

ดร.อลิสรา ชรินทร์สาร

อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ดร.กฤษฏารัตน์ วัฒนสุวรรณ

รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการตลาด  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

## บทบาทของการระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก The Role of Cognitive Load on the Relationship between Decision Situations and Choice Process Satisfaction

### บทคัดย่อ

การประมวลผลข้อมูลของผู้บริโภคนั้น ตัวแปรภาระทางความคิดอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ในการตัดสินใจเลือกและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจเลือก ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบทดลอง และได้นำตัวแปรต้นสามตัวได้แก่ ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูล เวลาที่ผู้บริโภคมี และแนวโน้มการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก มาใช้ในการศึกษา ตัวแปรต้นแต่ละตัวมีสองระดับ จึงจัดได้เป็น  $2 \times 2 \times 2$  เท่ากับแปดสถานการณ์ จากผลการวิจัยกับผู้บริโภคจำนวนกว่าหนึ่งพันคน พบว่า ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลส่งผลกระทบต่อภาระทางความคิด และตัวแปรภาระทางความคิดนี้ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก หากสามารถเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกันได้ จะส่งผลให้ภาระทางความคิดมีระดับต่ำ และภาระทางความคิดที่มีระดับต่ำนี้ จะส่งผลให้ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกอยู่ในระดับสูง ในทางตรงข้าม หากต้องเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน จะส่งผลให้ภาระทางความคิดมีระดับสูง และความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกอยู่ในระดับต่ำ ผลวิจัยนี้ช่วยต่อยอดงานวิจัยด้านการประมวลผลข้อมูล และความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกในอดีต นักการตลาดสามารถนำความรู้นี้ไปปรับใช้ในการตลาดได้หลายรูปแบบ เช่นการวางตำแหน่งสินค้า แนวทางการนำเสนอสินค้า ทั้งในแง่การคัดเลือกสินค้าเข้ามาจำหน่าย การจัดร้าน และการจัดการสารผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะการเลือกใช้ข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ในมิติเดียวกัน เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับกระบวนการเลือกซื้อสูงสุด

**คำสำคัญ :** ภาระทางความคิด กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูล

## ABSTRACT

**C**ognitive load could impact the relationship between decision situations and choice-process satisfaction. In the current paper, the researcher conducted a between-subject experimental design. The three antecedents, information alignability, consumers' time availability, and regulatory focus type of consumers, were incorporated into the study. Each antecedent has two levels, results in 2 x 2 x 2 equal to eight decision situations. The empirical results collected from more than one thousand observations show that information alignability impacts cognitive load. Cognitive load then impacts choice-process satisfaction. If the information is alignable, cognitive load will be low, and choice-process satisfaction will be high. In contrast, if the information is nonalignable, cognitive load will be high, and choice-process satisfaction will be low. The research results extended the knowledge frontier in information processing and choice-process satisfaction. Marketers can apply the knowledge gained into various kinds of marketing practice such as in positioning a new product, presenting product/service both in terms of merchandising, display, and marketing communications, especially in using alignable information to enhance communication effectiveness as well as choice-process satisfaction.

**Keywords:** Cognitive Load, Consumer Decision Process, Choice-Process Satisfaction, Alignability

## บทนำ

Fiske และ Taylor ได้กล่าวไว้ว่าผู้บริโภคมีความตระหนี่ในการใช้ความคิด (Fiske and Taylor, 1984) กล่าวคือหากพวกเขาเลือกได้ พวกเขาจะยอมชอบสถานการณ์ที่ไม่ต้องใช้ความพยายามในการคิดมากนัก (Fitzsimons, 2000) นี่อาจเป็นที่มาว่าทำไมภาระทางความคิดจึงมีความสำคัญต่อการประมวลข้อมูลของผู้บริโภค รวมถึงความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก ทั้งนี้ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกมีความสำคัญมากเพราะอาจส่งผลต่อยอดขายในอนาคตมากกว่าความพึงพอใจในตัวสินค้าเสียอีก (Tanner, 1996) แม้ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกจะมีความสำคัญมาก แต่งานวิจัยในเรื่องนี้กลับมีจำกัด (Zhang and Fitzsimons, 1999) และยังไม่มีการศึกษาตัวแปรนี้จากมุมมองของการประมวลผลข้อมูลของผู้บริโภค การนำตัวแปรภาระทางความคิดมาช่วยอธิบายความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกจึงเป็นประโยชน์ในการช่วยต่อยอดทฤษฎีรวมถึงการนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ต่อไป งานวิจัยในอดีตให้ความสนใจกับผลทางตรงของตัวแปรต้นในสถานการณ์การตัดสินใจ ได้แก่ ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูล ปริมาณเวลาที่ผู้บริโภคมี และแนวโน้มการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอกของผู้บริโภค โดยศึกษาผลของตัวแปรต้นที่ละตัวแยกกัน อย่างไรก็ตาม เป็นไปได้หรือไม่ว่าตัวแปรต้นดังกล่าวอาจร่วมกันส่งผลไปยังตัวแปรภาระทางความคิด และตัวแปรภาระทางความคิดนี้ส่งผลไปยังความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

จากภูมิหลังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาว่าสถานการณ์ในการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต้นทั้งสามส่งผลต่อภาระทางความคิดอย่างไร และภาระทางความคิดนี้ส่งผลต่อความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกอย่างไร

งานวิจัยชิ้นนี้เริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีต โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นในสถานการณ์การตัดสินใจกับความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือก จากนั้นผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับภาระทางความคิด หลังจากนั้นผู้วิจัยนำเสนอโมเดล สมมติฐาน วิธีการทดลอง รวมถึงการรายงานผลการวิจัย และอภิปรายผล รวมถึงข้อจำกัด และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

## บททวนวรรณกรรม

### ตัวแปรต้นในสถานการณ์การตัดสินใจเลือกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือก

Paas และคณะได้กล่าวไว้ว่าตัวแปรเกี่ยวกับการคิดนั้นเป็นผลจากปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวชิ้นงานที่ต้องคิดพิจารณา และปัจจัยด้านบุคคล (Paas et al., 1994) ในงานวิจัยชิ้นนี้ ปัจจัยเกี่ยวกับตัวชิ้นงานที่นำมาศึกษาได้แก่ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลและเวลาที่ผู้บริโภคมี ส่วนปัจจัยด้านบุคคลได้แก่แนวโน้มการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก

ตัวแปรต้นตัวแรกได้แก่ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูล แบ่งออกเป็นสองลักษณะคือข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ และข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกัน (Gourville and Soman, 2005) ตัวอย่างเช่นการเปรียบเทียบข้อมูลชุดใส่ทำงานที่เหมือนกันทุกอย่างยกเว้นสีเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน ส่วนการเปรียบเทียบข้อมูลชุดใส่ทำงาน ชุดราตรี และชุดว่ายน้ำนั้น เป็นการเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน ดังนั้นการประมวลผลข้อมูลที่แตกต่างในมิติเดียวกันจึงง่ายกว่า (Boatwright and Nunes, 2001, Dhar, 1997, Zhang and Fitzsimons, 1999) เร็วกว่า (Zhang and Fitzsimons, 1999) และใช้ความพยายามในการคิดน้อยกว่า (Markman and Gertner, 1994, Markman and Gertner, 1997) รวมถึงนำไปสู่ความพึงพอใจในกระบวนการเลือกที่สูงกว่า (Zhang and Fitzsimons, 1999) เมื่อเปรียบเทียบกับประมวลผลข้อมูลข้ามมิติกัน

ตัวแปรต้นตัวที่สองได้แก่เวลาที่ผู้บริโภคมีสำหรับงานหรือกิจกรรมแต่ละชิ้น เวลาที่มีนี้แบ่งออกได้เป็นสามระดับได้แก่เวลาที่มากเกินไป เวลาจำกัดในระดับกลาง และเวลาจำกัดในระดับสูง (เวลาน้อยมาก) (Suri and Monroe, 2003) วรรณกรรมในอดีตพบว่าเวลาอันจำกัดจะทำให้ระดับภาระทางความคิดเพิ่มสูงขึ้น (Muller et al., 2001) เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้จำเป็นต้องให้

## **บทบาทของภาวะทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์**

*ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก*

ผู้บริโภคใช้ความคิดประมวลผลข้อมูล การจัดการตัวแปรจึงไม่รวมถึงเวลาจำกัดในระดับสูง เพราะอาจส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนวิธีการในการประมวลผลข้อมูล เช่น การใช้ทางลัดในการตัดสินใจแทนการคิดพิจารณา (Payne et al., 1992) วรรณกรรมในอดีตพบว่าเวลาที่จำกัดทำให้ผู้บริโภครู้สึกขัดข้องใจ และทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคมีความยากลำบากมากขึ้น (Haynes, 2009) นอกจากนี้ ความกดดันจากเวลายังทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อการตัดสินใจเลือกลดลง (Linzer et al., 2000)

ตัวแปรต้นตัวที่สามได้แก่แนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภคต่อสิ่งเร้าภายนอก กล่าวคือเป็นการบริหาร จัดการ ควบคุมตนเองของผู้บริโภค โดยที่การควบคุมการตอบสนองนี้เป็นการสะท้อนลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและจากการเลี้ยงดู การตอบสนองนี้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วโดยที่ตัวผู้บริโภคเองมักไม่รู้ตัวว่าตนเองกำลังควบคุมการตอบสนองสิ่งเร้าอยู่ แนวโน้มในการตอบสนองนี้แบ่งเป็นสองประเภทได้แก่การตอบสนองเชิงรุก และการตอบสนองเชิงป้องกัน ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงรุกต้องการได้รับโอกาสหรืออรรถประโยชน์สูงสุด และลดการไม่ได้รับให้ต่ำที่สุด ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงป้องกันต้องการป้องกันให้มากที่สุดเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดสูญเสีย หรือทำให้เกิดการผิดพลาดสูญเสียน้อยที่สุด (Crowe and Higgins, 1997, Pham and Higgins, 2005) วรรณกรรมในอดีตพบว่าแนวโน้มการตอบสนองมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในกระบวนการเลือก (Chou, 2012, Yuan and Namasivayam, 2012)

วรรณกรรมในอดีตได้บ่งชี้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นทั้งสาม และความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก อย่างไรก็ตาม วรรณกรรมในอดีตเน้นให้ความสนใจกับอิทธิพลทางตรงของตัวแปรต้นแต่ละตัว ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก งานวิจัยชิ้นนี้เสนอว่านักวิจัยไม่ควรมองอิทธิพลของตัวแปรต้นแต่ละตัวและที่ละตัวแยกกัน งานวิจัยในส่วนถัดไปจะกล่าวถึง “ภาวะทางความคิด” พร้อมทั้งเสนอว่า ภาวะทางความคิดนี้น่าจะเป็นผลของตัวแปรต้นทั้งสาม และตัวแปรภาวะทางความคิดนี้น่าจะส่งผ่านอิทธิพลไปยังความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

### **บทบาทของ “ภาวะทางความคิด”**

Appelt และทีมวิจัยกล่าวว่า นักวิชาการควรให้ความสนใจกับอิทธิพลรวมที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแปร มากกว่าที่จะให้ความสนใจกับอิทธิพลทางตรงของตัวแปรแต่ละตัว (Appelt et al., 2010) งานวิจัยชิ้นนี้เสนอว่าตัวแปรต้นทั้งสามตัวร่วมกันส่งผลไปยังภาวะทางความคิด จากนั้นภาวะทางความคิดจึงส่งผลไปยังตัวแปรความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก ทั้งนี้ Mikulincer สนับสนุนว่าภาวะทางความคิดอาจเป็นตัวแปรที่ช่วยอธิบายปรากฏการณ์ในกระบวนการประมวลผลข้อมูลของผู้บริโภค (Mikulincer, 1997) Pass และทีมวิจัยนิยามภาวะทางความคิดว่าเป็นตัวแปรที่เป็นตัวแทนภาวะที่เกิดขึ้นกับระบบการคิดของผู้บริโภค ซึ่งเกิดขึ้นจากการทำงานที่ต้องใช้ความคิด (Paas et al., 2003)

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและภาวะทางความคิดนั้น นักวิชาการพบว่างานที่ง่ายทำให้ระดับภาวะทางความคิดลดลง (Pollock et al., 2002) และเนื่องจากการเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกันนั้นง่ายต่อการประมวลผล (Boatwright and Nunes, 2001, Dhar, 1997, Zhang and Fitzsimons, 1999) ดังนั้นจึงอนุมานได้ว่าข้อมูลที่เปรียบเทียบกันได้ในมิติเดียวกันส่งผลให้ภาวะทางความคิดมีระดับที่ต่ำกว่าการประมวลผลที่ต้องเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน

สำหรับผลของตัวแปรต้นตัวที่สอง คือเวลาที่ผู้บริโภคมีนั้น ได้มีวรรณกรรมในอดีตบันทึกไว้ว่า เวลาที่จำกัดส่งผลให้ระดับภาวะทางความคิดเพิ่มสูงขึ้น (Muller et al., 2001) การประมวลผลข้อมูลชุดเดียวกันในกรอบเวลาที่มากน้อยต่างกันน่าจะทำให้เกิดภาวะทางความคิดในระดับที่ต่างกัน

สำหรับตัวแปรต้นตัวที่สามที่ส่งผลต่อภาวะทางความคิด วรรณกรรมในอดีตบันทึกไว้ว่า การควบคุมการตอบสนองต่อสิ่งเร้านี้มีอิทธิพลต่อการคิดของผู้บริโภค (Boesen-Mariani et al., 2010, Higgins et al., 1997, Higgins, 1998) ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอกที่ต่างกัน น่าจะมีการตอบสนองที่แตกต่างกันต่อกระบวนการตัดสินใจ Bettman และทีมวิจัยกล่าวว่าผู้บริโภคแต่ละคนใช้ความพยายามในการคิดตัดสินใจเลือกต่างกันไป ผู้บริโภคบางคนอาจต้องใช้ความพยายามมากเมื่อ



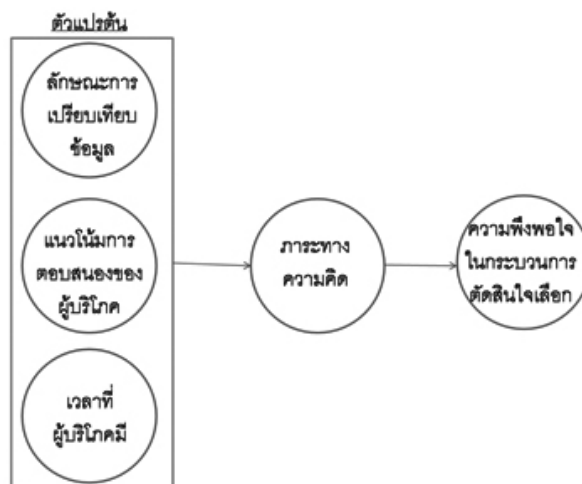
เทียบกับผู้บริโภคนอื่น (Bettman et al., 1991)

ทั้งนี้ผู้บริโภครุ่นที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงป้องกันนั้นมักจะใส่ใจกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และการทำภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบให้ลุล่วง (Higgins et al., 1997, Higgins, 1997) จึงทำให้ไม่กล้าเสี่ยง (Crowe and Higgins, 1997, Pham and Avnet, 2004) และอาจมีความเครียดหรือกังวล (Amodio et al., 2004, Baas et al., 2008, Carver, 2004) ในขณะที่ผู้บริโภครุ่นที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงรุกนั้นมักจะใส่ใจกับความฝัน ความหวัง แรงบันดาลใจ (Higgins et al., 1997, Higgins, 1997) จึงทำให้กล้าเสี่ยง (Crowe and Higgins, 1997, Pham and Avnet, 2004) และมักไม่เครียดหรือกังวล ดังนั้นผู้บริโภครุ่นที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงป้องกัน ซึ่งมักมีความกังวลและพยายามมุ่งมั่นทำงานเพื่อให้ภารกิจเสร็จสิ้น จึงน่าจะมีภาระทางความคิดสูงกว่าผู้บริโภครุ่นที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงรุก

ที่กล่าวมานั้น เป็นอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรต้นที่ส่งผลไปยังภาระทางความคิด โดยศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่ละตัว เพื่อต่อยอดงานวิจัยดังกล่าว งานวิจัยชิ้นนี้เสนอว่าตัวแปรต้นทั้งสามร่วมกันส่งผลไปยังภาระทางความคิด ตัวอย่างเช่น ในสถานการณ์ที่ผู้บริโภครวมผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกัน การมีเวลามากเกินพอจะทำให้ภาระทางความคิดอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับการมีเวลาจำกัด หรือในกรณีที่ผู้บริโภคต้องประมวลผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกันในเวลาจำกัดนั้น ผู้บริโภครุ่นที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงป้องกันน่าจะมีภาระทางความคิดในระดับที่สูงกว่าผู้บริโภครุ่นที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงรุก

## การพัฒนาโมเดลและสมมติฐาน

จากการอภิปรายวรรณกรรมในอดีต ภาระทางความคิดน่าจะเป็นผลมาจากตัวแปรต้นทั้งสาม จากนั้นตัวแปรภาระทางความคิดนี้ส่งผลต่อไปยังความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก รูปต่อไปนี้นำเสนอโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ภาระทางความคิด และความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก



รูปที่ 1: โมเดลในการทดลอง

ตัวแปรต้นแต่ละตัวมีสองระดับ จึงมีทั้งหมด  $2 \times 2 \times 2$  เท่ากับแปดสถานการณ์ดังตารางที่ 1 ตัวอย่างเช่น ในสถานการณ์ที่หนึ่งนั้น ผู้บริโภครุ่นที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงรุก ได้ประมวลผลข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ โดยไม่มีการจำกัดเวลา

**บทบาทของภาระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์**  
 ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

**ตารางที่ 1:** การจัดการตัวแปรต้น และค่าเฉลี่ยของภาระทางความคิดในแปดสถานการณ์

สถานการณ์ที่	1	2	3	4	5	6	7	8
ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูล	เปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน	เปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน	เปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน	เปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน	เปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน	เปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน	เปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน	เปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน
แนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภค	เชิงรุก	เชิงรุก	เชิงรุก	เชิงรุก	เชิงป้องกัน	เชิงป้องกัน	เชิงป้องกัน	เชิงป้องกัน
เวลาที่ผู้บริโภคมอง	เวลามากเกินพอ	เวลาจำกัดในระดับกลาง	เวลามากเกินพอ	เวลาจำกัดในระดับกลาง	เวลามากเกินพอ	เวลาจำกัดในระดับกลาง	เวลามากเกินพอ	เวลาจำกัดในระดับกลาง
ค่าเฉลี่ยของภาระทางความคิด	3.76	3.74	6.09	5.90	3.63	3.43	5.86	5.59

สมมติฐานในงานวิจัยชิ้นนี้แบ่งออกเป็นสองส่วนใหญ่ ๆ ในส่วนแรกเป็นสมมติฐานที่เกี่ยวกับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของภาระทางความคิด ซึ่งเป็นการสะท้อนผลของตัวแปรต้นที่มีต่อภาระทางความคิด ในส่วนที่สองเป็นสมมติฐานที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาระทางความคิดและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกในทั้งแปดสถานการณ์

สมมติฐานในส่วนแรกเริ่มจากการยืนยันผลวิจัยในอดีต โดยศึกษาอิทธิพลทางตรงของตัวแปรต้นแต่ละตัว กล่าวคือ การเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกันนั้นมีความซับซ้อนมากกว่าการเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน จึงน่าจะส่งผลให้ภาระทางความคิดจากการเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกันมีระดับสูงกว่าการเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน และเพื่อให้เห็นผลการทดลองได้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงควบคุมให้ตัวแปรอีกสองตัวส่งผลให้ภาระทางความคิดอยู่ในระดับต่ำ คือเป็นการตอบสนองเชิงรุกและการมีเวลามากเกินไป

สมมติฐานข้อที่ 1a: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 3 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 1

ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการตอบสนองเชิงป้องกันมักจะมีความกังวลเกี่ยวกับภาระ หน้าที่ ความรับผิดชอบ มากกว่าผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการตอบสนองเชิงรุก ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการตอบสนองเชิงป้องกันจึงน่าจะมีความเครียดทางความคิดที่สูงกว่าผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการตอบสนองเชิงรุก และเพื่อให้เห็นผลการทดลองได้ชัดเจน ผู้วิจัยจะควบคุมให้ตัวแปรอีกสองตัวอยู่ในระดับที่ส่งผลให้ภาระทางความคิดอยู่ในระดับต่ำ คือเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกันและการมีเวลามากเกินไป

สมมติฐานข้อที่ 1b: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 5 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 1

จากวรรณกรรมในอดีต การมีเวลาอันจำกัดย่อมส่งผลให้ภาระทางความคิดสูงกว่าการมีเวลาที่มากเกินไป และเพื่อให้เห็นผลการทดลองได้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงควบคุมให้ตัวแปรอีกสองตัวอยู่ในระดับที่ส่งผลให้ภาระทางความคิดอยู่ในระดับต่ำ คือเป็นผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการตอบสนองเชิงรุกและการมีเวลามากเกินไป

สมมติฐานข้อที่ 1c: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 2 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 1

ถัดมา เนื่องจากผลของการทดสอบสมมติฐานชุดแรกพบว่าลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลเท่านั้นที่ส่งผลต่อภาระทางความคิด จึงทำการทดสอบสมมติฐานข้อ 2 และ 3 เพิ่มเติมเพื่อยืนยันผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1 สำหรับสมมติฐานข้อ 2 นี้ศึกษาเฉพาะการเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติ และทดสอบว่าแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภค (ข้อ H2a และ H2b) และเวลาที่ผู้บริโภคมี (ข้อ H2c และ H2d) มีส่วนร่วมในการส่งผลต่อภาระทางความคิดหรือไม่

สมมติฐานข้อที่ 2a: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 7 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 2b: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 8 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 2c: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 4 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 2d: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 8 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 7

สมมติฐานข้อสามมีแบบแผนคล้ายกับสมมติฐานข้อสอง แต่ในข้อสามนี้ศึกษาเฉพาะการเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกัน และทดสอบว่าแนวโน้มการตอบสนอง (ข้อ H3a และ H3b) และเวลาที่ผู้บริโภคมี (ข้อ H3c และ H3d) มีส่วนร่วมในการส่งผลต่อภาระทางความคิดหรือไม่

## บทบาทของภาระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์

ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

สมมติฐานข้อที่ 3a: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 5 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 3b: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 6 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3c: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 2 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 3d: ภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 6 มีระดับที่สูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ 5

สมมติฐานในส่วนที่สองเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาระทางความคิดและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก เนื่องจากผู้บริโภคมองสถานการณ์ในการตัดสินใจที่ง่าย มากกว่าการตัดสินใจที่ยาก (Fitzsimons, 2000) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองจึงน่าจะเป็นความสัมพันธ์เชิงลบ กล่าวคือยิ่งภาระทางความคิดมีระดับต่ำ ความพึงพอใจจะยิ่งสูง และในทางกลับกัน ยิ่งระดับภาระทางความคิดมีระดับสูง ความพึงพอใจจะยิ่งต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 4: ระดับภาระทางความคิดมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกในทั้งแปดสถานการณ์

## วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบทดลองในการเก็บข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ทำการทดลองเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลของผู้บริโภค การควบคุมให้ผู้เข้าร่วมวิจัยได้ประมวลผลข้อมูล มิใช่เพียงตัดสินใจเลือกโดยไม่ได้คิดพิจารณา จึงเป็นสิ่งสำคัญในงานวิจัยชิ้นนี้ ดังนั้นคุณสมบัติประการแรกของผู้เข้าร่วมงานวิจัยคือการมีความสนใจอย่างยิ่งในชิ้นงานที่จะประมวลผลข้อมูล นอกจากนี้ หากผู้เข้าร่วมวิจัยมีความรู้ความเชี่ยวชาญในชิ้นงานดังกล่าว ผู้เข้าร่วมวิจัยอาจตัดสินใจได้โดยแทบจะไม่ต้องประมวลผลข้อมูล ดังนั้นคุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งของผู้เข้าร่วมงานวิจัยคือจะต้องไม่มีความคุ้นเคยกับข้อมูลที่ให้คิดพิจารณา โดยสรุปคือกลุ่มประชากรของงานวิจัยชิ้นนี้จะต้องมีความสนใจอย่างยิ่ง แต่ในขณะเดียวกันไม่มีความคุ้นเคยกับข้อมูลที่จะต้องตัดสินใจเลือก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่เรียนวิชาในสาขาสังคมศาสตร์ โดยให้นิสิตนักศึกษาประมวลผลข้อมูลบริษัทเพื่อตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีความสนใจในเรื่องการทำงานจากการเลือกคณะ เลือกภาควิชา และการฝึกงาน อีกทั้งกำลังจะสำเร็จการศึกษาและเริ่มต้นชีวิตการทำงานในอนาคตอันใกล้ ในขณะเดียวกัน นักศึกษาไม่เคยมีประสบการณ์ทำงานประจำ จึงไม่มีความคุ้นเคยในการเลือกบริษัทเข้าทำงาน นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจึงเป็นผู้เข้าร่วมวิจัยที่เหมาะสมสำหรับการทดลองในครั้งนี้ ทั้งนี้ช่วงเวลาในการทดลองอยู่ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน 2555

การออกแบบการทดลองเป็นแบบ 2 x 2 x 2 คือเป็นการจัดการตัวแปรต้นสามตัว ตัวแปรต้นแต่ละตัวมีสอง ระดับ ตัวแปรต้นตัวแรกคือลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลแบ่งออกเป็นข้อมูลที่เปรียบเทียบกันได้ในมิติเดียวกันและต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกัน ตัวแปรต้นตัวที่สองคือเวลาที่มีแบ่งออกเป็นเวลาที่มากเกินไปและเวลาจำกัดในระดับกลาง ตัวแปรต้นตัวที่สามคือแนวโน้มการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอกแบ่งออกเป็นการตอบสนองเชิงรุกและเชิงป้องกัน ตัวแปรต้นทั้งสามตัว ตัวละสองระดับนี้ รวมเป็นแปดสถานการณ์ มีผู้เข้าร่วมวิจัย 1,116 คน หักจำนวนผู้เข้าร่วมวิจัย 55 คน เนื่องจากมีแนวโน้มว่าการจัดการตัวแปรอาจไม่ได้ผลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คิดเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์จากผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวน 1,061 คน แต่ละสถานการณ์มีจำนวนผู้เข้าร่วมวิจัยอยู่ระหว่าง 127-146 คน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 132.6 คน โดยที่ผู้ร่วมวิจัยแต่ละคนเข้ามามีการทดลองเพียงหนึ่งจากทั้งหมดแปดสถานการณ์



ก่อนการทดลอง ผู้วิจัยได้พัฒนาชิ้นงานข้อมูลทางเลือกบริษัท โดยเริ่มจากการหาประเด็นข้อมูลบริษัทจากการสอบถามนักศึกษาจำนวน 30 คน ชุดข้อมูลทางเลือกที่เปรียบเทียบกันได้ในมิติเดียวกันประกอบด้วยข้อมูลบริษัทจำนวนห้าบริษัท แต่ละบริษัทมีข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ เช่น การเปรียบเทียบทำเลที่ตั้งของบริษัททั้งห้าบริษัท สำหรับชุดข้อมูลทางเลือกที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกันนั้น ประกอบด้วยข้อมูลบริษัทจำนวนห้าบริษัทเช่นกัน แต่ละบริษัทมีข้อมูลที่ต่าง ๆ กันหกประเด็น รวมทั้งหมด 30 ประเด็น เช่น การเปรียบเทียบข้อมูลเงินเดือนของบริษัทแรก กับข้อมูลผู้ร่วมงานของอีกบริษัทที่สอง โดยผู้เข้าร่วมวิจัยไม่ได้รับข้อมูลผู้ร่วมงานของบริษัทแรก และไม่ได้รับข้อมูลเงินเดือนของบริษัทที่สอง

ผู้วิจัยได้ทดสอบการตอบสนองต่อชุดข้อมูลทางเลือกบริษัทด้วยคำถามว่าข้อมูลมีความยากง่ายในการเปรียบเทียบอย่างไร (Zhang and Fitzsimons, 1999) จากคะแนน 1 คือไม่ง่ายเลยถึง 10 คือง่ายมาก

สำหรับการกำหนดเวลานั้น เวลาที่มากเกินไปคือการให้เวลากับผู้เข้าร่วมการวิจัยอย่างเต็มที่โดยไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ส่วนเวลาจำกัดในระดับกลางนั้น ผู้วิจัยได้บันทึกและคำนวณค่าเฉลี่ยที่ผู้เข้าร่วมวิจัยใช้ในกรณีเวลามากเกินไป จากนั้นผู้วิจัยกำหนดเวลาจำกัดในระดับกลางจากค่าเฉลี่ยตามแนวทางของงานวิจัยในอดีต (Payne et al., 1992, Ahituv et al., 1998, Chien-Huang and Wu, 2005, Dhar and Nowlis, 1999, Higgins, 1999, Svenson et al., 1990)

ผู้วิจัยได้ทดสอบการตอบสนองต่อเวลาทั้งสองระดับ โดยถามถึงความกดดันด้านเวลา การมีเวลาเพียงพอในการตัดสินใจ และการต้องการเวลาเพิ่ม (Suri and Monroe, 2003) ทั้งนี้มาตรวัดเป็นระดับคะแนน 1 ถึง 10

ส่วนการจับกรอบความคิดของผู้เข้าร่วมวิจัยนั้น หากเป็นการตอบสนองเชิงรุก ผู้วิจัยขอให้ผู้เข้าร่วมวิจัยนึกถึงความฝัน ความหวัง แรงบันดาลใจ (Chernev, 2004, Higgins et al., 1994, Liberman et al., 2001) และขอให้เขียนถึงความสำเร็จที่ต้องการไขว่คว้านี้ พร้อมทั้งเขียนวิธีการในการได้มา ซึ่งความสำเร็จที่ตั้งใจไว้ (Chang and Chou, 2008, Higgins et al., 1994, Lockwood et al., 2002, Pham and Avnet, 2004)

หากเป็นการจับกรอบความคิดเชิงป้องกัน ผู้วิจัยขอให้ผู้เข้าร่วมวิจัยนึกถึงความผิดพลาด ความล้มเหลว ที่ไม่ต้องการให้เกิดขึ้น (Chernev, 2004, Higgins et al., 1994, Liberman et al., 2001) และขอให้เขียนถึงความผิดพลาดหรือความล้มเหลวนี้ พร้อมทั้งเขียนวิธีการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้น (Chang and Chou, 2008, Higgins et al., 1994, Lockwood et al., 2002, Pham and Avnet, 2004)

ผู้วิจัยได้ทดสอบการตอบสนองต่อการจับกรอบความคิด โดยใช้ข้อคำถามตามวรรณกรรมในอดีต (Ouschan et al., 2007) ข้อคำถามแบ่งออกเป็นสองชุด คือชุดสำหรับวัดการตอบสนองเชิงรุกจำนวนแปดข้อ เช่น ถ้ามีวแต่กังวล ก็จะไม่บรรลุเป้าหมาย และชุดสำหรับวัดการตอบสนองเชิงป้องกันจำนวนหกข้อ เช่น ในหนทางแห่งความสำเร็จนั้น การระมัดระวังไว้ก่อนดีที่สุด มาตรวัดเป็นระดับคะแนน 1 ถึง 10

ผลการทดสอบการจัดการตัวแปรต้นทั้งสามพบว่า การตอบสนองต่อการจัดการตัวแปรได้ผลตามที่คาดหวัง

ในการทดลองหลัก ผู้วิจัยกล่าวแนะนำตนเองและการวิจัย รวมถึงการย้ำกับผู้เข้าร่วมวิจัยถึงการไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และการแสดงออกถึงความเห็นและความรู้สึกของผู้ร่วมวิจัยอย่างอิสระ

ขั้นตอนการทดลองเริ่มต้นจากการจับกรอบความคิดในแนวทางเดียวกับที่ได้กล่าวไปแล้ว ถัดมาผู้วิจัยได้แนะนำกิจกรรมการเลือกบริษัทเข้าทำงาน ผู้เข้าร่วมวิจัยคิดประมวลผลและเปรียบเทียบข้อมูลบริษัททั้งห้าบริษัทที่แตกต่างกันในมิติเดียวกันหรือข้ามมิติกัน

## บทบาทของภาระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์

ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

ผู้วิจัยจัดการตัวแปรเวลาไปพร้อมกันในกิจกรรมการเลือกบริษัทเข้าทำงาน โดยยึดวิธีปฏิบัติตามวรรณกรรมในอดีต (Svenson and Benson, 1993, Dhar and Nowlis, 1999, Dhar et al., 2000, Stiensmeier-Pelster and Schurmann, 1993, Verplanken, 1993) กล่าวคือ ผู้ร่วมวิจัยสามารถใช้เวลาพิจารณา เปรียบเทียบข้อมูล และตัดสินใจเลือกบริษัทได้โดยไม่มีการจับเวลาหรือจำกัดเวลาใด ๆ ในสถานการณ์ที่มีเวลามากเกินพอ ส่วนในสถานการณ์เวลาจำกัดในระดับกลางนั้น ผู้วิจัยแจ้งผู้เข้าร่วมวิจัยว่าพวกเขามีเวลาจำกัดและจำเป็นต้องเร่งคิดพิจารณา

ในการประมวลผลข้อมูลที่เปรียบเทียบกันได้ในมิติเดียวกันในเวลาจำกัดนั้น ผู้วิจัยแจ้งผู้เข้าร่วมวิจัยว่าพวกเขามีเวลาสองนาที ผู้วิจัยแจ้งเตือนเมื่อเวลาผ่านไปประมาณครึ่งหนึ่งและเมื่อเวลาใกล้หมด เมื่อเวลาหมดผู้วิจัยต่อเวลาให้ครั้งละ 30 วินาที จนเวลารวมครบสามนาที

สำหรับสถานการณ์ในการประมวลผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกันในเวลาจำกัดนั้น ผู้วิจัยแจ้งผู้เข้าร่วมวิจัยว่าพวกเขามีเวลาสามนาที ผู้วิจัยแจ้งเตือนเมื่อเวลาผ่านไปประมาณครึ่งหนึ่ง และเมื่อเวลาใกล้หมด เมื่อเวลาหมดผู้วิจัยทำการต่อเวลาให้ครั้งละ 30 วินาที จนเวลารวมครบห้านาที

หลังจากเสร็จภารกิจการเลือกบริษัทเข้าทำงาน ผู้เข้าร่วมวิจัยทำแบบสอบถามเกี่ยวกับภาระทางความคิด และความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก ข้อคำถามตัวแปรภาระทางความคิดนั้นปรับจากรวรรณกรรมในอดีต (Paas et al., 1994) ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (ชนาธิป พรกุล, สัมภาษณ์, 27 พฤษภาคม 2555) ผู้วิจัยเลือกปรับข้อคำถามจาก Pass ซึ่งเป็นการวัดโดยให้ผู้ร่วมวิจัยประเมินตนเอง วิธีการนี้ใช้กันแพร่หลายในการทำวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีภาระทางความคิด (Sweller, 1988) ผู้วิจัยไม่เลือกใช้การวัดประเภทอื่น เช่น การวัดความถูกต้องของการตอบคำถาม เนื่องจากการวัดประสิทธิผลไม่สามารถสะท้อนความพยายามที่ผู้ร่วมวิจัยใส่เพิ่มขึ้นให้กับงานที่ยากได้ (Tulga and Sheridan, 1980)

ข้อคำถามภาระทางความคิดมีห้าคำถามได้แก่ คำถามเกี่ยวกับการเปรียบเทียบข้อมูล การหาเกณฑ์เพื่อนำมาใช้ประเมินข้อมูล การเรียงลำดับบริษัทที่ยากเข้าทำงาน และการตัดสินใจเลือกบริษัทเข้าทำงาน ว่ามีความยากง่ายเพียงไรจากคะแนน 1 ยากมาก ๆ ถึงคะแนน 10 ย่างมาก ๆ ข้อสุดท้ายถามถึงความพยายามในการคิดและตัดสินใจจากคะแนน 1 ต้องใช้ความพยายามมาก ถึงคะแนน 10 ไม่ต้องใช้ความพยายามเลย

ข้อคำถามความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกนั้นปรับจากรวรรณกรรมในอดีต (Zhang and Fitzsimons, 1999, Fitzsimons, 2000) โดยให้ผู้ร่วมวิจัยแสดงความเห็นจากคะแนน 1 ไม่เห็นด้วยเลย ถึง คะแนน 10 เห็นด้วยมากที่สุดกับคำถามหกคำถาม เริ่มจากคำถามว่ามีทางเลือกที่ดีให้ฉันเลือกอยู่หลายทางเลือก ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน คุณภาพของกระบวนการตัดสินใจเลือกงาน ความน่าสนใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก ความพอใจที่จะตัดสินใจเลือกจากข้อมูลในลักษณะนี้อีก และความลับสนของกระบวนการในการตัดสินใจเลือก โดยที่ผู้วิจัยทำการปรับคะแนนของข้อสุดท้ายก่อนการคำนวณ โดยให้การเห็นด้วยมากที่สุดว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกลับสนเป็นคะแนน 1 และให้คำตอบว่าไม่เห็นด้วยเลยเป็นคะแนน 10

ก่อนการทดลองสิ้นสุด ผู้วิจัยได้ให้ขนมเล็ก ๆ น้อย ๆ แก่ผู้ร่วมวิจัยและกล่าวขอบคุณ

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้ T-Test ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของภาระทางความคิดระหว่างสถานการณ์ และใช้ ANOVA รวมถึง ANOVA Post Hoc Test ในการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับความแตกต่างของภาระทางความคิด สุดท้ายผู้วิจัยใช้สมการถดถอย Regression ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาระทางความคิดและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกในแต่ละสถานการณ์

## ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้เริ่มต้นศึกษาอิทธิพลทางตรงของตัวแปรต้นโดยใช้ T-Test สมมติฐานข้อ H1a ศึกษาอิทธิพลทางตรงของลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูล พบว่าโดยเฉลี่ย ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่สาม ( $M=6.09$ ,  $SE=0.15$ ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่หนึ่ง ( $M=3.76$ ,  $SE=0.14$ ) ผลการทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances ไม่มีนัยสำคัญ (.209) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก (Null Hypothesis) ถูกต้องและยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่สามสูงกว่าภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่หนึ่ง  $t(271) = 11.196$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .000 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์นี้สนับสนุนสมมติฐานข้อ H1a

สมมติฐานข้อ H1b ศึกษาอิทธิพลทางตรงของแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภค ผลการทดสอบ Levene's Test ไม่มีนัยสำคัญ (.925) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก ถูกต้องและยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ห้า ( $M=3.63$ ,  $SE=0.14$ ) และสถานการณ์ที่หนึ่ง ( $M=3.76$ ,  $SE=0.14$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(254) = .684$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .497 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H1b

สมมติฐานข้อ H1c ศึกษาอิทธิพลทางตรงตัวแปรเวลา ผลการทดสอบ Levene's Test ไม่มีนัยสำคัญ (.719) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก ถูกต้องและยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่สอง ( $M=3.74$ ,  $SE=0.15$ ) และสถานการณ์ที่หนึ่ง ( $M=3.76$ ,  $SE=0.14$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(253) = -.129$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .897 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H1c

ถัดมาผู้วิจัยศึกษาสถานการณ์การประมวลผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกัน และศึกษาว่าแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภค (สมมติฐานข้อ H2a และ H2b) และตัวแปรเวลา (สมมติฐานข้อ H2c และ H2d) ร่วมส่งผลกระทบต่อภาระทางความคิดหรือไม่ การทดสอบสมมติฐานข้อ H2a เริ่มต้นจากการทดสอบ Levene's Test ได้ผลว่าไม่มีนัยสำคัญ (.068) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก ถูกต้องและยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่เจ็ด ( $M=5.86$ ,  $SE=0.18$ ) และสถานการณ์ที่สาม ( $M=6.09$ ,  $SE=0.15$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(271) = -1.023$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .307 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H2a

การทดสอบสมมติฐานข้อ H2b ผลการทดสอบ Levene's Test ไม่มีนัยสำคัญ (.122) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก ถูกต้องและยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่แปด ( $M=5.59$ ,  $SE=0.14$ ) และสถานการณ์ที่สี่ ( $M=5.92$ ,  $SE=0.16$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(276) = -1.55$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .122 นัยสำคัญที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H2b

การทดสอบสมมติฐานข้อ H2c ผลการทดสอบ Levene's Test ไม่มีนัยสำคัญ (.469) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก ถูกต้องและยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่สี่ ( $M=5.92$ ,  $SE=0.16$ ) และสถานการณ์ที่สาม ( $M=6.09$ ,  $SE=0.15$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(275) = -.784$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .433 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H2c

การทดสอบสมมติฐานข้อ H2d ผลการทดสอบ Levene's Test มีนัยสำคัญ (.008) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและไม่สามารถยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่แปด ( $M=5.59$ ,  $SE=0.14$ ) และสถานการณ์ที่เจ็ด ( $M=5.86$ ,  $SE=0.18$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(248) = -1.187$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .236 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H2d

## บทบาทของภาระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์

ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

การทดสอบสมมติฐานข้อที่สามเป็นไปตามรูปแบบการทดสอบสมมติฐานข้อที่สอง โดยปรับเป็นการศึกษาสถานการณ์การประมวลผลข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ และศึกษาว่าแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภค (สมมติฐานข้อ H3a และ H3b) และเวลาที่ผู้บริโภคมี (สมมติฐานข้อ H3c และ H3d) ร่วมส่งผลต่อภาระทางความคิดหรือไม่ การทดสอบสมมติฐานข้อ H3a เริ่มต้นจากการทดสอบ Levene's Test ได้ผลว่าไม่มีนัยสำคัญ (.925) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก ถูกต้องและยอมรับได้ ว่าคุณแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ห้า ( $M=3.63, SE=0.14$ ) และสถานการณ์ที่หนึ่ง ( $M=3.76, SE=0.14$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(254) = -.681$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .497 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H3a

การทดสอบสมมติฐานข้อ H3b ผลการทดสอบ Levene's Test มีนัยสำคัญ (.017) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและไม่สามารถยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่หก ( $M=3.43, SE=0.12$ ) และสถานการณ์ที่สอง ( $M=3.74, SE=0.15$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(237) = -1.582$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .115 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H3b

การทดสอบสมมติฐานข้อ H3c ผลการทดสอบ Levene's Test ไม่มีนัยสำคัญ (.719) จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานหลัก ถูกต้องและยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่สอง ( $M=3.73, SE=0.15$ ) และสถานการณ์ที่หนึ่ง ( $M=3.76, SE=0.14$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(253) = -.129$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .897 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H3c

การทดสอบสมมติฐานข้อ H3d ผลการทดสอบ Levene's Test มีนัยสำคัญ (.022) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและไม่สามารถยอมรับได้ว่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากัน ระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่หก ( $M=3.43, SE=0.12$ ) และสถานการณ์ที่ห้า ( $M=3.63, SE=0.14$ ) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $t(245) = -1.052$  โดยมีค่า  $p$  อยู่ที่ .294 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อ H3d

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของภาระทางความคิดในส่วนแรกใช้ T-Test วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยที่ละคู่เทียบกับ ในส่วนนี้ใช้ ANOVA เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยภาระทางความคิดทั้งแปดสถานการณ์พร้อมกัน รวมถึงการใช้ Post Hoc Test เพื่อยืนยันผล T-Test และศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม

ก่อนเริ่มการวิเคราะห์ ANOVA ผู้วิจัยได้ทดสอบ Levene's Test เพื่อตรวจสอบความแปรปรวนของข้อมูล พบว่าค่าสถิติมีนัยสำคัญ คือสมมติฐานความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันนั้น (Homogeneity Assumption) ไม่เป็นจริง  $F(7, 1053) = 4.54, p = .000$  ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ Welch Test เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย ได้ผลว่าระดับภาระทางความคิดในแปดสถานการณ์นี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $F(7, 449.39) = 68.174, p = .000$

จากนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ Games-Howell Post Hoc Test ในการทดสอบเพิ่มเติม ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การทดสอบตัวนี้เพราะเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนไม่เท่ากัน และมีความแปรปรวนของประชากรที่แตกต่างกัน (Field and Hole, 2011, Field, 2011) ผลการทดสอบพบว่าสถานการณ์ที่ผู้บริโภคประมวลผลข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ จะมีความแตกต่างจากสถานการณ์ที่ผู้บริโภคต้องเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน ตัวอย่างเช่น สถานการณ์ที่หนึ่ง (เปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกันได้) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับสถานการณ์ที่สาม สี่ เจ็ด และแปด (ต้องเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน) ทั้งนี้ สถานการณ์ที่สอง ห้า และหก ซึ่งผู้บริโภคประมวลผลข้อมูลที่เปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ ล้วนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับสถานการณ์ที่สาม สี่ เจ็ด และแปด

การวิเคราะห์ส่วนถดถอยใช้สมการถดถอย Regression Analysis เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาระทางความคิดและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกในทั้งแปดสถานการณ์ พบว่าความสัมพันธ์เป็นเชิงลบและมีนัยสำคัญทั้งสิ้น หมายความว่าภาระทางความคิดมีระดับต่ำ ความพึงพอใจยิ่งมีระดับสูง และยิ่งภาระทางความคิดมีระดับสูง ความพึงพอใจยิ่งมีระดับต่ำ ส่วนขนาดของอิทธิพลนั้น อยู่ระหว่าง  $-0.244$  ถึง  $-0.361$  (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก 3)

ผู้วิจัยได้ใช้ ANOVA ศึกษาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกเพิ่มเติม ผู้วิจัยได้ทดสอบ Levene's Test เพื่อตรวจสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของข้อมูล พบว่าค่าสถิติมีนัยสำคัญ สมมติฐานความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันไม่เป็นจริง  $(7, 1053) = 1.730, p = .098$  ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ Welch Test เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย ได้ผลว่าระดับภาระความคิดในแปดสถานการณ์นี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  $F(7, 449.82) = 25.940, p = .000$

จากนั้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้ Games-Howell Post Hoc Test ในการทดสอบเพิ่มเติม ผลการทดสอบพบว่าความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกในสถานการณ์ที่หนึ่งแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจในกรณีที่สอง สี่ เจ็ด และแปด และเช่นเดียวกัน ความพึงพอใจในสถานการณ์ที่สอง ห้า และหก ล้วนแต่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจในกรณีที่สอง สี่ เจ็ด และแปด เช่นเดียวกับความพึงพอใจในสถานการณ์ที่หนึ่ง

เมื่อเชื่อมโยงการวิเคราะห์ จึงพบว่า ในทุกสถานการณ์ที่ผู้บริโภคระมวลผลข้อมูลที่เปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้นั้น ภาระทางความคิดจะมีระดับต่ำเมื่อเทียบกับการประมวลผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกัน และระดับภาระความคิดที่ต่ำนี้ จึงส่งผลให้ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกมีระดับสูง ในทางกลับกัน ทุกสถานการณ์ที่ผู้บริโภคระมวลผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกัน ภาระทางความคิดจะมีระดับสูงเมื่อเทียบกับการประมวลผลข้อมูลที่เปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ และระดับภาระความคิดที่สูงนี้ จึงส่งผลให้ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกมีระดับต่ำ

## อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลวิจัยเริ่มต้นจากการศึกษาอิทธิพลทางตรงของลักษณะการเปรียบเทียบ พบว่าการเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกันหรือข้ามมิติกันนั้น มีผลทางตรงกับภาระทางความคิด ภาระทางความคิดจากการประมวลผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกันมีระดับสูงกว่าภาระทางความคิดจากการประมวลผลข้อมูลที่เปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้สนับสนุนวรรณกรรมในอดีต

การศึกษานี้ศึกษาอิทธิพลทางตรงของตัวแปรต้นตัวที่สองคือแนวโน้มในการตอบสนองของผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่ผู้บริโภคระมวลผลข้อมูลในเชิงรุกและเชิงป้องกัน พบว่าแนวโน้มการตอบสนองไม่มีผลกับภาระทางความคิด ภาระทางความคิดจากทั้งสองสถานการณ์ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้ไม่สนับสนุนวรรณกรรมในอดีต

การศึกษานี้ศึกษาอิทธิพลทางตรงของตัวแปรต้นตัวที่สามคือตัวแปรเวลา โดยเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่ผู้บริโภคระมวลผลข้อมูลและมีเวลาจำกัดในระดับกลาง พบว่าตัวแปรเวลาไม่มีผลกับภาระทางความคิด ภาระทางความคิดจากทั้งสองสถานการณ์ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้ไม่สนับสนุนวรรณกรรมในอดีต

จากนั้น ผู้วิจัยทำการศึกษาเพื่อยืนยันว่าตัวแปรต้นสองตัวคือแนวโน้มการตอบสนองและเวลาที่มิฉะนั้นไม่ส่งผลต่อภาระทางความคิดจริงหรือไม่ในสมมติฐานข้อที่สอง ( $H2a - H2d$ ) ผู้วิจัยควบคุมให้ข้อมูลเป็นข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้ามมิติกัน สมมติฐานข้อ  $H2a$  และ  $H2b$  ควบคุมตัวแปรเวลาให้เป็นเวลามากเกินพอและเวลาจำกัดตามลำดับ และศึกษาความแตกต่างของระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคระมวลผลข้อมูลในเชิงรุกและเชิงป้องกัน ส่วนสมมติฐานข้อ  $H2c$  และ  $H2d$  ควบคุม



## บทบาทของภาระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์

ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

ตัวแปรแนวโน้มการตอบสนองให้เป็นเชิงรุกและเชิงป้องกัน ตามลำดับ และศึกษาความแตกต่างของระดับภาระทางความคิดในสถานการณ์เวลามากเกินพอและเวลาจำกัด สำหรับสมมติฐานข้อ H3a – H3d ผู้วิจัยควบคุมให้ข้อมูลเป็นข้อมูลที่เปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ การควบคุมตัวแปรอีกสองตัวเป็นแบบแผนเดียวกับการควบคุมตัวแปรในสมมติฐานข้อที่สอง ผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของระดับภาระทางความคิด ผลการวิจัย ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่สองและสามนี้ ยืนยันผลการทดสอบสมมติฐานข้อ H1b และ H1c

เพื่อให้ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้ใช้ ANOVA ศึกษาเพิ่มเติม และพบว่าค่าเฉลี่ยระดับภาระทางความคิดของผู้บริโภคทั้งแปดสถานการณ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และที่น่าสนใจคือสามารถจัดระดับภาระทางความคิดทั้งแปดสถานการณ์ได้เป็นสองกลุ่ม ได้แก่กลุ่มที่มีตัวแปรต้นเป็นการประมวลผลข้อมูลที่เปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ และกลุ่มที่มีตัวแปรต้นเป็นการประมวลผลข้อมูลที่ต้องเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน ผลการทดสอบนี้ยืนยันผล T-Test

โดยสรุป ผลการวิเคราะห์นั้นแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต้นตัวหลักที่ส่งผลทางตรงต่อภาระทางความคิดนั้นได้แก่ลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลเพียงตัวเดียว ผลการทดสอบที่ปฏิเสธสมมติฐานข้อ H1b ถึง H3d นั้นยืนยันว่าแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภคและเวลาที่ผู้บริโภคมีนั้น มิได้มีส่วนร่วมในการส่งผลต่อภาระทางความคิด ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลเป็นตัวแปรตัวเดียวที่ส่งผลโดยตรงต่อระดับภาระทางความคิดเพราะลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลมีผลโดยตรงต่อความยากง่ายในการประมวล แยกแยะ และเปรียบเทียบข้อมูล สำหรับผลการวิเคราะห์ที่สมการถดถอยนั้น พบว่าภาระทางความคิดส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก โดยอิทธิพลเป็นเชิงลบ กล่าวคือยิ่งภาระทางความคิดมีระดับสูง ความพึงพอใจยิ่งน้อย และยิ่งภาระทางความคิดมีระดับต่ำ ความพึงพอใจยิ่งมาก

เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงของโมเดลชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้ ANOVA วิเคราะห์ตัวแปรความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจ ผลพบว่าความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกในทั้งแปดสถานการณ์แบ่งออกได้เป็นสองกลุ่ม คือกลุ่มที่มีความพึงพอใจในระดับสูง และกลุ่มที่มีความพึงพอใจในระดับต่ำ

ความเชื่อมโยงที่กล่าวถึงคือลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูลส่งผลโดยตรงถึงภาระทางความคิด จากนั้นภาระทางความคิดส่งผลโดยตรงถึงความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก เมื่อสามารถเปรียบเทียบข้อมูลในมิติเดียวกันได้ ภาระทางความคิดจะมีระดับต่ำ ส่งผลให้ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกอยู่ในระดับสูง ในทางตรงข้าม เมื่อต้องเปรียบเทียบข้อมูลข้ามมิติกัน ภาระทางความคิดจะมีระดับสูง ส่งผลให้ความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกอยู่ในระดับต่ำ

งานวิจัยชิ้นนี้มีส่วนในการต่อยอดงานวิจัยด้านความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก และการประมวลผลข้อมูลของผู้บริโภค โดยทำการศึกษาเชิงประจักษ์กับตัวแปรภาระทางความคิด โดยพบว่าภาระทางความคิดเป็นผลมาจากลักษณะการเปรียบเทียบข้อมูล แต่ไม่ได้เป็นผลมาจากแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภค และเวลาที่ผู้บริโภคมี อีกทั้งพบว่าภาระทางความคิดส่งผลเชิงลบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือก

นักการตลาดสามารถประยุกต์ผลการวิจัยนี้ไปใช้ในงานทางการตลาดได้หลายรูปแบบ เช่น ในการวางตำแหน่งสินค้าของสินค้าใหม่นั้น หากแบรนด์ของเราเป็นผู้นำตลาด เราควรวางตำแหน่งสินค้าของสินค้าใหม่ให้สามารถเปรียบเทียบกับสินค้าปัจจุบันได้ในมิติเดียวกัน โดยความง่ายในการเปรียบเทียบนี้ ไม่เพียงแต่จะช่วยลดภาระทางความคิดและเพิ่มความพึงพอใจในกระบวนการเลือกเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ลูกค้าเลือกซื้อจากกลุ่มสินค้าภายใต้แบรนด์ของเรา

นักการตลาดยังสามารถนำความรู้จากงานวิจัยชิ้นนี้มาใช้ในการจัดสินค้าหน้าร้าน ไม่ว่าจะเป็นร้านในลักษณะที่จับต้องได้หรือร้านออนไลน์ โดยการจัดสินค้าให้เปรียบเทียบในมิติเดียวกันได้ เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ นักการตลาดควรจัดการสารในทุกจุดสัมผัสแบรนด์ รวมถึงสื่อโฆษณา ให้มีความเรียบง่าย กล่าวคือสามารถเปรียบเทียบตัวเลือกในมิติเดียวกันได้ ผู้บริโภคจึงจะตัดสินใจเลือกได้ง่าย และมีความพึงพอใจกับกระบวนการตัดสินใจเลือกในระดับสูง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ใช้การทดลองในการเก็บข้อมูล จึงอาจสะท้อนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงได้ไม่เต็มที่ จึงเป็นการดีหากงานวิจัยในอนาคตจะทำการศึกษาในสถานการณ์การตัดสินใจจริงของผู้บริโภค นอกจากนี้ งานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม ที่อาจเป็นผลจากตัวแปรแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภค และตัวแปรเวลาที่มี โดยตัวแปรดังกล่าวอาจส่งผลทางอ้อมต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภคได้

## บทบาทของภาวะทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์

ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก

## เอกสารอ้างอิง

- Ahituv, Igbaria & Sella 1998. The Effects of Time Pressure and Completeness of Information on Decision Making: *JMIS. Journal of Management Information Systems*, 15, 153-172.
- Amodio, Shah, Sigelman, Brazy & Harmon-Jones 2004. Implicit Regulatory Focus Associated with Asymmetrical Frontal Cortical Activity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 225-232.
- Appelt, Milch, Handgraaf & Weber 2010. Much Ado About Very Little (So Far)? The Role of Individual Differences in Decision Making.
- Baas, Druet & Nijstad 2008. A Meta-Analysis of 25 Years of Mood-Creativity Research: Hedonic Tone, Activation, or Regulatory Focus? *Psychological Bulletin*, 134, 779-806.
- Bettman, Johnson & Payne (eds.) 1991. *Consumer Decision Making*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Boatwright & Nunes 2001. Reducing Assortment: An Attribute-Based Approach. *Journal of Marketing*, 65, 50-63.
- Boesen-Mariani, Gomez & Gavard-Perret 2010. Regulatory Focus: A Promising Concept for Marketing Research. *Recherche et Applications en Marketing*, 25, 87-106.
- Carver 2004. Negative Affects Deriving From the Behavioral Approach System. *Emotion*, 4, 3-22.
- Chang & Chou 2008. Goal Orientation and Comparative Valence in Persuasion. *Journal of Advertising*, 37, 73-87.
- Chernev 2004. Goal-Attribute Compatibility in Consumer Choice. *Journal of Consumer Psychology*, 14, 141-150.
- Chien-Huang & Wu 2005. How to Deal with Conflicts? The Effects of Consumers' Subjective Time Pressure on Product Attitude Judgment and Choice. *Journal of American Academy of Business*, 6, 219-224.
- Chou 2012. Effects of Paternalistic Leadership on Job Satisfaction: Regulatory Focus as the Mediator. *The International Journal of Organizational Innovation*, 4.
- Crowe & Higgins 1997. Regulatory Focus and Strategic Inclinations: Promotion and Prevention in Decision-Making. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 69, 117-132.
- Dhar 1997. Consumer Preference for a No-Choice Option. *Journal of Consumer Research*, 24, 215-232.
- Dhar & Nowlis 1999. The Effect of Time Pressure on Consumer Choice Deferral. *Journal of Consumer Research*, 25, 369-384.

- Dhar, Nowlis & Sherman 2000. Trying hard or hardly trying: An analysis of context effects in choice. *Journal of Consumer Psychology*, 9, 189-200.
- Field 2011. *Discovering Statistics Using SPSS*, Los Angeles, SAGE Publications Inc.
- Field & Hole 2011. *How to Design and Report Experiments*, Los Angeles, SAGE Publications Inc.
- Fiske & Taylor 1984. *Social Cognition*, Reading, Addison-Wesley.
- Fitzsimons 2000. Consumer response to stockouts. *Journal of Consumer Research*, 27, 249-266.
- Gourville & Soman 2005. Overchoice and Assortment Type: When and Why Variety Backfires. *Marketing Science*, 24, 382-395.
- Haynes 2009. Testing the Boundaries of the Choice Overload Phenomenon: The Effect of Number of Options and Time Pressure on Decision Difficulty and Satisfaction. *Psychology & Marketing*, 26, 204-212.
- Higgins 1997. Beyond Pleasure and Pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280-1300.
- Higgins 1998. Promotion and Prevention: Regulatory Focus as a Motivational Principle. *Advances in Experimental Social Psychology*, 30, 1-46.
- Higgins 1999. Meta-Information, and Time: Factors in Human Decision Making. *Journal of American Society for Information Science and Technology*, 50, 132-139.
- Higgins, Roney, Crowe & Hymes 1994. Ideal Versus Ought Predilections for Approach and Avoidance: Distinct Self Regulatory Systems *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 276-286.
- Higgins, Shah & Friedman 1997. Emotional Responses to Goal Attainment: Strength of Regulatory Focus as Moderator. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 515-525.
- Liberman, Molden, Idson & Higgins 2001. Promotion and Prevention Focus on Alternative Hypotheses: Implications for Attributional Functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 5-18.
- Linzer, Konrad, Douglas, McMurray, Pathman, Williams, Schwartz, Gerrity, Scheckler, Bigby & Rhodes 2000. Managed Care, Time Pressure, and Physician Job Satisfaction: Results from the Physician Worklife Study. *Journal of General Internal Medicine*, 15, 441-450.
- Lockwood, Jordan & Kunda 2002. Motivation by Positive or Negative Role Models: Regulatory Focus Determines Who Will Best Inspire Us. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 854-864.

## **บทบาทของภาวะทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์**

*ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก*

Markman & Gertner 1994. Splitting the Differences: A Structural Alignment View of Similarity. *Journal of Memory and Language*, 32, 517-535.

Markman & Gertner 1997. The Effects of Alignability on Memory. *Psychological Science*, 8, 363-367.

Mikulincer 1997. Adult Attachment Style and Information Processing: Individual differences in Curiosity and Cognitive Closure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1217-1230.

Muller, Grobmann-Hutter, Jameson, Rummer & Wittig. Year. Recognizing Time Pressure and Cognitive Load on the Basis of Speech: An Experimental Study. In: VASSILEVA, J., GMYTRASIEWICZ, P. & BAUER, M., eds. *Proceedings of the Eighth International Conference*, 2001 Berlin. Springer.

Ouschan, Boldero, Kashima, Wakomoto & Kashima 2007. Regulatory Focus Strategies Scale: A Measure of Individual Differences in the Endorsement of Regulatory Strategies. *Asian Journal of Social Psychology*, 10, 243-257.

Paas, Merrienboer & Adam 1994. Measurement of Cognitive Load in Instructional Research. *Perceptual and Motor Skills*, 79, 419-430.

Paas, Tuovinen, Tabbers & Gerven 2003. Cognitive Load Measurement as a Means to Advance Cognitive Load Theory. *Educational Psychologist*, 38, 63-71.

Payne, Bettman, Coupey & Johnson 1992. A Constructive Process View of Decision Making: Multiple Strategies in Judgment and Choice. *Acta Psychologica*, 80, 107-141.

Pham & Avnet 2004. Ideals and Oughts and the Reliance on Affect versus Substance in Persuasion. *Journal of Consumer Research* 30, 503-518.

Pham & Higgins 2005. Promotion and Prevention in Consumer Decision-Making. In: RATNESHWAR, S. & MICK, D. G. (eds.) *Inside Consumption: Consumer Motives, Goals, and Desires*. Routledge: UK.

Pollock, Chandler & Sweller 2002. Assimilating Complex Information. *Learning and Instruction*, 12, 61-86.

Stiensmeier-Pelster & Schurmann 1993. Information Processing in Decision Making Under Time Pressure: The Influence of Action Versus State Orientation. In: SVENSON, O. & MAULE, A. J. (eds.) *Time Pressure and Stress in Human Judgment and Decision Making*. New York: Plenum.

Suri & Monroe 2003. The Effects of Time Constraints on Consumers' Judgments of Prices and Products. *Journal of Consumer Research*, 30, 92-104.



- Svenson & Benson 1993. Framing and Time Pressure in Decision Making. In: SVENSON, O. & MAULE, A. J. (eds.) *Time Pressure and Stress in Human Judgment and Decision Making*. New York: Plenum.
- Svenson, Edland & Slovic 1990. Choice and Judgments of Incompletely Described Decision Alternatives Under Time Pressure. *Acta Psychologica*, 1990, 153-169.
- Sweller 1988. Cognitive Load During Problem Solving: Effects on Learning. *Cognitive Science*, 12, 257-285.
- Tanner 1996. Buyer Perceptions of the Purchase Process and Its Effect on Customer Satisfaction. *Industrial Marketing Management*, 25, 125-133.
- Tulga & Sheridan 1980. Dynamic Decisions and Workload in Multitask Supervisory Control. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics*, 10, 217-232.
- Verplanken 1993. Need for Cognition and External Information Search: Responses to Time Pressure During Decision-Making. *Journal of Research in Personality*, 27, 238-252.
- Yuan & Namasivayam 2012. The Relationship of Chronic Regulatory Focus to Work-Family Conflict and Job Satisfaction. *International Journal of Hospitality Management* 31, 458-467.
- Zhang & Fitzsimons 1999. Choice-Process Satisfaction: The Influence of Attribute Alignability and Option Limitation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 77, 192-214.

**บทบาทของภาระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์**  
**ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก**

**ภาคผนวก 1:**

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยตัวแปรภาระทางความคิดโดยใช้การทดสอบ Games-Howell Post Hoc Test

Scenario	Scenario Compared	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	3	.000	-2.972	-1.679
	4	.000	-2.816	-1.492
	7	.000	-2.759	-1.425
	8	.000	-2.473	-1.182
2	3	.000	-3.001	-1.705
	4	.000	-2.844	-1.518
	7	.000	-2.787	-1.451
	8	.000	-2.502	-1.208
3	1	.000	1.679	2.972
	2	.000	1.705	3.001
	5	.000	1.817	3.110
	6	.000	2.010	3.306
4	1	.000	1.492	2.816
	2	.000	1.518	2.844
	5	.000	1.630	2.954
	6	.000	1.824	3.150
5	3	.000	-3.110	-1.817
	4	.000	-2.954	-1.630
	7	.000	-2.897	-1.563
	8	.000	-2.611	-1.320
6	3	.000	-3.306	-2.010
	4	.000	-3.150	-1.824
	7	.000	-3.093	-1.757
	8	.000	-2.807	-1.513
7	1	.000	1.425	2.759
	2	.000	1.451	2.787
	5	.000	1.563	2.897
	6	.000	1.757	3.093
8	1	.000	1.182	2.473
	2	.000	1.208	2.502
	5	.000	1.320	2.611
	6	.000	1.513	2.807

## ภาคผนวก 2:

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยตัวแปรความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือกโดยใช้การทดสอบ Games-Howell Post Hoc Test

Scenario	Scenario Compared	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	3	.000	.9048	1.9394
	4	.000	.9709	2.0198
	7	.000	.5989	1.6120
	8	.000	.6895	1.6694
2	3	.000	.4766	1.5912
	4	.000	.5430	1.6711
	7	.002	.1698	1.2646
	8	.000	.2591	1.3234
3	1	.000	-1.9394	-.9048
	2	.000	-1.5912	-.4766
	5	.000	-1.7838	-.7401
	6	.000	-1.7614	-.6954
4	1	.000	-2.0198	-.9707
	2	.000	-1.6711	-.5430
	5	.000	-1.8642	-.8061
	6	.000	-1.8416	-.7615
5	3	.000	.7401	1.7838
	4	.000	-.8061	1.8642
	7	.000	.4341	1.4565
	8	.000	.5246	1.5141
6	3	.000	.6954	1.7614
	4	.000	.7615	1.8416
	7	.000	.3891	1.4344
	8	.000	.4791	1.4923
7	1	.000	-1.6120	-.5989
	2	.002	-1.2646	-.1698
	5	.000	-1.4565	-.4341
	6	.000	-1.4344	-.3891
8	1	.000	-1.6694	-.6895
	2	.000	-1.3234	-.2591
	5	.000	-1.5141	-.5246
	6	.000	-1.4923	-.4791

**บทบาทของภาระทางความคิดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์**  
**ในการตัดสินใจและความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจเลือก**

**ภาคผนวก 3:**  
**ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยในแปดสถานการณ์**

สถานการณ์ที่	Constant				ภาระทางความคิด			
	B	SE	t	Sig.	B	SE	t	Sig.
1	8.392	.253	33.199	.000	-.345	.062	-5.588	.000
2	7.731	.298	25.975	.000	-.274	.072	-3.787	.000
3	7.473	.429	17.410	.000	-.296	.068	-4.370	.000
4	7.042	.422	16.677	.000	-.244	.068	-3.572	.000
5	8.169	.255	32.014	.000	-.340	.064	-5.289	.000
6	8.141	.309	26.339	.000	-.361	.084	-4.301	.000
7	7.836	.344	22.809	.000	-.315	.056	-5.675	.000
8	7.881	.371	21.217	.000	-.352	.064	-5.519	.000

หมายเหตุ: ตัวแปรตามคือความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจ