

## บทที่ 4

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาการรับรู้ตนเองของบุคคลที่ต่างกัน และการได้รับการเสริมความมั่นคงของเจตคติที่ต่างกัน ที่มีผลต่อการเข้าถึงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย โดยศึกษาตามแนวทฤษฎีการรับรู้ตนเอง (Self-perception Theory) ที่พัฒนาขึ้นโดย ดาริล เบ็ม (Daryl Bem) โดยนำเสนอในรูปแบบการวิจัยเชิงทดลอง ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาวิเคราะห์และอภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่เสนอไว้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 “การทบทวนพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ทำให้ตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเร็วกว่าการทบทวนพฤติกรรมในวัยเด็กหรือไม่ได้ทบทวนพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ”

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Oneway analysis of variance) และเปรียบเทียบความแตกต่างภายหลังโดยใช้ Scheffe ผลการวิจัยพบว่า การทบทวนพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ทำให้ตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเร็วกว่าการทบทวนพฤติกรรมในวัยเด็ก หรือไม่ได้ทบทวนพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 และสนับสนุนทฤษฎีการรับรู้ตนเองที่ว่า ผู้คนรู้เจตคติ อารมณ์ และสภาวะภายในอื่นๆ ของเขาบางส่วน โดยการอนุมานจากการสังเกตพฤติกรรมภายนอกของเขาเอง และ/หรือจากสภาพการณ์ที่พฤติกรรมนี้เกิดขึ้น และหากสิ่งชี้แนะภายในไม่หนักแน่น กำกวม หรือตีความไม่ได้ บุคคลจะทำหน้าที่เช่นเดียวกับผู้สังเกตภายนอก โดยอาศัยสิ่งชี้แนะภายนอก เพื่ออนุมานไปยังสภาวะภายในของผู้แสดงพฤติกรรม ผลการวิจัยครั้งนี้ได้ผลเช่นเดียวกับที่ Fazio, Herr และ Olney (1984) ได้ทำการทดลองไว้ โดยให้เหตุผลตามแนวทฤษฎีการรับรู้ตนเองว่า หากสถานการณ์ที่บุคคลแสดงพฤติกรรมไม่ได้ทำให้เขาคิดว่าเขาทำพฤติกรรมนั้น เพราะ

เหตุผลจากสถานการณ์ เขาก็สามารถอนุมานเจตคติของเขาได้จากพฤติกรรมของเขา  
 ดังนั้น การให้บุคคลทบทวนพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็น  
 พฤติกรรมที่เขาแสดงด้วยตัวของเขาเอง โดยไม่ได้ถูกสถานการณ์บังคับ น่าจะทำให้เขา  
 ตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าได้รวดเร็วขึ้น เมื่อเทียบกับเงื่อนไขควบคุมที่ไม่มี  
 โอกาสได้ทบทวนพฤติกรรมหรือเงื่อนไขที่ทบทวนพฤติกรรมในวัยเด็ก โดยเฉพาะการทบทวน  
 พฤติกรรมในวัยเด็ก ไม่น่าจะส่งผลให้บุคคลตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าได้เร็ว  
 เพราะพฤติกรรมเหล่านี้ไม่ได้สะท้อนความรู้สึกของผู้ตอบขณะเป็นผู้ใหญ่ โดยมีเหตุผล  
 2 ข้อ คือ

1. พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้นมาเป็นเวลานานแล้ว และ
2. พฤติกรรมนั้นมักต้องทำไปตามความต้องการของคนอื่น เช่น พ่อแม่

สมมติฐานข้อที่ 2 “กลุ่มตัวอย่างที่ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติ จะตอบ  
 คำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเร็วกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ผ่าน  
 กระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติ”

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 โดยใช้การทดสอบค่าที ผลการวิจัยที่ได้  
 ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของ  
 เจตคติ ใช้เวลาในการตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้า ไม่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง  
 ที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติ อาจเนื่องมาจากข้อคำถามในมาตร  
 วัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นกระบวนการเสริมความมั่นคงของ  
 เจตคติ เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับความเป็นชาตินิยมและความรู้สึกในการบริโภคสินค้าทั้ง  
 สินค้าไทยและสินค้าต่างประเทศ โดยที่กลุ่มตัวอย่างในการทดลองครั้งนี้เป็นนิสิตในระดับ  
 ปริญญาตรี ซึ่งการศึกษาในระดับนี้โดยส่วนใหญ่มีความจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์การศึกษาที่  
 เป็นของต่างประเทศ เช่น ตำราเรียน และอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษาต่างๆ การเลือกบริโภค  
 สินค้าไทยเพียงอย่างเดียวจึงเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษาบางอย่าง  
 ไม่มีการผลิตในประเทศไทย และบางครั้งวิธีการและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้ในการผลิต  
 ทันสมัยกว่า และมีให้เลือกหลายรูปแบบ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมีความคิดและความรู้สึก

ในทางบวกต่อการบริโภคสินค้าต่างประเทศที่ใช้ในการศึกษา และอาจเป็นผลมาจากหัวข้อเรื่องในการวิจัยครั้งนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งในปัจจุบันนี้การบริโภคสินค้าของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปมาก เนื่องจากยุคนี้เป็นยุคไร้พรมแดน สินค้าต่างๆจากต่างประเทศส่งเข้ามาขายในประเทศไทยอย่างมากมาย ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ประกอบกับสินค้าต่างประเทศมีความทันสมัยกว่า มีรูปแบบหลากหลายให้เลือกตามที่ต้องการ และการบริโภคสินค้าต่างประเทศก็เป็นการช่วยกระจายเศรษฐกิจของโลกด้วยการให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคเฉพาะสินค้าไทยเพียงอย่างเดียวจึงเป็นสิ่งที่ยากลำบาก เพราะในบางครั้งการบริโภคสินค้าที่เป็นสินค้าไทยเป็นเรื่องที่ยากลำบาก ต้องไปในสถานที่ที่ทำการผลิตเท่านั้นจึงจะสามารถบริโภคสินค้านั้นได้ ไม่มีให้เลือกบริโภคได้โดยทั่วไป และบางครั้งสินค้าไทยก็มีราคาแพง คุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาบริโภคสินค้าต่างประเทศที่สามารถเลือกบริโภคได้ง่ายกว่า ราคาถูกกว่าและคุณภาพก็ดีกว่า จากสาเหตุที่กล่าวมานี้ ทำให้เวลาที่ใช้ในการตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าของกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติ ไม่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติ ซึ่งแสดงว่าการได้รับการเสริมความมั่นคงของเจตคติและการไม่ได้รับการเสริมความมั่นคงของเจตคติของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีผลต่อเวลาที่ใช้ในการตอบคำถามแบบใช้เวลาปฏิกริยา