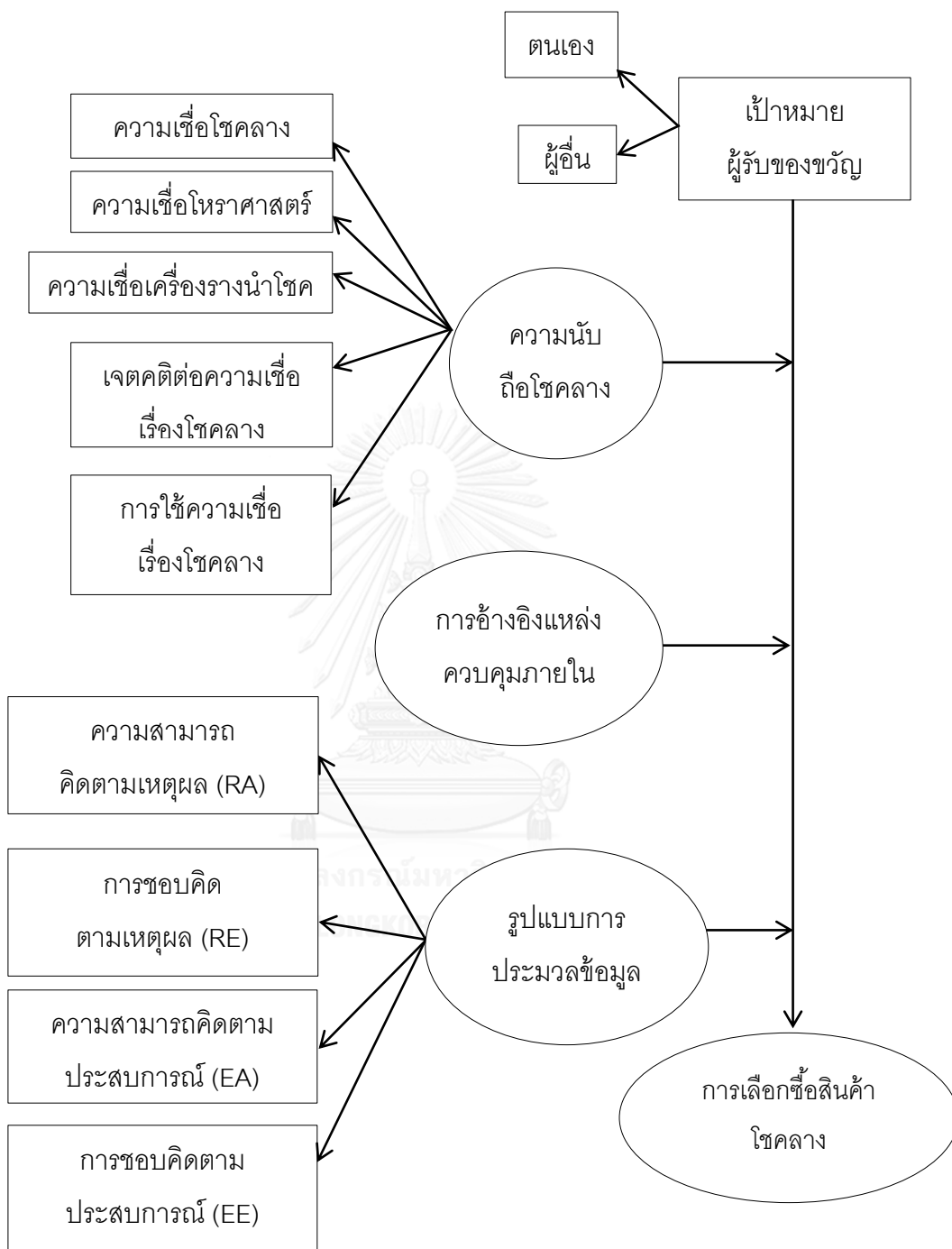
รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system)

รูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system)

ตัวแปรตาม

การเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



เป้าหมายผู้รับของขวัญ	(gift-giving targets)
ความนับถือโชคลาง	(relying on superstition)
ความเชื่อโชคลาง	(superstition)
ความเชื่อโหราศาสตร์	(astrology)
ความเชื่อเครื่องรางนำโชค	(belief in lucky charms)
เจตคติต่อความเชื่อเรื่องโชคลาง	(attitude toward superstitions)
การใช้ความเชื่อเรื่องโชคลาง	(use of superstitions)
การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน	(internal locus of control)
รูปแบบการประมวลข้อมูล	(rational-experiential processing system)
การประมวลข้อมูลตามเหตุผล	(rational processing system)
ความสามารถคิดตามเหตุผล	(rational processing ability: RA)
การชอบคิดตามเหตุผล	(rational processing engagement: RE)
การประมวลข้อมูลตามประสบการณ์	(experiential processing system)
ความสามารถคิดตามประสบการณ์	(experiential processing ability: EA)
การชอบคิดตามประสบการณ์	(experiential processing engagement: EE)

จากภาพแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย สามารถนำมาสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 การให้ของขวัญและความนับถือโชคลาง มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง
- สมมติฐานที่ 2 การให้ของขวัญและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง
- สมมติฐานที่ 3 การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามเหตุผล มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง
- สมมติฐานที่ 4 การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย และนิยามเชิงปฏิบัติการ

ความเชื่อโชคลาง (superstitious beliefs) หมายถึง ความเชื่อที่ไม่เป็นไปตามกฎธรรมชาติที่สามารถเข้าใจได้โดยทั่วไป หรือ เป็นความเชื่อที่ไม่เป็นไปตามความเป็นเหตุเป็นผลทั่วไปในสังคม สวนทางการคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล ขาดความเป็นเหตุเป็นผล รวมถึงการมีความเชื่อที่ว่าวัตถุ การกระทำ หรือ โอกาส ที่ไม่มีความสัมพันธ์กันทางตรรกะ จะสามารถเชื่อมโยงกันเพื่อก่อให้เกิดเหตุการณ์ที่ตนคาดหวังได้ หรือความเชื่อว่าการแสดงพฤติกรรมหนึ่งๆที่ไม่เกี่ยวข้องจะสามารถนำมาซึ่งผลที่ตนคาดหวังได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมการแสดงพฤติกรรมความเชื่อโชคลางในรูปแบบต่างๆมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดใหม่ โดยใช้ชื่อตัวแปรว่า ความนับถือโชคลาง

ความนับถือโชคลาง (relying on superstition) หมายถึง การแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อโชคลางรูปแบบต่างๆ ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายรวมถึงการปฏิบัติตามความเชื่อโชคลางทั่วไปและการแสดงออกแบบเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง โดยความนับถือโชคลางนี้สามารถวัดได้จากมาตรวัดความนับถือโชคลาง ซึ่งมีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ แบ่งออกเป็นที่แสดงถึงพฤติกรรมความเชื่อโชคลางทั่วไป 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเชื่อโชคลาง (SUP), ความเชื่อโหราศาสตร์ (AST), ความเชื่อเครื่องรางนำโชค (LCK) และองค์ประกอบที่สอดคล้องกับความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง 2 องค์ประกอบ ได้แก่ เจตคติต่อความเชื่อโชคลาง (ATT) และการใช้ความเชื่อโชคลาง (USE) โดยมาตรวัดความนับถือโชคลางที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยข้อกระทงทั้งหมด 22 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ตที่มีช่วงตอบ 5 ช่วง ตั้งแต่ช่วงที่ 1 ถึง 5 โดย 1 หมายถึง ไม่ตรงเลย และ 5 หมายถึง ตรงมาก

การให้ของขวัญ (gift-giving) หมายถึง การลงทุนทางทรัพยากรเพื่อให้ได้มาซึ่งความสัมพันธ์อันดีหรือเพื่อสร้างความรู้สึกลึกซึ้งทางบวก เป็นพฤติกรรมที่มีความเป็นสากลและเป็นสัญลักษณ์ของการแลกเปลี่ยนทางสังคม ซึ่งงานวิจัยนี้แบ่งการให้ของขวัญออกเป็น 2 เงื่อนไข ตามเป้าหมายผู้รับของขวัญ ประกอบด้วย เงื่อนไขที่ 1 คือ การเลือกของขวัญให้ และเงื่อนไขที่ 2 หมายถึง การเลือกของขวัญให้ผู้อื่น ซึ่งผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบสอบถามเพื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างเข้าสู่เงื่อนไข โดยผู้เข้าร่วมการวิจัย 1 คน จะถูกสุ่มเข้าสู่เงื่อนไขเดียวเท่านั้น ระหว่างเงื่อนไขที่ 1 การเลือกของขวัญให้ตนเอง และเงื่อนไขที่ 2 การเลือกของขวัญให้ผู้อื่น

การเลือกซื้อสินค้าโชคลาง ในงานวิจัยนี้ หมายถึง การที่ผู้เข้าร่วมการวิจัยตัดสินใจเลือก ภาพโฆษณาสินค้าที่มีลักษณะของความเชื่อโชคลาง โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับภาพโฆษณา จำนวน 6 ภาพ แบ่งออกเป็น 2 เงื่อนไข ได้แก่ ภาพโฆษณาสินค้าเงื่อนไขควบคุม ประกอบด้วย ภาพเสื้อเชิ้ต 1, ภาพช็อกโกแลต 1 และ ภาพปากกา 1 ในขณะที่ภาพโฆษณาสินค้าเงื่อนไขโชคลาง ประกอบด้วย ภาพเสื้อเชิ้ต 2, ภาพช็อกโกแลต 2 และ ภาพปากกา 2 ทั้งนี้ในกลุ่มตัวอย่าง 1 คน จะมีสิทธิ์เลือกภาพโฆษณาได้ 3 ภาพ โดยทั้ง 3 ภาพต้องเป็นสินค้าคนละประเภทกัน นั่นคือ หากเป็นภาพโฆษณาสินค้าประเภทเสื้อเชิ้ต กลุ่มตัวอย่างต้องเลือกระหว่าง ภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 1 หรือ ภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 2, ภาพโฆษณาสินค้าประเภทช็อกโกแลต กลุ่มตัวอย่างต้องเลือก ระหว่าง ภาพโฆษณาช็อกโกแลต 1 หรือ ภาพโฆษณาช็อกโกแลต 2 และ ภาพโฆษณาสินค้า ประเภทปากกา กลุ่มตัวอย่างต้องเลือกระหว่าง ภาพโฆษณาปากกา 1 หรือ ภาพโฆษณาปากกา 2 ดังนั้นจากหลักเกณฑ์ข้างต้น คะแนนรวมที่ได้จากการเลือกสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญนั้น สามารถมีคะแนนตั้งแต่ 0 ถึง 3 คะแนน โดย 0 หมายถึง การไม่เลือกภาพโฆษณาสินค้าโชคลาง เลย, 1 หมายถึง การเลือกภาพโฆษณาสินค้าโชคลาง 1 ภาพ, 2 หมายถึง การเลือกภาพโฆษณา สินค้าโชคลาง 2 ภาพ และ 3 หมายถึง การเลือกภาพโฆษณาสินค้าโชคลาง 3 ภาพ

การอ้างอิงแหล่งควบคุม (locus of control) หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลใช้อธิบายหรือ อ้างอิงถึงผลที่เกิดจากการกระทำหรือการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ต่างๆ ประกอบด้วยการอธิบาย ว่าเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากตนเอง เรียกว่า การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control) ในขณะที่การอธิบายว่าผลของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการได้รับ อิทธิพลจากคนอื่นหรืออิทธิพลอื่นๆจากสภาพแวดล้อมรอบตัว เรียกว่า การอ้างอิงแหล่งควบคุม ภายนอก (external locus of control) ซึ่งในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่ง ควบคุมตามแบบของ Rotter (1966) ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 21 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตร ประเมิน 2 ระดับ โดยให้ผู้ร่วมการวิจัยเลือก 1 ข้อความจาก 2 ข้อความที่ตรงกับผู้เข้าร่วมการวิจัย มากที่สุด โดยผู้ที่มีคะแนนสูงในมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมฉบับนี้ หมายถึง ผู้ที่มีลักษณะ การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน

รูปแบบการประมวลข้อมูล (rational-experiential processing system) หมายถึง ลักษณะที่บุคคลจะใช้ในการประมวลข้อมูลเมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่างๆ ได้แก่ แนวโน้มที่บุคคลจะ ประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system) หมายถึง การที่บุคคลใช้กระบวนการ

คิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลในการวิเคราะห์ข้อมูล และต้องอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เพียงพอก่อนการตัดสินใจ โดยรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลประกอบด้วย 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational ability: RA) และความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational engagement: RE) ในขณะที่บุคลิกภาพการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system) หมายถึง การที่บุคคลใช้อารมณ์ ความเคยชิน ประสบการณ์ในอดีต หรือความเชื่อในสัญชาตญาณของตน มาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ โดยรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ประกอบด้วย ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential ability: EA) และความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential engagement: EE) ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้พัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล จำนวน 24 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RA), ความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RE), ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EA) และความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EE) โดยมีลักษณะเป็นมาตรฐานค่าแบบลิเคิร์ตที่มีช่วงตอบ 5 ช่วง ตั้งแต่ช่วงที่ 1 ถึง 5 โดย 1 หมายถึง ไม่ตรงเลย และ 5 หมายถึง ตรงมาก

ประโยชน์ที่ได้รับ

- แสดงอิทธิพลของความนับถือโชคลางที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจในชีวิตประจำวันซึ่งในการวิจัยนี้ ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญ
- แสดงถึงการใช้ความเชื่อโชคลางในการทำหน้าที่เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจเพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดจากผลการตัดสินใจ หรือการใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางตามแนวทางการยึดความเชื่อแบบเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง (half-beliefs) ซึ่งเป็นแนวทางการยึดความเชื่อของคนส่วนใหญ่ปัจจุบัน สามารถเป็นแนวทางในการแสดงให้เห็นถึงการให้มูลค่ากับความเชื่อเรื่องโชคลาง (value of superstition) หรือเป็นการแสดงการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วยความเชื่อเรื่องโชคลาง
- เพื่อพิสูจน์ว่าการนับถือโชคลางและการแสดงออกทางพฤติกรรมเกี่ยวกับโชคลางนั้น ไม่ใช่เรื่องของคนที่มีความคิดไร้เหตุผลเสมอไป แต่ในทางกลับกัน การแสดงความนับถือหรือการพึ่งพาโชคลางกลับเป็นทางเลือกที่สามารถเกิดขึ้นได้กับคนปกติทั่วไป แม้กระทั่งคนที่

ชอบใช้ความคิดพิจารณาตามเหตุผลยังสามารถแสดงพฤติกรรมตามความนับถือไซโคลง
ได้เช่นเดียวกัน โดยงานวิจัยนี้ต้องการพิสูจน์ว่านอกจากปัจจัยทางบุคลิกภาพที่จะส่งเสริม
ให้บุคคลเลือกตัดสินใจด้วยความเชื่อเรื่องไซโคลงแล้ว ปัจจัยสถานการณ์ยังเป็นอีกปัจจัย
สำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้บุคคลตัดสินใจด้วยความเชื่อเรื่องไซโคลง

- งานวิจัยนี้ต้องการริเริ่มและเป็นแนวทางการให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาพฤติกรรมเชิงจิตวิทยา
ที่เกี่ยวข้องกับความนับถือไซโคลง และการแลกเปลี่ยนของขวัญ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลเริ่มต้น
ให้กับผู้ที่มีความสนใจในงานวิจัยชิ้นนี้ไปพัฒนาต่อไป



บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เรื่อง อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ” จัดเป็นการวิจัยเชิงทดลอง ซึ่งมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกของขวัญกับบุคลิกภาพการนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ที่มีปฏิสัมพันธ์กันในการร่วมอธิบายการตัดสินใจเลือกสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญ โดยการวิจัยนี้ได้แบ่งเงื่อนไขการทดสอบออกเป็น 2 เงื่อนไขตามเป้าหมายการให้ของขวัญ ได้แก่ เงื่อนไขการเลือกของขวัญให้ตนเอง และ เงื่อนไขการเลือกของขวัญให้ผู้อื่น โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 185 คน อายุระหว่าง 18 – 23 ปี แบ่งเป็นเพศชาย 55 คน เพศหญิง 130 คน โดยมีเงื่อนไขเบื้องต้นว่ากลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์การซื้อของขวัญให้ตนเองและผู้อื่น (ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณ G*Power ที่ขนาด effect size เท่ากับ .5)

กลุ่มตัวอย่างในชั้นพัฒนาเครื่องมือ

- 1.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนามาตรวัดความนับถือโชคลาง 97 คน
- 1.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล 119 คน
- 1.3 กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 60 คน
- 1.4 กลุ่มตัวอย่างสำหรับคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการสร้างภาพโฆษณา

จำนวน 120 คน

1.4.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญ จำนวน 70 คน แบ่งเป็น

1.4.1.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญในเงื่อนไขการซื้อขายของขวัญให้ผู้อื่น จำนวน 35 คน

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญในเงื่อนไขการซื้อขายของขวัญให้ตนเอง จำนวน 35 คน

1.5 กลุ่มตัวอย่างสำหรับตรวจสอบคุณภาพของภาพโฆษณา จำนวน 30 คน

ตารางที่ 2

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนาเครื่องมือโดยจำแนกตามเรื่องที่ศึกษา

เรื่องที่ศึกษา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1.กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนามาตรวัดความนับถือโชคลาง	27	70	97
2.กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล	38	81	119
3.กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม	16	38	54
4.กลุ่มตัวอย่างสำหรับคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการสร้างภาพโฆษณา	22	48	70
5.กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในภาพโฆษณา	12	18	30
5.กลุ่มตัวอย่างสำหรับตรวจสอบคุณภาพของภาพโฆษณา	9	21	30
รวม	124	276	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. มาตรวัดความนับถือโชคลาง (relying on superstition) ที่พัฒนาจากแนวคิดของ Toyback (2004), Mowen และ Carlson (2003), Wiseman และ Watts (2004) Wang, Chen และ Dong (2012) (ดู ภาคผนวก ก ตารางที่ ก 2)
2. มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม (I-E scale) ที่พัฒนาจากแนวคิดของ Rotter (1966) (ดู ภาคผนวก ข ตารางที่ ข 2)
3. มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (rational-experiential inventory: REI-40) ที่พัฒนาจากแนวคิดของ Epstein และคณะ (1996) (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 2)

4. ภาพโฆษณา (ดู ภาคผนวก ง)
 - 4.1 แบบสอบถามสำหรับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญ (ดู ภาคผนวก ง 1)
 - 4.2 แบบสอบถามสำหรับพิจารณาคูณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญ (ดู ภาคผนวก ง 2)
 - 4.3 แบบสอบถามสำหรับตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานโฆษณา (ดู ภาคผนวก ง 3)
5. แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกของขวัญในภาพโฆษณา (ดู ภาคผนวก ง 4)

ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือ

เพื่อให้การทดลองนี้สามารถตอบคำถามการวิจัยได้ด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจำเป็นต้องพัฒนามาตรและเครื่องมือวัดที่สามารถแสดงข้อมูลในเชิงปริมาณได้ ซึ่งเครื่องมือที่ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนานั้น ได้แก่ มาตรวัดความนับถือโชคลาง, มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม, มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล, ภาพโฆษณา และแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกของขวัญในภาพโฆษณา ตามลำดับ โดยมีแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัย ดังนี้

1.มาตรวัดความนับถือโชคลาง

มาตรวัดความนับถือโชคลาง (relying on superstition) ที่ใช้ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาจากการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความนับถือและความเชื่อโชคลางในการตัดสินใจ โดยรวบรวมข้อกระทงจากภาวะสันนิษฐานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมถึงสร้างข้อกระทงเพิ่มเติมตามความเหมาะสม ซึ่งมาตรวัดระดับความนับถือโชคลางฉบับนี้มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเชื่อโชคลาง (SUP), ความเชื่อโหราศาสตร์ (AST), ความเชื่อเครื่องรางนำโชค (LCK), เจตคติต่อความเชื่อโชคลาง (ATT) และการใช้ความเชื่อโชคลาง (USE) โดยมีแนวทางการคัดเลือกข้อกระทงและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความนับถือโชคลางที่สอดคล้องกับงานวิจัย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3

ความหมายและที่มาของทั้ง 5 องค์ประกอบในมาตรวัดความนับถือโชคลาง

ด้าน	องค์ประกอบ	ที่มา	ความหมาย
1	ความเชื่อโชคลาง (superstition)	Toybacyk (1988)	ลักษณะของความเชื่อที่ไม่มีเหตุผล ไม่มีความเกี่ยวข้องไปถึงผลของการปฏิบัติตามความเชื่อนั้น อย่างเป็นทางการ (Toybacyk, 1988)
2	ความเชื่อหมอดู (belief in fortune tellers)	Mowen และ Carlson (2009)	การเชื่อตามคำแนะนำหรือบอกกล่าวของผู้ที่อ้างว่ามีสามารถในการทำนาย, การมีความเชื่อว่าดวงดาว วันเกิด ราศีเกิด และปัจจัยอื่นๆ สามารถกำหนดทิศทางชีวิตของตนได้ (Carlson, 2009)
3	ความเชื่อเครื่องรางนำโชค (belief in lucky charms)	Wiseman และ Watts (2004)	การพกพาสิ่งของหรือวัตถุต่างๆ ที่เชื่อว่าสามารถนำมาซึ่งความโชคดี, การมีความเชื่อว่าสิ่งของหนึ่งๆ สามารถนำมาซึ่งความโชคดีหรือสิ่งที่ตนคาดหวังได้, การมีพฤติกรรมพกพาหรือสวมใส่สิ่งๆ ที่คิดว่าเมื่อพกพาหรือสวมใส่แล้วจะก่อให้เกิดสิ่งดีๆ ขึ้นกับตนเอง (Wiseman & Watt, 2004)
4	เจตคติต่อความเชื่อโชคลาง (attitude toward superstitions)	Wang, Chen และ Dong (2012)	การมีความรู้สึกหรือการแสดงออกถึงความคิดและความรู้สึกที่มีต่อความเชื่อเรื่องโชคลาง, การมีความรู้สึกหรือความคิดไปในทิศทางบวกหรือลบต่อความเชื่อเรื่องโชคลาง (S. Wang, Chen & Dong, 2012)
5	การใช้ความเชื่อโชคลาง (use of superstitions)	Wang, Chen และ Dong (2012)	การแสดงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องโชคลาง, การปฏิบัติตามความเชื่อเรื่องโชคลางทั้งในกรณีที่คาดหวังผลจากการปฏิบัติตามความเชื่อเรื่องโดยตรง รวมถึงการแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องโชคลางโดยไม่ได้หวังผลโดยตรง (S. Wang, Chen & Dong, 2012)

องค์ประกอบที่ 1 ความเชื่อโชคลาง (superstition) เป็นองค์ประกอบที่พัฒนาตามแนวคิดของ Toyback (1998) ซึ่งเป็นผู้พัฒนามาตรวัดความเชื่อทางปรจิตวิทยา (the revised paranormal beliefs scale: PBS) เป็นมาตรที่มีชื่อเสียงและมีการนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเรื่อง

โชคลางและความเชื่อที่แปลกประหลาด (paranormal beliefs) อื่นๆ อย่างแพร่หลาย โดยมาตรฐาน ความเชื่อทางปรัจิตวิทยาฉบับดั้งเดิมนั้นประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเชื่อตามศาสนา ประเพณี (traditional religious belief), ความเชื่อเรื่องจิตวิญญาณ (psi belief), ความเชื่อเรื่องแม่มดหมอผี (witchcraft), ความเชื่อเรื่องโชคลาง (superstition), ความเชื่อเรื่องจิตวิญญาณ (spiritualism), ความเชื่อเรื่องสิ่งมีชีวิตเหนือธรรมชาติ (extraordinary life forms) และความเชื่อเรื่องการหยั่งรู้ (precognition) ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะข้อกระทงจากองค์ประกอบความนับถือโชคลางสำหรับใช้ในการวิจัย ตัวอย่างของข้อกระทงในองค์ประกอบนี้ ได้แก่ การพบเจอแมวดำสามารถนำมาซึ่งโชคร้าย, ฉันทลึกลงการตัดผมในวันพุธ และฉันเชื่อว่าถ้าทำกระจกแตกแล้วโชคร้ายจะตามมา เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 2 ความเชื่อหมอดู (belief in fortune tellers) เป็นองค์ประกอบที่พัฒนาตามแนวคิดของ Mowen และ Carlson (2009) ซึ่งมีความเชื่อว่าการนับถือโชคลางและการนับถือเรื่องโหราศาสตร์ (astrology) เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมาก เนื่องจากผู้ที่มีความเชื่อโหราศาสตร์มักจะมีความสนใจการดูลายมือ (palmistry) การปรึกษาผู้หยั่งรู้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสอบถามถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคต และนำคำแนะนำที่ได้จากการปรึกษานั้นไปเป็นส่วนประกอบการตัดสินใจเหตุการณ์ต่างๆในชีวิต ตัวอย่างของข้อกระทงในองค์ประกอบนี้ ได้แก่ ความรู้ทางโหราศาสตร์สามารถบอกอนาคตของคุณได้, ฉันเคยพึ่งพาหมอดูเมื่อฉันรู้สึกไม่สบายใจ และเมื่อเทียบกับเพื่อนๆ แล้ว ฉันคิดว่าฉันเป็นคนดูดวงบ่อย เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 3 ความเชื่อเครื่องรางนำโชค (belief in lucky charms) เป็นองค์ประกอบที่พัฒนาตามแนวคิดของ Wiseman และ Watts (2004) ซึ่งเป็นนักวิจัยที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อโชคลางกับลักษณะทางต่างๆทางจิตวิทยา โดยงานวิจัยนี้ได้เลือกภาวะสันนิษฐานเรื่องความเชื่อเครื่องรางนำโชคมาเป็นองค์ประกอบในการวิจัย เนื่องจากความเชื่อเรื่องเครื่องรางนำโชคในประเทศไทยเป็นความเชื่อที่เห็นได้ค่อนข้างเด่นชัด ตัวอย่างเช่น การพกพระเครื่องติดตัว การแขวนผ้ายันต์ต่างๆไว้ที่รถ เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้สอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องความเชื่อเครื่องรางนำโชคซึ่ง Wiseman และ Watts ได้จัดให้เป็นความเชื่อหรือความนับถือโชคลางทางดี (positive superstition) ตัวอย่างของข้อกระทงในองค์ประกอบนี้ ได้แก่ ฉันพบว่าเมื่อหลายครั้งๆที่การพกพาเครื่องรางช่วยให้ฉันมั่นใจมากขึ้น, การพกพาเครื่องรางไปในวันสอบจะช่วยให้ผลคะแนนออกมาดี เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 4 เจตคติต่อความเชื่อโชคลาง (attitude toward superstitions) และ องค์ประกอบที่ 5 การใช้ความเชื่อโชคลาง (use of superstitions) เป็นองค์ประกอบที่พัฒนาตาม

แนวคิดของ Wang, Chen และ Dong (2012) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดย Wang และคณะ เชื่อว่าในสังคมปัจจุบันจะเลือกใช้ความเชื่อโชคลางหรือเลือกแสดงออกตามความเชื่อโชคลางเมื่อบุคคลนั้นต้องการลดความกังวลและเพิ่มความมั่นใจให้กับการตัดสินใจของตนเอง มากกว่าจะเป็นการทำไปเพราะหวังผลจากความเชื่อโชคลางนั้นจริง ตัวอย่างข้อกระทงในองค์ประกอบเจตคติต่อความเชื่อโชคลาง ได้แก่ การเลือกเชื่อเรื่องโชคลางไว้บ้างไม่ใช่เรื่องที่เสียหาย, สำหรับฉันแล้วการปฏิบัติตามพิธีกรรมของบรรพบุรุษเป็นเรื่องที่สำคัญ เป็นต้น

ทั้งนี้ในการคัดเลือกองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบมาเป็นข้อสันนิษฐานที่ใช้ในการอธิบายบุคลิกภาพการนับถือโชคลาง ผู้วิจัยใช้หลักการพิจารณาจากความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าจะมีลักษณะการยึดเหนี่ยวความเชื่อตามแบบความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่งของ Campbell (1994) โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมหลักเกี่ยวกับโชคลาง 2 รูปแบบ ได้แก่ ความเชื่อโชคลางทั่วไป (general superstition) และความเชื่อโชคลางแบบเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง ซึ่งมาตรวจวัดความนับถือโชคลางนี้ประกอบประกอบด้วยองค์ประกอบที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความเชื่อโชคลางทั่วไป ได้แก่ ความเชื่อโชคลาง (SUP), ความเชื่อโหราศาสตร์ (AST), ความเชื่อเครื่องรางนำโชค (LCK) และองค์ประกอบที่สอดคล้องกับความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง ได้แก่ เจตคติต่อความเชื่อโชคลาง (ATT) และการใช้ความเชื่อโชคลาง (USE)

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีแนวทางการพัฒนาข้อกระทงสำหรับมาตรวัดระดับความนับถือโชคลาง ดังนี้

- 1) รวบรวมงานวิจัยที่สอดคล้องกับเรื่องโชคลางและคัดเลือกภาวะสันนิษฐานเกี่ยวกับความเชื่อและความนับถือโชคลางที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยมาจัดองค์ประกอบโดยผู้วิจัยพิจารณาให้มาตรวัดความนับถือโชคลางฉบับนี้มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ
- 2) แปลและเรียบเรียงข้อกระทงที่คัดเลือกเป็นภาษาไทย (ดู ภาคผนวก ก ตารางที่ ก 1)
- 3) ผู้วิจัยพิจารณาสั่งร่างข้อกระทงเพิ่มเติมตามภาวะสันนิษฐานของแต่ละองค์ประกอบและตรวจสอบความเหมาะสมทางภาษาและความสอดคล้องกับภาวะสันนิษฐานโดยอาจารย์ที่ปรึกษา
- 4) รวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและสร้างเป็นมาตรวัดความนับถือโชคลาง มีข้อกระทงเริ่มต้น จำนวน 32 ข้อ แบ่งออกเป็นข้อกระทงที่แปล

จากมาตรวัดต้นฉบับ จำนวน 15 ข้อ และข้อกระทงที่มาจากความคิดเพิ่มโดยผู้วิจัย จำนวน 17 ข้อ โดยทุกข้อกระทงมีลักษณะเป็นข้อกระทงทางบวกทั้งหมด ตามที่แสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4

จำนวนข้อกระทงในขั้นการพัฒนามาตรวัดความนับถือโชคกลาง 32 ข้อ

องค์ประกอบ	อักษรย่อ	จำนวนข้อกระทง	จำนวนข้อกระทงที่	รวมข้อกระทง
		เดิม	คิดเพิ่ม	
ความเชื่อโชคกลาง	SUP	3	3	6
ความเชื่อหมอดู	AST	3	4	7
ความเชื่อเรื่องเครื่องรางนำโชค	LCK	3	3	6
เจตคติต่อความเชื่อเรื่องโชคกลาง	ATT	3	3	6
การใช้ความเชื่อเรื่องโชคกลาง	USE	3	4	7
รวม		15	17	32

- 5) ผู้วิจัยนำข้อกระทงทั้ง 32 ข้อ มาพัฒนาเป็นมาตรวัดความนับถือโชคกลาง โดยกำหนดให้มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าน้ำหนักคะแนนดังนี้ ไม่ตรงเลย = 1, ค่อนข้างไม่ตรง = 2, ตรงและไม่ตรงเท่าๆกัน = 3, ค่อนข้างตรง = 4 และ ตรงมาก = 5 คะแนน (ดู ภาคผนวก ก ตารางที่ ก 2)
- 6) นำมาตรวัดความนับถือโชคกลาง จำนวน 32 ข้อ ไปเก็บข้อมูลเพื่อหาคุณภาพของมาตรวัดกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ช่วงอายุตั้งแต่ 18 – 21 ปี เป็นนิสิตในชั้นเรียนวิชาจิตชีววิทยา และวิชาจิตวิทยาบุคลิกภาพขั้นนำ แบ่งเป็นชาย 27 คน หญิง 70 คน รวม 97 คน ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะพื้นฐานดังนี้

ตารางที่ 5

จำนวน ร้อยละ และข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างในขั้นพัฒนามาตรวัดความนับถือโชคกลาง โดยจำแนกตามลักษณะพื้นฐาน (N = 97)

ลักษณะจำแนก	M	SD	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ				
ชาย			27.0	27.8
หญิง			70.0	72.1
รวม	1.72	4.51	97	100

ตารางที่ 5 (ต่อ)

จำนวน ร้อยละ และข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างในชั้นพัฒนามาตรวัดความนับถือโชคกลาง โดย
จำแนกตามลักษณะพื้นฐาน (N = 97)

ลักษณะจำแนก	M	SD	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ (ปี)				
18 – 19			28	28.9
20 – 21			69	71.1
รวม	19.76	.560	97	100
คณะ				
จิตวิทยา			92	94.8
นิเทศศาสตร์			4	4.1
อักษรศาสตร์			1	1.0
รวม	1.06	.282	97	100
ชั้นปี (ปริญญาตรี)				
ชั้นปีที่ 2			50.0	51.5
ชั้นปีที่ 3			46.0	47.4
ชั้นปีที่ 4			1.0	1.0
รวม	2.49	.523	97	100
ศาสนา				
ศาสนาพุทธ			89	91.8
ศาสนาคริสต์			4	4.1
ศาสนาอิสลาม			3	3.1
อื่นๆ			1	1.0
รวม	1.13	.492	97	100

ผลการวิเคราะห์คุณภาพข้อกระทง

1. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 97 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของ

คะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัด และรายงานผลคะแนนของกลุ่มสูงและต่ำโดยค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัด โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมจากมาตรวัดความนับถือโชคกลาง สูงกว่าหรือเท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 100 ถึง 124 คะแนน จำนวน 26 คน กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมจากมาตรวัดความนับถือโชคกลาง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 43 ถึง 71 คะแนน จำนวน 27 คน

ตารางที่ 6

เกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนก และจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ

ลักษณะจำแนก	ช่วงคะแนน (ค่าเฉลี่ย)	เกณฑ์การจำแนก	จำนวน (คน)
กลุ่มสูง	100 – 124 คะแนน (2.27 – 4.38)	คะแนนรวมสูงกว่า หรือ เท่ากับเปอร์เซ็นไทล์ที่ 73	26
กลุ่มต่ำ	43 – 71 คะแนน (1.07 – 3.26)	คะแนนรวมต่ำกว่า หรือ เท่ากับเปอร์เซ็นไทล์ที่ 27	27
รวม			53

2. ผู้วิจัยเลือกใช้การคำนวณสถิติที (independent t-test) เพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถิติที พบว่า ข้อกระทงทั้งหมด (จำนวน 32 ข้อ) สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงของมาตร โดยการคำนวณสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆทั้งหมดในมาตร (Corrected item-total correlation: CITC) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าค่า r วิฤต (97, .05, หนึ่งหาง) \approx .173 ซึ่งอ้างอิงจากตารางค่าวิฤตของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) พบว่า ข้อกระทงทั้ง 32 ข้อ ผ่านเกณฑ์การทดสอบสถิติแบบรายข้อ (ดู ภาคผนวก ก ตารางที่ ก 3) และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ท (Cronbach's Alpha coefficient of internal consistency) เท่ากับ .948

4. เนื่องจากมาตรวัดความนับถือโชคกลางประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 5 องค์ประกอบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณสถิติทีโดยแบ่งการคำนวณออกเป็นรายองค์ประกอบเพื่อคัดเลือกข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำในแต่ละองค์ประกอบอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ ซึ่งผลการทดสอบพบว่าข้อกระทงทุกข้อของแต่ละองค์ประกอบสามารถสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำภายในแต่ละองค์ประกอบได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงของข้อกระทงทั้ง 32 ข้อด้วยการแยกวิเคราะห์สถิติที่ของแต่ละองค์ประกอบ โดยการคำนวณสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่น ๆ ทั้งหมดในแต่ละองค์ประกอบ (CITC) และคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าค่า r วิกฤต (97, .05, หนึ่งหาง) $\approx .173$ พบว่าข้อกระทงทั้งหมดขององค์ประกอบความเชื่อใจกลาง (ดู ภาคผนวก ก 4), องค์ประกอบความเชื่อใจวิทยาศาสตร์ (ดู ภาคผนวก ก 5), องค์ประกอบความเชื่อใจเครื่องรางนำโชค (ดู ภาคผนวก ก 6), องค์ประกอบเจตคติต่อความเชื่อใจกลาง (ดู ภาคผนวก ก 7) และการใช้ความเชื่อใจกลาง (ดู ภาคผนวก ก 7) ผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ทั้งหมด

ตารางที่ 7

ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค ($N = 97$)

องค์ประกอบ	จำนวน (ข้อ)	ค่า Cronbach's Alpha coefficient
ความเชื่อใจเรื่องใจกลาง (SUP)	6	$\alpha = .707$
ความเชื่อใจหมอดู (AST)	7	$\alpha = .884$
ความเชื่อใจเรื่องเครื่องรางนำโชค (LCK)	6	$\alpha = .841$
เจตคติต่อความเชื่อใจเรื่องใจกลาง (ATT)	6	$\alpha = .796$
การใช้ความเชื่อใจใจกลาง (USE)	7	$\alpha = .843$
รวมทุกองค์ประกอบ	32	$\alpha = .948$

6. อย่างไรก็ตามแม้ว่าข้อกระทงของมาตรวัดความนับถือใจกลางฉบับนี้จะผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ด้วยสถิติเบื้องต้น และผ่านการทดสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานทั้ง 32 ข้อ แต่เพื่อความเหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจำเป็นต้องคัดเลือกข้อกระทงให้เหลือเพียงองค์ประกอบละ 4 ข้อ ยกเว้นองค์ประกอบเจตคติต่อความนับถือใจกลาง และ การใช้ความเชื่อใจใจกลาง ที่คัดเลือกให้เหลือองค์ประกอบละ 5 ข้อ เนื่องจากองค์ประกอบทั้ง 2 นี้ เป็นองค์ประกอบที่มีภาวะสันนิษฐานสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องความเชื่อใจครั้งไม่เชื่อใจซึ่งเป็นสิ่งที่งานวิจัยเรื่องนี้ให้ความสำคัญ ดังนั้นมาตรวัดความนับถือใจกลางฉบับนี้จึงประกอบด้วยข้อกระทงทั้งหมด จำนวน 22 ข้อ

7. จากผลการวิเคราะห์หามาตรวัดความนับถือโชคกลางข้างต้น ผู้วิจัยได้นำข้อกระทงทั้ง 22 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ มาทดสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct validity) ของมาตรโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติลิสเรล (LISREL) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลมีค่าไคว์-สแควร์ เท่ากับ 7.95 ที่องศาอิสระเท่ากับ 4 และค่าไคว์-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ($p = 0.093$) โดยค่ารากที่สองของความคาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ และค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .97 ดังนั้นโมเดลการวิเคราะห์หามาตรวัดความนับถือโชคกลางนี้จึงมีความเหมาะสม (fit) สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ดูภาพที่ ก 1 ภาคผนวก ก)

2.มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม

มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม (locus of control scale: I-E scale) เป็นมาตรที่พัฒนามาจากภาวะสันนิษฐานของ Rotter (1966) ซึ่งเสนอว่าความแตกต่างของการอ้างอิงแหล่งควบคุมคือ ความแตกต่างในการรับรู้ปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลของกระทำหรือการรับรู้ถึงที่มาของผลการกระทำ ประกอบด้วยการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอก (external locus of control) หรือกระบวนการที่บุคคลรับรู้ว่ามีผลที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากกระทำของตนเองแต่มาจากอำนาจควบคุมอื่นๆ และอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control) หรือกระบวนการที่บุคคลรับรู้ว่ามีผลของการกระทำหรือการเกิดขึ้นของเหตุการณ์ต่างๆนั้นมาจากการกระทำของตนเอง ดังนั้นความแตกต่างระหว่างผู้ที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในกับผู้ที่มีการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอกจึงขึ้นอยู่กับความเชื่อที่ต่างกันในการระบุสาเหตุของการเกิดเหตุการณ์ต่างๆในชีวิต

มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมโดย Rotter (1996) นั้น ต้นฉบับเดิมประกอบไปด้วยข้อกระทงจำนวน 29 ข้อ (ดู ภาคผนวก ข ตารางที่ ข 1) มีลักษณะเป็นมาตรประเมิน 2 ระดับ โดยให้ผู้ร่วมการวิจัยเลือกว่าจาก 2 ข้อความนี้ ข้อความใดที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด ซึ่งแนวทางการตอบมาตร คือ ในหนึ่งข้อจะประกอบไปด้วยข้อความ 2 ประโยคซึ่งผู้ตอบมาตรวัดต้องเลือกเพียงหนึ่งข้อความจากสองข้อความในแต่ละข้อกระทงนั้นที่ตรงกับตนเองมากที่สุด ทั้งนี้วิธีการประเมินผลจากมาตรวัดสามารถดำเนินการโดยรวบรวมนคะแนนจากข้อคำถามทั้งหมด ยกเว้นการตอบข้อคำถามเสริม (filler item) จะไม่นำมาคำนวณคะแนนด้วย โดยมีวิธีการในการคิดคะแนนของมาตรวัดดังนี้ ผู้ที่มีการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในสูงในที่นี้ หมายถึง ผู้ที่ได้คะแนนรวมจากการตอบมาตรวัดรูปแบบการอ้างอิงแหล่งควบคุม สูงกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 ผู้ที่มีการอ้างอิง

แหล่งควบคุมภายในต่ำ หมายถึง ผู้ที่ได้คะแนนรวมจากการตอบมาตราวัดรูปแบบการอ้างอิงแหล่งควบคุม ต่ำกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ที่ 27

ตารางที่ 8

ความหมายของการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control) และการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอก (external locus of control) ตามแนวทางของ Rotter (1966)

การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control)	การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอก (external locus of control)
<p>นิยามเชิงทฤษฎี: บุคคลรับรู้ว่ามีผลของการกระทำหรือการเกิดขึ้นของเหตุการณ์ต่าง ๆ นั้นมาจากการกระทำของตนเอง</p>	<p>นิยามเชิงทฤษฎี: กระบวนการที่บุคคลรับรู้ว่ามีผลที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากการกระทำของตนเองแต่มาจากอำนาจควบคุมอื่นๆ</p>
<p>นิยามเชิงปฏิบัติการ: ผู้ที่ได้คะแนนรวมจากการตอบมาตราวัดรูปแบบการอ้างอิงแหล่งควบคุม ตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ที่ 73 ขึ้นไป</p>	<p>นิยามเชิงปฏิบัติการ: ผู้ที่ได้คะแนนรวมจากการตอบมาตราวัดรูปแบบการอ้างอิงแหล่งควบคุมตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ที่ 27 ลงมา นั่นคือ เป็นผู้ที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในต่ำ</p>
<p>ตัวอย่างข้อคำถาม</p>	
<p>-ความอับโชคที่เกิดขึ้นกับคนเราเป็นผลจากความผิดพลาดที่เราสร้างขึ้นเอง</p> <p>-คนที่ไม่สามารถทำให้คนอื่นมารู้สึกชอบตนได้คือคนที่ไม่รู้วิธีการที่จะเข้ากับคนอื่น</p> <p>-เราสามารถจัดคอร์ปชั่นได้ หากเรามีความพยายามมากพอ</p>	<p>-เรื่องร้ายหลายอย่างที่เกิดขึ้นกับชีวิตของคนเราส่วนหนึ่งเป็นเพราะความโชคร้าย</p> <p>-ไม่ว่าคุณจะทำอย่างไรก็ตาม ยังคงมีบางคนที่ไม่ชอบคุณอยู่ดี</p> <p>-มันเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะมีอำนาจมากพอในการควบคุมสิ่งที่นักการเมืองทำ</p>

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีแนวทางในการพัฒนาข้อกระทงตามแนวทางของมาตราวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมโดย Rotter (1966) ดังนี้

- นำข้อกระทงจากมาตราวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมของ Rotter (1966) จำนวน 29 ข้อ มาแปลเป็นข้อกระทงภาษาไทย (ดู ภาคผนวก ข ตารางที่ ข1)

- 2) ผู้วิจัยสร้างข้อกระทงเพิ่มเติมตามภาวะสันนิษฐานจำนวน 15 ข้อ รวมข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมทั้งหมด 44 ข้อ
- 3) นำข้อกระทงต้นฉบับที่ผ่านการแปลเป็นภาษาไทยและข้อกระทงที่ผู้วิจัยสร้างเพิ่มเติมไปตรวจสอบความเหมาะสมเชิงเนื้อหาและความสอดคล้องกับภาวะสันนิษฐานกับอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ
- 4) นำข้อกระทงที่ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องทางภาษาและภาวะสันนิษฐานมารวมกันเพื่อสร้างเป็นมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมที่มีข้อกระทงจำนวน 44 ข้อ (ดูภาคผนวก ข ตารางที่ ข 2) โดยมีลักษณะเป็นมาตรประเมิน 2 ระดับ โดยหนึ่งข้อกระทงจะประกอบไปด้วยข้อความ 2 ประโยคซึ่งผู้ตอบมาตรวัดต้องเลือกเพียง 1 ข้อความ จาก 2 ข้อความในแต่ละข้อกระทงนั้นที่ตรงกับตนเองมากที่สุด
- 5) ในการเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม ผู้เข้าร่วมการวิจัยจะได้รับมาตรวัดบุคลิกภาพ จำนวน 2 มาตร ได้แก่ มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมที่พัฒนาในขั้นต้น จำนวน 44 ข้อ และ มาตรวัดการเห็นคุณค่าของตนเอง (self-esteem) ซึ่งพัฒนาโดย สิรินรัตน์ ศรีสรवल (2547) จำนวน 24 ข้อ (ดู ภาคผนวก ข ตารางที่ ข 3)
- 6) นำมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม และมาตรวัดการเห็นคุณค่าของตนเอง ข้างต้น ไปเก็บข้อมูลเพื่อหาคุณภาพของมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาจิตชีววิทยา โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นนิสิตคณะจิตวิทยาที่มีอายุตั้งแต่ 19 ถึง 23 ปี จำนวน 54 คน ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะพื้นฐาน จำนวน ร้อยละ และข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างในขั้นพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 9

จำนวน ร้อยละ และข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างในชั้นพัฒนามาตรฐานวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม โดยจำแนกตามลักษณะพื้นฐาน (N = 54)

ลักษณะจำแนก	M	SD	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ				
ชาย			16	29.6
หญิง			38	70.4
รวม	1.70	4.61	54	100
อายุ (ปี)				
19 – 20			44	81.5
21 – 23			10	18.5
รวม	20.19	6.46	54	100

ผลการวิเคราะห์คุณภาพข้อกระทง

1. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 54 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (Item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของคะแนนที่ได้จากการทำมาตรฐานวัด ซึ่งกำหนดให้ตัวเลือกที่แสดงถึงการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในคิดเป็น 1 คะแนน ในขณะที่ตัวเลือกที่แสดงถึงการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอกและตัวเลือกของข้อคำถามเสริม (filler item) คิดเป็น 0 คะแนน หรือไม่นับคะแนนนั่นเอง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น

กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมจากมาตรฐานวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน สูงกว่า หรือเท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 26 ถึง 35 มีจำนวน 15 คน

กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมจากมาตรฐานวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 11 ถึง 20 มีจำนวน 19 คน

2. ผู้วิจัยรวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการคำนวณสถิติที่ซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 จำนวน 21 ข้อ มาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นทั้งหมดของมาตรฐาน (CITC) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง 54 คน ซึ่งข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ตามค่าวิกฤต (Critical

r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เท่ากับ 0.215 ทั้งนี้ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อ พบว่ามีข้อกระทงผ่านเกณฑ์คัดเลือกทั้งหมด 21 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในครอนบารค์แอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ .779 (ดู ภาคผนวก ข ตารางที่ 4)

3. ในการพัฒนามาตรกาารอ้างอิงแหล่งควบคุมฉบับนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงหรือคุณภาพมาตรวัดด้วยการหาความตรงร่วมสมัย (criterion validity) หรือ ความตรงสอดคล้อง (convergence validity) ผ่านการพิจารณาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (pearson correlation analysis) ระหว่าง ผลรวมของคะแนนจากมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมโดยพิจารณาเฉพาะผลรวมของคะแนนจากข้อกระทงที่ผ่านการตรวจสอบอำนาจในการจำแนกและสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อ กับ ผลรวมของคะแนนจากมาตรวัดการเห็นคุณค่าของตนเองโดยคัดเลือกเฉพาะข้อที่ผ่านการพิจารณาคุณภาพข้อกระทงว่าสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น ผู้มีที่ระดับการเห็นคุณค่าของตนเองสูง และ ผู้ที่มีระดับการเห็นคุณค่าของต่ำ (ดู ภาคผนวก ข ตารางที่ 5)

ตารางที่ 10

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในกับมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง โดยอาศัยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ($N = 54$)

มาตรวัด	<i>M</i>	<i>SD</i>	การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน	การเห็นคุณค่าในตนเอง
การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน	12.83	8.64	1	.322* (sig 1-tailed = .017)
การเห็นคุณค่าในตนเอง	61.54	4.10	.322* (sig 1-tailed = .017)	1

ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับมาตรวัดการเห็นคุณค่าของตนเอง [$r = 0.322, p < .05$ (หนึ่งหาง)] นั่นคือ ผลรวมของคะแนนจากมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในมีสหสัมพันธ์กับผลรวมของคะแนนจากมาตรวัดการเห็นคุณค่าของตนเองในทิศทางบวกที่ขนาดความสัมพันธ์

ระดับปานกลางตามเกณฑ์การแปลความหมายสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Cohen และคณะ (2013)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่ามาตรการอ้างอิงแหล่งควบคุมฉบับนี้ ผ่านการทดสอบความตรงร่วมสมัย หรือ ความตรงเชิงสอดคล้อง และมีคุณภาพเพียงพอสำหรับการวิจัยต่อไป (ดู ภาคผนวก ข ตัวอย่างมาตรการอ้างอิงแหล่งควบคุม)

3. มาตรการรูปแบบการประมวลข้อมูล

มาตรการรูปแบบการประมวลข้อมูล (rational-experiential inventory: REI) เป็นมาตรการทางบุคลิกภาพที่พัฒนาโดย Epstein และคณะ (1996) ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะกระบวนการประมวลข้อมูลของบุคคลโดยแบ่งลักษณะการประมวลข้อมูลออกเป็นสองรูปแบบที่มีมิติตรงข้ามกัน โดยแบ่งตามลักษณะของรูปแบบการประมวลข้อมูลอย่างคิดวิเคราะห์ (analytic) และการประมวลข้อมูลอย่างเชื่อมโยง (holistic) ซึ่งความแตกต่างนี้ต่อมาได้ถูกพัฒนาเป็นลักษณะทางบุคลิกภาพ โดยเชื่อว่าในแต่ละบุคคลจะมีความชอบในกระบวนการคิดที่แตกต่างกันออกไป และสามารถนำความแตกต่างนั้นมาอธิบายผ่านมิติทัศนทางบุคลิกภาพได้ ทั้งนี้ผลจากแนวความคิดของ Epstein ที่เสนอว่าในแต่ละบุคคลจะชอบรูปแบบการประมวลข้อมูลที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดการพัฒนามาตรการรูปแบบการประมวลข้อมูล (rational-experiential inventory; REI) ซึ่งเป็นมาตรที่แสดงความแตกต่างของกระบวนการประมวลผลโดยทั่วไป (general processing) ของแต่ละบุคคล โดยเชื่อว่าการรูปแบบประมวลข้อมูลของบุคคลจะประกอบไปด้วยรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system) และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system) ทั้งนี้มาตรการรูปแบบการประมวลข้อมูลมีลักษณะเป็นมาตรการรายงานตนเอง (self-reported) โดยผู้ร่วมการวิจัยตอบคำถามในมาตรวัดผ่านการเลือกช่วงคะแนนที่ตรงตามความรู้สึกของตนตามรูปแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ

การพัฒนามาตรการรูปแบบการประมวลข้อมูลครั้งแรกถูกพัฒนาขึ้นโดย Epstein และคณะ (1996) นั้น เป็นการพัฒนามาจากมาตรความต้องการทางปัญญา (need for cognitive scale) ของ Cacioppo และ Petty (1984) ซึ่งทำการวัดความชอบคิดผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล ทั้งนี้จากการพัฒนาองค์ประกอบด้านความชอบคิดผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลมาสร้างเป็นมาตรการรูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) แล้ว Epstein และคณะ ได้

พัฒนามาตรความเชื่อในกระบวนการระลึก (faith in intuition; FI) มาเพิ่มเติมในการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล เพื่อเป็นการเพิ่มองค์ประกอบด้านความชอบคิดผ่านกระบวนการระลึกหรือเป็นมาตรที่แสดงถึงรูปแบบการคิดตามประสบการณ์ให้กับมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ทั้งนี้มาตร REI ในยุคแรกนั้นประกอบด้วยจำนวนข้อ 31 ข้อ โดยพัฒนามาจากมาตรวัดความต้องการทางปัญญาซึ่งผ่านคัดเลือกจากข้อที่ผ่านการวิเคราะห์สหสัมพันธ์รายข้อที่ระดับ α เท่ากับ .87 จำนวน 19 ข้อ และพัฒนามาจากมาตรวัดความเชื่อในกระบวนการระลึกซึ่งพบว่ามีระดับความเที่ยงปานกลางที่ $\alpha = .77$ จำนวน 12 ข้อ โดย Epstein ได้ทำการทดสอบความตรงตามภาวะสันนิษฐานและความตรงตามเกณฑ์ รวมถึงทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงที่มาจากมาตรความต้องการทางปัญญาและข้อกระทงที่มาจากมาตรวัดความเชื่อในกระบวนการระลึกซึ่งพบว่าข้อกระทงจากมาตรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กัน ($r = -.07, p > .05$) ดังนั้นมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลครั้งแรกจึงมีจำนวนข้อกระทงทั้งสิ้น 31 ข้อ สามารถจำแนกความแตกต่างรูปแบบการประมวลข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ต่อมา Epstein ได้ทำการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ เป็นข้อที่มาจากมาตรความต้องการทางปัญญาจำนวน 5 ข้อ และมาตรความเชื่อในกระบวนการระลึกจำนวน 5 ข้อ โดยข้อกระทงที่มาจากมาตรความต้องการทางปัญญามีความเที่ยงภายในที่ระดับปานกลาง ($\alpha = .73$) และข้อกระทงที่มาจากมาตรวัดความเชื่อในกระบวนการระลึกมีความเที่ยงภายในที่ระดับปานกลาง ($\alpha = .72$) เช่นเดียวกัน และเมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) พบว่ามาตรฉบับย่อนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบที่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($r = -.08, p > .05$) อย่างไรก็ตามแม้ว่ามาตรวัดรูปแบบการประมวลผลแบบย่อจะสะดวกต่อการนำไปใช้ แต่ในทางกลับกันจากการนำไปศึกษากลับพบว่ามาตรมีความตรงในระดับต่ำ

ในเวลาต่อมา Pacini และ Epstein (1999) ได้แก้ไขปัญหาของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลในช่วงแรกที่พบว่ามาตรมีความตรงในระดับต่ำ โดยได้ทำการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลให้มีจำนวนข้อเพิ่มมากขึ้นเป็น 40 ข้อ (rational experiential inventory: REI 40) และเปลี่ยนแปลงการแบ่งรูปแบบการประมวลข้อมูลจากเดิมที่มี 2 องค์ประกอบออกเป็น 4 องค์ประกอบ แบ่งเป็นองค์ประกอบที่พัฒนามาจากมาตรวัดความต้องการทำปัญญา 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการคิดตามเหตุผล (rational ability: RA) และ การชอบคิดตามเหตุผล (rational engagement: RE) ในขณะที่องค์ประกอบที่พัฒนามาจากมาตรวัดความเชื่อในกระบวนการระลึก 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการคิดตาม

ประสบการณ์ (experiential ability: EA) และการชอบคิดตามประสบการณ์ (experiential engagement: EE)

จากการพัฒนามาตรารูปแบบการประมวลผล 40 ข้อ พบว่า ทั้งข้อคำถามจากมาตรฐานความต้องการทางปัญญาและข้อคำถามจากมาตรฐานเชื่อในกระบวนการระลึกรับรู้ระดับความเที่ยงภายในสูงทั้งสองมาตร โดยรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลมีความเที่ยงภายในที่ระดับ $\alpha = .90$ และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ที่ระดับ $\alpha = .87$ นอกจากนี้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ พบว่า ทั้งสององค์ประกอบไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r \sim .07$) ซึ่งตรงตามภาวะสันนิษฐานของทฤษฎีรูปแบบการประมวลข้อมูล ทั้งนี้สามารถแสดงลำดับการพัฒนามาตรารูปแบบการประมวลข้อมูลโดยเรียงลำดับตามครั้งที่ทำการพัฒนาและลำดับคริสต์ศักราชได้ดังตารางที่ 11 ลำดับการพัฒนามาตรารูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) ของ Epstein และคณะ (1996) กับ Pacini และ Epstein (1999) ต่อไปนี้

ตารางที่ 11

ลำดับการพัฒนามาตรารูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) ของ Epstein และคณะ (1996) กับ Pacini และ Epstein (1999)

ผู้วิจัย (ค.ศ.)	รูปแบบการประมวลข้อมูล				องค์ประกอบ (จำนวน)	สหสัมพันธ์ (r) ($p > .05$)
	ตามเหตุผล		ตามประสบการณ์			
	NFC (ข้อ)	α	FI (ข้อ)	α		
Epstein และคณะ (1996) ครั้งที่ 1	19	.87	12	.77	2	.07 (-)
Epstein และคณะ (1996) ครั้งที่ 2	5	.73	5	.72	2	.08 (-)
Pacini และ Epstein (1999)	20	.90	20	.87	4	.07 (-)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้เลือกพัฒนามาตรารัดตามแนวทางของ Pacini และ Epstein (1999) หรือ REI 40 ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของมาตรออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational processing system) และการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential processing system) โดยมี 4 องค์ประกอบย่อย ดังต่อไปนี้

ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (rational ability: RA)

ความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล(rational engagement: RE)

ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential ability: EA)

ความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (experiential engagement: EE)

โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกมาตรวัดการประมวลข้อมูลของ Pacini และ Epstein (1999) ฉบับ REI 40 มาเป็นมาตรฐานฉบับที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลสำหรับการวิจัย ซึ่งสามารถแสดงภาวะสันนิษฐานของแต่ละองค์ประกอบตามแนวทางของ Pacini และ Epstein (1999) ได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 12

ความหมายของแต่ละองค์ประกอบในมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ตามแนวทางของ Pacini และ Epstein (1999)

ด้าน	องค์ประกอบ	ความหมาย
1	ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (Rational Ability: RA)	ความสามารถในการคิดอย่างมีตรรกะ เป็นเหตุเป็นผล และมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์
2	ความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (Rational Engagement:: RE)	ความวางใจและความสนุกสนานในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผล เป็นพวกชอบคิดโดยอาศัยตรรกะ
3	ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (Experiential Ability: EA)	ความสามารถในการใช้สัญชาตญาณ อารมณ์ และความรู้สึกของตนเองในการตัดสินใจ
4	ความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (Experiential Engagement: EE)	ความวางใจและความสนุกสนานในการใช้ความรู้สึกและสัญชาตญาณในการตัดสินใจ

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีแนวทางการพัฒนาข้อกระทงสำหรับมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ดังนี้

- 1) นำข้อกระทงต้นฉบับของ Pacini และ Epstein (1999) ซึ่งประกอบด้วยข้อกระทงจำนวน 40 ข้อ (REI-40) แบ่งออกเป็นข้อกระทงทางบวก 21 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 19 ข้อ มาแปลและเรียบเรียงข้อกระทงเป็นภาษาไทย (ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 1)
- 2) จากการพิจารณาตามภาวะสันนิษฐานของมาตรทั้ง 4 องค์ประกอบ ผู้วิจัยสร้างข้อกระทงเพิ่มเติมองค์ประกอบละ 5 ข้อ (รวม 20 ข้อ) โดยแบ่งออกเป็นข้อกระทงทางบวก จำนวน 14 ข้อ และข้อกระทงทางลบ จำนวน 6 ข้อ
- 3) นำข้อกระทงต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยแล้วและข้อกระทงที่สร้างเพิ่มเติมไปตรวจสอบความเหมาะสมเชิงเนื้อหาและความสอดคล้องกับภาวะสันนิษฐานโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ได้ข้อกระทงที่เหมาะสมในการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล จำนวน 60 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวก 35 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 25 ข้อ มาสร้างเป็นมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลที่มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ ไม่ตรงเลย ไปจนถึง ตรงมาก (ไม่ตรงเลย = 1, ค่อนข้างไม่ตรง = 2, ตรงและไม่ตรงเท่าๆกัน = 3, ค่อนข้างตรง = 4 และ ตรงมาก = 5) ซึ่งสามารถจำแนกตามองค์ประกอบละทิศทางความเป็นบวก-ลบ ของข้อกระทงได้ดังนี้

ตารางที่ 13

ลักษณะของข้อกระทงในขั้นการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล จำนวน 60 ข้อ จำแนกตามองค์ประกอบและทิศทางความเป็นบวก-ลบ

องค์ประกอบ	อักษรย่อ	ข้อกระทงต้นฉบับ		ข้อกระทงที่สร้างเพิ่ม		รวม
		บวก (ข้อ)	ลบ (ข้อ)	บวก (ข้อ)	ลบ (ข้อ)	
ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล	RA	- 4 -	- 6 -	- 4 -	- 1 -	15
ความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล	RE	- 5 -	- 5 -	- 4 -	- 1 -	15
ความสามารถในการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์	EA	- 6 -	- 4 -	- 4 -	- 1 -	15
ความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์	EE	- 5 -	- 5 -	- 2 -	- 2 -	15
รวม		21	19	14	6	60

- 4) ในการเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลนั้น ผู้ร่วมการวิจัยจะ
ได้รับมาตรวัดพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ที่มีข้อกระทงจำนวน 60 ข้อ
(ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 2) นำมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล จำนวน 60 ข้อ
ข้างต้น ไปเก็บข้อมูลเพื่อหาคุณภาพของมาตรกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีอายุตั้งแต่ 17 – 28 ปี จำนวน 120 คน แบ่งเป็นนิสิตที่
ลงทะเบียนเรียนวิชาจิตชีววิทยา จำนวน 30 คน และนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา
สุขภาพจิต จำนวน 90 คน ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะ จำนวน ร้อยละ และข้อมูล
พื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างในขั้นพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลได้ดังตาราง
ต่อไปนี้

ตารางที่ 14

จำนวน ร้อยละ และข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างในขั้นพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวล
ข้อมูลโดยจำแนกตามลักษณะพื้นฐาน (N = 120)

ลักษณะจำแนก	M	SD	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ				
ชาย			38	31.7
หญิง			82	68.3
รวม	1.68	.467		
อายุ (ปี)				
18 – 20			77	64.2
21 – 24			43	35.8
รวม	20.28	1.175		
คณะ				
จิตวิทยา			56	46.7
วิศวกรรมศาสตร์			12	10.0
เศรษฐศาสตร์			2	1.7
สหเวชศาสตร์			4	3.3

ตารางที่ 14 (ต่อ)

จำนวน ร้อยละ และข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างในชั้นพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวล
ข้อมูลโดยจำแนกตามลักษณะพื้นฐาน (N = 120)

ลักษณะจำแนก	M	SD	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คณะ				
อักษรศาสตร์			9	7.5
รัฐศาสตร์			10	8.3
สัตวแพทยศาสตร์			7	5.8
ครุศาสตร์			6	5.0
บัญชี			6	5.0
วิทยาศาสตร์			2	1.7
วิทยาศาสตร์การกีฬา			5	4.2
ทันตแพทยศาสตร์			1	8
รวม	3.71	3.283		
ชั้นปี (ปริญญาตรี)				
ชั้นปีที่ 1			8	6.7
ชั้นปีที่ 2			14	11.7
ชั้นปีที่ 3			68	56.7
ชั้นปีที่ 4			25	20.8
ชั้นปีที่ 5			-	-
ชั้นปีที่ 6			5	4.2
รวม	3.08	.984		
ศาสนา				
ศาสนาพุทธ			110	91.7
ศาสนาคริสต์			4	3.3
ศาสนาอิสลาม			3	2.5
อื่นๆ			3	2.5
รวม	1.16	.580		

ผลการวิเคราะห์คุณภาพข้อกระทง

เนื่องจากมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลฉบับนี้ เป็นมาตรที่พัฒนามาจากมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ของ Pacini และ Epstein (1999) โดยข้อกระทงภายในมาตรวัดจะประกอบด้วยมาตรวัดทางบุคลิกภาพจำนวน 2 มาตร มารวมกัน ได้แก่ ข้อกระทงที่พัฒนามาจากมาตรวัดความต้องการทางปัญญา (need for cognition scale: NFC) ซึ่งเป็นมาตรที่แสดงถึงรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล และข้อกระทงที่พัฒนามาจากมาตรวัดความเชื่อในกระบวนการระลึก (faith of intuition scale: FI) ซึ่งเป็นมาตรที่แสดงถึงรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มารวมกัน ทั้งนี้จากภาวะสันนิษฐานของทฤษฎีการประมวลข้อมูลภายในตน (CEST) โดย Epstein (1996) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มาของการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลของ Pacini และ Epstein (1999) โดย Epstein และคณะ (1996) ระบุว่า กระบวนการประเมินข้อมูลในบุคคลจะประกอบด้วยรูปแบบการประมวลข้อมูล 2 รูปแบบ นั่นคือ ในบุคคลหนึ่งคนนั้น จะมีกระบวนการประมวลข้อมูลผ่านทั้งกระบวนการคิดตามเหตุผลและกระบวนการคิดตามประสบการณ์

ดังนั้นในการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลของ Pacini และ Epstein (1999) จึงมีการกำหนดข้อตกลงเบื้องต้น นั่นคือ ข้อกระทงที่มาจากมาตรวัดความต้องการทางปัญญา ซึ่งแสดงถึงรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล และข้อกระทงที่พัฒนามาจากมาตรวัดความเชื่อในกระบวนการระลึก ซึ่งแสดงถึงรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ต้องไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ หรือ แยกมิติกันนั่นเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อกระทงตามแนวทางข้อตกลงเบื้องต้นของ Pacini และ Epstein (1999) โดยมีแนวทางการวิเคราะห์ข้อกระทง ได้แก่ วิเคราะห์คุณภาพข้อกระทงและทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล, วิเคราะห์คุณภาพข้อกระทงและทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์, วิเคราะห์คุณภาพข้อกระทง ทดสอบความเที่ยงและความตรงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล

มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (Rational-processing scale)

มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลเป็นมาตรวัดที่พัฒนามาจากมาตรวัดความต้องการทางปัญญา (NFC) ของ Cacciopo และ Petty (1982) ซึ่งสามารถแบ่งข้อกระทงออกเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการคิดตามเหตุผล (rational ability: RA), การชอบคิดตาม

เหตุผล (rational engagement: RE) เนื่องจากมาตรวัดการประมวลข้อมูลตามเหตุผล ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความสามารถในการคิดตามเหตุผล (RA)

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความชอบคิดตามเหตุผล (RE)

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์ข้อกระทงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความสามารถในการคิดตามเหตุผล (RA)

1. ตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (missing data) ของกลุ่มตัวอย่างในขั้นสร้างมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล พบว่า การตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบความสามารถในการคิดตามเหตุผล (RA) มีข้อมูลสูญหายจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จำนวน 1 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 120 คน ซึ่งเป็นจำนวนการขาดหายที่น้อยกว่าร้อยละสิบของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงแก้ไขปัญหาโดยการตัดข้อมูลกลุ่มตัวอย่างออกไป 1 คน แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป เหลือกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 119 คน

2. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 119 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของคะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัด โดยแบ่งออกเป็น

กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความสามารถในการคิดตามเหตุผลของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล สูงกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 58 ถึง 69 มีจำนวน 35 คน

กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความสามารถในการคิดตามเหตุผลของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 36 ถึง 49 มีจำนวน 36 คน

3. ในการคัดเลือกข้อกระทงที่สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง- ต่ำ ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณสถิติที (independent t-test) เพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถิติที่พบว่าข้อกระทงทั้ง 15 ข้อ ผ่านการเกณฑ์การคัดเลือก

4. ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงของข้อกระทงในองค์ประกอบความสามารถในการคิดตามเหตุผล (RA) โดยรวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการคำนวณสถิติที่ซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ทั้งหมด จำนวน 15 ข้อ มาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นทั้งหมดของมาตร (CITC) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง 119 คน ซึ่งข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ตามค่าวิกฤต (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าประมาณ .152 ทั้งนี้ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อ พบว่า ข้อกระทงทั้งหมดผ่านเกณฑ์คัดเลือก และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha coefficient of internal consistency) เท่ากับ .845 (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 3)

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความชอบคิดตามเหตุผล (RE)

1. ตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (missing data) ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในขั้นสร้างมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล ซึ่งไม่พบว่ามีข้อมูลสูญหายจากการตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบความชอบคิดตามเหตุผล (RE) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของคะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัด โดยแบ่งออกเป็น

กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความชอบคิดตามเหตุผลของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล สูงกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 58 ถึง 67 มีจำนวน 34 คน

กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความชอบคิดตามเหตุผลของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 34 ถึง 46 มีจำนวน 32 คน

3. ในการคัดเลือกข้อกระทงที่สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณสถิติที่เพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถิติที่ พบว่า ข้อกระทงทั้ง 15 ข้อ ผ่านการเกณฑ์การคัดเลือก

4. ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงของข้อกระทงในองค์ประกอบการชอบคิดตามเหตุผล โดยรวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการคำนวณสถิติที่ซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ทั้งหมด จำนวน 15 ข้อ มาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นทั้งหมดของมาตรา (CITC) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง 119 คน ซึ่งข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ตามค่าวิกฤต (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าประมาณ .152 ทั้งนี้ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อพบว่า ข้อกระทงทั้งหมดผ่านเกณฑ์คัดเลือก และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ .868 (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 4)

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์ข้อกระทงของมาตราวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล

1. ตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (missing data) ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในขั้นสร้างมาตราวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล พบว่า มีข้อมูลสูญหายจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จำนวน 1 คน จากข้อคำถามขององค์ประกอบความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RA) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 120 คน ซึ่งผู้วิจัยได้แก้ไขปัญหาโดยการตัดข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างออกไปจำนวน 1 คน จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 119 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของคะแนนที่ได้จากการทำมาตราวัด โดยแบ่งออกเป็น

กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในด้านรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลของมาตราวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล สูงกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 115 ถึง 131 มีจำนวน 34 คน

กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในด้านรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลของมาตราวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 70 ถึง 96 มีจำนวน 32 คน

3. ในการคัดเลือกข้อกระทงที่สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณสถิติเพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถิติที่ พบว่า ข้อกระทงทั้ง 30 ข้อ ผ่านการเกณฑ์การคัดเลือก

4. ผู้วิจัยวิเคราะห์ความเที่ยงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลด้วยการรวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการคำนวณสถิติที่ซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ทั้งหมด จำนวน 30 ข้อ มาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นทั้งหมดของมาตร (CITC) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง 119 คน ซึ่งข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ตามค่าวิกฤต (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าประมาณ .152 ทั้งนี้ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อพบว่า ข้อกระทงทั้งหมดผ่านเกณฑ์คัดเลือก และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ .95 (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 5)

5. ผู้วิจัยคัดเลือกข้อกระทงเพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการการวิจัยจริง โดยคัดเลือกให้เหลือองค์ประกอบละ 6 ข้อ รวมข้อกระทงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 12 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ .882 โดยองค์ประกอบความสามารถประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RA) จำนวน 6 ข้อ มีค่าครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ .849 ในขณะที่องค์ประกอบความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RE) จำนวน 6 ข้อ มีค่าครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ .820

มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (Experiential-processing scale)

มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์เป็นมาตรวัดที่พัฒนามาจากมาตรวัดความเชื่อในกระบวนการระลึก (faith in intuition; FI) ของ Epstein และคณะ (1996) ของ Cacciopo และ Petty (1982) ซึ่งสามารถแบ่งข้อกระทงออกเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการคิดตามประสบการณ์ (Experiential Ability; EA), การชอบคิดตามประสบการณ์ (Experiential Engagement; EE) เนื่องจากมาตรวัดการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความสามารถในการคิดตามประสบการณ์ (EA)

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความชอบคิดตามประสบการณ์ (EE)

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์ข้อกระทงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความสามารถในการคิดตามประสบการณ์ (EA)

1. ตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (missing data) ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในขั้นสร้างมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ซึ่งไม่พบว่ามีข้อมูลสูญหายจากการตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบความสามารถในการคิดตามประสบการณ์ (EA) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของคะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัด โดยแบ่งออกเป็น

กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความสามารถในการคิดตามประสบการณ์ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล สูงกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 52 ถึง 63 มีจำนวน 32 คน

กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความสามารถในการคิดตามประสบการณ์ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 21 ถึง 41 มีจำนวน 37 คน

3. ในการคัดเลือกข้อกระทงที่สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณสถิติที่เพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถิติที่ พบว่า ข้อกระทงทั้ง 15 ข้อ ผ่านการเกณฑ์การคัดเลือก

4. ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงของข้อกระทงในองค์ประกอบการชอบคิดตามเหตุผล โดยรวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการคำนวณสถิติที่ซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ทั้งหมด จำนวน 15 ข้อ มาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นทั้งหมดของมาตร (CITC) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง 120 คน ซึ่งข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ตามค่าวิกฤต (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าประมาณ .152 ทั้งนี้ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อพบว่า ข้อกระทงทั้งหมดผ่านเกณฑ์คัดเลือก และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ .849 (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 6)

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบความชอบคิดตามประสบการณ์ (EE)

1. ตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (missing data) ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในขั้นสร้างมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ซึ่งไม่พบว่ามีข้อมูลสูญหายจากการตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบความชอบคิดตามประสบการณ์ (EE) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของคะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัด โดยแบ่งออกเป็น

กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความชอบคิดตามประสบการณ์ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล สูงกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 50 ถึง 63 มีจำนวน 34 คน

กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมในองค์ประกอบความชอบคิดตามประสบการณ์ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 25 ถึง 41 มีจำนวน 34 คน

3. ในการคัดเลือกข้อกระทงที่สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณสถิติที (independent t-test) เพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถิติที พบว่า มีข้อกระทงที่ไม่ผ่านการเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อ 42 ดังนั้น มีข้อกระทงในองค์ประกอบความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ที่ผ่านการทดสอบสถิติที จำนวน 14 ข้อ

4. ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงของข้อกระทงในองค์ประกอบความชอบคิดตามเหตุผล โดยรวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการคำนวณสถิติทีซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ทั้งหมด จำนวน 14 ข้อ มาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นทั้งหมดของมาตร (CITC) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง 120 คน ซึ่งข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ตามค่าวิกฤต (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าประมาณ .152 ทั้งนี้ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อพบว่า ข้อกระทงทั้ง 14 ข้อ ผ่านเกณฑ์คัดเลือก และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ .832 (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 7)

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์ข้อกระทงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์

1. ตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (missing data) ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในขั้นสร้างมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ไม่พบข้อมูลสูญหายจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

2. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน มาทำการวิเคราะห์คุณภาพของข้อกระทง (item analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามผลรวมของคะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัด โดยแบ่งออกเป็น

กลุ่มสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล สูงกว่า หรือเท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 73 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 100 ถึง 126 มีจำนวน 34 คน

กลุ่มต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนรวมของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ต่ำกว่า หรือเท่ากับ เปอร์เซ็นไทล์ที่ 27 นั่นคือ เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 46 ถึง 82 มีจำนวน 33 คน

หน่วยตัวอย่างที่มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงเปอร์เซ็นไทล์ที่ 28 ถึง 72 เป็นผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 83 ถึง 99 จำนวน 53 คน

3. ในการคัดเลือกข้อกระทงที่สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำ ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณสถิติที่เพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถิติที่ พบว่า ข้อกระทงทั้ง 30 ข้อ ผ่านการเกณฑ์การคัดเลือก

4. ผู้วิจัยวิเคราะห์ความเที่ยงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลด้วยการรวบรวมข้อกระทงที่ผ่านการคำนวณสถิติที่ซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูง-ต่ำอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ทั้งหมด จำนวน 30 ข้อ มาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นทั้งหมดของมาตร (CITC) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง 120 คน ซึ่งข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ตามค่าวิกฤต (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าประมาณ .152 ทั้งนี้ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อพบว่า ข้อกระทงทั้งหมดผ่านเกณฑ์คัดเลือก และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ .95 (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 8)

5. ผู้วิจัยคัดเลือกข้อกระทงเพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการการวิจัยจริง โดยคัดเลือกให้เหลือองค์ประกอบละ 6 ข้อ รวมข้อกระทงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ที่ใช้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 12 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ .893 โดยองค์ประกอบความสามารถประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EA) จำนวน 6 ข้อ มีค่าครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ .818 ในขณะที่องค์ประกอบความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (EE) จำนวน 6 ข้อ มีค่าครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ .824

ผลการวิเคราะห์คุณภาพข้อกระทง การทดสอบความเที่ยงและความตรงของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล

ก่อนทำการวิเคราะห์ความเที่ยงและความตรงโดยรวมของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ผู้วิจัยได้ตัดหน่วยตัวอย่างออกไปจำนวน 1 คน เนื่องจากพบข้อมูลสูญหายของข้อกระทงในองค์ประกอบความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

จากแนวทางการวิเคราะห์คุณภาพมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล และการวิเคราะห์มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 1 พบว่า ข้อกระทงเริ่มต้น จำนวน 59 ข้อ แบ่งออกเป็นข้อคำถามของรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล รวม 30 ข้อ ซึ่งพบว่ามีความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คในระดับสูง ($\alpha = .910$) และเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในแบบแยกองค์ประกอบ พบว่า ความสามารถประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RA) จำนวน 15 ข้อ ($\alpha = .845$) และความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RE) จำนวน 15 ข้อ ($\alpha = .868$) มีค่าความสอดคล้องภายในในระดับสูงเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องภายในของข้อกระทงจากมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ รวม 29 ข้อ พบว่า มีค่าความสอดคล้องภายในในระดับสูง ($\alpha = .909$) และเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในแบบแยกองค์ประกอบ พบว่า ความสามารถประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EA) จำนวน 15 ข้อ ($\alpha = .849$) และความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EA) จำนวน 14 ข้อ ($\alpha = .832$) มีค่าความสอดคล้องภายในในระดับสูงเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามเพื่อความเหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อกระทงเพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการวิจัยให้เหลือเพียงองค์ประกอบละ 6 ข้อ รวมเป็นจำนวน 24 ข้อ และกำหนดให้เป็นการวิเคราะห์ครั้งที่ 2 ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน และความสอดคล้องภายใน ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ครั้งที่ 1 และ 2
มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลได้ตามตารางที่ 15

ตารางที่ 15

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสอดคล้องภายใน ของมาตรวัดรูปแบบการประมวล
ข้อมูล ครั้งที่ 1 และ 2 (N = 119)

ผลการวิเคราะห์ ครั้งที่ 1 (จำนวน 59 ข้อ)					
REI scale	Min	Max	M	SD	α
Rational	70	135	105.8	13.339	.910
RA	36	69	53.53	6.686	.845
RE	34	67	52.06	7.924	.868
Experiential	46	126	87.90	13.985	.909
EA	21	63	46.13	7.727	.849
EE	25	63	41.77	7.092	.832
ผลการวิเคราะห์ ครั้งที่ 2 (จำนวน 24 ข้อ)					
REI scale	Min	Max	M	SD	α
Rational	27	57	42.23	6.433	.882
RA	12	30	20.55	3.571	.849
RE	13	28	21.68	3.633	.820
Experiential	16	53	36.15	7.144	.893
EA	6	25	17.03	3.788	.818
EE	9	28	19.13	3.890	.824

เพื่อความเหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อกระทงเพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการวิจัยให้เหลือเพียงองค์ประกอบละ 6 ข้อ รวมเป็นจำนวน 24 ข้อ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 2 พบว่า ข้อคำถามของรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล รวม 12 ข้อ มีค่าความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คในระดับสูง ($\alpha = .882$) และเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในแบบแยกองค์ประกอบ พบว่า ความสามารถประมวลข้อมูล

ตามเหตุผล (RA) จำนวน 6 ข้อ ($\alpha = .849$) และความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RE) จำนวน 6 ข้อ ($\alpha = .820$) มีค่าความสอดคล้องภายในในระดับสูงเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องภายในของข้อกระทงจากมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ รวม 12 ข้อ พบว่า มีค่าความสอดคล้องภายในในระดับสูง ($\alpha = .893$) และเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในแบบแยกองค์ประกอบ พบว่า ความสามารถประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EA) จำนวน 6 ข้อ ($\alpha = .818$) และความชอบประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EA) จำนวน 6 ข้อ ($\alpha = .824$) มีค่าความสอดคล้องภายในในระดับสูงเช่นเดียวกัน ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสอดคล้องภายใน ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล ครั้งที่ 1 และ 2 มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลได้ตามตารางที่ 15

โดยสามารถสังเกตได้ว่าแม้ผู้วิจัยจะลดจำนวนข้อกระทงลงเหลือเพียง 24 ข้อ แต่ค่าความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คของมาตรวัดฉบับนี้ ยังคงมีค่าความสอดคล้องภายในในระดับสูง ไม่แตกต่างจากผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในของข้อกระทงเริ่มต้นจำนวน 59 ข้อ มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงพิจารณาว่าข้อกระทงทั้ง 24 ข้อนี้ ไปตรวจสอบคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ความตรงในขั้นต่อไป

ตารางที่ 16

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภายในมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล 4 องค์ประกอบ จำนวน 24 ข้อ เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเหมือน (N = 119)

REI scale	R	RA	RE	E	EA	EE	M	SD
Rational	1	.891**	.895**	-.188*	-.142	-.207*	42.225	6.433
RA	.891**	1	.595**	-.136	-.90	-.162	20.550	3.571
RE	.895**	.595**	1	-.200*	-.163*	-.208*	21.675	3.633
Experiential	-.188*	-.136	-.200*	1	.929**	.934**	36.150	7.144
EA	-.142	-.090	-.163*	.929**	1	.736**	17.025	3.778
EE	-.207*	-.162*	-.208*	.934**	.736**	1	19.125	3.890

หมายเหตุ Rational และ R คือ รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล RA คือ ความสามารถประมวลข้อมูลตามเหตุผล, RE คือ ความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล, Experiential และ E คือ รูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์, EA คือ ความสามารถประมวลข้อมูลตาม

ประสพการณ์, EE คือ ความชอบประมวลข้อมูลตามประสพการณ์, ตัวเลขในแนวทแยง คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของแต่ละองค์ประกอบ,

** $p < .01$, หนึ่งหาง., * $p < .05$, หนึ่งหาง

จากรายงานการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลของ Pacini และ Epstein (1999) ได้เสนอแนะเพิ่มเติมถึงการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภายในมาตรวัด ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสพการณ์ พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานของ Pacini และ Epstein (1999) นั่นคือ รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลมีสหสัมพันธ์กับรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสพการณ์ ในระดับปานกลาง ทิศทางลบ ($r = -0.188, p < .05$)

เมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและองค์ประกอบย่อย พบว่า มีสหสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางบวก เช่นเดียวกันเมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสพการณ์และองค์ประกอบย่อย พบว่า มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางบวก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบความสามารถประมวลข้อมูลตามเหตุผลและความสามารถประมวลข้อมูลตามประสพการณ์ ไม่พบว่า มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ($r = -0.090, p < .05$) แตกต่างจากการพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผลและความชอบประมวลข้อมูลตามประสพการณ์ที่พบว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -0.208, p < .05$)

จากผลการวิเคราะห์มาตรวัดความนับถือโชคกลางข้างต้น ผู้วิจัยได้นำข้อกระทงทั้ง 24 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ มาทดสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct validity) ของมาตรโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติลิสเรล (LISREL) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลมีค่าไคว-สแควร์ เท่ากับ 5.71 ที่องศาอิสระเท่ากับ 2 และค่าไคว-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ($p = .058$) โดยค่ารากที่สองของความคาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .125 และค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .977 ดังนั้นโมเดลการวิเคราะห์มาตรวัดความนับถือโชคกลางนี้จึงมีความเหมาะสม (fit) สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ดูภาพที่ ค 1 ภาคผนวก ค)

4. ภาพโฆษณา

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องการควบคุมอิทธิพลจากความคุ้นเคยในตราสินค้า (brand familiarity) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (Dick, Jain & Richardson, 1995) ดังนั้นเพื่อลดตัวแปรแทรกซ้อนเกี่ยวกับความคุ้นเคยในตราสินค้า ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องกำหนดตราสินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ขึ้นมาใหม่เพื่อใช้ในการทดลอง ทั้งนี้ในการสร้างชิ้นงานโฆษณาจำเป็นต้องมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญ รวมถึงในการสร้างชิ้นงานโฆษณานั้นจำเป็นต้องมีคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประกอบภาพโฆษณาเพื่อสื่อสารกับผู้รับสารโฆษณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเพื่อให้ชิ้นงานโฆษณาเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการสร้างภาพโฆษณาออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการสร้างภาพโฆษณา

ขั้นที่ 2 การพิจารณาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 3 การพัฒนาภาพโฆษณา

ขั้นที่ 4 การตรวจสอบคุณภาพของภาพโฆษณา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการสร้างภาพโฆษณา

- 1) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามสำหรับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญ โดยแบบสอบถามสำหรับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์กลุ่มของขวัญนั้น มี 2 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

แบบสอบถามพฤติกรรมการเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่น (ดู ภาคผนวก ง)

แบบสอบถามพฤติกรรมการเลือกซื้อของขวัญให้กับตนเอง (ดู ภาคผนวก ง)

- 2) นำแบบสอบถามแบบสอบถามพฤติกรรมการเลือกซื้อของขวัญทั้งสองรูปแบบข้างต้นไปเก็บข้อมูลกับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาจิตวิทยาในชีวิตประจำวันและการทำงาน จำนวน 70 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถาม

พฤติกรรมกรรมการเลือกชื่อของขวัญให้ตนเอง จำนวน 35 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการเลือกชื่อของขวัญให้ผู้อื่น จำนวน 35 คน

- 3) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแต่ละข้อคำถาม จากนั้นรวบรวมข้อมูลความถี่เพื่อคัดเลือกตัวแทนผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการเป็นของขวัญมา 3 ประเภท และเป็นตัวแทนสินค้าประเภทของขวัญที่จะถูกนำไปสร้างเป็นภาพโฆษณาต่อไป ซึ่งจากการรวบรวมความถี่ในการตอบ พบว่า ตัวแทนผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการเป็นของขวัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกาย (ร้อยละ 32), อาหาร (ร้อยละ 24), เครื่องเขียน (20), อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (11) และ อื่นๆ (13) เช่น การชมภาพยนตร์, การท่องเที่ยว, หนังสือ, เกมคอมพิวเตอร์, ตุ๊กตา และการดาวน์โหลดเพลง เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกาย, อาหาร และเครื่องเขียน มาเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์สำหรับการพัฒนาภาพโฆษณาต่อไป

ขั้นที่ 2 การพิจารณาคูณสมบัติของผลิตภัณฑ์

- 1) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามการพิจารณาคูณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท ได้แก่ เสื้อเชิ้ต เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกาย, ช็อกโกแลต เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร และปากกา เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเขียน โดยแบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็นแบบสอบถามฉบับกระดาษ จำนวน 20 ฉบับ และมีลักษณะเป็นแบบสอบถามฉบับออนไลน์ 10 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยได้ส่งให้กับผู้ที่มีความสนใจในการตอบแบบสอบถาม รวมเป็นจำนวน 30 คน
- 2) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลความถี่จากแบบสอบถามการพิจารณาคูณสมบัติของผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงคัดเลือกข้อมูลคูณสมบัติ จำนวน 5 คูณสมบัติของแต่ละผลิตภัณฑ์จากแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการพิจารณาสร้างภาพโฆษณา

ขั้นที่ 3 การพัฒนาภาพโฆษณา

เนื่องจากชิ้นงานโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นการพัฒนาเครื่องมือจึงต้องดำเนินการเหมาะสมตามกระบวนการวิจัยโดยผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการพัฒนาชิ้นงานโฆษณาออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) ผู้วิจัยออกแบบคำโฆษณา และกำหนดคุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ในการสร้างภาพโฆษณา โดยคุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการพัฒนาชิ้นงานโฆษณา ชั้นที่ 2
- 2) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติเรื่องไซคกลางที่เหมาะสมสำหรับการใช้ประกอบการออกแบบโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์
- 3) ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพโฆษณาร่วมปรึกษากันเพื่อสร้างชิ้นงานโฆษณาสำหรับใช้ในการวิจัย
- 4) ในการวางเงื่อนไขสินค้าที่จะนำมาเสนอในชิ้นงานโฆษณานั้น ผู้วิจัยได้เลือกสร้างตราสินค้า (brand logo) ขึ้นมาใหม่เพื่อความอ่อนไหวต่อการรับรู้ตราสินค้า (brand sensitive) (Bristow & Asquith, 1999) และลดการรับรู้ความคุ้นเคยกับตราสินค้า (brand familiarity) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
- 5) ผู้วิจัยสร้างภาพโฆษณาออกเป็น 2 ภาพ ต่อผลิตภัณฑ์ 1 ประเภท
 - 5.1) ผู้วิจัยสร้างเงื่อนไขให้กับภาพโฆษณา แบ่งออกเป็น ภาพโฆษณาเงื่อนไขควบคุม และภาพโฆษณาเงื่อนไขไซคกลาง
 - 5.2) ผู้วิจัยกำหนดให้ภาพโฆษณาเงื่อนไขไซคกลางและภาพโฆษณาเงื่อนไขควบคุม แสดงคุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์เหมือนกัน 5 ข้อ และกำหนดให้บริบทของภาพโฆษณามีความเหมือนกัน (constant picture)
 - 5.3) ผู้วิจัยสร้างความแตกต่างให้กับเงื่อนไขไซคกลาง โดย
 - การเพิ่มลักษณะที่แสดงถึงไซคกลางไว้บนตัวผลิตภัณฑ์
 - การเพิ่มคำโฆษณาเกี่ยวกับคุณสมบัติด้านไซคกลางของตัวผลิตภัณฑ์
- 6) ผู้วิจัยส่งภาพโฆษณาฉบับจริงให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อการวิจัยทางจิตวิทยา (ดู ภาคผนวก ง ภาพ ง 1, ภาพ ง 2, ภาพ ง 3, ภาพ ง 4, ภาพ ง 5 และภาพ ง 6)

ขั้นที่ 4 การตรวจสอบคุณภาพของภาพโฆษณา

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของชิ้นงานโฆษณาว่าเป็นไปตามเงื่อนไขการทดลองหรือไม่ ซึ่งมีวิธีดำเนินการ ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานโฆษณา โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับแบบสอบถาม สำหรับการประเมินชิ้นงานโฆษณาของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 ประเภท โดยแต่ละผลิตภัณฑ์จะประกอบไปด้วยชิ้นงานโฆษณา 2 ชิ้นที่แตกต่างกันตามเงื่อนไขควบคุม และเงื่อนไขโซคกลาง
- 2) ผู้วิจัยเสนอแบบสอบถามสำหรับตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานโฆษณาให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน
- 3) ผู้วิจัยรวบรวมคำตอบจากแบบสอบถามสำหรับตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานโฆษณา โดยพิจารณาจากคำตอบต่อไปนี้
 - กลุ่มตัวอย่างระบุว่าภาพโฆษณาเงื่อนไขโซคกลางมีความแตกต่างกันจากภาพโฆษณาเงื่อนไขควบคุม
 - กลุ่มตัวอย่างระบุว่าภาพโฆษณาเงื่อนไขโซคกลางต้องการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และความนับถือโซคกลาง

ทั้งนี้หากกลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 80 ในขั้นการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของชิ้นงานโฆษณาระบุว่าภาพโฆษณาเงื่อนไขควบคุมและภาพโฆษณาเงื่อนไขโซคกลางมีความแตกต่างกันในเรื่องการพยายามนำเสนอความเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อเรื่องโซคกลางกับตัวผลิตภัณฑ์แล้วถือว่าภาพโฆษณาที่สร้างขึ้นนั้นมีคุณภาพเพียงพอในการสื่อความหมายเรื่องโซคกลางและมีความเหมาะสมเพียงพอสำหรับใช้ในการวิจัย ซึ่งจากผลการทดสอบคุณภาพและความสามารถในการสื่อความหมายของภาพโฆษณาทั้ง 6 ภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน สามารถรับรู้ความแตกต่างระหว่างภาพโฆษณาทั้ง 2 ภาพ และเข้าใจว่าภาพสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ

5. แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ร่วมการทดลองประเมินแนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าตามเงื่อนไขการให้ โดยแบ่งออกเป็นเงื่อนไขการให้ของขวัญตนเองและเงื่อนไขการให้ของขวัญผู้อื่น ประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

- 1) ผู้วิจัยออกแบบคำถามและรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อการตัดสินใจเลือกของขวัญในภาพโฆษณา ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น และตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง โดยผู้วิจัยเสนอแบบสอบถามและภาพชิ้นงานโฆษณาให้กับผู้เชี่ยวชาญทางด้านงานโฆษณาพิจารณาความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นชิ้นงานโฆษณา
- 2) ผู้วิจัยเสนอแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านงานโฆษณาให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกระบวนการวิจัยตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถามและภาพโฆษณาในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยทางจิตวิทยา
- 3) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเองและแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น (ดู ภาคผนวก ง ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น และ ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง)

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน และตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลโดยใช้สัญลักษณ์แทนความหมายต่างๆต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไข
N	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย
M	หมายถึง	ค่ามัธยฐานเลขคณิต
SD	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุ
SE	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ถดถอย (B)
b_1	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกำกับและตัวแปรตาม
b_2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม
b_3	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความสัมพันธ์เมื่อตัวแปรอิสระทำปฏิสัมพันธ์กับตัวแปรกำกับที่ส่งผลต่อตัวแปรตามตัวแปรตาม

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัย

ผู้ร่วมการวิจัย เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้ทำการขอความร่วมมือจากทั้งในชั้นเรียน และบริเวณโอบรอบมหาวิทยาลัย รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 185 คน โดยแบ่งเป็นเพศหญิง 130 คน และ เพศชาย 55 คน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 17

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัย (N = 185)

ลักษณะจำแนก	M	SD	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ				
ชาย			55.0	29.7
หญิง			130.0	70.3
รวม	1.70	4.58	185	100
อายุ (ปี)				
18 – 19			76	41.1
20 – 21			89	48.1
22 – 23			20	10.8
รวม	19.84	1.31	185	100
คณะ				
บัญชี			7	3.8
สหเวชศาสตร์			9	4.9
อักษรศาสตร์			16	8.6
ทันตแพทยศาสตร์			30	16.2
เศรษฐศาสตร์			15	8.1
ครุศาสตร์			20	10.8
วิศวกรรมศาสตร์			16	8.6
นิติศาสตร์			8	4.3
รัฐศาสตร์			12	6.5
จิตวิทยา			23	12.4
วิทยาศาสตร์			21	11.4
วิทยาศาสตร์การกีฬา			4	2.2
สัตวแพทยศาสตร์			4	2.2
รวม	8.45	3.58	185	100

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ลักษณะจำแนก	M	SD	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปี (ปริญญาตรี)				
ชั้นปีที่ 1			57.0	30.8
ชั้นปีที่ 2			54.0	29.2
ชั้นปีที่ 3			32.0	17.3
ชั้นปีที่ 4			42.0	22.7
รวม	2.32	1.14	185	100
ศาสนา				
ศาสนาพุทธ			173	93.5
ศาสนาคริสต์			4	2.2
ศาสนาอิสลาม			6	3.2
อื่นๆ			2	1.1
รวม	1.12	.49	185	100

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้มาตรวัดบุคลิกภาพ 3 มาตรวัดด้วยกัน ได้แก่ มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 21 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบเลือกตอบสองตัวเลือก, มาตรวัดความนับถือใตกลางจำนวน 22 ข้อ และมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล จำนวน 24 ข้อ ทั้งสองมาตรมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ

1. จากการตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (missing data) เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 191 คน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามสูญหาย จำนวน 6 คน โดยผู้วิจัยพิจารณาว่าจำนวนขาดหายไปส่งผลกระทบต่อการศึกษาทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยจึงพิจารณาตัดข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงเหลือกลุ่มตัวอย่างซึ่งนำข้อมูลไปใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 185 คน

2. จากการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณก่อนทำการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation) ของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอย

พหุคูณของทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตามทั้งหมด 5 ตัว ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ โดยมีค่าระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีค่าต่ำกว่า .80 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง.022 ถึง .329

ตารางที่ 18

ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	M	SD	ตัวแปร				
			1	2	3	4	5
1.ความนับถือใจกลาง	2.383	.691	1	-.231**	-.139	.126	.155*
2.การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน	.683	.180	-.231**	1	.329**	-.057	.022
3.การประมวลข้อมูลตามเหตุผล (R)	3.474	.607	-.139	.329**	1	.040	-.049
4.การประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (E)	3.244	.512	.126	-.057	.040	1	-.023
5.การเลือกสินค้าใจกลาง	.5477	.365	.155*	.022	-.049	-.023	1

N = 185, * $p < .05$, สองหาง ** $p < .01$, สองหาง

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์ขนาดความสัมพันธ์ตามหลักเกณฑ์การแปลความหมายสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Cohen และคณะ (2013) โดยพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังนี้

ตัวแปรความนับถือใจกลาง มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรการอ้างอิงแหล่งควบคุมและการเลือกสินค้าใจกลางอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้จากการทดสอบพบว่า ตัวแปรความนับถือใจกลางมีสหสัมพันธ์กับตัวแปรการอ้างอิงแหล่งควบคุมที่ขนาดสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ $-.231$ ($p < .01$, สองหาง) นั่นคือ ความนับถือใจกลางและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในมีความสัมพันธ์กันทางลบอย่างมีนัยสำคัญที่ขนาดความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งผลการทดสอบพบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าของ Toyback (1988) ซึ่งระบุว่า ผู้ที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในต่ำมักจะมีลักษณะการนับถือใจกลางสูง เนื่องจากกลุ่มที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในต่ำ หรือ กลุ่มที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในสูงนั้น จะมีลักษณะการ

ให้เหตุผลของสิ่งต่างๆโดยอิงจากสภาพแวดล้อมมากกว่าตนเอง ซึ่งเป็นวิธีคิดที่คล้ายคลึงกับสิ่งที่มีลักษณะการนับถือเรื่องโชคกลางสูงใช้ในกระบวนการคิด ตัดสินใจ และให้เหตุผลกับการเกิดปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ต่างๆ รวมถึงงานวิจัยของ King และคณะ (2007) ซึ่งระบุว่า บุคคลที่มีระดับการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในสูง จะเชื่อในเรื่องโชคกลางน้อยกว่าบุคคลที่มีระดับการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอกสูง

ตัวแปรความนับถือโชคกลาง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกสินค้าโชคกลางอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้จากการทดสอบ พบว่า ตัวแปรความนับถือโชคกลางมีสหสัมพันธ์กับตัวแปรการเลือกสินค้าโชคกลางที่ขนาดสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .155 ($p < .05$, สองหาง) หรือ มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ขนาดความสัมพันธ์ระดับต่ำ นั่นคือ ผู้ที่มีความนับถือโชคกลางสูงจะมีแนวโน้มในการเลือกสินค้าโชคกลางเพื่อเป็นของขวัญในระดับสูง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเลือกสินค้าโชคกลางและตัวแปรอื่นๆ พบว่า ตัวแปรการเลือกสินค้าโชคกลางมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับตัวแปรความนับถือโชคกลางเท่านั้น นั่นคือความนับถือโชคกลางเป็นตัวแปรบุคลิกภาพเพียงตัวแปรเดียวในการทดลองครั้งนี้ที่มีแนวโน้มในการทำนายการเลือกสินค้าโชคกลางได้ ซึ่งผลการทดสอบพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้บริโภค (consumer personality) รวมถึงงานวิจัยก่อนหน้าที่ระบุว่าผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สอดคล้องกับลักษณะบุคลิกภาพของตนเอง (identity consistence product) (Ward & Broniarczyk, 2011)

ตัวแปรการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปรการประมวลข้อมูลตามเหตุผลอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้จากผลการทดสอบ พบว่า ตัวแปรการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในมีสหสัมพันธ์กับตัวแปรการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ที่ขนาดสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .329 ($p < .01$, สองหาง) นั่นคือ การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในและการประมวลข้อมูลตามเหตุผล มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ขนาดความสัมพันธ์ระดับปานกลาง นั่นคือ ผู้ที่มีลักษณะการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในสูงจะมีลักษณะการประมวลข้อมูลตามเหตุผลสูงด้วย

สิ่งที่น่าสนใจจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในครั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในขั้นการเก็บกลุ่มตัวอย่างจริงนั้นไม่พบความสัมพันธ์ทางลบระหว่างตัวแปรการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ แตกต่างจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสองตัวแปรนี้ในขั้นการพัฒนามาตรที่พบว่าทั้งสองตัวแปรนี้มี

ความสัมพันธ์กันทางลบที่ขนาดสหสัมพันธ์ เท่ากับ $-.188$ ($p < .05$, สองหาง) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากภาวะสันนิษฐานของทฤษฎีรูปแบบการประมวลข้อมูล โดย Pacini และ Epstein (1999) ระบุว่า มโนทัศน์ของรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์นั้น เป็นมโนทัศน์ที่แยกกัน นั่นคือ ในบุคคลหนึ่งคนสามารถมีทั้งลักษณะรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ในคนเดียวกัน อาจจะมีทั้งสองลักษณะในระดับสูงทั้งคู่ ต่ำทั้งคู่ หรือลักษณะหนึ่งสูงอีกลักษณะหนึ่งต่ำก็ได้เช่นกัน ดังนั้นจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ในครั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะทั้งสองอย่างสูง นั่นคือ เป็นผู้ที่ชอบคิดหรือมีความสามารถในการคิดตามเหตุผลและตามประสบการณ์ในระดับสูงทั้งคู่

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression) โดยมีตัวแปรกำกับ (moderator) ส่งผลต่อการเกิดของตัวแปรตาม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้คำสั่งในโปรแกรม PROCESS (Hayes, 2013) มาเป็นเครื่องมือในการทดสอบสมมติฐานซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบความสัมพันธ์ที่ 1 (Model 1) ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 1 ตัว ตัวแปรกำกับ 1 ตัว (moderator) และตัวแปรตาม 1 ตัว โดยวิเคราะห์เฉพาะอิทธิพลทางตรงและปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับในการอธิบายตัวแปรตาม อย่างไรก็ตามเนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้กำหนดให้สถานการณ์การเลือกของขวัญเป็นตัวแปรอิสระ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดตัวแปรกำกับให้เป็นตัวแปรดัมมี่ (dummy variable) โดยกำหนดให้เงื่อนไขการซื้อของขวัญให้ผู้อื่น เท่ากับ 1 และเงื่อนไขการซื้อของขวัญให้ตนเอง เท่ากับ 0 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการทดสอบสมมติฐานออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานที่ 1 นั่นคือ การให้ของขวัญและความนับถือโชคกลาง มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคกลาง โดยการพิจารณาผลการวิเคราะห์ได้แก่

การทดสอบการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการให้ของขวัญและความนับถือโชคกลางว่าสามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคกลางเพื่อเป็นของขวัญหรือไม่

ตารางที่ 19

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

		Coeff.	SE	t	p
สมมติฐานที่ 1					
$R^2 = .3713$, $MSE = .0851$					
Intercept	i_1	.5490	.0215	25.5758	<.001
การให้ของขวัญ (X)	b_1	.4253	.0429	9.9052	<.001
ความนับถือโซเชียล (M)	b_2	.0665	.0312	2.1309	<.05
$X \times M$	b_3	-.0854	.0624	-1.3682	.1730
สมมติฐานที่ 2					
$R^2 = .3531$, $MSE = .0875$					
Intercept	i_1	.5454	.0219	24.9482	<.001
การให้ของขวัญ (X)	b_1	.4325	.0437	9.8905	<.001
การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (M)	b_2	-.0893	.1226	-.7282	.4674
$X \times M$	b_3	.2633	.2456	1.0718	.2853
สมมติฐานที่ 3					
$R^2 = .3686$, $MSE = .0854$					
Intercept	i_1	.5443	.0216	25.2052	<.001
การให้ของขวัญ (X)	b_1	.4368	.0432	10.1135	<.001
การประมวลข้อมูลตามเหตุผล (M)	b_2	-.0629	.0357	-1.7612	.0799
$X \times M$	b_3	.1177	.0714	1.6485	.1010
สมมติฐานที่ 4					
$R^2 = .3532$, $MSE = .0875$					
Intercept	i_1	.5475	.0218	25.1685	<.001
การให้ของขวัญ (X)	b_1	.4295	.0435	9.8697	<.001
การประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (M)	b_2	-.0243	.0427	-.5694	.5698
$X \times M$	b_3	.0972	.0856	1.1362	.2574

สมมติฐานที่ 1 การให้ของขวัญและความนับถือโชคกลาง มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคกลาง

ผลการทดสอบพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน จากผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยโดยมีระดับความนับถือโชคกลางเป็นตัวแปรกำกับ และการให้ของขวัญเป็นตัวแปรอิสระ พบว่า การให้ของขวัญและระดับความนับถือโชคกลาง ไม่มีปฏิสัมพันธ์กัน ($b_3 = -.0854$, $p = .1730$) ในการร่วมอธิบายการตัดสินใจเลือกสินค้าโชคกลาง ทั้งนี้เมื่อทำการวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลของความนับถือโชคกลางต่อการเลือกสินค้าโชคกลาง พบว่า ความนับถือโชคกลางสามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคกลาง โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ $.0665$ ($p < .05$) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่าตัวแปรหลักที่ทำให้เกิดการเลือกสินค้าโชคกลางในโมเดลนี้ คือ เงื่อนไขการให้ของขวัญผู้อื่น ซึ่งสามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคกลางที่ขนาดอิทธิพล เท่ากับ $.4253$ ($p < .001$) นั่นคือ การให้ของขวัญผู้อื่นสามารถทำนายการเลือกสินค้าโชคกลางเพื่อเป็นของขวัญได้

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งโมเดล พบว่า ตัวแปรการให้ของขวัญผู้อื่นและระดับความนับถือโชคกลางสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกสินค้าโชคกลางได้ร้อยละ 37.13 ($F(181) = 35.6277$, $p < .001$)

สมมติฐานที่ 2 การให้ของขวัญและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคกลาง

ผลการทดสอบพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน จากผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยโดยมีระดับการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในเป็นตัวแปรกำกับ และการให้ของขวัญเป็นตัวแปรอิสระ พบว่า การให้ของขวัญและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน ไม่มีปฏิสัมพันธ์กัน ($b_3 = .2633$, $p = .2853$) ในการร่วมอธิบายการตัดสินใจเลือกสินค้าโชคกลาง ทั้งนี้เมื่อทำการวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลของการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน พบว่า การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในไม่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคกลาง ($b_2 = -.0893$, $p = .46740$) ในขณะที่ตัวแปรหลักที่ทำให้เกิดการเลือกของขวัญโชคกลางในโมเดลนี้ คือ เงื่อนไขการให้ของขวัญผู้อื่น ซึ่งสามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคกลางที่ขนาดอิทธิพล เท่ากับ $.4325$ ($p < .001$) นั่นคือ การให้ของขวัญผู้อื่นสามารถทำนายการเลือกสินค้าโชคกลางเพื่อเป็นของขวัญได้

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งโมเดล พบว่า ตัวแปรการให้ของขวัญผู้ขึ้นและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกสินค้าโชคลางได้ร้อยละ 35.31 ($F(181) = 32.939, p < .001$)

สมมติฐานที่ 3 การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามเหตุผล มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

ผลการทดสอบพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน จากผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยโดยมีการประมวลข้อมูลตามเหตุผลเป็นตัวแปรกำกับ และการให้ของขวัญเป็นตัวแปรอิสระ พบว่า การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามเหตุผลไม่มีปฏิสัมพันธ์กัน ($b_3 = .0972, p = .1010$) ในการร่วมอธิบายการตัดสินใจเลือกสินค้าโชคลาง ทั้งนี้เมื่อทำการวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลของการประมวลข้อมูลตามเหตุผลต่อการเลือกสินค้าโชคลาง พบว่า การประมวลข้อมูลตามเหตุผลไม่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคลาง ($b_2 = -.0629, p = .0799$) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่าตัวแปรหลักที่ทำให้เกิดการเลือกสินค้าโชคลางในโมเดลนี้ คือ เงื่อนไขการให้ของขวัญผู้ขึ้น ซึ่งสามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคลางที่ขนาดอิทธิพล เท่ากับ .4368 ($p < .001$) นั่นคือ การให้ของขวัญผู้ขึ้นสามารถทำนายการเลือกสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญได้

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งโมเดล พบว่า ตัวแปรการให้ของขวัญผู้ขึ้นและการประมวลข้อมูลตามเหตุผลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกสินค้าโชคลางได้ร้อยละ 36.86 ($F(181) = 35.225, p < .001$)

สมมติฐานที่ 4 การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

ผลการทดสอบพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน จากผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยโดยมีการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์เป็นตัวแปรกำกับ และการให้ของขวัญเป็นตัวแปรอิสระ พบว่า การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ไม่มีปฏิสัมพันธ์กัน ($b_3 = .1177, p = .2574$) ในการร่วมอธิบายการตัดสินใจเลือกสินค้าโชคลาง ทั้งนี้เมื่อทำการวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลของการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ต่อการเลือกสินค้าโชคลาง พบว่า การประมวลข้อมูลตาม

ประสบการณ์ไม่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคลาง ($b_2 = -.0243, p = .5698$) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่าตัวแปรหลักที่ทำให้เกิดการเลือกสินค้าโชคลางในโมเดลนี้คือ เงื่อนไขการให้ของขวัญ ซึ่งสามารถส่งอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าโชคลางที่ขนาดอิทธิพล เท่ากับ $.4295 (p < .001)$ นั่นคือ การให้ของขวัญผู้อื่นสามารถทำนายการเลือกสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญได้

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งโมเดล พบว่า ตัวแปรการให้ของขวัญผู้อื่นและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกสินค้าโชคลางได้ร้อยละ 35.32 ($F(181) = 32.943, p < .001$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพิ่มเติม

เนื่องจากในแบบทดสอบการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่น และแบบสอบถามการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง (ดู ภาคผนวก ง) ผู้วิจัยได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยทั้งเงื่อนไขการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้ตนเองและเงื่อนไขการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่น ทั้ง 185 คน ระบุราคาของสินค้าในภาพโฆษณาทั้ง 6 ภาพ ว่าสินค้าในแต่ละภาพควรมีราคาเท่าไร ซึ่งผลการทดสอบดังนี้

ผลิตภัณฑ์ในภาพ เสื้อเชิ้ต 1 ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีการระบุราคาตั้งแต่ 100 ถึง 1900 บาท โดยมูลค่า 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าควรเป็นราคาของเสื้อเชิ้ต 1 ได้แก่ ราคา 500 บาท (19 คน หรือ ร้อยละ 10.3), ราคา 300 บาท (16 คน หรือร้อยละ 8.6) และราคา 400 บาท (11 คนหรือร้อยละ 5.9) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ในภาพ เสื้อเชิ้ต 2 ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีการระบุราคาตั้งแต่ 90 บาท ถึง 7000 บาท โดยมูลค่า 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าควรเป็นราคาของเสื้อเชิ้ต 2 ได้แก่ ราคา 500 บาท (17 คน หรือ ร้อยละ 9.2), ราคา 400 บาท (12 คน หรือ ร้อยละ 6.5), ราคา 800 บาท (10 คน หรือ ร้อยละ 5.4) และ 450 บาท (10 คน หรือ ร้อยละ 5.4) ทั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างราคาของสินค้าในภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 1 และเสื้อเชิ้ต 2 โดยพบว่า มีผู้ที่ระบุให้สินค้าในภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 1 มีราคาสูงกว่าสินค้าในภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 2 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7 โดยมีความแตกต่างตั้งแต่ 100 บาท ถึง 897 บาท โดยมูลค่าความแตกต่าง 3 ลำดับแรก ได้แก่ เสื้อเชิ้ต 1 ราคาสูงกว่า เสื้อเชิ้ต 2 อยู่ 100 บาท (4 คน หรือร้อยละ 2.2) และ 200 บาท (3 คน หรือร้อยละ 1.6) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมยังพบว่า มีผู้ที่ระบุให้กลุ่มตัวอย่างในภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 2 มีราคาสูงกว่าสินค้าในภาพโฆษณา

เสื้อเชิ้ต 1 จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 โดยมีความแตกต่างตั้งแต่ 1 บาท ถึง 500 บาท โดยส่วนใหญ่ระบุให้เสื้อเชิ้ต 2 แพงกว่าเสื้อเชิ้ต 1 อยู่ที่ 100 บาท (21 คน หรือ ร้อยละ 11.4), 50 บาท (17 คน หรือ ร้อยละ 9.2) และ 500 บาท (11 คน หรือ ร้อยละ 5.9) อย่างไรก็ตามยังคงมีผู้ที่ระบุว่าสินค้าในภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 1 ไม่แตกต่างจากราคาสินค้าในภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต 2 จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8

ผลิตภัณฑ์ในภาพ ช็อกโกแลต 1 ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีการระบุราคาตั้งแต่ 20 ถึง 500 บาท โดยมูลค่า 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าควรเป็นราคาของช็อกโกแลต 1 ได้แก่ ราคา 100 บาท (27 คน, ร้อยละ 14.6), ราคา 200 บาท (17 คน, ร้อยละ 9.2) และราคา 50 บาท (16 คน, ร้อยละ 8.6) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ในภาพ ช็อกโกแลต 2 ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีการระบุราคาตั้งแต่ 25 ถึง 950 บาท โดยมูลค่า 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าควรเป็นราคาของช็อกโกแลต 2 ได้แก่ ราคา 150 บาท (14 คน, ร้อยละ 7.6), ราคา 120 บาท (14 คน, ร้อยละ 7.6), ราคา 100 บาท (13 คน, ร้อยละ 7.0) และราคา 200 บาท (12 คน, ร้อยละ 6.5) ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างราคาของสินค้าในภาพโฆษณาช็อกโกแลต 1 และช็อกโกแลต 2 พบว่า ผู้ที่ระบุให้สินค้าในภาพโฆษณาช็อกโกแลต 1 มีราคาสูงกว่าสินค้าในภาพโฆษณาช็อกโกแลต 2 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 โดยมีความแตกต่างตั้งแต่ 5 บาท ถึง 50 บาท โดยมูลค่าความแตกต่าง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ช็อกโกแลต 1 ราคาสูงกว่า ช็อกโกแลต 2 อยู่ 20 บาท (4 คน, ร้อยละ 2.2), 50 บาท (2 คน, ร้อยละ 1.1), 40 บาท (2 คน, ร้อยละ 1.1), 20 บาท (2 คน, ร้อยละ 1.1) และ 5 บาท (1 คน, ร้อยละ .5) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมยังพบว่า มีผู้ที่ระบุให้กลุ่มตัวอย่างในภาพโฆษณาช็อกโกแลต 2 มีราคาสูงกว่าสินค้าในภาพโฆษณาช็อกโกแลต 1 จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 โดยมีความแตกต่างตั้งแต่ 5 บาท ถึง 450 บาท โดยส่วนใหญ่ระบุให้ช็อกโกแลต 2 แพงกว่าช็อกโกแลต 1 อยู่ที่ 50 บาท (27 คน, ร้อยละ 14.6), 20 บาท (16 คน, ร้อยละ 14.1) และ 100 บาท (14 คน, ร้อยละ 7.6) อย่างไรก็ตามยังคงมีผู้ที่ระบุว่าสินค้าในภาพโฆษณาช็อกโกแลต 1 ไม่แตกต่างจากราคาสินค้าในภาพโฆษณาช็อกโกแลต 2 จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

สุดท้ายเป็นผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในภาพ ปากกา 1 ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีการระบุราคาตั้งแต่ 5 ถึง 500 บาท โดยมูลค่า 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าควรเป็นราคาของปากกา 1 ได้แก่ ราคา 20 บาท (33 คน, ร้อยละ 17.8), ราคา 50 บาท (18 คน, ร้อยละ 9.7) และราคา 30 บาท (16 คน, ร้อยละ 8.6) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ในภาพ ปากกา 2 ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีการระบุราคาตั้งแต่ 5 ถึง 100 บาท โดยมูลค่า 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

ใหญ่ระบุว่าควรเป็นราคาของปากกา 2 ได้แก่ ราคา 30 บาท (19 คน, ร้อยละ 10.3), ราคา 25 บาท (18 คน, ร้อยละ 9.7) และราคา 40 บาท (12 คน, ร้อยละ 6.5) ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างราคาของสินค้าในภาพโฆษณาปากกา 1 และปากกา 2 พบว่า มีความแตกต่างกัน โดยผู้ที่ระบุให้สินค้าในภาพโฆษณาปากกา 1 มีราคาสูงกว่าสินค้าในภาพโฆษณาปากกา 2 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 โดยมูลค่าความแตกต่าง ได้แก่ ปากกา 1 ราคาสูงกว่า ปากกา 2 อยู่ 5 บาท (2 คน, ร้อยละ 1.1) และ 10 บาท (1 คน, ร้อยละ .5) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมยังพบว่า มีผู้ที่ระบุให้กลุ่มตัวอย่างในภาพโฆษณาปากกา 2 มีราคาสูงกว่าสินค้าในภาพโฆษณาปากกา 1 จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 85.4 โดยมีความแตกต่างตั้งแต่ 1 บาท ถึง 500 บาท โดยส่วนใหญ่ระบุว่าปากกา 2 แพงกว่าปากกา 1 อยู่ที่ 10 บาท (34 คน หรือ ร้อยละ 18.4), 5 บาท (30 คน หรือ ร้อยละ 16.2) และ 20 บาท (18 คน, ร้อยละ 9.7) อย่างไรก็ตามยังคงมีผู้ที่ระบุว่าสินค้าในภาพโฆษณาปากกา 1 ไม่แตกต่างจากราคาสินค้าในภาพโฆษณาปากกา 2 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

จากผลการพิจารณาความแตกต่างของมูลค่าสินค้าในแต่ละภาพโฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าราคาสินค้าในภาพโฆษณาสินค้าไซโคลงสูงกว่าราคาสินค้าในภาพโฆษณาที่ไม่มีเรื่องความเชื่อไซโคลง เมื่อผู้วิจัยได้พิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ให้ราคาสินค้าในภาพโฆษณาสินค้าไซโคลงสูงกว่าสินค้าในภาพโฆษณาสินค้าที่ไม่มีไซโคลง พบว่า ทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน นั่นคือ ผู้ที่ให้มูลค่าสินค้าเรื่องไซโคลงสูงกว่าสินค้าที่ไม่มีไซโคลง ไม่มีความแตกต่างกับผู้ที่ให้มูลค่าสินค้าไซโคลงต่ำกว่าหรือเท่ากับสินค้าที่ไม่มีไซโคลง

บทที่ 4

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาอิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษิตามผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยสามารถอภิปรายได้ดังนี้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ถึง 4 นั้น พบว่า ตัวแปรหลักที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง คือ ตัวแปรเป้าหมายการให้ของขวัญ ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นเป็นตัวแปรเงื่อนไข ระหว่างเงื่อนไขการเลือกของขวัญให้ผู้อื่นกับการเลือกของขวัญให้กับตนเอง โดยจากผลการทดสอบ พบว่าเงื่อนไขการเลือกสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่นเป็นเงื่อนไขที่กระตุ้นให้บุคคลจะมีแนวโน้มในการใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลางมากขึ้น ซึ่งผลการทดสอบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าว่าการเลือกซื้อของขวัญเป็นสถานการณ์ที่บุคคลรับรู้ว่ามี ความสำคัญ ตัวอย่างเช่น หรือในบางสถานการณ์บุคคลรับรู้ว่าการให้ของขวัญในนั้นมีความสำคัญมาก บุคคลอาจเกิดภาวะความเครียดจากการเลือกซื้อสินค้า (consumer stress) เพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่น (St-James, 2007) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาพร้อมกับกระบวนการที่บุคคลใช้ในการเลือกซื้อสินค้านั้น พบว่า หากเป็นการเลือกซื้อสินค้าให้ผู้อื่นแล้ว บุคคลจะมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างไปจากลักษณะของตนเอง (identity contrary gift choices) นั่นคือ บุคคลมักจะ ไม่เลือกซื้อสินค้าที่ตนเองชอบให้ผู้อื่น แต่จะเลือกซื้อสินค้าที่คิดว่าผู้อื่นชอบจะชอบเพื่อป้องกันความผิดพลาดและเพื่อรักษาความสัมพันธ์ทางบวกกับผู้รับ (Chowdhury, Ratneshwar & Desai, 2009) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาพร้อมกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน โดย Hanna และ Wozniak (2001) ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา (problem recognition), การสืบค้นข้อมูล (information search), การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives), การซื้อสินค้า (purchase) และการประเมินสินค้าหลังการซื้อ (post-purchase evaluation) ซึ่งในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่นนั้น ในขั้นของการสืบค้นข้อมูล บุคคลจะมีทางเลือกสองทางในการสืบค้นข้อมูล ได้แก่ การสืบค้นข้อมูลภายใน (internal search) และการสืบค้นข้อมูลภายนอก (external search) โดยการเลือกของขวัญให้ผู้อื่นนั้น บุคคลส่วนใหญ่มักจะเลือกใช้การสืบค้น

ข้อมูลภายนอกเพื่อลดความกำกวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากในขั้นตอนที่ 1 ของการเลือกซื้อสินค้า นั่นคือ หากบุคคลตระหนักว่าการเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นในครั้งนั้นมีความสำคัญแล้ว โอกาสที่บุคคลจะพยายามหลีกเลี่ยงความผิดพลาดยิ่งมีมากขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาจากธรรมชาติของผู้ให้ของขวัญที่ต้องการให้ผู้รับเกิดความพึงพอใจจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลมีแนวโน้มในการเลือกใช้กระบวนการทางความคิดอย่างง่าย (heuristic choice) ซึ่งการเลือกซื้อสินค้าโซคกลางนั้น ถูกจัดให้เป็นทางเลือกอย่างง่ายอีกทางหนึ่งในการเลือกซื้อสินค้า โดยผลการทดสอบนี้สอดคล้องกับสมมติฐานหลักในข้างต้นที่ว่า การเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นนั้น เป็นสถานการณ์ที่สอดคล้องกับปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการใช้ความเชื่อโซคกลางในการตัดสินใจ ได้แก่ ความยากง่ายของงาน (complex task), การมีเวลาจำกัด (reaction time), การมีหลายทางเลือก (complex choice), การรับรู้ความกำกวมของสถานการณ์ (ambiguity condition) การรับรู้ความเสี่ยงจากการตัดสินใจ (risk decision), การมีตัวเลือกอิสระ (free choice) และการให้นำหนักความสำคัญของเป้าหมาย (Kramer & Block, 2008) ดังนั้นเมื่อบุคคลรู้ว่าสถานการณ์นั้นมีความสำคัญ และเมื่อบุคคลพิจารณาว่าสถานการณ์นั้นมีความสำคัญแล้ว บุคคลจะเกิดแนวโน้มในการเลือกใช้ทางเลือกในการตัดสินใจที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และความเชื่อโซคกลางหรือการเลือกนับถือโซคกลางก็ถือเป็นหนึ่งในทางเลือกที่หลากหลายนั้น

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าถึงแม้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งโมเดล (model summary) จะแสดงให้เห็นว่าการให้ของขวัญผู้อื่นจะสามารถเป็นตัวแปรอิสระที่มีปฏิสัมพันธ์กับตัวแปรกำกับ ซึ่งในที่นี้หมายถึง ตัวแปรทางบุคลิกภาพต่างๆที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความนับถือโซคกลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูล ในการส่งอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าโซคกลางได้ แต่เมื่อพิจารณาไปถึงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรกำกับแต่ละตัวกับตัวแปรตาม หรือการเลือกซื้อสินค้าโซคกลางแล้ว พบว่า ตัวแปรความนับถือโซคกลางเป็นตัวแปรกำกับเพียงตัวแปรเดียวที่ส่งอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าโซคกลาง และเป็นเพียงตัวแปรเดียวที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรการให้ของขวัญในการส่งอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าโซคกลาง นั่นคือ เมื่อบุคคลต้องการเลือกซื้อของขวัญให้ผู้อื่นแล้ว บุคคลจะมีแนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าโซคกลางมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นมีลักษณะความนับถือโซคกลางสูง เป็นต้น

นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน รูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ไม่สามารถนายการเลือกซื้อสินค้าโซคกลางได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ออกมานั้นอาจเนื่องมาจากว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน รูปแบบการประมวล

ข้อมูลตามเหตุผล และรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ ในระดับที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงภาวะสันนิษฐานของรูปแบบการประมวลข้อมูล ซึ่งมีลักษณะตรงตาม ทฤษฎีการประมวลข้อมูลแบบคู่ขนาน (Dual-process theory) ที่ระบุว่า การแบ่งกระบวนการคิด ของบุคคลออกเป็น 2 มิติ นั้น เป็นวิธีการเบื้องต้นที่นักวิจัยพยายามใช้การแบ่งความแตกต่างของ บุคคลโดยเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคคลในการประมวลข้อมูลอย่างมีเหตุผล แต่ในที่สุด แล้วทั้งรูปแบบการประมวลข้อมูลทั้ง 2 มิติ สามารถมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเมื่อจำเป็นต้องทำ การประมวลข้อมูล สอดคล้องกับทฤษฎีการประมวลข้อมูล (Rational- experiential processing system) หรือ ทฤษฎีการประมวลข้อมูลภายในตน (Cognitive-experiential self-theory: CEST) ของ Epstein และคณะ (1996) ซึ่งระบุว่า แม้รูปแบบการประมวลข้อมูลจะสามารถมาตรวัด รูปแบบการประมวลผลโดยทั่วไป (general processing) ของบุคคลได้ แต่ในความเป็นจริงแล้ว บุคคลหนึ่งคนไม่จำเป็นต้องตัดสินใจด้วยกระบวนการความคิดรูปแบบเดียวในทุกเรื่อง นั่นคือ บุคคลที่มีลักษณะของรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลสูง ไม่จำเป็นต้องตัดสินใจด้วยตรรกะ เชิงเหตุผลเสมอไป เช่นเดียวกับบุคคลที่มีลักษณะของรูปแบบการประมวลข้อมูลตาม ประสบการณ์สูงนั้น ไม่จำเป็นต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาด้วยการใช้ประสบการณ์หรือ สัญชาตญาณ (gut feelings) ต่างๆ ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเสมอไป ทั้งนี้จากการพิจารณาภาวะ สันนิษฐานของรูปแบบการประมวลข้อมูลของ Epstein และคณะ (1996) อาจสรุปได้ว่าใน สถานการณ์การให้ของขวัญผู้อื่นนั้น ทั้งบุคคลที่มีรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผลและบุคคล ที่มีรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มีกระบวนการคิดเพื่อตัดสินใจในการเลือกซื้อ ของขวัญให้กับผู้อื่นไม่แตกต่างกัน หรือใช้กระบวนการเดียวกันในการพิจารณาเลือกซื้อของขวัญ ให้ผู้อื่นนั่นเอง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทำการศึกษาอิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญ ต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ

สมมติฐาน

1. การให้ของขวัญและความนับถือโชคลาง มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง
2. การให้ของขวัญและการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง
3. การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามเหตุผล มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง
4. การให้ของขวัญและการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มีปฏิสัมพันธ์กัน ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

รูปแบบการวิจัย เป็นการศึกษาระดับสำรวจ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแบ่งเป็นเพศชายและหญิงเท่าๆกัน ที่มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 23 ปี โดยมีเงื่อนไขว่าต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อของขวัญให้ตนเองและผู้อื่น จำนวน 185 คน โดยแบ่งเป็นเพศชาย 55 คน หญิง 130 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มาตรวัดความนับถือโชคลาง (relying superstition scale) พัฒนาจากแนวคิดของ Toyback (2004), Mowen และ Carlson (2003), Wiseman และ Watts (2004) Wang, Chen และ Dong (2012) มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง โดยมีองค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ซึ่งผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษามีแนวทางการคัดเลือกองค์ประกอบจากความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ที่มุ่งศึกษาลักษณะการนับถือโชคลางของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าจะมีลักษณะเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่งตามแนวคิดของ Campbell (1994) โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมหลักเกี่ยวกับโชคลาง 2 รูปแบบ ได้แก่ ความเชื่อโชคลางทั่วไป (general superstition) และความเชื่อโชคลางแบบเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง ซึ่งมาตรวัดความนับถือโชคลางนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความเชื่อโชคลางทั่วไป ได้แก่ ความเชื่อโชคลาง (SUP), ความเชื่อโหราศาสตร์ (AST), ความเชื่อเครื่องรางนำโชค (LCK) และองค์ประกอบที่สอดคล้องกับความเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง ได้แก่ เจตคติต่อความเชื่อโชคลาง (ATT) และการใช้ความเชื่อโชคลาง (USE) ซึ่งมาตรวัดความนับถือโชคลางที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อกระทงรวม 22 ข้อ

มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม (I-E scale) ที่พัฒนาจากแนวคิดของ Rotter (1966) ประกอบด้วยการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายนอก (external locus of control) และอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน (internal locus of control) มีลักษณะเป็นมาตรประเมิน 2 ระดับ โดยในหนึ่งข้อจะประกอบไปด้วย 2 ตัวเลือก โดยให้ผู้ตอบแบบทดสอบเลือกว่าตัวเลือกใดที่มีข้อความตรงกับตัวของผู้ตอบมากที่สุด ทั้งนี้วิธีการประเมินผลจากมาตรวัดสามารถดำเนินการโดยรวบรวมคะแนนจากข้อคำถามทั้งหมด ยกเว้นการตอบข้อคำถามเสริม (filler item) จะไม่นำมาคำนวณคะแนนด้วย ซึ่งมาตรการอ้างอิงแหล่งควบคุมที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อกระทงรวม 21 ข้อ

มาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (rational-experiential inventory: REI-40) ที่พัฒนาจากแนวคิดของ Epstein และคณะ (1996) หรือ REI 40 ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของมาตรออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการคิดตามเหตุผล (rational ability: RA), การชอบคิดตามเหตุผล (rational engagement: RE), ความสามารถในการคิดตามประสบการณ์ (experiential ability: EA) และการชอบคิดตามประสบการณ์ (experiential engagement: EE) ซึ่งมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อกระทงรวม 24 ข้อ โดย

องค์ประกอบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟา ของครอนบาค เท่ากับ .882 และองค์ประกอบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .893 (ดู ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 2)

แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกของขวัญในภาพโฆษณา มีลักษณะเป็นชุดแบบสอบถามที่ใช้ในการจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 เงื่อนไข ได้แก่ การเลือกของขวัญให้ตนเอง และการเลือกของขวัญให้ผู้อื่น โดยในชุดแบบสอบถามยังประกอบไปด้วยภาพโฆษณาสินค้าที่ใช้ในการเลือก ได้แก่ ภาพปากกา แบ่งออกเป็น ปากกาแบบที่ 1 ไม่มีโซคกลาง ปากกาแบบที่ 2 มีโซคกลาง, ซ็อกโกแลต แบบที่ 1 ไม่มีโซคกลาง ซ็อกโกแลตแบบที่ 2 มีโซคกลาง และภาพปากกาแบ่งออกเป็น ปากกา แบบที่ 1 ไม่มีโซคกลาง และปากกาแบบที่ 2 มีโซคกลาง รวมภาพโฆษณาทั้งหมดเป็นจำนวน 6 ภาพ โดยภาพโฆษณา 3 ภาพ เป็นสินค้าที่ลักษณะโซคกลาง ในขณะที่อีก 3 ภาพเป็นสินค้าที่ไม่มีลักษณะโซคกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยสุ่มชุดแบบสอบถามระหว่างเงื่อนไขการเลือกของขวัญให้ตนเองและการเลือกของขวัญให้ผู้อื่น ให้กับผู้ที่ยินดีเข้าร่วมการทดลอง โดยในแบบสอบถามแต่ละชุดประกอบไปด้วยชุดคำถามดังนี้

เงื่อนไขที่ 1 ชุดแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกของขวัญให้ตนเอง (สำหรับเงื่อนไขการเลือกของขวัญให้ตนเอง) ประกอบไปด้วยชุดคำถามดังนี้

- แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกของขวัญในภาพโฆษณาให้ตนเอง จำนวน 1 ชุด
- แผ่นภาพโฆษณา จำนวน 6 ฉบับ
- แบบสอบถามความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน จำนวน 68 ข้อ (แบ่งเป็นข้อกระทงจากมาตรวัดความนับถือโซคกลาง จำนวน 22 ข้อ, มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 21 ข้อ และมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล จำนวน 24 ข้อ)

เงื่อนไขที่ 2 ชุดแบบสอบถามการเลือกของขวัญให้ผู้อื่น (สำหรับเงื่อนไขการเลือกของขวัญให้ผู้อื่น) ประกอบไปด้วยชุดคำถามดังนี้

- แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกของขวัญในภาพโฆษณาให้ผู้อื่น จำนวน 1 ชุด

- แผ่นภาพโฆษณา จำนวน 6 ฉบับ
 - แบบสอบถามความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน จำนวน 68 ข้อ
(แบ่งเป็นข้อกระทงจากมาตรวัดความนับถือใจกลาง จำนวน 22 ข้อ, มาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 21 ข้อ และมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล จำนวน 24 ข้อ)
2. หลังจากผู้ร่วมการวิจัยตอบชุดแบบสอบถามจนครบกระบวนการแล้ว ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์การศึกษาและกระบวนการทดลองทั้งหมดให้กับผู้ร่วมการวิจัยฟัง (debrief)
 3. ผู้วิจัยสอบถามความพึงพอใจและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกระบวนการทดลอง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression) โดยมีตัวแปรกำกับ (moderator) มาส่งอิทธิพลควบคุมการเกิดของตัวแปรตาม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้คำสั่งในโปรแกรม PROCESS (Hayes, 2013) มาเป็นเครื่องมือในการทดสอบสมมติฐานซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบความสัมพันธ์ที่ 1 (Model 1)

ผลการวิจัย

1. การให้ของขวัญผู้อื่นสามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกสินค้าไซโคลงได้
2. บุคคลที่มีรูปแบบการประมวลข้อมูลตามเหตุผล และ บุคคลที่มีรูปแบบการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ มีกระบวนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่นไม่แตกต่างกัน นั่นคือ บุคคลทั้ง 2 ลักษณะใช้กระบวนการคิดแบบเดียวกันเมื่อต้องการเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่น

ข้อเสนอแนะ

1. เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากว่าในงานวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลเฉพาะในกลุ่มนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำให้อาจมีลักษณะร่วมบางอย่างซึ่งส่งผลให้ผลการทดสอบออกมาไม่ชัดเจน
2. จากผลการทดลองที่พบว่าสถานการณ์การเลือกของขวัญสามารถส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าไซโคลงได้นั้น อาจนำผลการทดลองนี้ไปพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้

รายการอ้างอิง

- Aarnio, K., & Lindeman, M. (2005). Paranormal beliefs, education, and thinking styles. *Personality and Individual Differences, 39*(7), 1227-1236.
- Baumgartner, H. (2002). Toward a personology of the consumer. *Journal of consumer research, 29*(2), 286-292.
- Block, L., & Kramer, T. (2008). The effect of superstitious beliefs on performance expectations. *Journal of Academic Marketing Science, 37*, 161-169.
- Bristow, D. N., & Asquith, J. A. L. (1999). What's in a name? An intracultural investigation of Hispanic and Anglo consumer preferences and the importance of brand name. *Journal of Product & Brand Management, 8*(3), 185-203.
- Burger, M. J., & Lynn, L. A. (2005). Superstitious Behavior Among American and Japanese Professional Baseball Players. *Basic and applied social psychology, 27*(1), 71-76.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1984). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in consumer research, 11*(1), 673-675.
- Campbell, C. (1996). Half-belief and the paradox of ritual instrumental activism: a theory of modern superstition. *The British journal of sociology, 47*, 151-166.
- Carlson, B. D., Mowen, J. C., & Fang, X. (2009). Trait superstition and consumer behavior: re-conceptualization, measurement, and initial investigations. *Psychology & marketing, 26*(8), 689-713.
- Case, I. T., Fitness, J., D., C. R., & Stevenson, J. R. (2004). Coping with uncertainty superstitious strategies and secondary control. *Journal of Applied Social Psychology, 34*(4), 848-871.
- Chaiken, S., & Trope, Y. (1999). *Dual-process theories in social psychology*: Guilford Press.
- Chowdhury, T. G., Ratneshwar, S., & Desai, K. K. (2009). The role of exploratory buying behavior tendencies in choices made for others. *Journal of Consumer Psychology, 19*, 517-525.

- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2013). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences*: Routledge.
- Dag, I. (1999). The relationships among paranormal beliefs locus of control and psychopathology in a Turkish college sample. *Personality and Individual Differences, 26*, 14.
- Damisch, L., Stoberock, B., & Mussweiler, T. (2012). Keep your finger crossed: how superstition improves performance. *Psychological science, 21*(7), 1014-1020.
- Darke, P. R., & Freedman, J. L. (1997). The Belief in Good Luck Scale. *JOURNAL OF RESEARCH IN PERSONALITY, 31*, 486–511.
- Devine, G. P. (1989a). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology, 56*, 5-18.
- Devine, G. P. (1989b). Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology, 56*, 5-18.
- Dick, A., Jain, A., & Richardson, P. (1995). Correlates of store brand proneness: some empirical observations. *Journal of Product & Brand Management, 4*(4), 15-22.
- Dudley, R. T. (1999). The effect of superstitious belief on performance following an unsolvable problem. . *Personality and Individual Differences, 26*, 1057-1064.
- Epstein, S., & Pacini, R. (1999). Some basic issues regarding dual-process theories from the perspective of cognitive-experiential self-theory. *Dual-process theories in social psychology, 462-482*.
- Epstein, S., Pacini, R., Denes-Raj, V., & Heier, H. (1996). Individual differences in intuitive-experiential and analytical–rational thinking styles. *Journal of Personality and Social Psychology, 71*, 390-405.
- Epstein, S., Pacini, R., Denes-Raj, V., & Heier, H. (1996). Individual differences in intuitive–experiential and analytical–rational thinking styles. *Journal of Personality and Social Psychology, 71*(2), 390.
- Fitzsimons, J. G., & Morales, C. A. (2007). Product contagion: changing consumer evaluations through physical contact “disgusting” products. . *American marketing association, 272-283*.

- Flynn, F. J., & Adams, G. S. (2009). Money can't buy love: asymmetric beliefs about gift price and feelings of appreciation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(2), 404-409.
- Gino, F., & Flynn, F. J. (2011). Give them what they want: The benefits of explicitness in gift exchange. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(5), 915-922.
- Hamerman, E. (2009). Moving Beyond the Rabbit's Foot: Superstition and Magical Thinking in Consumer Behavior. *Advances in consumer research*, 36, 31-35.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Sadder River, NJ: Prentice Hall.
- Hayes, A. (2013). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (p. 507). *New York, NY: Guilford*.
- Jahoda, G. (1969). *The psychology of superstition*: Allen Lane.
- King, L. A., Burton, C. M., Hicks, J. A., & Drigotas, S. M. (2007). Ghosts, UFOs, and magic: positive affect and the experiential system. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(5), 905.
- Kramer, T., & Block, L. (2008). Conscious and Nonconscious Components of Superstitious Beliefs in Judgment and Decision Making. *Journal of consumer research*, 34, 783-793
- Kramer, T., & Block, L. (2008). Conscious and nonconscious components of superstitious beliefs in judgment and decision making. *Journal of consumer research*, 34, 783-793
- Kramer, T., & Block, L. (2011). Nonconscious effects of peculiar beliefs on consumer psychology and choice. *Journal of Consumer Psychology*, 21(1), 101-111.
- Lefcourt, H. M. (1981). Research with the locus of control construct.
- Lekkumporn, P. (2009). *An exploration of personal value as antecedent of gift-giving behavior*. (Doctoral Dissertation), Monash University, Australia.
- Lindeman, M., & Aarnio, K. (2007). Superstitious, magical, and paranormal beliefs: An integrative model. *JOURNAL OF RESEARCH IN PERSONALITY*, 41(4), 731-744.

- Lip, E., & Ltd, M. C. I. P. (2008). *Feng Shui for Success in Business*: Marshall Cavendish Business.
- Malinowski, B. (1954). *Magic, science and religion : and other essays*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Mowen, J. C., & Carlson, B. (2003). Exploring the antecedents and consumer behavior consequences of the trait of superstition. *Psychology & marketing*, 20(12), 1045-1065.
- Parsons, A. G. (2002). Brand choice in gift-giving: recipient influence. *Journal of Product & Brand Management*, 11(4), 237-249.
- Peng, Y., Hsiung, H., & Chen, K. (2012). The Level of Concern about Feng Shui in House Purchasing: The impacts of self-efficacy, superstition, and the big five personality traits. *Psychology and Marketing*, 29(7), 519–530.
- Pronin, E., Wegner, D. M., McCarthy, K., & Rodriguez, S. (2006). Everyday magical powers: the role of apparent mental causation in the overestimation of personal influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(2), 218.
- Qian, W., Razzaque, A. M., & Keng, A. K. (2007). Chinese cultural values and gift-giving behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 24(4), 214-228.
- Rotter, J. B. (1966). *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement* (Vol. Whole No. 609): Psychological Monographs: General and Applied 80.
- Rozin, P., & Nemeroff, C. (1990). Heuristic and biases: the psychology of intuitive judgment *Sympathetic magical thinking: the contagion and similarity "heuristics"* (pp. 202-216). New York: Cambridge University Press.
- Schieffelin, E. (2005). *The Sorrow of the Lonely and the Burning of the Dancers*: Palgrave Macmillan.
- Simmons, L. C., & Schindler, R. M. (2003). Cultural Superstitions and the Price Endings Used in Chinese Advertising. *Journal of International Marketing*, 11(2), 101-111.
- Smith, S. E. (2011). The intuitive style: relationship with local/global and verbal/visual and superstitious reasoning. *Learning and individual differences*, 21, 263-270.

- St-James, Y. (2007). *Expanding the realm of possibility: magical thinking consumer coping*. (Doctoral dissertation), Queen's University, Canada.
- Toybacyk, J. J., Nagot, E., & Miller, M. (1988). Paranormal beliefs and locus of control: a multidimensional examination. *Journal of personality assessment*, 52(2), 241-246.
- Tsang, E. W. K. (2004). Toward a Scientific Inquiry into Superstitious Business Decision-Making. *Organization Studies*, 25(6), 923-946. doi: 10.1177/0170840604042405
- Vyse, S. A. (2013). *Believing in Magic: The Psychology of Superstition - Updated Edition*: OUP USA.
- Waldfoegel, J. (1993). The deadweight loss of Christmas. *American Economic Review*, 83(5), 1328–1336.
- Wang, S., Chen, D., & Dong, J. (2012). Superstition in strategic decision making: a two-level study: Standard university workshop.
- Wang, Y. J., Hernandez, M. D., Minor, M. S., & Wei, J. (2012). Superstitious beliefs in consumer evaluation of brand logos. *European journal of marketing*, 46(5), 712-732.
- Ward, M. K., & Broniarczyk, S. M. (2011). It's Not Me, It's You: How Gift Giving Creates Giver Identity Threat as a Function of Social Closeness. *Journal of consumer research*, 38(1), 164-181.
- Wegner, D. M. (2003). *The Illusion of Conscious Will*: MIT Press.
- Wiseman, R., & Watt, C. (2004). Measuring superstitious belief: why lucky charms matter. *The Parapsychological Association Convention*, 291-298.
- Witteman, C., van den Bercken, J., Claes, L., & Godoy, A. (2009). Assessing rational and intuitive thinking styles. *European Journal of Psychological Assessment*, 25(1), 39-47.
- ศรีสรวล, ส. (2547). อิทธิพลของภาพลวงตาทางบวกต่อความพึงพอใจในความสัมพันธ์ของคู่รัก. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิตสาขาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

ตารางที่ ก 1

ที่มาของข้อกระทงในมาตรวัดความนับถือโชคกลาง 5 องค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ที่มา	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ)	ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
SUP	Toyback (2004) : มาตรความเชื่อทาง ปรัจิตวิทยา (the revised paranormal beliefs scale: PBS)	1. Black cats can bring bad luck.	1. การพบเจอแมวดำ สามารถนำมาซึ่งเรื่องร้าย
		2. If you break a mirror, you will have bad luck.	2. ฉันเชื่อว่าถ้าฉันทำกระจก แตกแล้วโชคร้ายจะตามมา
		3. The number "13" is unlucky.	3. เลขสิบสาม เป็นตัวเลขที่ นำมาซึ่งโชคร้าย
AST	Mowen และ Carlson (2003)	1. Horoscopes have implications for your future.	1. ความรู้ทางโหราศาสตร์ สามารถบอกอนาคตของ คุณได้
		2. Your birth date affects your destiny.	2. วันเกิดของคุณสามารถ ส่งอิทธิพลต่อโชคชะตาของ คุณ
		3. Your palm lines impact your future.	3. เส้นลายมือของคุณ สามารถส่งผลกระทบต่อ อนาคตของคุณ
LCK	Wiseman และ Watts (2004)	1. Carrying a lucky charm will bring good luck.	1. การพกพาเครื่องรางจะ สามารถนำมาซึ่งโชคดี
		2. Bring a lucky charm to an exam will lead to a good grade.	2. การพกพาเครื่องรางไป ในวันสอบจะช่วยให้ผล คะแนนออกมาดี
		3. Having a lucky charm in the car will provide a safe journey.	3. การพกเครื่องรางไว้บน รถจะช่วยให้เดินทางได้ อย่างปลอดภัย

ตารางที่ ก 1 (ต่อ)

ที่มาของข้อกระทงในมาตรวัดความนับถือโชคลาง 5 องค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ที่มา	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ)	ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
ATT	Wang, Chen และ Dong (2012)	1. It will not hurt to follow superstitious rituals.	1. การทำตามพิธีกรรมเกี่ยวกับโชคลางไม่ใช่เรื่องที่เลวร้าย
		2. I would rather trust superstitions than not for the risk of not trusting is simply too big.	2. การเลือกเชื่อเรื่องโชคลางไว้บ้างไม่ใช่เรื่องที่เสียหาย
		3. Superstitious rituals / acts serve as a sort of “spiritual help”.	3. การปฏิบัติตามพิธีกรรมทางความเชื่อสามารถช่วยในเรื่องของจิตใจ
USE	Wang, Chen และ Dong (2012)	1. I have followed advices given by experts in superstitious rituals (e.g., Fengshui Master, Monks, Daosi, etc.) in my decision.	1. ฉันเคยตัดสินใจตามคำแนะนำของผู้มีความรู้หรือเชี่ยวชาญด้านโชคลาง
		2. I have incorporated superstitious ideas in my decision.	2. ฉันรวบรวมความแนวคิดเรื่องโชคลางเพื่อใช้ในการตัดสินใจ
		3. Belief and idea based on superstitions (e.g., Fengshui, Mianxiang, Oracle) have helped me a great deal in making my decision.	3. ความเชื่อ และ แนวคิด ที่มีพื้นฐานของความเชื่อเรื่องโชคลางถือเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจของฉันได้อย่างดีมาก

หมายเหตุ ความเชื่อโชคลาง (superstition) อักษรย่อ “SUP”, ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ (astrology) อักษรย่อ “AST”, ความเชื่อเรื่องเครื่องรางนำโชค (belief in lucky charms) อักษรย่อ “LCK”, เจตคติต่อความเชื่อเรื่องโชคลาง (attitude toward superstitions) อักษรย่อ “ATT” และ การใช้ความเชื่อเรื่องโชคลาง (use of superstitions) อักษรย่อ “USE”

ตารางที่ ก 2

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดความนับถือไชคกลาง จำนวน 32 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	ด้าน	แปล	สร้าง เพิ่ม
1	การพบเจอแมวดำสามารถนำมาซึ่งโชคร้าย	SUP	✓	
2	ความรู้ทางโหราศาสตร์สามารถบอกอนาคตของคุณได้	AST	✓	
3	การพกพาเครื่องรางจะสามารถนำมาซึ่งโชคดี	LCK	✓	
4	วันเกิดของคุณสามารถส่งอิทธิพลต่อโชคชะตาของคุณ	AST	✓	
5	เลขสิบสาม เป็นตัวเลขที่นำมาซึ่งโชคร้าย	SUP	✓	
6	การทำตามพิธีกรรมเกี่ยวกับไชคกลางไม่ใช่เรื่องที่เลวร้าย	ATT	✓	
7	ฉันมักตัดสินใจตามคำแนะนำของผู้มีความรู้ หรือ เชี่ยวชาญด้านไชคกลาง (เช่น ชินแส, พระ, นักโหราศาสตร์, หมอดูฮวงจุ้ย เป็นต้น)	USE	✓	
8	ฉันมีสิ่งของนำโชคประจำตัว (เช่น เลือกัณหนาว หรือ ปากกาที่ไว้ใช้เฉพาะเวลาสอบแข่งขัน, สร้อยพระ, สร้อยไม้กางเขน เป็นต้น)	LCK		✓
9	ฉันรวบรวมความแนวคิดเรื่องไชคกลางเพื่อใช้ในการตัดสินใจ	USE	✓	
10	ฉันเชื่อว่าถ้าฉันทำกระจกแตกแล้วโชคร้ายจะตามมา	SUP	✓	
11	เส้นลายมือของคุณสามารถส่งผลกระทบต่ออนาคตของคุณ	AST	✓	
12	ฉันชอบอ่านดวงในนิตยสาร	AST		✓
13	การพกพาเครื่องรางไปในวันสอบจะช่วยให้ผลคะแนนออกมาดี	LCK	✓	
14	ความเชื่อเรื่องไชคกลางถือเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจของฉันได้อย่างดีมาก	USE	✓	
15	ฉันพกของนำโชคติดตัวไปด้วยในวันที่ฉันสอบเข้ามหาวิทยาลัย	SUP		✓
16	ฉันเชื่อว่าคนส่วนใหญ่มีเครื่องรางนำโชคของตนเอง	LCK		✓
17	ฉันภาวนากับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ฉันนับถือเมื่อฉันพบปัญหา	USE		✓
18	การเลือกเชื่อเรื่องไชคกลางไว้บ้างไม่ใช่เรื่องที่เสียหาย	ATT	✓	
19	ฉันเคยขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ฉันเคารพในช่วงก่อนสอบ	USE		✓
20	ฉันมีความเชื่อเรื่องตัวเลขมงคล (เช่น ตัวเลขบนป้ายทะเบียนรถ, ตัวเลขห้องพัก เป็นต้น)	SUP		✓
21	ถ้าไม่ลำบากจนเกินไป ฉันจะหลีกเลี่ยงการกระทำที่เชื่อว่าจะทำให้เกิดโชคร้าย (ตัวอย่างเช่น การไม่ใส่เสื้อสีดำช่วงที่คนในครอบครัวป่วย, การไม่เดินเหยียบบรรทัดประตู และ อื่นๆ เป็นต้น)	USE		✓

ตารางที่ ก 2 (ต่อ)

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดความนับถือโชคลาง จำนวน 32 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	ด้าน	แปล	สร้าง เพิ่ม
22	มีหลายๆครั้งที่ฉันเลือกใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางมาช่วยในการตัดสินใจ	ATT		✓
23	การพกเครื่องรางไว้บนรถจะช่วยให้เดินทางได้อย่างปลอดภัย	LCK	✓	
24	ฉันพบว่ามีหลายๆครั้งที่การพกพาเครื่องรางช่วยให้ฉันมั่นใจมากขึ้น	LCK		✓
25	ฉันหลีกเลี่ยงการตัดผมในวันพุธ	SUP		✓
26	ฉันเคยฟังพาทมอดูเมื่อฉันรู้สึกไม่สบายใจ	AST		✓
27	สำหรับฉันแล้ว การปฏิบัติตามพิธีกรรมของบรรพบุรุษเป็นเรื่องที่สำคัญ	ATT		✓
28	การปฏิบัติตามพิธีกรรมทางความเชื่อสามารถช่วยในเรื่องของจิตใจ	ATT	✓	
29	สำหรับฉันแล้ว ความเชื่อเรื่องโชคลางไม่ใช่เรื่องไร้สาระ	ATT		✓
30	ฉันปฏิบัติตามคำแนะนำของหมอดู	AST		✓
31	การทำตามความเชื่อโชคลางช่วยให้มีความเสี่ยงน้อยกว่าการไม่ทำตามความเชื่อเรื่องโชคลางเลย	USE		✓
32	เมื่อเทียบกับเพื่อนๆแล้ว ฉันคิดว่าฉันเป็นคนดูดวงบ่อย	AST		✓

หมายเหตุ ความเชื่อโชคลาง (superstition) อักษรย่อ "SUP", ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ (astrology) อักษรย่อ "AST", ความเชื่อเรื่องเครื่องรางนำโชค (belief in lucky charms) อักษรย่อ "LCK", เจตคติต่อความเชื่อเรื่องโชคลาง (attitude toward superstitions) อักษรย่อ "ATT" และ การใช้ความเชื่อเรื่องโชคลาง (use of superstitions) อักษรย่อ "USE"

ตารางที่ ก 3

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทบมาตรฐานนับถือโซคกลางแบบรายข้อ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อ ระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร (CITC) (N = 97)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					CITC (N = 97)	ผ่านการ วิเคราะห์	
	กลุ่มสูง (N = 26)		กลุ่มต่ำ (N = 27)		t			p (หนึ่งหาง)
	M	SD	M	SD				
1	2.58	.857	1.19	.396	7.545***	.000	.586	ผ่าน
2	3.23	.587	1.67	.784	8.194***	.000	.622	ผ่าน
3	3.65	.629	1.56	.751	11.006***	.000	.745	ผ่าน
4	3.69	.618	1.81	.879	9.026***	.000	.676	ผ่าน
5	2.27	.919	1.15	.362	5.802***	.000	.455	ผ่าน
6	3.73	.667	2.70	.953	4.559***	.000	.517	ผ่าน
7	3.08	.688	1.59	.747	7.513***	.000	.645	ผ่าน
8	3.31	1.158	1.56	.934	6.074***	.000	.520	ผ่าน
9	3.04	.774	1.22	.506	10.150***	.000	.728	ผ่าน
10	2.35	.846	1.07	.267	7.326***	.000	.578	ผ่าน
11	3.42	.857	1.48	.700	9.051***	.000	.641	ผ่าน
12	3.96	.916	2.37	1.079	5.794***	.000	.539	ผ่าน
13	2.85	.784	1.19	.483	9.239***	.000	.667	ผ่าน
14	3.19	.694	1.26	.447	12.010***	.000	.763	ผ่าน
15	3.15	.925	1.30	.724	8.121***	.000	.541	ผ่าน
16	3.62	.752	2.67	1.038	3.821***	.000	.317	ผ่าน
17	4.12	.588	2.52	1.122	6.522***	.000	.554	ผ่าน
18	4.27	.667	3.04	.980	5.332***	.000	.620	ผ่าน
19	4.38	.697	3.26	1.095	4.443***	.000	.430	ผ่าน
20	3.12	.909	1.70	.823	5.930***	.000	.511	ผ่าน
21	4.08	.688	2.15	1.199	7.213***	.000	.613	ผ่าน
22	3.81	.567	1.56	.641	13.534***	.000	.740	ผ่าน
23	3.92	.796	1.48	.700	11.869***	.000	.770	ผ่าน
24	4.00	.566	1.85	.949	10.054***	.000	.712	ผ่าน

ตารางที่ ก 3 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทบมาตรฐานนับถือโชคลางแบบรายข้อ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อ ระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร (CITC) (N = 97)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ				t	p (หนึ่งหาง)	CITC (N = 97)	ผ่านการ วิเคราะห์
	กลุ่มสูง (N = 26)		กลุ่มต่ำ (N = 27)					
	M	SD	M	SD				
25	2.81	1.357	1.22	.577	5.497***	.000	.429	ผ่าน
26	2.73	1.002	1.22	.506	6.876***	.000	.529	ผ่าน
27	4.04	.824	2.37	1.006	6.592***	.000	.563	ผ่าน
28	4.08	.744	3.07	1.107	3.856***	.000	.340	ผ่าน
29	3.96	.599	2.33	.961	7.434***	.000	.693	ผ่าน
30	2.88	.909	1.22	.424	8.481***	.000	.660	ผ่าน
31	3.50	.762	1.70	.823	8.236***	.000	.715	ผ่าน
32	2.65	1.129	1.26	.526	5.727***	.000	.560	ผ่าน
a =							.948	

หมายเหตุ ค่า rวิกฤต (97, .05, หนึ่งหาง) \approx .173; CITC คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทบแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทบอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร
ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คเท่ากับ .948
*** $p < .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ก 4

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทบมาตรฐานนับถือโซคกลาง องค์ประกอบความเชื่อโซคกลาง (SUP) โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อ กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที่ (t -test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร (CITC) ($N = 97$)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					CITC ($N = 97$)	ผ่านการ วิเคราะห์	
	กลุ่มสูง ($N = 26$)		กลุ่มต่ำ ($N = 31$)		t			p (หนึ่งหาง)
	M	SD	M	SD				
1	2.65	.846	1.16	.374	8.341	.000	.559	ผ่าน
5	2.35	.892	1.13	.341	6.568	.000	.462	ผ่าน
10	2.38	.804	1.06	.250	8.054	.000	.570	ผ่าน
15	3.15	.967	1.26	.631	8.581	.000	.342	ผ่าน
20	3.15	.881	1.71	.824	6.386	.000	.379	ผ่าน
25	3.19	1.234	1.06	.359	8.499	.000	.434	ผ่าน
							$\alpha = .707$	ผ่าน

หมายเหตุ ค่า r วิฤฤต ($97, .05$, หนึ่งหาง) $\approx .173$; CITC คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทบแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทบอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร โดยข้อกระทบที่ผ่านทั้ง 6 ข้อ ผ่านการทดสอบ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คเท่ากับ .707

* $p \leq .05$ (หนึ่งหาง), ** $p \leq .01$ (หนึ่งหาง), *** $p \leq .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ก 5

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทบมาตรฐานนับถือโชคลาง องค์ประกอบความเชื่อโหราศาสตร์ (AST) โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อ กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรา (CITC) (N = 97)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					CITC (N = 97)	ผ่านการ วิเคราะห์	
	กลุ่มสูง (N = 27)		กลุ่มต่ำ (N = 26)		t			p (หนึ่งหาง)
	M	SD	M	SD				
2	3.44	.641	1.38	.496	13.054***	.000	.741	ผ่าน
4	3.52	.700	1.77	.863	8.119***	.000	.613	ผ่าน
11	3.67	.555	1.46	.706	12.670***	.000	.642	ผ่าน
12	4.15	.602	1.69	.736	13.325***	.000	.611	ผ่าน
26	3.00	.877	1.08	.272	10.865***	.000	.647	ผ่าน
30	3.07	.781	1.12	.326	11.995***	.000	.765	ผ่าน
32	2.96	.980	1.08	.272	9.625***	.000	.737	ผ่าน
							α = .884	

หมายเหตุ ค่า r วิฤต (97, .05, หนึ่งหาง) \approx .173; CITC คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทบแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทบอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตรา โดยข้อกระทบที่ผ่านการทดสอบมีทั้งหมด จำนวน 7 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ .884

* $p \leq .05$ (หนึ่งหาง), ** $p \leq .01$ (หนึ่งหาง), *** $p \leq .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ก 6

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงมาตรฐานนับถือโชคลาง องค์ประกอบความเชื่อเครื่องรางนำโชค (LCK) โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อ กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที่ (t -test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร (CITC) ($N = 97$)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					CITC ($N = 97$)	ผ่านการ วิเคราะห์	
	กลุ่มสูง ($N = 27$)		กลุ่มต่ำ ($N = 28$)		t			p (หนึ่งหาง)
	M	SD	M	SD				
3	3.67	.620	1.57	.742	11.343***	.000	.685	ผ่าน
8	3.89	.892	1.32	.612	12.492***	.000	.622	ผ่าน
13	3.00	.784	1.21	4.99	10.113***	.000	.680	ผ่าน
16	3.96	.649	2.61	1.100	5.589***	.000	.356	ผ่าน
23	4.00	.679	1.68	.945	10.489***	.000	.675	ผ่าน
24	4.15	.534	1.79	.917	11.725***	.000	.728	ผ่าน
$\alpha = .841$								

หมายเหตุ ค่า r วิฤต ($97, .05$, หนึ่งหาง) $\approx .173$; CITC คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆ ที่เหลือทั้งหมดในมาตร โดยข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบมีทั้งหมด จำนวน 6 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ .841

* $p \leq .05$ (หนึ่งหาง), ** $p \leq .01$ (หนึ่งหาง), *** $p \leq .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ก 7

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงมาตรฐานนับถือโชคลาง องค์ประกอบเจตคติต่อความเชื่อโชคลาง (ATT) โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อ กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร (CITC) ($N = 97$)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					CITC ($N = 97$)	ผ่านการ วิเคราะห์	
	กลุ่มสูง ($N = 27$)		กลุ่มต่ำ ($N = 27$)		<i>t</i>			<i>p</i> (หนึ่งหาง)
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
6	3.96	.518	2.59	.888	6.926***	.000	.476	ผ่าน
18	4.33	.555	3.00	.961	6.245***	.000	.627	ผ่าน
22	3.78	.641	1.67	.679	11.749***	.000	.604	ผ่าน
27	4.37	.688	2.33	1.000	8.721***	.000	.566	ผ่าน
28	4.33	.555	3.04	1.055	5.649***	.000	.392	ผ่าน
29	3.96	.587	2.22	.847	8.774***	.000	.662	ผ่าน
<i>a</i> = .796								

หมายเหตุ ค่า *r* วิฤต ($97, .05$, หนึ่งหาง) $\approx .173$; CITC คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆ ที่เหลือทั้งหมดในมาตร โดยข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบมีทั้งหมด จำนวน 6 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบารค์ เท่ากับ .796

* $p \leq .05$ (หนึ่งหาง), ** $p \leq .01$ (หนึ่งหาง), *** $p \leq .001$ (หนึ่งหาง)

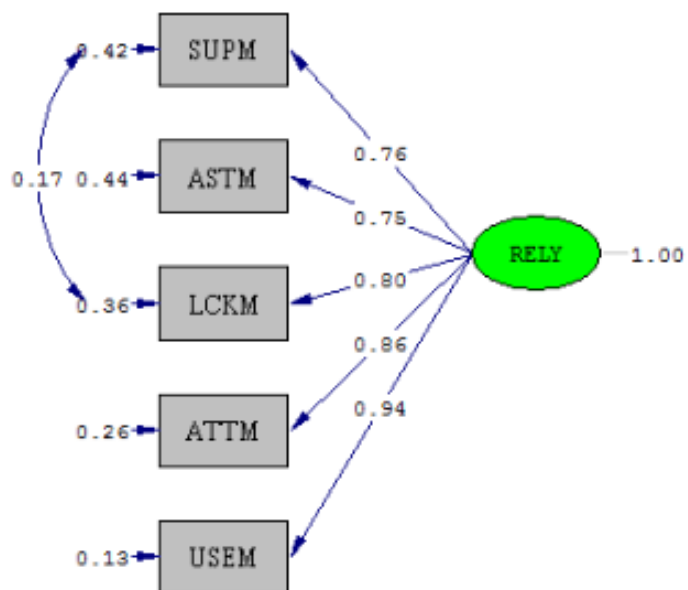
ตารางที่ ก 8

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงมาตรฐานนับถือโชคลาง องค์ประกอบการใช้ความเชื่อโชคลาง (USE) โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อ กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรา (CITC) (N = 97)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					CITC (N = 97)	ผ่านการ วิเคราะห์	
	กลุ่มสูง (N = 26)		กลุ่มต่ำ (N = 26)		t			p (หนึ่งหาง)
	M	SD	M	SD				
7	3.35	.562	1.54	.706	10.217***	.000	.608	ผ่าน
9	3.08	.744	1.15	.464	11.180***	.000	.669	ผ่าน
14	3.12	.766	1.23	.430	10.946***	.000	.691	ผ่าน
17	4.38	.496	2.27	.919	10.328***	.000	.564	ผ่าน
19	4.58	.643	3.12	1.033	6.126***	.000	.442	ผ่าน
21	4.19	.694	2.08	1.197	7.794***	.000	.586	ผ่าน
31	3.58	.703	1.69	.838	8.789***	.000	.667	ผ่าน
							$\alpha = .843$	

หมายเหตุ ค่า r วิกฤต (97, .05, หนึ่งหาง) \approx .173; CITC ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆ ที่เหลือทั้งหมดในมาตรา โดยข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบมีทั้งหมด จำนวน 7 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ .843

* $p \leq .05$ (หนึ่งหาง), ** $p \leq .01$ (หนึ่งหาง), *** $p \leq .001$ (หนึ่งหาง)



Chi-Square=7.95, df=4, P-value=0.09333, RMSEA=0.101

ภาพที่ ก 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดความนับถือใจกลาง

ตัวอย่างมาตรวัดความนับถือใจกลาง

คำชี้แจง แบบสำรวจฉบับนี้ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 22 ข้อ ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามทุกข้ออย่างเข้าใจ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงตัวท่านมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อแบบสอบถามมีประสิทธิภาพสูงสุด ขอความกรุณาโปรดตอบตามความเป็นจริง

ไม่ตรงเลย	ค่อนข้างไม่ตรง	ตรงและไม่ตรงเท่าๆกัน	ค่อนข้างตรง	ตรงมาก
1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ทางเลือก				
		1	2	3	4	5
1	การพบเจอแมวดำสามารถนำมาซึ่งโชคร้าย	1	2	3	4	5
2	ความรู้ทางโหราศาสตร์สามารถบอกอนาคตของคุณได้	1	2	3	4	5
3	การพกพาเครื่องรางจะสามารถนำมาซึ่งโชคดี	1	2	3	4	5
4	การเลือกเชื่อเรื่องโชคลางไว้บ้างไม่ใช่เรื่องที่เสียหาย	1	2	3	4	5
5	ฉันมักตัดสินใจตามคำแนะนำของผู้มีความรู้ หรือ เชี่ยวชาญด้านโชคลาง (เช่น ชินแส, พระ, นักโหราศาสตร์, หมอดูฮวงจุ้ย เป็นต้น)	1	2	3	4	5
6	เลขสิบลสาม เป็นตัวเลขที่นำมาซึ่งโชคร้าย	1	2	3	4	5
7	เส้นลายมือของคุณสามารถส่งผลกระทบต่ออนาคตของคุณ	1	2	3	4	5
8	การพกพาเครื่องรางไปในวันสอบจะช่วยให้ผลคะแนนออกมาดี	1	2	3	4	5
9	มีหลายครั้งที่ฉันเลือกใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางมาช่วยในการตัดสินใจ	1	2	3	4	5
10	ฉันรวบรวมความแนวคิดเรื่องโชคลางเพื่อใช้ในการตัดสินใจ	1	2	3	4	5
11	ฉันเชื่อว่าถ้าฉันทำระจกแตกแล้วโชคร้ายจะตามมา	1	2	3	4	5
12	ฉันเคยฟังพาทมอดูเมื่อฉันรู้สึกไม่สบายใจ	1	2	3	4	5
13	ฉันปฏิบัติตามคำแนะนำของหมอดู	1	2	3	4	5
14	ฉันหลีกเลี่ยงการตัดผมในวันพุธ	1	2	3	4	5
15	การพกเครื่องรางไว้บนรถจะช่วยให้เดินทางได้อย่างปลอดภัย	1	2	3	4	5
16	ฉันพบว่าเมื่อหลายครั้งที่การพกพาเครื่องรางช่วยให้ฉันมั่นใจมากขึ้น	1	2	3	4	5
17	เมื่อเทียบกับเพื่อนๆแล้ว ฉันคิดว่าฉันเป็นคนดูดวงบ่อย	1	2	3	4	5
18	สำหรับฉันแล้ว การปฏิบัติตามพิธีกรรมของบรรพบุรุษเป็นเรื่องที่สำคัญ	1	2	3	4	5

ตัวอย่างมาตรวัดความนับถือใจกลาง (ต่อ)

คำชี้แจง แบบสำรวจฉบับนี้ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามทุกข้ออย่างเข้าใจ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงตัวท่านมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อแบบสอบถามมีประสิทธิภาพสูงสุด ขอความกรุณาโปรดตอบตามความเป็นจริง

ไม่ตรงเลย	ค่อนข้างไม่ตรง	ตรงและไม่ตรงเท่าๆกัน	ค่อนข้างตรง	ตรงมาก
1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ทางเลือก				
		1	2	3	4	5
19	ความเชื่อเรื่องโชคลางถือเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจของฉันได้อย่างดีมาก	1	2	3	4	5
20	สำหรับฉันแล้ว ความเชื่อเรื่องโชคลางไม่ใช่เรื่องไร้สาระ	1	2	3	4	5
21	ถ้าไม่ลำบากจนเกินไป ฉันจะหลีกเลี่ยงการกระทำที่เชื่อว่าจะทำให้เกิดโชคร้าย (ตัวอย่างเช่น การไม่ใส่เสื้อสีดำช่วงที่คนในครอบครัวป่วย, การไม่เดินเหยียบบรรณิประตู และอื่นๆ เป็นต้น)	1	2	3	4	5
22	การทำตามความเชื่อโชคลางช่วยให้มีความเสี่ยงน้อยกว่าการไม่ทำตามความเชื่อเรื่องโชคลางเลย	1	2	3	4	5

ภาคผนวก ข

ตารางที่ ข 1

ข้อกระทงในมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมตามแนวคิดของ Rotter (1966) จำนวน 29 ข้อ

ข้อ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ)/ ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
1	a. Children get into trouble because their parents punish them too much. / a. การที่เด็กๆ กลายเป็นเด็กมีปัญหาเพราะพวกเขาได้รับการลงโทษจากผู้ปกครองอย่างหนักจนเกินไป
	b. The trouble with most children nowadays is that their parents are too easy with them. / b. ปัญหาของเด็กในยุคนี้ คือ การที่ผู้ปกครองตามใจเด็กๆ มากเกินไป
2	a. Many of the unhappy things in people's lives are partly due to bad luck. / a. เรื่องร้ายหลายอย่างที่เกิดขึ้นกับชีวิตของคนเราส่วนหนึ่งเป็นเพราะความโชคร้าย
	b. People's misfortunes result from the mistakes they make. / b. ความอัปโชคที่เกิดขึ้นกับคนเราเป็นผลจากความผิดพลาดที่เราสร้างขึ้นเอง
3	a. One of the major reasons why we have wars is because people don't take enough interest in politics. / a. หนึ่งในเหตุผลหลักที่ทำให้เกิดสงครามนั้นเป็นเพราะเราไม่สนใจเรื่องบ้านเมืองเท่าที่ควร
	b. There will always be wars, no matter how hard people try to prevent them. / b. 不管怎样 สงครามก็ต้องเกิดขึ้น แม้ว่าเราจะพยายามอย่างหนักเพื่อป้องกันไม่ให้มันเกิดขึ้น
4	a. In the long run people get the respect they deserve in this world. / a. ในท้ายที่สุดแล้ว คนเราจะได้รับการยอมรับที่สมควรได้รับจากโลกใบนี้
	b. Unfortunately, an individual's worth often passes unrecognized no matter how hard he tries. / b. เป็นเรื่องน่าเศร้าที่คุณค่าของคนเรามักจะผ่านพ้นไปโดยไม่ได้รับการจดจำ ไม่ว่าจะพยายามมากแค่ไหน
5	a. The idea that teachers are unfair to students is nonsense. / a. ความคิดที่ว่าครูส่วนใหญ่ไม่มีความยุติธรรมกับนักเรียนเป็นเรื่องไร้สาระ
	b. Most students don't realize the extent to which their grades are influenced by accidental happenings. / b. เด็กส่วนใหญ่ไม่ตระหนักว่าผลการเรียนของตนที่ได้มานั้นเกิดจากความบังเอิญ
6	a. Without the right breaks one cannot be an effective leader. / a. หากปราศจากช่วงเวลาที่เหมาะสมแล้ว บุคคลจะไม่สามารถเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพได้
	b. Capable people who fail to become leaders have not taken advantage of their opportunities. / b. คนที่มีความสามารถแต่ไม่สามารถขึ้นมาเป็นผู้นำคือคนที่ไม่รู้จักรับประโยชน์จากโอกาสของตนเอง

ตารางที่ ข 1 (ต่อ)

ข้อกระทงในมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมตามแนวคิดของ Rotter (1966) จำนวน 29 ข้อ

ข้อ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ)/ ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
7	a. No matter how hard you try some people just don't like you. / a. ไม่ว่าจะคุณจะทำอย่างไรก็ตาม ยังคงมีบางคนที่ไม่ชอบคุณอยู่ดี
	b. People who can't get others to like them don't understand how to get along with others. / b. คนที่ไม่สามารถทำให้คนอื่นมารู้สึกชอบตนได้คือคนที่ไม่รู้วิธีการที่จะเข้ากับคนอื่น
8	a. Heredity plays the major role in determining one's personality. / a. พันธุกรรมมีบทบาทหลักในการทำหน้าที่กำหนดลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล
	b. It is one's experiences in life which determine what they're like. / b. ประสบการณ์ในชีวิตเป็นสิ่งที่หล่อหลอมตัวตนของเรา
9	a. I have often found that what is going to happen will happen. / a. ฉันมักพบว่าสิ่งที่ฉันคิดว่า จะเกิดขึ้นนั้นมักจะเกิดขึ้นตามที่ฉันคาดไว้
	b. Trusting to fate has never turned out as well for me as making a decision to take a definite course of action. / b. สำหรับฉันแล้ว การเชื่อในสัจยชาตญาณไม่เคยให้ผลดีเทียบเท่ากับการตัดสินใจด้วยการพิจารณาตามความเป็นเหตุเป็นผลที่ถูกต้อง
10	a. In the case of the well prepared student there is rarely if ever such a thing as an unfair test. / a. นักเรียนที่เตรียมตัวสอบมาเป็นอย่างดีนั้น ไม่ค่อยรายงานว่าตนพบข้อสอบที่ไม่ยุติธรรม
	b. Many times exam questions tend to be so unrelated to course work that studying in really useless. / b. หลายครั้งที่คำถามในข้อสอบไม่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ประจำวิชา ส่งผลให้การเรียนจึงเป็นเรื่องเปล่าประโยชน์
11	a. Becoming a success is a matter of hard work, luck has little or nothing to do with it. / a. หลักสำคัญที่ทำให้คนประสบความสำเร็จคือการทำงานหนัก ในขณะที่โชคมีส่วนน้อยมากหรือไม่มีเลย
	b. Getting a good job depends mainly on being in the right place at the right time. / b. การได้งานที่ดีขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาที่เหมาะสม
12	a. The average citizen can have an influence in government decisions. / a. ประชาชนสามารถส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล
	b. This world is run by the few people in power, and there is not much the little guy can do about it. / b. โลกของเราขับเคลื่อนด้วยอำนาจของคนเพียงไม่กี่คนและมีเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่จะมีอำนาจควบคุมเช่นนี้ได้

ตารางที่ ข 1 (ต่อ)

ข้อกระทงในมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมตามแนวคิดของ Rotter (1966) จำนวน 29 ข้อ

ข้อ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ)/ ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
13	a. When I make plans, I am almost certain that I can make them work. / a. เมื่อฉันได้วางแผนไว้แล้ว ส่วนใหญ่ฉันจะทำตามแผนได้สำเร็จ
	b. It is not always wise to plan too far ahead because many things turn out to be a matter of good or bad fortune anyhow. / b. การวางแผนล่วงหน้าไม่ใช่วิธีที่ดีเสมอไป เนื่องจากไม่ว่าอย่างไรก็ตามสิ่งที่เราวางแผนไว้ต้องถูกอิทธิพลจากความโชคดีหรือโชคร้ายมาควบคุมอยู่ดี
14	a. There are certain people who are just no good. / a. มีคนบางประเภทที่เกิดมาเป็นพวกไม่เอาไหนอย่างแก้ไขไม่ได้
	b. There is some good in everybody. / b. ทุกคนมีข้อดีของตนเอง
15	a. In my case getting what I want has little or nothing to do with luck. / a. สำหรับฉันแล้วการได้มาซึ่งสิ่งที่ฉันต้องการนั้น ความโชคดีมีส่วนน้อยมากหรือไม่มีส่วนเลย
	b. Many times we might just as well decide what to do by flipping a coin. / b. หลายๆครั้งการตัดสินใจก็สามารถทำได้โดยการโยนเหรียญ
16	a. Who gets to be the boss often depends on who was lucky enough to be in the right place first. / a. การจะได้เป็นหัวหน้านั้นขึ้นอยู่กับว่าใครจะโชคดีพอที่จะได้ไปอยู่ในที่ๆเหมาะสมก่อน
	b. Getting people to do the right thing depends upon ability, luck has little or nothing to do with it. / b. การที่คนเราจะทำในสิ่งที่ถูกต้องได้นั้นเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับความสามารถโดยที่โชคกลามีส่วนน้อยมากหรือไม่มีเลย
17	a. As far as world affairs are concerned, most of us are the victims of forces we can neither understand, nor control. / a. จากการพิจารณาเหตุการณ์ต่างๆในโลกที่ผ่านมา พบว่า พวกเราส่วนใหญ่คือเหยื่อของอำนาจซึ่งเราไม่อาจเข้าใจและไม่สามารถควบคุมอำนาจนั้นได้
	b. By taking an active part in political and social affairs the people can control world events. / b. ผู้คนสามารถควบคุมเหตุการณ์ต่างๆในโลกได้ด้วยความตื่นตัวทางการเมืองและให้ความสนใจเหตุการณ์ต่างๆในสังคม
18	a. Most people don't realize the extent to which their lives are controlled by accidental happenings. / a. บุคคลส่วนใหญ่มักจะคิดไม่ถึงว่าชีวิตของคนเรานั้นถูกควบคุมโดยเหตุการณ์บังเอิญต่างๆ
	b. There really is no such thing as "luck." / b. โชคชะตาไม่มีอยู่จริง
19	a. One should always be willing to admit mistakes. / a. เราควรยอมรับความผิดเสมอ
	b. It is usually best to cover up one's mistakes. / b. การปกปิดความผิดเป็นวิธีการที่ดีที่สุด

ตารางที่ ข 1 (ต่อ)

ข้อกระทงในมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมตามแนวคิดของ Rotter (1966) จำนวน 29 ข้อ

ข้อ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ)/ ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
20	a. It is hard to know whether or not a person really likes you. / a. การที่จะรู้ว่าใครจริงใจกับเรา เป็นเรื่องที่ยากมาก
	b. How many friends you have depends upon how nice a person you are. / b. จำนวนเพื่อน ขึ้นอยู่กับความเป็นมิตรของคุณ
21	a. In the long run the bad things that happen to us are balanced by the good ones. / a. ในระยะยาวนั้น เมื่อมีสิ่งร้ายๆเกิดขึ้น ย่อมมีสิ่งดีๆตามมา
	b. Most misfortunes are the result of lack of ability, ignorance, laziness, or all three. / b. ความอัปโชคส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการที่บุคคลขาดความสามารถ, ปล่อยปละละเลยหน้าที่, ชี้เกียจ หรือทั้งสามอย่าง
22	a. With enough effort we can wipe out political corruption. / a. เราสามารถขจัดคอร์รัปชันได้ หากเรามีความพยายามมากพอ
	b. It is difficult for people to have much control over the things politicians do in office. / b. มันเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะมีอำนาจมากพอในการควบคุมสิ่งที่นักการเมืองทำ
23	a. Sometimes I can't understand how teachers arrive at the grades they give. / a. บางครั้งฉันไม่เข้าใจว่าอาจารย์เอาคะแนนจากไหนมาวัดผลการเรียน
	b. There is a direct connection between how hard I study and the grades I get. / b. ความขยันกับผลการเรียน เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกันโดยตรง
24	a. A good leader expects people to decide for themselves what they should do. / a. ผู้นำที่ดีจะคาดหวังให้คนอื่นตัดสินใจด้วยตนเอง
	b. A good leader makes it clear to everybody what their jobs are. / b. ผู้นำที่ดีจะบอกทุกขั้นตอนเกี่ยวกับงานโดยละเอียด
25	a. Many times I feel that I have little influence over the things that happen to me. / a. หลายครั้งฉันรู้สึกว่ามีอิทธิพลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตฉันเองน้อยมาก
	b. It is impossible for me to believe that chance or luck plays an important role in my life. / b. มันเป็นเรื่องยากสำหรับฉันที่จะเชื่อว่าโอกาสหรือโชคเป็นส่วนที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตของฉัน
26	a. People are lonely because they don't try to be friendly. / a. คนที่รู้สึกโดดเดี่ยวเป็นเพราะพวกเขาไม่พยายามเป็นมิตรกับคนอื่น
	b. There's not much use in trying too hard to please people, if they like you, they like you. / b. การพยายามทำให้ผู้อื่นพึงพอใจเป็นสิ่งไร้ประโยชน์ เพราะถ้าเขาชอบคุณอยู่แล้วเขาก็ต้องชอบคุณอยู่แล้ว

ตารางที่ ข 1 (ต่อ)

ข้อกระทงในมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมตามแนวคิดของ Rotter (1966) จำนวน 29 ข้อ

ข้อ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ)/ ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
27	a. There is too much emphasis on athletics in high school. / a. ปัจจุบันมีการบรรจุวิชาพลະไว้ในการศึกษาระดับมัธยมปลายมากเกินไป
	b. Team sports are an excellent way to build character. / b. การมีทีมกีฬาของโรงเรียนถือเป็นวิธีการที่ยอดเยี่ยมในการช่วยสร้างตัวตนให้กับนักเรียน
28	a. What happens to me is my own doing. / a. สิ่งที่เกิดขึ้นกับฉันมาจากการกระทำของตัวเอง
	b. Sometimes I feel that I don't have enough control over the direction my life is taking. / b. บางครั้งฉันรู้สึกว่าคุณไม่มีพลังมากพอที่จะควบคุมเหตุการณ์ต่างๆในชีวิต
29	a. Most of the time I can't understand why politicians behave the way they do. / a. ส่วนใหญ่แล้วฉันไม่เข้าใจว่าทำไมนักการเมืองจึงมีพฤติกรรมเช่นนั้น
	b. In the long run the people are responsible for bad government on a national as well as on a local level. / b. ในระยะยาวนั้น ประชาชนต้องรับผิดชอบจากการเลือกรัฐบาลที่ไม่ดี ซึ่งส่งผลเป็นปัญหาระดับชาติ

ตารางที่ ข 2

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 44 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	แปล	สร้าง เพิ่ม
1	a. การที่เด็ก ๆ กลายเป็นเด็กมีปัญหาเพราะพวกเขาได้รับการลงโทษจากผู้ปกครอง อย่างหนักจนเกินไป (filler)	✓	
	b. ปัญหาของเด็กในยุคนี้นี้ คือ การที่ผู้ปกครองตามใจเด็ก ๆ มากเกินไป (filler)		
2	a. เรื่องร้ายหลายอย่างที่เกิดขึ้นกับชีวิตของคนเราส่วนหนึ่งเป็นเพราะความโชคร้าย (E)	✓	
	b. ความอัปโชคที่เกิดขึ้นกับคนเราเป็นผลจากความผิดพลาดที่เราสร้างขึ้นเอง (I)		
3	a. หนึ่งในเหตุผลหลักที่ทำให้เกิดสงครามนั้นเป็นเพราะเราไม่สนใจเรื่องบ้านเมือง เท่าที่ควร (I)	✓	
	b. อย่างไรก็ตามก็จะต้องเกิดขึ้น แม้ว่าเราจะพยายามอย่างหนักเพื่อป้องกันไม่ใหมัน เกิดขึ้น (E)		
4	a. ในท้ายที่สุดแล้ว คนเราจะได้รับการยอมรับที่สมควรได้รับจากโลกใบนี้ (I)	✓	
	b. เป็นเรื่องน่าเศร้าที่คุณค่าของคนเรามักจะผ่านพ้นไปโดยไม่ได้รับการจดจำ ไม่ว่า เราจะพยายามมากแค่ไหนก็ตาม (E)		
5	a. ความคิดที่ว่าครูส่วนใหญ่ไม่มีความยุติธรรมกับนักเรียนเป็นเรื่องไร้สาระ (I)	✓	
	b. เด็กส่วนใหญ่ไม่ตระหนักว่าผลการเรียนของตนที่ได้มานั้นเกิดจากความบังเอิญ (E)		
6	a. หากปราศจากช่วงเวลาที่เหมาะสมแล้ว บุคคลจะไม่สามารถเป็นผู้นำที่มี ประสิทธิภาพได้ (E)	✓	
	b. คนที่มีความสามารถแต่ไม่สามารถขึ้นมาเป็นผู้นำคือคนที่ไม่รู้จักใช้ประโยชน์จาก โอกาสของตนเอง (I)		
7	a. ไม่ว่าคุณจะทำอย่างไรก็ตาม ยังคงมีบางคนที่ไม่ชอบคุณอยู่ดี (E)	✓	
	b. คนที่ไม่สามารถทำให้คนอื่นมารู้สึกชอบตนได้คือคนที่ไม่รู้วิธีการที่จะเข้ากับคน อื่น (I)		
8	a. พันธุกรรมมีบทบาทหลักในการทำหน้าที่กำหนดลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล (filler)	✓	
	b. ประสบการณ์ในชีวิตเป็นสิ่งที่หล่อหลอมตัวตนของเรา (filler)		
9	a. ฉันมักพบว่าสิ่งที่ฉันคาดว่าจะเป็นนั้นมักจะเกิดขึ้นตามที่ฉันคาดไว้ (E)	✓	
	b. สำหรับฉันแล้ว การเชื่อในสัญชาตญาณไม่เคยให้ผลดีเทียบเท่ากับการตัดสินใจ ด้วยการพิจารณาตามความเป็นเหตุเป็นผลที่ถูกต้อง (I)		

ตารางที่ ข 2 (ต่อ)

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 44 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	แปล	สร้าง เพิ่ม
10	a. นักเรียนที่เตรียมตัวสอบมาเป็นอย่างดีนั้น ไม่ค่อยรายงานว่าตนพบข้อสอบที่ไม่ยุติธรรม (I)	✓	
	b. หลายครั้งที่คำถามในข้อสอบไม่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ประจำวิชา ส่งผลให้การเรียนจึงเป็นเรื่องเปล่าประโยชน์ (E)		
11	a. หลักสำคัญที่ทำให้คนประสบความสำเร็จคือการทำงานหนัก ในขณะที่โชคมีส่วนน้อยมากหรือไม่มีเลย (I)	✓	
	b. การได้งานที่ดีขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาที่เหมาะสม (E)		
12	a. ประชาชนสามารถส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล (I)	✓	
	b. โลกของเราขับเคลื่อนด้วยอำนาจของคนเพียงไม่กี่คนและมีเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่จะมีอำนาจควบคุมเช่นนี้ได้ (E)		
13	a. เมื่อฉันได้วางแผนไว้แล้ว ส่วนใหญ่ฉันจะทำตามแผนได้สำเร็จ (I)	✓	
	b. การวางแผนล่วงหน้าไม่ใช่วิธีที่ดีเสมอไป เนื่องจากไม่ว่าอย่างไรก็ตามสิ่งที่เราวางแผนไว้ต้องถูกอิทธิพลจากความโชคดีหรือโชคร้ายมาควบคุมอยู่ดี (E)		
14	a. มีคนบางประเภทที่เกิดมาเป็นพวกไม่เอาไหนอย่างแก้ไขไม่ได้ (filler)	✓	
	b. ทุกคนมีข้อดีของตนเอง (filler)		
15	a. สำหรับฉันแล้วการได้มาซึ่งสิ่งที่ฉันต้องการนั้น ความโชคดีมีส่วนน้อยมากหรือไม่มีส่วนเลย (I)	✓	
	b. หลายๆครั้งการตัดสินใจก็สามารถทำได้โดยการโยนเหรียญ (E)		
16	a. การจะได้เป็นหัวหน้านั้นขึ้นอยู่กับว่าใครจะโชคดีพอที่จะได้ไปอยู่ในที่ๆเหมาะสมก่อน (E)	✓	
	b. การที่คนเราจะทำในสิ่งที่ถูกต้องได้นั้นเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับความสามารถโดยที่โชคละมามีส่วนน้อยมากหรือไม่มีเลย (I)		
17	a. จากการพิจารณาเหตุการณ์ต่างๆในโลกที่ผ่านมา พบว่า พวกเราส่วนใหญ่คือเหยื่อของอำนาจซึ่งเราไม่อาจเข้าใจและไม่สามารถควบคุมอำนาจนั้นได้ (E)	✓	
	b. ผู้คนสามารถควบคุมเหตุการณ์ต่างๆในโลกได้ด้วยความตื่นตัวทางการเมืองและให้ความสนใจเหตุการณ์ต่างๆในสังคม (I)		
18	a. บุคคลส่วนใหญ่มักจะไม่คิดว่าชีวิตของคนเรานั้นถูกควบคุมโดยเหตุการณ์บังเอิญต่างๆ (E)	✓	
	b. โชคชะตาไม่มีอยู่จริง (I)		

ตารางที่ ข 2 (ต่อ)

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 44 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	แปล	สร้าง เพิ่ม
19	a. เราควรยอมรับความผิดเสมอ (filler)	✓	
	b. การปกปิดความผิดเป็นวิธีการที่ดีที่สุด (filler)		
20	a. การที่จะรู้ว่าใครจริงใจกับเราเป็นเรื่องที่ยากมาก (E)	✓	
	b. จำนวนเพื่อนขึ้นอยู่กับความเป็นมิตรของคุณ (I)		
21	a. ในระยะยาวนั้น เมื่อมีสิ่งร้ายๆเกิดขึ้น ย่อมมีสิ่งดีๆตามมา (E)	✓	
	b. ความอึดใจส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการที่บุคคลขาดความสามารถ, ปล่อย ปลดละเลยหน้าที่, ขี้เกียจ หรือทั้งสามอย่าง (I)		
22	a. เราสามารถขจัดคอรัปชั่นได้ หากเรามีความพยายามมากพอ (I)	✓	
	b. มันเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะมีอำนาจมากพอในการควบคุมสิ่งที่นักการเมือง ทำ (E)		
23	a. บางครั้งฉันไม่เข้าใจว่าอาจารย์เอาคะแนนจากไหนมาวัดผลการเรียน (E)	✓	
	b. ความซนกับผลการเรียน เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกันโดยตรง (I)		
24	a. ผู้นำที่ดีจะคาดหวังให้คนอื่นตัดสินใจด้วยตนเอง (filler)	✓	
	b. ผู้นำที่ดีจะบอกทุกขั้นตอนเกี่ยวกับงานโดยละเอียด (filler)		
25	a. หลายครั้ง ฉันรู้สึกว่าคุณมีอิทธิพลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตฉันเองน้อยมาก (E)	✓	
	b. มันเป็นเรื่องยากสำหรับฉันที่จะเชื่อว่าโอกาสหรือโชคเป็นส่วนที่มีบทบาท สำคัญในชีวิตของฉัน (I)		
26	a. คนที่รู้สึกโดดเดี่ยวเป็นเพราะพวกเขาไม่พยายามเป็นมิตรกับคนอื่น (I)	✓	
	b. การพยายามทำให้ผู้อื่นพึงพอใจเป็นสิ่งไร้ประโยชน์ เพราะถ้าเขาชอบคุณอยู่ แล้วเขาก็ต้องชอบคุณอยู่ดี (E)		
27	a. ปัจจุบันมีการบรรจุวิชาพลະไว้ในการศึกษาในระดับมัธยมปลายมากเกินไป (filler)	✓	
	b. การมีทีมกีฬาของโรงเรียนถือเป็นวิธีการที่ยอดเยี่ยมในการช่วยสร้างตัวตน ให้กับนักเรียน (filler)		
28	a. สิ่งที่เกิดขึ้นกับฉันมาจากการกระทำของตนเอง (I)	✓	
	b. บางครั้งฉันรู้สึกว่าฉันไม่มีพลังมากพอที่จะควบคุมเหตุการณ์ต่างๆในชีวิต (E)		
29	a. ส่วนใหญ่แล้วฉันไม่เข้าใจว่าทำไมนักการเมืองจึงมีพฤติกรรมเช่นนั้น (E)	✓	
	b. ในระยะยาวนั้น ประชาชนต้องรับผลกระทบจากการเลือกรัฐบาลที่ไม่ดี ซึ่งส่งผล เป็นปัญหาระดับชาติ (I)		

ตารางที่ ข 2 (ต่อ)

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 44 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	แปล	สร้าง เพิ่ม
30	a. ความไม่ยุติธรรมในโลกเป็นสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นอย่างแน่นอนไม่ว่าเราจะพยายามหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดขึ้นก็ตาม (E)		✓
	b. เราสามารถต่อต้านความไม่ยุติธรรมในโลกได้ด้วยการให้ความช่วยเหลือคนที่ไม่ได้รับความยุติธรรม (I)		
31	a. คนบางคนเกิดมาเพื่อเป็นผู้นำ ในขณะที่อีกหลายๆคนเกิดมาเพื่อเป็นผู้ตาม (E)		✓
	b. การหมั่นฝึกฝนและทำงานหนักเป็นแนวทางสู่ความเป็นผู้นำ (I)		
32	a. เราสามารถประสบความสำเร็จได้หากเราได้รับโอกาสเหมือนกับคนที่ประสบความสำเร็จมาก่อน (E)		✓
	b. ความสำเร็จมักจะเกิดกับคนที่แสวงหาโอกาส (I)		
33	a. บ่อยครั้งที่การวางแผนของฉันต้องคลาดเคลื่อนเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน (E)		✓
	b. เมื่อฉันได้วางแผนไปแล้ว ฉันมักสามารถทำตามแผนการนั้นได้สำเร็จ (I)		
34	a. การเกิดขึ้นของโซเชียลเน็ตเวิร์กส่งผลกระทบต่อการทำงานของฉัน (E)		✓
	b. การมีโซเชียลเน็ตเวิร์กไม่ส่งผลให้การทำงานของฉันแย่ลง (I)		
35	a. ฉันคิดว่าฉันสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ด้วยความสามารถ (I)		✓
	b. ฉันคิดว่าฉันโชคดีมากที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ (E)		
36	a. การตื่นตัวและให้ความสนใจข่าวสารทางการเมืองสามารถช่วยปราบปรามคอร์รัปชันได้ (I)		✓
	b. การคอร์รัปชันเป็นสิ่งที่มิในทุกสังคมและฝั่งรากลึกจนไม่สามารถปราบปรามได้ (E)		
37	a. ฉันมักไม่ค่อยมีเวลาพักผ่อนแม้ว่าฉันจะจัดตารางเวลาไว้เป็นอย่างดีแล้ว		✓
	b. สาเหตุของการไม่มีเวลาส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการที่ฉันเองไม่สามารถปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ได้ (I)		
38	a. ยิ่งเราวิ่งเข้าหาโอกาสมากเท่าไร โอกาสไปสู่ความสำเร็จยิ่งมีมากเท่านั้น (I)		✓
	b. คนที่ประสบความสำเร็จกว่าคนอื่นคือคนที่ได้รับโอกาสที่ดีกว่าคนอื่น (E)		
39	a. หลายครั้งที่ความตั้งใจของฉันต้องยุติลงเพราะมีเหตุการณ์ไม่คาดฝันเข้ามาแทรกแซง (E)		✓
	b. ความฝันคือสิ่งเกิดจากตัวของฉันเองและกำหนดได้ด้วยตัวของฉันเอง (I)		

ตารางที่ ข 2 (ต่อ)

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม จำนวน 44 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	แปล	สร้าง เพิ่ม
40	a. คนบางคนมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่สามารถทำให้คนประทับใจตั้งแต่แรกพบ (E)		✓
	b. ความสุภาพและการมีธรรมาศัยที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความประทับใจ (I)		
41	a. เท่าที่ผ่านมานั้น ฉันพบว่า การตัดสินใจส่วนใหญ่ของฉันมักได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น (E)		✓
	b. ฉันเชื่อว่าทำดีที่สุดแล้ว การตัดสินใจครั้งสุดท้ายคือการตัดสินใจที่มาจากความต้องการของตนเอง (I)		
42	a. โอกาสมักเข้ามาหาคนที่โชคดีกว่าเสมอ (E)		✓
	b. ปริมาณของโอกาสขึ้นอยู่กับความพยายามในการแสวงหา (I)		
43	a. การตัดสินใจของฉันมาจากการพิจารณาทางเลือกอย่างเพียงพอแล้ว (I)		✓
	b. ในหลายๆครั้ง ฉันรู้สึกว่าคุณไม่มีทางเลือกในการตัดสินใจ (E)		
44	a. ในความเป็นจริงแล้วนั้น โชคชะตามีอิทธิพลต่อชีวิตคนเรามากกว่าที่เราคิด (E)		✓
	b. ฉันเชื่อว่าคนเราก็คือผู้กำหนดดำเนินชีวิตตนเอง โชคชะตาไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนน้อยมาก (I)		

ตารางที่ ข 3

ตัวอย่างข้อกระทงภายในมาตรวัดความเชื่อการเห็นคุณค่าของตนเอง โดย สิริรัตน์ ศรีสวัสดิ (2547)

ข้อ	ข้อความ	ทิศทาง	
		บวก	ลบ
1	โดยทั่วไปฉันรู้สึกพึงพอใจตนเอง (+)	+	
2	บางครั้งฉันคิดว่าฉันเป็นคนไม่เอาไหนเลย (-)		-
3	ฉันรู้สึกว่าฉันมีคุณลักษณะที่ดีหลายอย่าง (+)	+	
4	ฉันสามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้ดีเท่ากับคนอื่น (-)		-
5	ฉันรู้สึกว่าฉันมีสิ่งให้น่าภูมิใจไม่มากนัก (-)		-
6	บางครั้งฉันรู้สึกว่าฉันเป็นคนที่ไร้ประโยชน์ (-)		-
7	ฉันอยากมีความรู้สึกนับถือตนเองให้มากกว่านี้ (-)		-
8	สรุปแล้วฉันรู้สึกว่าตนเองค่อนข้างล้มเหลว (-)		-
9	ฉันมีเจตคติที่ดีต่อตัวเอง (+)	+	
10	ถึงฉันจะทำอะไรผิด เพื่อน ๆ ก็จะไม่ใส่ใจฉัน (+)	+	
11	ฉันเข้ากับคนได้ง่าย (+)	+	
12	ฉันสามารถยอมรับความผิดพลาดที่ฉันทำขึ้น (+)	+	
13	ไม่ว่าฉันจะทำอะไร ก็ดูเหมือนว่าฉันจะทำให้ยุ่งมากขึ้น (-)		-
14	ฉันรู้สึกว่า ถึงฉันจะหายตัวไป ก็ไม่มีใครสังเกตเห็น (-)		-
15	การหนีปัญหาเป็นทางออกที่ดีสำหรับฉันทางหนึ่ง (-)		-
16	ฉันชอบการเป็นตัวของตัวเอง (+)	+	
17	เมื่อฉันเกิดปัญหา ฉันรู้ว่าเพื่อน ๆ จะคอยให้กำลังใจฉัน (+)	+	
18	ฉันต้องทำในสิ่งที่ไม่เป็นตนเองเพื่อให้กลุ่มเพื่อนยอมรับ (-)		-
19	ถ้ามีคนมารักฉัน ฉันจะยอมปรับตัวเพื่อให้เขารักฉันตลอดไป (-)		-
20	ฉันกลัวการถูกปฏิเสธจากกลุ่มเพื่อน (-)		-
21	คนส่วนใหญ่รอบ ๆ ตัวฉันดูเหมือนจะดีกว่าฉัน (-)		-
22	ฉันรู้สึกว่าตนเองเป็นคนที่พิเศษและมีคุณค่าพอที่ทุกคนให้ความสนใจ (+)	+	
23	ความคิดเห็นของฉันเกี่ยวกับตัวเองสำคัญมากกว่าความคิดเห็นที่คนอื่นคิดเกี่ยวกับฉัน (+)	+	
24	ฉันสามารถยอมรับคำวิจารณ์ได้โดยไม่รู้สึกหงุดหงิด (+)	+	

ตารางที่ ข 4

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงของมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 44 ข้อ (N = 54)

ข้อ	ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (N = 54)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง (N = 15)		กลุ่มต่ำ (N = 19)		t	p (สองหาง)		
		M	SD	M	SD				
1	+/-	Filler Item							
2	-	0.8	.414	0.53	.513	1.721	.095	-	-
3	+	0.87	.352	0.53	.513	2.289*	.029	.292	✓
4	+	0.6	.507	0.58	.507	.120	.905	-	-
5	+	0.67	.488	0.42	.507	1.425	1.64	-	-
6	-	0.8	.414	0.26	.452	3.565***	.001	.324	✓
7	-	0.27	.458	0.05	.229	1.654	.114	-	-
8	+/-	Filler Item							
9	-	0.67	.488	0.42	.507	1.425	.164	-	-
10	+	0.87	.352	0.58	.507	1.949	.060	-	-
11	+	0.4	.507	0.05	.229	2.462*	.024	.239	✓
12	+	0.67	.488	0.26	.452	2.495*	.018	.348	✓
13	+	0.93	.258	0.58	.507	2.642*	.013	.318	✓
14	+/-	Filler Item							
15	+	0.87	.352	0.53	.513	2.289*	.029	.218	-
16	-	1	.000	0.68	.478	2.882*	.010	.275	✓
17	-	0.73	.458	0.26	.452	2.993**	.005	.314	✓
18	-	0.33	.488	0.11	.315	1.570	.130	-	-
19	+/-	Filler Item							
20	-	0.53	.516	0.37	.496	.946	.351	-	-
21	-	0.4	.507	0.37	.496	.183	.856	-	-
22	+	0.53	.516	0.16	.375	2.367*	.026	.328	✓
23	-	0.93	.258	0.68	.478	1.942	.062	-	-
24	+/-	Filler Item							

ตารางที่ ข 4 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงของมาตรฐานการอ้างอิงแหล่งควบคุม โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 44 ข้อ (*N* = 54)

ข้อ	ชี้	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (<i>N</i> = 54)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง (<i>N</i> = 15)		กลุ่มต่ำ (<i>N</i> = 19)		<i>t</i>	<i>p</i> (สองหาง)		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
25	-	0.67	.488	0.53	.513	.809	.424	-	-
26	+	0.93	.258	0.42	.507	3.820***	.001	.303	✓
27	+/-	Filler Item							
28	+	0.8	.414	0.68	.478	.744	.463	-	-
29	-	0.93	.258	0.68	.478	1.942	.062	-	-
30	-	0.33	.488	0.05	.229	2.056	.054	-	-
31	-	0.93	.258	0.32	.478	4.815***	.000	.403	✓
32	-	0.93	.258	0.79	.419	1.230	.228	-	-
33	-	0.6	.507	0.16	.375	2.823**	.009	.393	✓
34	-	0.53	.516	0.47	.513	.336	.739	-	-
35	+	0.8	.414	0.47	.513	2.052*	.048	.253	✓
36	+	0.87	.352	0.32	.478	3.870***	.001	.446	✓
37	-	1	.000	0.84	.375	1.837	.083	-	-
38	+	1	.000	0.79	.419	2.191*	.042	.347	✓
39	-	0.93	.258	0.37	.496	4.286***	.000	.341	✓
40	-	0.8	.414	0.21	.419	4.095***	.000	.396	✓
41	-	1	.000	0.53	.513	4.025***	.001	.435	✓
42	-	1	.000	0.74	.452	2.535*	.021	.367	✓

ตารางที่ ข 4 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงของมาตราวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 44 ข้อ (N = 54)

ข้อ	ขั้ว	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (N = 54)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง (N = 15)		กลุ่มต่ำ (N = 19)		t	p (สองหาง)		
		M	SD	M	SD				
43	+	0.93	.258	0.58	.507	2.642*	.013	.273	✓
44	-	1	.000	0.37	.496	5.555***	.000	.438	✓
Cronbachs alpha =								.779	(20 ข้อ)

“+” หมายถึง ขั้วบวก นั่นคือ ข้อที่ตัวเลือก a เท่ากับ 1 และตัวเลือก b เท่ากับ 0

“-” หมายถึง ขั้วลบ นั่นคือ ข้อที่ตัวเลือก a เท่ากับ 0 และตัวเลือก b เท่ากับ 1

“+/-” หมายถึง ข้อกระทงเสริม (filler item) ซึ่งเป็นข้อกระทงที่ Rotter (1966) เชื่อว่าจะสามารถช่วยให้ผู้ตอบมาตรไม่สามารถคาดเดาสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะวัดจากมาตรได้ โดยข้อกระทงเหล่านี้จะไม่นำผลของการตอบมาวิเคราะห์

หมายเหตุ ค่า r วิฤฤต (54, .05, สองหาง) \approx 215; CITC คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร โดยข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบมีทั้งหมด จำนวน 20 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ท เท่ากับ .779

* $p \leq .05$ (สองหาง), ** $p \leq .01$ (สองหาง), *** $p \leq .001$ (สองหาง)

ตารางที่ ข 5

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงของมาตรฐานการเห็นคุณค่าในตนเอง โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 24 ข้อ (*N* = 54)

ข้อ	ขั้ว	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (<i>N</i> = 54)		ผ่าน
		กลุ่มสูง (<i>N</i> = 15)		กลุ่มต่ำ (<i>N</i> = 14)		<i>t</i>	<i>p</i> (สองหาง)	ครั้งที่	ครั้งที่	
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			1	2	
1	+	4.07	.258	3.29	.994	2.850*	.012	.439	.460	✓
2	-	3.80	.941	2.50	1.160	3.324**	.003	.472	.495	✓
3	+	4.07	.704	3.36	.633	2.847**	.008	.343	.345	✓
4	-	2.00	.535	2.714	.825	-2.745*	.012	-.546	-	-
5	-	4.267	.594	2.714	.914	5.384***	.000	.645	.651	✓
6	-	4.40	.737	3.00	1.038	4.212***	.000	.456	.449	✓
7	-	3.867	.916	1.714	.726	6.980***	.000	.661	.678	✓
8	-	4.933	.258	3.643	1.216	3.891***	.000	.486	.485	✓
9	+	4.13	.516	3.14	.663	4.506***	.000	.530	.527	✓
10	+	3.87	.516	3.07	.829	3.125**	.004	.363	.371	✓
11	+	3.93	.799	3.57	.646	1.335	.193	-	-	-
12	+	4.07	.594	3.57	1.089	1.505	.148	-	-	-
13	-	4.067	.704	3.143	1.100	2.714*	.011	.408	.421	✓
14	-	4.20	.862	2.857	1.100	3.674**	.001	.442	.436	✓
15	-	4.40	.986	3.286	1.204	2.735*	.011	.473	.466	✓
16	+	4.60	.507	3.79	.893	3.048**	.005	.465	.464	✓
17	+	4.20	.561	3.36	1.008	2.808**	.009	.298	.306	✓
18	-	4.667	.617	3.143	.949	5.160***	.000	.544	.534	✓
19	-	3.333	1.113	3.0	1.301	.743	.464	-	-	-
20	-	3.667	1.047	1.929	.7301	5.215***	.000	.512	.523	✓
21	-	3.933	.704	2.643	.929	4.236***	.000	.551	.562	✓
22	+	3.60	.737	3.0	.877	2.000	.056	-	-	-

ตารางที่ ข 5 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงของมาตรฐานการเห็นคุณค่าในตนเอง โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 24 ข้อ (*N* = 54)

ข้อ	ขั้ว	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (<i>N</i> = 54)		ผ่าน
		กลุ่มสูง (<i>N</i> = 15)		กลุ่มต่ำ (<i>N</i> = 14)		<i>t</i>	<i>p</i> (สองหาง)	ครั้งที่	ครั้งที่	
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			1	2	
23	+	3.80	1.082	3.21	.975	1.527	.138	-	-	-
24	+	3.47	.640	3.07	1.269	1.048	.308	-	-	-
Cronbachs alpha =								.834	.861	(17 ข้อ)

หมายเหตุ ค่า *r*วิกฤต (54, .05, สองหาง) \approx 215; CITC ครั้งที่ 1 และ 2 คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร โดยข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบมีทั้งหมด จำนวน ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ .861

* $p \leq .05$ (สองหาง), ** $p \leq .01$ (สองหาง), *** $p \leq .001$ (สองหาง)

ตัวอย่างมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความในแต่ละข้อและเขียนเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวอักษร “a” หรือ “b” ที่อยู่บนข้อความที่ตรงกับตัวท่านหรือความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้น (โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

ข้อ	ตัวเลือก	ข้อความ
1	a	หากปราศจากช่วงเวลาที่เหมาะสมแล้ว บุคคลจะไม่สามารถเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพได้
	b	คนที่มีความสามารถแต่ไม่สามารถขึ้นมาเป็นผู้นำคือคนที่ไม่รู้จักรับประโยชน์จากโอกาสของตนเอง
2	a	ประชาชนสามารถส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล
	b	โลกของเราขับเคลื่อนด้วยอำนาจของคนเพียงไม่กี่คนและมีเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่จะมีอำนาจควบคุมเช่นนั้นได้
3	a	เมื่อฉันได้วางแผนไว้แล้ว ส่วนใหญ่ฉันจะทำตามแผนได้สำเร็จ
	b	การวางแผนล่วงหน้าไม่ใช่วิธีที่ดีเสมอไป เนื่องจากไม่ว่าอย่างไรก็ตามสิ่งที่เราวางแผนไว้ต้องถูกอิทธิพลจากความโชคดีหรือโชคร้ายมาควบคุมอยู่ดี
4	a	จากการพิจารณาเหตุการณ์ต่างๆในโลกที่ผ่านมา พบว่า พวกเราส่วนใหญ่คือเหยื่อของอำนาจซึ่งเราไม่อาจเข้าใจและไม่สามารถควบคุมอำนาจนั้นได้
	b	ผู้คนสามารถควบคุมเหตุการณ์ต่างๆในโลกได้ด้วยความตื่นตัวทางการเมืองและให้ความสนใจเหตุการณ์ต่างๆในสังคม
5	a	เราสามารถขจัดคอร์รัปชันได้ หากเรามีความพยายามมากพอ
	b	มันเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะมีอำนาจมากพอในการควบคุมสิ่งที่นักการเมืองทำ
6	a	คนที่รู้สึกโดดเดี่ยวเป็นเพราะพวกเขาไม่พยายามเป็นมิตรกับคนอื่น
	b	การพยายามทำให้ผู้อื่นพึงพอใจเป็นสิ่งไร้ประโยชน์ เพราะถ้าเขาชอบคุณอยู่แล้วเขาก็ต้องชอบคุณอยู่ดี
7	a	คนบางคนเกิดมาเพื่อเป็นผู้นำ ในขณะที่อีกหลายคนเกิดมาเพื่อเป็นผู้ตาม
	b	การหมั่นฝึกฝนและทำงานหนักเป็นแนวทางสู่ความเป็นผู้นำ
8	a	บ่อยครั้งที่การวางแผนของฉันต้องคลาดเคลื่อนเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน
	b	เมื่อฉันได้วางแผนไปแล้ว ฉันมักสามารถทำตามแผนการนั้นได้สำเร็จ
9	a	การตื่นตัวและให้ความสนใจข่าวสารทางการเมืองสามารถช่วยปราบปรามการคอร์รัปชันได้
	b	การคอร์รัปชันเป็นสิ่งที่มิในทุกลัทธิสังคมและฝักรากลึกจนไม่สามารถปราบปรามได้
10	a	ยิ่งเราวิ่งเข้าหาโอกาสมากเท่าไร โอกาสไปสู่ความสำเร็จยิ่งมีมากเท่านั้น
	b	คนที่ประสบความสำเร็จกว่าคนอื่นคือคนที่ได้รับโอกาสที่ดีกว่าคนอื่น

ตัวอย่างมาตรวัดการอ้างอิงแหล่งควบคุม (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความในแต่ละข้อและเขียนเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวอักษร “a” หรือ “b” ที่อยู่บนข้อความที่ตรงกับตัวท่านหรือความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้น (โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

ข้อ	ตัวเลือก	ข้อความ
11	a	หลายครั้งที่ความตั้งใจของฉันต้องยุติลงเพราะมีเหตุการณ์ไม่คาดฝันเข้ามาแทรกแซง
	b	ความฝันคือสิ่งเกิดจากตัวของฉันเองและกำหนดได้ด้วยตัวของฉันเอง
12	a	คนบางคนมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่สามารถทำให้คนประทับใจตั้งแต่แรกพบ
	b	ความสุภาพและการมีอัธยาศัยดีเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความประทับใจ
13	a	เท่าที่ผ่านมานั้น ฉันพบว่าการตัดสินใจส่วนใหญ่ของฉันมักได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น
	b	ฉันเชื่อว่าทำดีที่สุดแล้ว การตัดสินใจครั้งสุดท้ายคือการตัดสินใจที่มาจากความต้องการของฉันเอง
14	a	โอกาสมักเข้ามาหาคนที่โชคดีกว่าเสมอ
	b	ปริมาณของโอกาสขึ้นอยู่กับความพยายามในการแสวงหา
15	a	การตัดสินใจของฉันมาจากการพิจารณาทางเลือกอย่างเพียงพอแล้ว
	b	ในหลายๆครั้ง ฉันรู้สึกว่าคุณไม่มีทางเลือกในการตัดสินใจ
16	a	ในความเป็นจริงแล้วนั้น โชคชะตามีอิทธิพลต่อชีวิตคนเรามากกว่าที่เราคิด
	b	ฉันเชื่อว่าคนเราคือผู้กำหนดดำเนินชีวิตตนเอง โชคชะตาไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนน้อยมาก
17	a	ฉันคิดว่าฉันสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ด้วยความสามารถ
	b	ฉันคิดว่าฉันโชคดีมากที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้
18	a	หลักสำคัญที่ทำให้คนประสบความสำเร็จคือการทำงานหนัก ในขณะที่โชคมีส่วนน้อยมากหรือไม่มีเลย
	b	การได้งานที่ดีขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาที่เหมาะสม
19	a	การจะได้เป็นหัวหน้านั้นขึ้นอยู่กับว่าใครจะโชคดีพอที่จะได้ไปอยู่ในที่ๆเหมาะสมก่อน
	b	การที่คนเราจะทำในสิ่งที่ถูกต้องนั้นเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับความสามารถ โดยโชคกลางมีส่วนน้อยมากหรือไม่มีเลย
20	a	หนึ่งในเหตุผลหลักที่ทำให้เกิดสงครามนั้น เป็นเพราะเราไม่สนใจเรื่องบ้านเมืองเท่าที่ควร
	b	อย่างไรสงครามก็ต้องเกิดขึ้น แม้ว่าเราจะพยายามอย่างหนักเพื่อป้องกันไม่ให้นั้นเกิดขึ้น
21	a	สำหรับฉันแล้วการได้มาซึ่งสิ่งที่ฉันต้องการนั้น ความโชคมีส่วนน้อยมากหรือไม่มีเลย
	b	หลายๆครั้งการตัดสินใจก็สามารถทำได้โดยการโยนเหรียญ

ภาคผนวก ค

ตารางที่ ค 1

ข้อกระทงในมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล(REI) ตามแนวคิดของPacini และ Epstein (1999) จำนวน 40 ข้อ (REI-40)

องค์ประกอบ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ) / ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
RA (รวม 10 ข้อ)	1. I have a logical mind. (r) / ฉันมีความคิดที่เป็นตรรกะ
	4. I am not a very analytical thinker. (-r) / ฉันไม่ค่อยมีลักษณะเป็นนักคิดวิเคราะห์มากนัก
	8. I don't reason well in the pressure. (-r) ฉันไม่สามารถคิดอย่างมีเหตุผลในสถานการณ์ที่กดดัน
	13. I am much better at figuring things but logically than most people. (r) ฉันถนัดในการแก้ปัญหาทางตรรกะมากกว่าคนส่วนใหญ่
	14. I usually have clear, explainable reasons for my decisions.(r) ฉันมักจะมีเหตุผลที่ชัดเจนและสามารถอธิบายได้ให้กับการตัดสินใจของฉัน
	17. I have no problem thinking things through carefully.(r) ฉันไม่มีปัญหาในการคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างรอบคอบ
	25. I'm not that good at figuring out complicated problems. (-r) ฉันไม่เก่งในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน
	27. Reasoning things out carefully is not one of my strong points. (-r) ฉันไม่เก่งในการหาคำตอบอย่างรอบคอบให้กับสิ่งต่างๆ
	30. Using logic usually works well for me in figuring out problems in my life. (-r) การแก้ปัญหาต่างๆในชีวิตด้วยการคิดอย่างมีเหตุผลเป็นวิธีที่ได้ผลดีสำหรับฉัน
	39. I am not very good at solving problems that require careful logical analysis.(-r) ฉันไม่ค่อยเก่งในการแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์ทางตรรกะอย่างรอบคอบ
RE (รวม 10 ข้อ)	2. I prefer complex problems to simple problems. (r) ฉันชอบปัญหาที่ซับซ้อนมากกว่าปัญหาทั่วไป
	6. I try to avoid situations that require thinking in depth about something. (-r) ฉันพยายามหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ต้องใช้ความคิดลึกซึ้งเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
	10. Thinking hard and for a long time about something gives me little satisfaction.(-r) การต้องใช้ความคิดมากๆและใช้เวลานานเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้ฉันรู้สึกไม่ค่อยพอใจ
	16. Thinking is not my idea of an enjoyable activity.(-r) ในความเห็นของฉันนั้นการใช้ความคิดไม่ใช่กิจกรรมที่สนุกเลย

ตารางที่ ค 1 (ต่อ)

ข้อกระทงในมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) ตามแนวคิดของPacini และ Epstein (1999) จำนวน 40 ข้อ (REI-40)

องค์ประกอบ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ) / ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
RE (รวม 10 ข้อ)	20. Learning new ways o think would be very appealing to me. (r) การได้เรียนรู้วิธีการคิดใหม่ๆเป็นสิ่งที่น่าดึงดูดใจอย่างมากสำหรับฉัน
	26. I enjoy intellectual challenges. (r) / ฉันสนุกกับการแก้ปัญหาเชาวน์
	28. I enjoy thinking in abstract terms. (r) / ฉันสนุกกับการคิดในเชิงนามธรรม
	32. I don't like to have to do a lot of thinking. (-r) / ฉันไม่ชอบการต้องใช้ความคิดมากมาย
	33. Knowing the answer without having to understand the reasoning behind it is good enough for me. (-r) การได้รู้คำตอบโดยไม่จำเป็นต้องเข้าใจถึงเหตุผลเบื้องหลังถือว่าดีเพียงพอแล้วสำหรับฉัน
	40. I enjoy solving problems that require hard thinking. (r) ฉันสนุกกับการแก้ปัญหาที่ต้องใช้ความคิดยากยาก
EA (รวม 10 ข้อ)	3. I believe in trusting my hunches. (e) / ฉันเชื่อในลางสังหรณ์ของตนเอง
	5. I trust my initial feelings about people. (e) / ฉันเชื่อในความรู้สึกแรกเกี่ยวกับการพบผู้คน
	18. When it comes to trusting people, I can usually rely on my gut feelings.(e) เมื่อจำเป็นที่จะต้องเชื่อใจใครสักคนแล้ว ฉันมักจะเลือกเชื่อตามความรู้สึกดีๆ
	19. I can usually feel when a person is right or wrong, even if I can't explain how I know. (e) ฉันมักจะรู้สึกได้ว่าใครเป็นคนถูกหรือผิด แม้ฉันจะไม่สามารถอธิบายได้ว่าฉันรู้ได้อย่างไร
	21. I hardly ever go wrong when I listen to my deepest gut feelings to find an answer. (e) / ฉันไม่ค่อยผิดพลาดเมื่อฉันเลือกที่จะเชื่อความรู้สึกดีๆข้างในในการหาคำตอบ
	34. Using my gut feelings usually works well for me in figuring out problems in my life. (e) / การใช้ความรู้สึกดีๆในการแก้ปัญหาต่างๆในชีวิตมักได้ผลดีสำหรับฉัน
	35. I don't have a very good sense of intuition. (-e) ฉันไม่ค่อยมีสัญชาตญาณในเรื่องลางสังหรณ์
36. If I were to rely on my gut feelings, I would often make mistakes. (-e) เมื่อฉันเลือกใช้ความรู้สึกดีๆในการแก้ปัญหาแล้วมักจะผิดพลาด	

ตารางที่ ค 1 (ต่อ)

ข้อกระทงในมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) ตามแนวคิดของPacini และ Epstein (1999) จำนวน 40 ข้อ (REI-40)

องค์ประกอบ	ข้อกระทงต้นฉบับ (ภาษาอังกฤษ) / ข้อกระทงแปล (ภาษาไทย)
EA (รวม 10 ข้อ)	37. I suspect my hunches are inaccurate as often as they are accurate.(-e) เมื่อเปรียบเทียบแล้วฉันคิดว่าการใช้ลางสังหรณ์ของฉันมักได้ผลที่ไม่แม่นยำมากกว่าที่จะแม่นยำ
	38. My snap judgments are probably not as good as most people's.(-e) ฉันตัดสินใจได้เร็วกว่าคนทั่วไปในสถานการณ์ที่ต้องการการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว
EE (รวม 10 ข้อ)	7. I like to rely on my intuitive impression. (e) ฉันมักจะเชื่อในสัญชาตญาณภายในของตนเอง
	9. I don't like the situation in which I have to rely on intuition. (-e) ฉันไม่ชอบสถานการณ์ที่จำเป็นต้องเชื่อในสัญชาตญาณ
	11. Intuition can be a very useful way to solve problems. (e) การใช้สัญชาตญาณเป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีประโยชน์อย่างมากในการใช้แก้ปัญหา
	12. I would not want to depend on anyone who described himself or herself as intuitive. (-e) ฉันไม่ยอมพึ่งพิงใครก็ตามที่อธิบายตนเองว่าเป็นพวกชอบใช้สัญชาตญาณในการตัดสินใจ
	15. I don't think it is a good idea to rely on one's intuition for important decision. (-e) ฉันคิดว่าไม่ใช่ความคิดที่ดีเลยที่จะเชื่อในสัญชาตญาณของใครสักคนหนึ่งเมื่อจำเป็นต้องตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญ
	22. I think it is foolish to make important decisions based on feelings. (-e)/ ฉันคิดว่า การใช้ความรู้สึกมาเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจแก้ปัญหาที่มีความสำคัญนั้นเป็นวิธีการที่ไร้สาระ
	23. I tend to use my heart as a guide for my actions. (e)/ ฉันมักใช้หัวใจนำทางการกระทำ
	24. I often go by my instincts when deciding on a course of action. (e) การกระทำของฉันมักมีสาเหตุมาจากสัญชาตญาณ
	29. I generally don't depend on my feelings to help me make decisions. (-e) โดยทั่วไปแล้ว ฉันมักไม่ค่อยใช้ความรู้สึกมาช่วยในการตัดสินใจ
	31. I think there are times when one should rely on one's intuition. (e) ฉันคิดว่ามีหลายครั้งที่เราควรเชื่อในการสัญชาตญาณของตัวเอง

ตารางที่ ค 2

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) ตามแนวคิดของ Pacini และ Epstein (1999)

ข้อ	ข้อความ
1	ฉันมีความคิดที่เป็นตรรกะ (RA +)
2	ฉันชอบปัญหาที่ซับซ้อนมากกว่าปัญหาทั่วไป (RE +)
3	ฉันเชื่อในลางสังหรณ์ของตนเอง (EA +)
4	ฉันไม่ค่อยมีลักษณะเป็นนักคิดวิเคราะห์มากนัก (RA -)
5	ฉันเชื่อในความรู้สึกแรกเกี่ยวกับการพบผู้คน (EA +)
6	ฉันพยายามหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ต้องใช้ความคิดเชิงลึกเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (RE -)
7	ฉันมักจะเชื่อในสัญชาตญาณของตนเอง (EE +)
8	ฉันไม่สามารถคิดอย่างมีเหตุผลในสถานการณ์ที่กดดัน (RA -)
9	ฉันไม่ชอบสถานการณ์ที่จำเป็นต้องเชื่อในสัญชาตญาณ (EE -)
10	การต้องใช้ความคิดมากๆ และใช้เวลานานเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้ฉันรู้สึกไม่ค่อยพอใจ (RE -)
11	การใช้สัญชาตญาณเป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีประโยชน์อย่างมากในการใช้แก้ปัญหา (EE +)
12	ฉันไม่ยอมฟังฟังใครก็ตามที่อธิบายตนเองว่าเป็นพวกชอบใช้สัญชาตญาณในการตัดสินใจ (EE -)
13	ฉันถนัดในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้ตรรกะมากกว่าคนส่วนใหญ่ (RA +)
14	ฉันมักจะมีเหตุผลที่ชัดเจนและสามารถอธิบายได้ให้กับการตัดสินใจของฉัน (RA +)
15	ฉันคิดว่าไม่ใช่ความคิดที่ดีเลยที่จะเชื่อในสัญชาตญาณของใครสักคนหนึ่งเมื่อจำเป็นต้องตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญ (EE -)
16	ในความเห็นของฉันนั้นการใช้ความคิดไม่ใช่กิจกรรมที่สนุกสนานเลย (RE -)
17	ฉันไม่มีปัญหาในการใช้ความคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างรอบคอบ (RA +)
18	เมื่อจำเป็นที่จะต้องเชื่อใจใครสักคนแล้ว ฉันมักจะเลือกเชื่อตามความรู้สึกดีๆ (EA +)
19	ฉันมักจะรู้สึกได้ว่าใครเป็นคนถูกหรือผิด แม้ฉันจะไม่สามารถอธิบายเหตุผลได้ว่าฉันรู้ได้อย่างไร (EA +)
20	การได้เรียนรู้วิธีการคิดใหม่ๆ เป็นสิ่งที่น่าดึงดูดใจอย่างมากสำหรับฉัน (RE +)
21	ฉันมักไม่ค่อยผิดพลาดเมื่อฉันเลือกที่จะเชื่อความรู้สึกดีๆ ข้างในในการหาคำตอบ (EA +)
22	ฉันคิดว่าการใช้ความรู้สึกมาเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจแก้ปัญหาที่มีความสำคัญนั้นเป็นวิธีการที่ไร้สาระ (EE -)
23	ฉันมักใช้หัวใจนำทางการกระทำ (EE +)
24	การกระทำของฉันมักมีสาเหตุมาจากสัญชาตญาณ (EE +)

ตารางที่ ค 2 (ต่อ)

ตัวอย่างข้อกระทบที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) ตามแนวคิดของ Pacini และ Epstein (1999)

ข้อ	ข้อความ
25	ฉันไม่เก่งในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน (RA -)
26	ฉันสนุกกับการแก้ปัญหาเซวาร์ (RE +)
27	ฉันไม่เก่งในการหาคำตอบอย่างรอบคอบให้กับสิ่งต่างๆ (RA -)
28	ฉันสนุกกับการคิดในเชิงนามธรรม (RE +)
29	โดยทั่วไปแล้ว ฉันมักไม่ค่อยใช้ความรู้สึกมาช่วยในการตัดสินใจ (EE -)
30	การแก้ปัญหาต่างๆในชีวิตด้วยการคิดอย่างมีเหตุผลเป็นวิธีที่ได้ผลดีสำหรับฉัน (RA +)
31	ฉันคิดว่ามีหลายครั้งที่เราควรเชื่อในสัญชาตญาณของตัวเอง (EE +)
32	ฉันไม่ชอบการต้องใช้ความคิดมากเกินไป (RE -)
33	การได้รู้คำตอบโดยไม่จำเป็นต้องเข้าใจถึงเหตุผลเบื้องหลังถือว่าดีเพียงพอแล้วสำหรับฉัน (RE -)
34	การใช้ความรู้สึกเล็กๆในการแก้ปัญหาต่างๆในชีวิตมักได้ผลดีสำหรับฉัน (EA +)
35	ฉันไม่ค่อยมีสัญชาตญาณในเรื่องลางสังหรณ์ (EA -)
36	เมื่อฉันเลือกใช้ความรู้สึกเล็กๆในการแก้ปัญหาแล้วมักจะผิดพลาด (EA -)
37	เมื่อเปรียบเทียบแล้วฉันคิดว่าการใช้ลางสังหรณ์ของฉันมักได้ผลที่ไม่แม่นยำมากกว่าที่จะแม่นยำ (EA -)
38	ฉันตัดสินใจได้เร็วกว่าคนอื่นในสถานการณ์ที่ต้องการการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว (EA -)
39	ฉันไม่ค่อยเก่งในการแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์ทางตรรกะอย่างรอบคอบ (RA -)
40	ฉันสนุกกับการแก้ปัญหาที่ต้องใช้ความคิดยากๆ (RE +)
41	ฉันมีความสุขเมื่อได้เรียนรู้วิธีการคิดที่แตกต่างออกไป (RE +)
42	ฉันมักวิเคราะห์คนอื่นผ่านประสบการณ์ที่ฉันเคยพบมา (EE +)
43	ความสุขของฉันคือการได้ลองคิดแก้ปัญหา (RE +)
44	ฉันสนุกกับคำถามที่ท้าทาย (RE +)
45	สำหรับฉันแล้ว ความรู้สึกและเหตุผลเป็นสิ่งเดียวกัน (EE +)
46	การตัดสินใจด้วยเหตุผลที่รอบคอบเป็นวิธีแก้ปัญหาที่ได้ผลดีที่สุดสำหรับฉัน (RA +)
47	ฉันสามารถเป็นนักคิดวิเคราะห์ที่ดีได้ (RA +)
48	ฉันวางแผนชีวิตอย่างมีเหตุผลมากกว่าจะเลือกดำเนินชีวิตตามสัญชาตญาณ (EE -)
49	ฉันเบื่อหน่ายกับงานที่ต้องใช้ความคิด (RE -)
50	ฉันมักตัดสินใจตามสัญชาตญาณเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่กดดัน (RA -)

ตารางที่ ค 2 (ต่อ)

ตัวอย่างข้อกระทงที่ใช้ในการพัฒนามาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (REI) ตามแนวคิดของ

Pacini และ Epstein (1999)

ข้อ	ข้อความ
51	เมื่อต้องตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งฉันจะให้ความสำคัญกับเหตุผลที่ปรากฏอยู่มากกว่าจะฟังหาประสบการณ์ในอดีต (EE -)
52	วิธีการได้มาซึ่งคำตอบของฉันต้องมาจากการคิดวิเคราะห์ด้วยเหตุผลที่มากพอ (RA +)
53	หลายๆครั้งฉันเลือกคบเพื่อนเพราะความถูกชะตา (EE +)
54	สำหรับฉันแล้วการได้รู้คำตอบสำคัญเทียบเท่าการได้รู้ที่มาของคำตอบ (RE +)
55	ส่วนใหญ่แล้ว สำหรับฉันการตัดสินใจด้วยความรู้สึกนั้นให้ผลลัพธ์ที่ดีมากกว่าการตัดสินใจอย่างเป็นเหตุเป็นผล (EA +)
56	ในหลายๆครั้ง ฉันต้องการเหตุผลที่ชัดเจนเพียงพอก่อนทำการตัดสินใจ (RA +)
57	มีหลายๆครั้งที่ฉันไม่สามารถอธิบายเหตุผลให้กับการตัดสินใจของตนเองได้ (EA +)
58	เมื่อฉันจำเป็นต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญๆแล้ว การเลือกเชื่อตามความรู้สึกและประสบการณ์มักจะทำให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าการเลือกวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีตรรกะ (EA +)
59	ฉันพบว่าจากหลายๆเหตุการณ์ที่ผ่านมา การตัดสินใจด้วยความรู้สึกเป็นทางเลือกที่ไม่ควรเชื่อถือเลยสำหรับฉัน (EA -)
60	ฉันสามารถบอกได้ว่าคนที่ฉันพบมีความจริงใจกับฉันหรือไม่ โดยที่ฉันไม่สามารถอธิบายเหตุผลได้ (EA +)

ตารางที่ ค 3

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงด้านความสามารถในการประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RA) ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) ($N = 71$) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 15 ข้อ ($N = 119$)

ข้อ	ชี้	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC ($N = 120$)	ผ่านการวิเคราะห์
		กลุ่มสูง ($N = 35$)		กลุ่มต่ำ ($N = 36$)		<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
RA 1	+	4.20	.531	3.25	.604	7.032***	.000	.592	✓
RA 4	-	4.11	.530	3.00	.586	8.401***	.000	.596	✓
RA 8	-	3.94	.838	3.00	.676	5.224***	.000	.317	✓
RA 13	+	3.86	.692	2.64	.639	7.708***	.000	.561	✓
RA 14	+	4.17	.514	3.39	.838	4.760***	.000	.362	✓
RA 17	+	4.14	.879	3.14	.798	5.040***	.000	.386	✓
RA 25	-	3.94	.802	2.46	.735	7.603***	.000	.621	✓
RA 27	-	3.89	.583	2.75	.692	7.472***	.000	.541	✓
RA 30	+	4.51	.507	3.47	.609	7.825***	.000	.517	✓
RA 39	-	4.09	.507	2.64	.762	9.446***	.000	.673	✓
RA 46	+	4.51	.562	3.56	.607	6.901***	.000	.420	✓
RA 47	+	4.00	.594	2.61	.728	8.818***	.000	.651	✓
RA 50	-	3.40	.914	2.44	.695	4.969***	.000	.275	✓
RA 52	+	4.09	.562	3.39	.645	4.857***	.000	.333	✓
RA 56	+	4.53	.561	3.83	.811	4.278***	.000	.341	✓
$\alpha =$.845	

หมายเหตุ ค่า *r*วิกฤต ($119, .05, \text{หนึ่งหาง}$) $\approx .150$; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร และค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบารค์เท่ากับ .910, *** $p < .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ค 4

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงด้านความชอบประมวลข้อมูลตามเหตุผล (RE) ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) ($N = 66$) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 15 ข้อ ($N = 120$)

ข้อ	ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC ($N = 120$)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง ($N = 34$)		กลุ่มต่ำ ($N = 32$)		<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
RE 2	+	3.59	.857	2.44	.619	6.220***	.000	.411	✓
RE 6	-	4.03	.521	2.78	.659	8.498***	.000	.499	✓
RE 10	-	3.56	.860	2.13	.492	8.378***	.000	.435	✓
RE 16	-	4.24	.699	2.66	.701	9.162***	.000	.523	✓
RE 20	+	4.62	.493	3.53	.718	7.124***	.000	.536	✓
RE 26	+	4.03	.758	2.88	.833	5.894***	.000	.387	✓
RE 28	+	3.79	.592	2.97	.695	5.205***	.000	.253	✓
RE 32	-	3.97	.577	2.25	.803	9.944***	.000	.604	✓
RE 33	-	4.38	.779	3.19	.965	5.550***	.000	.329	✓
RE 40	+	3.91	.712	2.44	.759	8.140***	.000	.515	✓
RE 41	+	4.65	.485	3.31	.693	9.015***	.000	.669	✓
RE 43	+	3.91	.379	2.47	.507	13.036***	.000	.614	✓
RE 44	+	4.09	.514	2.81	.780	7.791***	.000	.629	✓
RE 49	-	4.26	.567	2.66	.653	10.701***	.000	.624	✓
RE 54	+	4.09	1.083	3.09	.777	4.304***	.000	.213	✓
<i>a</i> =								.868	

หมายเหตุ ค่า *r*วิกฤต ($120, .05, \text{หนึ่งหาง}$) $\approx .150$; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร และค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คเท่ากับ .910, *** $p < .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ค 5

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบด้านการประมวลข้อมูลตามเหตุผลของมาตรฐานรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) (*N* = 66) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 30 ข้อ (*N* = 119)

ข้อ	ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (<i>N</i> = 120)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง (<i>N</i> =34)		กลุ่มต่ำ (<i>N</i> = 32)		<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
RA 1	+	4.21	.538	3.34	.602	6.143***	.000	.501	✓
RE 2	+	3.62	.888	2.50	.672	5.738***	.000	.515	✓
RA 4	-	4.06	.547	3.00	.568	7.713***	.000	.616	✓
RE 6	-	4.00	.603	2.78	.608	8.172***	.000	.584	✓
RA 8	-	3.82	.904	2.91	.689	4.616***	.000	.317	✓
RE 10	-	3.59	.892	2.19	.535	7.790***	.000	.454	✓
RA 13	+	3.88	.686	2.78	.706	6.424***	.000	.510	✓
RA 14	+	4.15	.558	3.53	.761	3.730***	.000	.278	✓
RE 16	-	4.29	.719	2.75	.880	7.827***	.000	.575	✓
RA 17	+	4.12	1.008	3.16	.767	4.341***	.000	.369	✓
RE 20	+	4.50	.508	3.53	.718	6.296***	.000	.493	✓
RA 25	-	4.00	.739	2.53	.718	8.185***	.000	.668	✓
RE 26	+	3.94	.919	2.81	.738	5.480***	.000	.460	✓
RA 27	-	3.91	.570	2.78	.706	7.127***	.000	.520	✓
RE 28	+	3.74	.666	2.97	.782	4.296***	.000	.288	✓
RA 30	+	4.53	.507	3.75	.672	5.341***	.000	.456	✓
RE 32	-	4.06	.547	2.31	.780	10.467***	.000	.606	✓
RE 33	-	4.12	.880	3.25	.950	3.852***	.000	.357	✓

ตารางที่ ค 5 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบด้านการประมวลข้อมูลตามเหตุผลของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t -test) ($N = 66$) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 30 ข้อ ($N = 119$)

ข้อ	ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC ($N = 120$)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง ($N = 34$)		กลุ่มต่ำ ($N = 32$)		t	p (หนึ่ง หาง)		
		M	SD	M	SD				
RA 39	-	4.12	.478	2.78	.792	8.235***	.000	.624	✓
RE 40	+	3.88	.769	2.41	.798	7.653***	.000	.570	✓
RE 41	+	4.38	.739	3.38	.707	5.651***	.000	.526	✓
RE 43	+	3.88	.537	2.59	.560	9.528***	.000	.653	✓
RE 44	+	4.06	.547	2.84	.767	7.371***	.000	.607	✓
RA 46	+	4.38	.779	3.75	.672	3.521***	.000	.379	✓
RA 47	+	3.94	.649	2.72	.851	6.532***	.000	.595	✓
RE 49	-	4.29	.629	2.63	.660	10.520***	.000	.681	✓
RA 50	-	3.32	.945	2.44	.619	4.477***	.000	.291	✓
RA 52	+	4.06	.547	3.38	.751	4.205***	.000	.365	✓
RE 54	+	3.94	1.127	3.09	.734	3.641**	.001	.245	✓
RA 56	+	4.50	.564	3.69	.738	5.044***	.000	.436	✓
$\alpha =$.910	

หมายเหตุ ค่า r วิกฤต ($120, .05, \text{หนึ่งหาง}$) $\approx .150$; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร
ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คเท่ากับ .910

** $p < .01$ (หนึ่งหาง), *** $p < .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ค 6

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงด้านความสามารถในการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EA) ของ
 มาตรฐานรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่าง
 กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที่ (*t*-test) (*N* = 69) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับ
 คะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 15 ข้อ (*N* = 120)

ข้อ	ขั้ว	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (<i>N</i> = 120)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง (<i>N</i> = 32)		กลุ่มต่ำ (<i>N</i> = 37)		<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
EA 3	+	4.06	.619	2.78	.886	7.018***	.000	.537	✓
EA 5	+	3.81	.821	2.70	.968	5.092***	.000	.419	✓
EA 18	+	4.22	.659	3.11	.737	6.552***	.000	.509	✓
EA 19	+	3.59	.979	2.31	.915	5.565***	.000	.423	✓
EA 21	+	3.78	.608	2.32	.709	9.083***	.000	.656	✓
EA 34	+	3.59	.499	2.05	.705	10.316***	.000	.652	✓
EA 35	-	3.75	.718	2.05	.780	9.342***	.000	.630	✓
EA 36	-	3.78	.608	2.49	.768	7.806***	.000	.659	✓
EA 37	-	3.63	.660	2.38	.794	7.025***	.000	.481	✓
EA 38	-	3.81	.859	3.11	1.100	2.930*	.005	.217	✓
EA 55	+	3.09	.466	1.97	.372	11.114***	.000	.579	✓
EA 57	+	3.38	.871	2.76	.863	2.955*	.004	.196	✓
EA 58	+	3.34	.653	2.05	.705	7.840***	.000	.561	✓
EA 59	-	3.69	.471	2.32	.852	8.369***	.000	.517	✓
EA 60	+	3.75	.880	2.73	.962	4.570***	.000	.299	✓
<i>α</i> =								.849	

หมายเหตุ ค่า *r*วิกฤต (120, .05, หนึ่งหาง) \approx .150; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตร และค่าสัมประสิทธิ์
 ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์คเท่ากับ .849, *** *p* < .001 (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ค 7

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงด้านความชอบในการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ (EE) ของมาตร
วัดรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่ม
สูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของ
ข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 15 ข้อ (N = 120)

ข้อ	ข้อ	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (N = 120)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง (N = 34)		กลุ่มต่ำ (N = 34)		t	p (หนึ่ง หาง)		
		M	SD	M	SD				
EE 7	+	4.12	.640	2.85	.857	6.891***	.000	.521	✓
EE 9	-	3.62	.817	2.18	1.058	6.286***	.000	.494	✓
EE 11	+	3.82	.521	2.29	.760	9.681***	.000	.622	✓
EE 12	-	3.18	.626	2.15	.821	5.811***	.000	.456	✓
EE 15	-	3.06	.694	1.82	.758	7.012***	.000	.515	✓
EE 22	-	3.74	.898	2.76	.987	4.242***	.000	.367	✓
EE 23	+	3.76	.955	2.21	.729	7.562***	.000	.603	✓
EE 24	+	3.53	.706	2.03	.577	9.591***	.000	.654	✓
EE 29	-	3.79	.592	2.50	.826	7.428***	.000	.523	✓
EE 31	+	4.06	.547	2.74	.710	8.612***	.000	.582	✓
EE 42	+	3.97	.717	3.76	.890	1.051	.148	-	ไม่ผ่าน
EE 45	+	3.12	1.149	1.88	.844	5.053***	.000	.376	✓
EE 48	-	3.03	.758	2.03	.834	5.172***	.000	.373	✓
EE 51	-	2.85	.784	2.26	.567	3.546**	.0005	.240	✓
EE 53	+	4.21	.845	3.44	.786	3.864***	.000	.228	✓
$\alpha =$.832	

หมายเหตุ ค่า r วิฤต (120, .05, หนึ่งหาง) \approx .150; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตรยกเว้นข้อ 42 และ
ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบครอนบาร์คแอลฟา คือ .832, *** $p < .001$ (หนึ่งหาง)

ตารางที่ ค 8

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบด้านการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (*t*-test) (*N* = 67) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 30 ข้อ (*N* = 120)

ข้อ	ขั้ว	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC (<i>N</i> = 120)	ผ่านการ วิเคราะห์
		กลุ่มสูง (<i>N</i> =34)		กลุ่มต่ำ (<i>N</i> = 33)		<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
EA 3	+	4.00	.603	2.67	.854	7.363***	.000	.580	✓
EA 5	+	3.79	.770	2.73	.867	5.300***	.000	.440	✓
EE 7	+	4.06	.647	2.85	.834	6.644***	.000	.623	✓
EE 9	-	3.59	.857	2.33	1.137	5.113***	.000	.482	✓
EE 11	+	3.68	.684	2.24	.751	8.174***	.000	.602	✓
EE 12	-	3.09	.668	2.24	.867	4.480***	.000	.429	✓
EE 15	-	2.97	.758	1.88	.781	5.806***	.000	.506	✓
EA 18	+	4.18	.626	3.15	.755	6.056***	.000	.518	✓
EA 19	+	3.59	.957	2.33	.890	5.554***	.000	.444	✓
EA 21	+	3.71	.629	2.70	.742	7.993***	.000	.589	✓
EE 22	-	3.71	.871	2.70	.984	4.447***	.000	.380	✓
EE 23	+	3.76	.955	2.09	.631	8.487***	.000	.646	✓
EE 24	+	3.53	.706	2.03	.585	9.468***	.000	.676	✓
EE 29	-	3.71	.629	2.55	.794	6.640***	.000	.508	✓
EE 31	+	4.06	.489	2.70	.684	9.353***	.000	.634	✓
EA 34	+	3.50	.564	2.03	.728	9.252***	.000	.679	✓
EA 35	-	3.76	.654	2.12	.857	8.839***	.000	.628	✓

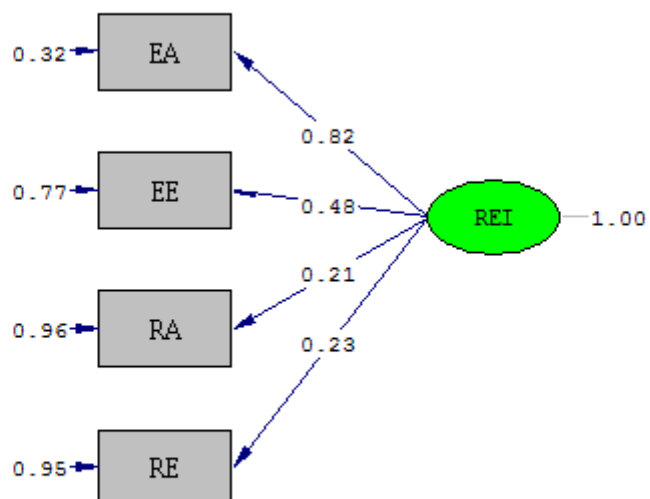
ตารางที่ ค 8 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงขององค์ประกอบด้านการประมวลข้อมูลตามประสบการณ์ของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่าที (t -test) ($N = 67$) และหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร(CITC) จำนวน 30 ข้อ ($N = 120$)

ข้อ	ขั้ว	การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						CITC ($N = 120$)	ผ่านการวิเคราะห์
		กลุ่มสูง ($N = 34$)		กลุ่มต่ำ ($N = 33$)		t	p (หนึ่ง หาง)		
		M	SD	M	SD				
EA 36	-	3.76	.606	2.48	.834	7.170***	.000	.643	✓
EA 37	-	3.56	.746	2.30	.770	6.779***	.000	.501	✓
EA 38	-	3.74	1.024	3.03	1.015	2.829*	.006	.189	✓
EE 42	+	3.91	.753	3.73	.911	.902	.371	-	ไม่ผ่าน
EE 45	+	3.09	1.215	1.79	.781	5.226***	.000	.431	✓
EE 48	-	3.03	.758	2.18	.950	4.041***	.000	.336	✓
EE 51	-	2.97	.717	2.36	.742	3.404**	.001	.223	✓
EE 53	+	4.32	.768	3.64	.783	3.627**	.001	.235	✓
EA 55	+	3.06	.547	1.91	.384	9.924***	.000	.597	✓
EA 57	+	3.35	.849	2.70	.918	3.038*	.003	.219	✓
EA 58	+	3.26	.710	2.09	.723	6.706***	.000	.567	✓
EA 59	-	3.68	.535	2.36	.783	7.988***	.000	.569	✓
EA 60	+	3.74	.864	2.85	.939	4.024***	.000	.316	✓
$\alpha =$.909	

หมายเหตุ ค่า r วิกฤต ($120, .05, \text{หนึ่งหาง}$) $\approx .150$; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้อกระทงอื่นๆที่เหลือทั้งหมดในมาตรยกเว้นข้อ 42 และค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาร์ทเท่ากับ .909

*** $p < .001$ (หนึ่งหาง)



Chi-Square=5.71, df=2, P-value=0.05766, RMSEA=0.125

ภาพที่ ค 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล

ตัวอย่างมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล

คำชี้แจง แบบสำรวจฉบับนี้ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามทุกข้ออย่างเข้าใจ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงตัวท่านมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อแบบสอบถามมีประสิทธิภาพสูงสุด ขอความกรุณาโปรดตอบตามความเป็นจริง

ไม่ตรงเลย	ค่อนข้างไม่ตรง	ตรงและไม่ตรงเท่าๆกัน	ค่อนข้างตรง	ตรงมาก
1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ทางเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันมีความคิดที่เป็นตรรกะ	1	2	3	4	5
2	ฉันไม่ค่อยมีลักษณะเป็นนักคิดวิเคราะห์มากนัก	1	2	3	4	5
3	ฉันมักจะเชื่อในสัญชาตญาณของตนเอง	1	2	3	4	5
4	การใช้สัญชาตญาณเป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีประโยชน์อย่างมากในการใช้แก้ปัญหา	1	2	3	4	5
5	ฉันถนัดในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้ตรรกะมากกว่าคนส่วนใหญ่	1	2	3	4	5
6	การได้เรียนรู้วิธีการคิดใหม่ๆเป็นสิ่งที่น่าดึงดูดใจอย่างมากสำหรับฉัน	1	2	3	4	5
7	ฉันมักไม่ค่อยผิดพลาดเมื่อฉันเลือกที่จะเชื่อความรู้สึกต่างๆข้างในในการหาคำตอบ	1	2	3	4	5
8	ฉันมักใช้หัวใจนำทางการกระทำ	1	2	3	4	5
9	การกระทำของฉันมักมีสาเหตุมาจากสัญชาตญาณ	1	2	3	4	5
10	ฉันไม่เก่งในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน	1	2	3	4	5
11	โดยทั่วไปแล้ว ฉันมักไม่ค่อยใช้ความรู้สึกมาช่วยในการตัดสินใจ	1	2	3	4	5
12	ฉันคิดว่ามีหลายครั้งที่เราควรเชื่อในสัญชาตญาณของตัวเอง	1	2	3	4	5
13	ฉันไม่ชอบการต้องใช้ความคิดมากเกินไป	1	2	3	4	5
14	การใช้ความรู้สึกต่างๆในการแก้ปัญหาต่างๆในชีวิตมักได้ผลดีสำหรับฉัน	1	2	3	4	5
15	ฉันไม่ค่อยมีสัญชาตญาณในเรื่องกลางสังหรณ์	1	2	3	4	5
16	เมื่อฉันเลือกใช้ความรู้สึกต่างๆในการแก้ปัญหาแล้วมักจะผิดพลาด	1	2	3	4	5
17	ฉันไม่ค่อยเก่งในการแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์ทางตรรกะอย่างรอบคอบ	1	2	3	4	5
18	ฉันมีความสุขเมื่อได้เรียนรู้วิธีการคิดที่แตกต่างออกไป	1	2	3	4	5
19	ความสุขของฉันคือการได้ลองคิดแก้ปัญหา	1	2	3	4	5

ตัวอย่างมาตรวัดรูปแบบการประมวลข้อมูล (ต่อ)

คำชี้แจง แบบสำรวจฉบับนี้ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามทุกข้ออย่างเข้าใจ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงตัวท่านมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อแบบสอบถามมีประสิทธิภาพสูงสุด ขอความกรุณาโปรดตอบตามความเป็นจริง

ไม่ตรงเลย	ค่อนข้างไม่ตรง	ตรงและไม่ตรงเท่าๆกัน	ค่อนข้างตรง	ตรงมาก
1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ทางเลือก				
		1	2	3	4	5
20	ฉันสนุกกับคำถามที่ทำทนาย	1	2	3	4	5
21	ฉันสามารถเป็นนักคิดวิเคราะห์ที่ดีได้	1	2	3	4	5
22	ฉันเบื่อหน่ายกับงานที่ต้องใช้ความคิด	1	2	3	4	5
23	ส่วนใหญ่แล้ว สำหรับฉันการตัดสินใจด้วยความรู้สึกนั้นให้ผลลัพธ์ที่ดีมากกว่าการตัดสินใจอย่างเป็นเหตุเป็นผล	1	2	3	4	5
24	เมื่อฉันจำเป็นต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญแล้ว การเลือกเชื่อตามความรู้สึกและประสบการณ์มักจะให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าการเลือกวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีตรรกะ	1	2	3	4	5

ภาคผนวก ง

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการเลือกสินค้าประเภทของขวัญ “ให้กับตนเอง”

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวเบื้องต้น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่าน และเติม ข้อความในช่องว่างที่กำหนดไว้ให้ตามความเป็นจริง

เพศ () ชาย () หญิง อายุ _____ ปี
 คณะ _____ ชั้นปี _____ ศาสนา _____

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อสินค้าประเภทของขวัญ “เมื่อซื้อของขวัญให้กับตนเอง”

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อโดยเว้นที่ว่างเพื่อให้ท่านเขียนตอบได้อย่างอิสระ (หมายเหตุ: คำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในกระบวนการวิจัยเท่านั้น)

1. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดที่ท่านเคยเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญ “ให้กับตนเอง” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

2. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดที่ท่านคิดว่ามีความเหมาะสมในการซื้อเพื่อเป็นของขวัญ “ให้กับตนเอง” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

3. ท่านพิจารณาคุณสมบัติใดของสินค้าในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ “ให้กับตนเอง” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

4. โอกาสใดบ้างที่ท่านจะซื้อของขวัญ “ให้กับตนเอง” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการเลือกสินค้าประเภทของขวัญ “ให้กับผู้อื่น”

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวเบื้องต้น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่าน และเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดไว้ให้ตามความเป็นจริง

เพศ () ชาย () หญิง อายุ _____ ปี
คณะ _____ ชั้นปี _____ ศาสนา _____

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อสินค้าประเภทของขวัญ “เมื่อซื้อของขวัญให้กับผู้อื่น”

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อโดยเว้นที่ว่างเพื่อให้ท่านเขียนตอบได้อย่างอิสระ (หมายเหตุ: คำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในกระบวนการวิจัยเท่านั้น)

1. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดที่ท่านเคยเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญ “ให้กับผู้อื่น” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

2. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดที่ท่านคิดว่ามีความเหมาะสมในการซื้อเพื่อเป็นของขวัญ “ให้กับผู้อื่น” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

3. ท่านพิจารณาคุณสมบัติใดของสินค้าในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ “ให้กับผู้อื่น” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

4. โอกาสใดบ้างที่ท่านจะซื้อของขวัญ “ให้กับผู้อื่น” (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวเบื้องต้น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่าน และเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดไว้ให้ตามความเป็นจริง

เพศ () ชาย () หญิง อายุ _____ ปี
คณะ _____ ชั้นปี _____ ศาสนา _____

ตอนที่ 2 แบบสอบถามฉบับนี้ ประกอบด้วยคำถามถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รายการต่อไปนี่ว่า หากท่านต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไปนี ท่านจะพิจารณาจากคุณสมบัติใดของตัวผลิตภัณฑ์บ้าง โดยเขียนตอบลงในบริเวณที่เว้นไว้ (หมายเหตุ คำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในระบบการวิจัยนี้เท่านั้น)

1. หากท่านต้องการซื้อ “เสื่อเข็ด” ท่านคิดว่าคุณสมบัติใดของ “เสื่อเข็ด” ที่ท่านจะใช้พิจารณาเมื่อต้องการซื้อ (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

2. หากท่านต้องการซื้อ “ช็อกโกแลต” ท่านคิดว่าคุณสมบัติใดของ “ช็อกโกแลต” ที่ท่านจะใช้พิจารณาเมื่อต้องการซื้อ (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

3. หากท่านต้องการซื้อ “ปากกา” ท่านคิดว่าคุณสมบัติใดของ “ปากกา” ที่ท่านจะใช้พิจารณาเมื่อต้องการซื้อ (โปรดตอบเท่าที่นึกได้)

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

คำชี้แจง

แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น ซึ่งในขั้นตอนนี้ท่านจะได้ชมรับภาพตัวอย่างสินค้า 3 ประเภท ได้แก่ เสื้อผ้า, ขนม และเครื่องเขียน เมื่อท่านชมภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์แล้วโปรดตอบคำถามตามความรู้สึกแท้จริงของท่านที่มีต่อตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทั้งสามชิ้น

คำถามชุดที่ 1: ตัวอย่างสินค้าประเภทเสื้อผ้า

ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ เสื้อเชิ้ต 1 ควรีราคา บาท

ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ เสื้อเชิ้ต 2 ควรีราคา บาท

หากท่านต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น แล้ว ท่านจะตัดสินใจซื้อสินค้าในภาพใด

..... สินค้าในภาพ เสื้อเชิ้ต 1 (โปรดตอบชุดคำถาม -3 A-)

..... สินค้าในภาพ เสื้อเชิ้ต 2 (โปรดตอบชุดคำถาม -4 A-)

คำถามชุดที่ 2: ตัวอย่างสินค้าประเภทขนม

ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ช็อกโกแลต 1 ควรีราคา บาท

ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ช็อกโกแลต 2 ควรีราคา บาท

หากท่านต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น แล้ว ท่านจะตัดสินใจซื้อสินค้าในภาพใด

..... สินค้าในภาพ ช็อกโกแลต 1 (โปรดตอบชุดคำถาม -3 B-)

..... สินค้าในภาพ ช็อกโกแลต 2 (โปรดตอบชุดคำถาม -4 B-)

คำถามชุดที่ 3: ตัวอย่างสินค้าประเภทเครื่องเขียน

ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ปากกา 1 ควรีราคา บาท

ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ปากกา 2 ควรีราคา บาท

หากท่านต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น แล้ว ท่านจะตัดสินใจซื้อสินค้าในภาพใด

..... สินค้าในภาพ ปากกา 1 (โปรดตอบชุดคำถาม -3 C-)

..... สินค้าในภาพ ปากกา 2 (โปรดตอบชุดคำถาม -4 C-)

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง

คำชี้แจง

แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง ซึ่งท่านจะได้ชมรูปภาพตัวอย่างสินค้า 3 ประเภท เมื่อท่านชมภาพโฆษณาแล้วโปรดตอบคำถามตามความรู้สึกแท้จริงของท่านที่มีต่อตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทั้งสามชิ้น

คำถามชุดที่ 1: ตัวอย่างสินค้าประเภทเสื้อผ้า

1. ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ เสื้อเชิ้ต 1 ควรีราคา บาท
2. ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ เสื้อเชิ้ต 2 ควรีราคา บาท
3. หากท่านต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็น *ของขวัญให้กับตนเอง* แล้ว ท่านจะตัดสินใจซื้อสินค้าในภาพใด
 สินค้าในภาพ เสื้อเชิ้ต 1 (โปรดตอบชุดคำถาม -1 A-)
 สินค้าในภาพ เสื้อเชิ้ต 2 (โปรดตอบชุดคำถาม -2 A-)

คำถามชุดที่ 2: ตัวอย่างสินค้าประเภทขนม

1. ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ช็อกโกแลต 1 ควรีราคา บาท
2. ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ช็อกโกแลต 2 ควรีราคา บาท
3. หากท่านต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็น *ของขวัญให้กับตนเอง* แล้ว ท่านจะตัดสินใจซื้อสินค้าในภาพใด
 สินค้าในภาพ ช็อกโกแลต 1 (โปรดตอบชุดคำถาม -1 B-)
 สินค้าในภาพ ช็อกโกแลต 2 (โปรดตอบชุดคำถาม -2 B-)

คำถามชุดที่ 3: ตัวอย่างสินค้าประเภทเครื่องเขียน

1. ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ปากกา 1 ควรีราคา บาท
2. ท่านคิดว่า ผลิตภัณฑ์ในภาพ ปากกา 2 ควรีราคา บาท
3. หากท่านต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็น *ของขวัญให้กับตนเอง* แล้ว ท่านจะตัดสินใจซื้อสินค้าในภาพใด
 สินค้าในภาพ ปากกา 1 (โปรดตอบชุดคำถาม -1 C-)
 สินค้าในภาพ ปากกา 2 (โปรดตอบชุดคำถาม -2 C-)

ชุดคำถาม 1 A: ฉันทเลือกสินค้าใน “เสื้อเซ็ท 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกสินค้าจากภาพ “เสื้อเซ็ท 1” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “ผลิตภัณฑ์จากเนื้อผ้าสวมใส่สบาย เหมาะกับอากาศเซ็ทร้อน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซ็ท 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซ็ท 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ความคงทนของเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซ็ท 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “แคร์การ์ดที่สามารถใช้เข้ารับบริการดูแลรักษาเสื้อผ้าจากพนักงานผู้เชี่ยวชาญ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซ็ท 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ เสื้อเซ็ท 1 และ เสื้อเซ็ท 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “เสื้อเซ็ท 1” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้ตนเอง จะเป็นของขวัญที่น่าพึงพอใจในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 2 A: ฉันทเลือกสินค้าใน “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกสินค้าจากภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “ผลิตภัณฑ์จากเนื้อผ้าสวมใส่สบาย เหมาะกับอากาศเขตร้อน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ความคงทนของเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “แคร์การ์ดที่สามารถใช้เข้ารับบริการดูแลรักษาเสื้อผ้าจากพนักงานผู้เชี่ยวชาญ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “แคร์การ์ด Knock on wood ที่สามารถใช้เข้ารับบริการดูแลรักษาเสื้อผ้า และเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดี” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ เสื้อเชิ้ต 1 และ เสื้อเชิ้ต 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้ตนเอง จะเป็นของขวัญที่น่าพึงพอใจในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 3 A: ชั้นเลือกสินค้าใน “เสื้อเซิต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์จากภาพ “เสื้อเซิต 1” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “ผลิตจากเนื้อผ้าสวมใส่สบาย เหมาะกับอากาศเขตร้อน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซิต 1 ” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซิต 1 ” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ความคงทนของเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซิต 1 ” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “แคร์การ์ดที่สามารถใช้เข้ารับบริการดูแลรักษาเสื้อผ้าจากพนักงานผู้เชี่ยวชาญ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเซิต 1 ” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ เสื้อเซิต 1 และ เสื้อเซิต 2 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “เสื้อเซิต 1” ที่ท่านเลือกเป็นของขวัญให้ผู้อื่น จะเป็นของขวัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 4 A: ฉันทเลือกสินค้าใน “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือก

ผลิตภัณฑ์จากภาพ

“เสื้อเชิ้ต 2” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “ผลิตภัณฑ์จากเนื้อผ้าสวมใส่สบาย เหมาะกับอากาศเขตร้อน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ความคงทนของเสื้อ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “แคร์การ์ดที่สามารถใช้เข้ารับบริการดูแลรักษาเสื้อผ้าจากพนักงานผู้เชี่ยวชาญ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “แคร์การ์ด Knock on wood ที่สามารถใช้เข้ารับบริการดูแลรักษาเสื้อผ้า และเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดี” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ เสื้อเชิ้ต 1 และ เสื้อเชิ้ต 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “เสื้อเชิ้ต 2” ที่ท่านเลือกให้ผู้อื่น จะเป็นของขวัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 1 B: ฉันเลือกสินค้าใน “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกสินค้าจากภาพ “ชอคโกแลต 1” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตชอคโกแลต” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบบรรจุภัณฑ์” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “การแสดงผลทางโภชนาการ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “คำโฆษณาเกี่ยวกับรสชาติ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ชอคโกแลต 1 และ ชอคโกแลต 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ชอคโกแลต 1” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้ตนเอง จะเป็นของขวัญที่น่าพึงพอใจในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 2 B: ชั้นเลือกสินค้าใน “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกสินค้าจากภาพ “ชอคโกแลต 2” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตชอคโกแลต” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบบรรจุภัณฑ์” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “การแสดงข้อมูลทางโภชนาการ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “คำโฆษณาเกี่ยวกับรสชาติ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “การเพิ่มรสชาติ อะชะโนะ เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกถึงช็อคดีลงบนบรรจุภัณฑ์” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ชอคโกแลต 1 และ ชอคโกแลต 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ชอคโกแลต 2” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้ตนเอง จะเป็นของขวัญที่น่าพึงพอใจในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 3 B: ฉันทเลือกสินค้าใน “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์จากภาพ

“ชอคโกแลต 1” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตชอคโกแลต” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบบรรจุภัณฑ์” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “การแสดงผลข้อมูลทางโภชนาการ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “คำโฆษณาเกี่ยวกับรสชาติ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ชอคโกแลต 1 และ ชอคโกแลต 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ชอคโกแลต 1” ที่ท่านเลือกเป็นของขวัญให้ผู้อื่น จะเป็นของขวัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 4 B: ฉันทเลือกสินค้าใน “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์จากภาพ

“ชอคโกแลต 2” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตชอคโกแลต” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “การออกแบบบรรจุภัณฑ์” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “การแสดงข้อมูลทางโภชนาการ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “คำโฆษณาเกี่ยวกับรสชาติ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “การเพิ่มรสชาติ อะชะโนะ เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกถึงช็อคดีลงบนบรรจุภัณฑ์” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ชอคโกแลต 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ชอคโกแลต 1 และ ชอคโกแลต 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ชอคโกแลต 2” ที่ท่านเลือกเป็นของขวัญให้ผู้อื่น จะเป็นของขวัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 1 C: จัดเลือกสินค้าใน “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกสินค้าจากภาพ

“ปากกา 1” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวปากกาให้มีสีสันสวยงาม” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “วัสดุที่ใช้ในการทำปลอกปากกามีความทนทาน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ปลอกปากกาที่สามารถเปลี่ยนสีสันทันทีได้ปากกาได้ตามใจชอบ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “การพัฒนาเทคโนโลยี small ball ที่ช่วยให้ปากกาเขียนเส้นจนหยุดสุดท้าย” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “การออกแบบด้ามจับให้ถนัดมือ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5

6.เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ปากกา 1 และ ปากกา 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ปากกา 1” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้ตนเอง จะเป็นของขวัญที่น่าพึงพอใจในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 2 C: ฉันทเลือกสินค้าใน “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกสินค้าจากภาพ “ปากกา 2” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวปากกาให้มีสีสันสวยงาม” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “วัสดุที่ใช้ในการทำปลอกปากกามีความทนทาน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ปลอกปากกาที่สามารถเปลี่ยนสีของใส่ปากกาได้ตามใจชอบ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “การพัฒนาเทคโนโลยี small ball ที่ช่วยให้ปากกาเขียนเส้นจนหยุดสุดท้าย” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “การออกแบบด้ามจับให้ถนัดมือ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5
6	ฉันคิดว่า “การเพิ่มลูกเล่นด้วยไปโคลฟเวอร์สีแฉกซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดี” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับตนเอง	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ปากกา 1 และ ปากกา 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ปากกา 2” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้ตนเอง จะเป็นของขวัญที่น่าพึงพอใจในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 3 C: ฉันทเลือกสินค้าใน “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์จากภาพ

“ปากกา 1” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวปากกาให้มีสีสันสวยงาม” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “วัสดุที่ใช้ในการทำปลอกปากกามีความทนทาน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ปลอกปากกาที่สามารถเปลี่ยนสีเส้นของไส้ปากกาได้ตามใจชอบ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “การพัฒนาเทคโนโลยี small ball ที่ช่วยให้ปากกาเขียนเส้นจนหยุดสุดท้าย” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “การออกแบบด้ามจับให้ถนัดมือ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 1” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ปากกา 1 และ ปากกา 2

ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ปากกา 1” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่น จะเป็นของขวัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ชุดคำถาม 4 C: ฉันเลือกสินค้าใน “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความเกี่ยวข้องของคุณสมบัติสินค้าที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์จากภาพ “ปากกา 2” ตามความคิดเห็นของท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1	2	3	4	5
ไม่เกี่ยวข้องเลย	เกี่ยวข้องน้อย	เกี่ยวข้องปานกลาง	เกี่ยวข้องมาก	เกี่ยวข้องมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเลือก				
		1	2	3	4	5
1	ฉันคิดว่า “การออกแบบตัวปากกาให้มีสีสันสวยงาม” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
2	ฉันคิดว่า “วัสดุที่ใช้ในการทำปลอกปากกามีความทนทาน” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
3	ฉันคิดว่า “ปลอกปากกาที่สามารถเปลี่ยนสีสันทันทีได้ปากกาได้ตามใจชอบ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
4	ฉันคิดว่า “การพัฒนาเทคโนโลยี small ball ที่ช่วยให้ปากกาเขียนเส้นจนหยุดสุดท้าย” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่า “การออกแบบด้ามจับให้ถนัดมือ” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
6	ฉันคิดว่า “การเพิ่มลูกเล่นด้วยใบโคลพเวอร์สีแฉกซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดี” มีความ “.....” ในการพิจารณาเลือกภาพ “ปากกา 2” เพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	1	2	3	4	5

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์จากภาพ ปากกา 1 และ ปากกา 2 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์จากภาพ “ปากกา 2” ที่ท่านเลือกเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น จะเป็นของขวัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับในระดับใด

1	2	3	4	5
ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด

ภาคผนวก ง ภาพที่ 1



PLAINIAN carecard*

member no. XXX XXX XXX

PLAINIAN Carecard*

"เพลนเนียน แคร์การ์ด" ทุกครั้งเมื่อท่านซื้อเสื้อผ้าภายใต้แบรนด์ "PLAINIAN" นอกจากท่านจะได้รับเสื้อผ้าที่ถูกใจแล้ว เมื่อเสื้อผ้าของท่านเกิดความเสียหายตามเงื่อนไข* เพียงท่านแสดง "care card" ให้กับพนักงาน ณ จุดจำหน่าย เสื้อผ้าของท่านจะได้รับการซ่อมแซมจากพนักงานผู้เชี่ยวชาญของเรา

PLAINIAN SHIRT

รหัสสินค้า: 0123456789

คุณสมบัติของ PLAINIAN SHIRT

- เนื้อผ้าผลิตจากผ้าคอตตอนธรรมชาติ นุ่ม ใส่สบาย เหมาะกับภูมิอากาศในเขตร้อน
- เนื้อผ้ามีความคงทน
- กระบวนการผลิตเป็นมิตรกับธรรมชาติ

ภาคผนวก ง ภาพที่ 2



PLAINIAN

Knock on wood
carecard*

member no. XXX XXX XXX

PLAINIAN Knock on wood care card*

"Knock on wood"

การขอพรด้วย "การเคาะไม้" เป็นความเชื่อที่มีมาช้านานของชาวตะวันตกที่ว่า เมื่อเราตั้งใจอธิษฐานถึงสิ่งดีๆ แล้วเอามือเคาะไม้สามครั้ง เสียงเคาะไม้ของเราจะส่งไปถึงเทพผู้คุ้มครองซึ่งจะมาช่วยให้ผ่านพ้นเรื่องร้าย และพาสสิ่งดีๆ ตามมา จากความเชื่อนี้ PLAINIAN จึงคิดวิธีการที่จะทำให้ "โชคเข้าข้างคุณ" ลูกค้าของเรา ด้วยการออกแบบ care card* สุดพิเศษ ที่มีตัววัสดุทำมาจากไม้ ภายใต้ชื่อ "PLAINIAN Knock on wood card" เราหวังว่า PLAINIAN Knock on wood card จะช่วยให้คุณสามารถพบพาโชคดีและกำลังใจดีๆ ติดตัวไปกับคุณได้ทุกที่

PLAINIAN SHIRT

รหัสสินค้า: 0123456789

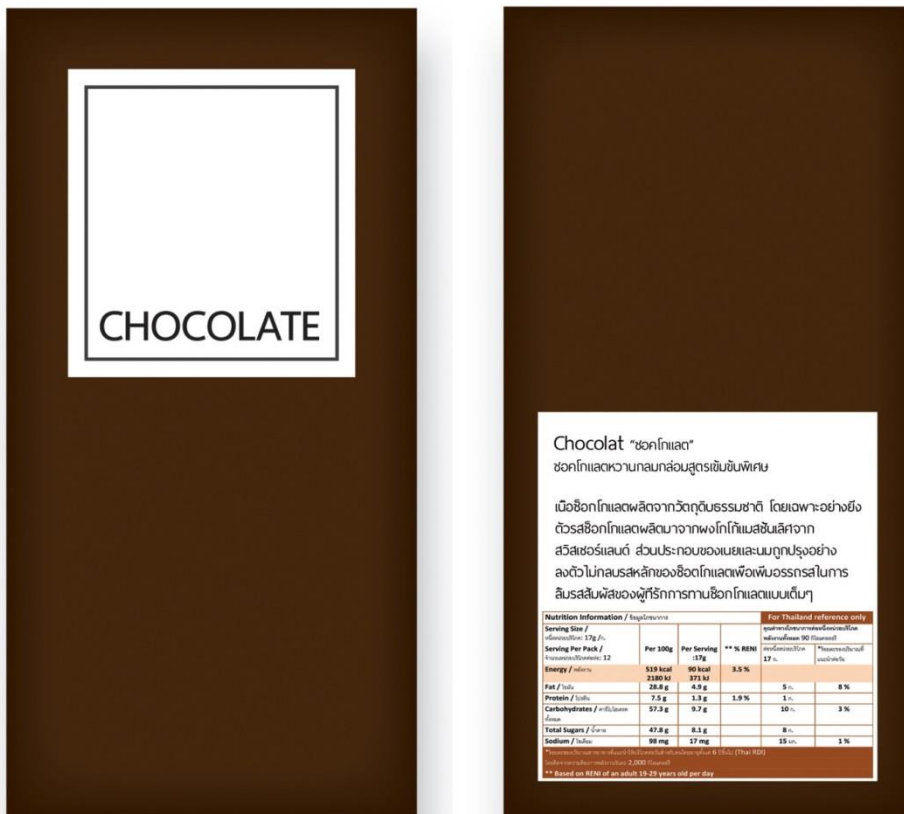
คุณสมบัติของ PLAINIAN SHIRT

- เนื้อผ้าผลิตจากผ้าคอตตอนธรรมชาติ นุ่ม ใสบาย เหมาะกับภูมิอากาศในเขตร้อน
- เนื้อผ้ามีความคงทน
- กระบวนการผลิตเป็นมิตรกับธรรมชาติ

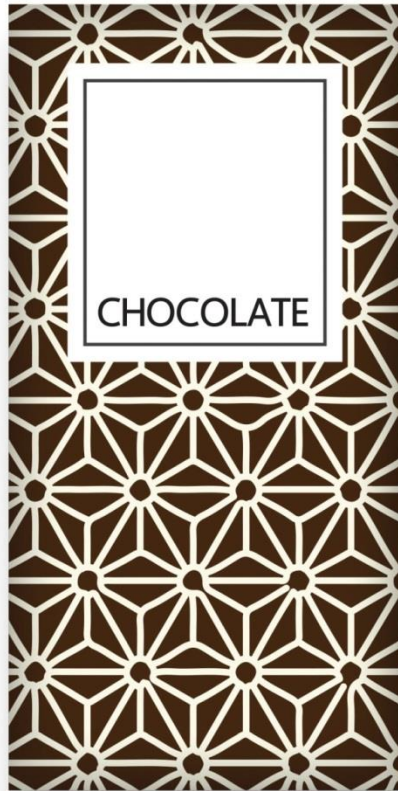
PLAINIAN Carecard*

"เพลนเนียน แคร์คาร์ด" ทุกครั้งเมื่อท่านซื้อเสื้อผ้าภายใต้แบรนด์ "PLAINIAN" นอกจากท่านจะได้รับเสื้อผ้าที่ดูใจแล้ว เมื่อเสื้อผ้าของท่านเกิดความเสียหายตามเงื่อนไขฯ เพียงท่านแสดง "care card" ให้กับพนักงาน ณ จุดจำหน่าย เสื้อผ้าของท่านจะได้รับการซ่อมแซม จากพนักงานผู้เชี่ยวชาญของเรา

ภาคผนวก ง ภาพที่ 3



ภาคผนวก ง ภาพที่ 4



Chocolat "ช็อกโกแลต"
ช็อกโกแลตหวานกล่อมรสธรรมชาติเข้มข้น

เนื้อช็อกโกแลตผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ โดยเราทำอย่างพิถีพิถันเพื่อช็อกโกแลตที่อร่อยและสุขภาพดี โดยเลือกใช้ส่วนผสมธรรมชาติ เช่น ไข่ขาวและเนยแท้คุณภาพสูงอย่างละเอียด ไม่เคยใส่สีสังเคราะห์หรือวัตถุกันเสียในกระบวนการผลิตของพวกเรา

Chocolat Asano Pattern
อะสะโนะ ช็อคโกแลตแผ่น เป็นช็อกโกแลตที่มีรสชาติเข้มข้นหวานนุ่มนวล ที่ให้ความอร่อยอย่างมากมายในปริมาณที่น้อยและดีต่อสุขภาพของคุณ

ซึ่งมีความหมายที่ความก้าวหน้า ความงดงาม และการเจริญเติบโต

ผลิตภัณฑ์ของเราที่ชื่อว่า "ช็อกโกแลต" ใช้วัตถุดิบคุณภาพดี

"ช็อกโกแลต อะสะโนะ" ที่คุณได้ลองรับประทานแล้วจะทำให้คุณรู้สึกดีต่อช็อกโกแลตของเรา

โปรดอ่านฉลากและฉลากโภชนาการเพื่อดูข้อมูลช็อกโกแลตของเรา

Nutrition Information / ข้อมูลโภชนาการ		For Thailand reference only	
Serving Size / ปริมาณต่อหน่วยบริโภค	Per 100g	Per Serving / ปริมาณต่อหน่วยบริโภค	** % NRV
Serving Per Pack / ปริมาณต่อแพคเกจ 12			
Energy / พลังงาน	519 kcal / 2180 kJ	90 kcal / 372 kJ	3.5%
Fat / ไขมัน	28.8 g	4.9 g	5%
Protein / โปรตีน	7.5 g	1.3 g	1.8%
Carbohydrates / คาร์โบไฮเดรต	57.8 g	9.5 g	10%
Total Sugars / น้ำตาลรวม	47.8 g	8.3 g	8%
Sodium / โซเดียม	58 mg	17 mg	1%

** Based on NRV of an adult 19-29 years old per day

ภาคผนวก ง ภาพที่ 5



Pen (เพ็็นท์)

ปากกา Pen ปากกาเจลสีสลับสวยงาม ทนทาน ที่มาพร้อมด้ามจับถนัดมือ
พ่วงด้วยความพิเศษของปลอกปากกาที่สามารถเปลี่ยนสีสลับของไส้ปากกาได้ตามใจชอบ
เพื่อสร้างสรรค์ปากกาที่มีความเฉพาะตัวของตนเอง ประสานเทคโนโลยีเทคโนโลยี small ball
ที่ช่วยให้การเขียนของคุณราบรื่นด้วยลูกบอลกลิ้งเล็กๆที่หัวปากกา
ทำให้ปากกาของคุณสามารถเขียนได้อย่างสลับไหลและมีสีสลับที่ชัดเจนจนถึงหยดสุดท้าย

ภาคผนวก ง ภาพที่ 6



Pen (เพ็นท์)

ปากกา Pen ปากกาเจลสีสันทรงกลม ทนทาน ที่มาพร้อมด้ามจับกดนิ้วมือ
 พ่วงด้วยความพิเศษของปลอกปากกาที่สามารถเปลี่ยนสีสันทองใสปากกาได้ตามใจชอบ
 เพื่อสร้างสรรคปากกาที่มีความเฉพาะตัวของคุณเอง ประสานเทคโนโลยีเทคโนโลยี small ball
 ที่ช่วยให้การเขียนของคุณราบรื่นด้วยลูกบอลกลิ้งเล็กๆที่หัวปากกา
 ทำให้ปากกาของคุณสามารถเขียนได้อย่างสิ้นไหลและมีสีสันทัดใจจนถึงหยดสุดท้าย

Clover Pen (โคลเวอร์ เพ็นท์)

ปากกาโคลเวอร์เพ็นท์ ปากกาคอลเล็กชันพิเศษจากเพ็นท์
 ที่เพิ่มลูกเล่นด้วยการเพิ่มพวงกุญแจใบโคลเวอร์สีแสด ซึ่งมีกำเนิดมาจากความเชื่อในหลายๆประเทศว่า
 เมื่อพบใบโคลเวอร์สีแสดเราจะสามารถขอพรได้ และการพกพาใบโคลเวอร์สีแสดจะนำมาซึ่งความโชคดีอีกด้วย
 ดังนั้น มาให้ปากกาโคลเวอร์เพ็นท์พกพาความโชคดีไปกับเราในทุกๆที่กันเถอะ

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววาริธร อุดมเวช เกิดวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2531 สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาจากโรงเรียนอนุบาลสุรินทร์ ระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสิรินธร จังหวัดสุรินทร์ และเข้าศึกษาต่อในคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปี พ.ศ. 2550 และสำเร็จการศึกษาในปี พ.ศ. 2553 โดยขณะที่ศึกษาอยู่ในคณะจิตวิทยาชั้นปีที่ 4 ผู้ทำวิทยานิพนธ์ได้มีโอกาสทำโครงการศึกษา (senior project) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความสนใจในการศึกษาวิจัยทางจิตวิทยา ทั้งนี้ตลอดระยะเวลาสี่ปีในการเรียนระดับอุดมศึกษา ผู้วิจัยมีความสนใจทางด้านจิตวิทยาสังคม จึงตัดสินใจเรียนต่อระดับบัณฑิตศึกษาที่คณะจิตวิทยา สาขาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยเริ่มการศึกษาคือในปี พ.ศ. 2554 โดยปัจจุบันได้ใช้ความรู้จากการเรียนที่คณะจิตวิทยาในการทำหน้าที่เป็นนักวิเคราะห์ตลาดที่บริษัท ไอเดีย 360 จำกัด

