

อิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายและปฏิกิริยาทางจิตต่อการ
เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรอง



นางสาว รัตติกาล พาฬเสวต

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม
คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EFFECTS OF GENDER STEREOTYPE ACTIVATION AND PSYCHOLOGICAL
REACTANCE ON STEREOTYPE REACTANCE IN NEGOTIATION

Miss Rattikal Pansavet



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Social Psychology
Faculty of Psychology
Chulalongkorn University
Academic Year 2010
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

อิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิง
เป็นชายและปฏิกิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิกิริยาต่อภาพใน
ความคิดในการเจาะคอออรอง

โดย

นางสาวรัตติกาล พาฬเสวด

สาขาวิชา

จิตวิทยาสังคม

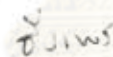
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์จรุงกุล บุรพวงศ์

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต


.....คณบดีคณะจิตวิทยา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คันนางค์ มณีศรี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชีระพร อุวรรณโณ)


.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์จรุงกุล บุรพวงศ์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คันนางค์ มณีศรี)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร. อภิษฎา ไชยวุฒิกรณวานิช)


.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. นงลักษณ์ วิรัชชัย)

รัตติกาล พาฬเสวต : อิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชาย และปฏิกิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรอง (EFFECTS OF GENDER STEREOTYPE ACTIVATION AND PSYCHOLOGICAL REACTANCE ON STEREOTYPE REACTANCE IN NEGOTIATION) อ.ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : อ. จรุงกุล บุรพวงศ์, 92 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของปฏิกิริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายต่อผลการเจรจาต่อรอง ผู้ร่วมการทดลองเป็นนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีจำนวน 80 คน ที่ผ่านการคัดเลือกมาแล้วว่ามีระดับปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือต่ำ โดยได้รับการสุ่มเข้าสู่เงื่อนไขไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดหรือมีการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของเพศหญิงด้านการเจรจาต่อรอง เพื่อทำการเจรจาต่อรองกับผู้ช่วยผู้วิจัยที่แสดงตนว่าเป็นนักศึกษาเพศชายผ่านโปรแกรมเอ็มเอสเอ็นทางอินเทอร์เน็ต ผลการทดลองพบว่าเมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้หญิงที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงมีปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดโดยคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่า และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองนานกว่าผู้หญิงที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำ แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด นอกจากนี้พบว่า การกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของเพศหญิงด้านการเจรจาต่อรองส่งผลให้ผู้หญิงมีปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้นมีความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่า ให้ราคาแรกเสนอและราคาสุดท้ายที่เสนอต่ำกว่าเมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด อีกทั้งพบว่าโดยรวมแล้วผู้เจรจาต่อรองที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่า ให้ราคาแรกเสนอต่ำกว่า และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาขาวิชา จิตวิทยาสังคม.....
ปีการศึกษา 2553.....

ลายมือชื่อนิสิต รัตติกาล พาฬเสวต.....
ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5178130338 : MAJOR SOCIAL PSYCHOLOGY

KEYWORDS : PSYCHOLOGICAL REACTANCE/ STEREOTYPE/

STEREOTYPE ACTIVATION/ STEREOTYPE REACTANCE/

NEGOTIATION

RATTIKAL PANSAVET : EFFECTS OF GENDER STEREOTYPE ACTIVATION AND PSYCHOLOGICAL REACTANCE ON STEREOTYPE REACTANCE IN NEGOTIATION. THESIS ADVISOR: JARUNGKUL BURAPAVONG, 92 pp.

This research examined the effects of gender stereotype activation and psychological reactance on stereotype reactance in negotiation. Participants were 80 undergraduate female students previously classified as high or low in psychological reactance. Each participant was randomly assigned to gender stereotype activation or non-activation condition, and subsequently negotiated with a confederate who identified as a male through the MSN program in the internet. Results show that when activated with the negative stereotype of women's negotiation skills, high psychological reactance women display stereotype reactance by reporting significantly higher expectation of the negotiation outcome and having longer negotiation duration than women low in psychological reactance, whereas no difference is found in the non-activated condition. Moreover, negative stereotype activation results in stereotype reactance whereby participants in the activation condition report higher expectation of negotiation outcome as well as choosing significantly lower opening offer and final offer than those in the non-activation condition. It is also found that negotiators high psychological reactance have higher expectation, put forward lower initial offer, and have longer negotiation outcome than those low in trait reactance.

Field of Study : Social Psychology.....

Student's Signature : รัตติกาล พันธ์สวัสดิ์

Academic Year : 2010.....

Advisor's Signature : จรุงกุล บุรพาवong

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความสามารถของอาจารย์จรุงกุล บุรพวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการ รวมทั้งให้คำแนะนำ คำปรึกษา และช่วยตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นอย่างดีมาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ธีระพร อุวรรณโณ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.นงลักษณ์ วิรัชชัย และอาจารย์ ดร. อภิษฎา ไชยวุฒิภรณ์วานิช ที่ให้ความรู้และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย

กราบขอพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักนงค์ มณีศรี ที่ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ และยังให้ความอนุเคราะห์ให้ใช้สถิติวิชา 3800101 จิตวิทยาทั่วไป เป็นกลุ่มตัวอย่าง ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ จิตวิทยาสังคมทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจซึ่งกันและกันมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสุชาดา ชูสาเหาะ และคุณภัทรา พิทักษานนท์ที่สละเวลาอันมีค่ามาช่วยดำเนินการทดลองจนสำเร็จลุล่วง

กราบขอพระคุณบิดาและมารดา ที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยในการศึกษาและตลอดระยะเวลาที่ทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย.....	1
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	27
สมมติฐานการวิจัย.....	27
ขอบเขตการวิจัย.....	29
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	29
คำจำกัดความในการวิจัย.....	29
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	32
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้.....	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	34
ขั้นตอนการตรวจสอบลักษณะและภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรอง.....	38
ขั้นตอนการทดลองและการเก็บข้อมูล.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
บทที่ 3 ผลการวิจัย.....	46
บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย.....	63
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	69
รายการอ้างอิง.....	76
ภาคผนวก.....	82
ภาคผนวก ก.....	83
ภาคผนวก ข.....	84

	หน้า
ภาคผนวก ค.....	87
ภาคผนวก ง.....	89
ภาคผนวก จ.....	91
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	92



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง ที่		หน้า
1	ความสัมพันธ์ระหว่างปฏิกิริยาทางจิตกับลักษณะบุคลิกภาพ.....	22
2	เปรียบเทียบรายละเอียดการพัฒนามาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต.....	25
3	สรุปสมมุติฐานที่ 1 แบ่งตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดและไม่ได้รับ การกระตุ้นภาพในความคิด กลุ่มผู้มีปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือต่ำและตัวแปรตาม 4 ตัว.....	28
4	สรุปสมมุติฐานที่ 2 แบ่งตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดและ ไม่ได้ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดกับตัวแปรตาม 4 ตัว.....	28
5	จำนวนผู้ร่วมการทดลองจำแนกตามเงื่อนไขการทดลอง.....	34
6	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างในการสร้างมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต จำแนกตาม ลักษณะพื้นฐาน.....	37
7	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างในขั้นตอนการตรวจสอบลักษณะและภาพใน ความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรองจำแนกตามลักษณะพื้นฐาน.....	39
8	เปรียบเทียบลักษณะความเป็นชายระหว่างคุณลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่ดีกับ ลักษณะพึงปรารถนาสำหรับชาย.....	40
9	จำนวนร้อยละและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษาและ คณะ.....	47
10	มัชฌิมเลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคาดหวังความสำเร็จใน การเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ ราคาสุดท้ายที่เสนอและเวลาที่ใช้ในการเจรจา ต่อรอง จำแนกตามระดับปฏิกิริยาทางจิตและเงื่อนไขการกระตุ้นภาพใน ความคิด.....	49
11	การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จใน การเจรจาต่อรอง.....	50
12	การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของตัวแปรราคาแรกเสนอในการเจรจา ต่อรอง.....	50
13	การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของตัวแปรราคาสุดท้ายที่เสนอในการ เจรจาต่อรอง.....	51

ที่

14	การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของตัวแปรเวลาที่ใช้ในการเจรจา ต่อรอง.....	51
15	การทดสอบการเปรียบเทียบต่างของตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง...	53
16	การทดสอบการเปรียบเทียบต่างของตัวแปรราคาแรกที่เสนอในการเจรจาต่อรอง.....	54
17	การทดสอบการเปรียบเทียบต่างของราคาสุดท้ายที่เสนอในการเจรจาต่อรอง.....	55
18	การทดสอบการเปรียบเทียบต่างของเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง.....	56
19	สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 จำแนกตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพใน ความคิดและไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ในกลุ่มผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูง หรือต่ำ และตัวแปรตาม 4 ตัว.....””.....	59
20	สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2 จำแนกตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพใน ความคิดและไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดกับตัวแปรตาม 4 ตัว.....	60
21	สรุปผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม จำแนกตามระดับปฏิริยาทางจิตกับตัวแปรตาม 4 ตัว.....	62

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการศึกษา.....	26
2	โมเดลการวัดและการตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน.....	38
3	สรุปขั้นตอนการดำเนินการทดลอง.....	45
4	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิกิริยาทางจิตต่อความ คาดหวังต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง.....	53
5	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิกิริยาทางจิตต่อเวลาที่ใช้ ในการเจรจาต่อรอง.....	56
6	แผนภูมิแสดงร้อยละความคาดหวังความสำเร็จในการเจรจาต่อรองแบ่งตาม เงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย.....	58
7	แผนภูมิแสดงราคาแรกเสนอแบ่งตามเงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับ ความเป็นหญิงเป็นชาย.....	58
8	แผนภูมิแสดงราคาสุดท้ายที่เสนอแบ่งตามเงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิด เกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย.....	59
9	แผนภูมิแสดงความคาดหวังความสำเร็จแบ่งตามระดับปฏิกิริยาทางจิต.....	61
10	แผนภูมิแสดงราคาแรกเสนอแบ่งตามระดับปฏิกิริยาทางจิต.....	61
11	แผนภูมิแสดงเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองแบ่งตามระดับปฏิกิริยาทางจิต.....	62

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมที่เราอาศัยอยู่นี้เต็มไปด้วยการเจรจาต่อรอง ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาต่อรองระดับบุคคลไปจนถึงระดับประเทศและระดับนานาชาติ ผู้ที่มีทักษะและศักยภาพที่เหมาะสมย่อมได้เปรียบและมีแนวโน้มประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่มีความเหมาะสมหรือศักยภาพน้อยกว่า ซึ่งคงปฏิเสธไม่ได้ว่า การประเมินว่าบุคคลใดเหมาะสมต่อการเป็นนักเจรจาหรือบุคคลใดมีศักยภาพที่จะได้รับความสำเร็จในการเจรจาเป็นผลมาจากภาพในความคิดส่วนหนึ่งที่บุคคลมีต่อลักษณะของการเจรจาและการเป็นนักเจรจาต่อรอง เช่น ผู้ชายเหมาะสมต่อการเจรจา มากกว่าผู้หญิง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในการจะตัดสินได้ว่าผู้หญิงหรือผู้ชาย หรือบุคคลใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการเจรจาต่อรองย่อมต้องมีการพิจารณาสถานการณ์ของการเจรจาต่อรอง เป้าหมายและลักษณะของสถานการณ์ที่กำลังเผชิญหน้าในขณะนั้นด้วย โดยเฉพาะในวงการธุรกิจ การเจรจาต่อรองค่อนข้างมีบทบาทสำคัญและเป็นโอกาสสำหรับความสำเร็จและก้าวหน้าของทั้งองค์กรและตัวบุคคลเอง แต่ทว่า ในสถานการณ์เดียวกัน บุคคลกลับมีการเจรจาต่อรองที่แตกต่างกัน ซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์แตกต่างกันได้เช่นกัน เป็นไปได้ว่าเป็นผลมาจากความแตกต่างของบุคคล สถานการณ์หรือปัจจัยอื่นใดที่มีผลต่อศักยภาพของบุคคลในการเจรจาต่อรอง

เหตุผลหนึ่งของการมีผลงานแย่ลงกว่าที่ควรจะเป็นของบุคคลเป็นผลมาจากการมีภาพในความคิดทางลบเกี่ยวกับความเหมาะสมของบุคคล สถานะของบุคคลผู้เผชิญกับการเจรจาต่อรอง เป้าหมายของการต่อรอง ลักษณะนิสัยส่วนบุคคล พฤติกรรมบางประการที่ส่งผลให้ผลการเจรจาเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของการเจรจา ตลอดจนกลุ่มทางสังคมของบุคคล สิ่งเหล่านี้หลอมรวมกันเกิดเป็นภาพในความคิดที่ตัวบุคคลใช้ประเมินความเหมาะสมและนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมบางอย่างเพื่อก่อให้เกิดผลงานตามภาพในความคิดที่มีอยู่นั้น ซึ่งภาพในความคิดนี้ช่วยให้บุคคลจัดการกับข้อมูลที่มีมากมายได้เร็วขึ้นเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจกับสิ่งที่กำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้น ภาพในความคิดนี้ อาจจำแนกเป็นภาพทางบวกและภาพทางลบ ซึ่งเสมือนภาพรวมของตัวบุคคลเองและคนอื่น ดังเช่นการศึกษาของ Steele และ Aronson (1995) พบว่า ผู้ร่วมการทดลองผิวสีทำ

คะแนนทดสอบความสามารถทางปัญญาได้น้อยกว่าผู้ร่วมการทดลองผิวขาวเมื่อได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับระดับสติปัญญา ในทำนองเดียวกัน การศึกษาของ Stone (1999) ยังพบว่า ผู้ร่วมการทดลองผิวสีมีผลงานต่ำกว่ากลุ่มควบคุม เมื่อบอกว่ากอล์ฟเป็นกีฬาที่ต้องอาศัยความสามารถทางปัญญา ในขณะที่ เมื่อบอกว่ากอล์ฟเป็นกีฬาที่ต้องอาศัยทักษะทางการกีฬา ผู้ร่วมการทดลองผิวสีกลับทำผลงานได้ดีกว่ากลุ่มควบคุม การที่ผู้ร่วมการทดลองผิวสีทำคะแนนหรือทำผลงานได้น้อยเมื่อได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดว่างานที่กำลังกระทำอยู่เป็นงานที่ต้องอาศัยความสามารถทางปัญญานั้น อาจเป็นไปได้ว่า พวกเขาได้ตระหนักหรือรับรู้ว่าจะสามารถทำผลงานใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัญญาได้น้อยกว่าคนผิวขาวหรือกล่าวสั้น ๆ คือ คนผิวดำมองว่าตนเองมีระดับสติปัญญาต่ำกว่าคนผิวขาว เมื่อได้รับการบอกว่าจะต้องเผชิญเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบทางปัญญาและมีการเปรียบเทียบกับคนผิวขาวแล้ว พวกเขาจะได้รับการคุกคามจากภาพในความคิดที่ถูกกระตุ้นขึ้นมาทำให้เกิดความวิตกกังวลต่อผลงานที่จะปรากฏขึ้น และแสดงออกมาให้เห็นในรูปของผลงานที่ทำได้ลดลง (Aronson, Fried, & Good, 2002; Steele & Aronson, 1995) ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยหลายชิ้นพบว่า ผู้หญิงทำคะแนนการทดสอบคณิตศาสตร์ได้น้อยกว่าผู้ชายเมื่อรับรู้ว่าคุณชายมีคะแนนการทดสอบสูงกว่ามาก่อน เป็นต้น จึงเป็นไปได้ว่า การที่ระดับผลงานของบุคคลลดลงอาจไม่ได้เป็นผลมาจากความแตกต่างระหว่างบุคคลเสียทีเดียว แต่อาจเป็นผลของการกระตุ้นภาพในความคิดที่บุคคลรับรู้ว่าจะตนเองเสียเปรียบหรือตนเองอยู่ในกลุ่มที่จะสร้างผลงานได้ด้อยกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง และลักษณะบางอย่างที่ถูกกระตุ้นนั้นก่อให้เกิดภาพในความคิดทางลบ ทำให้บุคคลเกิดความวิตกกังวลหรือความเครียด และนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่มีผลทำให้ผลงานแย่งลงโดยไม่รู้ตัว

ในทางตรงกันข้าม มีการศึกษาบางเรื่องที่พบว่า บางครั้งการกระตุ้นภาพในความคิดก็ไม่ก่อให้เกิดการคล้อยตามภาพในความคิดทางลบนั้น เช่น การศึกษาของ Dijksterhuis, Spears, Postmes, Stapel, Knippenberd และ Scheepers (1998) ให้ผู้ร่วมการทดลองอ่านลักษณะของคนสูงอายุ พบว่า ผู้ร่วมการทดลองเดินไปถึงประตูเร็วขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการทดลองในทำนองเดียวกันของ Bargh, Chen, และ Burrows (1996) ที่ให้ผู้ร่วมการทดลองดูภาพคนสูงอายุแล้วพบว่า หลังการทดลอง ผู้ร่วมการทดลองเดินช้าลงตามลักษณะของคนสูงอายุ และใช้เวลานานกว่าจะเดินไปถึงประตู ลักษณะดังกล่าวนี้เป็นผลจากเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดที่ถูกกระตุ้นทำให้บุคคลตอบสนองในทางตรงกันข้ามกับสิ่งที่ได้รู้มาก่อนหน้า เหตุที่เป็นเช่นนี้ Stone และ McWhinnie (2008) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของสิ่งชี้แนะที่มีต่อกระบวนการทางความคิดที่แสดงออกมาในผลงานของบุคคล พบว่า การกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัยและโดยตรงส่งผลต่อผลงานของผู้ร่วมการทดลองแตกต่างกันและในระดับไม่เท่าเทียมกัน ทั้งในกลุ่มที่มีภาพใน

ความคิดทางบวก (positive stereotype) และกลุ่มที่มีภาพในความคิดทางลบ (negative stereotype) ปรากฏการณ์ที่ภาพในความคิดทางบวกคุกคามบุคคล ดังเช่นกรณี ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในงานที่กระทำได้รับการกระตุ้นทางสถานการณ์แบบชัดเจนทำงานได้แย่งเมื่อเปรียบเทียบกับการกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัยที่ทำงานได้ดีขึ้น ซึ่ง Stone และ McWhinnie อธิบายว่าน่าจะเป็นผลมาจากภาวะกดดันที่เกิดขึ้นต่อตัวบุคคลเมื่อรับรู้ถึงสถานการณ์ที่เผชิญอยู่กับผลงานที่คาดหวัง ผลงานที่แย่งของผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในงานที่กระทำจึงเป็นผลมาจากความวิตกกังวล และความกดดันที่บุคคลพยายามจะทำให้ผลงานของตนบรรลุถึงระดับผลงานที่ตนเองและผู้อื่นคาดหวังเมื่อถูกกระตุ้นภาพในความคิดทางบวกอย่างชัดเจน แต่ในงานวิจัยนี้สนใจศึกษาผลการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบที่มีต่อผลงานของบุคคล ดังนั้น ผลของการกระตุ้นภาพในความคิดที่จะกล่าวถึงในลำดับต่อไปจะหมายถึงผลของการกระตุ้นภาพในความคิดที่ทำให้บุคคลจัดตนเองเข้ากับกลุ่มเสียเปรียบหรือลักษณะทางลบที่ไม่เหมาะสมกับงานที่ต้องเผชิญ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาผลของการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบที่มีต่อการเจรจาต่อรอง แต่ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นเพิ่มเติมว่า ตัวแปรหนึ่งที่ส่งเสริมให้ผลของการกระตุ้นภาพในความคิดของบุคคลเกิดขึ้นในทางเดียวกันกับภาพในความคิดทางลบหรือแสดงผลในทางตรงกันข้ามกับภาพในความคิดทางลบนั้นอาจเป็นผลจากลักษณะบุคลิกภาพบางประการของตัวบุคคลเอง เช่น ปฏิกริยาทางจิต (psychological reactance) ซึ่งหลังจากที่บุคคลได้รับรู้ถึงข้อมูลบางอย่างที่ทำให้ภาพในความคิดเกี่ยวกับสิ่งนั้นถูกกระตุ้นขึ้นมา ก่อให้เกิดการจัดกลุ่มตนเองเป็นกลุ่มที่เสียเปรียบในสถานการณ์นั้น ระดับของปฏิกริยาทางจิตในตัวบุคคลจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพร้อมที่จะต่อต้านหรือถอยตามภาพในความคิดทางลบที่ได้รับการกระตุ้น และรับรู้มา แล้วปรากฏออกมาทางพฤติกรรมหรือผลงาน กล่าวคือ ผู้วิจัยสนใจศึกษาอิทธิพลของปฏิกริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดที่มีต่อผลการเจรจาต่อรอง

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมส่วนที่เป็นทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง และปฏิริยาทางจิตที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการเจรจาต่อรอง (Negotiation Concept and Theory)

การเจรจาต่อรองนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไปและบ่อยครั้งในชีวิตประจำวันของบุคคล กลุ่มทางสังคม สถาบัน ไปจนถึงระดับนานาชาติ Lewicki, Saunders, และ Minton (1999) มองว่าการเจรจาต่อรองไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการสำหรับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรืออาชีพใดอาชีพหนึ่งในสังคม แต่การเจรจาต่อรองเป็นทักษะและเรื่องใกล้ตัวของทุกคนในสังคมที่ต่างกระทำต่อกันในแต่ละวัน ผลของการเจรจาต่อรองแสดงออกมาในรูปแบบของการจัดสรรปันส่วนหรือจัดสรรบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน เช่น การร่วมกันตัดสินใจเลือกร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวัน การตกลงแบ่งหน้าที่ทำงานบ้านระหว่างสามีและภรรยา การเจรจาระหว่างตำรวจกับผู้ร้าย ทั้งนี้ การเจรจาต่อรองอาจเกิดได้จาก 2 สาเหตุใหญ่ คือ (1) เพื่อกระทำการบางอย่างที่กลุ่มหรือบุคคลไม่อาจจัดการสร้างขึ้นมาได้ด้วยตนเองเพียงลำพัง หรือ (2) เพื่อแก้ปัญหาหรือขจัดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มหรือบุคคล

Lewicki และคณะ (1999) ได้อธิบายลักษณะของสถานการณ์การเจรจาต่อรองเอาไว้ว่ามีลักษณะดังนี้ (1) เป็นการเจรจาต่อรองระหว่างสองฝ่ายหรือมากกว่า โดยอาจเป็นไปได้ทั้งระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กรหรือสมาชิกภายในกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์กัน (2) มีความสนใจบางอย่างร่วมกัน หรือมีความขัดแย้งบางอย่างระหว่างกัน ซึ่งเป็นสาเหตุแต่ละฝ่ายให้พยายามหาข้อยุติร่วมกันมากกว่าแข่งขันกัน (3) ผู้เจรจาแต่ละฝ่ายมีผลประโยชน์หรือคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการเจรจาต่อรองนั้น (4) ผลสำเร็จของการเจรจาต่อรองสามารถเป็นไปได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น การรักษาภาพลักษณ์ในระหว่างการเจรจาต่อรอง การเปรียบเทียบทางสังคม ความเกรงกลัว ความเชื่อ และค่านิยม

Pruitt (1981 อ้างถึงใน Kray, Thompson, & Galinsky, 2001) มองว่า การเจรจาต่อรองเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีการตัดสินใจร่วมกันระหว่างผู้เจรจาสองฝ่ายหรือมากกว่า

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปความหมายของการเจรจาต่อรองได้ว่า เป็นกระบวนการประสานประโยชน์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคนตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไป เพื่อรักษาหรือแบ่งปัน

ผลประโยชน์ที่แต่ละฝ่ายคาดว่าจะได้ร่วมกันหรือจะได้หากมีการเจรจาต่อรองระหว่างกันด้วยสันติวิธี กล่าวได้ว่า การเจรจาต่อรองเป็นกระบวนการสำคัญกระบวนการหนึ่งในการตัดสินใจหรือทำการตกลงกันระหว่างแต่ละฝ่าย เพื่อให้ได้ข้อสรุปร่วมกันและเป็นไปอย่างสันติ และสามารถแบ่งออกเป็นหลายระดับ ได้แก่ (1.) ระดับบุคคล เช่น พ่อแม่กับลูก อาจารย์กับลูกศิษย์ สามีกับภรรยา บุคคลกับเพื่อน (2.) ระดับองค์กร เช่น การประชุมฝ่ายบริหาร ทีมงานขายกับทีมวางแผน (3.) ระดับประเทศ เช่น การประชุมวางแผนงบประมาณแผ่นดิน (4.) ระดับชาติ เช่น การเจรจาเปิดเขตการค้าเสรี และ (5.) ระดับนานาชาติ เช่น การประชุมอาเซียน

หากพิจารณาแล้ว จะเห็นว่า การเจรจาต่อรองเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของเราบ่อยครั้ง ที่สังเกตเห็นได้ชัดก็คือ ในวงการธุรกิจ การเจรจาต่อรองค่อนข้างมีบทบาทสำคัญและเป็นโอกาสสำหรับความสำเร็จและความก้าวหน้าของทั้งองค์กรและตัวบุคคล อาทิ การเสนอขายโครงการของทีมงานขาย, การวางแผนกลยุทธ์และการตลาดของทีมงานในการประชุม การต่อรองค่าจ้างแรงงานระหว่างแรงงานกับฝ่ายบุคคล การเสนอซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เป็นต้น ส่วนในด้านอื่น ๆ เช่น สถาบันครอบครัว สามีภรรยาอาจต่อรอง (ซึ่งมักใช้คำว่า “การตกลง”) กันในเรื่องงานบ้าน การเลี้ยงดูบุตรและการออกค่าใช้จ่ายภายในบ้าน ในวงการศึกษา เช่น การเจรจาต่อรองของทุนการศึกษา (มักใช้คำว่า “นำเสนองาน”) และในแวดวงมิตรสหาย เช่น การเจรจาต่อรองเรื่องไปท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมรับน้อง (มักใช้คำว่า “ปรึกษาหารือ”)

แม้ว่าการบุคคลจะประสบกับสถานการณ์ที่ต้องมีการเจรจาต่อรองอยู่เป็นประจำ แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองมักจะเป็นผู้มีคุณสมบัติบางประการที่โดดเด่น เช่น การกล้ายืนยันทันทีในเรื่องที่ต้องการ ความเด็ดเดี่ยว ความฉลาด ความสามารถในการแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้า ไหวพริบ กล้าตัดสินใจ ซึ่งทักษะในการเจรจาต่อรองเหล่านี้อาจเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของความสำเร็จในชีวิตของบุคคลเมื่อต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่มีการเจรจาต่อรองและรักษาผลประโยชน์ของตน แต่ทว่าภายในสถานการณ์เดียวกัน บุคคลก็อาจมีรูปแบบการเจรจาต่อรองที่แตกต่างกัน ซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์แตกต่างกัน

วิธีการที่นิยมใช้ในการเจรจาต่อรองเพื่อลดความขัดแย้งระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบมิติสัมพันธ์ระหว่างระดับการให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มตนกับผลประโยชน์ของส่วนรวมหรือระหว่างกลุ่มสามารถแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่ การร่วมมือ การประนีประนอม การยอมให้ การหลีกเลี่ยง และการแข่งขัน (Lewicki, Saunders, Barry, & Minton, 2004)

(1) การร่วมมือ เป็นวิธีการเจรจารูปแบบหนึ่งที่ผู้เจรจาให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวมสูงเท่าเทียมกัน ในการเจรจาต่อรองใด ๆ มักคาดหวังให้เกิดผลการเจรจาด้วยวิธีนี้ เพราะจะช่วยให้แต่ละฝ่ายได้รับผลประโยชน์สูงสุด

(2) การประนีประนอม เป็นวิธีการเจรจารูปแบบหนึ่งที่ผู้เจรจาอมถอยกันคนละก้าวเพื่อรักษาและดำรงผลประโยชน์ของตนเอาไว้หรืออาจกล่าวว่าเป็นวิธีที่ต่างฝ่ายต่างยอมพบกันครึ่งทาง ผู้เจรจาให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของตนเอง และในขณะเดียวกันก็ยอมให้อีกฝ่ายได้ประโยชน์เท่าเทียมกัน

(3) การยอมให้ เป็นวิธีการเจรจารูปแบบหนึ่งที่ผู้เจรจาให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตน โดยยอมรับส่วนแบ่งหรือยอมเสียผลประโยชน์บางส่วนของตนลง และยอมให้อีกฝ่ายได้รับผลประโยชน์มากกว่า

(4) การหลีกเลี่ยง เป็นวิธีการเจรจาต่อรองที่ผู้เจรจาให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของตนเองและผลประโยชน์ต่อส่วนรมน้อย หรือละเลยที่จะออกความคิดเห็นหรือออกเสียงต่าง ๆ หรือเพิกเฉยต่อสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ การเจรจาต่อรองวิธีนี้มักทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ต่ำกว่าวิธีการอื่น ๆ

(5) การแข่งขัน เป็นวิธีการเจรจาที่ผู้เจรจาให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าผลประโยชน์ของส่วนรวม ต่างฝ่ายต่างมุ่งหวังผลประโยชน์ของตนสูงสุดด้วยวิธีการนี้ แม้ผู้เจรจาจะสามารถรักษาผลประโยชน์หรือได้รับผลตอบแทนสูง แต่ความสัมพันธ์ระหว่างคู่เจรจาดำเนินไปในระยะสั้น ๆ

การจะใช้วิธีการเจรจาต่อรองรูปแบบใดนั้น ควรพิจารณาสถานการณ์และเรื่องที่ต้องเจรจาต่อรองประกอบการตัดสินใจเลือกใช้ด้วย เพราะวิธีการที่แตกต่างกันย่อมให้ผลที่ไม่เหมือนกัน และการที่บุคคลจะเลือกใช้วิธีการใดในการแก้ปัญหาความขัดแย้งในการเจรจาต่อรองนั้นขึ้นอยู่กับตัวบุคคลเอง เช่น ลักษณะนิสัย ประสบการณ์ในการเจรจาต่อรอง ความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เจรจาต่อรอง อิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม

ลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่เรียกได้ว่าเป็น “บุคลิกภาพของผู้เจรจาต่อรองที่ประสบความสำเร็จ” นั้นอาจไม่สามารถระบุได้แน่ชัด แต่จากหนังสือ Essentials of negotiation ของ Lewicki และคณะ (2004) อาจพอจะบอกได้ว่าลักษณะสำคัญที่นักเจรจาต่อรองควรมี คือ นักเจรจาต่อรองควรต้องรู้จักเตรียมการในเรื่องที่จะมีการเจรจาต่อรองมาเป็นอย่างดี มีทักษะในการ

พูด โดยต้องพูดจาชัดเจน เป็นลำดับขั้นตอน และเข้าใจได้ง่าย มีความยืดหยุ่น ตรงไปตรงมา มีมนุษยสัมพันธ์ และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือกับผู้อื่น ในขณะที่ การศึกษาของ Raiffa (1982) อ้างถึงใน Kray et al, 2001) กล่าวว่านักเจรจาที่มีประสิทธิภาพต้องมีลักษณะกล้าที่จะยืนยันเรียกร้อง ในสิ่งที่ตนต้องการ มีเหตุผล มีความเด็ดเดี่ยว มีความคิดสร้างสรรค์และความฉลาด ซึ่งลักษณะที่กล่าวมานั้นเป็นลักษณะที่บุคคลรับรู้ว่ามีเหมาะสมสำหรับนักเจรจา และเป็นลักษณะที่ส่งเสริมให้บุคคลประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองมากขึ้น และจากการศึกษาของ Grazino, Jensen-Campbell, และ Hair (1996), Barry และ Friedman (1998) และ Amanatullah, Morris, และ Curhan (2008) พบว่า บุคลิกภาพบางลักษณะมีความสัมพันธ์กับลักษณะของการเจรจาต่อรอง เช่น บุคลิกภาพแบบ Big Five โดยความเป็นมิตร (agreeableness) มีส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลมีแนวโน้มให้ความร่วมมือและกระจายผลประโยชน์ระหว่างกันในการเจรจาต่อรอง ผู้ที่มีความเป็นมิตรสูง (high agreeableness) จะต้องการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับผู้ร่วมเจรจามากกว่าผู้ที่มีความเป็นมิตรต่ำ (low agreeableness) จึงให้ความร่วมมือและยอมเสียผลประโยชน์บางส่วนของตนเองให้แก่ผลประโยชน์ส่วนรวม มีรูปแบบการเจรจาแบบร่วมมือ ประนีประนอมมากกว่าการแข่งขัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบุคลิกภาพส่วนบุคคลอาจมีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการเจรจาต่อรองแตกต่างกันในการแก้ไขความขัดแย้งในสถานการณ์เดียวกัน ประสพการณ์เจรจาต่อรองที่บุคคลเคยประสบมาก่อนหน้าก็ค่อนข้างมีอิทธิพลต่อการเลือกวิธีที่จะใช้ในการเจรจาต่อรองของบุคคลด้วยเช่นเดียวกัน วิธีการใดที่ใช้แล้วประสบผลสำเร็จก็มักจะถูกใช้อีกในการเจรจาต่อรองครั้งต่อไป หรือความล้มเหลวที่เคยประสบมาในอดีตทำให้บุคคลเปลี่ยนกลวิธีที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง มีการประเมินสถานการณ์และปรับกลวิธีให้เหมาะสมมากขึ้นก็ได้

ปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกวิธีการเจรจาต่อรองของบุคคลก็คือ วัฒนธรรมทางสังคม Lewicki และคณะ (2004) ได้อธิบายไว้ว่า วัฒนธรรมทางสังคมมีผลต่อความเข้าใจค่านิยมของการเจรจาต่อรอง กระบวนการ และผลลัพธ์ที่ได้จากการเจรจานั้น ๆ ในแต่ละวัฒนธรรมแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ลักษณะของสังคมคหกรรมหมู่ ให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของส่วนรวม มุ่งเน้นการรักษาสัมพันธภาพอันดีภายในกลุ่ม การเจรจาต่อรองจึงมักจะใช้วิธีการที่คงความสัมพันธ์ไว้ได้ในระยะยาว ก่อให้เกิดความกลมเกลียวและความร่วมมือ ในขณะที่ลักษณะของสังคมปัจเจกบุคคล ให้ความสำคัญต่อความเป็นอิสระของบุคคลในการที่จะกระทำการใด ๆ โดยเสรี การเลือกใช้กลวิธีในการเจรจาต่อรองขึ้นอยู่กับประสพการณ์ส่วนบุคคล การเรียนรู้และมัก

ดำเนินไปในรูปแบบของการแข่งขันมากกว่าสังคมคตินิยมหมู่ แต่ในกลุ่มประเทศที่มีลักษณะของคตินิยมหมู่ ก็อาจเลือกใช้กลวิธีในการเจรจาต่อรองและมีมุมมองต่อการเจรจาต่อรองแตกต่างกัน

ค่านิยมในสังคมที่ให้ความสำคัญต่อลักษณะของความเป็นชาย (Masculinity) หรือ ความเป็นหญิง (Femininity) ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการเจรจาต่อรองได้ โดยลักษณะของสังคมที่ให้ความสำคัญต่อลักษณะความเป็นชาย มีจุดเด่นอยู่ที่การให้ความสำคัญต่อการกล้ายืนหยัดในสิทธิ์และการรักษาผลประโยชน์ของตน เช่น ประเทศออสเตรเลีย เวเนซุเอลลา การเจรจาต่อรองมักจะใช้วิธีการแข่งขันมากกว่าสังคมที่มีค่านิยมของสังคมที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นหญิง ที่ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเอาใจใส่ผู้อื่น การให้ความช่วยเหลือ และคุณภาพชีวิตอันดี เช่น ประเทศชิลี ฟินแลนด์ มักใช้วิธีการร่วมมือ แบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างกันในการเจรจาต่อรอง และพยายามรักษาความสัมพันธ์ให้ดำเนินไปในระยะยาว

นอกจากที่กล่าวมาแล้ว ในระดับบุคคลยังมีงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า ความแตกต่างทางเพศก็เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้บุคคลเลือกใช้วิธีหรือรูปแบบการเจรจาต่อรองแตกต่างกัน โดยผู้ชายมักจะเลือกการแข่งขันและรักษาผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าผู้หญิง (Stuhlmacher & Walters, 1999) ในขณะที่ผู้หญิงมีความกังวลถึงผลของการแสดงออกกับเรื่องความสัมพันธ์มากกว่าผู้ชาย ทำให้มีพฤติกรรมเพื่อรักษาเครือข่าย ยอมเรียกร้องเพื่อตนเองน้อยกว่าที่ต้องการ รวมถึงการพิจารณาความเหมาะสมของสิ่งที่ได้รับกับการกระทำด้วย เช่น ทำงานหนักเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ (Babcock & Laschever, 2003) อีกทั้ง นักเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีความกล้าที่จะยืนหยัดเรียกร้องในสิ่งที่ตนที่ต้องการ มีเหตุผล มีความเด็ดเดี่ยว มีความสร้างสรรค์และฉลาด ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นลักษณะที่บุคคลรับรู้ว่าจะแสดงถึงความเป็นชายมากกว่าเป็นหญิง เมื่อเกิดการรับรู้ว่าคุณลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพมีความสอดคล้องกับเพศชายมากกว่า จึงทำให้ผู้ชายทำการเจรจาต่อรองได้ดีกว่า แต่ขณะเดียวกัน ลักษณะของเพศชายดังกล่าวมานั้นก็นำไปสู่การโต้แย้งและการกระจายผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียมกันมากกว่าเมื่อเทียบกับลักษณะของเพศหญิง กล่าวคือ การกระจายผลประโยชน์ของแต่ละฝ่ายในการเจรจาต่อรองโดยผู้ชายมีความยุติธรรมน้อยกว่าผู้หญิงนั่นเอง

บางครั้งวิธีการในการเจรจาต่อรองอาจมีสาเหตุมาจากความไม่ชัดเจนของสถานการณ์ที่บุคคลกำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้นด้วยเช่นกัน (Stuhlmacher & Walters, 1999) สถานการณ์ที่มีความชัดเจนสูง บุคคลทราบลักษณะพฤติกรรมที่คาดหวังหรือมีข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ชัดเจน ทำให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์นั้นได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่สถานการณ์ที่กำลังเผชิญ

อยู่มีความกำกวมและคลุมเครือ บุคคลไม่มีข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบได้อย่างชัดเจน จึงต้องอาศัย การตีความและตัดสินใจตอบสนองไปตามการตีความนั้น จากการศึกษาของ Small, Gelfand, Babcock, และ Gettman (2007) พบว่า ในสถานการณ์ที่คลุมเครือ ผู้ชายมีการเจรจาดีกว่า ผู้หญิง และในทำนองเดียวกัน เมื่อต้องประสบกับความไม่ชัดเจนในสถานการณ์การเจรจาต่อรอง หรือความไม่ยุติธรรม ผู้หญิงมักจะไม่เรียกร้องหรือตั้งคำถามเกี่ยวกับผลของสถานการณ์นั้นเมื่อ เปรียบเทียบกับผู้ชาย (Babcock & Laschever, 2003) เป็นไปได้ว่า ความไม่ชัดเจนใน สถานการณ์การต่อรองและการขาดมาตรฐานที่เหมาะสม ทำให้การรับรู้ของบุคคลและบรรทัดฐาน เกี่ยวกับความเป็นเพศมีอิทธิพลต่อการเจรจาต่อรองและการแสดงออกของบุคคล (Bowles, 2003) กล่าวคือ การเจรจาต่อรองของบุคคลได้รับผลจากภาพในความคิดบนพื้นฐานของความเป็นเพศ และบทบาททางสังคมที่บุคคลดำรงอยู่ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ภายใต้สถานการณ์ที่คลุมเครือหรือไม่มี ความชัดเจน บุคคลขาดมาตรฐานอ้างอิงที่ถูกต้อง จึงมักเปรียบเทียบตนเองกับเพศเดียวกัน มากกว่านำตัวเองไปเปรียบเทียบกับเพศตรงข้าม เช่น การจ้างงาน ถ้ามาตรฐานการจ่ายเงินเดือน ไม่ชัดเจน แรงงานผู้หญิงจะคาดหวังเงินเดือนต่ำกว่าแรงงานผู้ชายในระดับงานเดียวกัน แม้ว่า จะต้องทำงานเป็นระยะเวลายาวนานกว่าก็ตาม ตราบใดที่แรงงานหญิงคนอื่นยังได้รับเงินเดือนไม่ แตกต่างจากตนมากนัก แต่จะไม่มี ความแตกต่างเช่นนี้ หากข้อมูลเกี่ยวกับการจ่ายเงินเดือนมี ความชัดเจนและบุคคลสามารถทำการเปรียบเทียบข้อมูลที่มีได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริง

นอกจากนี้ ความสอดคล้องระหว่างความเป็นเพศ (Gender) กับพฤติกรรมหรือผลงานที่ คาดหวังภายในสภาพแวดล้อมหรือองค์กร ยังสะท้อนให้เห็นภาพในความคิดบนพื้นฐานของความเป็น เพศ (gender-base stereotype) และบทบาททางสังคมที่ฝังอยู่ในโครงสร้างสังคมนั้น ๆ และ ส่งผลต่อการเจรจาต่อรองของบุคคล (Bowles, 2003) อาจพิจารณาสถานการณ์เจรจาต่อรองได้ 3 ประเด็น ได้แก่

(1) การแข่งขันหรือการร่วมมือ การเจรจาต่อรองแบบแข่งขันมีความสอดคล้องกับความเป็นชาย ซึ่งมีลักษณะเด็ดเดี่ยว การกล้ายืนยัน รักษาผลประโยชน์ ชอบควบคุม ทะเยอทะยาน มีความมั่นใจ ไม่ต้องการความพ่ายแพ้ทำให้ผู้ชายถูกมองว่ามีความเหมาะสมในการเจรจาต่อรองที่ ต้องรักษาผลประโยชน์ฝ่ายตนเอาไว้มากกว่าผู้หญิง ในขณะที่ลักษณะความเป็นหญิง การเอาใจ ใส่ผู้อื่น และความพยายามที่จะรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมเจรจา มีความเหมาะสมกับการ เจรหาที่มุ่งหวังให้เกิดความร่วมมือและประนีประนอมระหว่างผู้เจรจามากกว่า วิธีการศึกษานิยม ใช้สถานการณ์เจรจาต่อรองที่มุ่งหวังให้เกิดการแข่งขันระหว่างสองฝ่าย เช่น การเจรจาต่อรองราคา ซื้อขายสินค้า โดยผู้ซื้อต้องพยายามซื้อสินค้าให้ได้ในราคาต่ำที่สุด ส่วนผู้ชายก็ต้องพยายามขาย สินค้าให้ได้ราคาสูงที่สุด ประเภทของสินค้าที่ใช้ในสถานการณ์จำลองนี้ควรเป็นสินค้าที่มีราคาแพง

หรือต้องใช้ข้อมูลประกอบการพิจารณาตกลงอย่างรอบคอบ ไม่ใช่สินค้าที่ซื้อบ่อยครั้ง อาทิ รถยนต์ หรือการเจรจาต่อรองเรื่องเงินเดือนระหว่างฝ่ายบุคคลกับแรงงาน โดยฝ่ายบุคคลพยายามเจรจาให้ ได้จ่ายเงินเดือนต่ำ ส่วนฝ่ายแรงงานพยายามเจรจาให้ได้รับเงินเดือนสูง

(2) การเจรจาต่อรองเพื่อตนเองหรือเพื่อคนอื่น การมีบรรทัดฐานทางพฤติกรรมของผู้หญิง ว่าเป็นไปเพื่อคนอื่นมากกว่าตนเอง ทำให้ผู้หญิงถูกมองว่าไม่เหมาะสมต่อสถานการณ์ที่ต้อง แข่งขัน (Bowles, Bebbcock, & McGinn, 2005) การศึกษาของ Bowles (2003) พบว่า ผู้หญิง เรียกร้องเพื่อคนอื่นมากกว่าเรียกร้องเพื่อตนเองร้อยละ 22 ในขณะที่ไม่พบความแตกต่างในผู้ชาย ซึ่งการศึกษาของ Rudman (1998) และ Rudman และ Glick (1999) แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้หญิงมี การสนับสนุนตัวเอง เสียงที่ได้จะรับการตอบโต้อย่างรุนแรงทางสังคมมากกว่า เนื่องจากลักษณะ ดังกล่าวไม่ใช่ลักษณะของผู้หญิงตามที่สังคมคาดหวังที่มองว่าผู้หญิงควรเอาใจใส่และให้ความ ช่วยเหลือผู้อื่นมากกว่ามุ่งหวังผลประโยชน์ของตนเอง เมื่ออยู่ในสถานการณ์เจรจาต่อรอง หาก ผู้หญิงมีการเจรจาต่อรองเพื่อผู้อื่นหรือทำเพื่อส่วนรวมแล้ว จะถูกมองว่ามีความเหมาะสมมากกว่า ผู้หญิงที่เจรจาต่อรองเพื่อตนเอง

(3) การกระตุ้นภาพในความคิด (Activation of Stereotype) จากการศึกษาเกี่ยวกับการ คุกคามภาพในความคิด (Stereotype threat) ของ Steele และ Aronson (1995) เพื่อศึกษาความ แตกต่างของคะแนนที่ผู้ร่วมการทดลองทำได้ พบว่า นักศึกษาหญิงที่ได้รับการบอกว่าผู้หญิงไม่เก่ง การคำนวณ มีคะแนนน้อยกว่าผู้ชาย แต่ไม่พบความแตกต่างนี้เมื่อไม่มีการสร้างความแตกต่าง ระหว่างเพศกับผลงานให้เกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่า การกระตุ้นภาพในความคิดมีผลให้บุคคล เชื่อมโยงตนเองกับผลงานคาดหวัง อคติทิศทางของภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้น จะทำให้ บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือผลงานที่สอดคล้องกับผลงานที่คาดหวังตามทิศทางของภาพใน ความคิดนั้น การที่บุคคลเกิดภาพในความคิดทางลบและมีผลงานต่ำกว่าที่ควรจะเป็นนี้ Steele เรียกว่า การคุกคามภาพในความคิด (stereotype threat) การชี้แนะโดยนัยต่อภาพในความคิดทำให้ การเจรจาเป็นไปตามภาพที่บุคคลคาดหวังได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการเจรจาของผู้หญิงเมื่อได้รับ การยืนยันภาพในความคิดทางลบได้ในทำนองเดียวกัน แต่บางครั้ง ถ้าบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพ ในความคิดทางลบอย่างชัดเจน ก็อาจแสดงออกในทิศทางตรงกันข้ามได้เช่นกัน ดังเช่นการศึกษา ของ Kray และคณะ (2001) ที่พบว่า ผู้หญิงมีผลการเจรจาต่อรองเมื่อได้รับการกระตุ้นภาพใน ความคิดทางลบอย่างชัดเจนดีกว่าผู้หญิงที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัย เช่น การระบุ อย่างตรงไปตรงมาว่าผู้ชายมีผลการเจรจาต่อรองดีกว่าเพศหญิง แทนที่จะบอกว่าผู้หญิงไม่เก่ง ด้านการเจรจาต่อรอง ทั้งนี้เป็นผลจากการที่บุคคลมีภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรองที่มี ศักยภาพ แล้วนำตนเองเข้าไปเชื่อมโยงกับลักษณะเหล่านั้น ซึ่งอาจสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับ

ตนเองและเชื่อมโยงต่อไปสู่ผลงานที่คาดหวัง หากเมื่อได้รับความชัดเจนที่แบ่งแยกอย่างแน่นอนว่า ผู้ชายมีผลการเจรจาต่อรองดีกว่าผู้หญิงจึงส่งผลให้ผู้หญิงเกิดการด้านภาพในความคิดนั้น แล้วพยายามทำให้ผลงานของตนออกมาดีกว่ายามปกติ

แม้ว่าความแตกต่างทางเพศและสถานการณ์ในการเจรจาต่อรองจะมีผลต่อผลการเจรจาต่อรอง แต่งานวิจัยหลายชิ้นยังค้นพบว่า ลักษณะนิสัยบางประการของบุคคลสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการในการเจรจาต่อรองได้ด้วยเหมือนกัน เช่น ในสถานการณ์เดียวกัน บางคนมีการประนีประนอมหรือให้ความร่วมมือกันมากกว่าเลือกที่จะแข่งขันและยืนยงในสิทธิของตน โดยเฉพาะในการยอมเสียประโยชน์ส่วนตนบางส่วนในการเจรจาต่อรองลง หรือใช้วิธีการต่อรองแบบการยอมให้ (accommodating) ซึ่ง Amanatullah และคณะ (2008) อธิบายว่าพฤติกรรมนี้เป็นลักษณะบุคลิกภาพของการเป็นผู้ตาม การมุ่งความสัมพันธ์ และการไม่กล้ายืนยงในสิทธิของตน มีความสอดคล้องกับความเป็นมิตร (agreeableness) แต่ก็ยังไม่มีการวิจัยใดยืนยันได้อย่างชัดเจนว่าบุคลิกภาพแบบใดหรือลักษณะนิสัยแบบใดส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองโดยตรง

จากที่กล่าวมาข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ในการเจรจาต่อรองนั้น ผู้ที่มีโอกาสประสบความสำเร็จและได้รับความพึงพอใจจากการเจรจาต่อรองมีแนวโน้มเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เพราะลักษณะของเพศชายมีความสอดคล้องกับคุณสมบัติของนักเจรจาที่รักษาผลประโยชน์ของตนเองมากกว่า แต่ถึงกระนั้น ในการเจรจาต่อรองที่ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างทั้งสองฝ่าย ก็ดูเหมือนว่าผู้หญิงจะทำการเจรจาต่อรองได้ดีกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ความคิด ความเชื่อเหล่านี้ก็อาจเป็นเพียงภาพในความคิดของบุคคลที่ได้รับการหล่อหลอมจากวัฒนธรรมและสังคมที่บุคคลเจริญเติบโตว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความเหมาะสมกับหน้าที่ บทบาทหรืออาชีพใดแตกต่างกันก็เป็นได้

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุกคามภาพในความคิด

ในการศึกษาเกี่ยวกับการคุกคามภาพในความคิดนั้นได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายมาตั้งแต่ทศวรรษที่ผ่านมา เริ่มตั้งแต่การศึกษาของ Steele และ Aronson (1995) ที่ได้มีการเสนอผลการคุกคามภาพในความคิดทำให้ผลงานแย่ง

Myers (2008) ได้ให้ความหมายของภาพในความคิดไว้ว่า เป็นความเชื่อเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มของบุคคล ซึ่งบางครั้งอาจไม่เป็นจริงตามนั้น และอาจส่งผลต่อการเปิดรับความรู้ใหม่ๆ

ภาพในความคิด (Stereotype) จึงอาจเป็นความคิด ความเชื่อ หรือข้อมูลที่บุคคลมีต่อกลุ่มคน เช่น ภาพในความคิดเกี่ยวกับบทบาททางเพศ เป็นภาพหรือความคิดหรือภาพสรุปรวมเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ และลักษณะต่างๆที่จำแนกได้ตามเพศ เช่น การแสดงออกของผู้หญิงต้องรักนวลสงวนตัว ส่วนผู้ชายต้องเข้มแข็ง หน้าที่การงานผู้หญิงควรเลี้ยงลูก ทำงานบ้าน ในขณะที่ผู้ชายทำงานหาเงินมาเลี้ยงดูครอบครัว โดยปกติแล้ว บุคคลพยายามที่จะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับภาพในความคิดเหล่านั้น ซึ่งเป็นผลมาจากการขัดเกลาทางสังคมที่บุคคลเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่เติบโตมา ยอมรับและรับรู้ถึงความคาดหวังของตนเองและผู้อื่นที่มีต่อภาพในความคิดนั้น

อิทธิพลของภาพในความคิดนี้ ได้รับความสนใจและมีงานศึกษากันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะภาพในความคิดบนพื้นฐานของความเป็นเพศ (gender-based stereotype) ได้มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างของความคิด ความเชื่อ หรือภาพในความคิดที่บุคคลที่ต่อสิ่งรอบตัวโดยยึดเอาความเป็นเพศมาเป็นพื้นฐานพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มของผู้ชายและผู้หญิง อาทิการศึกษาของ Steele, James, และ Barnett (2002) พบว่า ผู้หญิงที่เรียนสายวิชาที่เหมาะสมกับผู้ชาย เช่น คณิตศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ มีความคิดที่จะเปลี่ยนคณะมากกว่าผู้หญิงในสายการเรียนที่เหมาะสมกับผู้หญิง หรือจากข้อค้นพบของ Grimm, Markman, Maddox, และ Baldwin (2009) ศึกษาผลของความไม่สอดคล้องระหว่างภาพในความคิดกับงานพบว่า ผลงานของกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่งานไม่สอดคล้องกับภาพในความคิดต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่งานสอดคล้องกับภาพในความคิด เป็นต้น

การคุกคามภาพในความคิด (Stereotype Threat)

Grimm และคณะ (2009) บอกว่า บุคคลมีภาพในความคิดมากมายและพยายามทำตัวให้สอดคล้องไปกับภาพในความคิดนั้น ถ้าเมื่อไรที่เกิดความไม่สอดคล้องขึ้น บุคคลจะรู้สึกไม่สบายใจ และพยายามทำให้ความไม่สอดคล้องนั้นลดลง ความไม่คล้องจึงนี้อาจเป็นการคุกคามภาพในความคิดอย่างหนึ่ง

Steele และ Aronson (1995) มองว่า การคุกคามภาพในความคิดเป็นผลมาจากการที่บุคคลมีภาพในความคิดทางลบบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับงานหนึ่งสิ่งที่กำลังเผชิญหน้าแล้วส่งผลให้ทำงานได้แย่ง

การคุกคามภาพในความคิด (Stereotype threat) จึงเป็นการกระตุ้นลักษณะลบบางประการ หรือการกระตุ้นให้เกิดความไม่สอดคล้องระหว่างพฤติกรรมที่คาดหวังกับภาพในความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งที่กำลังเผชิญหน้า ลักษณะลบนี้เป็นอุปสรรค ส่งผลต่อความมั่นใจ ความภาคภูมิใจ และอาจทำให้ผลงานที่เกี่ยวข้องกับลักษณะลบนั้นแย่ลงกว่าที่ควรจะเป็นตามความจริงเมื่อไม่มีการกระตุ้นใด ๆ เลย ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Steele และ Aronson (1995) พบว่า ผู้ร่วมการทดลองผิวสีทำคะแนนทดสอบความสามารถทางปัญญาได้น้อยกว่าผู้ร่วมการทดลองผิวขาว Stone (1999) พบว่า ผู้ร่วมการทดลองผิวสีมีผลงานต่ำกว่ากลุ่มควบคุม เมื่อบอกว่ากอล์ฟเป็นกีฬาที่ต้องอาศัยปัญญา ในขณะที่เมื่อบอกว่ากอล์ฟเป็นกีฬาที่ต้องอาศัยทักษะทางการกีฬา ผู้ร่วมการทดลองผิวสีกลับทำผลงานได้ดีกว่า เป็นต้น จากตัวอย่างข้างต้น เป็นไปได้ว่า ผู้ร่วมการทดลองผิวสีมีภาพในความคิดเกี่ยวกับกลุ่มของตนต่องานที่ต้องใช้สติปัญญาว่าด้อยกว่ากลุ่มคนผิวขาว แต่มีความสามารถทางการกีฬาดีกว่า เมื่อมีการรับทราบว่าจะมีการทดสอบที่ต้องใช้ปัญญาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงทำให้ผลงานของพวกเขาออกมาต่ำกว่า แต่จะมีผลงานดีกว่าเมื่อเป็นการทดสอบทางการกีฬา เป็นต้น ลักษณะที่ผลงานของบุคคลลดลงตามภาพในความคิดทางลบนี้ เรียกว่าเป็นการยืนยันภาพในความคิด (Stereotype confirmation) โดยความคิด ความเชื่อของบุคคลจะส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก และทำให้ผลการปฏิบัติงานหรือการกระทำเป็นไปตามแนวทางที่ถูกคุกคามหรือตามภาพในความคิดทางลบ (negative stereotype) ที่ได้รับรู้ เนื่องจากการได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบมีผลให้เกิดความกดดันแก่บุคคลต่อสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ และกระตุ้นให้เกิดการจำแนกตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มที่เสียเปรียบ ซึ่งทำให้ผลงานด้อยกว่าระดับที่ควรจะเป็นหรือต่ำกว่าศักยภาพที่บุคคลสมควรทำได้จริง เหตุผลหนึ่งที่พอจะอธิบายถึงปรากฏการณ์นี้ ก็คือ กระบวนการเชิงปัญญา (Cognitive processes) การประเมินลักษณะลบของภาพในความคิดต่องานที่กำลังเผชิญ มีผลให้บุคคลลดความคาดหวังของตนเอง ทำให้ความทุ่มเทต่องานลดลง และในที่สุดผลงานจึงต่ำตามความคาดหวังนั้น

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการคุกคามภาพในความคิดสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

(1) ปัจจัยสถานการณ์ เช่น ระดับความยากง่ายของงาน ในงานที่ยากมักมีผลให้บุคคลเกิดความสงสัยในความสามารถของตน ความวิตกกังวลและความคับข้องใจทำให้ผลงานแย่ลง การประเมินผลงาน ในงานที่มีการประเมินจะก่อให้เกิดความกดดันต่อบุคคลมากกว่างานที่ไม่มีการประเมิน และเพิ่มการคุกคามภาพในความคิดของบุคคลได้ โดยเฉพาะในงานที่เกี่ยวข้องกับการคิดวิเคราะห์ ดังเช่นการศึกษาของ Steel และ Aronson (1995) พบว่าการทดสอบที่ไม่มีการประเมินผลสามารถลดการคุกคามจากภาพในความคิดได้ ทั้งนี้ เนื่องจากความเกี่ยวข้องส่วน

บุคคลกับภาพในความคิดที่บุคคลเคยรับรู้ได้รับการถูกกระตุ้นจากการคุกคาม หากบุคคลนั้นไม่มีภาพทางลบของพฤติกรรมหรือผลงานต่อภาพในความคิดนั้น บุคคลก็จะไม่เชื่อมโยงผลงานกับภาพในความคิดทางลบที่ได้รับรู้เข้าด้วยกัน และได้รับอิทธิพลจากการคุกคามนั้นน้อยกว่าบุคคลที่มีภาพในความคิดทางลบนั่นเอง

นอกจากนี้ ความแตกต่างทางเพศยังส่งผลต่อผลงานของบุคคลได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Marx และ Ruggiero (1999 อ้างถึงใน พรพรรณ ลิกขมาน, 2006) พบว่า ผู้หญิงในเงื่อนไขที่ผู้ทดลองเป็นเพศเดียวกันมีผลงานดีกว่าผู้หญิงในเงื่อนไขที่ผู้ทดลองเป็นเพศตรงข้าม และในทำนองเดียวกัน จากการศึกษาของ Inzlicht และ Ben-Zeev (2000) พบว่า ในการทดสอบทางคณิตศาสตร์ ผู้หญิงที่มีสถานะโดดเดี่ยวหรือเป็นคนส่วนน้อยของกลุ่มหรือเป็นสมาชิกผู้หญิงเพียงคนเดียวของกลุ่มจะมีผลงานดีกว่าผู้ชายในกลุ่มและดีกว่าผู้หญิงที่ไม่มีสถานะโดดเดี่ยวหรือไม่ได้เป็นคนส่วนน้อยของกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตาม ในการทดสอบทางภาษากลับไม่พบปรากฏการณ์นี้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการมีภาพในความคิดทางลบที่ว่า ผู้หญิงไม่เก่งคณิตศาสตร์เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ชาย แต่ผู้หญิงมีความถนัดทางด้านภาษามากกว่าผู้ชาย เหล่านี้มีผลต่อผลงานและการแสดงพฤติกรรมของบุคคลในการทำให้ผลงานของเป็นไปตามภาพในความคิดที่มีอยู่เดิม

(2) ปัจจัยภายในส่วนบุคคล ความแตกต่างระหว่างบุคคลมีผลต่อความไวในการรับรู้การคุกคามภาพในความคิดได้ไม่เท่ากัน ส่งผลให้ผลงานของบุคคลแตกต่างกัน (Aronson & Steel, 2005) ความไวต่อภาพในความคิด (stereotype vulnerability) นี้เกี่ยวข้องกับทำให้ความสำคัญแก่บางสิ่งหรือบางเรื่องอย่างเฉพาะเจาะจง โดยการคุกคามภาพในความคิดจะเกิดขึ้นได้ง่ายและรุนแรงต่อผู้ที่มีความเด่นชัดในเรื่องที่เกี่ยวข้องนั้นมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่มีความเด่นชัดหรือมีความเด่นชัดในเรื่องนั้นน้อยหรือไม่สนใจในเรื่องนั้นเลย ทั้งนี้ ผลการยอมรับภาพในความคิดทางลบ ไม่ว่าจะเป็นการตระหนักในความสามารถของตนหรือความเชื่อทางลบเกี่ยวกับตนหรือเกี่ยวกับกลุ่มทางสังคมที่ตนเป็นสมาชิกก็ตาม ล้วนมีผลให้บุคคลไวต่อการคุกคามภาพในความคิดเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยบางเรื่องพบว่า ผลของการคุกคามภาพในความคิดก็อาจส่งผลให้บุคคลต่อต้านการคุกคามนั้นโดยแสดงพฤติกรรมตรงกันข้ามก็ได้ ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Dijksterhuis และคณะ (1998) ผู้ร่วมการทดลองแสดงพฤติกรรมตรงกันข้ามกับลักษณะของคนสูงอายุโดยการเดินไปถึงประตูได้เร็วขึ้นหลังจากรับทราบลักษณะและได้คุณภาพของคนสูงอายุ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นนี้เป็นไปโดยผู้กระทำไม่รู้ตัว และเป็นไปได้ว่า อาจเกิดจากการต่อต้านภาพในความคิดที่ถูกกระตุ้นขึ้นมา ทำให้บุคคลตอบสนองในทางตรงกันข้ามกับสิ่งที่รับรู้ นั่นคือ การเดิน

เร็วขึ้น ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงการแสดงพฤติกรรมแตกต่างจากการศึกษาของ Bargh, Chen, และ Burrows (1996) ที่ให้ผู้ร่วมการทดลองดูเพียงภาพคนสูงอายุแล้วพบว่า หลังการทดลอง ผู้ร่วมการทดลองแสดงพฤติกรรมในทำนองเดียวกับลักษณะของผู้สูงอายุ นั่นคือ มีการเคลื่อนไหวเชิงซ้าลงโดยไม่รู้ตัว

การแสดงออกตรงกันข้ามกับภาพในความคิดนี้เรียกว่า ปฏิกริยาต่อภาพในความคิด (Stereotype reactance) โดยบุคคลตอบสนองต่อภาพในความคิดด้วยการแสดงผลการปฏิบัติงานหรือการกระทำในทิศทางที่ตรงกันข้ามกับภาพในความคิดที่ถูกกระตุ้นขึ้นมา โดยเฉพาะเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดอย่างชัดเจน บุคคลจะพยายามต่อต้านการแสดงพฤติกรรมหรือแสดงผลงานไปตามภาพในความคิดนั้น เป็นไปได้ว่า ปรัชญาการณีนี้อาจเกิดขึ้นเพราะการกระตุ้นที่ชัดเจนนั้นส่งผลบางอย่างต่อบุคคล เช่น อิศระเสรีของบุคคลที่จะคิดหรือกระทำกรสิ่งใด ๆ อย่างมีเสรีภาพ ทำให้เกิดปฏิกริยาบางอย่างขึ้นภายในโดยบุคคลไม่รู้ตัว ซึ่งปรัชญาการณีนี้อาจเป็นลักษณะของการเกิดปฏิกริยาทางจิต โดยเมื่อเสรีภาพของบุคคลถูกคุกคามแล้ว เขาจะยิ่งยืนยันในเสรีภาพนั้นมากขึ้น และพยายามรักษาหรือเรียกคืนเสรีภาพนั้นกลับคืนมา (Brehm & Brehm, 1981) ก็เป็นไปได้

การศึกษาของ Banaji และ Greenwald (1995) เสนอว่ามีความแตกต่างของการตอบสนองเพื่อยืนยันหรือต้านทานต่อภาพในความคิดบนพื้นฐานของความเป็นหญิงเป็นชาย เมื่อได้รับการกระตุ้นลักษณะทางลบบางประการ หรือการได้รับการคุกคามภาพในความคิด เป็นผลมาจากความชัดเจนในการกระตุ้นภาพในความคิด ซึ่งการกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัย ส่งผลให้บุคคลแสดงออกสอดคล้องตามสิ่งที่รู้มาก่อนหรือยืนยันภาพในความคิดที่มีอยู่เดิมออกมาในผลงานหรือการกระทำ ส่วนการกระตุ้นภาพในความคิดโดยตรงหรือมีความชัดเจนจะส่งผลในทางตรงกันข้าม กล่าวคือพฤติกรรมไม่สอดคล้องกับสิ่งที่รู้มาก่อนหรือเกิดปฏิกริยาต่อภาพในความคิดที่มีอยู่เดิมนั้น ทำให้กลุ่มที่ได้รับการคุกคามทำผลงานได้ดีขึ้นหรือตรงกันข้ามกับสิ่งที่ได้รับรู้มาก่อน

จากการศึกษาของ Kray และคณะ (2001) เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างเพศกับผลงานในการเจรจาต่อรอง แบ่งเงื่อนไขการคุกคามภาพในความคิดเป็น 2 วิธี คือ การคุกคามโดยการกระตุ้นภาพในความคิดที่ชัดเจน (explicit priming) จะบอกแก่ผู้ร่วมการทดลองว่า “เพศ” มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองหลังจากบรรยายคุณลักษณะของนักเจรจาต่อรอง และเงื่อนไขการคุกคามโดยการกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัย (Implicit priming) จะบอกแต่คุณลักษณะของนักเจรจาต่อรองแก่ผู้ร่วมการทดลองเท่านั้น ผลการศึกษพบว่า ในเงื่อนไขการคุกคามโดยการกระตุ้นภาพในความคิดที่ชัดเจน ผู้หญิงถูกกระตุ้นภาพในความคิดทางลบ (negative stereotype)

เกี่ยวกับความไม่เหมาะสมระหว่างความเป็นเพศกับคุณลักษณะของนักเจรจาต่อรอง ซึ่งควรเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการเจรจาต่อรอง กลับมีผลงานสูงกว่าผู้ชายที่ถูกกระตุ้นภาพในความคิดทางบวก (positive stereotype) ซึ่งควรมีความได้เปรียบระหว่างความเป็นเพศกับคุณลักษณะของนักเจรจาต่อรองในการเจรจาต่อรองมากกว่า อธิบายได้ว่า การคุกคามภาพในความคิดก่อให้เกิดผลสองประการพร้อมกัน นั่นคือเกิดการรับรู้ทางลบระหว่างคนกลุ่มหนึ่งกับงาน และเกิดการรับรู้ทางบวกระหว่างคนอีกกลุ่มหนึ่งกับงานเดียวกันนั้นในเวลาเดียวกัน เมื่อผู้ชายรู้ว่าตนเองได้เปรียบในด้านทักษะการเจรจาต่อรอง ในขณะที่ผู้หญิงรู้ว่าตนเองเสียเปรียบในด้านทักษะการเจรจาต่อรอง การได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับการเจรจาต่อรองที่ชัดเจนว่าเพศส่งผลต่อการเจรจาต่อรองนี้ ก่อให้เกิดการคุกคามภาพในความคิดขึ้นพร้อมกับปฏิกิริยาต่อภาพในความคิด และส่งผลออกมาในผลการเจรจาต่อรอง โดยผู้ร่วมการทดลองเพศหญิงจะยืนยันในความต้องการของตนมากขึ้นทำให้ผลการเจรจาต่อรองดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ร่วมการทดลองเพศหญิงที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัย และมีผลการเจรจาต่อรองที่ดีกว่าผู้ชายในเงื่อนไขเดียวกัน เหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากการนำเสนอภาพในความคิดอย่างชัดเจนทำให้บุคคลเกิดการป้องกันตนเอง โดยบุคคลจะพยายามหลีกเลี่ยงจากความล้มเหลวหรือพยายามให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งความพยายามนี้เป็นเสมือนภาวะกดดันที่ทำให้บุคคลเกิดความวิตกกังวลต่อผลงานที่จะเกิดขึ้น (Stone & McWhinnie, 2008) เช่นเดียวกัน บางครั้งการรับรู้ถึงข้อได้เปรียบของตนหรือได้รับการกระตุ้นการรับรู้ถึงภาพในความคิดทางบวกเกี่ยวกับกลุ่มทางสังคมของตน ก็ส่งผลให้บุคคลรู้สึกกดดัน และวิตกกังวลกับผลงานที่จะเกิดขึ้น จนเป็นเหตุให้ผลงานแย่ลงได้ จากที่กล่าวมา จะเห็นว่าสิ่งที่น่าสนใจคือ บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเสียเปรียบหรือรับรู้ว่าคุณลักษณะทางลบบางประการ (negative stereotype) จะพยายามพัฒนาผลงานของตนให้ดีขึ้น ในขณะที่บุคคลที่อยู่ในกลุ่มได้เปรียบหรือรับรู้ว่าคุณลักษณะทางบวก (positive stereotype) กลับทำผลงานได้แย่ลง การรับรู้ถึงการคุกคามภาพในความคิดโดยนัยหรือโดยชัดเจนจึงสามารถกระตุ้นภาพที่เกี่ยวกับตนเองได้ทั้งในทางลบหรือทางบวก ก่อให้เกิดอคติและความพยายามเชื่อมโยงภาพในความคิดกับตัวบุคคลนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมและส่งผลให้เกิดการยืนยันภาพในความคิดหรือเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดในเรื่องนั้น ซึ่งแสดงออกมาในรูปของผลงานที่ดีขึ้นหรือแย่ลง

จากที่กล่าวมา อาจพอสรุปได้ว่า การนำเสนอภาพในความคิดทางลบเป็นวิธีการหนึ่ง ก่อให้เกิดการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ซึ่งความชัดเจนในการคุกคามภาพในความคิดมีผลต่อผลงานและการแสดงศักยภาพของบุคคล โดยการคุกคามภาพในความคิดโดยนัยมีผลให้ผลงานของบุคคลแย่ลงหรือแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับภาพในความคิด เรียกว่า “การยืนยันภาพในความคิด” (stereotype confirmation) ในขณะที่การกระตุ้นภาพในความคิดอย่าง

ตรงไปตรงมาหรือโดยชัดเจน กลับส่งผลให้บุคคลเกิดการต่อต้าน และพยายามหลีกเลี่ยงการแสดงพฤติกรรมและผลงานให้สอดคล้องกับภาพในความคิดทางลบนั้นออกมา หรืออาจแสดงพฤติกรรมต่อต้านภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้นนั้นก็ได้ เรียกว่า “ปฏิกิริยาต่อภาพในความคิด” (reactance stereotype) นับว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าการกระตุ้นภาพในความคิดที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อผลงานของบุคคลอย่างไร แม้ว่าเรื่องนี้จะได้รับความสนใจค่อนข้างมาก ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยในต่างประเทศ แต่ในประเทศไทยยังเป็นเรื่องที่ได้รับการสนใจไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะศึกษาถึงผลของภาพในความคิดกับการแสดงพฤติกรรมของบุคคลและผลของการกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัยมากกว่าจะพิจารณาถึงผลโดยตรงกับพฤติกรรมการคล้อยตามหรือต้านทานภาพในความคิดนั้น

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่า ความชัดเจนของการกระตุ้นภาพในความคิดมีผลต่อผลงานของบุคคล โดยก่อให้เกิดการยืนยันหรือต่อต้านภาพในความคิดนั้นหรือไม่ และส่งผลต่อการเจรจาต่อรองอย่างไร โดยในการเจรจาต่อรองนั้น ผู้วิจัยจัดให้มีการเจรจกันระหว่างเพศตรงข้าม เพราะตามที่ Kray และคณะ (2001) ได้ชี้แจงเอาไว้ว่า การกระตุ้นภาพในความคิดส่งผลให้บุคคลเกิดการรับรู้ภาพในความคิดสองทางพร้อมกัน คือ ภาพในความคิดทางบวกแก่คนกลุ่มหนึ่ง และภาพในความคิดทางลบแก่คนอีกกลุ่มหนึ่ง กล่าวคือ ความชัดเจนในการกระตุ้นภาพในความคิดมีผลต่อผลการเจรจาต่อรอง โดยการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบอย่างชัดเจนอาจมีผลให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิด ในขณะที่การกระตุ้นภาพในความคิดโดยนัยมีผลให้ผู้ร่วมการทดลองยืนยันภาพในความคิด แสดงว่าการกระตุ้นภาพในความคิดย่อมส่งผลกระทบบางอย่างต่อผลงานได้ ผู้วิจัยจึงคาดว่า การกระตุ้นภาพในความคิดทางลบจะทำให้ผลการเจรจาต่อรองที่สูงกว่า ไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด

อย่างไรก็ตาม การกระตุ้นภาพในความคิดทั้งแบบชัดเจนและแบบโดยนัยต่างก่อให้เกิดปฏิกิริยาบางอย่างภายในกระบวนการทางความคิดของบุคคลให้ตื่นตัวมากกว่าแค่การรับรู้ข้อมูลเชิงลบแล้วแสดงผลจากการกระตุ้นออกมาในรูปของผลการปฏิบัติงาน ซึ่งในที่นี้หมายถึงผลการเจรจาต่อรอง โดยเฉพาะการคุกคามโดยตรงหรือที่ชัดเจน ทำให้บุคคลรู้สึกเหมือนถูกจำกัดหรือตีกรอบความสามารถของตน และรับรู้ถึงการสูญเสียอิสระเสรีบางอย่างไป แล้วการสูญเสียหรือถูกจำกัดนี้ได้กระตุ้นให้บุคคลพยายามหนีไปจากขอบเขตนั้นหรือแสดงให้เห็นว่าตนไม่ได้เป็นไปตามข้อมูลคุกคามเหล่านั้น การพยายามเรียกคืนอิสระเสรีที่สูญเสียไปอาจอธิบายได้จากทฤษฎีเกี่ยวกับปฏิกิริยาทางจิต

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปฏิกิริยาทางจิต (Psychological Reactance Theory)

ทฤษฎีปฏิกิริยาทางจิตนำเสนอครั้งแรกโดย Jack Brehm ในปี ค.ศ.1966 ก่อนที่มีจะมีการตีพิมพ์ออกมาในปี ค.ศ.1981 โดยเป็นผลงานเขียนร่วมกันกับ Sharon Brehm (Brehm & Brehm, 1981) ซึ่งได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางและได้มีการพัฒนาทฤษฎีและมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตโดยนักจิตวิทยาและนักวิจัย และนำมาใช้อ้างอิงในผลงานมาจนถึงปัจจุบัน

Sharon Brehm และ Jack Brehm (1981) ให้ความหมายของปฏิกิริยาทางจิตไว้ว่า เป็นความพยายามที่จะรักษาเสรีภาพที่ตนเองรับรู้ว่าจะถูกกีดกันให้ทำสิ่งใดหรือถูกลดทอนเสรีภาพที่ในเรื่องใด ๆ โดยแสดงออกในทางตรงกันข้าม หรือต่อต้านด้วยวิธีการต่าง ๆ (Brehm & Brehm, 1981) ซึ่งคำว่า "เสรีภาพ" ที่ Brehm กล่าวถึงนั้น มีลักษณะเป็นความคาดหวังที่บุคคลนั้นรับรู้ว่าจะตนเองมีเสรีภาพที่จะกระทำและควบคุมผลลัพธ์จากการกระทำนั้นได้ ซึ่งระดับปฏิกิริยาทางจิตจะขึ้นอยู่กับระดับความสำคัญของเรื่องนั้นต่อตัวบุคคล และปริมาณหรือสัดส่วนของพฤติกรรมเสรีภาพที่ถูกลดทอน เมื่อบุคคลถูกลดทอนเสรีภาพ จะมีการอนุমানการคุกคามนั้นโดยการแผ่ขยายไปถึงเสรีภาพในเรื่องที่เกี่ยวข้องด้วย

ธีระพร อูวรรณโณ (2542 อ้างถึงใน พิมพ์ประไพ จิตหาญ, 2549) อธิบายลักษณะปฏิกิริยาทางจิตไว้ว่า เมื่อบุคคลถูกลดทอนเสรีภาพ ไม่ว่าจะเป็นการขู่ว่าจะถูกลดทอนเสรีภาพที่จะทำ คิด หรือรู้สึกในสิ่งที่บุคคลต้องการ และสามารถที่จะกระทำ คิด หรือรู้สึก จะกระตุ้นแรงจูงใจให้บุคคลนั้นพยายามทำสิ่งต่างๆ เพื่อเรียกคืนเสรีภาพของตนกลับคืนมา

ปฏิกิริยาทางจิต จึงอาจหมายถึง การที่บุคคลถูกจำกัดเสรีภาพบางอย่างที่ตนเองรับรู้ว่าจะตนเองมีเสรีภาพที่จะคิด กระทำหรือรู้สึก รวมทั้งสิ่งที่ถูกลดทอนเสรีภาพนั้นมีความสำคัญต่อบุคคลแล้ว เขาจะประสบกับสภาวะแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มีการแสดงออกในทางตรงกันข้ามหรือการต่อต้านด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อเรียกคืนหรือดำรงรักษาเสรีภาพนั้นๆเอาไว้

องค์ประกอบของปฏิกริยาทางจิต

องค์ประกอบที่สำคัญในทฤษฎีปฏิกริยาทางจิต แบ่งออกเป็นสามส่วน คือ เสรีภาพ (freedom) การจำกัดเสรีภาพ (A threat of freedom) และผลลัพธ์ที่เกิดจากปฏิกริยาทางจิต

1. เสรีภาพ (freedom)

เสรีภาพเป็นความเชื่อที่แต่ละบุคคลรับรู้และเชื่อว่าตนเองสามารถมีส่วนร่วมในสิ่งต่างๆได้ เกิดจากประสบการณ์ของบุคคลโดยตรงเอง ผ่านทางประสบการณ์ของผู้อื่นหรือกระบวนการเรียนรู้ต่างๆทางสังคม เมื่อมีแรงกดดันทางสังคมที่มีแนวโน้มที่จะเข้ามาคุกคามเสรีภาพใดๆที่บุคคลนั้นให้ความสำคัญ มักจะก่อให้เกิดการต่อต้านขึ้น เช่น กรณีโรมิโอและจูเลียตมีความรักความผูกพันกันมากขึ้นเมื่อถูกกีดกัน กรณีเด็กกระทำตรงกันข้ามกับคำแนะนำของผู้ใหญ่ เช่น แอบสูบบุหรี่ ขาดเรียน หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนถึงอายุที่กฎหมายกำหนด

2. การจำกัดเสรีภาพ การควบคุม การขู่และการคุกคาม (A threat of freedom)

การคุกคามเสรีภาพตามแนวทางทฤษฎีปฏิกริยาทางจิต เป็นการที่บุคคลรับรู้ถึงสถานการณ์ว่าตนไม่สามารถแสดงพฤติกรรมได้โดยอิสระ แบ่งเป็น 2 มิติ ได้แก่ การคุกคามจากภายนอก (external) และการคุกคามจากภายใน (Internal)

การคุกคามจากภายนอก (external) คือ การจำกัดทางเลือก หรือแรงกดดันทางสังคมที่มีต่อบุคคลนั้นๆ

การคุกคามจากภายใน (Internal) คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการไม่มีเสรีภาพในการเลือกของบุคคลนั้นๆ เป็นแรงกดดันที่เกิดภายในตัวบุคคลเอง

3. ผลที่เกิดจากปฏิกริยาทางจิต

ความพยายามเรียกคืนหรือรักษาเสรีภาพของคนที่ถูกลิดรอนนั้นสามารถก่อให้เกิดผลได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ การนำเสรีภาพกลับคืนมาทางตรง และการนำเสรีภาพกลับคืนมาทางอ้อม

การนำเสรีภาพกลับคืนมาโดยตรง คือ การที่บุคคลพยายามเรียกคืนเสรีภาพที่ถูกคุกคามโดยการแสดงออกในทางตรงกันข้ามกับการคุกคามนั้น หรือกระทำในทางตรงกันข้ามกับสิ่งที่ผู้คุกคามต้องการ

การนำเสรีภาพกลับคืนมาทางอ้อม มีลักษณะคล้ายกับการเรียกคืนเสรีภาพกลับมาทางตรง แต่การเรียกเสรีภาพคืนมาทางอ้อมนี้ให้ความสำคัญกับการรักษาเสรีภาพใกล้เคียงหรือที่เกี่ยวข้องการเสรีภาพที่ถูกคุกคาม หรือใช้วิธีการอื่นเพื่อเรียกคืนเสรีภาพโดยไม่แสดงความเป็นปฏิกิริยาโดยตรงกับสิ่งที่คุกคามหรือผู้ที่คุกคามตนเอง เช่น พี่ถูกห้ามดูโทรทัศน์ ก็ใช้ให้น้องเป็นคนเปิดโทรทัศน์แทนตนเอง, นักศึกษาถูกห้ามเคี้ยวหมากฝรั่งในห้องเรียนก็เปลี่ยนเป็นอมลูกอมแทน เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับปฏิกิริยาทางจิต

ทฤษฎีปฏิกิริยาทางจิตตั้งแต่แรกเริ่มมีการกล่าวถึงคุณสมบัติของปฏิกิริยาทางจิตว่าเป็นลักษณะที่มีอยู่ในตัวบุคคลโดยทั่วไป แต่ต่อมาเมื่อทฤษฎีได้รับความสนใจ มีการศึกษาอย่างกว้างขวางและงานวิจัยที่พัฒนาตามแนวทฤษฎีปฏิกิริยาทางจิตแพร่หลายมากขึ้น ก็พอจะสามารถแบ่งแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีปฏิกิริยาทางจิตออกได้เป็น 2 แนวคิด โดยกลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่มีแนวคิดที่ว่าปฏิกิริยาทางจิตเป็นคุณลักษณะที่มีอยู่ในตัวบุคคลทุกคน แต่มีอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน ส่วนอีกกลุ่มแนวคิด มองว่าลักษณะปฏิกิริยาทางจิตนั้นสามารถจัดกระทำให้เกิดขึ้นได้ด้วยสถานการณ์ที่สร้างขึ้น งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทั้งสองแนวคิดมีดังต่อไปนี้

กลุ่มแนวคิด ปฏิกิริยาทางจิตมีอยู่ในตัวบุคคลในระดับที่แตกต่างกัน

เนื่องจากกลุ่มนี้มองว่าปฏิกิริยาทางจิตเป็นลักษณะทั่วไปที่มีอยู่ในคนทุกคน โดยที่แต่ละคนมีระดับปฏิกิริยาทางจิตไม่เท่ากัน การวิจัยจึงเป็นไปเพื่อทดสอบสมมุติฐานด้านความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งวิธีวิจัยประกอบด้วยการสร้างและพัฒนามาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตแล้วนำไปหาความสัมพันธ์กับคุณลักษณะทางจิตวิทยาอื่นๆ เช่น บุคลิกภาพประเภทต่างๆ

งานวิจัยที่อยู่ในกลุ่มแนวคิดนี้ เช่น งานวิจัยของ Hong, Giannakopoulos, Laing, และ Williams (2001) ที่ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับอายุที่มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาทางจิต โดยใช้มาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตที่สร้างโดย Hong และ Page ในปี 1989 (HPRS: The Hong Psychological Reactance Scale) ใช้กลุ่มตัวอย่างชาวออสเตรเลียจำนวน 1,717 คน ในช่วงอายุ 18-40 ปี ผลการวิจัยพบว่า ระดับปฏิกิริยาทางจิตของกลุ่มตัวอย่างลดลงเมื่ออายุสูงขึ้น ส่วนตัวแปรเพศนั้นไม่พบความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายกับระดับปฏิกิริยาทางจิต แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Joubert (1990 อ้างถึงใน Hong และคณะ) พบว่าเพศชายมีระดับปฏิกิริยาทางจิตสูงกว่าเพศหญิง ซึ่ง Hong และคณะได้ให้ความเห็นว่าอาจเป็นผลมาจากสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยในแนวทางเดียวกันเป็นของ Buboltz, และคณะ (2003) โดยใช้มาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตที่สร้างขึ้นโดย Dowd, Milne, และ Wise ในปี 1991 (TRS: The Therapeutic Reactance Scale) ซึ่งเป็นมาตรที่ใช้ในจิตวิทยาการบำบัด ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านวาจา และด้านพฤติกรรม นำมาทดสอบกับมาตรวัดบุคลิกภาพของ Myers-Briggs (MBTI) พบว่า บุคลิกภาพที่มีระดับปฏิกิริยาทางจิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ บุคคลประเภทใช้ความคิด (Thinkers) มีระดับปฏิกิริยาทางจิตสูงกว่าบุคคลประเภทใช้ความรู้สึก (Feelers) และบุคคลประเภทใช้ความคิดแบบนึกคิดเอง (Intuitive – thinkers) มีระดับปฏิกิริยาทางจิตสูงกว่าบุคคลประเภทใช้ความคิดเชิงประจักษ์ (Sensing – thinkers)

นอกจากนี้ ยังมี Dowd, Wallbrown, Sanders, และ Yesenosky (1994) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพกับปฏิกิริยาทางจิต โดยนำมาตร TRS และ QMPR มาเปรียบเทียบกับลักษณะบุคลิกภาพที่สอดคล้องกัน โดยใช้มาตรประเมินบุคลิกภาพ CPI-R (California Psychological Inventory-Revised) ผลการศึกษาพบว่า มาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตมีความสอดคล้องกันในลักษณะบุคลิกภาพบางประการที่ประเมินจากมาตรวัดบุคลิกภาพ โดยผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตมีลักษณะขาดความสนใจในการสร้างความประทับใจที่ดีกับผู้อื่น ไม่ค่อยอดทนต่อความเชื่อของคนอื่น ต่อต้านกฎและข้อบังคับ วิตกกังวลกับปัญหาและกังวลต่ออนาคต มีแนวโน้มที่จะแสดงอารมณ์ความรู้สึกรุนแรงมาก โดย TRS พบว่า ผู้หญิงที่มีการต้านทานทางจิตจะเด็ดขาดชอบเข้าสังคมและมั่นใจมากกว่าผู้หญิงที่ไม่มีการต้านทานทางจิต

ในงานของเดียวกัน Seemann, Buboltz, Thomas, Soper, และ Wilkinson (2005) ใช้มาตรวัดบุคลิกภาพ (The NEO Personality Inventory-Revised) ตรวจสอบความสัมพันธ์กับลักษณะปฏิกิริยาทางจิตของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้มาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต (TRS : Therapeutic Reactance Scale) ผลการศึกษาพบว่าปฏิกิริยาทางจิตมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ 3 ประเภท ได้แก่ มีความสัมพันธ์ทางลบกับความเป็นมิตร (Agreeableness) และการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) แต่มีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบกับการเปิดตัว (Extraversion) โดยผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิต มักจะช่างสงสัยในเจตนาของผู้อื่น ชอบแข่งขัน มีความอดทนต่ำ ไม่ไว้วางใจใคร วางตัวดี แต่อึดอัดเมื่ออยู่ในสังคม (put on a social good face, but is actually uncomfortable in social situations.) จึงทำให้มีเป็นคนที่มีลักษณะกระตือรือร้น ชอบแสวงหาความตื่นเต้น อ่อนไหวต่อคำสบประมาท มักจะรู้สึกถึงความเป็นปฏิปักษ์ พร้อมทั้งจะยืนยันเรียกร้องในสิทธิ์ของตนและแสดงก้าวร้าวทางอ้อม ความสัมพันธ์ระหว่างปฏิกิริยาทางจิตกับบุคลิกภาพแสดงไว้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ความสัมพันธ์ระหว่างปฏิกริยาทางจิตกับลักษณะบุคลิกภาพ

ลำดับ ที่	ชื่อบทความ	ผู้ศึกษาวิจัย	กลุ่ม ตัวอย่าง	มาตรวัดที่ใช้	ข้อค้นพบ
1	Normal personality variables and their relationship to psychological reactance. (2005). <i>Individual Differences Research</i> , 3, 88-98.	Seemann Buboltz Thomas Soper Wilkinson	310	(1.) TRS (2.) The NEO Personality Inventory- Revised.	บุคคลที่มีลักษณะต่อต้าน (The reactant individual) มักจะช่างสงสัยในเจตนาของผู้อื่น ชอบแข่งขัน อึดทนต่ำ ไม่ไว้วางใจ (distreustful) ลึกลับ เฉยเมย (detached), วางตัวดี แต่ขัดแย้งเมื่ออยู่ในสังคม (put on a social good face, but is actually uncomfortable in social situations.) ซึ่งอาจแสดงออกโดยการยืนยันในสิทธิ์ของตน กระตือรือร้น ่วนวาย แสวงหาความตื่นเต้น อ่อนไหวต่อคำสบประมาท รู้สึกเป็นปฏิปักษ์ (antagonistic) และเป็นพวกก้าวร้าวทางอ้อม (passive-aggressive)
2	Psychological reactance and its relationship to normal personality variables. (1994). <i>Cognitive Therapy and Research</i> , 18, 601-612.	Dowd Wallbrown Sanders Yesenosky	326	(1.) CPI-R (2.) TRS (3.) QMPR	บุคคลที่มีลักษณะต่อต้าน (The reactant individual) มีลักษณะขาดความสนใจในการสร้างความประทับใจที่ดีกับผู้อื่น ไม่ค่อยอดทนต่อความเชื่อของผู้อื่น ต่อต้านกฎและข้อบังคับ วิตกกังวลและกังวลต่ออนาคต มีแนวโน้มที่จะแสดงอารมณ์ความรู้สึกรุนแรงมาก โดย TRS พบว่า ผู้หญิงที่มีการต้านทานทางจิตจะเด็ดขาด ชอบเข้าสังคมและมั่นใจมากกว่าผู้หญิงที่ไม่มีการต้านทานทางจิต
3	Personality and psychological reactance: Extending the nomological net. (2003). <i>Personality and Individual Differences</i> , 33, 1167-1177.	Buboltz Williams Thomas Seemann. Soper Woller	285	(1.) MBTI (2.) TRS	พวกนักคิด (Thikers) เชื่อมโยงกับคะแนนปฏิกริยาทางจิตสูง และพวกนักคิดมีการต้านทานทางจิตสูงกว่าพวกใช้ความรู้สึก (Feelers) แต่ไม่อาจประเมินระดับของปฏิกริยาทางจิตได้ แต่ลักษณะของการเป็นคนเก็บตัวหรือเปิดเผย (Introversion - extraversion) และลักษณะของการตรรกะหรือสัญชาตญาณ (Intuition - sensing) เป็นส่งเสริมหรือขัดขวางการต้านทานทางจิตของบุคคล ซึ่งผู้ที่เป็นนักคิดและมักใช้ตรรกะ (Intuitive - thinkers) จะมีการต้านทานทางจิตสูงกว่าผู้ที่เป็นนักคิดและใช้สัญชาตญาณ (Sensing -thinkers)

หมายเหตุ TRS คือ Therapeutic Reactance Scale มีข้อกระทง 28 ข้อ ประกอบด้วยข้อกระทงประเมินภาษาและข้อกระทงพฤติกรรมของบุคคล, ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .57-.60)

QMPR คือ The Questionnaire for Measurement of Psychological Reactance มีข้อกระทง 18 ข้อ, ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .84

CPI-R คือ California Psychological Inventory-Revised มีข้อกระทงจำนวน 462 ข้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนามาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต

กลุ่มที่สนใจศึกษาการสร้างมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต มักมีการเปรียบเทียบความเที่ยง ความตรง และพัฒนามาตร เพื่อให้ได้มาตรวัดที่มีความเที่ยงและความตรงที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

ในปี 2001 Donnel, Thomas, และ Buboltz ได้พัฒนามาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต โดยศึกษาตามมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตที่สร้างโดย Merz ในปี 1983 (QMPR: The Questionnaire for Measurement for Psychological Reactance) ซึ่งเคยมีผู้วิจัยนำมาตรนี้ไปทดสอบมาบ้างแล้ว โดยผลการเปรียบเทียบปรากฏตามตารางที่ 1 ซึ่งแต่เดิมนั้น มาตรวัดปฏิกิริยาของ Merz เป็นภาษาเยอรมัน มีจำนวนข้อกระทง 18 ข้อ และใช้ทดสอบกับนักเรียนและนักศึกษาชาวเยอรมัน ผลการทดสอบมาตรได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องภายใน .90 นับว่าค่อนข้างสูง และเมื่อทดสอบซ้ำอีกครั้งได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .86 สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ แต่ในตอนนั้น Merz ไม่ได้สรุปและตั้งชื่อองค์ประกอบอย่างชัดเจน

ลำดับต่อมา Tucker และ Buyer (1987 อ้างถึงใน Donnell, Thomas, & Buboltz, 2001) ทำการทดสอบมาตร QMPR อีกครั้ง โดยได้นำมาตรมาแปลเป็นภาษาอังกฤษ แล้วนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกัน และสามารถแยกองค์ประกอบได้ 2 องค์ประกอบ แต่ไม่มีการรายงานค่าความเที่ยงของมาตรเอาไว้

หลังจากนั้น Hong และ Ostini (1989) ได้นำมาตรที่พัฒนาแล้วของ Tucker และ Buyer (1987) ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างชาวออสเตรเลีย ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .80 สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ แต่ข้อกระทงในแต่ละองค์ประกอบยังไม่คงที่นักเมื่อเทียบกับงานวิจัยของ Tucker และ Buyer

ต่อมา Donnel และคณะ (2001) ได้นำมาตร QMPR มาทดสอบและวิเคราะห์ซ้ำ ด้วยมีความเห็นว่า ปฏิกิริยาทางจิตประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ ไม่สามารถวัดโดยใช้โครงสร้างเดียวได้ ซึ่งความแปรปรวนทางด้านขนาดของกลุ่มตัวอย่างและจำนวนข้อกระทงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ไม่สามารถสนับสนุนสมมุติฐานด้านองค์ประกอบของมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตได้อย่างชัดเจน ดังนั้น จึงได้เพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และใช้มาตรประเมิน 6 ช่วงคะแนน (ตามแบบฉบับดั้งเดิมของ Merz) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .76 และสามารถจำแนกองค์ประกอบได้ 3 องค์ประกอบ

ลำดับสุดท้าย พิมป์ประไพ จิตหาญ ได้นำมาตรมาแปลเป็นภาษาไทย และพัฒนาข้อกระทงจากมาตรของ Merz และ Donnel (2001) แล้วนำมาทดสอบกับกลุ่มนักเรียนและนิสิตในประเทศ

ไทย โดยใช้มาตราประเมิน 6 ช่วงคะแนน สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ 3 องค์ประกอบ ได้ข้อ
 กระทั่งใช้จริงจำนวน 18 ข้อ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .78

นอกจากนี้ยังมีมาตรวัดปฏิกริยาทางจิตอีกชุดหนึ่งของ Hong และ Page ที่สร้างขึ้นในปี
 1989 ชื่อว่า HPRS (The Hong Psychological Reactance Scale) และได้ทำการทดสอบด้วย
 ตนเองร่วมกับผู้วิจัยร่วมอีกประมาณ 4 ครั้งในปี 1989, 1992, และ 1996 สามารถจำแนก
 องค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วยข้อกระทงจำนวน 14 ข้อ ซึ่งต่อมา Thomas และคณะ
 (2001) ได้นำมาตรดังกล่าวมาทดสอบซ้ำ และได้ลดจำนวนข้อกระทงลงเหลือ 11 ข้อ โดยเก็บเฉพาะ
 ข้อกระทงที่มีความคงที่ในแต่ละองค์ประกอบเอาไว้ และให้ความเห็นว่า จากทั้งสองการศึกษา ผล
 การทดสอบความเที่ยงของมาตร HPRS มีความใกล้เคียงกันมาก คือ .77 และ .76 ตามลำดับ จึง
 น่าจะสามารถใช้มาตรวัดปฏิกริยาทางจิตที่คงเหลือเพียง 11 ข้อกระทงแทนได้ ซึ่งรายละเอียดลำดับ
 การพัฒนามาตรได้แสดงไว้ในตารางที่ 2

กลุ่มแนวคิด ปฏิกริยาทางจิตเป็นสิ่งที่สามารถจัดกระทำให้เกิดขึ้นได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดนี้มักอยู่ในงานวิจัยเชิงทดลอง ที่มีการสร้างสถานการณ์ให้
 บุคคลรู้สึกว่าคุณกำลังถูกลิดรอนเสรีภาพ แล้ววัดตัวแปรตามในรูปแบบต่างๆ ที่ถือว่าเป็นผลมาจาก
 ปฏิกริยาทางจิต เช่น การวัดเจตคติ การประเมินสิ่งที่บุคคลได้รับโดยไม่มีทางเลือก เป็นต้น

งานวิจัยที่อยู่ในกลุ่มแนวคิดนี้ที่น่าสนใจ เช่น งานวิจัยของ Edney, Walker, และ Nancy
 (1987 อ้างถึงใน พิมพ์ประไพ จิตหาญ, 2549) ทำการวิจัยความสัมพันธ์ระยะห่างระหว่างบุคคลกับ
 ระดับปฏิกริยาทางจิต ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน โดยจัดให้ผู้ร่วมการทดลองยืนห่างกันสี่ระดับ
 ได้แก่ 3 ฟุต 7 ฟุต 15 ฟุต และ 30 ฟุต ตามลำดับ แล้วตอบคำถามที่ถามความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย
 และความรู้สึกถึงอิทธิพลระหว่างบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ระยะระหว่างบุคคลที่เพิ่มขึ้นมีผลให้การ
 กำหนดพื้นที่ส่วนบุคคลลดลง โดยเฉพาะกำหนดพื้นที่ส่วนตัวมากกว่าเพศหญิง

งานวิจัยอื่นในแนวทางเดียวกัน เช่น Quick และ Stephenson (2007) ทำการวิจัยปฏิกริยา
 ทางจิตกับโฆษณาถุงยางอนามัย โดยพิจารณาจากอิทธิพลของข้อความและองค์ประกอบทาง
 ปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน ในช่วงอายุ 19-31 ปี โดยให้ผู้ร่วมการทดลองชมโฆษณา
 ถุงยางอนามัยจำนวน 7 เรื่องแล้วประเมินความรู้สึก ประเมินเชิงปัญญา และประเมินความน่าดึงดูด
 ของโฆษณา ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้การคุกคามจากโฆษณาเกี่ยวกับการใช้

ตารางที่ 2

เปรียบเทียบรายละเอียดการพัฒนามาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต

ชื่อผู้สร้าง / พัฒนา	Merz, 1983	Tucker & Buyer, 1987	Hong & Ostini, 1989	Donnel, Thomas & Buboltz, 2001	Thomas, Donnel & Buboltz, 2001	Thomas, Donnel & Buboltz, 2001	พิมพ์ประไพ (2006)
มาตร	QMPR	QMPR	QMPR	QMPR	HRPS	HRPS	QMPR และ HRPS
ภาษาที่ใช้	เยอรมัน	อังกฤษ	อังกฤษ	อังกฤษ	อังกฤษ	อังกฤษ	ไทย
จำนวนข้อกระทง	18	18	18	18	14	11	18
มาตรประเมิน	ลิเคิร์ต 6 ช่วง	ลิเคิร์ต 5 ช่วง	ลิเคิร์ต 4 ช่วง	ลิเคิร์ต 6 ช่วง	ลิเคิร์ต 5 ช่วง	ลิเคิร์ต 5 ช่วง	ลิเคิร์ต 6 ช่วง
ค่าความเที่ยง	.86	ไม่ได้รายงาน	.80	.76	.77	.76	.78
องค์ประกอบย่อย	4	2	4	3	4	4	3
รายละเอียดองค์ประกอบ	ไม่ได้รายงาน	1. พฤติกรรมอิสระในการแสดงออก 2. พฤติกรรมอิสระในการตัดสินใจ	1. อิสระในการแสดงออกและการตัดสินใจ 2. ปฏิกริยาเมื่อถูกจำกัดอิสระ 3. ปฏิกริยาต่อคำแนะนำของผู้อื่น 4. ปฏิกริยาต่อพฤติกรรมของคนหมู่มาก	1. การโต้ตอบต่อข้อเสนอแนะและคำแนะนำ 2. การถูกจำกัดอิสระ 3. ความชอบการเผชิญหน้า	1. อิสระในการตัดสินใจ 2. ปฏิกริยาต่อพฤติกรรมของคนหมู่มาก 3. ความต้องการแสดงออกถึงความต้องการมีอิสระ 4. ปฏิกริยาต่อคำแนะนำของผู้อื่น	1. อิสระในการตัดสินใจ 2. ปฏิกริยาต่อพฤติกรรมของคนหมู่มาก 3. ความต้องการแสดงออกถึงความมีอิสระ 4. ปฏิกริยาต่อคำแนะนำของผู้อื่น	1. การโต้ตอบต่อข้อเสนอแนะและคำแนะนำ 2. การถูกจำกัดอิสระ 3. ความชอบการเผชิญหน้า
กลุ่มตัวอย่าง	นักศึกษาเยอรมัน 152 คน	นักศึกษชาวอเมริกัน 218 คน	ชาวออสเตรเลีย 379 คน	นักศึกษชาวอเมริกัน 898 คน	นักศึกษชาวอเมริกัน 905 คน	นักศึกษชาวอเมริกัน 539 คน	ชาวไทย 321 คน

ที่มา : สรุปจาก Donnell, Thomas และ Buboltz (2001) และ พิมพ์ประไพ จิตทนาย (2006)

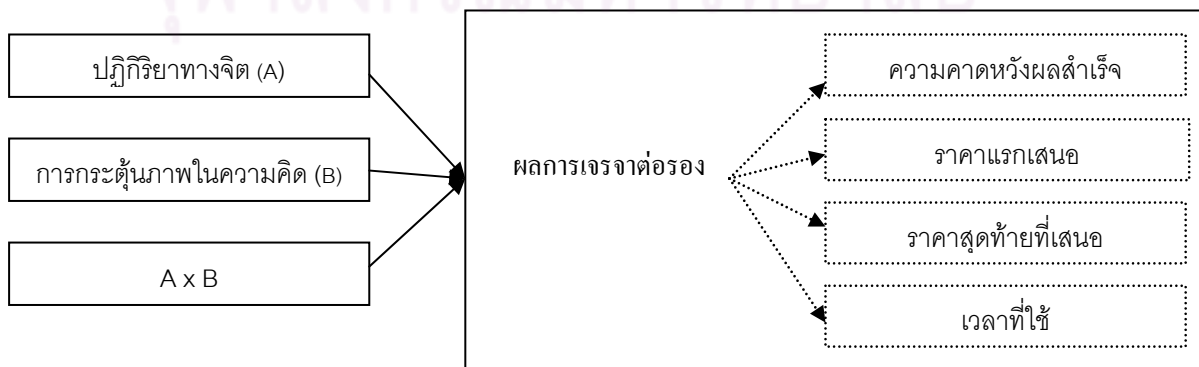
หมายเหตุ QMPR คือ The Questionnaire for Measurement of Psychological Reactance สร้างโดย Merz, (1983)

HRPS คือ The Hong Psychological Reactance Scale สร้างโดย Hong และ Page (1989)

ดูยางอนามัยในอนาคต มีผลต่อการรับรู้ทางลบ ระดับปฏิภรียาทางจิตจะสูง และประเมินความน่าดึงดูดของโฆษณาสูงขึ้น

ถ้าหากบุคคลมีระดับปฏิภรียาทางจิตแตกต่างกันแล้ว การรับรู้ถึงการสูญเสียอิสระเสรีของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน ในผู้ที่มีระดับปฏิภรียาทางจิตสูงน่าจะรับรู้ถึงการถูกกีดรอนสิทธิหรือการถูกจำกัดได้เร็วและมากกว่าผู้ที่มีระดับปฏิภรียาทางจิตต่ำ ดังนั้นเมื่อบุคคลเผชิญสถานการณ์ที่ถูกคุกคาม ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงการคุกคามภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิภรียาทางจิตสูงสมควรจะรับรู้ถึงการสูญเสียเสรีภาพจากการคุกคามนั้นมากกว่าผู้ที่มีปฏิภรียาทางจิตต่ำ และจะตอบสนองต่อการคุกคามภาพในความคิดนั้นในทางตรงกันข้ามกับสิ่งที่ได้รับรู้ การเกิดปฏิภรียาต่อภาพในความคิดนี้จะเกิดในกรณีที่มีการกระตุ้นภาพในความคิดที่มีความชัดเจนหรือได้รับข้อมูลคุกคามโดยตรง เป็นไปได้ว่า ระดับปฏิภรียาทางจิตของบุคคลอาจจะมีผลต่อการรับรู้การสูญเสียอิสระเสรีและส่งผลให้เกิดปฏิภรียาต่อภาพในความคิดในระดับที่แตกต่างกัน โดยความชัดเจนในการกระตุ้นภาพในความคิดเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้บุคคลตระหนักและเกิดปฏิภรียาต่อภาพในความคิดนั้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดกับปฏิภรียาทางจิตที่มีต่อผลการเจรจาของบุคคล และได้ตั้งสมมุติฐานว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปฏิภรียาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดต่อผลการเจรจาต่อรอง โดยเมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิภรียาทางจิตสูงมีผลการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิภรียาทางจิตต่ำ แต่เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิภรียาทางจิตสูงมีผลการเจรจาต่อรองดีกว่าผู้ที่มีปฏิภรียาทางจิตต่ำ ทั้งนี้ เนื่องจากการเจรจาต่อรองนั้น ผู้ทำการเจรจาย่อมต้องคาดหวังโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จแตกต่างกัน และยากที่จะประเมินได้ว่า ผลการเจรจาต่อรองเช่นไรจึงจะเรียกว่าประสบความสำเร็จจากการเจรจาต่อรอง การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงตัดสินใจประเมินผลการเจรจาต่อรองจากตัวแปรจำนวน 4 ตัว ได้แก่ ความคาดหวังความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกที่เสนอ ราคาสุดท้ายที่เสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง ซึ่งสามารถสรุปแนวความคิดของการศึกษาครั้งนี้ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชาย กับปฏิริยาทางจิตที่มีต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรอง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายที่มีต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรอง

สมมุติฐานงานวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดนั้น

สมมุติฐานที่ 1.1 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 1.2 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 1.3 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 1.4 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 1.5 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 1.6 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 1.7 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 1.8 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมุติฐานที่ 2 การกระตุ้นภาพในความคิดทำให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้นสูงกว่าเมื่อไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

สมมุติฐานที่ 2.1 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

สมมุติฐานที่ 2.2 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

สมมุติฐานที่ 2.3 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

สมมุติฐานที่ 2.4 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

จากสมมุติฐานข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3

สรุปสมมุติฐานที่ 1 แบ่งตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดและไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด กลุ่มผู้มีปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือต่ำ และตัวแปรตาม 4 ตัว

เงื่อนไข ตัวแปร	ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด อย่างชัดเจน	ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด
ความคาดหวังผลสำเร็จ	HPR > LPR	HPR ≈ LPR
ราคาที่เสนอครั้งแรก	HPR < LPR	HPR ≈ LPR
ราคาที่เสนอครั้งสุดท้าย	HPR > LPR	HPR ≈ LPR
เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง	HPR < LPR	HPR ≈ LPR

ตารางที่ 4

สรุปสมมุติฐานที่ 2 แบ่งตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดและไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดกับตัวแปรตาม 4 ตัว

ตัวแปร	เงื่อนไข
ความคาดหวังผลสำเร็จ	ACT > NACT
ราคาที่เสนอครั้งแรก	ACT < NACT
ราคาที่เสนอครั้งสุดท้าย	ACT < NACT
เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง	ACT > NACT

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดกับปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือต่ำที่มีผลต่อการเจรจาต่อรอง โดยในการวิจัยนี้ศึกษาในกลุ่มนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระดับปริญญาตรี เพศหญิง จำนวน 80 คน และทุกคนต่างได้รับทราบว่าการเจรจาต่อรองมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการทำงานในอนาคต

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ มี 2 ตัว ได้แก่

1. ปฏิกิริยาทางจิต แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ
 - ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูง
 - ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำ
2. การกระตุ้นภาพในความคิด แบ่งเป็น 2 เงื่อนไข คือ
 - ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด
 - ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

ตัวแปรตาม ได้แก่ ปฏิกิริยาต่อภาพในความคิด จำแนกออกเป็น 4 ตัว คือ

1. ความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรอง (ร้อยละ)
2. ราคาที่เสนอครั้งแรกในการเจรจาต่อรอง (บาท)
3. ราคาที่เสนอครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรอง (บาท)
4. เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง (นาที)

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ปฏิกิริยาทางจิต (Psychological Reactance) หมายถึง สภาวะที่บุคคลมีแรงจูงใจที่จะรักษาเสรีภาพหรือเรียกร้องสิทธิ์ที่ตนรับรู้ว่าจะถูกลิดรอนเสรีภาพหรือได้รับความกดดัน โดยการแสดงออกในทางตรงกันข้ามหรือแสดงการต่อต้านด้วยวิธีการต่างๆ

ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง คะแนนที่ได้จากการทำมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตโดยยึดตามแนวความคิดของ Merz (1983) ซึ่งได้รับการพัฒนาแล้วโดย Donnel และคณะ (2001), Hong (1989) และแนวทางของพิมพ์ประไพ จิตหาญ (2007) และใช้มาตรประมาณค่าแบบ 5 ช่วง แล้ว

นำคะแนนจากการตอบมาตรงตัวมาแบ่งระดับปฏิริยาทางจิตของผู้ร่วมการทดลองเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 กลุ่มที่มีปฏิริยาทางจิตสูง หมายถึง กลุ่มผู้ร่วมการทดลองที่มีคะแนนจากการตอบมาตรงตัวปฏิริยาทางจิตสูงกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 ของคะแนนรวมทั้งหมด

1.2 กลุ่มที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ หมายถึง กลุ่มผู้ร่วมการทดลองที่มีคะแนนจากการตอบมาตรงตัวปฏิริยาทางจิตต่ำกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 ของคะแนนรวมทั้งหมด

ภาพในความคิด (stereotypes) หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มของบุคคล ซึ่งบางครั้งอาจไม่เป็นจริงตามนั้น และอาจส่งผลต่อการเปิดรับและการต่อต้านข้อมูลใหม่ๆ

ในการวิจัยนี้ ภาพในความคิด หมายถึง ภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย (gender stereotypes) ด้านประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรอง ซึ่งภาพในความคิดคือ ผู้ชายมีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้หญิง

ปฏิริยาต่อภาพในความคิด (stereotype reactance) หมายถึง ปฏิริยาตอบสนองในทางตรงกันข้ามกับภาพในความคิดทางลบที่ได้รับการกระตุ้น ทำให้ผลงานดีขึ้น

ในการวิจัยนี้ ปฏิริยาต่อภาพในความคิดประเมินโดยตัวแปร 4 ตัว ได้แก่

1. ความคาดหวังผลสำเร็จในการการเจรจาต่อรอง (ร้อยละ)
2. ราคาที่เสนอครั้งแรกในการเจรจาต่อรอง (บาท)
3. ราคาที่เสนอครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรอง (บาท)
4. เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง (นาที)

ความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรอง หมายถึง จำนวนร้อยละที่บุคคลคาดหวังว่าตนเองจะประสบผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองก่อนที่จะมีการเจรจาต่อรองเกิดขึ้น

ราคาที่เสนอครั้งแรกในการเจรจาต่อรอง (opening offer) หมายถึง ราคาแรกสุดที่ผู้ร่วมการทดลองเสนอต่อผู้เจรจาอีกฝ่าย

ราคาข้อเสนอครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรอง (final offer) หมายถึง ราคาที่ต้องการภายหลังจากมีการเจรจาต่อรองเกิดขึ้นแล้ว เป็นราคาสุดท้ายที่ผู้ร่วมการทดลองตัดสินใจเสนอให้อีกฝ่ายยอมรับตกลงและยอมรับราคานี้

เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง (time) หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ร่วมการทดลองเริ่มการเจรจาต่อรองผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์จนกระทั่งการเจรจาต่อรองสิ้นสุดลง

การกระตุ้นภาพในความคิด (stereotype activation) หมายถึง การกระตุ้นให้บุคคลตระหนักถึงภาพในความคิดที่เป็นลักษณะทางลบบางประการ ซึ่งอาจทำให้ผลงานที่เกี่ยวข้องกับลักษณะลบบั้นแย่ลงกว่าที่ควรจะเป็นตามความจริงเมื่อไม่มีการกระตุ้นใดๆเลย

ในการวิจัยครั้งนี้จัดกระทำการกระตุ้นภาพในความคิด 2 เงื่อนไข ได้แก่

1. เงื่อนไขที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด
2. เงื่อนไขที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ผู้ร่วมการทดลองอ่านบทความที่มีข้อความกระตุ้นภาพในความคิดหรือไม่ข้อความกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง ก่อนจะให้ผู้ร่วมการทดลองได้มีการเจรจาต่อรองจริงผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้ร่วมการทดลองจะได้รับรู้ว่าคู่เจรจาเป็นเพศตรงกันข้ามกับตนเองเสมอ

เงื่อนไขที่ 1 ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชาย ผู้ร่วมการทดลองจะได้รับทราบว่า กิจกรรมที่กำลังจะทำต่อไป สามารถประเมินศักยภาพการเป็นนักเจรจาต่อรอง จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการทำงาน ตลอดจนคุณลักษณะที่ส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองของนักเจรจาต่อรองหรือผู้ที่ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง และยังได้รับรู้ว่าเพศของผู้เจรจาต่อรองมีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองด้วย

เงื่อนไขที่ 2 ไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชาย ผู้ร่วมการทดลองจะได้รับทราบเพียงว่า กิจกรรมที่กำลังจะทำต่อไปเป็นสถานการณ์จำลองการเจรจาต่อรองรูปแบบหนึ่งที่สามารถประเมินศักยภาพการเป็นนักเจรจาต่อรอง จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานเหมือนกับในเงื่อนไขที่ 1 แต่ผู้ร่วมการทดลองจะไม่ได้รับข้อความเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองของนักเจรจาต่อรองหรือผู้ที่

ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง รวมทั้งไม่ได้รับทราบถึงความแตกต่างระหว่างเพศที่ส่งผลต่อการเจรจาต่อรองอย่างในเงื่อนไขที่ 1

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบอิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิกิริยาทางจิตในการก่อให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้น
2. เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาแนวทางการลดผลของการคุกคามภาพในความคิดได้ต่อไป
3. เป็นแนวทางในการศึกษาในอนาคต และแนวทางการประยุกต์ในการกระตุ้นการทำงานของบุคคลให้มีผลการทำงานที่ดีขึ้น



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “อิทธิของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายและ
ปฏิกิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดในผลการเจรจาต่อรอง” เป็นการศึกษาเชิง
ทดลอง (experimental research) ใช้รูปแบบการศึกษา 2 (ระดับปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือต่ำ) x 2
(เงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดหรือไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็น
หญิงเป็นชาย) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตหญิงปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดย
แบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างในชั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างมาตรฐานวัดปฏิกิริยาทางจิต

กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างมาตรฐานวัดปฏิกิริยาทางจิต จำนวน 150 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในชั้นตรวจสอบลักษณะและภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรอง

กลุ่มตัวอย่างในชั้นตรวจสอบลักษณะและภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรอง จำนวน
126 คน

3. กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัยเป็นนิสิตหญิงปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ผ่านการ
คัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบมาตรฐานวัดปฏิกิริยาทางจิต และมีคะแนนปฏิกิริยาทางจิตสูงและต่ำ
อย่างละ 40 คน ได้รับการสุ่มเข้าสู่ 1 ใน 4 เงื่อนไขการทดลอง เงื่อนไขละ 20 คน รวมผู้ร่วมการ
ทดลองทั้งสิ้น 80 คน จำแนกผู้ร่วมการทดลองตามเงื่อนไขการทดลองดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5

จำนวนผู้เข้าร่วมการทดลองจำแนกตามเงื่อนไข (N = 80)

ปฏิริยาทางจิต	เงื่อนไขการทดลอง		รวม
	ได้รับการกระตุ้นที่ชัดเจน	ไม่ได้รับการกระตุ้น	
สูง	20	20	40
ต่ำ	20	20	40
รวม	40	40	80

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยนี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. มาตรฐานวัดปฏิริยาทางจิต
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้เป็นสื่อกลางในการเจรจา
3. บทความสถานการณ์การเจรจาต่อรองที่สร้างขึ้น
4. บทความสำหรับกระตุ้นภาพในความคิดและบทความสำหรับไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างและพัฒนามาตรปฏิริยาทางจิต

ในการสร้างและพัฒนามาตรครั้งนี้ได้ดัดแปลงมาจากมาตรฐานวัดปฏิริยาทางจิตจำนวน 3 ชุด ได้แก่

1. มาตรฐานวัดปฏิริยาทางจิตชุด QMPR (The Questionnaire for Measurement of Psychological Reactance) ซึ่งสร้างโดย Merz ในปี 1983 ต่อมา Donnel และคณะ (2001) ได้นำมาตรนี้มาพัฒนาต่อ โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 6 ช่วงคะแนน แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1.) การโต้ตอบต่อข้อเสนอแนะและคำแนะนำ (2.) การถูกจำกัดอิสระ (3.) ความชอบการเผชิญหน้า มีข้อกระทงจำนวน 18 ข้อ

2. มาตรฐานวัดปฏิริยาชุด Hong Psychological Reactance Scale Item ซึ่งสร้างโดย Hong และ Page ในปี 1989 ต่อมา Donnel และคณะ (2001) ได้นำมาตรนี้มาพัฒนาต่อ โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ช่วงคะแนน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1.) อิสระในการ

ตัดสินใจ (2.) ปฏิบัติการต่อพฤติกรรมของคนหมู่มาก (3.) ความต้องการแสดงออกถึงความมีอิสระ
(4.) ปฏิบัติการต่อคำแนะนำของผู้อื่น มีข้อกระทงจำนวน 11 ข้อ

3. มาตรการปฏิบัติการทางจิตของพิมพ์ประไพ จิตหาญ ซึ่งได้พัฒนามาตรวัดขึ้นมาโดยยึดหลักทฤษฎีและภาวะสันนิษฐานของมาตรวัดของ Merz (1983) ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 6 ช่วงคะแนน แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1.) การโต้ตอบต่อข้อเสนอแนะและคำแนะนำ (2.) การถูกจำกัดอิสระ (3.) ความชอบการเผชิญหน้า มีจำนวนข้อกระทง 54 ข้อ

นำมาตรทั้ง 3 มาตราพัฒนามาตรปฏิบัติการทางจิตที่ใช้ในการวิจัยนี้ โดยได้ตัดข้อกระทงที่มีความหมายเหมือนกันออกไป และได้สร้างข้อกระทงเพิ่มเติมอีกจำนวน 2 ข้อ จากนั้น นำข้อกระทงที่แปล 29 ข้อ ที่มีอยู่เดิม 54 ข้อ และที่สร้างเพิ่ม 2 ข้อ มาพิจารณาตัดสินความตรงตามภาวะสันนิษฐาน ความถูกต้องทางภาษา และปรับปรุงแก้ไขเพื่อความเหมาะสม เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา โดยยึดหลักความถูกต้องทางภาษาและความถูกต้องตามทฤษฎีปฏิบัติการทางจิตตามมาตรวัดปฏิบัติการทางจิตของพิมพ์ประไพ จิตหาญ ซึ่งได้ทำการพัฒนามาตรเดียวกันนี้มาแล้ว ได้ข้อกระทงที่นำมาใช้ในขั้นพัฒนามาตรวัดปฏิบัติการทางจิตจำนวน 59 ข้อ

เมื่อผ่านการตรวจสอบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อกระทงทั้งหมดมาจัดเรียงเป็นมาตรประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 36 ข้อ ข้อกระทงทางลบจำนวน 23 ข้อ รวมทั้งสิ้นมีข้อกระทงจำนวน 59 ข้อ โดยมาตรวัดดังกล่าวเป็นมาตรวัดแบบประมาณค่าแบบ 5 ช่วงคะแนน (ตัวอย่างในภาคผนวก ก) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อคำถามทางบวก

1	หมายถึง	ไม่ตรงกับตัวฉันเลย	คิดเป็น 1 คะแนน
2	“	ไม่ค่อยตรงกับตัวฉัน	คิดเป็น 2 คะแนน
3	“	ไม่ตรงและตรงกับตัวฉันพอ ๆ กัน	คิดเป็น 3 คะแนน
4	“	ค่อนข้างตรงกับตัวฉัน	คิดเป็น 4 คะแนน
5	“	ตรงกับตัวฉันที่สุด	คิดเป็น 5 คะแนน

ข้อคำถามทางลบ

1	หมายถึง	ไม่ตรงกับตัวฉันเลย	คิดเป็น 5 คะแนน
2	“	ไม่ค่อยตรงกับตัวฉัน	คิดเป็น 4 คะแนน
3	“	ไม่ตรงและตรงกับตัวฉันพอ ๆ กัน	คิดเป็น 3 คะแนน

4	“	ค่อนข้างตรงกับตัวฉัน	คิดเป็น 2 คะแนน
5	“	ตรงกับตัวฉันที่สุด	คิดเป็น 1 คะแนน

ขั้นตอนในหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

นำมาตรวัดปฏิบัติทางจิตที่สร้างและพัฒนาขึ้นจำนวน 59 ข้อ ไปให้นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 150 คนตอบ (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 6) แล้วนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์โดยวิธีการทดสอบค่าสถิติที (*t*-test Independent groups) และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ความแตกต่างของมัธยเลขคณิตระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนรวมสูงกว่าหรือเทียบเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 แบ่งเป็นกลุ่มสูงได้จำนวน 39 คน และกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนรวมต่ำกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 แบ่งเป็นกลุ่มต่ำได้จำนวน 39 คน โดยการทดสอบค่าสถิติที พบว่ามีข้อกระทงที่มีนัยสำคัญต่ำกว่า .05 จำนวน 53 ข้อ

2. นำข้อกระทงทั้ง 52 ข้อที่ผ่านการทดสอบค่าสถิติที มาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlation) โดยนำค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตรมาเปรียบเทียบกับค่าวิกฤตของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ถ้าข้อกระทงใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ต่ำกว่าค่าวิกฤตของ $r(148, .05) \approx .136$ ถือว่าข้อกระทงนั้นด้อยคุณภาพและตัดข้อกระทงนั้นออก เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนนี้เหลือข้อกระทง 44 ข้อ ได้ค่าแอลฟาเท่ากับ .88 (รายละเอียดดังตารางในภาคผนวก ข)

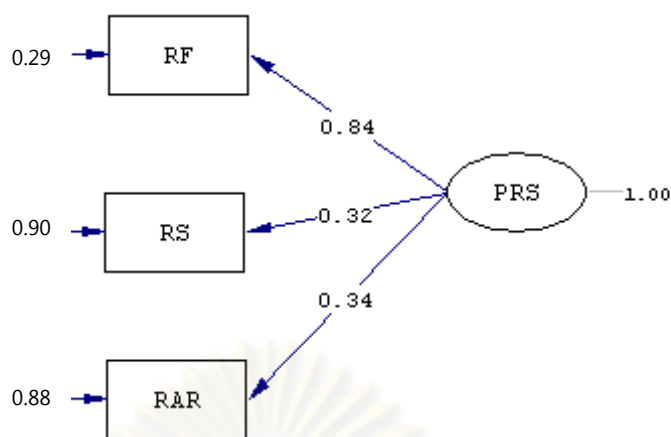
3. นำข้อกระทงทั้ง 44 ข้อที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงมาวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (construct validity) ของมาตรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) พบว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์รวม (over chi-square) (χ^2) เท่ากับ 0.00 ที่องศาอิสระ 1 ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 1.000 และมีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าหรือ RMSEA เท่ากับ .00 ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ปฏิบัติต่อคำแนะนำและข้อเสนอแนะ (RS) ปฏิบัติต่อการถูกจำกัดอิสระ (RF) และปฏิบัติต่อการเผชิญหน้า (RAR) ดังภาพที่ 2

ตารางที่ 6

จำนวนและร้อยละของตัวอย่างในการสร้างมาตรวัดปฏิบัติการทางจิต จำแนกตาม
ลักษณะพื้นฐาน (N = 150)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	112	74.70
ชาย	38	25.30
2. อายุ		
17	1	0.70
18	33	22.00
19	60	40.00
20	46	30.70
21	10	6.70
3. ระดับการศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	68	45.30
ชั้นปีที่ 2	81	54.00
ชั้นปีที่ 3	1	0.70
4. คณะ		
นิเทศศาสตร์	81	54.00
จิตวิทยา	68	45.30
อักษรศาสตร์	1	0.70

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Chi-square=0.00, df=1, P-value=1.00000, RMSEA = 0.000

ภาพที่ 2 โมเดลการวัดและการตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน

ขั้นตอนการตรวจสอบลักษณะและภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรอง

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามลักษณะและภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรองเพื่อสำรวจลักษณะของนักเจรจาต่อรองหรือลักษณะของผู้ที่จะประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4 ข้อ คือ คณะ ชั้นปี เพศ และอายุ (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 7)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7

จำนวนและร้อยละของตัวอย่างในขั้นตอนการตรวจสอบลักษณะและภาพในความคิด
เกี่ยวกับนักเจรจาต่อรองจำแนกตามลักษณะพื้นฐาน (N = 126)

	รายการ	ชาย	หญิง	จำนวน	ร้อยละ
อายุ	18	5	15	20	15.87
	19	15	24	39	30.95
	20	14	10	24	19.05
	21	14	3	17	13.49
	22	7	10	17	13.49
	23	6	1	7	5.56
	24	2	0	2	1.59
	รวม	63	63	126	100
ชั้นปี	1	17	48	65	51.59
	2	13	2	15	11.9
	3	13	0	13	10.32
	4	15	13	28	22.22
	5	3	0	3	2.38
	6	2	0	2	1.59
	รวม	63	63	126	100
คณะ	จิตวิทยา	21	59	80	63.49
	นิติศาสตร์	19	0	19	15.08
	เศรษฐศาสตร์	8	0	8	6.35
	วิศวกรรมศาสตร์	6	1	7	5.56
	สัตวแพทย์	4	0	4	3.17
	เภสัชศาสตร์	3	0	3	2.38
	สหเวชศาสตร์	0	3	3	2.38
	ทันตแพทย์	2	0	2	1.59
	รวม	63	63	126	100

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามปลายเปิด ที่ให้ผู้ตอบบรรยายลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่ดีหรือผู้ที่ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง โดยผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความถี่ เพื่อหาลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเป็นลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่ดี หรือเป็นลักษณะของผู้ที่ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง (รายละเอียดดังตารางในภาคผนวก ง) แล้วนำไปเปรียบเทียบกับคุณลักษณะที่ผู้ชายและผู้หญิงรับรู้ว่าเป็นลักษณะพึงปรารถนาสำหรับผู้ชาย ซึ่งสินีรัตน์ โชติญาณนนท์ (2550) ได้สำรวจและสรุปคุณลักษณะพึงปรารถนาสำหรับผู้ชายไว้แล้ว และนำคุณลักษณะนั้นมาใช้ในบทความในการทดลอง ได้แก่ ความเป็นผู้นำ ควบคุมอารมณ์ได้ดี กล้าตัดสินใจ กล้าได้กล้าเสีย ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8

เปรียบเทียบลักษณะความเป็นชายระหว่างคุณลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่ดีกับลักษณะพึงปรารถนาสำหรับผู้ชาย

คุณลักษณะ	คุณลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่ดี	ลักษณะพึงปรารถนาสำหรับผู้ชาย (สินีรัตน์ โชติญาณนนท์, 2550)
มีความเป็นผู้นำ	มีความเป็นผู้นำ มีอำนาจ	เป็นผู้นำ
ควบคุมอารมณ์ได้ดี	ควบคุมอารมณ์ตนเองได้	ควบคุมสติได้ในยามคับขัน อารมณ์หนักแน่นมั่นคง
กล้าตัดสินใจ	กล้าตัดสินใจ มีความเด็ดขาด	ตัดสินใจง่าย กล้าได้กล้าเสีย กล้าเสี่ยง

ส่วนที่ 3 เป็นข้อความสำรวจความคิดเห็นเพื่อตรวจสอบว่า ผู้ที่เหมาะสมและมีศักยภาพในการเจรจาต่อรองเป็นเพศชายหรือเพศหญิง จำนวน 11 ข้อ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าผู้หญิงหรือผู้ชายมีลักษณะที่ตรงกับข้อความแต่ละข้อ โดยการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ (chi-square) พบว่า ข้อความที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงคิดไม่แตกต่างกันว่าเป็นความสามารถในการเจรจาต่อรองของเพศใดเพศหนึ่งอย่างชัดเจน ได้แก่ ประโยค “ท่านคิดว่าผู้ที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองเป็นชายหรือหญิง”

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงที่คิดว่าผู้ชายมีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้หญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\chi^2(1, 126) = 0.14, p = .714$ (ดังรายละเอียดในภาคผนวก ง ตารางที่ ง1) และเมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจว่าผู้ชายมีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจว่าผู้หญิงมีประสิทธิภาพในการเจรจา

ต่อรองมากกว่าผู้ชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\chi^2 (1, 126) = 7.14, p = .008$ (ดังรายละเอียดในภาคผนวก ง ตารางที่ 2) แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพในความคิดว่าผู้ชายมีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้หญิง

ขั้นตอนการทดลองและเก็บข้อมูล

ขั้นแรก

ผู้วิจัยติดต่ออาจารย์ผู้สอนรายวิชาต่าง ๆ เพื่อขอแจกมาตรฐานวัดปฏิบัติการทางจิตให้นิสิตหญิงปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยตอบ แล้วนำมาคำนวณหาค่าปฏิบัติการทางจิต ก่อนที่จะติดต่อเชิญกลุ่มตัวอย่างเข้ามาร่วมการทดลอง โดยเชิญเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงหรือกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนปฏิบัติการทางจิตมากกว่าหรือเทียบเท่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 เป็นกลุ่มสูง และกลุ่มที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำหรือกลุ่มที่มีคะแนนปฏิบัติการทางจิตต่ำกว่าหรือเทียบเท่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 เป็นกลุ่มต่ำ มาร่วมการทดลอง

ขั้นที่สอง

เชิญผู้ร่วมการทดลองที่ผ่านการคัดเลือกแล้วจากขั้นแรกมาร่วมการทดลองในห้องปฏิบัติการที่เตรียมไว้ โดยในการทดลองครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างสถานการณ์จำลอง โดยให้ผู้ร่วมการทดลองทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรอง แต่ก่อนที่จะเริ่มทำกิจกรรม ผู้วิจัยจะพูดคุยให้เกิดการตระหนักถึงบรรยากาศในการเจรจาต่อรอง ดังคำพูดในขั้นตอนการดำเนินการทดลองต่อไปนี้

ขั้นตอนการดำเนินการทดลอง

1. เมื่อผู้ร่วมการทดลองมาถึง ผู้วิจัยให้รายละเอียดกับผู้ร่วมการทดลองว่า

“สวัสดีค่ะ ก่อนอื่นขอถามก่อนว่า เวลานิสิตซื้อของ เช่น เสื้อผ้า นิสิตเคยต่อราคาบ้างรึเปล่าคะ (รอให้ผู้ร่วมการทดลองตอบสักครู่) แล้วนิสิตคิดว่าตัวเองประสบผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองบ่อยไหมคะ (รอให้ผู้ร่วมการวิจัยตอบ) กิจกรรมที่นิสิตจะได้ทำในวันนี้เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเจรจาต่อรองที่คล้ายกับสถานการณ์เหล่านั้น เพียงแต่ครั้งนี้นิสิตสามารถตอบได้ผ่านทางหน้าจอ และต่างฝ่ายต่างไม่สามารถมองเห็นหน้ากันได้ เมื่อนิสิตพร้อมแล้ว กรอกรหัสนิสิต ชื่อ-นามสกุล และเพศได้เลยค่ะ”

2. สุ่มผู้ร่วมการทดลองเข้าสู่ 1 ใน 2 เงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิด โดยผู้ร่วมการทดลองทุกคนจะได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้

“หากท่านลองนึกดูให้ดีแล้วจะเห็นได้ว่าในชีวิตประจำวันท่านมีโอกาสประสบกับสถานการณ์ที่ต้องอาศัยการเจรจาต่อรองมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาต่อรองในการซื้อขายสินค้า การร่วมกันหามติข้อสรุปในที่ประชุม ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นและร่วมกันจัดกิจกรรม กับบุคคลที่ท่านมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมไปจนถึงคนแปลกหน้า อย่างคนขายสินค้า บางครั้งท่านอาจประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองเป็นอย่างดี ท่านอาจสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต้องการมากที่สุด หรือเมื่อท่านแสดงความคิดเห็นก็จะได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี แต่ในบางครั้งท่านก็อาจประสบกับความล้มเหลวในการเจรจาต่อรองอย่างสิ้นเชิง บ่อยครั้งท่านอาจซื้อสินค้าได้ในราคาที่ยังพอยอมรับได้ หรือความคิดเห็นของท่านไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร

“สถานการณ์การเจรจาที่ท่านจะได้ทำต่อไปนี้เป็นกรจำลองสถานการณ์การเจรจาต่อรองโดยทั่วไปที่ได้รับการวิจัยยืนยันมาแล้วว่า สามารถประเมินทักษะ ศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน ในการเจรจาต่อรองซึ่งสามารถทำนายโอกาสประสบผลสำเร็จของบุคคลในการทำงานในอนาคตได้ จึงขอให้ท่านตั้งใจทำกิจกรรมนี้เพื่อเป็นการประเมินความสามารถในการเจรจาต่อรองของท่าน และเพื่อนำไปพัฒนาทักษะการเจรจาต่อรองครั้งต่อไป”

หลังจากนี้ เฉพาะผู้ร่วมการทดลองในเงื่อนไขที่ 1 ที่มีการกระตุ้นภาพในความคิดที่ชัดเจนเท่านั้นที่จะได้อ่านบทความเพิ่มเติม โดยผู้ร่วมการทดลองจะได้รับรู้ว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นผลมาจากคุณลักษณะของนักเจรจาต่อรองที่บุคคลมีไม่เท่าเทียมกัน โดยผู้ร่วมการทดลองจะได้อ่านบทความที่บอกลักษณะบางประการของนักเจรจาต่อรองที่ดีหรือลักษณะของผู้ที่ประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ซึ่งลักษณะเหล่านี้เป็นลักษณะที่ได้จากขั้นตอนการตรวจสอบลักษณะและภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรอง ส่วนผู้ร่วมการทดลองในเงื่อนไขที่ 2 ที่ไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดจะไม่ได้รับทราบว่า ลักษณะบางประการที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองหรือการทำงาน และไม่ได้รับการเน้นย้ำว่า “เพศ” มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง บทความเพิ่มเติมสำหรับใช้กระตุ้นภาพในความคิดมีรายละเอียดดังบทความต่อไปนี้

“ความสำเร็จของการเจรจาต่อรอง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากทักษะในการเจรจาต่อรองและบุคลิกภาพบางประการของตัวบุคคลเอง เช่น ความเป็นผู้นำ กล้าเสี่ยง กล้า

ตัดสินใจ อารมณ์มั่นคง และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้ดีมักจะเป็นผู้ที่ประสบผลสำเร็จ ในการเจรจาต่อรองและบรรลุเป้าหมายตามที่ตนปรารถนา แต่แม้ว่าบุคลิกภาพและทักษะ ส่วนบุคคลจะส่งผลต่อโอกาสที่บุคคลนั้น ๆ จะประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองแล้ว ผลวิจัยเกี่ยวกับการเจรจาต่อรองที่ผ่านมามากมายงานวิจัยในสถานการณ์ต่าง ๆ มีข้อค้นพบ ที่ค่อนข้างตรงกันว่า “เพศ” ก็มีผลสำคัญที่จะเพิ่มโอกาสของความสำเร็จในการเจรจา ต่อรองของบุคคลด้วยเช่นกัน ว่าผู้ที่มักประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายของตนใน การเจรจาต่อรองมักจะเป็นผู้ชาย”

3. หลังจากผู้ร่วมการทดลองอ่านบทความความเข้าใจแล้ว ผู้วิจัยจะหลอกให้ผู้ร่วมการ ทดลองจับสลากบทบาทในการเจรจาต่อรอง เป็น “ผู้ซื้อ” หรือ “ผู้ขาย” ซึ่งผู้ร่วมการ ทดลองจะจับได้เป็นบทบาท “ผู้ซื้อ” เสมอ จากนั้นผู้วิจัยแจ้งให้ผู้ร่วมการวิจัยเปิด หน้าจอ เพื่ออ่านคำอธิบายกิจกรรม และสถานการณ์ที่ผู้ร่วมการทดลองจะต้องเผชิญ ดังต่อไปนี้

“สมมุติว่า ตัวท่าน เพื่อนในชมรมเดียวกับท่าน และอาจารย์ประจำชมรมรวม จำนวน 37 คน ตั้งใจจะจัดทริปทัศนศึกษาเพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่จังหวัดระยองเป็นเวลา 2 วัน 1 คืน ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการทำกิจกรรม เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ทางชมรมเป็นฝ่าย ออกให้ทั้งหมด ยกเว้น ค่ารถสำหรับการเดินทาง ท่านและคนอื่น ๆ ต้องร่วมกันออกเอง และท่านได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบติดต่อเรื่องพาหนะสำหรับการเดินทางสำหรับ สมาชิกทั้งหมด ดังนั้น ท่านได้ทำการค้นหาข้อมูลบริษัทรถเช่าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ พบว่า ราคาสำหรับรถบัสปรับอากาศชั้นครึ่ง ขนาด 40 ที่นั่ง มีราคาให้บริการเช่าอยู่ ระหว่างราคา 8,000 – 12,000 บาท ในการติดต่อขอเช่ารถ ท่านจะต้องติดต่อผ่านบริษัท เพื่อสอบถามและตกลงเรื่องราคาค่าเช่าที่แน่นอน ทั้งนี้ ท่านและสมาชิกคนอื่นได้รวบรวม เงินกองกลางสำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งสิ้น 12,000 บาท ทางชมรมมอบหมายให้ท่านรับผิดชอบเรื่องการเดินทางและบริหารงบประมาณที่มีอยู่ การตัดสินใจทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับท่านเพียงคนเดียว ในสถานการณ์จำลองนี้ การติดต่อเช่า รถจะเป็นทำนองเดียวกับสถานการณ์จริง ท่านซึ่งจับสลากได้เป็นฝ่ายลูกค้าจะเป็นฝ่าย เสนอราคาที่ท่านคิดว่าเหมาะสมต่ออีกฝ่ายก่อน และอาจต้องมีการเจรจาต่อรอง เพื่อให้ บรรลุเป้าหมายที่ท่านและเพื่อน ๆ ในชมรมต้องการ”

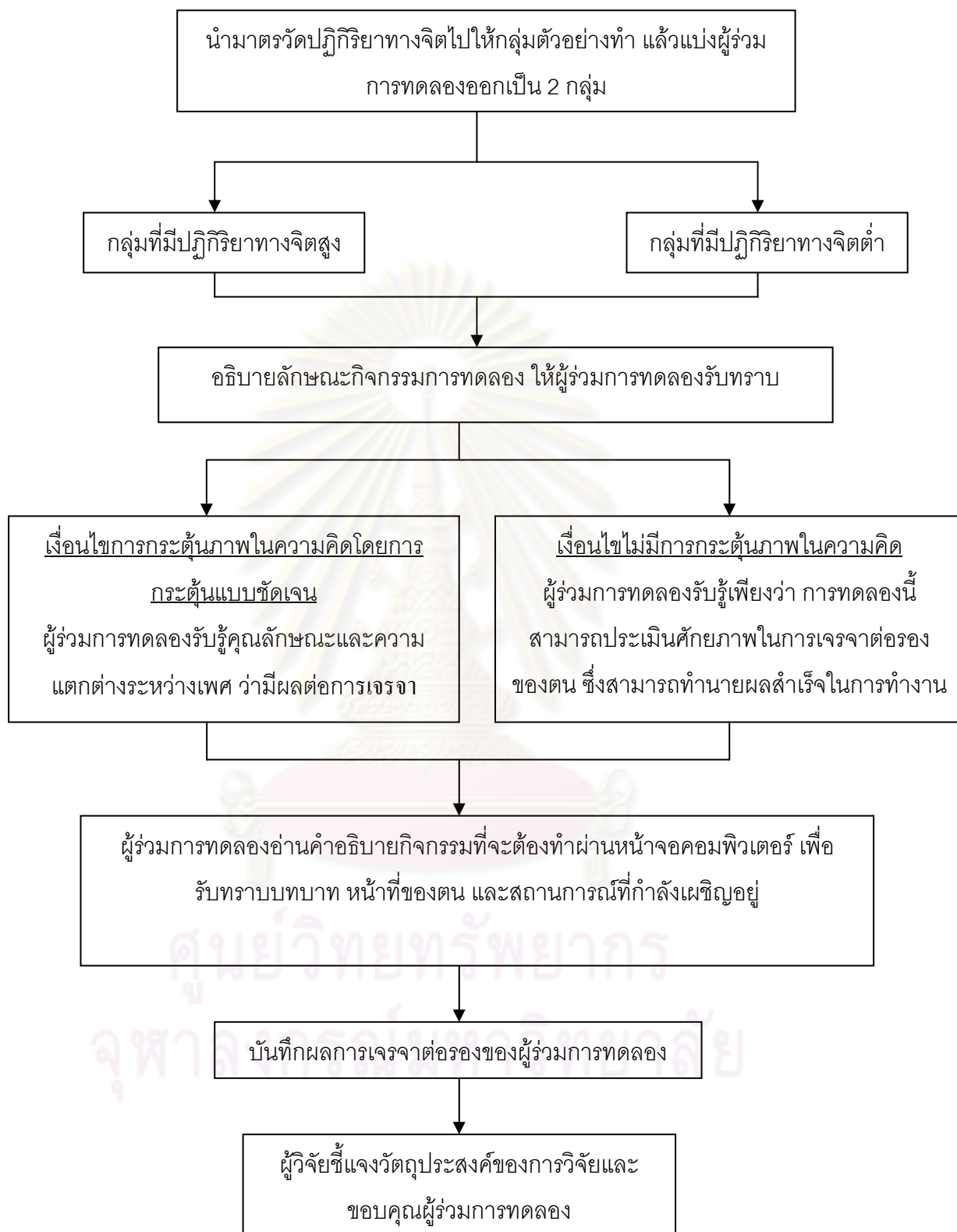
อนึ่งขอให้ท่านตระหนักว่าท่านต้องเจรจาให้เสร็จสิ้นภายในวันนี้ และหากราคา ที่เจรจาได้สูงเกินกว่าเงินกองกลางที่มีอยู่ ท่านก็จะต้องไปขอเก็บเงินนิตคนอื่น ๆ เพิ่ม

เพื่อให้เพียงพอกับค่าเช่ารถนั้น ซึ่งอาจสร้างความยุ่งยากลำบากใจให้แก่ทุก ๆ คนพอสมควร แต่ท่านมีอีกทางเลือกหนึ่งเสมอ คือท่านสามารถตัดสินใจไม่เช่าเหมารถบัส และให้เพื่อน ๆ แบ่งกลุ่มกันนั่งรถโดยสารประจำทางไปลงปลายทางที่ใกล้ที่สุด และเดินทางต่อด้วยรถสองแถว หรือซื้อตั๋วรถจักรยานยนต์ เพื่อไปยังรีสอร์ทที่พักของท่าน ซึ่งย่อมเป็นทางเลือกที่สร้างความยุ่งยากเช่นกัน กิจกรรมสนทนาการต่าง ๆ ก็จะมีเฉพาะเมื่ออยู่กันพร้อมในรีสอร์ทเท่านั้น

4. ผู้วิจัยให้เวลาผู้ร่วมการทดลองทำการเจรจาต่อรองผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมเอ็มเอสเอ็น (msn) เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร เป็นเวลา 10-20 นาที ซึ่งผู้ร่วมการทดลองจะได้รับรู้ว่าคู่เจรจาอีกฝ่ายมีสถานะเป็นนิสิต แต่สวมบทบาทเป็น "ผู้ชาย" และเป็นเพศตรงกันข้ามกับผู้ร่วมการทดลอง ซึ่งแท้ที่จริงคู่เจรจอีกฝ่ายเป็นผู้ช่วยวิจัยตอบโต้กลับด้วยบทสนทนาที่มีการเตรียมเอาไว้ก่อนแล้ว ได้แก่ ลักษณะโดยทั่วไปของรถบัส ราคา ลักษณะการเจรจาต่อรองเกี่ยวกับราคา และ ข้อความปฏิเสธสั้น ๆ (ดังรายละเอียดในภาคผนวก จ)
5. เมื่อผู้ร่วมการทดลองทำกิจกรรมเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยบันทึกผลการเจรจาต่อรองของผู้ร่วมการทดลอง แล้วเปิดเผยวัตถุประสงค์การวิจัยและขอรับรองไม่ให้ผู้ร่วมการทดลองเปิดเผยเรื่องราวทั้งหมดแก่ผู้อื่นฟัง พร้อมทั้งกล่าวขอบคุณผู้ร่วมการทดลอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two – way ANOVA) 2 (ปฏิกริยาทางจิต : สูงและต่ำ) x 2 (เงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิด : มีการกระตุ้นภาพในความคิดและไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรตาม ได้แก่ ความคาดหวังต่อผลสำเร็จของงาน ราคาที่เสนอครั้งแรก ราคาที่เสนอครั้งสุดท้าย และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง



ภาพที่ 3 รูปขั้นตอนการดำเนินการทดลอง

บทที่ 3

ผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายและปฏิกิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรอง ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพิ่มเติม

โดยมีการใช้สัญลักษณ์แทนความหมายต่าง ๆ ดังนี้

HPR หมายถึง ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูง

LPR หมายถึง ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำ

ACT หมายถึง เงื่อนไขที่มีการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชาย

NACT หมายถึง เงื่อนไขที่ไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชาย

n หมายถึง ค่ามัธยฐานเลขคณิต

SD หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน

df หมายถึง องศาเป็นอิสระ (degree of freedom)

F หมายถึง ค่าสถิติทดสอบเอฟ อัตราส่วนของความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและความแปรปรวนภายในกลุ่ม

t หมายถึง ค่าสถิติที ทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มตัวอย่าง

p หมายถึง ระดับนัยสำคัญ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้เข้าร่วมการทดลอง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 80 คน ที่ได้รับการสุ่มเข้าสู่เงื่อนไขที่มีการกระตุ้นภาพในความคิดหรือเงื่อนไขไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด เงื่อนไขละ 40 คน แต่ละเงื่อนไขจำแนกเป็นผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ 20 คนและผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูง 20 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ระหว่าง 17 – 21 ปี อายุเฉลี่ยเท่ากับ 18.81 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ปี ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมากำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 38.75 และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะเภสัชศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือ คณะนิเทศศาสตร์และจิตวิทยา คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ 23.75 ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 9

ตารางที่ 9

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษาและคณะ (N = 80)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
17 ปี	2	2.50
18 ปี	25	31.25
19 ปี	40	50.00
20 ปี	12	15.00
21 ปี	1	1.25
ระดับชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	31	38.75
ชั้นปีที่ 2	48	60.00
ชั้นปีที่ 3	1	1.25
คณะ		
เภสัชศาสตร์	25	31.25
นิเทศศาสตร์	23	28.75
จิตวิทยา	19	23.75
สหเวชศาสตร์	12	15.00
อักษรศาสตร์	1	1.25

1.2 การวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น

ผลการวิเคราะห์ค่ามัธยฐานเลขคณิต (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของตัวแปรตามทั้ง 4 ตัว ได้แก่ ความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ ราคาสุดท้ายที่เสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง เมื่อได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดหรือไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายในด้านการเจรจาต่อรอง พบว่า เงื่อนไขที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองเท่ากับร้อยละ 74.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 12.66 มีการเสนอราคาครั้งแรกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9,625.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1,191.58 บาท เสนอราคาครั้งสุดท้าย โดยเฉลี่ย 11,415.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 989.57 บาท และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองเฉลี่ย 12.95 นาที ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.83 นาที ส่วนในเงื่อนไขที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองเท่ากับร้อยละ 69.88 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 9.23 มีการเสนอราคาครั้งแรกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 10,125 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 972.38 บาท เสนอราคาครั้งสุดท้ายเฉลี่ยเท่ากับ 11,790 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 573.25 บาท และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองเฉลี่ย 12.34 นาที ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.52 นาที และเมื่อพิจารณาในระดับปฏิบัติการทางจิต พบว่า ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังผลสำเร็จเท่ากับร้อยละ 74.80 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 12.23 มีการเสนอราคาครั้งแรกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9,575.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1,059.45 บาท เสนอราคาครั้งสุดท้ายเฉลี่ยเท่ากับ 11,460.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 880.79 บาท และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองโดยเฉลี่ย 13.34 นาที ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.00 นาที และผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังผลสำเร็จเท่ากับร้อยละ 69.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 9.74 มีราคาเสนอครั้งแรกโดยเฉลี่ย 10,175.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1,089.28 บาท ราคาสุดท้ายที่เสนอโดยเฉลี่ยเท่ากับ 11,745.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 750.03 บาท และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองโดยเฉลี่ย 11.96 นาที ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.26 นาที นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงที่อยู่ในเงื่อนไขที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองเท่ากับร้อยละ 80.35 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 11.43 มีการเสนอราคาครั้งแรกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9,250.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 910.47 บาท เสนอราคาครั้งสุดท้ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 11,280.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 987.07 บาท และใช้เวลาเจรจาต่อรองเฉลี่ย 14.35 นาที ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.01 นาที ขณะที่ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงในเงื่อนไขไม่ได้รับการกระตุ้นมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองเท่ากับร้อยละ 69.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 10.55 มีการเสนอ

ราคาครั้งแรกเฉลี่ยเท่ากับ 9,900.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1,119.21 บาท ราคาเสนอครั้งสุดท้ายเฉลี่ยเท่ากับ 11,640.00 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 741.55 บาท และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองเฉลี่ย 12.33 นาที มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.50 นาที ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10

มัชฌิมเลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ ราคาสุดท้ายที่เสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง จำแนกตามระดับปฏิบัติการทางจิตและเงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิด (N = 80)

ปฏิกริยาทางจิต		การกระตุ้นภาพในความคิด						รวม		
		ไม่มีการกระตุ้น			มีการกระตุ้น			n	M	SD
		n	M	SD	n	M	SD			
ความคาดหวังผลสำเร็จ (%)	ต่ำ	20	70.50	7.93	20	69.00	11.43	40	69.75	9.74
	สูง	20	69.25	10.55	20	80.35	11.43	40	74.80	12.23
	รวม	40	69.88	9.23	40	74.68	12.66	80	72.28	11.27
ราคาแรกที่เสนอ (บาท)	ต่ำ	20	10,350.00	762.61	20	10,000.00	1,337.71	40	10,175.00	1,089.28
	สูง	20	9,900.00	1,119.21	20	9,250.00	910.47	40	9,575.00	1,059.45
	รวม	40	10,125.00	972.38	40	9,625.00	1,191.58	80	9,875.00	1,109.51
ราคาสุดท้ายที่เสนอ (บาท)	ต่ำ	20	11,940.00	277.96	20	11,550.00	998.68	40	11,745.00	750.03
	สูง	20	11,640.00	741.55	20	11,280.00	987.07	40	11,460.00	880.79
	รวม	40	11,790.00	573.25	40	11,415.00	989.57	80	11,602.50	825.38
เวลาที่ใช้ (นาที)	ต่ำ	20	12.36	3.63	20	11.56	2.89	40	11.96	3.26
	สูง	20	12.34	3.50	20	14.35	2.01	40	13.34	3.00
	รวม	40	12.34	3.52	40	12.95	2.83	80	12.65	3.19

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานงานวิจัยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two-way ANOVA) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายและปฏิกริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิกริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรอง โดยผู้วิจัยขอเสนอภาพรวมของการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามทั้ง 4 ตัว โดย Bartlett's Test of Sphericity พบว่าตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($df = 6$, $p = .000$) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง พบว่ามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปฏิกริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 7.29$, $p < .01$] และพบผลหลัก (main effect) ของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 4.23$, $p < .05$] นอกจากนี้ยังพบผลหลักของปฏิกริยาทางจิตก็มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 [$F(1, 76) = 4.69$, $p < .05$] ด้วยเช่นกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11

การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	p
ปฏิกริยาทางจิต (A)	1	4.69*	.034
การกระตุ้นภาพในความคิด (B)	1	4.23*	.043
A*B	1	7.29**	.009
ความคลาดเคลื่อน	76	(108.83)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

* $p < .05$. ** $p < .01$.

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของราคาแรกเสนอในการเจรจาต่อรอง พบว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปฏิกริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 0.40$, ns .] แต่พบผลหลักของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 4.49$, $p < .05$] และยังพบผลหลักของปฏิกริยาทางจิตก็มีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 6.47$, $p < .05$] ด้วยเช่นกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 12

ตารางที่ 12

การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของราคาแรกเสนอในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	p
ปฏิกริยาทางจิต (A)	1	6.47*	.013
การกระตุ้นภาพในความคิด (B)	1	4.49*	.037
A*B	1	0.40	.527
ความคลาดเคลื่อน	76	(1,113,157.90)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

* $p < .05$. ** $p < .01$.

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของราคาเสนอครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรอง พบว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปฏิริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 0.01, ns.$] และไม่พบว่าผลหลักของปฏิริยาทางจิตมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 2.50, p < ns.$] แต่พบผลหลักของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 4.33, p < .05$] ดังรายละเอียดในตารางที่ 13

ตารางที่ 13

การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของราคาสุดท้ายที่เสนอในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	P
ปฏิริยาทางจิต (A)	1	2.50	.118
การกระตุ้นภาพในความคิด (B)	1	4.33*	.041
A*B	1	0.01	.934
ความคลาดเคลื่อน	76	(649,710.53)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

* $p < .05$. ** $p < .01$.

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง พบว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปฏิริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 4.21, p < .05$] นอกจากนี้ยังพบว่า ผลหลักของปฏิริยาทางจิตก็มีนัยสำคัญ [$F(1, 76) = 4.03, p < .05$] แต่ไม่พบผลหลักของการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 0.79, ns.$] ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14

การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	p
ปฏิริยาทางจิต (A)	1	4.03*	.048
การกระตุ้นภาพในความคิด (B)	1	0.79	.377
A*B	1	4.21*	.044
ความคลาดเคลื่อน	76	(9.45)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

* $p < .05$. ** $p < .01$.

จากการที่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิต และเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบ (contrast) เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดในระดับที่แตกต่างกันของระดับปฏิริยาทางจิต จำแนกตามตัวแปรตามทั้ง 4 ตัว ได้แก่ ความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ ราคาสุดท้ายที่เสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง ดังแสดงในตารางที่ 15 โดยจะนำเสนอผลการทดสอบตามลำดับสมมติฐานต่อไปนี้

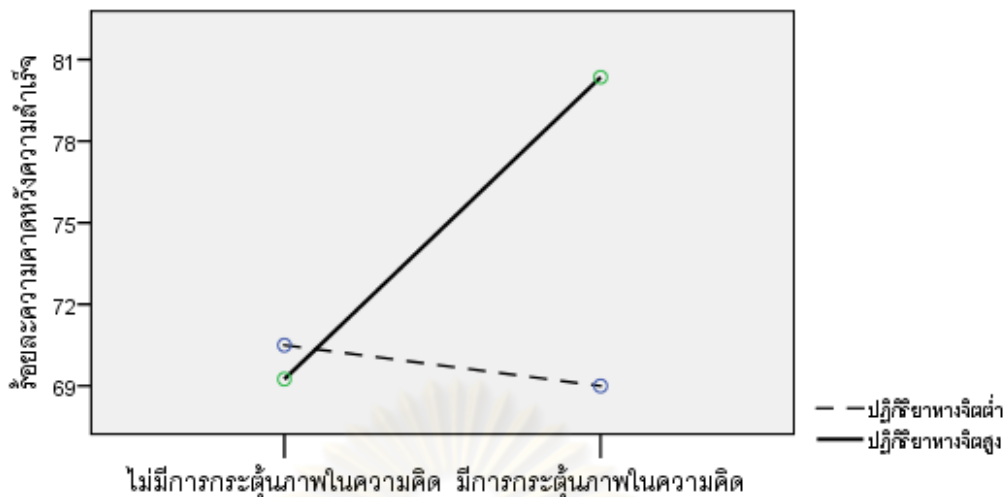
สมมติฐานที่ 1 มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดนั้น

ความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง

สมมติฐานที่ 1.1 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจน ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมติฐานที่ 1.2 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง พบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 7.29, p < .01$] ดังแสดงในภาพที่ 4 เมื่อพิจารณาผลการทดสอบการเปรียบเทียบของร้อยละความคาดหวังต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง พบว่า เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังผลสำเร็จ ($M = 80.35, SD = 11.43$) สูงกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 69.00, SD = 11.43$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 11.84, p < .01$] ซึ่งผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1.1 แต่เมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีร้อยละความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 69.25, SD = 10.55, M = 70.50, SD = 7.93$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 0.14, ns$] ผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1.2 ดังแสดงในตารางที่ 15 โดยเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังผลสำเร็จต่อผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ แต่เมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงและต่ำมีความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างกัน



ภาพที่ 4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิบัติทางจิตต่อความคาดหวังต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง

ตารางที่ 15

การทดสอบการเปรียบเทียบของตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	P
HPR-ACT vs LPR-ACT	1	11.84**	.001
HPR-NACT vs LPR-NACT	1	0.14	.706
ความคลาดเคลื่อน	76	(108.83)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

* $p < .05$. ** $p < .01$.

ราคาแรกที่เสนอ

สมมติฐานที่ 1.3 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจน ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมติฐานที่ 1.4 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของจำนวนราคาแรกเสนอ พบว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 0.40, ns$]

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบการเปรียบเทียบของราคาแรกที่เสนอ พบว่า เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาแรก ($M = 9,250.00$, $SD = 910.47$) ต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 10,000.00$, $SD = 1,337.71$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 5.05$, $p < .05$] ซึ่งผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานข้อที่ 1.3 แต่เมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาแรก ($M = 9,900.00$, $SD = 1,119.21$) ไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 10,350$, $SD = 762.61$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = , ns$] ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานข้อที่ 1.4 โดยเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาสูงเสนอราคาครั้งแรกต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิริยาต่ำ แต่เมื่อไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงและต่ำเสนอราคาครั้งแรกไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16

การทดสอบการเปรียบเทียบของตัวแปรราคาแรกที่เสนอในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	p
HPR-ACT vs LPR-ACT	1	5.05*	.027
HPR-NACT vs LPR-NACT	1	1.82	.181
ความคลาดเคลื่อน	76	(1,113,157.89)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

* $p < .05$. ** $p < .01$.

ราคาสุดท้ายที่เสนอ

สมมติฐานที่ 1.5 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจน ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมติฐานที่ 1.6 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของจำนวนราคาสุดท้ายที่เสนอ พบว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 0.01$, ns] เมื่อพิจารณาผลการทดสอบการเปรียบเทียบของราคาสุดท้ายที่เสนอ พบว่า เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเสนอราคาสุดท้าย ($M = 11,280.00$, $SD = 998.68$) ต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 11,550.00$, $SD = 987.07$)

อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 1.12, ns$] ผลการวิเคราะห์ที่ไม่นับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1.5 โดยเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงและต่ำเสนอราคาสุดท้ายไม่แตกต่างกัน และเมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูง ($M = 11,640.00, SD = 741.55$) เสนอราคาสุดท้ายไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 11,940.00, SD = 277.96$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน ผลการวิเคราะห์ที่ไม่นับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1.6 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงและต่ำเสนอราคาสุดท้ายไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17

การทดสอบการเปรียบเทียบของตัวแปรราคาสุดท้ายที่เสนอในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	p
HPR-ACT vs LPR-ACT	1	1.12	.293
HPR-NACT vs LPR-NACT	1	1.39	.243
ความคลาดเคลื่อน	76	(649,710.53)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

ตัวแปรเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง

สมมติฐานที่ 1.7 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจน ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

สมมติฐานที่ 1.8 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระยะเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง พบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 4.21, p < .05$] ดังแสดงในภาพที่ 5 เมื่อพิจารณาผลการทดสอบการเปรียบเทียบของเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองพบว่า เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาเจรจาต่อรอง ($M = 14.35, SD = 2.01$) มากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 11.56, SD = 2.89$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 8.42, p < .01$] ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ไม่นับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1.7 แต่เมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาเจรจาต่อรอง [$F(1, 76) = 0.00, ns$] มากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำอย่างไม่มีนัยสำคัญทาง

สถิติ ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานข้อที่ 1.8 ดังแสดงในตารางที่ 18 โดยเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองนานกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ แต่เมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงและต่ำใช้เวลาในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างกัน



ภาพที่ 5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตต่อเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง

ตารางที่ 18

การทดสอบการเปรียบเทียบของตัวแปรเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง

แหล่งความแปรปรวน	df	F	p
HPR-ACT vs LPR-ACT	1	8.24**	.005
HPR-NACT vs LPR-NACT	1	0	.976
ความคลาดเคลื่อน	76	(9.45)	

หมายเหตุ ค่าตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย

*p < .05. **p < .01.

สมมติฐานที่ 2 การการกระตุ้นภาพในความคิดทำให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้นสูงกว่าเมื่อไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

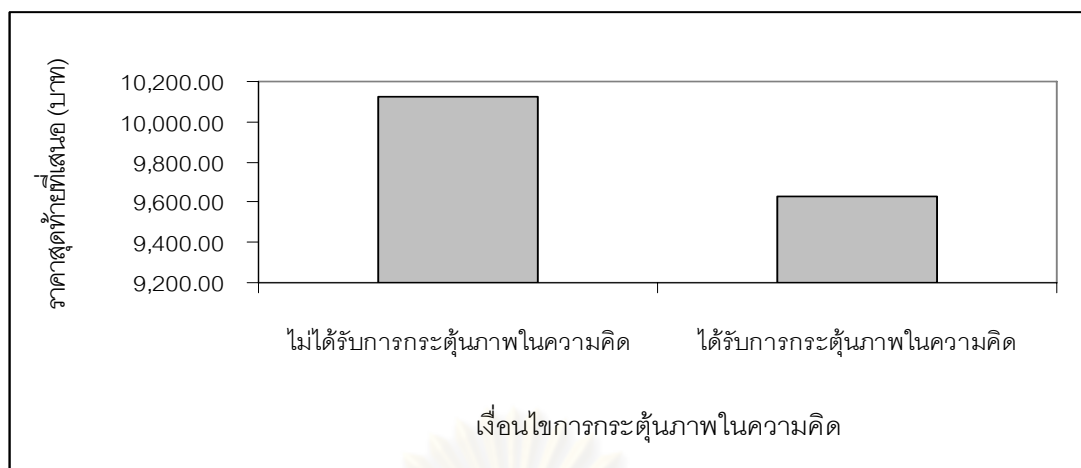
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีความคาดหวังผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีเสนอราคาครั้งสุดท้ายต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ และราคาสุดท้ายที่เสนอ พบว่า ผลหลักของการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 4.23, p < .05, F(1, 76) = 4.49, p < .05$, และ $F(1, 76) = 4.33, p < .05$ ตามลำดับ] ดังรายละเอียดในตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาค่ามัชฌิมเลขคณิตของค่าร้อยละความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองจะเห็นได้ว่า ในเงื่อนไขที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีค่าร้อยละความคาดหวังต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ($M = 74.68, SD = 12.66$) มากกว่า เสนอราคาแรก ($M = 9,625.00, SD = 1,191.5$) ต่ำกว่า และเสนอราคาสุดท้าย ($M = 11,415.00, SD = 989.57$) ต่ำกว่าเงื่อนไขที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ($M = 69.88, SD = 9.23, M = 10,250.00, SD = 972.38, M = 11,790, SD = 573.25$ ตามลำดับ) ดังแสดงในตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2.1 โดยผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีความคาดหวังผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ดังภาพที่ 6 และสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2.2 โดยผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ดังภาพที่ 7 อีกทั้งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2.3 โดยผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเสนอราคาครั้งสุดท้ายต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ดังภาพที่ 8 แต่ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ 2.4 โดยผู้ที่ได้รับการกระตุ้น



ภาพที่ 8 มีชดิมเลขคณิตราคาสุดท้ายที่เสนอจำแนกตามเงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ 1 ดังแสดงในตารางที่ 13 และสรุปผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ 2 ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 19

สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 จำแนกตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดและไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ในกลุ่มผู้ที่มีปฏิกริยาทางจิตสูงหรือต่ำ และตัวแปรตาม 4 ตัว

เงื่อนไข	ข้อ	ตัวแปร	สมมุติฐาน	ผลการวิเคราะห์
ACT	1.1	ความคาดหวังผลสำเร็จ (%)	HPR > LPR	√
	1.3	ราคาแรกที่เสนอ (บาท)	HPR < LPR	√
	1.5	ราคาสุดท้ายที่เสนอ (บาท)	HPR < LPR	x
	1.7	เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง (นาที)	HPR > LPR	√
NACT	1.2	ความคาดหวังผลสำเร็จ (%)	HPR ≈ LPR	√
	1.4	ราคาแรกที่เสนอ (บาท)	HPR ≈ LPR	√
	1.6	ราคาสุดท้ายที่เสนอ (บาท)	HPR ≈ LPR	√
	1.8	เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง (นาที)	HPR ≈ LPR	√

หมายเหตุ

√	หมายถึง	สนับสนุนสมมติฐาน
x	หมายถึง	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

ตารางที่ 20

สรุปผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ 2 จำแนกตามเงื่อนไขได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดและ
ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดและตัวแปรตาม 4 ตัว

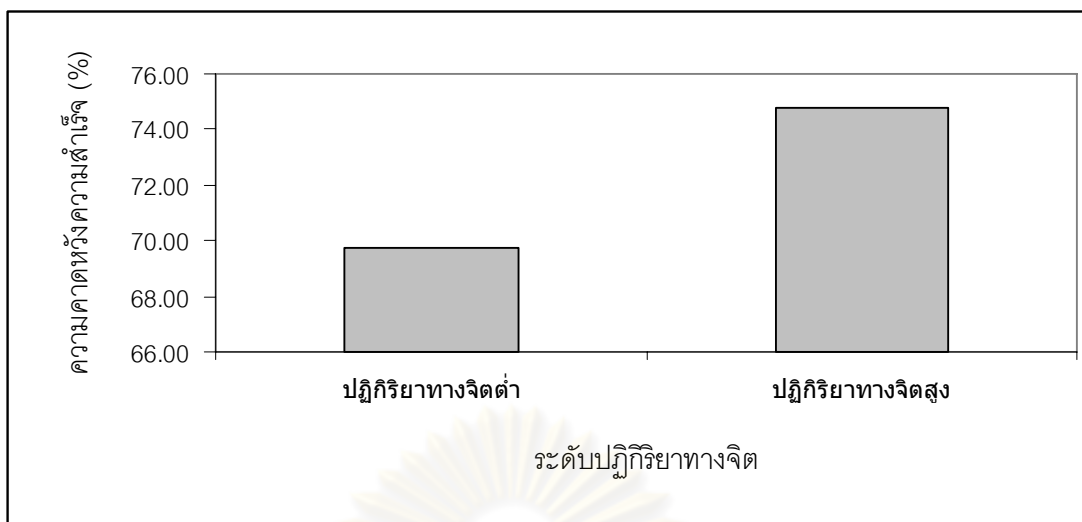
	ข้อ	สมมติฐานการวิจัย	ผลการวิเคราะห์
ความคาดหวังผลสำเร็จ (%)	2.1	ACT > NACT	√
ราคาแรกที่เสนอ (บาท)	2.2	ACT < NACT	√
ราคาสุดท้ายที่เสนอ (บาท)	2.3	ACT < NACT	√
เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง (นาที)	2.4	ACT > NACT	x

หมายเหตุ

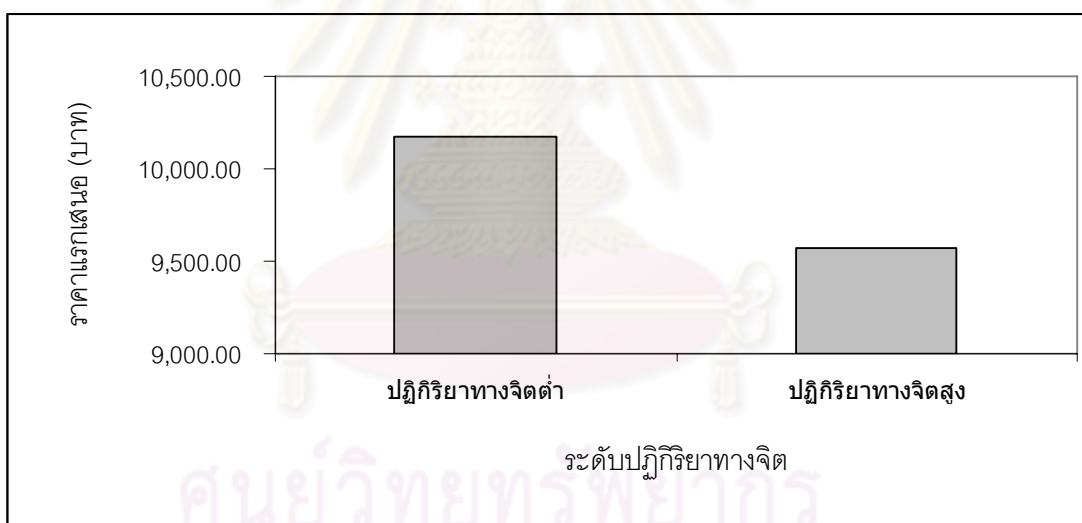
√	หมายถึง	สนับสนุนสมมติฐาน
x	หมายถึง	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพิ่มเติม

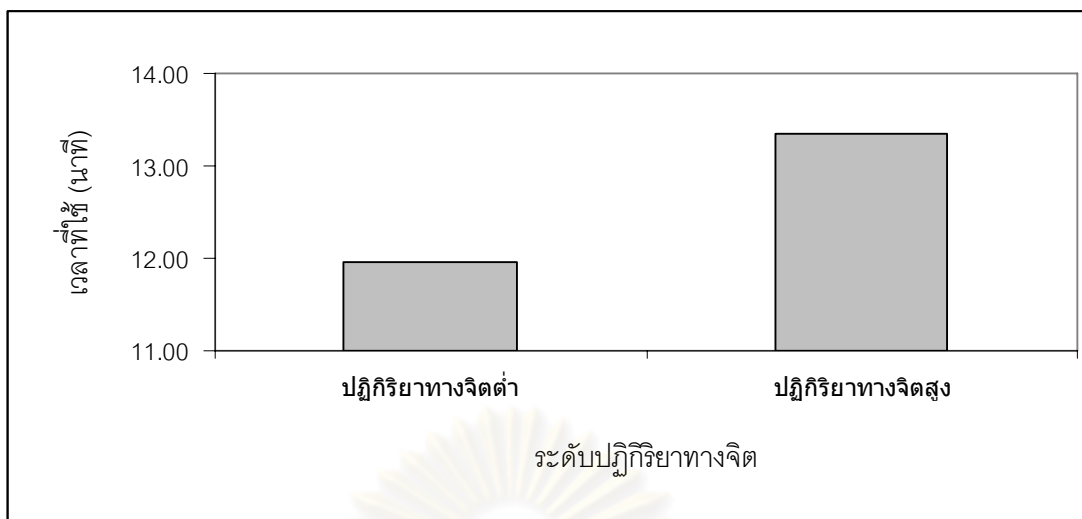
ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง พบว่า ผลหลักของปฏิริยาทางจิตมีนัยสำคัญทางสถิติ [$F(1, 76) = 4.69, p < .05, F(1, 76) = 6.47, p < .05$, และ $F(1, 76) = 4.03, p < .05$ ตามลำดับ] ดังแสดงในตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาค่ามัชฌิมเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้ว พบว่า ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีค่าร้อยละความคาดหวังผลสำเร็จ ($M = 74.80, SD = 12.23$) มากกว่า เสนอราคาแรก ($M = 9,575.00, SD = 1,059.45$) ต่ำกว่า และใช้เวลาในการเจรจาต่อรอง ($M = 13.34, SD = 3.00$) นานกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 69.75, SD = 9.74, M = 10,175.00, SD = 1,089.28, M = 11.96, SD = 3.26$ ตามลำดับ) ดังแสดงในตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานอิทธิพลของปฏิริยาทางจิตสำหรับตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกที่เสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง โดยผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังผลการเจรจาต่อรองสูงกว่า มีการเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรอง ต่ำกว่า และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองนานกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ดังภาพที่ 9 ภาพที่ 10 และภาพที่ 11 ตามลำดับ



ภาพที่ 9 มัชฌิมเลขคณิตความคาดหวังผลสำเร็จจำแนกตามระดับปฏิบัติการทางจิต



ภาพที่ 10 มัชฌิมเลขคณิตราคาแรกเสนอจำแนกตามระดับปฏิบัติการทางจิต



ภาพที่ 11 มัชฌิมเลขคณิตเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองจำแนกตามระดับปฏิกิริยาทางจิต

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 21

สรุปผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม จำแนกตามระดับปฏิกิริยาทางจิตและตัวแปรตาม 4 ตัว

ตัวแปรตาม	ผลการวิเคราะห์
ความคาดหวังผลสำเร็จ (%)	HPR > LPR
ราคาแรกที่เสนอ (บาท)	HPR < LPR
ราคาสุดท้ายที่เสนอ (บาท)	HPR \approx LPR
เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง (นาที)	HPR > LPR

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดของความเป็นหญิงเป็นชายและปฏิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรอง ขออภิปรายผลการวิจัยตามสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดนั้น

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมุติฐานข้อที่ 1 เพียงบางส่วนคือ พบว่ามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายและปฏิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดสำหรับตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จและเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง โดยผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังผลสำเร็จมากกว่า และใช้เวลาในการเจรจาต่อรองยาวนานกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำภายหลังจากได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kray และคณะ (2001) ที่พบว่าในผู้ร่วมการทดลองเพศหญิง เมื่อได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบอย่างชัดเจนจะมีผลการเจรจาต่อรองดีกว่าผู้ร่วมการทดลองเพศหญิงที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบคลุมเครือ อีกทั้งยังมีการแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวมากกว่าด้วย อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยครั้งนี้ให้ความกระจ่างมากขึ้นไปว่าการศึกษาของ Kray และคณะ (2001) กล่าวคือ การเกิดปฏิริยาต่อการกระตุ้นภาพในความคิดไม่ได้เป็นผลมาจากการกระตุ้นภาพในความคิดเพียงอย่างเดียว จากผลการทดลองแสดงให้เห็นว่าระดับปฏิริยาทางจิตมีปฏิสัมพันธ์กับการกระตุ้นภาพในความคิดด้วย ดังนั้น ปฏิริยาต่อภาพในความคิดจึงยิ่งชัดเจนมาก เมื่อผู้ร่วมการทดลองอยู่ในเงื่อนไขที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดซึ่งเห็นได้จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพของผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงหรือต่ำกว่าเงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิด นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบการเปรียบเทียบ พบว่า เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังผลสำเร็จ ($M = 80.35, SD = 11.43$) สูงกว่า มีการเสนอราคาแรก ($M = 9,250.00, SD = 910.47$) ต่ำกว่า และยังใช้เวลาในการเจรจาต่อรอง ($M = 14.35, SD = 2.01$) มากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 69.00, SD = 11.43, M = 11.56, SD = 2.89, M = 10,000.00, SD = 1,337.71$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, .05, และ .01 ตามลำดับ จะเห็นว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกจะรับรู้การถูกกีดกันและมีเกิดปฏิริยาต่อต้าน

ภาพในความคิดที่ถูกกระตุ้นนั้นมากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากระดับปฏิริยาทางจิตเป็นลักษณะบุคลิกภาพที่บ่งบอกความไวต่อการถูกกระตุ้นสติ การถูกโน้มน้าวใจ หรือการถูกจำกัดเสรีภาพ ซึ่งรวมไปถึงแนวโน้มที่จะต่อต้านโดยแสดงพฤติกรรมตรงกันข้ามกับการชี้แนะนั้น เพื่อเรียกเสรีภาพและความเป็นตัวของตัวเองกลับคืนมา ผู้หญิงที่มีลักษณะบุคลิกภาพปฏิริยาทางจิตสูงที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของเพศตนในบริบทความสามารถในการเจรจาต่อรองจึงเกิดการต่อต้านและรายงานความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่า ผู้หญิงที่มีลักษณะปฏิริยาทางจิตต่ำอย่างชัดเจน อีกทั้งแสดงออกโดยการพยายามเจรจาต่อรอง คือใช้เวลานานกว่าเพื่อต่อรองให้ได้ผลประโยชน์แก่ฝ่ายตน เพื่อหักล้างภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้นนั้น

การที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงและผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำในตัวแปรราคาสุดท้ายที่เสนอ อาจเป็นผลมาจากสถานการณ์จำลองที่สร้างขึ้น ในสถานการณ์จำลองนี้ ผู้ร่วมการทดลองต้องสวมบทบาทเป็นตัวแทนชมรมไปติดต่อเช่ารถบัส โดยผู้วิจัยได้นัดแนะกับผู้ช่วยวิจัยไว้ก่อนแล้วว่า จะลดราคาค่าเช่ารถต่ำสุดได้เท่ากับจำนวนเงินกองกลางที่ผู้ร่วมการทดลองต้องจัดสรรสำหรับเช่ารถและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เท่านั้น ซึ่งเป็นเสมือนการกดดันและจำกัดอิสรภาพของผู้ร่วมการทดลอง โดยคาดว่า ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงจะเกิดการต่อต้านการสูญเสียอิสระเสรีภาพนี้ และตัดสินใจไม่เช่ารถจากบริษัทนี้ในที่สุด แต่ผลที่พบกลับไม่เป็นไปตามที่คาดหมาย โดยอาจอธิบายได้จากการเป็นตัวแทนของกลุ่มส่งผลให้ท้ายที่สุดแล้ว ผู้ร่วมการทดลองต้องยอมรับข้อจำกัดคือ ยินยอมเช่ารถในราคาที่เท่ากับงบประมาณที่มีอยู่ แม้ว่าจะไม่เต็มใจก็ตาม จึงทำให้ตัวแปรราคาสุดท้ายที่เสนอไม่มีความแตกต่างกันระหว่างผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงและผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Schade และ Baum (2007) ที่พบการยอมตามของผู้ที่ต่อต้านสูงในระยะแรกในการสอบถามความคิดเห็นผู้เช่ารถ แล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงปฏิริยาต่อต้านและไม่เห็นด้วยที่รัฐบาลจะมีการเก็บค่าใช้ถนน (road pricing) แต่เมื่อมีการเก็บค่าใช้ถนนเกิดขึ้นจริง ผู้เช่ารถจะปรับตัวและยอมรับสภาพนั้นในที่สุด และยังพยายามหาเหตุผลด้านบวกมาสนับสนุนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตาม ผลการทดลองครั้งนี้แสดงให้เห็นด้วยว่า มีความแตกต่างระหว่างบุคคลในการเกิดปฏิริยาต่อการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบ กล่าวคือ บุคคลไม่จำเป็นต้องตอบสนองต่อการกระตุ้นโดยการแสดงออกในทางตรงกันข้ามกับการกระตุ้นนั้นอย่าง ที่ Kray และคณะค้นพบเสมอไป เพราะยังขึ้นอยู่กับปฏิริยาทางจิตของบุคคลด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการอธิบายของ Stone และ McWhinnie (2008) ที่ว่า การกระตุ้นภาพในความคิดมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมการ

ทดลองแต่ละคนแตกต่างกันและในระดับไม่เท่าเทียมกัน อีกทั้งปฏิกิริยาทางจิตจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นหรือมีบางสิ่งมากระทบสภาพความคิดที่เกี่ยวข้องให้เกิดขึ้นมาเท่านั้น ดังจะเห็นได้จากการที่ผลการทดลองไม่พบความแตกต่างในความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาที่เสนอครั้งแรก ราคาสุดท้ายที่เสนอหรือเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือต่ำในเงื่อนไขที่ไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ซึ่งจะอภิปรายเป็นลำดับต่อไป

สมมติฐานที่ 2 การการกระตุ้นภาพในความคิดทำให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้นสูงกว่าเมื่อไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

ผลการทดลองสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 สำหรับตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จ ราคาแรกที่เสนอ และราคาสุดท้ายที่เสนอ ผลการทดลองพบว่า เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ร่วมการทดลองมีความคาดหวังผลสำเร็จ ($M = 74.68, SD = 12.66$) สูงกว่า มีการเสนอราคาแรก ($M = 9,625.00, SD = 10,125$) ต่ำกว่า และเสนอราคาสุดท้าย ($M = 11,415.00, SD = 989.57$) ต่ำกว่าเมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ($M = 69.88, SD = 9.23, M = 10,125.00, SD = 972.38, M = 11,719.00, SD = 573.25$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด โดยแสดงการต่อต้านออกมาในลักษณะที่ตรงกันข้ามกับภาพในความคิดทางลบที่ได้รับการกระตุ้นนั้น ซึ่งยังคงสอดคล้องกับผลการทดลองของ Kray และคณะ (2001) เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิดจะก่อให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้น โดยเฉพาะเมื่อการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบอย่างชัดเจน ปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นจะเป็นไปในทางตรงกันข้ามกับภาพในความคิดที่บุคคลได้รับรู้

เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบจะเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้น โดยเฉพาะเมื่อการกระตุ้นภาพในความคิดนั้นมีความชัดเจน บุคคลจะพยายามต่อต้านและแสดงออกในทางตรงกันข้ามกับสิ่งที่ได้รับรู้มา เป็นผลมาจากเมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิดแล้ว บุคคลจะจัดตนเองเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มได้ 2 แนวทาง คือ กลุ่มที่ได้เปรียบหรือกลุ่มที่เสียเปรียบจากภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้นนั้น ซึ่งในการทดลองนี้ผู้วิจัยมีการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายในการเจรจาต่อรอง ผู้ร่วมการทดลองรับรู้ว่านักเจรจาต่อรองที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักเป็นผู้ชาย ทำให้ผู้ร่วมการทดลองซึ่งเป็นผู้หญิงทั้งหมดจัดตนเองเข้าสู่กลุ่มที่เสียเปรียบ และได้รับความกดดันมากขึ้นเมื่อรับรู้ว่าคู่เจรจาเป็นผู้ชาย ซึ่งถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ได้เปรียบในสถานการณ์จำลอง การตระหนักอย่างชัดเจนว่าผู้ชายมีความเหมาะสมและประสบความสำเร็จในงานที่กำลังเผชิญหน้าอยู่ส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดขึ้นและแสดงพฤติกรรมต่อต้านเพื่อหักล้างภาพในความคิดนั้น

เหตุผลที่การทดลองไม่พบความแตกต่างของเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองระหว่างเงื่อนไขที่มีการกระตุ้นหรือไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด อาจเป็นผลมาจากเหตุผล 3 ประการ ได้แก่ (1) ความแตกต่างในวิธีการและลักษณะการโน้มน้าวให้อีกฝ่ายยอมรับข้อเสนอของตน ในเงื่อนไขที่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ร่วมการทดลองมีการแสดงความตึงตันที่จะเอาชนะอีกฝ่ายจึงพยายามทำทุกวิถีทางที่จะทำให้อีกฝ่ายยอมรับข้อเสนอของตนโดยไม่สนใจเหตุผลของอีกฝ่าย และมีการใช้ถ้อยคำก้าวร้าวตอบโต้ในการเจรจาต่อรอง ขณะที่เงื่อนไขไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ร่วมการทดลองจะใช้เวลาชักถามถึงสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่จะได้ในราคาค่าเช่ารถนั้น ๆ พร้อมทั้งพยายามเกลี้ยกล่อมให้อีกฝ่ายยอมรับข้อเสนอของตน และยอมรับฟังเหตุผลของอีกฝ่ายในการเจรจาต่อรอง จึงสังเกตได้ว่าผู้ร่วมการทดลองที่ได้รับการกระตุ้นหรือไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ต่างพยายามและใช้เวลาในการเจรจาต่อรองใกล้เคียงกัน แต่มีวิธีการหรือลักษณะในการเจรจาต่อรองต่างกัน (2) อิทธิพลจากการไม่เห็นหน้าอีกฝ่ายและการรับรู้การตอบโต้ผ่านทางตัวอักษรบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ทำให้บุคคลไม่รับรู้ถึงอารมณ์ น้ำเสียง และสีหน้าของอีกฝ่ายจึงอาจเกิดเป็นภาวะนิรนามขึ้น ทำให้บุคคลมีความกล้าที่จะแสดงความต้องการของตนเองและยืนยันในความต้องการนั้นทั้งในเงื่อนไขที่ได้รับการกระตุ้นหรือไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด กล่าวคือการเจรจาต่อรองผ่านทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ร่วมการทดลองยินดีที่ใช้เวลาเจรจาต่อรองไปเรื่อย ๆ และ (3) เกิดปฏิกิริยาทางจิตเมื่อได้รับการปฏิเสธจากอีกฝ่าย ไม่ว่าผู้ร่วมการทดลองจะอยู่ในเงื่อนไขใดก็ตาม ดังนั้น ในเงื่อนไขไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงก็ยังคงเกิดการรับรู้ถึงการถูกลดรอนสิทธิ ข้อจำกัด และการสูญเสียอิสระเสรีจากสถานการณ์ที่กำลังเผชิญ จึงอาจใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมาก ในขณะที่เดียวกัน เงื่อนไขที่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำ ก็จะมีแนวโน้มคล้อยตามอีกฝ่าย จึงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองน้อยกว่า จึงอาจสรุปได้ว่า การไม่พบความแตกต่างของเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองระหว่างเงื่อนไขที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดหรือไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด เป็นเพราะการหักล้างกันของอิทธิพลจากบุคลิกภาพปฏิกิริยาทางจิต กล่าวคือ ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงที่อยู่ในเงื่อนไขไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดใช้เวลาเจรจาต่อรองมาก ในขณะที่ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำที่อยู่ในเงื่อนไขไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดใช้เวลาเจรจาต่อรองน้อย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองของทั้งสองเงื่อนไขไม่มีความแตกต่างกัน

การที่ไม่พบความแตกต่างของเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองระหว่างเงื่อนไขที่มีการกระตุ้นภาพในความคิดและเงื่อนไขไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดก็ชี้ให้เห็นว่า ปฏิกิริยาทางจิตมีส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิด เมื่อพิจารณาปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดกับปฏิกิริยาทางจิต และอิทธิพลหลักของปฏิกิริยาทางจิตแล้ว จะพบว่าผู้ร่วมการ

ทดลองในแต่ละเงื่อนไขใช้เวลาในการเจรจาต่อรองแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเงื่อนไขที่มีการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำอย่างชัดเจน

อภิปรายผลการศึกษาเพิ่มเติม

จากผลดังที่ได้อภิปรายมาแล้ว ในการศึกษาเพิ่มเติมนี้ จึงศึกษาผลหลักของปฏิริยาทางจิต ซึ่งอาจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลให้บุคคลเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้นขึ้นมา ระดับปฏิริยาทางจิตนี้จะทำให้บุคคลรับรู้ถึงการถูกจำกัด การกีดกัน และการลิดรอนอิสระเสรีภาพในสถานการณ์ที่ตนกำลังเผชิญหน้าได้รวดเร็วและมากน้อยแตกต่างกัน ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงรับรู้ถึงการคุกคามและข้อจำกัดเร็วกว่าและมากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ จะแสดงการต่อต้านออกมาในผลงานมากกว่า จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงเมื่อเข้าสู่สถานการณ์จำลองมีความคาดหวังผลสำเร็จ ($M = 74.80, SD = 12.22$) สูงกว่า เสนอราคาครั้งแรก ($M = 9,575.00, SD = 1,059.45$) ต่ำกว่า และใช้เวลาในการเจรจาต่อรอง ($M = 13.34, SD = 3.00$) มากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ($M = 69.75, SD = 9.73, M = 610,175.00, SD = 1,089.28, M = 11.96, SD = 3.26$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การต่อต้านภาพในความคิดทางลบเกี่ยวกับผู้หญิงด้านการเจรจาต่อรองในการวิจัยนี้ถือว่าการคุกคามลักษณะหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้บุคคลเกิดการต่อต้านการคุกคามหรือข้อจำกัดนั้นและพยายามแสดงผลงานหรือพฤติกรรมออกมาในทางตรงกันข้ามกับภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้นขึ้นมา โดยระดับปฏิริยาทางจิตของบุคคลจะส่งผลให้บุคคลแสดงการต่อต้านหรือคล้อยตามภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้นมากน้อยต่างกัน ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำจะมีแนวโน้มคล้อยตามและยอมรับข้อจำกัดของภาพในความคิดทางลบของผู้หญิงเกี่ยวกับการเจรจาต่อรองและสร้างผลงานในแนวทางเดียวกันกับภาพในความคิดทางลบที่ได้รับการกระตุ้น ในขณะที่ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงที่มีแนวโน้มจะแสดงพฤติกรรมต่อต้านและพยายามสร้างผลงานออกมาในทางตรงกันข้าม

สำหรับตัวแปรราคาสุดท้ายที่เสนอที่ไม่พบความแตกต่างกันระหว่างผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงหรือต่ำ อาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้ร่วมการทดลองต้องรับบทบาทเป็นผู้ตัวแทนชมรมไปเช่ารถบั๊สสำหรับทัศนจร ข้อผูกพันของการเป็นตัวแทนจึงอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ร่วมการทดลองยอมรับราคาที่ไม่น่าพึงพอใจสำหรับตนเพื่อให้ได้รถเช่า เนื่องจากการที่ผลการตัดสินใจของตนส่งผลเกี่ยวเนื่องไปยังสมาชิกชมรมคนอื่น ทำให้อิสระที่จะตัดสินใจของผู้ร่วมการทดลองถูกจำกัดทำที่สุด ไม่ว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงหรือต่ำต้องยอมรับราคาที่เท่ากับงบประมาณที่มีอยู่ไม่

แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม ผลหลักของปฏิริยาทางจิตยังปรากฏให้เห็นว่าปฏิริยาทางจิตมีอิทธิพลต่อการเกิดปฏิริยาต่อภาพในความคิดที่ได้รับการกระตุ้นให้เห็นในตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ ความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกที่เสนอ และราคาสุดท้ายที่เสนอ

สรุปผลการทดลองครั้งนี้ อาจอธิบายได้ว่า การกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิริยาทางจิตมีปฏิสัมพันธ์กันสำหรับตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองและเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง และพบผลหลักของการกระตุ้นภาพในความคิดในตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกที่เสนอ และราคาสุดท้ายที่เสนอ อีกทั้งยังพบผลหลักของปฏิริยาทางจิตในตัวแปรความคาดหวังผลสำเร็จ ราคาแรกที่เสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองด้วย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดกับปฏิบัติการทางจิตที่มีต่อการเกิดปฏิบัติการต่อภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายในการเจรจาต่อรอง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกระตุ้นภาพในความคิดที่มีต่อการเกิดปฏิบัติการต่อภาพในความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงเป็นชายในการเจรจาต่อรอง

สมมุติฐานงานวิจัย

1. มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิบัติการทางจิตต่อการเกิดปฏิบัติการต่อภาพในความคิดนั้น
 - 1.1 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ
 - 1.2 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ
 - 1.3 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ
 - 1.4 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ
 - 1.5 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ
 - 1.6 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ
 - 1.7 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ
 - 1.8 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิบัติการทางจิตต่ำ

2. การการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนทำให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้นสูงกว่าเมื่อไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

2.1 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนมีความคาดหวังผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

2.2 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

2.3 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนมีเสนอราคาครั้งสุดท้ายต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

2.4 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างเครื่องมือ

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสร้างมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต จำนวน 150 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตรวจสอบลักษณะและภาพในความคิดเกี่ยวกับนักเจรจาต่อรอง จำนวน 126 คน

2. กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจริงเป็นนิสิตหญิงปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนวิชาจิตวิทยาทั่วไป ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2553 ที่ผ่านการทำมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต แล้วคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือผู้ที่มีคะแนนจากมาตรปฏิกิริยาทางจิตไม่น้อยกว่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 และผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำหรือผู้ที่มีคะแนนจากมาตรปฏิกิริยาทางจิตไม่มากกว่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 80 คน แล้วสุ่มกลุ่มตัวอย่างเข้าสู่เงื่อนไขการทดลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย

1. มาตรวัดปฏิกิริยาทางจิต

เป็นมาตรที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเพื่อใช้จำแนกระดับปฏิกิริยาทางจิต จำนวน 44 ข้อกระทง โดยศึกษาและพัฒนามาจากมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตจำนวน 3 มาตร ดังนี้

1. มาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตชุด QMPR (The Questionnaire for Measurement of Psychological Reactance) ของ Merz (1983) ซึ่งได้รับการพัฒนาต่อมาโดย Donnel และคณะ (2001)

2. มาตรวัดปฏิกิริยาชุด Hong Psychological Reactance Scale Item ของ Hong และ Page (1989) ซึ่งได้รับการพัฒนาต่อมาโดย Donnel และคณะ (2001)

3. มาตรปฏิกิริยาทางจิตของพิมพ์ประไพ จิตหาญ (2006)

2. เครื่องคอมพิวเตอร์

เครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้โปรแกรมสนทนาเอ็นเอสเอ็น (MSN) ได้ โดยได้มีการตั้งค่าแสดงเวลาในการโต้ตอบระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับหน้าม้าไว้เรียบร้อยแล้ว

3. บทความคำชี้แจงกิจกรรมสำหรับการกระตุ้นภาพในความคิด

บทความคำชี้แจงเกี่ยวกับกิจกรรมมีจำนวน 2 บทความตามเงื่อนไขที่มีการกระตุ้นภาพในความคิดหรือเงื่อนไขที่ไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด

4. บทความสถานการณ์การเจรจาต่อรองที่จำลองขึ้น

บทความสถานการณ์ที่สร้างขึ้นนี้มีจำนวน 1 บทความ เพื่ออธิบายสถานการณ์และบทบาทที่กลุ่มตัวอย่างได้รับในสถานการณ์นี้ โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับบทบาทเป็นตัวแทนชมรมไปติดต่อขอเช่ารถจากบริษัทรถเช่าแห่งหนึ่ง

5. แบบประเมินที่ใช้วัดร้อยละความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง

ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 1 ข้อ ประเมินว่ากลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จในสถานการณ์จำลองนี้มากน้อยเพียงไร โดยให้ตอบเป็นค่าร้อยละความคาดหวัง

วิธีดำเนินการทดลอง

1. นำมาตรวัดปฏิกิริยาทางจิตไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ แล้วนำมาคำนวณหาค่าปฏิกิริยาทางจิต ก่อนที่จะติดต่อเชิญกลุ่มตัวอย่างเข้ามาร่วมการทดลอง โดยเชิญเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงหรือกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนปฏิกิริยาทางจิตมากกว่าหรือเทียบเท่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 เป็นกลุ่มสูงและกลุ่มที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำหรือกลุ่มที่มีคะแนนปฏิกิริยาทางจิตต่ำกว่าหรือเทียบเท่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 เป็นกลุ่มต่ำมาร่วมการทดลอง
2. สุ่มผู้ร่วมการทดลองเข้าสู่ 1 ใน 2 เงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิด โดยผู้ร่วมการทดลองทุกคนจะได้อ่านบทความคำชี้แจงเกี่ยวกับกิจกรรม
3. ให้ผู้ร่วมการทดลองอ่านบทความสถานการณ์การเจรจาต่อรองตามบทบาทที่ได้รับ ซึ่งผู้ร่วมการทดลองจะได้รับบทบาทเป็นตัวแทนชมรมติดต่อเช่ารถบัสสำหรับทำกิจกรรมชมรมเสมอ
4. เมื่อผู้ร่วมการทดลองอ่านบทความจบ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามก่อนเข้าสู่สถานการณ์ให้ผู้ร่วมการทดลองประเมินว่าความคาดหวังที่จะประสบความสำเร็จ¹ในการเจรจาต่อรองครั้งนี้มากน้อยเพียงไร โดยตอบเป็นค่าร้อยละ แล้วจึงให้ผู้ร่วมการทดลองสวมบทบาทและเข้าสู่สถานการณ์เจรจาต่อรอง โดยใช้โปรแกรมเอ็มเอสเอ็น (msn) เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร เป็นเวลา 10-20 นาที
5. ผู้วิจัยบันทึกผลการเจรจาต่อรองของผู้ร่วมการทดลอง แล้วเปิดเผยวัตถุประสงค์การวิจัยและขอรับรองไม่ให้ผู้ร่วมการทดลองเปิดเผยเรื่องราวทั้งหมดแก่ผู้อื่นฟัง พร้อมทั้งกล่าวขอบคุณผู้ร่วมการทดลอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two – way ANOVA) 2 (ปฏิกิริยาทางจิต : สูงและต่ำ) x 2 (เงื่อนไขการกระตุ้นภาพในความคิด : มีการกระตุ้นภาพในความคิดและไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิด) เพื่อเปรียบเทียบ

¹ ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองในที่นี้ หมายถึง ราคาที่เจรจาต่อรองได้เทียบเท่าหรือใกล้เคียงราคาเช่ารถที่ต้องการอย่างแท้จริงเพียงไร

ค่าเฉลี่ยของตัวแปรตาม ได้แก่ ความคาดหวังต่อผลสำเร็จของงาน ราคาที่เสนอครั้งแรก ราคาที่เสนอครั้งสุดท้าย และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง หลังจากนั้นจึงทำการเปรียบเทียบรายคู่

ผลการวิจัย

1 มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นภาพในความคิดและปฏิกิริยาทางจิตต่อการเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้น

1.1 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.2 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังต่อผลการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.3 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.4 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.5 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.6 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงเสนอราคาครั้งสุดท้ายในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.7 เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.8 เมื่อบุคคลไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด ผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงใช้เวลาในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างจากผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การการกระตุ้นภาพในความคิดทำให้เกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้นสูงกว่าเมื่อไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิด

2.1 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดมีความคาดหวังผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนเสนอราคาครั้งแรกในการเจรจาต่อรองต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนมีเสนอราคาครั้งสุดท้ายต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดแบบชัดเจนใช้เวลาในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

การกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของเพศหญิงในการเจรจาต่อรองและระดับปฏิกิริยาทางจิตมีอิทธิพลต่อการเกิดปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดในการเจรจาต่อรองของผู้หญิงเมื่อคิดว่าการกำลังเจรจาต่อรองกับผู้ชาย เมื่อมีการกระตุ้นภาพในความคิดว่าผู้ชายมีทักษะและประสบความสำเร็จมากกว่าผู้หญิงในการเจรจาต่อรอง ผู้หญิงที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงมีปฏิกิริยาต่อภาพในความคิดนั้นและแสดงออกมาในการเจรจาต่อรองโดยคาดหวังผลการเจรจาต่อรองสูงกว่าและใช้เวลาในการเจรจาต่อรองนานกว่าผู้หญิงที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำอย่างชัดเจน แต่เมื่อไม่มีการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของเพศหญิง ผู้หญิงที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงแสดงออกไม่แตกต่างจากผู้หญิงที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำ อาจสรุปได้ว่าสมมติฐานของการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนในกรณีที่มีความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองและเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองเป็นตัวแปรตาม นอกจากนี้ยังพบผลหลักของการกระตุ้นภาพในความคิดต่อความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอและราคาสุดท้ายที่เสนอ กล่าวคือ เมื่อผู้หญิงได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของเพศหญิงจะมีความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง มีการเสนอราคาครั้งแรกและเสนอราคาครั้งสุดท้ายต่ำกว่าเมื่อไม่ได้รับการกระตุ้น อีกทั้งพบผลหลักของปฏิกิริยาทางจิตต่อความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรอง ราคาแรกเสนอ และเวลาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง นั่นคือผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงมีความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่า เสนอราคาครั้งแรกต่ำกว่า และเสนอราคาครั้งสุดท้ายต่ำกว่าผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตต่ำ

ผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตสูงที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกจะรับรู้การถูกกีดกันและมีเกิดปฏิริยาต่อต้านภาพในความคิดที่ถูกกระตุ้นนั้นมากกว่าผู้ที่มีปฏิริยาทางจิตต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากระดับปฏิริยาทางจิตเป็นลักษณะบุคลิกภาพที่บ่งบอกความไวต่อการถูกกลืนรอนสิทธิ การถูกโน้มน้าวจูงใจ หรือการถูกจำกัดเสรีภาพ ซึ่งรวมไปถึงแนวโน้มที่จะต่อต้านโดยแสดงพฤติกรรมตรงกันข้ามกับการชี้แนะนั้นเพื่อเรียกเสรีภาพและความเป็นตัวของตัวเองกลับคืนมา ผู้หญิงที่มีลักษณะบุคลิกภาพปฏิริยาทางจิตสูงที่ได้รับการกระตุ้นภาพในความคิดทางลบของเพศตนในบริบทความสามารถในการเจรจาต่อรองจึงเกิดการต่อต้านและรายงานความคาดหวังผลสำเร็จในการเจรจาต่อรองสูงกว่าผู้หญิงที่มีลักษณะปฏิริยาทางจิตต่ำอย่างชัดเจน

การวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่า ผลการเจรจาต่อรองขึ้นอยู่กับทั้งระดับปฏิริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดของผู้เจรจาต่อรอง ปัจจัยทั้งสองนี้ปฏิสัมพันธ์กันและส่งอิทธิพลหลักต่อพฤติกรรมในการเจรจาต่อรองด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามแนวทางการศึกษาจากงานวิจัยในอดีตโดยใช้ ANOVA ในการวิเคราะห์ การศึกษาครั้งต่อไปอาจจะใช้การวิเคราะห์ด้วย MANOVA เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม
2. งานวิจัยครั้งนี้จำกัดเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นกลุ่มมีการศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา และมีความคล้ายคลึงกันค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงผลที่จะเกิดขึ้นในกลุ่มทางสังคมอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายด้วย
3. งานวิจัยครั้งนี้จำกัดให้ผู้ร่วมการทดลองสนทนากับอีกฝ่ายซึ่งเป็นผู้ช่วยวิจัย ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจัดให้ผู้ร่วมการทดลองสนทนากันเองแทนการใช้หน้าม้า หรือเปลี่ยนเป็นการติดต่อกันทางโทรศัพท์ การพูดคุยแบบเผชิญหน้ากัน เพื่อให้เหมือนสถานการณ์จริงยิ่งขึ้น
4. การศึกษาครั้งต่อไปอาจจัดกระทำสถานการณ์จำลองในรูปแบบอื่น เช่น การเจรจาต่อรองในบริบทอื่น หรือในสถานการณ์ที่มุ่งเน้นเสรีภาพส่วนบุคคลมากกว่าการเจรจาต่อรองในฐานะเป็นตัวแทนของกลุ่ม เพื่อศึกษาอิทธิพลของระดับปฏิริยาทางจิตและการกระตุ้นภาพในความคิดให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ฐิติพร ศรีทอง. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง การเปรียบเทียบทางสังคมภายนอกและความพึงพอใจในการเจรจาต่อรอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทศพล รัตนภากร. (2546). *ผลของการอภิปรายกลุ่มและการกระจายข้อมูลต่อภาพในความคิด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีระพร อุวรรณโณ. (2546). *เจตคติ : การศึกษาตามแนวทฤษฎีหลัก (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร : คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (อัดสำเนา)
- พรพรรณ สีขมาน. (2549). *อิทธิพลของการกำกับการแสดงออกของตนและการคุกคามจากภาพในความความคิดต่อผลงานด้านคณิตศาสตร์ของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ประไพ จิตหาญ. (2549). *อิทธิพลของทิศทางของสารต่อการเปิดรับสื่อทางเพศผ่านอินเทอร์เน็ตในผู้ที่มีปฏิกิริยาทางจิตสูงและต่ำ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รสนัน สุรสนธิ. (2540). *การเปรียบเทียบปฏิกิริยาทางจิตจากการลีดรอนเสรีภาพแบบใช้เหตุผลส่วนบุคคลและแบบใช้เหตุผลอื่นจากภายนอกระหว่างกลุ่มนิสิตที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงและต่ำ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สินีรัตน์ โชติญาณนนท์. (2550). *บทบาทของเพศ บทบาททางเพศ และความเป็นปัจเจกนิยม-คิตริวมหมู่ต่อการเสียใจภายหลังและเป้าหมายการควบคุม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Amanatullah, E. T., Morris, M. W., & Curhan, J. R. (2008). Negotiators who give too much: Unmitigated communion, relational, anxieties, and economic costs in distributive and integrative bargaining [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 95*, 723-738.
- Aronson, J., Fried, C. B., & Good, C. (2002). Reducing the effect of stereotype threat on African American college students by shaping theories of intelligence [Electronic version]. *Journal of Experimental Social Psychology, 38*, 113-125.
- Babcock, L. (2007). Dinner parties and poker games: Setting the table, shaping the game, and other negotiation metaphors [Electronic version]. *Negotiation Journal, 1*, 75-83.
- Babcock, L., & Laschever, S. (2003). *Women don't ask: Negotiation and gender divide*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Banaji, M. R., & Greenwald, A. G. (1995). Implicit gender stereotyping in judgments of fame [Electronic version]. *Attitudes and Social Cognition, 68*, 181-198.
- Bargh, J. A., Chen, M., & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 71*, 230-244.
- Barron, L. A. (2003). Ask and you shall receive? Gender difference in negotiator's beliefs about requests for a higher salary [Electronic version]. *Human Relations, 56*, 635-662.
- Barry, B., & Friedman, R. A. (1998). Bargainer characteristics in distributive and integrative negotiation [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*, 345-359.
- Ben-Zeev, T., Fein, S., & Inzlicht, M. (2005). Arousal and stereotype threat [Electronic version]. *Journal of Experimental Social Psychology, 41*, 174-181.
- Bowles, H. R., Babcock, L., & McGinn, K. L. (2005). Constrains and triggers: Situational mechanic of gender in negotiation [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*, 951-965.

- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (1981). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. London: Academic Press.
- Buboltz Jr., W. C., Williams, D. J., Thomas, A., Seemann, E.A., Soper, B., & Woller, K. (2003). Personality and psychological reactance: Extending the nomological net [Electronic version]. *Personality and Individual Differences*, 33, 1167-1177.
- Carr, P. B., & Steele, C. M. (2009). Stereotype threat and inflexible perseverance in problem solving [Electronic version]. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 853-859.
- Dijksterhuis, A., & Knippenberd, A. V. (1998). The relation between perception and behavior or how to win a game of trivial pursuit [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 865-877.
- Dijksterhuis, A., Spears, R., Postmes, T., Stapel, D. A., Knippenberd, A. V., & Scheepers, D. (1998). Seeing one thing and doing another: Contrast effects in automatic behavior [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 862-871.
- Donnell, A. J., Thomas, A., & Buboltz, W. C. (2001). Psychological reactance: Factor structure and internal consistency of the questionnaire for the measurement of psychological reactance [Electronic version]. *The Journal of Social Psychology*, 141, 679-687.
- Dowd, E. T., Wallbrown, F., Sanders, D., & Yesenosky, J. M. (1994). Psychological reactance and its relationship to normal personality variables [Electronic version]. *Cognitive Therapy and Research*, 18, 601-612.
- Graziano, W. G., Jensen-Cambell, L. A., & Hair, E. C. (1996). Perceiving interpersonal conflict and reacting to it: The case for agreeableness [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 820-835.
- Grimm, L. R., Markman, A. B., Maddox, W. T., & Baldwin, G. C. (2009). Stereotype threat reinterpreted as a regulatory mismatch. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 288-304.
- Hong, S. -M., Giannakopoulos, E., Laing, D. & Williams, N. A. (2001). Psychological reactance: Effects of age and gender [Electronic version]. *Journal of Social Psychology*, 134, 223-228.

- Jonas, E., Graupmann, V., Kayser, D. N., Zanna, M., Traut, M. E., & Frey, D. (2009). Culture, self, and the emergence of reactance: Is there a “universal” freedom? [Electronic version]. *Journal of Experimental Social Psychology, 45*, 1068-1080.
- Koeszegi, S. T., Eva, M., & Stolz, S. W. (2006). Gender salience in electronic negotiations [Electronic version]. *Electronic Markets, 16*, 173-185.
- Kray, L. J., Galinsky, A., & Thompson, L. (2002). Reversing the gender gap in negotiations: An exploration of stereotype regeneration [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 87*, 386-409.
- Kray, L. J., Reb, J., Galinsky, A. D., & Thompson, L. (2009). Stereotype reactance at the bargaining table: The effect of stereotype activation and power on claiming and creating value [Electronic version]. *Personality and Social Psychology Bulletin, 30*, 399-411.
- Kray, L. J., Thompson, L., & Galinsky, A. (2001). Battle of the sexes: Gender stereotype confirmation and reactance in negotiations [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 80*, 942-958.
- Lee, G., & Lee, W. J. (2009). Psychological reactance to online recommendation services [Electronic version]. *Information & Management, 46*, 448-452.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M., Barry, B., & Minton, J. (2004). *Essentials of negotiation* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Magee, J. C., Galinsky, A. D., & Gruenfeld, D. H. (2007). Power, propensity to negotiation, and moving first in competitive interactions [Electronic version]. *Personality and Social Psychology Bulletin, 33*, 200-212.
- MaGlone, M. S., & Aronson, J. (2006). Stereotype threat, identity salience, and spatial reasoning [Electronic version]. *Journal of Applied Developmental Psychology, 27*, 486-493.
- Major, B., McFarlin, D. B., & Gagnon, D. (1984). Overworked and underpaid: On the nature of gender differences in personal entitlement [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 47*, 1399-1412.
- Martens, A., John, M., Greenberg, J., & Schimel, J. (2006). Combating stereotype threat: The effect of self-affirmation on women’s intellectual performance [Electronic version]. *Journal of Experimental Social Psychology, 42*, 236-243.

- Myers, D. G. (2008). *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Quick, B. L., & Stephenson, M. T. (2007). Further evidence that psychological reactance can be modeled as a combination of anger and negative cognitions [Electronic version]. *Communication Research*, 34, 255-276.
- Rudman, L. A. (1998). Self-promotion as a risk factor for women: The costs and benefits of counterstereotypical impression management [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 629-645.
- Rudman, L. A., & Glick, P. (1999). Feminized management and backlash toward agentic women: The hidden costs to women of a kinder, gender image of middle managers [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1004-1010.
- Rydell, R. J., McConnell, A. R., & Beilock, S. L. (2009). Multiple social identities and stereotype threat: Imbalance, accessibility, and working memory [Electronic – version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 949-966.
- Schade, J., & Baum, M. (2007). Reactance or acceptance? Reactions towards the introduction of road pricing [Electronic version]. *Transportation Research Part A*, 41, 41-48.
- Seemann, E. A., Buboltz, W., Thomas, A., Soper, B., & Wilkinson, L. (2005). Normal personality variables and their relationship to psychological reactance [Electronic version]. *Individual Differences Research*, 3, 88-98.
- Seibel, C. A., & Dowd, E. T. (1999). Reactance and therapeutic noncompliance [Electronic version]. *Cognitive Therapy and Research*, 23, 373-379.
- Shen, L., & Dillard, J. P. (2005). Psychometric properties of the Hong psychological reactance scale [Electronic version]. *Journal of Personality Assessment*, 85, 74-81.
- Small, D. A., Gelfand, M., Babcock, L., & Gettman, H. (2007). Who goes to the bargaining table? The influence of gender and framing on the initiation of negotiation [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 600-613.

- Steele, C. M., & Aronson, J. (1995). Stereotype threat and the intellectual test performance of African American [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, *69*, 797-811.
- Stone, J., Lynch, C. I., Sjomeling, M., & Darley, J. M. (1999). Stereotype threat effects on black and white athletic performance [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, *77*, 1213-1227.
- Stone, J. & McWhinnie, C. (2008). Evidence that blatant versus subtle stereotype threat cues impact performance through dual processes [Electronic version]. *Journal of Experimental Social Psychology*, *44*, 445-452.
- Stuhlmacher, A. F., Citera, M., & Willis, T. (2007). Gender differences in virtual negotiation: Theory and research [Electronic version]. *Sex Roles*, *57*, 329-339.
- Stuhlmacher, A. F., & Walters, A. E. (1999). Gender differences in negotiation outcome: A meta-analysis [Electronic version]. *Personnel Psychology*, *52*, 653-677.
- Thomas, A., Donnell, A. J., & Budoitz, W. C. (2001). The Hong psychological reactance scale: A confirmatory factor analysis [Electronic version]. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, *34*, 1-12.
- Thompson, L. L. (2005). *The mind and heart of negotiator* (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Walton, G. M., & Cohan, G. L. (2003). Stereotype lift [Electronic version]. *Journal of Experimental Social Psychology*, *39*, 456-467.
- Wood, V. F., & Bell, P. A. (2008). Predicting interpersonal conflict resolution styles from personality characteristics [Electronic version]. *Personality and Individual Differences*, *45*, 126-131.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามความคิดเห็นความรู้สึกและการกระทำ

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นความรู้สึกและการกระทำของบุคคลในสังคมปัจจุบัน คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงในช่อง และเติมข้อมูลลงในช่องว่าง

1. เพศ หญิง ชาย
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา ชั้นปี.....
4. คณะ

ตอนที่ 1

โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ว่า ตรงกับตรงกับตัวท่าน เพียงใด

ข้อ	ข้อความ	ไม่ตรงกับตัวฉันเลย	ไม่ค่อยตรงกับตัวฉัน	ตรงและไม่ตรงกับตัวฉันพอ	ค่อนข้างตรงกับตัวฉัน	ตรงกับตัวฉันที่สุด
1*	ฉันรู้สึกไม่สบายใจหากต้องฝ่าฝืนกฎระเบียบ	1	2	3	4	5
2*	ฉันไม่ยอมเป็นเสียงส่วนน้อยในกลุ่ม	1	2	3	4	5
5	ฉันจะรู้สึกโกรธเมื่อผู้อื่นชี้ให้เห็นในสิ่งที่ฉันรู้อยู่แล้ว	1	2	3	4	5
6	ฉันมักทำตรงกันข้ามกับข้อเสนอแนะและคำแนะนำต่าง ๆ	1	2	3	4	5
7	การได้ตัดสินใจด้วยตนเองเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับฉัน	1	2	3	4	5
10*	ฉันไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการที่จะต้องทำในสิ่งที่คนอื่นเลือกให้	1	2	3	4	5

* หมายถึง ข้อที่มีการกลับคะแนน

ภาคผนวก ข

ตารางที่ ข

การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์รายข้อของมาตรฐานปฏิบัติทางจิต (จำนวน 59 ข้อ)

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อกระทงกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ (N = 150)		ข้อที่ผ่านการวิเคราะห์	
	กลุ่มสูง (n = 39)		กลุ่มต่ำ (n = 39)		ค่า t	ค่า p	53 ข้อ		44 ข้อ
	M	SD	M	SD					
1	2.90	1.02	1.95	0.60	4.99***	.000	.45	.46	ผ่าน
2	3.03	0.96	2.54	0.91	2.30*	.012	.18	.19	ผ่าน
3	2.82	0.76	2.23	0.67	3.65***	.000	.27	.27	ผ่าน
4	4.36	0.67	3.28	1.00	5.60***	.000	.41	.40	ผ่าน
5	3.54	0.97	2.54	0.97	4.56***	.000	.32	.33	ผ่าน
6	2.77	1.01	1.85	0.54	5.03***	.000	.41	.42	ผ่าน
7	4.33	0.66	3.95	0.76	2.38*	.010	.14	.15	ผ่าน
8	4.56	0.68	4.46	0.60	0.71	.241	-	-	ไม่ผ่าน
9	4.41	0.64	3.72	0.79	4.25***	.000	.33	.32	ผ่าน
10	3.26	0.75	2.69	0.61	3.63***	.000	.23	.23	ผ่าน
11	3.90	1.05	2.95	1.02	4.05***	.000	.21	.19	ผ่าน
12	2.79	0.73	2.26	0.79	3.13**	.001	.24	.25	ผ่าน
13	3.79	0.92	2.97	0.93	3.91***	.000	.26	.26	ผ่าน
14	4.31	0.73	3.38	0.94	4.86***	.000	.33	.32	ผ่าน
15	3.41	1.07	2.72	1.05	2.89**	.003	.31	.30	ผ่าน
16	3.33	0.87	2.77	0.84	2.91**	.003	.15	.17	ผ่าน
17	2.41	0.97	1.72	0.79	3.46***	.000	.33	.32	ผ่าน
18	2.92	0.96	2.44	0.88	2.34*	.011	.12	-	ไม่ผ่าน
19	2.90	0.64	2.41	0.55	3.61***	.001	.32	.32	ผ่าน
20	2.51	0.82	1.79	0.57	4.48***	.000	.38	.38	ผ่าน
21	3.41	0.88	2.41	0.88	5.02***	.000	.49	.48	ผ่าน
22	3.10	0.88	2.74	0.82	1.86	.033	-	-	ไม่ผ่าน
23	2.87	0.89	1.72	0.65	6.53***	.000	.45	.46	ผ่าน
24	2.33	1.13	1.85	0.87	2.13*	.019	.13	-	ไม่ผ่าน
25	2.95	0.86	2.15	0.67	4.56***	.000	.35	.34	ผ่าน
26	3.67	0.77	3.20	1.03	2.24*	.014	.19	.19	ผ่าน

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อกระทงกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ (N = 150)		ข้อที่ผ่านการวิเคราะห์
	กลุ่มสูง (n = 39)		กลุ่มต่ำ (n = 39)		ค่า <i>t</i>	ค่า <i>p</i>	53 ข้อ	44 ข้อ	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>					
27	3.33	0.93	3.18	0.76	0.80	.213	-	-	ไม่ผ่าน
28	2.87	1.08	2.28	0.97	2.53*	.007	.17	-	ผ่าน
29	3.31	0.98	2.21	0.95	5.05***	.000	.34	.37	ผ่าน
30	3.74	0.88	2.26	0.94	7.22***	.000	.54	.54	ผ่าน
31	3.21	1.08	2.72	1.00	2.07*	.021	.11	-	ไม่ผ่าน
32	3.92	0.77	3.31	0.80	3.45***	.000	.19	.20	ผ่าน
33	3.64	1.01	2.33	1.06	5.57***	.000	.45	.46	ผ่าน
34	2.67	0.81	1.77	0.54	5.79***	.000	.46	.45	ผ่าน
35	3.10	0.88	2.33	0.77	4.10***	.000	.26	-	ไม่ผ่าน
36	2.74	0.91	2.31	0.95	2.07*	.021	.17	-	ไม่ผ่าน
37	3.95	0.72	3.74	0.68	1.29	.100	-	-	ไม่ผ่าน
38	3.46	0.76	2.18	0.88	6.88***	.000	.59	.59	ผ่าน
39	3.46	0.97	2.28	0.97	5.37***	.000	.55	.54	ผ่าน
40	2.95	1.02	1.49	0.68	7.41***	.000	.52	.52	ผ่าน
41	2.54	0.94	1.61	0.54	5.30***	.000	.52	.52	ผ่าน
42	4.15	0.84	3.38	0.91	3.88***	.000	.30	.30	ผ่าน
43	2.85	0.74	2.15	0.67	4.31***	.000	.35	.38	ผ่าน
44	3.82	0.79	3.26	0.75	3.23**	.001	.26	.25	ผ่าน
45	2.33	0.84	2.10	0.75	1.28	.103	-	-	ไม่ผ่าน
46	3.10	1.07	2.70	1.00	1.75	.143	-	-	ไม่ผ่าน
47	2.85	0.78	2.13	0.70	4.29***	.000	.38	.36	ผ่าน
48	2.77	1.06	1.87	0.89	4.04***	.000	.35	.35	ผ่าน
49	2.92	1.01	1.82	0.85	5.20***	.000	.45	.45	ผ่าน
50	3.90	0.82	3.10	0.94	3.98***	.000	.34	.36	ผ่าน
51	3.21	0.89	2.77	0.67	2.44*	.009	.24	.26	ผ่าน
52	2.87	0.86	2.05	0.72	4.55***	.000	.31	-	ผ่าน
53	3.38	0.81	2.51	0.68	5.12***	.000	.37	.38	ผ่าน
54	3.28	0.92	2.59	0.97	3.25**	.001	.32	-	ไม่ผ่าน
55	2.49	1.02	1.41	0.50	5.90***	.000	.46	.45	ผ่าน
56	2.95	1.15	2.23	1.01	2.93**	.002	.34	.31	ผ่าน
57	2.67	0.84	1.97	0.78	3.78***	.000	.26	.26	ผ่าน

ข้อ	การวิเคราะห์ข้อกระทงกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ					ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ (N = 150)		ข้อที่ผ่านการวิเคราะห์	
	กลุ่มสูง (n = 39)		กลุ่มต่ำ (n = 39)		ค่า t	ค่า p	53 ข้อ		44 ข้อ
	M	SD	M	SD					
58	3.23	1.04	2.79	0.70	2.18*	.017	.12	-	ไม่ผ่าน
59	2.74	1.23	1.85	0.84	3.76***	.000	.32	.30	ผ่าน
						α	.88	.88	

หมายเหตุ

ค่าที่ (t - value) ที่ขีดเส้นใต้คำนวณโดยแยกความแปรปรวน (equal variances not assumed)

ค่า r วิฤต (148) = .136, $p < .05$, หนึ่งหาง

* $p < .05$, หนึ่งหาง. ** $p < .01$, หนึ่งหาง. *** $p < .001$, หนึ่งหาง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

ตารางที่ ค

ความถี่ของลักษณะนักเจรจาต่อรองหรือผู้ที่ประสบความสำเร็จในการต่อรองในมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง ($N = 126$) มุมมองของตัวอย่างเพศชาย ($n = 63$) และในมุมมองตัวอย่างเพศหญิง ($n = 63$)

ลำดับ	ลักษณะ	ความถี่		
		กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
1	มีทักษะในการพูด (พูดเก่ง ชัดเจน ตรงประเด็น)	91	42	49
2	บุคลิกดี	47	23	24
3	มีความน่าเชื่อถือ	40	15	25
4	มีความรู้	40	25	15
5	มีเหตุผล	35	13	22
6	ฉลาดและมรโหฬาร	36	21	15
7	ใจเย็น สุขุม รอบคอบ	32	16	16
8	มีความมั่นใจในตนเองและกล้าแสดงออก	24	13	11
9	สามารถในการโน้มน้าวใจผู้อื่นได้ดี	26	17	9
10	มีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายดีและเป็นมิตร	23	13	10
11	ประเมิน ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	22	7	15
12	รู้จักประนีประนอม มีความยืดหยุ่น	20	8	12
13	ควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี	17	12	5
14	เข้าใจความต้องการของผู้อื่น	15	11	4
15	มีความเด็ดขาดและกล้าตัดสินใจ	12	6	6
16	มีความเข้าใจหลักจิตวิทยา	14	9	5
17	มีความมุ่งมั่นพยายาม	11	8	3
18	มีความอ่อนน้อม	10	7	3
19	ซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ไม่โกหก	10	6	4
20	มีอำนาจและความเป็นผู้นำ	8	2	6
21	สามารถรับอารมณ์ของผู้อื่นได้เร็ว	8	7	1

ลำดับ	ลักษณะ	ความถี่		
		กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
22	มีจุดยืน	8	4	4
23	รู้เท่าทันคน มีเล่ห์เหลี่ยมและรู้จักใช้กลยุทธ์	7	4	3
24	มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและพร้อมเปิดใจรับสิ่งใหม่	5	4	1
25	กระฉับกระฉ่ง	5	2	3
26	มีน้ำเสียงน่าฟัง	4	1	3
27	เป็นนักฟังที่ดี	4	1	3
28	มีความยุติธรรม	4	0	4
29	มีการเตรียมความพร้อมมาก่อน	4	2	2
30	รู้กาลเทศะ	4	2	2

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงรายข้อ โดยการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์

ผลการวิเคราะห์ของเพศที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดว่าผู้ที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองเป็นเพศชาย จำนวน 40 คน จาก 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.49 และคิดว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 23 คน จาก 63 คน คิดเป็นร้อยละ 36.51 ในทำนองเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดว่าผู้ที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองเป็นเพศชาย จำนวน 38 คน จาก 63 คน คิดเป็นร้อยละ 60.32 และคิดว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.68 ซึ่งสัดส่วนของการเลือกเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\chi^2 (1, 126) = 0.14, p = .714$ ดังรายละเอียดในตารางที่ ง1

ตารางที่ ง1

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ($N = 126$)

เพศผู้ตอบ	เพศที่ถูกเลือก		รวม	χ^2
	ชาย	หญิง		
ชาย	40 (63.49%)	23 (36.51%)	63 (100.00%)	0.14
หญิง	38 (60.32%)	25 (39.68%)	63 (100.00%)	
รวม	78 (61.90%)	48 (38.10%)	126 (100.00%)	

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศที่ถูกเลือกว่าประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรอง ด้วยการทดสอบไค-สแควร์ พบว่า สัดส่วนของการเลือกเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\chi^2 (1, 126) = 7.14, p = .008$ แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเพศชายมีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองมากกว่าเพศหญิง ดังรายละเอียดตารางที่ ง2

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง (N = 126)

	เพศที่ถูกเลือก		รวม	χ^2
	ชาย	หญิง		
กลุ่มตัวอย่าง	78 (61.90%)	48 (38.10%)	126 (100.00%)	7.14**

** $p < .01$.

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศที่ถูกเลือกว่ามีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองแบบแยกเพศผู้ตอบ ด้วยการทดสอบไค-สแควร์ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดว่าเพศชายและเพศหญิงมีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\chi^2 (1, 63) = 4.59, p = .032$ และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลือกว่าเพศชายและเพศหญิงมีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\chi^2 (1, 63) = 2.68, p = .101$ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองของกลุ่มตัวอย่างแบบแยกเพศ (N = 126)

เพศผู้ตอบ	เพศที่ถูกเลือก		รวม	χ^2
	ชาย	หญิง		
ชาย	40 (63.49%)	23 (36.51%)	63 100.00%	4.59*
หญิง	38 (60.32%)	25 (39.68%)	63 100.00%	2.68

* $p < .05$.

ภาคผนวก จ

ข้อความต่อรองราคาที่ใช้ในการเจรจาต่อรองกับผู้ร่วมการทดลอง เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการลดราคาค่าเช่ารถบัสปรับอากาศชั้นครึ่ง ขนาด 40 ที่นั่ง สำหรับการเดินทางไปกลับจังหวัดระยอง เป็นระยะเวลา 2 วัน 1 คืน

(1) ผู้ร่วมการทดลองรับทราบการทำกิจกรรมจากผู้วิจัย แล้วทำการล็อกอินด้วยชื่อและรหัสผ่านที่เตรียมไว้ให้ เพื่อเข้าสู่ระบบเอ็มเอสเอ็น สำหรับการใช้ในการวิจัยนี้ ใช้เวลาประมาณ 10-20 นาที

(2) ผู้ร่วมการทดลองเสนอราคาแรกเสนอ โดยผู้ร่วมการทดลองรับทราบว่าช่วงราคาารถเช่าที่เหมาะสมอยู่ระหว่างช่วงราคา 8,000 – 12,000 บาท

(3) ผู้ช่วยวิจัยตอบราคา 13,000 บาท เป็นราคาตอบกลับสำหรับการเจรจาต่อรองครั้งที่ 1

(4) ผู้ช่วยวิจัยตอบราคา 12,500 บาท เป็นราคาตอบกลับสำหรับการเจรจาต่อรองครั้งที่ 2 และครั้งที่ 3

(5) ผู้ช่วยวิจัยตอบราคา 12,000 บาท เป็นราคาตอบกลับสำหรับการเจรจาต่อรองครั้งที่ 4 และครั้งที่ 5

(6) ผู้ช่วยวิจัยตอบปฏิเสธด้วยข้อความสั้น ๆ เป็นการตอบกลับสำหรับการเจรจาต่อรองตั้งแต่ครั้งที่ 6 เป็นต้นไป โดยจะใช้เมื่อผู้ร่วมการทดลองยืนยันกรานขอลดราคาและการเจรจาต่อรองยังคงดำเนินต่อไป ข้อความสั้นที่ใช้ ได้แก่ข้อความดังต่อไปนี้

- ลดต่ำกว่านี้ไม่ได้แล้ว
- ขอโทษครับ แต่ไม่ได้จริง ๆ ราคานี้ต่ำมากแล้ว
- เห็นว่าเป็นนิสิตถึงยอมลดขนาดนี้ ปกติไม่ได้นะนี่
- ไม่ได้ครับ ขอเถอะ
- ราคานี้หาที่ไหนไม่ได้แล้วนะครับ
- คงไม่ได้ครับ ผมให้ได้ที่ราคานี้
- ราคานี้ต่ำที่สุดแล้ว มากกว่านี้ไม่ได้แล้วครับ
- ลดได้เท่านี้จริง ๆ
- สงสารผมเถอะ ลดมากกว่านี้ก็ได้อะไรแล้ว

(7) เมื่อเวลาผ่านไป 15 นาที ผู้วิจัยเข้ามาบอกเวลาที่เหลือและเตือนผู้ร่วมการทดลองให้รีบตัดสินใจ

(8) เมื่อครบ 20 นาที ผู้วิจัยเข้ามาบอกหมดเวลาและให้ผู้ร่วมการทดลองตัดสินใจ

(9) ผู้วิจัยบันทึกผลการเจรจาต่อรอง อธิบายงานวิจัย และกล่าวขอบคุณผู้ร่วมการทดลอง

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวรัตติกาล พาฬเสวต เกิดเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม พ.ศ. 2527 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนเลยพิทยาคม ในปีการศึกษา 2546 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปีการศึกษา 2549 จากนั้นเข้าทำงานที่บริษัท ร็อคเอเชีย จำกัด แผนกทรัพยากรบุคคล แล้วจึงเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา สังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2551



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย