

เชื่อใจหรือไม่เชื่อใจ: อิทธิพลของการแสดงออกทางสีหน้า

นายทวีทรัพย์	เดชะภูริปัญญา	เลขประจำตัวนิต 533 74352 38
นายภาณุพงศ์	ย่อมประเสริฐ	เลขประจำตัวนิต 533 74701 38
นายกุลภัทร	ไตรรัตน์พันธ์	เลขประจำตัวนิต 533 75170 38

โครงการทางจิตวิทยานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556

TO TRUST OR NOT TO TRUST: THE IMPACT OF FACIAL EXPRESSION

Mr. Taweesub Techapuripunya 533 74352 38
Mr. Parnupong Yomprasert 533 74701 38
Mr. Kunlapat Trairattanapan 533 75170 38

A Senior Project in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Bachelor of Science in Psychology
Faculty of Psychology
Chulalongkorn University
Academic Year 2013

หัวข้อโครงการทางจิตวิทยา

เชื่อใจหรือไม่เชื่อใจ: อิทธิพลของการแสดงออกทางสีหน้า

(TO TRUST OR NOT TO TRUST: THE IMPACT OF
FACIAL EXPRESSION)

โดย

นายพิทักษ์ เตชะภูริปัญญา

นายภาณุพงศ์ ย่อมประเสริฐ

และนายกุลภัทร ไตรรัตน์พันธ์

สาขาวิชา

จิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทางจิตวิทยาหลัก

อาจารย์ศักดิ์พัฒน์ งามเอก

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นำโครงการทางจิตวิทยาฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบัณฑิต

.....คณบดีคณะจิตวิทยา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศันสนีย์ มณีศรี)

คณะกรรมการสอบโครงการทางจิตวิทยา

.....อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทางจิตวิทยาหลัก

(อาจารย์ศักดิ์พัฒน์ งามเอก)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี วัฒนกุล)

..... กรรมการ

(อาจารย์ณัฐารีย์ ศิริวัฒน์)

นายทวิทรัพย์ เตชะภูริปัญญา, นายภาณุพงศ์ ย่อมประเสริฐ และนายกุลภัทร ไตรรัตนพันธ์:
 เชื่อใจหรือไม่เชื่อใจ: อิทธิพลของการแสดงออกทางสีหน้า (TO TRUST OR NOT TO TRUST:
 THE IMPACT OF FACIAL EXPRESSION)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการงานทางจิตวิทยาหลัก : อาจารย์ศักดิ์กพัฒน์ งามเอก, 54 หน้า

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้กรอบความคิดเชิงการทดลองในรูปแบบเกมแห่งความเชื่อใจ (Trust game) ที่คิด
 ขึ้นโดย Berg และคณะ (1995) มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสร้างความเชื่อใจผ่านการแสดงพฤติกรรม
 ซึ่งพฤติกรรมในที่นี้คือ การแสดงออกทางสีหน้า และผู้วิจัยได้ทดสอบว่าบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจ (Propensity
 to Trust) ของบุคคลจะส่งผลอย่างไรในปฏิสัมพันธ์ที่มีรูปแบบ ทั้งนี้ผู้วิจัยยังได้ตรวจสอบด้วยการ
 แสดงออกทางสีหน้านั้น แท้ที่จริงแล้วส่งผลต่อความน่าชื่นชอบ (Likability) มากกว่าความเชื่อใจหรือไม่
 งานวิจัยนี้มีผู้เข้าร่วมการทดลองเป็นนิสิตระดับปริญญาตรีจำนวน 87 คน

ผลการวิจัยอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทิศทางโดยมีตัวแปรการแสดงออก
 ทางสีหน้า (สีหน้ายิ้ม, สีหน้าปกติ และกลุ่มควบคุม) ของหน้าม้าที่เป็นตัวแปรต้นตัวที่หนึ่ง และพฤติกรรม
 การเล่นเกม (น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ) ของหน้าม้าที่เป็นตัวแปรต้นตัวที่สอง ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรต้นทั้ง
 สองไม่มีผลต่อความแปรปรวนของความเชื่อใจเมื่อวัดผลผ่านเกมแห่งความเชื่อใจ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรม
 ของหน้าม้าส่งผลต่อความแปรปรวนของความน่าชื่นชอบ และผลจากการวิเคราะห์การวิเคราะห์ถดถอย
 พหุคูณแบบลำดับขั้นได้ชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจสามารถทำนายความเชื่อใจในการปฏิสัมพันธ์ได้
 เพียงในครั้งแรกเท่านั้น

สาขาวิชา.....จิตวิทยา..... ลายมือชื่อนิสิต.....
 ปีการศึกษา.....2556..... ลายมือชื่อนิสิต.....
 ลายมือชื่อนิสิต.....
 ลายมือชื่อ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการงานทางจิตวิทยาหลัก.....

5337435238, 5337470138, 5337517038 : MAJOR PSYCHOLOGY

KEYWORDS : TRUST / PROPENSITY TO TRUST / TRUSTWORTHINESS / LIKABILITY

Taweesub Techapuripunya, Parnupong Yomprasert, Kunlapat Trairattanapan :

TO TRUST OR NOT TO TRUST: THE IMPACT OF FACIAL EXPRESSION:

Senior project advisor : Sakkaphat Ngamake, 54 pp.

This study used Trust Game experimental paradigm as proposed by Berg et al. (1995) in an attempt to study how to create trust through behavior, in this case facial expression. We examined how a person's propensity to trust personality works in repeated interaction. In addition, we also checked if facial expressions actually affect likability instead of trust. The study was done with 87 undergraduates in Chulalongkorn University.

Study results were based on two-way ANOVA analysis with facial expression (Smile, Neutral and Control) from a confederate as a first independent variable and the confederate's behavior (Trust worthy and untrustworthy) as a second independent variable. Both variables did not affect trust as measured from Trust Game. However, the confederate's behavior has shown to affect likability's variance. Finally, the result from hierarchical multiple regression analysis indicates that propensity to trust personality can predict trust only during the first interaction.

Field of study : Psychology Student's Signature.....

Academic Year : 2013 Student's Signature.....

Student's Signature.....

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

โครงการชิ้นนี้เต็มไปด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลมากมาย ตั้งแต่การเริ่มต้นวางแผนโครงการ จนกระทั่งในช่วงสุดท้ายก่อนที่งานจะสำเร็จลุล่วง ตลอดเวลาที่ผ่านมาได้รับความสนับสนุน ทั้งทางด้านความรู้ ความสามารถ การให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ จากทุกคนที่จะขอขอบคุณเป็นอย่างสูงดังนี้

อันดับแรก ทางกลุ่มข้าพเจ้า ต้องกราบขอบพระคุณ อาจารย์ศักดิ์กัมพัฒน์ งามเอก ที่ช่วยร่วมคิด และให้ข้อมูลความรู้ใหม่ๆ รวมถึงคำแนะนำในการพัฒนาโครงการชิ้นนี้ให้สมบูรณ์ขึ้นอย่างสม่ำเสมอ แม้ในเวลาส่วนตัวอาจารย์ก็สละเวลามาช่วยเหลืออย่างเต็มที่ และยังคงคอยให้คำแนะนำวิธีการคิดและอภิปรายผลการวิจัย รวมถึงวิธีการเขียนเนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพ

กราบขอบพระคุณนางสาวจิรภัทร วัชรกุล ที่คอยช่วยให้คำแนะนำ และร่วมเสนอทางแก้ปัญหา เมื่อเกิดอุปสรรคในการทำการทดลอง รวมถึงตรวจเช็คความสมจริงและข้อบกพร่องก่อนเริ่มการทดลองจริง

กราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพนระพี สุทธิวรรณ ที่ให้ความรู้ และความอนุเคราะห์ในการแปลมาตรวัดอย่างถูกต้องแม่นยำ และชัดเจนในความหมาย

ขอบคุณ นายรังสิมันต์ กิจชัยเจริญ คณะนิเทศศาสตร์ สาขาสื่อสารการแสดง ผู้รับบทบาทเป็นหน้าม้าในการทดลอง และแสดงบทบาทได้อย่างสมจริง

ขอบคุณผู้ร่วมการทดลองทุกท่าน ที่สละเวลาเข้าร่วมงานวิจัย และให้ความร่วมมือในการเล่น เกมอย่างจริงจัง ถ้าหากไม่มีผู้ให้ความร่วมมือในการทำการทดลอง โครงการนี้ก็เป็นที่แน่นอนว่าจะไม่สามารถทำสำเร็จได้เลย จึงต้องขอบคุณมา ณ ที่นี้

ท้ายที่สุดขอขอบคุณเพื่อนทุกคนในกลุ่มโครงการชิ้นนี้ ที่อุทิศเวลา ความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน เข้ามาผสานเติมเต็มในส่วนที่ขาดจนกลายเป็นชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์นี้ได้

ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นาย ทวีทรัพย์ เตชะภูริปัญญา

นาย ภาณุพงศ์ ย่อมประเสริฐ

นาย กุลภัทร ไตรรัตน์พันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	2
1.2.1 ความเชื่อใจ.....	2
1.2.2 บุคลิกภาพพร้อมไว้ใจ.....	4
1.2.3 ความน่าเชื่อถือ.....	6
1.2.4 เกมแห่งความเชื่อใจ.....	7
1.2.5 ความแตกต่างระหว่างเพศ.....	9
1.2.6 พฤติกรรมที่จะสร้างความเชื่อใจ.....	10
1.2.7 ความประทับใจแรกพบ.....	12
1.2.8 ความเชื่อใจจากความประทับใจแรกพบ.....	13
1.2.9 ความน่าชื่นชอบ.....	14
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	15
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	16
1.5 นิยามเชิงปฏิบัติการ.....	16
1.6 สมมติฐานการวิจัย.....	17
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17

บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย	
2.1 กลุ่มตัวอย่าง.....	18
2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	18
2.2.1 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่น Trust game.....	18
2.2.2 Propensity to trust scale.....	18
2.2.3 Propensity to trust.....	19
2.2.4 Reysen Likability Scale.....	20
2.3 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	21
2.4 กติกาการเล่น Trust game.....	22
2.5 กระบวนการทดลอง.....	23
2.6 เงื่อนไขการทำการทดลอง.....	24
บทที่ 3 ผลการทดลอง.....	26
บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย.....	32
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	37
รายการอ้างอิง	
ภาคผนวก.....	43
ภาคผนวก ก.....	44
ภาคผนวก ข.....	49

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆในบุคลิกภาพพร้อมเชื้อใจ.....	21
2 แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมการทดลองตามเงื่อนไข.....	24
3 แสดงการจัดกลุ่มตัวอย่างเข้าเงื่อนไขตามระดับตัวแปรต้น.....	25
4 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศในองค์ประกอบทั้ง 3 ของบุคลิกภาพ.....	26
พร้อมเชื้อใจ	
5 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบทั้ง 3 ของบุคลิกภาพพร้อมเชื้อใจโดยมี.....	27
การแสดงผลการวิเคราะห์และพฤติกรรมของหน้าม้าเป็นตัวแปรต้น	
6 วิเคราะห์อำนาจทำนายการส่งเงินทั้งสามรอบของสามองค์ประกอบใน.....	29
บุคลิกภาพพร้อมเชื้อใจ โดยควบคุมด้วยอิทธิพลเพศและอายุ	
7 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความชอบโดยมีตัวแปรต้นเป็นเงื่อนไข.....	30
การแสดงผลการวิเคราะห์และพฤติกรรมของหน้าม้า	
8 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนอัตราการเงินที่ส่งรวมทั้งสามรอบรายคู่โดยมี.....	31
ตัวแปรต้นเป็นเงื่อนไขการแสดงผลการวิเคราะห์และพฤติกรรมของหน้าม้า	

สารบัญรูปภาพ

ภาพ

หน้าที่

1 แสดงขั้นตอนการเล่น Trust game.....	22
2 แสดงลำดับขั้นตอนการทดลองและเก็บข้อมูล.....	24

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ลองพิจารณาถึงเหตุการณ์ต่อไปนี้: วันหนึ่ง คุณอาจจะพบประสบการณ์ที่อยากทำความรู้จักหรือเข้าหาใครบางคน แต่มันเป็นเรื่องลำบาก เพราะระหว่างคุณสองคนนั้น เป็นคนแปลกหน้าต่อกัน คุณเข้าใจดีว่าครั้งแรกที่เข้าไปหาที่นั่นสำคัญมาก จึงต้องพยายามให้มันเป็นไปด้วยดี และยิ่งไปกว่านั้นยังต้องทำให้เขารู้สึกเชื่อใจในตัวคุณ เพื่อให้อีกฝ่ายยอมเปิดโอกาสที่จะเข้าหาได้ในอนาคต แต่มันยากเหลือเกินเมื่อคุณรู้ว่า ความเชื่อใจและความประทับใจครั้งแรกสำคัญ แต่มันเป็นเพียงนามธรรมที่ไม่มีใครบอกว่าจะต้องทำอย่างไรจึงจะเกิดสองสิ่งนี้ขึ้นมา ด้วยความกลัวและความไม่ถนัดในความสัมพันธ์นี้เองที่จะทำให้คุณพลาดโอกาสสำคัญในชีวิตไป

ความสำคัญของความเชื่อใจ (Trust) คือพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของความสัมพันธ์ที่ดี ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในบริบทใดก็ตาม (Fisher & Brown, 1988) คุณไม่อาจสร้างความสัมพันธ์ที่ดีได้เลยหากขาดความเชื่อใจ ในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ถ้าหากไม่มีความเชื่อใจให้กับใครเลย เราก็ไม่สามารถที่จะเล่าเรื่องราว หรือความรู้สึกใด ๆ กับใครได้ ในยามทุกข์ คุณก็ไม่กล้าที่จะบอกละเอียดที่อยู๋ภายใน เพราะเราจะกลัวว่า ผู้อื่นจะหาประโยชน์และเอาเปรียบจากความรู้สึกของคุณ และจะระแวงว่าทุกครั้งที่ได้บอกความรู้สึกให้ใครสักคนได้รับรู้ เขาจะนำสิ่งที่รับรู้ไปใช้ในทางที่เป็นผลเสียต่อตัวเราเอง ในทางกลับกัน เราก็ไม่สามารถเชื่อเรื่องที่ผู้อื่นพูดให้ฟังได้เช่นกัน เพราะหากเราไม่เชื่อใจเขาแล้ว เราจะมองว่าเขามาบอกเรื่องนี้ เพียงเพราะต้องการเอาเปรียบเท่านั้น เมื่อเป็นเช่นนั้น ความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย (Johnson, 1993) ในด้านการทำงานก็เช่นเดียวกัน จะเป็นเช่นไร หากเราไม่เชื่อใจใครเลยในที่ทำงาน แน่นอนว่า ความกังวลจะเกิดขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ต้องคอยเฝ้างานด้วยตัวเองตลอดเวลาเนื่องจากไม่มีใครที่น่าไว้วางใจพอที่จะขอความช่วยเหลือได้เลย

“เพราะคุณจะไม่มีโอกาสครั้งที่สอง ในการสร้างความประทับใจครั้งแรก” เป็นคำกล่าวจากโฆษณา ยาสระผม ยี่ห้อ Head & Shoulder เมื่อช่วงปี 1980 แม้ไม่ต้องอธิบาย ทุกคนก็รู้ดีอยู่แล้วว่า ทุกๆ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นได้ ย่อมต้องมี การปฏิสัมพันธ์ครั้งแรกเสมอ และครั้งแรกนี้เอง ที่ก่อให้เกิดความประทับใจแรกพบ (First impression) ซึ่งจะกำหนดความสัมพันธ์ในครั้งต่อไป

ความประทับใจแรกพบ ส่งผลมากในชีวิตประจำวัน หากการได้พบเจอกันครั้งแรก คุณมีความรู้สึก ว่าอีกฝ่ายนั้น คุณรู้สึกว่าเขาน่าจะเป็นคนดี น่าคบหา หรือไม่ว่าด้วยปัจจัยใด ๆ ก็ตามที่ทำให้คุณรู้สึก ได้ว่า อีกฝ่ายนั้นมีบางสิ่งที่น่าสนใจในแง่ดี คุณจะรู้สึกยินดีที่จะมีการพบปะในครั้งต่อไป แต่ถ้าหากในการพบเจอ ในครั้งแรกนั้น คุณรู้สึกไม่ชอบใจฝ่ายตรงข้าม เขามีบางสิ่งบางอย่างที่คุณไม่ชอบและรู้สึกกับเขาในแง่ลบ จินตนาการได้เลยว่าคุณคงไม่ได้อยากที่จะต้องไปปฏิสัมพันธ์กับเขาบ่อย ๆ แน่ ซึ่งแน่นอนความประทับใจ ตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้พบ เป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลไปสู่ความสัมพันธ์ในอนาคต

ความประทับใจแรกพบในทางลบ จะทำให้โอกาสที่จะรู้จักกันเพิ่มขึ้นในอนาคตถูกทำลาย เพราะ ความสัมพันธ์จะถูกหลบเลี่ยง และถึงแม้ความสัมพันธ์จะเกิดขึ้นต่อไปในภายหลัง ความประทับใจในครั้งแรก ก็จะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังและการตีความพฤติกรรม รวมถึงพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่ออีกฝ่ายด้วย (Berscheid & Regan, 2005)

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ความเชื่อใจนั้นคือปัจจัยที่สำคัญสำหรับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะ ยาว แต่ถ้าไม่ได้รับความเชื่อใจตั้งแต่แรกที่ได้พบ คงเป็นเรื่องยากที่จะสร้างความสัมพันธ์ต่อไปได้ เพราะ ความไว้วางใจนั้น จะเปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ต่อไปในภายภาคหน้า แสดงให้เห็นในงานวิจัยของ Lount, Zhong, Sivanathan & Murnighan, (2008) ซึ่งพบว่าการหักหลังเมื่อมีความเชื่อใจกัน ใน ความสัมพันธ์แล้ว คนยังคงร่วมมือกันกว่าการไม่เชื่อใจกันตั้งแต่ต้น

นอกจากการเข้าใจว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเกิดความสัมพันธ์ที่ดี แต่สามารถรู้ว่าจะต้องทำ อย่างไรจึงจะได้รับผลเช่นนั้น เป็นสิ่งที่ยังคงสำคัญยิ่ง ในชีวิตจริง ดังนั้นสิ่งที่งานวิจัยชี้ นสนใจคือ พฤติกรรม อะไร ที่จะสามารถทำให้เกิดความเชื่อใจขึ้นตั้งแต่แรกพบได้

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเชื่อใจ (Trust)

นักวิจัยมากมายที่ศึกษาเรื่องความเชื่อใจ (e.g. Mayer, Davis, & Schoorman, 1995; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003; Campellone, & Kring 2013) ให้ข้อสรุปตรงกันว่า ความ เชื่อใจนั้น มีความสัมพันธ์โดยตรงกับความคืบหน้าในกระบวนการสังคม (Social progress) เช่น การ ปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในครอบครัว หรือการพบปะพูดคุยเพื่อเจรจาธุรกิจการค้า เป็นต้น ทั้งนี้ในทุกสังคม ที่มีความเชื่อใจมาก ความสุขของสังคมนั้นก็จะมีมากด้วยเช่นกัน (Allahyarahmadi, 2013)

นิยามของความเชื่อใจที่มีอยู่มากมาย และหลากหลายแนวทฤษฎี ไม่ว่าจะเป็นเชิงเศรษฐศาสตร์ หรือเชิงจิตวิทยา เนื่องด้วยตัวแปรนี้เป็นตัวแปรที่สามารถปรับใช้ได้บริบทที่หลากหลายนั่นเอง ทั้งนี้เราสามารถแบ่งความเชื่อใจออกได้เป็นสองแนวหลัก คือ ความเชื่อใจ ถูกประเมินได้ทั้งในรูปแบบลักษณะนิสัย (Enduring trait) ที่มีความคงทนอยู่ในตัว ไม่เปลี่ยนแปลงง่าย และรูปแบบสภาวะ (Transient state) ที่มีสถานะชั่วคราว เปลี่ยนแปลงได้ง่าย (Evans & Revelle, 2008)

แนวคิดหลักที่พูดถึงความเชื่อใจที่เรานำมาเป็นแกนหลักในงานวิจัยของเราคือ งานวิจัยของ Mayer และคณะ (1995) ที่ได้พูดถึงนิยามของความเชื่อใจ (Trust) ไว้ดังนี้ ความเชื่อใจ คือ ความเต็มใจของบุคคลที่จะยอมรู้สึกไม่มั่นคงต่อการกระทำของบุคคลอื่น ซึ่งบุคคลมีความคาดหวังว่าบุคคลอื่นจะแสดงการกระทำที่มีความสำคัญต่อบุคคล โดยที่ไม่ต้องมีการควบคุมหรือบังคับกัน แม้ว่าความรู้สึกไม่มั่นคงจะเป็นการเสี่ยงรูปแบบหนึ่ง ก็ไม่ได้หมายความว่าความเชื่อใจนั้นเป็นการสร้างความเสี่ยงให้กับตนเอง แต่หมายความว่าความเชื่อใจคือ “การเต็มใจที่จะเสี่ยง” มากกว่า

ในการวิจัยทั่วไปเกี่ยวกับความเชื่อใจจะใช้สรรพนามแทนบุคคลที่เป็นผู้ที่เชื่อใจคนอื่นว่า ผู้เชื่อใจ (Trustor) และบุคคลที่ถูกเชื่อใจว่า ผู้ถูกเชื่อใจ (Trustee) (Driscoll, 1978; Scott, 1980 อ้างถึงใน Mayer et al., 1995) โดย Mayer และคณะ (1995) ระบุลักษณะของผู้เชื่อใจที่จะส่งอิทธิพลต่อความเชื่อใจระหว่างบุคคลไว้ คือ บุคลิกพร้อมไวใจ (Propensity to trust) เป็นความเต็มใจของผู้เชื่อใจที่จะเชื่อใจผู้อื่นในเรื่องทั่ว ๆ ไป หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นความเชื่อของผู้เชื่อใจที่เชื่อว่าคำพูด คำสัญญาและคำกล่าวอ้างของบุคคลอื่นสามารถเชื่อถือได้ (Rotter, 1967 อ้างถึงใน Mayer et al., 1995) และลักษณะของผู้ถูกเชื่อใจที่จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อใจระหว่างบุคคลคือ ลักษณะหรือการกระทำของผู้ถูกเชื่อใจที่จะนำมาซึ่งความเชื่อใจที่มากขึ้น หรือเรียกว่า ความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) นั่นเอง

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่น่าสนใจ Lewicki และ Wiethoff, (2000) ได้แบ่งความเชื่อใจออกเป็น 2 ประเภท คือ ความเชื่อใจที่มีการคำนวณเป็นพื้นฐาน (Calculus-based trust [CBT]) และ ความเชื่อใจที่มีการระบุสาเหตุเป็นพื้นฐาน (Identification-based trust [IBT]) ในรูปแบบของ CBT คนเราตัดสินใจที่จะเชื่อใจจากการได้รับรางวัลหรือการลงโทษ ซึ่งผลของการกระทำเป็นตัวสร้างความเชื่อใจ ในรูปแบบนี้ความเชื่อใจจำเป็นต้องใช้เวลาในการสร้างมาก และในรูปแบบของ IBT ความเชื่อใจสามารถเกิดขึ้นได้หากบุคคลในกลุ่มรับรู้ความคาดหวังของอีกคน และเมื่อทั้งคู่เรียนรู้ความคาดหวังซึ่งกันและกันแล้ว จะเกิดการแบ่งปันค่านิยมร่วม และสามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นำมาซึ่งความเชื่อใจได้ ซึ่งในความสัมพันธ์ของบุคคลแล้วจะเกิดจาก CBT และต้องใช้เวลาในการสร้างขึ้นมา แต่ในระหว่างนั้นสามารถสร้าง IBT ร่วมขึ้นมาจากสถานการณ์ของการร่วมงานกันได้

บุคลิกพร้อมไว้วางใจ (Propensity to trust)

บุคลิกพร้อมไว้วางใจของผู้เชื่อใจ ตัวแปรนี้เป็นลักษณะนิสัยของบุคคลที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการเชื่อใจบุคคลอื่นของบุคคลใด ๆ อาจมองได้ว่าเป็นมุมมองในเรื่องทั่วไปของบุคคลในการเต็มใจที่จะเชื่อใจบุคคลอื่น (Mayer et al., 1995)

บุคลิกพร้อมไว้วางใจนี้อาจอธิบายให้เห็นภาพได้มากขึ้น โดยพูดว่าบุคลิกพร้อมไว้วางใจเป็นความคาดหวังในเรื่องทั่วไปไปต่อบุคคลอื่นของบุคคลหนึ่ง ๆ เช่นประโยคที่ว่า “หากฉันกำลังตกอยู่ในอันตราย ฉันจะสามารถเชื่อใจบุคคลอื่นได้ว่าเขาจะมาช่วยเหลือฉันได้หรือไม่” (Dasgupta, 1988 อ้างถึงใน Mayer et al., 1995) หากบุคคลนั้นตอบตัวเองได้ว่าเขาสามารถเชื่อคนอื่นได้ ก็แปลความได้ว่าบุคคลนี้มีระดับของบุคลิกพร้อมไว้วางใจในระดับสูง ซึ่งระดับของบุคลิกพร้อมไว้วางใจในแต่ละบุคคลแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ส่วนบุคคล และวัฒนธรรม (Hofstede, 1980 อ้างถึงใน Mayer et al., 1995)

Yamagishi (1988) ได้พัฒนามาตร 60 ข้อที่มีลักษณะใกล้เคียงกันขึ้นเพื่อใช้ในการแยกกลุ่มบุคคลที่มีความเชื่อใจสูงและกลุ่มบุคคลที่มีความเชื่อใจต่ำ ซึ่งมาตรนี้มุ่งเน้นไปที่ความเชื่อใจของบุคคลส่วนใหญ่ที่ไม่จำเพาะเจาะจงเช่นเชื่อถือในตัวพนักงานร้านค้าว่าจะไม่โกงเงิน เชื่อในคุณภาพของสินค้าจากตัวแทนขาย เชื่อว่าคู่ค้าจะไม่เอาเปรียบ ฯลฯ และต่อมาได้ทำการลดจำนวนข้อลงเหลือเพียง 6 ข้อ เรียกว่ามาตรความเชื่อใจทั่วไป (General Trust Scale) (Yamagishi & Yamagishi, 1994)

มาตรนี้สามารถแบ่งกลุ่มคนออกเป็นบุคคลที่มีความเชื่อใจสูงและบุคคลที่มีความเชื่อใจต่ำได้ โดยที่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ กลุ่มสูงจะเลือกที่จะตัดสินใจร่วมมือมากกว่าในเกมความลำบากใจของนักโทษและเกมทรัพย์สินสาธารณะ (Public goods game) (Yamagishi, Kanazawa, Mashima, & Terai, 2005)

ในการวิจัยที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน Evans และ Revelle (2005) ได้ทำการเสริมแนวคิดความน่าเชื่อถือของตนเองเข้าไปอีกหนึ่งองค์ประกอบเป็นบุคลิกพร้อมไว้ใจ (Propensity to trust) โดยเชื่อว่าบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือในตนเองมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือในตัวผู้อื่นสูงด้วย เนื่องจากทฤษฎีโมเดลการตอบแทน (Reciprocity principle model) นั้นกล่าวไว้ว่าความเชื่อใจและความน่าเชื่อนั้นมีความสัมพันธ์กันเป็นวงจรด้วยความรู้สึก (Pitlultra, Malhotra, & Murnighan, 2003) โดยอยู่ในรูปแบบที่ว่า หากบุคคลใดรู้สึกว่าเขาได้รับความเชื่อใจแล้ว บุคคลผู้ถูกเชื่อใจนั้นก็ตอบแทนบุคคลผู้เชื่อใจตนเองด้วยการมอบความเชื่อใจคืนให้เช่นกัน

Evans และ Revelle (2005) ได้สร้างมาตรวัดสององค์ประกอบขึ้นมาเรียกว่า แบบสำรวจบุคลิกพร้อมไว้ใจ (Propensity to Trust Survey หรือ PTS) มิติแรกคือความเชื่อใจ (Trust) และมิติที่สองคือความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) ซึ่งนิยามของทั้งสองมิตินี้อ้างอิงจากแนวความคิดความเชื่อใจของ Mayer, Davis และคณะ (1995)

เมื่อไม่นานมานี้ Ashleigh และ Higgs (2012) ได้พัฒนามาตรอีกฉบับขึ้นโดยใช้นิยามบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจของ Mayer และคณะ (1995) ว่าเป็นความเต็มใจของบุคคลที่จะเชื่อใจผู้อื่นในเรื่องทั่ว ๆ ไป โดยได้เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้จัดการ 458 คน และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบจากมาตร ผลการวิเคราะห์พบองค์ประกอบ 3 อย่างคือ ความเชื่อใจในผู้อื่น องค์ประกอบนี้เป็นสิ่งเดียวกับที่ Mayer และคณะเคยกล่าวไว้คือความเต็มใจที่จะเชื่อใจโดยทั่ว ๆ ไป องค์ประกอบที่ 2 คือการรับรู้ความน่าเชื่อถือของผู้อื่น ซึ่งจะระบุไปยังตัวผู้อื่นในเรื่องความความเชื่อใจได้ของผู้อื่น โดยเฉพาะความซื่อสัตย์และคุณธรรม และองค์ประกอบสุดท้ายคือองค์ประกอบการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่สะท้อนถึงความต้องการสวัสดิภาพและหลีกเลี่ยงความเสี่ยง

ความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness)

ส่วนต่อมาที่จะพูดถึงคือความน่าเชื่อถือซึ่งเป็นลักษณะของผู้ถูกเชื่อใจ Good (1988 อ้างถึงใน Mayer et al., 1995) ได้ระบุว่าความเชื่อใจในบุคคลอื่นของเราขึ้นกับความคาดหวังในพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ โดยมีการกระทำในปัจจุบันและผลของการกระทำในอดีตของบุคคลอื่นเป็นรากฐานของการคาดหวัง และเมื่อมองในมุมมองของลักษณะของบุคคลแล้ว จะเห็นได้ว่าความน่าเชื่อถือเป็น ลักษณะที่ผู้ถูกเชื่อใจจะได้รับการประเมินโดยผู้เชื่อใจซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อใจที่มากขึ้นหรือน้อยลงของผู้เชื่อใจที่มอบให้กับผู้ถูกเชื่อใจ (Mayer et al., 1995)

ความน่าเชื่อถือเป็นตัวแปรที่ได้รับการศึกษามาอย่างต่อเนื่อง นักวิจัยบางคน ได้กล่าวว่าความน่าเชื่อถือนี้มีเพียงหนึ่งองค์ประกอบ ในขณะที่บางคนก็บอกว่าความน่าเชื่อถือนี้มีแบ่งออกได้ถึง 10 คุณลักษณะ เช่น ความสม่ำเสมอ (Consistency) ความยุติธรรม (Fairness) หรือความเชี่ยวชาญ (Expertness) เป็นต้น แต่ Mayer และคณะ (1995) ได้ทำการรวบรวม วิเคราะห์ และคัดเลือกคุณลักษณะที่เป็นแกนหลักของความน่าเชื่อถือของผู้ถูกเชื่อใจเอาไว้ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถ (Ability) ความมีเมตตา (Benevolence) และความซื่อสัตย์ (Integrity)

ความสามารถ เป็นกลุ่มของลักษณะที่รวมกัน ทั้งทักษะและสมรรถภาพ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่จะทำ ให้บุคคลมีอิทธิพลในการดำเนินการในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แสดงออกซึ่งความชำนาญในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง

ความมีเมตตา เป็นระดับของความเชื่อมั่นที่ Trustor มอบให้กับ Trustee เป็นความเชื่อที่ว่า Trustee มีความหวังดีหรือความต้องการที่จะทำดีให้กับ Trustor โดยปราศจากแรงจูงใจอื่นใด

ความซื่อสัตย์ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อใจเป็นความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการรับรู้ของ Trustor ว่า Trustee จะประพฤติปฏิบัติตามหลักการใด ๆ ที่เป็นหลัก การที่ Trustor ยอมรับได้ ทั้งนี้การรับรู้นี้เกี่ยวข้องกับ ความสม่ำเสมอของการกระทำของบุคคลนั้น การสื่อสารที่น่าเชื่อถือ การยึดมั่นในความยุติธรรม และ ความสอดคล้องกันของการกระทำและคำพูดของ Trustee

Mayer และคณะ (1995) กล่าวว่า ทั้งสามตัวแปรนี้แม้จะดูเหมือนเป็นคุณลักษณะที่ไม่เกี่ยวข้องกัน แต่ในภาพรวมแล้วทั้งสามตัวแปรนี้ส่งผลร่วมกันต่อความน่าเชื่อถือ ยิ่ง ผู้ถูกเชื่อใจได้รับการประเมินว่ามี ความสามารถ ความมีเมตตา และความซื่อสัตย์สูง ผู้ถูกเชื่อใจก็มีความน่าเชื่อถือสูงเช่นกัน ดังนั้นแล้ว ความน่าเชื่อถือนี้จึงน่าจะเป็นตัวแปรที่มีระดับของความมากกว่าที่จะเป็นตัวแปรที่บอกได้ว่า บุคคลนั้นมีหรือไม่มี

เกมแห่งความเชื่อใจ (Trust game)

เกมนี้มีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามบริบทของขอบเขตการศึกษา เป็นกรอบความคิดที่เกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์กันอย่างมีลำดับระหว่างสองบุคคล ได้แก่ ผู้เชื่อใจ และผู้ถูกเชื่อใจ ผ่านสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อใจ (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003)

Pelligra, (2010) เชื่อว่ามีแหล่งของแรงผลักดันในการเลือกอยู่ 2 อย่างภายในตัวคน คือความต้องการที่จะคล้อยตามความคาดหวังของผู้อื่น (Conformity to others' expectation) เพราะกลัวปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นของผู้อื่น ถึงแม้จะไม่ได้เห็นการกระทำโดยตรง แต่ก็สามารถจินตนาการถึงพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นได้ และ ความรู้สึกที่อยากสะท้อนการเพิ่มค่าให้กับตัวเอง (Sense of worth) ที่ทำให้คนเรารู้สึกดี เมื่อได้รู้สึกว่าเป็นตนเองเป็นอย่างไรที่ตนสมควรจะรับ

Berg, Dickhaut และ McCabe (1995) ได้ทำการออกแบบวิธีการทดลองเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมที่เรียกว่า Trust game เพื่อศึกษาตัวแปรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อใจในปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นทางสังคม ซึ่งการทดลองนี้ได้มีผู้นำไปใช้ในงานวิจัยต่างๆจำนวนมาก (e.g. Campellone, & Kring 2013; Kanagaretnam, Mestelman, Nainar, & Shehata 2010)

การทดลอง Trust game มีกติกา ดังนี้ คุณจะถูกจับคู่กับผู้เข้าร่วมการทดลองอีกคนโดยที่แต่ละฝ่ายจะไม่ทราบตัวตนซึ่งกันและกัน ผู้ดำเนินการทดลองจะมอบเงินให้คนละ 10 \$ คุณซึ่งได้รับบทบาทเป็นผู้ส่งจะเป็นฝ่ายเริ่มเล่นก่อน โดยต้องตัดสินใจว่าจะเก็บเงินไว้เอง หรือจะส่งเงินให้อีกฝ่าย และถ้าส่งจะส่งจำนวนเท่าไร ถ้าหากส่งเงินนั้นจะถูกนำไปคูณ 3 (อาจต่างกันไปในแต่ละรูปแบบ) เงินจำนวนนี้เป็นตัวชี้วัดว่าผู้ส่งมีความเชื่อใจในตัวผู้รับเท่าใด เมื่ออีกฝ่ายซึ่งได้รับบทบาทเป็น "ผู้รับ" ได้เงินก่อนนี้ก็มีหน้าที่ตัดสินใจว่าจะคืนเงินหรือไม่ และถ้าคืนจะคืนจากจำนวนนั้นเท่าไร ร นำมาส่งคืนให้ผู้ส่ง เงินที่คืนมานั้นแสดงถึงพฤติกรรมความน่าเชื่อถือของผู้รับ (Campellone, & Kring, 2013)

นอกจากนี้ Trust game ยังถูกนำไปศึกษาเพิ่มเติม ในรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆของเกม Johansson-Stenman, Mahmud และ Martinsson (2005) ทำการวิจัยถึงอิทธิพลขนาดของจำนวนเงินในการเล่น Trust game ต่อพฤติกรรมการส่งเงินของผู้เล่น พบว่า ปริมาณค่าเฉลี่ยของจำนวนเงินที่ผู้ส่งตัดสินใจที่จะส่ง ลดลง เมื่อจำนวนเงินที่มีในการตัดสินใจมีปริมาณมากขึ้น โดยเชื่อว่าคนจะเกิดการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงมากขึ้นเมื่อมีปริมาณของเงินจำนวนมาก

เช่นเดียวกันมีนักวิจัยหลายคนที่เกิดข้อสงสัยว่าตัวเกมนี้อาจวัดความเชื่อใจจริง หรือเพียงแค่เป็นการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง จึงเกิดการพิสูจน์ขึ้นหลายครั้งในอดีต Houser, Schunk และ Winter (2006) ซึ่งตั้งข้อสงสัยว่าแท้จริงแล้ว Trust game อาจเป็นการวัดการตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง จึงสร้างเป็น 2 เงื่อนไข

เงื่อนไขแรกเป็นการวัดความเชื่อใจ โดยให้ผู้ร่วมการทดลองทราบว่าอีกฝ่ายที่เล่นกับตนนั้นเป็นคนจริง เงื่อนไขที่สองคือในรูปแบบความเสี่ยง โดยบอกผู้ร่วมการทดลองว่าอีกฝ่ายนั้นเป็นคอมพิวเตอร์และจะเลือกโดยใช้วิธีสุ่ม พบข้อแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างการเล่นเกมที่วัดความเชื่อใจและวัดความเสี่ยง ซึ่งสรุปได้ว่าการวัดความเชื่อใจกับการวัดความเสี่ยงนั้นเป็นคนละสิ่งกัน นอกจากนี้การวัดเจตคติต่อความเสี่ยงยังทำนายการเล่นได้เฉพาะในรูปแบบหลังเท่านั้นด้วย

ทำนองเดียวกันกับ Ben-Ner และ Halldorsson (2006) วัดความเชื่อใจ 3 รูปแบบ คือแบบสำรวจ Trust game และการวัดบุคลิกภาพ โดยในด้านแบบสำรวจ ใช้มาตรวัดความเชื่อใจและมาตรวัดความเสี่ยง พบความสัมพันธ์ของจำนวนเงินที่ส่ง ต่อมาตรวัดความเชื่อใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับมาตรวัดความเสี่ยง สำหรับบุคลิกภาพบุคลิกประเภท extrovert, agreeable และ conscientious สามารถทำนายผลของความเชื่อใจจากการทำแบบสำรวจได้ แต่ไม่สอดคล้องกับจำนวนเงินที่ส่ง

Brühlhart และ Usunier (2010) ได้ตั้งคำถามเกี่ยวกับกระบวนการของ Trust game ที่มีพื้นฐานความเชื่อว่าการวัดจำนวนเงินที่ให้ จะเป็นการวัดความเชื่อใจ และ เงินส่งกลับจะเป็นการวัดความน่าเชื่อถือ ซึ่งตั้งสมมติฐานว่า สำหรับการวัดความเชื่อใจนั้น แท้จริงแล้วอาจเป็นตัวแปรอื่น โดยในที่นี้เชื่อว่า อาจจะเป็น ความเอื้อเฟื้อ การวิจัยทำการแบ่งผู้รับ เป็นผู้ที่รอย กับผู้ที่จน และ เชื่อว่าผู้ให้จะให้มากขึ้นเมื่อผู้รับนั้นเป็นกรณีจน แต่ผลปรากฏว่า ปฏิเสธข้อสมมติฐานนี้ และยังคงยืนยันความตรงในการวัดความเชื่อใจของ trust game

ในการเล่น Trust game นั้น ตามแนวคิดจุดดุลยภาพแนช (Nash equilibrium) (Nash, 1950; Nash, 1951) ผู้เล่นคนที่ 1 จะไม่ส่งเงินในผู้เล่นคนที่ 2 (Berg, Dickhaut and McCabe, 1995) แต่ผลจากการเล่น Trust game ในการทดลองต่างๆกลับพบว่าผู้เข้าร่วมการทดลองหลาย ๆ คน เลือกที่จะส่งเงินให้ไม่มากนักน้อยแทนที่จะไม่ส่งเลย ซึ่งจากข้อมูลตรงนี้ทำให้มีการศึกษาต่อมาว่าเป็นเพราะเหตุใดผู้เล่นคนที่ 1 จึงตัดสินใจเสี่ยงส่งมอบเงินให้ผู้เล่นคนที่ 2 ซึ่งอาจจะคืนเงินที่ส่งไปหรือไม่คืนเลยก็ได้ แทนที่จะเลือกเก็บเงินที่ควรจะได้ไว้กับตัว

ผลจากการศึกษาข้างต้นทำให้มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อความเชื่อใจ ซึ่งทำให้บุคคลตัดสินใจว่าจะเชื่อใจ หนึ่งในนั้นคือความเชื่อใจระหว่างบุคคล (Rotter, 1967) ซึ่ง Rotter ได้ให้นิยามไว้ว่าเป็นความคาดหวังทั่วไปของปัจเจกบุคคลและกลุ่มว่าบุคคลหรือกลุ่มอื่นนั้นสามารถเชื่อถือได้ ซึ่ง Rotter มุ่งเน้นไปที่สถานการณ์และบุคคลจำเพาะ เช่น บิดา มารดา เพื่อน ครู รัฐบาล และนำแนวความคิดนี้ในการสร้างมาตรวัดระดับความเชื่อใจระหว่างบุคคล

มาตรนี้ได้ถูกนำมาใช้และพบว่ามาตรนี้มีสหสัมพันธ์กับความเชื่อใจในความแตกต่างศาสนากับบุคคลดังกล่าว (Religious difference) และมีฐานะทางสังคมที่ดีกว่า (Socioeconomic status) ของผู้ตอบมาตร แต่ไม่พบสหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจในทางเศรษฐกิจเมื่อเล่นเกมความลำบากใจของนักโทษ (Prisoner's dilemma game) (Rotter, 1971)

ความแตกต่างระหว่างเพศ

ความแตกต่างทางเพศนั้น ส่งผลต่อความเชื่อใจที่ต่างกัน แต่ความแตกต่างที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจาก ผู้ที่เป็นฝ่ายเชื่อใจ (Truster) มากกว่าผู้ที่ถูกเชื่อใจ (Trustee) โดยพบว่า ผู้หญิงนั้นมักจะลงทุนในความเชื่อใจน้อยกว่า ด้วยเหตุผลว่าเพศหญิง เป็นเพศที่มักจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Campellone & Krings, 2013; Eckel & Wilson, 2000) ทำนองเดียวกับ Scharlemann, Eckel, Kacelnik, และ Wilson (2001) ที่พบว่าเพศหญิงนั้นจะตัดสินใจแบบสุดโต่งน้อยกว่า กล่าวคือ แม้จะเจอทั้งหน้าตาที่ปกติหรือหน้าตาที่ยิ้มแย้ม โดยในเกมจะให้ผู้เล่น trust game ผ่านคอมพิวเตอร์ และจะได้รับใบหน้าของอีกฝ่าย โดยจะมีทั้งเงื่อนไขที่อีกฝ่ายแสดงสีหน้ายิ้มแย้ม และแสดงสีหน้าโกรธ การตัดสินใจลงทุนก็ไม่แตกต่างกันมาก ต่างกับเพศชายที่ตัดสินใจที่จะแยกความแตกต่างอย่างชัดเจน

โดยปกติแล้วทั้งเพศชายเพศหญิง มีแนวโน้มที่จะ เชื่อใจเพศตรงข้ามมากกว่า ผู้หญิงมักจะเชื่อใจผู้ชายมากกว่าผู้หญิงด้วยตัวเอง ขณะเดียวกันผู้ชายก็เชื่อใจผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ซึ่งอาจจะเป็นเหตุผลจากความสนใจทางเพศ แต่ถึงกระนั้นเมื่อเทียบความแตกต่างของทั้งชายและหญิง ที่มีต่อเพศเดียวกันต่างเพศมาเทียบกันก็ไม่พบความแตกต่างโดยรวมแต่อย่างใด Ben-Ner และ Halldorsson (2006) ได้ผลเช่นเดียวกันคือจำนวนเงินที่เลือกในการลงทุนใน trust game เพศชายจะส่งเงินให้มากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ

พฤติกรรมที่จะสร้างความเชื่อใจ

ที่ผ่านมา มีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษา สาเหตุที่ทำให้เกิดความเชื่อใจ Mayer และคณะ (1995) ได้ทำการวิจัย ซึ่งได้รับการศึกษายืนยันจาก Gill, Boies, Finegan และ McNally, (2005) ถึงตัวแปรที่ทำให้เกิดความเชื่อใจ พบว่าการรับรู้ว่าคุณคนมี ความสามารถ (Ability) ความเมตตา (Benevolence) และความซื่อสัตย์ (Integrity) เป็นตัวแปรต้นที่ทำให้เกิดความเชื่อใจ

จะสังเกตได้ว่า การทดลองส่วนใหญ่ในอดีตนั้น บอกเพียงแค่ตัวแปรที่เป็นนามธรรม ไม่ได้เฉพาะเจาะจงไปยังพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งยากที่จะเข้าใจและนำมาใช้ในชีวิตจริง การที่จะเปลี่ยนนามธรรมนั้น ให้เป็นรูปธรรมและสามารถจับต้องและประยุกต์ในชีวิตจริงได้จึงเป็นสิ่งสำคัญและน่าสนใจ

เริ่มแรกของงานวิจัยชิ้นนี้ ทำการสำรวจความเชื่อในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 177 คน เพื่อต้องการหาพฤติกรรมที่จะสร้างความเชื่อใจและพิสูจน์ถึงผลของพฤติกรรมนั้น พบว่าการยิ้มซึ่งเป็นการแสดงออกทางสีหน้า เป็นสิ่งที่คนจำนวนมากเชื่อเป็นอันดับแรกว่าจะนำมาซึ่งความเชื่อใจ จึงเกิดข้อสงสัยต่อไปว่า การมีการแสดงออกทางสีหน้า มีผลต่อความเชื่อใจได้อย่างไร

พฤติกรรมที่จะสร้างความเชื่อใจ : รอยยิ้ม

งานวิจัยของ Campellone และ Kring (2013) ทำการทดลองถึงคาดหวังผลของการแสดงสีหน้าที่จะส่งผลต่อความเชื่อใจ โดยตั้งข้อสงสัยว่า หากในสถานการณ์ที่มีการกระทำ กับการแสดงออกทางความรู้สึกขัดแย้งกัน คนปกติจะตัดสินใจโดยยึดอะไรเป็นหลัก และจะมีอะไรเปลี่ยนแปลงหากสีหน้าที่แสดง กับการกระทำนั้นขัดแย้งกัน ทำการทดลอง ผ่าน Trust game โดย ให้กลุ่มตัวอย่างเจอการกระทำที่แสดง ความน่าเชื่อถือก่อนและจึงเห็นการแสดงสีหน้าพร้อมการกระทำ อีกเงื่อนไขคือมีการแสดงสีหน้าพร้อมการกระทำก่อน แล้วจึงเอาสีหน้าออก โดยสีหน้าของอีกฝ่ายจะมีสีหน้ายิ้มและสีหน้าโกรธ สำหรับพฤติกรรม จะมีทั้งที่สอดคล้องกับสีหน้าคือ สีหน้ายิ้มกับการกระทำที่น่าเชื่อถือ กับสีหน้าโกรธพร้อมกับการกระทำที่ไม่ น่าเชื่อถือ ในทางกลับกันก็มีพฤติกรรมที่ขัดกับการแสดงสีหน้าด้วย งานวิจัยชิ้นนี้พบว่าผู้เข้าร่วมงานวิจัยจะ ลงทุนมากกว่าในเงื่อนไขที่อีกฝ่ายน่าเชื่อถือ สำหรับการยืนยันสมมติฐานที่ว่า ใบหน้ายิ้มแย้มที่สอดคล้อง กับความน่าเชื่อถือจะทำให้ได้รับเงินมากขึ้น และใบหน้าโกรธกับพฤติกรรมไม่น่าเชื่อถือจะทำให้ได้เงิน น้อยลงเมื่อเทียบกับการไม่แสดงสีหน้า พบว่าสนับสนุนเฉพาะใบหน้าโกรธเท่านั้น

ส่วนใบหน้ายิ้มแย้มไม่ส่งผล และยังพบว่าการแสดงพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความชอบ กล่าวคือ ไม่ว่าจะพบการแสดงสีหน้าที่ยิ้มหรือโกรธก็ตาม การเล่นที่น่าเชื่อถือจะได้รับการประเมินความชื่นชอบมากกว่าการเล่นที่ไม่น่าเชื่อถือ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจะดูจากพฤติกรรมว่าน่าเชื่อถือหรือไม่ มากกว่าการแสดงออกทางสีหน้า ในกรณีที่การเล่นเหมือนกันแต่ต่างกันเฉพาะใบหน้าที่แสดง หากไม่น่าเชื่อถือต่อให้ยิ้มหรือโกรธก็ได้รับความเชื่อใจน้อยทั้งคู่ เช่นเดียวกับ ถ้ามีความน่าเชื่อถือไม่ว่าจะยิ้มหรือโกรธก็ได้รับความเชื่อใจมาก และยิ่งกว่านั้นสรุปว่าผู้เข้าร่วมนั้นดูจากพฤติกรรมปัจจุบัน แม้ว่าเคยไม่น่าเชื่อถือ แต่ถ้ากลับมาน่าเชื่อถือก็จะได้รับความไว้วางใจและความชอบมากขึ้น ในทางกลับกันแม้ว่าน่าเชื่อถือมาก่อนแต่เมื่อเปลี่ยนเป็นไม่น่าเชื่อถือ ความไว้วางใจและความชอบก็จะถูกลดลงทันที ในขณะที่ผู้ที่ แสดงพฤติกรรมความน่าเชื่อถืออย่างสม่ำเสมอ น่าเชื่อถือต่อไปก็จะได้ความเชื่อใจเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนไม่น่าเชื่อถือตลอดก็จะได้ความน่าเชื่อถือลดลงเล็กน้อย

แต่ข้อสรุปรอยยิ้มที่ไม่ส่งผลต่อความเชื่อใจนั้นก็มีความขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีตของ Scharlemann และคณะ (2001) ซึ่งพบว่าการแสดงใบหน้ายิ้ม ก่อให้เกิดความเชื่อใจกันมากกว่าเมื่อไม่ยิ้ม โดยงานวิจัยนี้ใช้วิธีการแสดงภาพถ่ายที่ได้สำรวจว่าเป็นใบหน้าของคนรับรู้ว่ายิ้มแย้ม เทียบกับหน้าตาที่สำรวจว่าเป็นใบหน้าปกติ และนำภาพไปแสดงในหน้าจอคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นตัวแทนของ คู่เล่นของกลุ่มตัวอย่างในการเล่น trust game แต่ในความจริงนั้นเป็นเพียงโปรแกรมคอมพิวเตอร์หน้าม้า ก่อนการเริ่มเกมซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะได้รับบทบาทเป็นผู้เล่นคนแรก โดยเกมนี้จะเป็นรูปแบบในเลือกเพียง 2 ตัวเลือกคือ เป็นฝ่ายเลือกเอง ผู้เล่นคนแรกจะได้รับ 1 เหรียญและฝ่ายตรงข้ามซึ่งคือหน้าม้าได้รับ 0.5 เหรียญ หรือให้หน้าม้าเป็นฝ่ายตัดสินใจ ซึ่งหากให้หน้าม้าตัดสินใจก็ ทางฝั่งหน้าม้าก็จะพบกับตัวเลือกใหม่ซึ่งมี 2 ตัวเลือกเช่นกัน คือ ตัดสินใจเองผู้เล่นคนแรกจะได้ 0.8 เหรียญส่วนหน้าม้าได้ 1.25 เหรียญ หรือส่งให้ผู้เล่นคนแรกตัดสินใจ โดยโปรแกรมจะบังคับให้หน้าม้าเลือกข้อสุดท้ายตลอด ทำที่สุดผู้เล่นจะได้เลือกกว่าจะให้ทั้งคู่ 1 หรือ 1.2 เหรียญ ผลคือ เมื่อผู้เล่นได้รับสีหน้ายิ้มแย้มจะเล่นด้วยตัวเลือกความเชื่อใจมากกว่าหรือร่วมมือโดยการให้หน้าม้าเป็นฝ่ายเลือก

ด้วยผลการวิจัยที่ยังคงมีความแตกต่างนี้ ผู้วิจัยจึงยึดตามที่ได้ทำการสำรวจความคิดเห็น ที่แสดงให้เห็นว่า การยิ้มนั้นจะเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้เกิดความเชื่อใจ และทดสอบข้อสมมติฐานของ Campellone และ Kring (2013) ด้วยว่ารอยยิ้มนั้นจะส่งผลถึงความชอบจริงหรือไม่

ไม่ว่าอย่างไรก็ตามผู้วิจัยเชื่อว่าทั้งสองการวิจัยที่ผ่านมา มีเพียงให้ผู้ร่วมการทดลองเห็นภาพนิ่ง ซึ่งการรับรู้บุคคลผ่านภาพถ่ายที่มีการแสดงให้เห็นถึงรอยยิ้มนั้นอาจจะแตกต่างจากการที่เห็นผู้อื่นยิ้มในชีวิตจริง โดยผู้วิจัยเชื่อว่าการที่เห็นแต่เพียงภาพถ่ายนั้นอาจจะเป็นสาเหตุที่ทำให้งานวิจัยทั้งสองขึ้นเกิดผลที่ขัดแย้งกัน ทำให้การรับรู้ต่างจากการมีปฏิสัมพันธ์ในบริบทชีวิตจริง และทำให้เกิดปัญหาในการนำไปประยุกต์ในชีวิตจริง

จากความต้องการวิธีการที่เหมาะสมเพื่อความสมจริง และให้คล้ายกับการมีปฏิสัมพันธ์จริงมากที่สุด งานวิจัย Centorrino, Djemai, Hopfensitz, Milinski, และ Seabright (2011). ซึ่งมีแนวความคิดเดียวกันและเลือกที่จะใช้วิธีการรับรู้ผ่านภาพเคลื่อนไหวซึ่งเป็นคลิปวิดีโอ โดยทดลองผ่าน trust game ให้ผู้เข้าร่วมสองคน เริ่มต้นจากคนแรกนั้นอัดวิดีโอแนะนำตนเอง เพื่อให้อีกฝ่ายนั้นตัดสินใจว่าจะลงทุนให้กับเขาเท่าไร และนำคลิปวิดีโอนั้น ไปให้ผู้ที่ไม่เห็นดู พบว่าการยิ้มนั้นทำให้ได้รับเงินมากขึ้น แต่ขึ้นอยู่กับการรับรู้ความจริงใจของรอยยิ้ม หากรับรู้ว่าเป็นจริงใจมากจะยิ่งได้รับเงินจากผู้ให้มาก

ความประทับใจแรกพบ

ความประทับใจแรกพบถูกสร้างขึ้นในหลาย ๆ บริบทของชีวิตประจำวัน เมื่อใดก็ตามที่เราพบใครในครั้งแรก เรายังมักจะตัดสินใจอย่างรวดเร็ว ซึ่งการตัดสินใจนิสัยของคนในด้านหลักๆ 5 ด้านคือ ความน่าเชื่อถือ ความชอบ ความน่าดึงดูดใจ การแข่งขัน และความก้าวร้าว สามารถตัดสินใจได้ตั้งแต่เวลา 1 ใน 10 วินาทีแรก โดยผลนั้นไม่ต่างกันถึงแม้จะมีเวลาเพิ่ม มกกว่านั้น สิ่งที่ต่างไปเมื่อได้เวลาประเมินเพิ่มคือความมั่นใจในสิ่งที่ประเมิน Willis และ Todorov (2006)

Schiller, Freeman, Mitchell, Uleman, และ Phelps (2009) ให้ผู้ร่วมการวิจัยอ่านข้อมูลของคน 20 คน โดยแบบรูปของแต่ละคนไว้พร้อมรายละเอียดประวัติและนิสัยของเขา พร้อมเหตุการณ์ที่แสดงถึงทั้งนิสัยในเชิงบวก และเชิงลบ เมื่ออ่านจบให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยประเมินว่าชอบหรือไม่ชอบแค่ไหน ซึ่งความชอบไม่ชอบนี้จะวัดโดยคุณค่าที่ผู้ร่วมการวิจัยให้ เช่นถ้าเขาชอบนิสัยด้านบวกที่เห็นมากกว่า ไม่ชอบนิสัยทางลบ เขาก็จะมีแนวโน้มที่เกิดความประทับใจที่ดี เมื่ออยู่ในช่วงที่ตัดสินใจประเมิน จะวัดด้วยเครื่อง fMRI (functional magnetic resonance imaging) เพื่อสังเกตกิจกรรมที่เกิดขึ้นในสมองขณะที่ทำการประเมิน

พบว่าการประเมินความประทับใจส่งผลต่อสมอง 2 ส่วนคือ amygdala เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกและการประเมินทางสังคมบนพื้นฐานความไวใจ และส่วน posterior cingulate cortex (PCC)เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจถึงคุณค่าการให้รางวัลภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน รวมถึงการแลกเปลี่ยนทางสังคมด้วย กล่าวคือสมองของคนจะประเมินผลจากการที่ได้พบในครั้งแรกอย่างรวดเร็ว และการเป็นการตัดสินใจคนนั้นอย่างทันที ซึ่งก็คือ ความประทับใจแรกพบ

Gawronski (2011) กล่าวว่า หากต้องการเปลี่ยนความประทับใจแรกพบนั้น จำเป็นต้อง นำเสนอตัวเองใหม่ในสถานการณ์ที่ต่างจากในอดีต เพื่อให้การรับรู้ในเหตุการณ์ใหม่นั้นมารบกวนความเข้าใจในอดีต แต่ถ้าหากยังคงอยู่ในสถานการณ์บริบทเดิมๆ ความประทับใจที่เกิดขึ้นในครั้งแรกนั้นจะส่งอิทธิพลไปตลอด ไม่ว่าจะพยายามทำอะไรก็ตาม การทดลองนี้ให้ผู้ร่วมงานวิจัยได้รับข้อมูลในทางลบ หรือทางบวกของบุคคลคนหนึ่งผ่านทางคอมพิวเตอร์ หลังจากนั้นผู้ร่วมงานวิจัยจะได้รับข้อมูลใหม่ของบุคคลเดิม แต่เป็นข้อมูลที่ขัดแย้งกับที่ได้รับในตอนแรก และเพื่อการศึกษาอิทธิพลของบริบทรอบข้าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเปลี่ยนพื้นหลังของหน้าจอ ในขณะที่ผู้ร่วมงานวิจัย เกิดการก่อตัวของความประทับใจในแต่ละครั้ง ผลที่ได้คือ ข้อมูลใหม่ที่ได้รับนั้นจะส่งผลต่อผู้รับรู้ต่อเมื่อ ภาพของบุคคลนั้นฉายในขณะที่พื้นหลังของหน้าจอเป็นพื้นหลังเดียวกับตอนได้รับข้อมูลใหม่ แต่เมื่อพื้นหลังของหน้าจอเป็นอย่างอื่นผู้ร่วมงานวิจัยก็จะตัดสินใจตามข้อมูลเก่าที่ได้รับครั้งแรก หรือความประทับใจแรกพบนั่นเอง

สรุปได้ว่า ความประทับใจแรกพบนั้นเกิดขึ้นด้วยกระบวนการในสมองของมนุษย์ ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจและประเมินอย่างรวดเร็ว โดยความประทับใจแรกพบนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในบางกรณี เช่นการพบในสถานการณ์ใหม่ แต่ในส่วนใหญ่แล้วมนุษย์ก็ยังคงถูกอิทธิพลของความประทับใจ ครั้งแรกมาประเมินแล้วเข้าใจผู้อื่นอยู่ดี

ความเชื่อใจจากความประทับใจแรกพบ

ถ้าหากไม่สร้างความเชื่อใจตั้งแต่แรกๆ ของความสัมพันธ์ ก็อาจจะไม่ได้รับมันมาอีก ความประทับใจแรกพบสำคัญเมื่อเราต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่คงทนยาวนาน ถ้าหากผิดพลาดตั้งแต่เริ่มต้น ความสัมพันธ์อาจจะไม่มีวันเป็นไปในทางที่ดีอย่างสมบูรณ์ได้เลย เป็นการง่ายกว่าที่จะกู้คืนความเชื่อใจหากเสียมันไป ถ้ามีพื้นฐานความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง กล่าวไว้โดย Lount และคณะ (2008) งานวิจัยชิ้นนี้ให้ผู้ร่วมการวิจัยได้เล่น Trust game ผ่านคอมพิวเตอร์ โดยให้เขา เชื่อว่ากำลังเล่นอยู่กับอีกคนหนึ่งซึ่งความจริงเป็นระบบของโปรแกรม

เมื่อเล่นได้ระยะหนึ่งจะเกิดการหักหลังขึ้น ซึ่งคือการที่ปกติผู้เล่นฝ่ายตรงข้ามที่ตีนั้นจะตอบแทนเงินให้ได้ประโยชน์กันทั้ง 2 ฝ่าย แต่เมื่อหักหลังพฤติกรรมของคู่เล่นจะเกิดการเอาเปรียบทันทีและเก็บเงินส่วนใหญ่ไว้ที่ฝั่งตนเอง พบว่าเมื่อเกิดการหักหลังตั้งแต่แรกๆที่เล่น ผู้ร่วมการทดลองลดความต้องการที่จะร่วมมือลง และในตอน 10 รอบสุดท้ายของเกม จำนวนกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ของผู้ร่วมการทดลองเลือกที่จะไม่ร่วมมือด้วย ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ได้รับการเล่นที่ดีด้วยตลอดและถูกหักหลังในรอบที่เกินกว่า 10 รอบไปแล้ว ยังเลือกที่จะร่วมมือในการเล่นอยู่

Eckel และ Wilson กล่าวไว้ในปี 2000 ว่า ถ้าหากผู้เล่นสามารถเลือกคู่เล่นของตนได้ เขาจะเลือกคนที่ประเมินแล้วคิดว่าจะร่วมมือกับตน โดยทำการทดลองที่ให้ผู้ร่วมการทดลองได้มีโอกาสที่จะเลือกคู่เล่นของตน โดยแต่ละคนที่เป็นตัวเลือกนั้นจะมีสัญลักษณ์แทนตัวของเขา (icon) ปรากฏว่าผู้เล่นส่วนใหญ่เลือกคนที่มีสัญลักษณ์เป็นมิตร (friendly) มากกว่าไม่เป็นมิตร (unfriendly) และพบว่าพฤติกรรมการเล่นนั้นดีกว่ากรณีที่ไม่มีโอกาสให้เลือกคู่เล่นด้วยตัวเอง

หลังจากที่เกิดความเชื่อใจขึ้นในช่วงความประทับใจแรกพบแล้ว ความน่าจะเป็นที่ความเชื่อใจจะคงอยู่น่าจะมีสูง ในงานวิจัยพื้นฐานเกี่ยวกับความคงเส้นคงวาทางปัญญาและการเปลี่ยนทางเจตคติของ Brock และ Balloun (1967) และ Jecker (1964) ได้แสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีแนวโน้มที่จะคิดหรือปฏิบัติในแนวทางที่จะคงโครงสร้างทางความคิด การรับรู้และความทรงจำไว้ให้เหมือนเดิม ซึ่งหมายความว่าเมื่อความเชื่อใจได้ก่อตัวขึ้น ผู้ที่เชื่อใจก็มีแนวโน้มที่จะรับข้อมูลที่ยืนยันความเชื่อเดิมและปฏิเสธข้อ มูลที่ไม่สอดคล้องกับความเชื่อใจในปัจจุบัน ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า การเลือกสนใจ (Selective attention) (Fiske, 2013) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยมากมายเกี่ยวกับการลงรหัสและแก้รหัสข้อมูลซึ่งมักจะมีอคติที่จะยืนยันความเชื่อเดิม (Snyder & Swann, 1978; Lord, Ross & Lepper, 1979) แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีงานวิจัยใดที่ทดสอบแนวคิดนี้ด้วย Trust game

ความน่าชื่นชอบ (Likability)

ความน่าชื่นชอบคือคุณสมบัติที่จะทำให้ผู้อื่นชื่นชอบ คุณสมบัตินี้ทำให้เกิดความน่าชื่นชอบประกอบไปด้วยความน่าพึงพอใจทางกายภาพ ความคล้ายคลึงกับผู้ประเมิน การพูดจาดี และการที่มีความเกี่ยวข้องกัน (Kenrick, Neuberk, & Cialdini, 2002)

Chaiken และ Eagly (1983) ได้ทำการวิจัยโดยให้ผู้เข้าร่วมการทดลองฟังการอภิปราย และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของความน่าชื่นชอบโดยให้ผู้เข้าร่วมการทดลองประเมินผู้พูดด้วยคำศัพท์ชั่วคราว 12 คำ ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นที่ชื่นชอบ รอบรู้ ถ่อมตน ฉลาด เข้าถึงง่าย มีความสามารถ อบอุ่น น่าเชื่อถือ เอาใจใส่ จริงใจ เป็นมิตร และไม่อคติ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์องค์ประกอบและพบว่าความน่าชื่นชอบมีสององค์ประกอบคือ องค์ประกอบความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) (ความเป็นที่ชื่นชอบ เป็นมิตร เข้าถึงง่าย เอาใจใส่ ถ่อมตน อบอุ่น และไม่อคติ) กับองค์ประกอบความรู้ความสามารถ (Expertise) (รอบรู้ ฉลาด และมีความสามารถ) ต่อมา Reysen (2005) จึงนำสององค์ประกอบที่ได้จากการทดลองนี้มารวมเป็นมิติแล้วและพัฒนามาตรความน่าชื่นชอบ (Reysen Likability Scale)

ทั้งนี้ในตัวแปรบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจ ผู้วิจัยจะนำมาตรของ Ashleigh และ Higgs มาใช้เป็นตัวแปรควบคุม เพื่อควบคุมอิทธิพลของบุคลิกภาพ เนื่องจากมาตรนี้พัฒนาโดยอิงนิยามจาก Mayer และคณะโดยตรง และจะนำมาตรของ Evans และ Revelle เพื่อนำมาใช้ในการพิสูจน์ความตรงเชิงคู่เข้า (Convergent validity) ของมาตร

ดังนั้นเราจึงมีสมมติฐานทั้งหมด 3 ข้อด้วยกัน ได้แก่ สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนง่าย (Propensity to trust) จะเกิดความเชื่อใจ (Trust) มากกว่าผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนยาก สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการยิ้ม มีอิทธิพลให้เกิดความเชื่อใจมากกว่า การไม่แสดงพฤติกรรมการยิ้ม และการไม่แสดงใบหน้า และสมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทำให้เกิดความน่าชื่นชอบ มากกว่าพฤติกรรมที่ไม่น่าเชื่อถือ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการแสดงออกทางสีหน้าต่อความเชื่อใจ

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการวัดความเชื่อใจในความประทับใจแรกพบเมื่อบุคคลพบกับผู้แสดงสีหน้าแตกต่างกัน และพฤติกรรมความน่าเชื่อถือแตกต่างกันโดยใช้รูปแบบการทดลองเกมแห่งความเชื่อใจในการวัดความเชื่อใจ รวมถึงประเมินอิทธิพลของบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจในการทำนายความเชื่อใจในความสัมพันธ์ของแต่ละครั้ง ทั้งหมดนี้วัดในนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 87 คน

นิยามเชิงปฏิบัติการ

ความเชื่อใจ

ความเต็มใจของบุคคลที่จะยอมรู้สึกไม่มั่นคงต่อการกระทำของบุคคลอื่น ซึ่งบุคคลมีความคาดหวังว่าผู้อื่นจะแสดงการกระทำที่มีความสำคัญต่อตน โดยที่ไม่ต้องมีการควบคุมหรือบังคับกัน วัดด้วยจำนวนเงินที่ส่งในแต่ละรอบ

บุคลิกพร้อมไว้ใจ

ลักษณะนิสัยของบุคคลเกี่ยวกับการเต็มใจที่จะเชื่อใจบุคคลอื่น วัดโดยมาตร Propensity to trust Ashleigh และ Higgs (2012)

พฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ

พฤติกรรมการส่งเงินคืนของผู้เล่นคนที่สองในจำนวนสองเท่าของเงินที่ได้รับ

พฤติกรรมที่ไม่น่าเชื่อถือ

พฤติกรรมการส่งเงินคืนของผู้เล่นคนที่สองในจำนวนครึ่งหนึ่งของเงินที่ได้รับ

เกมแห่งความเชื่อใจ

การปฏิสัมพันธ์กันอย่างมีลำดับระหว่างสองบุคคล ได้แก่ ผู้เชื่อใจ และผู้ถูกเชื่อใจ ผ่านสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อใจ โดยมีกติกากำหนดสำหรับปฏิสัมพันธ์ดังกล่าว

ความน่าชื่นชอบ

คุณสมบัติที่ทำให้บุคคลเป็นที่น่าชื่นชอบ ประกอบไปด้วยความน่าพึงพอใจทางกายภาพ ความคล้ายคลึงกับผู้ประเมิน การพูดจาดี และการที่มีความเกี่ยวข้องกัน วัดโดยใช้มาตร Likability Scale ของ Reysen (2005)

สมมติฐานงานวิจัย

1. ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนง่าย (Propensity to trust) จะเกิดความเชื่อใจ (Trust) มากกว่าผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนยาก
2. พฤติกรรมการยิ้ม มีอิทธิพลให้เกิดความเชื่อใจมากกว่า การไม่แสดงพฤติกรรมกรยิ้ม และการไม่แสดงใบหน้า
3. พฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทำให้เกิดความน่าชื่นชอบมากกว่าพฤติกรรมที่ไม่น่าเชื่อถือ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้รู้เกี่ยวกับอิทธิพลของการแสดงออกทางสีหน้าต่อความเชื่อใจ

บทที่ 2 วิธีดำเนินการ

กลุ่มตัวอย่าง

นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา 3800250 HUMAN RELATION ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา พ.ศ. 2556 จำนวน 87 คน เป็นเพศชาย 33 คน เพศหญิง 54 คน ช่วงอายุ 18-22 ปี ($M = 20.02$, $SD = 1.09$) โดยส่วนมากเป็นช่วงอายุ 20 ปี (27 คน)

เครื่องมือที่ใช้

1. โน้ตบุ๊กพร้อมอุปกรณ์เว็บแคม หูฟัง และไมค์ จำนวน 2 ชุด
2. เหรียญสุบบาทจำนวน 100 เหรียญ
3. ถาดสำหรับใส่เงิน 2 ถาด
4. กระดิ่ง 2 ใบ
5. คลิปวิดีโอ 2 ไฟล์

ถ่ายทำคลิปวิดีโอสำหรับหน้าม้า จำนวน 6 วิดีโอโดยให้แสดงสีหน้าที่ต่างกันในแต่ละวิดีโอ หลังจากนั้นนำวิดีโอมาให้ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 24 คน ประเมินการรับรู้ว่าคุณในวิดีโอยิ้มมากแค่ไหน โดยให้ผู้ประเมิน รับชมเพียงวิดีโอเดียว และให้ทำการประเมินหลังดูจบว่า บุคคลในวิดีโอ นั้นยิ้มมากเพียงใด โดยยิ้มน้อยที่สุด คือ 0 และยิ้มมากที่สุด คือ 10 จากนั้นจึงนำวิดีโอที่ได้รับการประเมินว่า ยิ้มมากที่สุด (8 คะแนน) และไม่ยิ้มมากที่สุด (2 คะแนน) มาเป็นวิดีโอที่ใช้ในการทดลอง

6. มาตรฐาน Propensity to trust (Evans & Revelle, 2008)

Propensity to trust scale เป็นมาตรฐาน 6 ระดับวัดบุคลิกภาพพร้อมเชื่อใจ 1 หมายถึงไม่ตรงอย่างยิ่ง 6 หมายถึงตรงอย่างยิ่ง มาตรฐานนี้มีสองมิติ คือมิติความเชื่อใจ (Trust Inventory) และมิติความน่าเชื่อถือ (Trustworthy Inventory) มีข้อกระทงรวม 21 ข้อ ในมิติความเชื่อใจจะกล่าวถึงความเต็มใจที่จะยอมรับข้อบกพร่องและความคาดหวังของผู้อื่น ส่วนมิติความน่าเชื่อถือจะเกี่ยวข้องกับการประเมินความสามารถ ความเมตตา และความซื่อสัตย์ ทั้งสองมิติมีความเที่ยงเชิงความสอดคล้องภายในซึ่งวัดโดย Reysen (2005) โดยตรวจสอบจาก Cronbach's alpha reliability coefficient โดยมิติความเชื่อใจมีค่า $\alpha = .73$ (7 ข้อ) และมิติความน่าเชื่อถือมีค่า $\alpha = .80$ (14 ข้อ) โดยแปลมาจากมาตรฐานภาษาอังกฤษ

สำหรับค่า Cronbach's alpha reliability coefficient ที่ได้จากการทดลองในครั้งนี้ พบว่ามีมติความเชื่อใจมีค่า $\alpha = .79$ (7 ข้อ) ในมติความน่าเชื่อถือมีค่า $\alpha = .79$ (13 ข้อ) ในมตินี้ทางผู้วิจัยได้ทำการตัดข้อกระทงออกไป 1 ข้อเนื่องจากค่าที่ได้จากวิเคราะห์ Corrected Item-Total Correlation ต่ำเกินไป (CITC = .14) หลังการตัดข้อแล้วไม่มีข้อใดที่มีค่า Corrected-item total correlation ต่ำกว่า .23

สำหรับความตรงตามสภาพ (Concurrent validity) ที่วัดในการทดลองของ Evans และ Revelle (2008) มติความเชื่อใจมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับ agreeableness ($r = .27$) และ extraversion ($r = .66$) และมีสหสัมพันธ์ทางลบกับ neuroticism ($r = -.57$) ในขณะที่มาตราความน่าเชื่อถือมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับ agreeableness ($r = .70$) conscientiousness ($r = .52$) และ openness to experience ($r = .30$) อย่างไรก็ตามสหสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อใจและความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับต่ำ ($r = .16$) นอกจากนี้ผลการทดลองด้วย trust game พบว่าเมื่อคะแนนจากมติความเชื่อใจในผู้เล่นคนที่ 1 เพิ่ม อัตราเงินที่ผู้เล่นคนที่ 1 จะเพิ่มขึ้นด้วย ($\beta = 0.30, p < .01$) และพบอิทธิพลทำนายที่มากขึ้นในเงื่อนไขที่ผู้เข้าร่วมการทดลองต้องเล่นเป็นทั้งผู้เล่นคนที่ 1 และคนที่ 2 ใน Trust game ตามลำดับ ($\beta = 0.41, p < .0001$)

7. มาตร Propensity to trust (Ashleigh & Higgs, 2012)

เป็นอีกหนึ่งมาตร 7 ระดับวัดบุคลิกภาพพร้อมเชื่อใจ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยมากที่สุด 7 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด มาตรนี้แบ่งออกเป็นสามมิติ มิติแรกคือความเชื่อใจในผู้อื่น กล่าวถึงความยินยอมที่จะเชื่อใจทั่วไป มิติที่สองคือมติความน่าเชื่อถือของผู้อื่น ซึ่งเป็นการประเมินความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือของผู้อื่น และมิติสุดท้ายคือมติการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ที่ข้อคำถามจะสะท้อนถึงความต้องการความปลอดภัยและหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ทั้งสามมิติมีค่าความเที่ยงเชิงความสอดคล้องภายในจาก Cronbach's alpha reliability coefficient ในมติความเชื่อใจในผู้อื่น $\alpha = .87$ (9 ข้อ) มติความน่าเชื่อถือของผู้อื่น $\alpha = .74$ (7 ข้อ) และมติการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง $\alpha = .72$ (4 ข้อ) ซึ่งตรวจสอบโดย Ashleigh & Higgs (2012)

ค่า Cronbach's alpha reliability coefficient ที่พบจากการทดลองในครั้งนี้มีดังต่อไปนี้ ในมติความเชื่อใจในผู้อื่น $\alpha = .84$ (9 ข้อ) มติความน่าเชื่อถือของผู้อื่น $\alpha = .69$ (7 ข้อ) และมติการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง $\alpha = .68$ (4 ข้อ) เมื่อวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ พบว่ามีเพียงความน่าเชื่อถือของผู้อื่นและมติการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเท่านั้นที่พบความสัมพันธ์ $r = .30$ ทุกองค์ประกอบไม่มีข้อใดที่มีค่า Corrected-item total correlation ต่ำกว่า .29

ในการทดสอบความตรง Ashleigh และ Higgs (2012) ของมาตรนี้ มิตินี้มีความเชื่อใจในผู้อื่นมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขเชิงอัตวิสัย (Subjective well-being) ที่ประเมินจากมาตรความพึงพอใจในชีวิต (Life satisfaction) (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985) $r = .28$ สุขภาวะทางจิต (Psychological well-being) จากแบบสอบถามความหมายในชีวิต (Steiger, Frazier, Oishi, & Kaler, 2006) $r = .20$ และความอยู่ดีมีสุข (Total well-being) $r = .30$ มิตินี้มีความน่าเชื่อถือของผู้อื่นมีความสัมพันธ์กับความสุขเชิงอัตวิสัย $r = .27$ และความอยู่ดีมีสุข $r = .28$ ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในการยืนยันความตรงตามสภาพ (Concurrent validity)

ในการวิเคราะห์ค่าความตรงของมาตรทั้งสองสำหรับการทดลองนี้ ทางผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความตรงแบบลู่เข้า (Convergent validity) ระหว่างทั้งสองมาตร พบว่าในองค์ประกอบความเชื่อใจในผู้อื่นและความเชื่อใจมีค่าสหสัมพันธ์ทางบวกกันปานกลาง $r = .58$ นอกจากนี้องค์ประกอบความน่าเชื่อถือของผู้อื่นมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับองค์ประกอบความน่าเชื่อถือ $r = .29$ และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง $r = .30$ ดังแสดงในตาราง 1

8. Reysen Likability Scale (Reysen, 2005)

เป็นมาตร 7 ระดับจำนวน 11 ข้อ โดย 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 7 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ยิ่งคะแนนมากแสดงถึงค่าความชอบในตัวเป้าหมาย มาตรนี้ทำการวัดค่าความตรงลู่เข้า (Convergent validity) โดย Reysen (2005) ซึ่งทำการทดสอบผลของการหัวเราะสามแบบ (แบบจริงจังแบบหลอกหลวง และไม่หัวเราะ) ว่ามีอิทธิพลต่อคะแนนความชอบหรือไม่ และนำมาวิเคราะห์ด้วย repeated-measures ANOVA พบอิทธิพลหลักในเงื่อนไขการหัวเราะ ซึ่งในเงื่อนไขหัวเราะแบบจริงจังและแบบหลอกหลวงมีค่าความชอบสูงกว่าในเงื่อนไขไม่หัวเราะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งสามเงื่อนไขมีความเที่ยงเชิงความสอดคล้องภายในจากค่า Cronbach's alpha reliability coefficient ($\alpha = .90 - .91$)

ในการทดลองครั้งนี้ การทดสอบค่าความเที่ยงเชิงความสอดคล้องภายในด้วยวิธีการวิเคราะห์ Cronbach's alpha reliability coefficient พบค่า $\alpha = .96$ และไม่มีข้อกระทงใดที่มีค่า Corrected-item total correlation ต่ำกว่า .62

ตาราง 1

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆในมาตรนุคลิกภาพพร้อมเชื่อใจ

(Propensity to Trust) ของ Evans และ Revelle (2008) กับ Ashleigh & Higgs (2012) (n = 87)

	1	2	3	4	5	6
1.ความเชื่อใจในผู้อื่น (1)	-	-	-	-	-	-
2.ความน่าเชื่อถือของผู้อื่น (1)	.02	-	-	-	-	-
3.การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (1)	.11	.30*	-	-	-	-
4.ความเชื่อใจ (2)	.58*	.07	-.04	-	-	-
5.ความน่าเชื่อถือ (2)	.18	.29*	.30*	.28*	-	-
6.ความน่าชื่นชอบ (3)	.09	.06	.21*	.01	.11	-

* หมายถึงค่าสหสัมพันธ์ถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < .01$

(1) หมายถึงองค์ประกอบที่มาจากมาตร Propensity to trust ของ Ashleigh และ Higgs (2012)

(2) หมายถึงองค์ประกอบที่มาจากมาตร Propensity to trust scale ของ Evans และ Revelle (2008)

(3) หมายถึงองค์ประกอบที่มาจากมาตร Reysen Likability Scale ของ Reysen (2005)

ขั้นตอนดำเนินการ

งานวิจัยนี้เริ่มต้นด้วยการทำการสำรวจถึงความเชื่อว่า พฤติกรรมใดที่จะทำให้เกิดความเชื่อใจขึ้นมาได้ หลังจากนั้นจึงเลือกพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เชื่อว่าจะก่อให้เกิดความเชื่อใจ นำมาสร้างเป็นเงื่อนไขการทดลอง โดยใช้ Trust game เป็นเครื่องมือในการวัด

ช่วงที่ 1 เลือกพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเชื่อใจ

ในช่วงแรกผู้วิจัยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตระดับปริญญาตรีของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 177 คน ถึงความเชื่อส่วนตัวว่าพฤติกรรมใดที่ก่อให้เกิดความเชื่อใจได้บ้าง โดยใช้คำถามปลายเปิดในการถามความคิดเห็น และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผล พบว่าการยิ้ม เป็นพฤติกรรมที่คนส่วนใหญ่เชื่อว่าจะได้ผลดีที่สุด

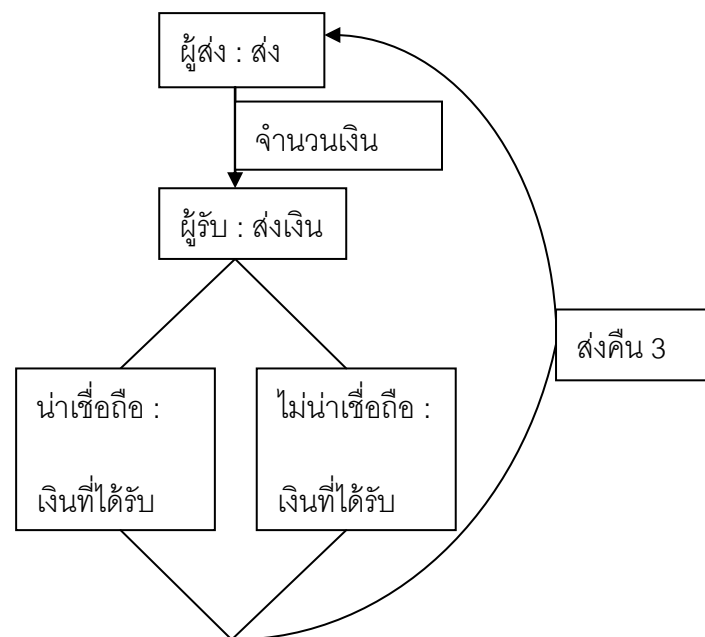
ผู้วิจัยจึงถ่ายทำคลิปวิดีโอสำหรับหน้าม้า จำนวน 6 วิดีโอโดยให้แสดงสีหน้าที่ต่างกันในแต่ละวิดีโอ หลังจากนั้นนำวิดีโอมาให้นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 24 คน ประเมินการรับรู้ว่าคุณในวิดีโอยิ้มมากแค่ไหน โดยให้ผู้ประเมิน รับชมเพียงวิดีโอเดียว และให้ทำการประเมินหลังดูจบว่า บุคคลในวิดีโอ นั้นยิ้มมากเพียงใด โดยยิ้มน้อยที่สุด คือ 0 และยิ้มมากที่สุด คือ 10 จากนั้นจึงนำวิดีโอที่ได้รับการประเมินว่า ยิ้มมากที่สุด (8คะแนน) และไม่ยิ้มมากที่สุด (2คะแนน) มาเป็นวิดีโอที่ใช้ในการทดลอง

ช่วงที่ 2 การทดลองนำร่อง

ทำการศึกษานำร่องเพื่อทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือและความสมจริงของวิธีการทดลอง จำนวน 5 ครั้ง และถามรายละเอียดเชิงลึกกับผู้ร่วมการทดลอง

ช่วงที่ 3 การทดลองจริง

กติกาการเล่น Trust game



ภาพ 1 แสดงขั้นตอนการเล่น Trust game

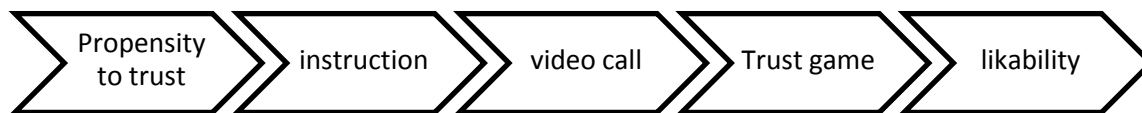
Trust game เกมนี้จะใช้ผู้เล่น 2 คน ซึ่งจะอยู่คนละห้องกัน โดยแต่ละคนจะยังไม่รู้ว่าคนที่เล่นด้วยนั้นเป็นใคร แต่เพื่อควบคุมให้อยู่ในเงื่อนไขการทดลองจึงใช้หน้าม้าแทนผู้เล่นคนที่ 2 ซึ่งคือ “ผู้รับ” และจะให้เงินกลับคืนตามเงื่อนไข ส่วนผู้ร่วมการทดลองจะได้รับหน้าที่เป็นผู้เล่นคนที่ 1 หรือ “ผู้ส่ง” เสมอ

ผู้วิจัยให้เงิน 40 บาทแก่ผู้เล่นทุกคนเป็นเหรียญ 10 บาทจำนวน 4 เหรียญ โดยผู้ร่วมการทดลองจะเป็นผู้เล่นคนแรก เป็นผู้มีโอกาสเลือกที่จะให้เงินของตนเองแก่ผู้เล่นคนที่สอง ซึ่งสามารถให้ได้ดังนี้ 40 บาท 30 บาท 20 บาท 10 บาท หรือไม่ให้เลย ไม่ว่าผู้เล่น 1 จะตัดสินใจให้ไปเท่าไรก็ตาม เงินที่ให้ไปนั้นจะถูกคูณด้วย 3 หรือเพิ่มขึ้น 3 เท่าก่อนที่จะไปถึงผู้เล่น 2 หลังจากนั้นผู้เล่น 2 จะตัดสินใจเลือกเงินที่มีคืนกลับมาสู่ผู้เล่น 1 โดยในเงื่อนไขนี้เชื่อถือ ผู้เล่น 2 จะคืนเงิน 2 เท่าของเงินที่ ผู้เล่น 1 ตัดสินใจส่งให้ และเงื่อนไขไม่น่าเชื่อถือ ผู้เล่น 2 จะคืนเงินเพียงครึ่งเดียวของเงินที่ผู้เล่น 1 ตัดสินใจส่งให้ แต่หากเงินนั้นหารสิบไม่ลงตัว จะทำการปัดขึ้นเสมอ

เมื่อเสร็จแล้ว เกมก็จะจบรอบ ซึ่งเกมจะจบลงเมื่อเล่นครบ 3 รอบ โดยในการเล่นแบบดั้งเดิมนั้น ผู้เล่น 1 จะได้รับเงินจากต้นทุนที่เหลือรวมกลับเงินที่ได้คืนจากผู้เล่น 2 ทั้งหมดกลับบ้านไป ในขณะที่ผู้เล่น 2 จะได้รับเงินต้นทุนรวมกับเงินที่ผู้เล่น 1 ให้ที่นำไปคูณ 3 เรียบร้อยแล้วลบด้วยเงินที่ได้ให้คืนสู่ผู้เล่น 1 กลับบ้านไป หรือหมายความว่า ผู้เล่นทั้งสองคน จะได้เงินคงเหลือสุดท้ายหลังการเล่นจบกลับไปด้วย แต่ในการทดลองนี้แล้วเนื่องจากจะทำให้เกิดการไม่เท่าเทียมระหว่างผู้เล่นในแต่ละเงื่อนไขการทดลอง เมื่อจบการทดลอง ผู้ทำการทดลองจะอธิบายโดยไม่ให้เงินจริงกลับไปแต่อย่างใด และให้เป็นคะแนนพิเศษจากการเข้าร่วมการทดลองแทน

กระบวนการทดลอง

1. ผู้วิจัยทำการเชิญชวนและนัดแนะเวลารวมถึงสถานที่กับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยกล่าวว่าจะมีสิ่งตอบแทนให้หลังทำการทดลองเสร็จ และให้ผู้เข้าร่วมการทดลองลงชื่อในเอกสารแสดงเจตนายินยอม พร้อมกับให้ทำมาตร Propensity to trust ณ วันที่ผู้ร่วมการทดลองลงชื่อร่วมทำการทดลอง
2. เมื่อถึงเวลาในการทำการทดลอง ผู้วิจัยเชิญผู้ร่วมการทดลองเข้าห้องที่ได้จัดเตรียมไว้ ทำการเกริ่นนำ อธิบายกติกาและยกตัวอย่างการเล่น Trust game หลังจากนั้นชี้แจงผู้ร่วมการทดลองให้แนะนำชื่อ นามสกุล ชื่อเล่น และคณะในการสนทนาผ่าน วิดีโอคอล ด้วยโปรแกรม Skype
3. เริ่มการเล่นเกมทำการแนะนำตัว โดยหน้าม้าจะเป็นฝ่ายแนะนำตัวก่อน ตามเงื่อนไข (ยิ้ม, ไม่ยิ้ม, ไม่แสดงหน้า) และตามด้วยการแนะนำตัวของผู้ร่วมการทดลอง เล่น trust game จำนวน 3 รอบ เมื่อจบเกมผู้ร่วมการทดลองทำมาตร Reysen Likability Scale และประเมินความสมจริงของการทดลอง หลังจากนั้นผู้วิจัยจะอธิบายวัตถุประสงค์การทดลองให้ผู้เข้าร่วมการทดลอง เป็นอันเสร็จสิ้น



ภาพ 2 แสดงลำดับขั้นตอนการทดลองและเก็บข้อมูล

4. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ Analysis of variance โดยมี

ตัวแปรต้นคือ การแสดงสีหน้า และความน่าเชื่อถือ

ตัวแปรตาม จำนวนเงินที่ผู้ร่วมการทดลองส่งในแต่ละรอบ

โดยจะได้การวิเคราะห์ 6 เงื่อนไขเป็นตาราง 2X3 ดังที่แสดงในตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมการทดลองตามเงื่อนไข ($n = 87$)

	พฤติกรรมเล่นน่าเชื่อถือ		พฤติกรรมเล่นไม่น่าเชื่อถือ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
สีหน้ายิ้ม	7	10	6	10
สีหน้าเรียบเฉย	6	10	6	10
ไม่มีการแสดงสีหน้า	4	7	4	7

เงื่อนไขในการทำการทดลอง

การทดลองนี้จะทำการแบ่งเงื่อนไขการทดลองเป็น 6 เงื่อนไข โดยแบ่งจาก การแสดงสีหน้าของผู้เล่นก่อนเล่น trust game และจากพฤติกรรมของผู้เล่น

เงื่อนไขการแสดงสีหน้าของผู้เล่น ประกอบด้วย 3 เงื่อนไข

1. ผู้เล่นแสดงสีหน้ายิ้มตลอดการแนะนำตัว
2. ผู้เล่นแสดงสีหน้าเรียบเฉยตลอดการแนะนำตัว
3. ไม่มีการแนะนำตัว

เงื่อนไขพฤติกรรมการเล่นของคุณเล่น ประกอบด้วย 2 เงื่อนไข

1. พฤติกรรมการเล่นน่าเชื่อถือ(Trustworthy) กล่าวคือ คั้นเงิน 2 เท่าของจำนวนเงินที่ผู้ร่วมการทดลองให้
2. พฤติกรรมการเล่นไม่น่าเชื่อถือ (Untrustworthy) กล่าวคือ คือเงินครึ่งเดียวของจำนวนเงินที่ผู้ร่วมการทดลองให้ แต่หากเงินที่ให้นั้นหารไม่ลงตัว จะทำการปัดขึ้นเสมอ

โดยจะได้เงื่อนไขทั้งหมดดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3

แสดงการจัดกลุ่มตัวอย่างเข้าเงื่อนไขตามระดับตัวแปรต้น

	น่าเชื่อถือ	ไม่น่าเชื่อถือ
ยืม	เงื่อนไขที่ 1	เงื่อนไขที่ 2
หน้าปกติ	เงื่อนไขที่ 3	เงื่อนไขที่ 4
ควบคุม	เงื่อนไขที่ 5	เงื่อนไขที่ 5

บทที่ 3

ผลการทดลอง

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการทดลองแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาจัดเรียง โดยนำข้อกระทงจากมาตรมา กลับข้อ รวมคะแนนด้วยโปรแกรม SPSS Statistics 17.0 และแทนค่าข้อมูลสูญหายด้วยวิธีการประมาณ ค่าข้อมูลสูญหาย (Stochastic Imputation method) โดยใช้ package Amelia ในโปรแกรม Comprehensive R Archive Network และนำข้อมูลที่ได้กลับมาวิเคราะห์ในโปรแกรม SPSS Statistics 17.0

สำหรับจำนวนเงินที่ผู้เข้าร่วมการทดลองส่งให้ผู้เล่นคนที่ 2 ในแต่ละรอบ ผู้วิจัยได้นำมาหารด้วย จำนวนเงินที่ผู้เข้าร่วมการทดลองมีอยู่ในขณะนั้นเป็นอัตราส่วนเงินที่ส่งเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ ข้อมูล

เพื่อเป็นการตรวจสอบการกระจายของข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าความเบ้และความโด่งของข้อมูล ทุกตัวแปรพบว่า มีเพียงตัวแปรการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเท่านั้นที่ข้อมูลมีลักษณะเป็นโค้งปกติ โดยที่ค่า ความเบ้ซ้ายที่ค่อนข้างสูง (Skewness = -1.16, SE = .26) และค่าความโด่งที่มากผิดปกติ (Kurtosis = 4.14, SE = .51) ผู้วิจัยจึงทำการปรับเปลี่ยนข้อมูลด้วยวิธีการยกกำลังสอง พบว่าข้อมูล มีลักษณะเป็นโค้ง ปกติมากขึ้น (Skewness = -.71, SE = .26; Kurtosis = 1.05, SE = .51) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่มีมา วิเคราะห์ independent sample *t*-test เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของเพศของตัวแปรบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจใน องค์ประกอบทั้ง 3 ไม่พบปัญหาเรื่องข้อตกลงพื้นฐานในเรื่องเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Homogeneity of variance) ในทุกองค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่าไม่มีองค์ประกอบไหนเลยที่มีความ แตกต่างระหว่างเพศ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตาราง 4

แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศในองค์ประกอบทั้ง 3 ของบุคลิกภาพพร้อมเชื่อใจ ($n = 87$)

	Levene's F	<i>t</i>	<i>p</i>
ความเชื่อใจในผู้อื่น	.12	1.23	.22
ความน่าเชื่อถือของผู้อื่น	.42	.29	.78
การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง	.21	-1.18	.24

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-ways ANOVA) โดยมีเงื่อนไขการทดลองเรื่องการแสดงออกทางสีหน้า (Facial) และพฤติกรรมของหน้าม้า (Behavior) เป็นตัวแปรต้น แยกวิเคราะห์หองค์ประกอบทั้ง 3 ของบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจเป็นตัวแปรตาม ไม่พบปัญหาเรื่องข้อตกลงพื้นฐานเรื่องเอกพันธ์ความแปรปรวน (Homogeneity of variance) ไม่พบอิทธิพลปฏิสัมพันธ์ (Interaction effect) ในทุกการวิเคราะห์ และไม่พบอิทธิพลหลัก (Main effect) ในตัวแปรต้นทุกตัวในทุกการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตาราง 5

แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบขององค์ประกอบทั้ง 3 ของบุคลิกภาพพร้อมเชื่อใจโดยมีการแสดงออกทางสีหน้า (Facial) และพฤติกรรม (Behavior) ของหน้าม้าเป็นตัวแปรต้น ($n = 87$)

	df	Levene's <i>F</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
ความเชื่อใจในผู้อื่น	5	1.83		.12
Behavior	1		.03	.86
Facial	2		1.67	.20
Behavior x Facial	2		2.99	.06
ความน่าเชื่อถือของผู้อื่น	5	.19		.77
Behavior	1		.04	.83
Facial	2		1.00	.37
Behavior x Facial	2		1.94	.15
การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง	5	.21		.96
Behavior	1		2.75	.10
Facial	2		.15	.86
Behavior x Facial	2		.82	.44

เนื่องจากว่าในแต่ละเงื่อนไขไม่มีความแตกต่างในทุกองค์ประกอบของบุคลิกภาพพร้อมเชื่อใจ เราจึงไม่นำมาใช้เป็นตัวแปรควบคุมในงานวิจัยครั้งนี้

สำหรับการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนง่าย (*Propensity to trust*) จะเกิดความเชื่อใจ (*Trust*) มากกว่าผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนยาก ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจ ของ Ashleigh และ Higgs (2012) โดยแยกองค์ประกอบทั้ง 3 และนำมาวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นลำดับขั้น (Hierarchical multiple regression analysis) เพื่อวิเคราะห์อำนาจทำนายอัตราส่วนเงินที่จะส่งให้ในแต่ละรอบและอัตราส่วนเงินทั้งสามรอบโดยนำข้อมูลประชากรศาสตร์ประกอบ ด้วยเพศและอายุเป็นตัวแปรทำนายในขั้นที่ 1 และองค์ประกอบทั้ง 3 ของมาตรเป็นตัวแปรทำนายในขั้นที่ 2

ในการวิเคราะห์ข้อตกลงพื้นฐานการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ไม่พบปัญหา Multicollinearity ในทุกการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ขั้นที่ 1 ไม่พบว่ามีอำนาจทำนายการส่งเงินได้ทั้งสามรอบ ($r^2 = .05 - .13$) อย่างไรก็ตามเราพบว่าตัวแปรเพศมีอิทธิพลจำเพาะ (Unique effect) ในการทำนายการส่งเงินทางลบครั้งที่ 2 ($\beta = -.22, p = .04$) และครั้งที่ 3 ($\beta = -.23, p = .04$) โดยเพศหญิงมีแนวโน้มจะส่งเงินให้น้อยกว่าเพศชาย และขั้นที่สองสามารถเพิ่มอำนาจทำนายการส่งเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ในการส่งเงินครั้งที่ 1 ($\Delta R^2 = .12, p = .01$) เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต้นในขั้นที่สอง พบว่าองค์ประกอบความเชื่อใจในผู้อื่น (Trust in others) เป็นองค์ประกอบที่มีอำนาจทำนายการส่งเงินทางบวกในครั้งที่ 1 ($\beta = .32, p = .003$) ดังแสดงในตาราง 6 โดยยังมีค่าความเชื่อใจในผู้อื่นมากก็จะมีแนวโน้มส่งเงินในครั้งที่ 1 มาก

ตาราง 6

วิเคราะห์อำนาจทำนายการส่งเงินทั้งสามรอบของสามองค์ประกอบในบุคลิกภาพพร้อมเชื่อใจ โดยควบคุมด้วยอิทธิพลเพศและอายุ ($n = 87$)

ตัวแปรทำนาย	R^2	B	$SE B$	β	T	p
ครั้งที่ 1						
Step 1	.02					
Sex		-.05	.04	-.12	-1.11	.27
Age		.01	.02	.07	0.65	.52
Step 2	.14*					
Trust in others		.01	.003	.32	3.02	.003
Others' reliability		-.004	.004	-.11	-1.02	.31
Risk Averse		.00	.00	-.15	-1.28	.20
ครั้งที่ 2						
Step 1	.05					
Sex		-.12	.06	-.22	-2.08	.04
Age		-.01	.03	-.03	-.28	.78
Step 2	.05					
Trust in others		.001	.004	.03	-.26	.80
Others' reliability		.001	.006	.03	.24	.81
Risk Averse		-7.36	.00	-.03	-.21	.83
ครั้งที่ 3						
Step 1	.05					
Sex		-.15	.07	-.23	-2.10	.04
Age		.01	.03	.04	0.41	.69
Step 2	.06					
Trust in others		.003	.005	.06	.58	.57
Others' reliability		.005	.007	.07	.62	.54
Risk Averse		.00	.00	-.06	-.53	.60

ในการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการยิ้ม มีอิทธิพลให้เกิดความเชื่อใจมากกว่า การไม่แสดงพฤติกรรมการยิ้ม และการไม่แสดงใบหน้า ผู้วิจัยวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-ways ANOVA) โดยมีการแสดงออกทางสีหน้าและพฤติกรรมของหน้าม้าเป็นตัวแปรต้น และจำนวนอัตราส่วนเงินที่ส่งวิเคราะห์แยกรอบเพื่อความชัดเจนเป็นตัวแปรตาม การทดสอบนี้ไม่พบปัญหาข้อตกลงพื้นฐานในเรื่องความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Homogeneity of variance) ด้วยวิธีการของ Levene ($F = .21-1.17, p = .33-.96$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการส่งเงินทั้งสามครั้งไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และไม่พบอิทธิพลหลักของตัวแปรใดๆ ดังแสดงในตารางที่ 7

ตาราง 7

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนอัตราการเงินที่ส่งรวมทั้งสามรอบรายคู่โดยมีตัวแปรต้นเป็นเงื่อนไขการแสดงออกทางสีหน้าและพฤติกรรมของหน้าม้า ($n = 87$)

	df	Levene's F	F	p
รอบที่ 1	5	.83		.54
Behavior	1		1.79	.18
Facial	2		.02	.98
Behavior x Facial	2		.47	.63
รอบที่ 2	5	1.17		.33
Behavior	1		1.59	.21
Facial	2		.83	.44
Behavior x Facial	2		.74	.48
รอบที่ 3	5	.21		.96
Behavior	1		.44	.51
Facial	2		1.08	.35
Behavior x Facial	2		.22	.80

ในการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการยิ้ม ไม่มีอิทธิพลให้เกิดความชอบเมื่อเทียบกับการแสดงสีหน้าปกติ และการไม่แสดงใบหน้า ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำการแสดงออกทางสีหน้า (Facial) และพฤติกรรมของหน้าม้า (Behavior) เป็นตัวแปรต้น และคะแนนความชอบพอ (Likability) เป็นตัวแปรตาม การทดสอบนี้ไม่พบปัญหาข้อตกลงพื้นฐานในเรื่องความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Homogeneity of variance) ด้วยวิธีการของ Levene ($F = 2.19, p = .06$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (Interaction effect) และพบอิทธิพลหลัก (Main effect) ในตัวแปรพฤติกรรมของหน้าม้า ($F = 58.79, p < .001$) โดยผู้เข้าร่วมการทดลองในเงื่อนไขที่น่าเชื่อถือจะประเมินความชื่นชอบมากกว่าเงื่อนไขไม่น่าเชื่อถือ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตาราง 8

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความชอบโดยมีตัวแปรต้นเป็นเงื่อนไขการแสดงออกทางสีหน้าและพฤติกรรมของหน้าม้า ($n = 87$)

	df	Levene's F	F	p
	5	2.19		.06
Behavior	1		58.79	< .001
Facial	2		2.10	.13
Behavior x Facial	2		.24	.79

บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการแสดงสีหน้าต่อความเชื่อใจ จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยจึงขออภิปรายตามสมมติฐาน และข้อค้นพบเพิ่มดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนง่าย (*Propensity to trust*) จะเกิดความเชื่อใจ (*Trust*) มากกว่าผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนยาก

ผลการวิจัย สนับสนุนสมมติฐานบางส่วน

จากการวิเคราะห์พบว่ามีเพียงด้าน ความเชื่อใจในผู้อื่น (*Trust in others*) เท่านั้นที่สามารถทำนายการส่งเงินครั้งแรกได้ ($\beta = .32, p = .003$) กล่าวคือบุคลิก ความเชื่อใจในผู้อื่นนั้น เป็นบุคลิกที่สามารถใช้ทำนายได้ว่า บุคคลนั้นจะมีแนวโน้มที่จะเชื่อใจคนแปลกหน้ามากน้อยเพียงใด

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้ให้ผู้ร่วมวิจัยทำการประเมินก่อนการพบเจอคู่เล่นของตน องค์ประกอบด้าน ความเชื่อใจในผู้อื่น หรือคือ ความเต็มใจที่จะเชื่อใจโดยทั่วไป ซึ่งเป็นลักษณะภายในบุคคลและมีแนวโน้มที่จะแสดงออกในหลายสถานการณ์ จึงเป็นด้านที่เหมาะสมในการทำนายความเชื่อใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในครั้งแรกสุด ซึ่งเป็นครั้งที่ยังไม่มีผลจากการเล่นที่น่าเชื่อถือหรือไม่น่าเชื่อถือของหน้าม้า

ตามการพัฒนามาตรวัดของ Ashleigh และ Higgs ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของความเชื่อใจไว้ 3 ด้าน ดังนี้ ความเชื่อใจในผู้อื่น ความน่าเชื่อถือของผู้อื่น และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ผู้วิจัยจะขออภิปรายในแต่ละด้านดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้อื่น เป็นการเกิดความเชื่อใจอย่างมีเป้าหมาย เพราะเป็นการระบุดัดถึงการรับรู้ความซื่อสัตย์ หรือคุณธรรมในตัวบุคคล ความเชื่อใจในด้านนี้จึงไม่สามารถทำนายผลได้ ในด้านการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง จากการพิสูจน์ในอดีตของ Houser และคณะ (2006) รวมถึง Ben-Ner และ Halldorsson (2006) ได้ทำการยืนยันไว้แล้วว่าการวัดความเชื่อใจกับการวัดความเสี่ยงนั้น ไม่สามารถวัดร่วมกันได้ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยชิ้นนี้ที่ไม่พบความเกี่ยวข้องกันระหว่างสองตัวแปรนี้

ข้อค้นพบเพิ่มเติม เพศมีอิทธิพลต่อการส่งเงินในครั้งที่ 2 และ 3 ($\beta = -.22, p = .04$)($\beta = -.23, p = .04$) ตามลำดับ โดยเพศหญิงจะส่งเงินให้คู่เล่น น้อยกว่าเพศชาย การที่เพศสามารถทำนายได้เฉพาะในครั้งที่ 2 และ 3 นั้นอาจเป็นไปได้ว่าในครั้งแรกที่พบกัน การเลือกที่จะเชื่อใจอาจเกิดจากบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจที่กล่าวในข้างต้น แต่เมื่อได้มีปฏิสัมพันธ์ในการกระทำซึ่งคือการส่งเงินคืน ในครั้งแรกของหน้าม้าแล้ว เพศจะมีบทบาทในการตอบสนองต่อปฏิสัมพันธ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ความแตกต่างระหว่างเพศนี้สอดคล้องกับหลายงานวิจัยในอดีต (Campellone & Kring, 2013; Eckel & Wilson, 2000; Scharelmann et al., 2001; Ben-Ner, & Halldorsson, 2006)

กล่าวโดยสรุป จากงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า ความเชื่อใจในผู้อื่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพพร้อมไว้ใจในตัวคน เป็นตัวทำนายแนวโน้มที่บุคคลจะมีความ เชื่อใจต่อคนแปลกหน้าที่ได้พบเจอ ยิ่งไปกว่านั้น ในความสัมพันธ์ครั้งแรก แต่ละพฤติกรรมที่แสดงอาจมีน้ำหนักไม่เท่ากัน พฤติกรรมที่เด่นชัดและก่อให้เกิดการตีความ อาจมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมที่ฉาบฉวยและไม่ชัดเจน

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการยิ้ม มีอิทธิพลให้เกิดความเชื่อใจมากกว่า การไม่แสดงพฤติกรรมการยิ้ม และการไม่แสดงใบหน้า

ผลการวิจัย ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

จากผลการทดลอง พบว่า รอยยิ้มนั้น ไม่ส่งผลให้เกิดความเชื่อใจ เมื่อเทียบกับในกลุ่มที่ไม่ยิ้ม และไม่เจอหน้า กล่าวคือ การที่ได้พบเจอคนแปลกหน้ายิ้มให้ในครั้งแรกที่ได้พบกันนั้น ไม่ส่งผลให้เกิดความเชื่อใจขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น พฤติกรรมการเล่น ที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือในงานวิจัยนี้ ก็ไม่ส่งผลต่อความเชื่อใจด้วย จึงขออภิปรายเป็น 2 หัวข้อดังนี้

ผลของรอยยิ้ม ผลในงานวิจัยชิ้นนี้ พบผลเป็นเช่นเดียวกับงานวิจัยล่าสุดในปี 2013 ของ Campellone และ Kring ที่พบว่าใบหน้านายยิ้มนั้น ไม่ก่อให้เกิดความเชื่อใจได้อย่างมีนัยสำคัญ

มีความเป็นไปได้ว่า ความเชื่อของคนในสังคมทั่วไป ที่เชื่อว่า รอยยิ้มจะนำไปสู่ความเชื่อใจนั้น อาจไม่มีผลในบางบริบท เช่น ในงานวิจัยชิ้นนี้

แต่ยังคงมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

เนื่องจากการเล่น Trust game ในงานวิจัยชิ้นนี้ มีความแตกต่างจากหลายงานในอดีต เพราะในงานวิจัยนี้ ผู้ร่วมการทดลองจะต้องเล่นติดต่อกันทันทีใน 3 รอบ ดังนั้น ในการวัดผลของการวิจัย จึงไม่สามารถวัดผลจากใบหน้า ต่อการตัดสินใจลงทุนในรอบแรกสุดได้ แต่สำหรับผลจากการเจตคติกรรมที่น่าเชื่อถือหรือไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะทำการวัดในการลงทุนรอบที่ 2 และ 3 นั้นจำนวนเงินที่สามารถตัดสินใจในแต่ละรอบ เกิดจากการรวมเงินที่ได้รับคืนในรอบก่อนหน้า หมายความว่า จะมีการทบเงินขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละรอบ โดยขึ้นอยู่กับเงินที่ส่งไปและได้คืนมาจากรอบล่าสุด ทำให้การคำนวณการส่งเงินนั้น ไม่สามารถหาค่าเฉลี่ย เช่นเดียวกับการตัดสินใจด้วยเงินจำนวนเท่าเดิมในทุกๆ รอบตามงานวิจัยเก่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าหากใช้วิธีคำนวณโดยหาค่าเฉลี่ยของการลงทุน หรือแม้แต่ใช้จำนวนเงินมาเป็นการวัด จะทำให้กลุ่มตัวอย่าง ที่พบเงื่อนไขการเล่นที่น่าเชื่อถือ จะมีจำนวนเงินให้เลือกในการลงทุนมากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่เงื่อนไขการเล่นไม่น่าเชื่อถือ จะมีทางเลือกในการลงทุนน้อยลงเรื่อยๆ

ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การคำนวณผล ด้วยการหาอัตราส่วน โดยคิดจากจำนวนเงินที่มีในแต่ละรอบหารด้วยจำนวนเงินที่ตัดสินใจลงทุน ซึ่งหมายความว่า เป็นเปอร์เซ็นต์เงินในการลงทุนนั่นเอง

ผลการวิจัยของ Johansson-Stenman และคณะ (2005) พบว่า ยิ่งผู้ส่งเงินมีปริมาณเงินในการลงทุนยิ่งมาก การตัดสินใจลงทุนด้วยเงินที่มีกลับยิ่งน้อย ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อสังเกตความแตกต่างในเงื่อนไขข้างต้น กลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่น่าเชื่อถือ จะมีโอกาสได้รับจำนวนเงินในการลงทุนมากขึ้นเรื่อยๆ ในรอบที่ 2 และ 3 อาจเป็นผลให้ตัดสินใจส่งเงินน้อยลง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขไม่น่าเชื่อถือ จะมีเงินในการใช้ตัดสินใจลงทุนน้อยลงเรื่อยๆ ในรอบที่ 2 และ 3 อาจเป็นผลให้เลือกที่จะลงทุนมากขึ้น ตามอัตราเงินที่มีในปัจจุบัน

ด้วยสาเหตุดังกล่าว จึงมีความเป็นไปได้ว่า พฤติกรรมการเล่นที่น่าเชื่อถือ นั้น ยังคงส่งผลให้เกิดความเชื่อใจ ถ้าหากใช้วิธีการเล่นที่มีจำนวนเงินเท่าเดิมในทุกๆ รอบ แต่จะไม่ส่งผลให้เกิดความเชื่อใจ ในรูปแบบการเล่นที่รวมจำนวนเงินจากรอบที่ผ่านมาเช่นงานวิจัยชิ้นนี้

ผลของสมมติฐานข้อนี้ค่อนข้างยืนยันทฤษฎีของ Lewicki และ Wiethoff, (2000) เชื่อว่า การสร้างความเชื่อใจนั้นอยู่ภายใต้ calculus-based trust กล่าวคือ ในที่นี้ บุคคลจะต้องเรียนรู้ผ่านผลของการกระทำที่เกิดขึ้น หลายต่อหลายครั้ง เกิดการคำนวณผลประโยชน์ที่ได้รับ จึงค่อยก่อความเชื่อใจขึ้นมา ไม่ได้เกิดขึ้นทันทีหรือในระยะเวลาอันสั้น จำเป็นต้องใช้เวลา ในการสร้างความเชื่อใจขึ้นมา ผ่านการเรียนรู้หลายครั้งหลายหน

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการยิ้ม ไม่มีอิทธิพลให้เกิดความชอบเมื่อเทียบกับการแสดงสีหน้าปกติ และการไม่แสดงใบหน้า

ผลการวิจัย สนับสนุนสมมติฐาน

การวิเคราะห์ผลในข้อนี้เป็นการสนับสนุนสมมติฐานของ Campellone และ Kring (2013) ที่พบว่า พฤติกรรมการเล่นที่น่าเชื่อถือนั้น ทำให้เกิดความชื่นชอบ มากกว่าการเล่นที่ไม่น่าเชื่อถือทั้งในกรณีแสดงสีหน้ายิ้มหรือโกรธ ในงานวิจัยนี้พบเช่นกันว่า ความชื่นชอบนั้นเกิดขึ้นมาจาก พฤติกรรมการเล่นของหน้าม้า ($F = 58.79, p < .001$) ซึ่งไม่ใช่รอยยิ้ม

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อได้ทดสอบผลรวมของทั้ง การแสดงสีหน้า และพฤติกรรมการเล่นควบคู่กัน พบว่า เมื่อรวมทั้งสองตัวแปรเข้าด้วยกัน ก็ไม่ส่งผลให้เกิดความชื่นชอบขึ้น ดังนั้น ความชื่นชอบในการทดลองนี้จึงเกิดขึ้นมาจาก พฤติกรรมในการเล่น เพียงอย่างเดียว

Campellone และ Kring (2013) ได้อธิบายไว้ว่า เมื่อพฤติกรรมความเชื่อถือดำเนินไปอย่างคงที่ และสม่ำเสมอ แต่มีการเปลี่ยนแปลงของสีหน้า คนเราจะลดความสำคัญของการแสดงออกที่ฉาบฉวยลง

ผลการวิจัยที่เกิดขึ้นผู้วิจัยเชื่อว่า พฤติกรรมการเล่นที่น่าเชื่อถือหรือไม่น่าเชื่อถือนั้น เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความชื่นชอบที่มีต่อหน้าม้าได้ เหนือกว่าผลของรอยยิ้มในตอนต้น เนื่องจากในงานวิจัยชิ้นนี้ทำการประเมินความชื่นชอบ หลังจากการเล่น Trust game จบไปแล้ว กล่าวคือ ผู้ร่วมการทดลองจะพบเจอทั้งการแสดงสีหน้าก่อนการเล่น และพฤติกรรมการเล่นของหน้าม้าครบทั้ง 3 รอบก่อน แล้วจึงค่อยประเมินความชื่นชอบที่มีต่อตัวหน้าม้า

พฤติกรรมการเล่นนั้น จึงเป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักมากกว่า ก่อให้เกิดการประเมินและระลึกถึง ได้ง่ายกว่า การแสดงสีหน้า ตามทฤษฎีการรับรู้ (Self perception theory) ของ Petty และ Cacioppo (1986) ที่อธิบายการรับรู้ของบุคคลผ่านทางสายเปลือก (peripheral route) กับทางสายแกน (central route) ใน elaboration likelihood model ซึ่งการรับรู้ในทางสายเปลือก เช่น ความดึงดูดใจ อารมณ์ ในที่นี้คือการรับรู้การยิ้ม ซึ่งเป็นการรับรู้ภายนอก ส่งผลให้เกิดการประเมินและการใช้ปัญญาต่ำ เนื่องจากความซับซ้อนต่ำ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติที่ไม่คงทน เมื่อเทียบกับ ทางสายแกน ซึ่งมีความชัดเจนทางเนื้อหา และตรรกะ ในที่นี้คือ พฤติกรรมความน่าเชื่อถือ ในการเล่น ที่เกิดการใช้ปัญญามากกว่า ทำให้เจตคติที่เกิดขึ้นจากสิ่งนี้ค่อนข้างคงทนและหนักแน่นกว่า

จากผลของการทดลองผู้วิจัยเสนอความเป็นไปได้ ของข้อค้นพบนี้ ต่อการปฏิสัมพันธ์ในชีวิตจริง ว่าในการพบกันนั้น อาจไม่จำเป็นต้องแสดงแต่พฤติกรรมทางบวกทุกอย่าง เพื่อให้เกิดความชื่นชอบในตัวบุคคล แต่สามารถเลือกสร้างพฤติกรรมบางอย่าง โดยที่พฤติกรรมนั้นส่งผลทางบวกและมีน้ำหนักพอให้เกิดการประเมิน และระลึกได้ชัดเจนกว่าเป็นตัวแทน ก็สามารถทำให้เกิดความชื่นชอบได้เช่นกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรนำไปลองศึกษาในอนาคต

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการแสดงออกทางสีหน้าต่อความเชื่อใจ

สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนง่าย (Propensity to trust) จะเกิดความเชื่อใจ (Trust) มากกว่าผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเชื่อคนยาก
2. พฤติกรรมการยิ้ม มีอิทธิพลให้เกิดความเชื่อใจมากกว่า การไม่แสดงพฤติกรรมกรยิ้ม และการไม่แสดงใบหน้า
3. พฤติกรรมการยิ้ม ไม่มีอิทธิพลให้เกิดความชอบเมื่อเทียบกับการแสดงสีหน้าปกติ และการไม่แสดงใบหน้า

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองเป็นนิสิตระดับปริญญาตรีของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 87 คน เป็นเพศชาย 33 คน เพศหญิง 54 คน ช่วงอายุ 18-22 ปี โดยส่วนมากเป็นช่วงอายุ 20 ปี (27 คน)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. มาตรฐาน Propensity to trust scale (Evans & Revelle, 2008)
2. มาตรฐาน Propensity to trust (Ashleigh & Higgs, 2012)
3. มาตรฐาน Reysen Likability Scale (Reysen, 2005)
4. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่น Trust game ประกอบไปด้วย โน้ตบุ๊กพร้อมอุปกรณ์เว็บแคม หูฟัง และไมค์ จำนวน 2 ชุด เหรียญสิบบาทจำนวน 100 เหรียญ ถาดสำหรับใส่เงิน 2 ถาด กระดิ่ง 2 ใบ และคลิปวิดีโอ 2 ไฟล์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นระดับปริญญาตรีของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 177 คน ถึงความเชื่อส่วนตัวว่าพฤติกรรมใดที่ก่อให้เกิดความเชื่อใจได้บ้าง โดยใช้คำถามปลายเปิดในการถามความคิดเห็น และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผล พบว่าการยิ้ม เป็นพฤติกรรมที่คนส่วนใหญ่เชื่อว่าได้ผลดีที่สุด จึงนำมาอัดคลิปวิดีโอสำหรับหน้าม้า จำนวน 6 วิดีโอโดยให้แสดงสีหน้าที่ต่างกันในแต่ละวิดีโอ หลังจากนั้นนำวิดีโอมาให้นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 24 คน ประเมินการรับรู้ว่าคุณในวิดีโอยิ้มมากแค่ไหน และเลือกเพียง 2 คลิปวิดีโอมาใช้ในการทดลอง

หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงให้นิสิตระดับปริญญาตรีของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 87 คนทำมาตร Propensity to trust และนัดวันเวลาให้กลุ่มตัวอย่างมาเล่น trust game จำนวน 3 รอบ เมื่อจบเกมผู้ร่วมการทดลองทำมาตร Reysen Likability Scale

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทำโดยการใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for Windows เพื่อหาค่าทางสถิติในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 นำข้อมูลที่ได้มากลับคะแนน และแทนค่าข้อมูลสูญหายด้วยวิธีการประมาณค่าข้อมูลสูญหาย (Stochastic Imputation method) และแปลงคะแนนให้มีลักษณะเป็นโค้งปกติ

ตอนที่ 2 นำข้อมูลที่แปลงคะแนนเรียบร้อยแล้วมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการต่างๆ ตามความเหมาะสม

ผลการวิจัย

1. รอยยิ้ม ไม่ส่งผลให้เกิดความเชื่อใจ เมื่อเปรียบเทียบกับ การเจอสีหน้าไม่ยิ้ม และไม่เจอหน้า
2. ความชื่นชอบเกิดขึ้นมาจาก พฤติกรรมในการแสดงความน่าเชื่อถือ มากกว่ารอยยิ้ม
3. ความเชื่อใจในผู้อื่น (Trust in others) เป็นบุคลิกที่สามารถใช้ทำนายได้ว่า บุคคลนั้นจะมีแนวโน้มที่จะเชื่อใจคนแปลกหน้ามากน้อยเพียงใด
4. เพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะเชื่อใจมากกว่า

ข้อเสนอแนะ

1. หากมีการทำการทดสอบด้วย Trust game ควรลองทำการเปรียบเทียบระหว่าง การให้เงินจำนวนเท่าเดิมในทุกรอบ กับการรวมยอดเงินจากรอบก่อนหน้าว่าจะส่งผลต่างกันอย่างไร
2. ควรลองทำการวัดความเชื่อใจด้วยวิธีการอื่นนอกจาก Trust game
3. ในอนาคตควรลองศึกษาด้วยพฤติกรรมอื่นเพิ่มเติม เนื่องจากยังอาจมีอีกหลายพฤติกรรมที่มีผลต่อความเชื่อใจ
4. ภายภาคหน้าควรมีการทำการวัดการรับรู้รอยยิ้มของแต่ละบุคคลควบคู่ไปด้วย เพราะแต่ละคนนั้นมีการรับรู้ที่ต่างกัน

การประยุกต์ใช้ในความเป็นจริง

1. การยิ้ม ซึ่งคนส่วนใหญ่เชื่อว่าจะทำให้คนเชื่อใจกันได้นั้น อาจไม่ได้เป็นปัจจัยที่สำคัญ ดังนั้นถึงพื้นฐานอาจไม่ใช่คนที่ยิ้มเก่ง หรือไม่ค่อยชอบยิ้มนัก ก็ยังสามารถสร้างความเชื่อใจได้
2. การปฏิสัมพันธ์กันในชีวิตจริงนั้น อาจไม่จำเป็นว่าจะต้องทำพฤติกรรมแรกสุดให้ดี แต่จำเป็นเพียงให้ในระหว่างที่มีปฏิสัมพันธ์กันแล้ว สร้างพฤติกรรมที่มีน้ำหนักพอที่จะให้อีกฝ่ายรับรู้ได้ ก็เกิดความประทับใจแรกพบที่ดีได้แล้ว

อ้างอิง

- Allahyarahmadi, R. (2013). Investigation the role and effect of social trust in societies based on sociological theories. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82, 780-783.
- Ashleigh, M. J., Higgs, M., & Dulewicz, V. (2012). A new propensity to trust scale and its relationship with individual well-being: implications for HRM policies and practices. *Human Resource Management Journal*, 22(4), 360-376.
- Ben-Ner, A., & Halldorsson, F. (2006). *Measuring trust: which measure can be trusted?* (No. 0207). Human Resources and Labor Studies, University of Minnesota
- Berg, J., Dickhaut, J., & McCabe, K. (1995). Trust, reciprocity, and social history. *Games and economic behavior*, 10(1), 122-142.
- Berscheid, E., & Regan, P. C. (2005). *The psychology of interpersonal relationships*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Brock, T. C. & Balloun, J. L. (1967). Behavioral receptivity to dissonant information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6(4), 413-428.
- Brühlhart, M., & Usunier, J. C. (2012). Does the trust game measure trust?. *Economics Letters*, 115(1), 20-23.
- Campellone, T. R., & Kring, A. M. (2013). Who do you trust? The impact of facial emotion and behaviour on decision making. *Cognition & emotion*, 27(4), 603-620.
- Centorrino, S., Djemaï, E., Hopfensitz, A., Milinski, M., & Seabright, P. (2011). *Smiling is a Costly Signal of Cooperation Opportunities: Experimental Evidence from a Trust Game* (No. 11-231). Toulouse School of Economics (TSE).
- Chaiken, S., & Eagly, A. H. (1983). Communication modality as a determinant of persuasion: The role of communicator salience. *Journal of personality and social psychology*, 45(2), 241-256.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.
- Eckel, C., & Wilson, R. K. (2000). Whom to trust? Choice of partner in a trust game. *Unpublished manuscript*.

- Evans, A. M., & Revelle, W. (2008). Survey and behavioral measurements of interpersonal trust. *Journal of Research in Personality, 42*(6), 1585-1593.
- Fisher, R., & Brown, S. (1988). *Getting together: Building relationships as we negotiate*. London: Penguin.
- Fiske, S. T. (2013). *Social cognition: From brains to culture*. Sage.
- Gawronski, B. (2012). Back to the future of dissonance theory: Cognitive consistency as a core motive. *Social Cognition, 30*(6), 652-668.
- Gill, H., Boies, K., Finegan, J. E., & McNally, J. (2005). Antecedents of trust: Establishing a boundary condition for the relation between propensity to trust and intention to trust. *Journal of Business and Psychology, 19*(3), 287-302.
- Gunnthorsdottir, A., McCabe, K., & V. Smith. (2002). Using the Machiavellianism Instrument to Predict Trustworthiness in a Bargaining Game. *Journal of Economic Psychology, 23*, 49-66.
- Houser, D., Schunk, D., & Winter, J. K. (2006). Trust Games Measure Trust (No. 06-14). *Sonderforschungsbereich 504*, Universität Mannheim.
- Jecker, J. D. (1964). The cognitive effects of conflict and dissonance. *Conflict, decision, and dissonance, 21-30*.
- Johansson-Stenman, O., Mahmud, M., & Martinsson, P. (2005). Does stake size matter in trust games?. *Economics Letters, 88*(3), 365-369.
- Johnson, D. W. (1993). *Reaching out: Interpersonal effectiveness and self-actualization* (pp. 55-57). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Kanagaretnam, K., Mestelman, S., Nainar, S. M., & Shehata, M. (2010). Trust and reciprocity with transparency and repeated interactions. *Journal of Business Research, 63*(3), 241-247.
- Kenrick, D. T., Neuberg, S. L., & Cialdini, R. B. (2002). *Social psychology: Unraveling the mystery* (2nd ed.). Allyn and Bacon.
- Lee, Y. Y., & Lin, J. L. (2011). How much does trust really matter? A study of the longitudinal effects of trust and decision-making preferences on diabetic patient outcomes. *Patient education and counseling, 85*(3), 406-412.

- Lewicki, R.J. & Wiethoff, C. (2000). Trust, Trust Development, and Trust Repair. In. M. Deutsch & P.T. Coleman (Eds.), *The handbook of conflict resolution: Theory and practice* (pp. 86-107). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(11), 2098-2109.
- Lount, R. B., Zhong, C. B., Sivanathan, N., & Murnighan, J. K. (2008). Getting off on the wrong foot: The timing of a breach and the restoration of trust. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(12), 1601-1612.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Myers, D., & Tingley, D. (2011). *The influence of emotion on trust*. Cambridge, MA: Harvard University.
- Nash, J. F. (1950). Equilibrium points in n-person games. *Proceedings of the national academy of sciences*, 36(1), 48-49.
- Nash, J. (1951). Non-cooperative games. *The Annals of Mathematics*, 54(2), 286-295.
- Nauert, R. (2011). First Impressions Are More Lasting Than Once Thought. *Psych Central*. Retrieved on November 8, 2013, from <http://psychcentral.com/news/2011/01/19/first-impressions-are-more-lasting-than-once-thought/22769.html>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 19, 124-192. (pp. 124-24). Springer New York.
- Pelligra, V. (2010). Trust responsiveness on the dynamics of fiduciary interactions. *Journal of Socio-Economics*, 39(6), 653-660.
- Pillutla, M. M., Malhotra, D., & Keith Murnighan, J. (2003). Attributions of trust and the calculus of reciprocity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39(5), 448-455.

- Reysen, S. (2005). Construction of a new scale: The Reysen likability scale. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 33(2), 201-208.
- Riegelsberger, J., Sasse, M. A., & McCarthy, J. D. (2003). Eye-catcher or blind spot?. In *Towards the Knowledge Society* (pp. 383-398). Springer US.
- Rotter, J. B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust¹. *Journal of personality*, 35(4), 651-665.
- Rotter, J. B. (1971). Generalized expectancies for interpersonal trust. *American psychologist*, 26(5), 443-452.
- Scharlemann, J. P., Eckel, C. C., Kacelnik, A., & Wilson, R. K. (2001). The value of a smile: Game theory with a human face. *Journal of Economic Psychology*, 22(5), 617-640.
- Schiller, D., Freeman, J. B., Mitchell, J. P., Uleman, J. S., & Phelps, E. A. (2009). A neural mechanism of first impressions. *Nature neuroscience*, 12(4), 508-514.
- Snyder, M., & Swann Jr, W. B. (1978). Behavioral confirmation in social interaction: From social perception to social reality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14(2), 148-162.
- Steger, M. F., Frazier, P., Oishi, S., & Kaler, M. (2006). The meaning in life questionnaire: Assessing the presence of and search for meaning in life. *Journal of counseling psychology*, 53(1), 80-93.
- Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological science*, 17(7), 592-598.
- Yamagishi, T. (1988). The provision of a sanctioning system in the United States and Japan. *Social Psychology Quarterly*, 265-271.
- Yamagishi, T., & Yamagishi, M. (1994). Trust and commitment in the United States and Japan. *Motivation and emotion*, 18(2), 129-166.
- Yamagishi, T., Kanazawa, S., Mashima, R., & Terai, S. (2005). Separating trust from cooperation in a dynamic relationship prisoner's dilemma with variable dependence. *Rationality and Society*, 17(3), 275-308.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ค่าความเที่ยงของมาตร *Propensity to trust* (Ashleigh & Higgs, 2012)

มิติความเชื่อถือในผู้อื่น ($\alpha = .84$)

ข้อคำถาม	CITC
2.ใคร ๆ ก็พยายามหาประโยชน์ให้ตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กันทั้งนั้น	.46
3.ไม่มีใครหรอก ที่เราจะเชื่อใจได้	.49
5.ฉันแทบจะเชื่อถือคำมั่นสัญญาของใคร ๆ ไม่ได้เลย	.57
7.ไม่ว่าจะพูดอย่างไร สุดท้ายแล้ว...คนเราก็สนใจเพียงแค่ความสุขของตนเองกันทั้งนั้น	.64
9.ในยุคที่ต้องแข่งขันสูงเช่นทุกวันนี้ ฉันต้องคอยระวังตัวอยู่ตลอดเวลา มิฉะนั้นจะถูกคนอื่นเอาเปรียบเอาได้	.40
11.คนที่ต่อหน้าทำตัวเป็นมิตร ล้วนคิดไม่ซื่อลับหลังฉันกันทั้งนั้น	.59
14.ใคร ๆ ก็โกหกกันทั้งนั้น เพื่อความก้าวหน้าของตนเอง	.59
16.คนเราสนใจเพียงแค่ความอยู่ดีมีสุขของตนเองเท่านั้น	.65
19.ใคร ๆ ก็ทำให้ฉันผิดหวัง	.59

มิติประกอบความน่าเชื่อถือของผู้อื่น ($\alpha = .69$)

ข้อคำถาม	CITC
1.เราสามารถเชื่อใจคนอื่นได้ว่าพวกเขาจะทำตามที่ตนเองพูดไว้จริงๆ	.36
4.ผู้มีอำนาจมักไม่โกหก เขาจะพูดในสิ่งที่พวกเขาเชื่อจริงๆ	.30
6.ใคร ๆ ก็ตอบแบบสำรวจความคิดเห็นด้วยความซื่อสัตย์กันทั้งนั้น	.37
8.เราสามารถเชื่อใจได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญจะให้ความเห็นเฉพาะในเรื่องที่เขาู้จริงๆ	.37
10.ผู้เห็นเหตุการณ์ จะรายงานทุกสถานการณ์ตามความเป็นจริงที่ตนเองเห็นเสมอ	.39
12.ใคร ๆ ก็ทำตามที่ตนเองพูดกันทั้งนั้น	.60
17.ใคร ๆ ก็ยึดหลักความซื่อสัตย์ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการดำเนินชีวิตกันทั้งนั้น	.45

มิติการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ($\alpha = .72$)

ข้อคำถาม	CITC
13.การเก็บสำรองเงินไว้ใช้ในยามคับขัน ถือเป็นเรื่องจำเป็น	.49
18.คนเราควรจะ “กันไว้ดีกว่าแก้”	.52
20.หากฉันมีเงินลงทุน ฉันจะให้ความสำคัญกับความมั่นคงในการลงทุนมากกว่าผลตอบแทน ก่อนโต	.85

ค่าความเที่ยงของมาตร *Reysen Likability scale* (Reysen, 2005) ($\alpha = .96$)

ข้อคำถาม	CITC
1.บุคคลนี้มีความเป็นมิตร	.87
2.บุคคลนี้เป็นที่ชื่นชอบของฉัน	.82
3.บุคคลนี้เป็นคนอบอุ่น	.72
4.บุคคลนี้เข้าถึงได้โดยง่าย	.86
5.ฉันจะขอคำแนะนำจากบุคคลนี้	.85
6.ฉันอยากได้บุคคลนี้เป็นผู้ร่วมงาน	.85
7.ฉันอยากได้บุคคลนี้เป็นเพื่อนร่วมห้อง	.90
8.ฉันอยากเป็นเพื่อนกับบุคคลนี้	.91
9.บุคคลนี้มีความดึงดูดใจทางกายภาพ	.74
10.บุคคลนี้มีความคล้ายคลึงกับฉัน	.72
11.บุคคลนี้เป็นผู้รอบรู้	.63

ค่าความเที่ยงของมาตร *Propensity to trust scale* (Evans & Revelle, 2008)

มิติความเชื่อใจ ($\alpha = .79$)

ข้อคำถาม	CITC
15.ฉันหลีกเลี่ยงหนีจากผู้อื่น	.43
16.ฉันเต็มไปด้วยความคลางแคลงใจในสิ่งต่าง ๆ	.61
17.ฉันรู้สึกว่าคุณชีวิตของฉันถูกเอาเปรียบมาโดยตลอด	.59
18.ฉันหลีกเลี่ยงการติดต่อและพบปะกับผู้อื่น	.56
19.ฉันเชื่อว่าคนส่วนใหญ่จะโกหกเพื่อให้ตัวเองก้าวหน้า	.67
20.ฉันพบว่าการให้อภัยผู้อื่นเป็นเรื่องยาก	.47
21.ฉันเชื่อว่าคนเราไม่ค่อยจะเล่าเรื่องทั้งหมดให้กันฟัง	.36

มิติความน่าเชื่อถือ ($\alpha = .79$)

ข้อคำถาม	CITC
1.ฉันรับฟังความรู้สึกผิดชอบชั่วดีของตัวเอง	.39
3.ฉันเคารพผู้อื่น	.54
4.ฉันสามารถเข้ากับคนส่วนใหญ่ได้	.24
5.ฉันให้ความเห็นธรรมกับทุกคนเสมอ	.52
6.ฉันยึดมั่นในกฎระเบียบ	.52
7.ฉันเชื่อว่ากฎหมายควรถูกนำมาบังคับใช้อย่างเข้มงวด	.34
8.ฉันพูดถึงผู้อื่นในทางที่ดี	.47
9.ฉันให้คุณค่ากับการร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน	.45
10.ฉันคืนเงินทอนที่ได้รับเกินมา	.38
11.ฉันจะไม่โกงเงินที่ต้องจ่ายตามหน้าที่ เช่น เงินภาษี เงินรูน	.34
12.ฉันทำตามแผนที่วางไว้	.48
13.ฉันเชื่อว่าโดยพื้นฐานแล้วคนเรามีคุณธรรม	.49
14.ฉันทำสิ่งที่เริ่มไว้จนเสร็จ	.42

ภาคผนวก ข

หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

หัวข้อโครงการทางจิตวิทยา: อิทธิพลของตัวแปรทางจิตวิทยาต่อความเชื่อใจ

วัตถุประสงค์และกระบวนการในโครงการทางจิตวิทยา

โครงการทางจิตวิทยาชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจอิทธิพลของตัวแปรทางจิตวิทยาที่มีต่อความเชื่อใจ โดยมีกระบวนการวิจัย ดังนี้

๑. ผู้เข้าร่วมงานวิจัยตอบมาตรฐาน Propensity to trust
๒. ผู้เข้าร่วมการวิจัยเล่น Trust game ในช่วงเวลาที่ได้ตกลงกันได้
๓. ผู้เข้าร่วมการวิจัยตอบมาตรฐาน Likability

ผลประโยชน์ในการเข้าร่วมโครงการทางจิตวิทยา

๑. ผู้เข้าร่วมการวิจัยจะได้รับความรู้ซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจในอิทธิพลของตัวแปรทางจิตวิทยาที่มีต่อความเชื่อใจ
๒. ผู้เข้าร่วมการวิจัยจะได้เรียนรู้และเข้าใจในกระบวนการทดลองทางจิตวิทยาโดยการเป็นผู้เข้าร่วมการวิจัยโดยตรง

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือในงานวิจัยนี้ ซึ่งคณะผู้วิจัย ประกอบไปด้วย นายทวิทรัพย์ เตชะภูริปัญญา นายภาณุพงศ์ ย่อมประเสริฐ และนายกุลภัทร ไตรรัตนพันธ์ นิสิตชั้นปีที่ 4 คณะจิตวิทยา โดยมี อาจารย์ศักดิ์กัมภ์ งามเอก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยดังกล่าว

ในงานวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมการวิจัยจะถูกรักษาเป็นความลับ โดยคณะผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลเป็นภาพรวมเท่านั้น และในระหว่างดำเนินการวิจัย ผู้เข้าร่วมงานวิจัยสามารถถอนตัวได้ตลอดเวลา ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้เข้าร่วมการวิจัย

หากผู้เข้าร่วมงานวิจัยมีคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัยชิ้นนี้ กรุณาติดต่อนายทวิทรัพย์ เตชะภูริปัญญา ได้ที่ protein4952@gmail.com หรือ 083-921-7511

ข้าพเจ้ามีอายุมากกว่า ๑๘ ปีขึ้นไปและได้อ่านข้อความข้างต้นอย่างละเอียดครบถ้วนแล้ว ข้าพเจ้ายอมรับเงื่อนไขและยินดีที่จะเข้าร่วมงานวิจัยนี้ โดยเข้าใจว่าการร่วมงานวิจัยเป็นไปอย่างสมัครใจและสามารถยกเลิกการเข้าร่วมงานวิจัยเมื่อใดก็ได้

ลงชื่อผู้เข้าร่วมงานวิจัย

(_____)

วันที่.....

ตัวอย่างมาตร Propensity to trust (Ashleigh & Higgs, 2012)

คำชี้แจง กรุณาอ่านประโยคต่อไปนี้เป็นและประเมินความเห็นของท่านโดย รอบตัวเลขที่ตรงตามการประเมินความเห็นของท่านมากที่สุด

		ไม่เห็นด้วยมากที่สุด	ไม่เห็นด้วยมาก	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆกัน	เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด
๑	เราสามารถเชื่อใจคนอื่นได้ว่า พวกเขาจะทำตามที่ตนเองพูดไว้จริง ๆ	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๒	ใคร ๆ ก็พยายามหาประโยชน์ให้ตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กันทั้งนั้น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๓	ไม่มีใครหรอก ที่เราจะเชื่อใจได้	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๔	ผู้มีอำนาจมักจะโกหก เขาจะพูดในสิ่งที่พวกเขาเชื่อจริง ๆ	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๕	ฉันแทบจะเชื่อถ้อยคำมั่นสัญญาของใคร ๆ ไม่ได้เลย	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๖	ใคร ๆ ก็ตอบแบบสำรวจความคิดเห็นด้วยความซื่อสัตย์กันทั้งนั้น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๗	ไม่ว่าจะพูดอย่างไร สุดท้ายแล้ว...คนเราก็สนใจเพียงแค่ความสุขของตนเองกันทั้งนั้น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๘	เราสามารถเชื่อใจได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญจะให้ความเห็นเฉพาะในเรื่องที่เขาู้จริง ๆ	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๙	ในยุคที่ต้องแข่งขันสูงเช่นทุกวันนี้ ฉันต้องคอยระวังตัวอยู่ตลอดเวลา มิฉะนั้นจะถูกคนอื่นเอาเปรียบได้	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๐	ผู้เห็นเหตุการณ์ จะรายงานทุกสถานการณ์ตามความเป็นจริงที่ตนเองเห็นเสมอ	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๑	คนที่ต่อหน้าทำตัวเป็นมิตร ล้วนคิดไม่ซื่อลับหลังฉันกันทั้งนั้น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๒	ใคร ๆ ก็ทำตามที่ตนเองพูดกันทั้งนั้น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๓	การเก็บสำรองเงินไว้ใช้ในยามคับขัน ถือเป็นเรื่องจำเป็น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๔	ใคร ๆ ก็โกหกกันทั้งนั้น เพื่อความก้าวหน้าของตนเอง	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๕	ฉันเลือกที่จะรับ "ผลตอบแทนน้อย" ที่มีความเสี่ยงต่ำ" มากกว่า "ผลตอบแทนมาก แต่มีความเสี่ยงสูง"	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๖	คนเราสนใจเพียงแค่ความอยู่ดีมีสุขของตนเองเท่านั้น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๗	.ใคร ๆ ก็ยึดหลักความซื่อสัตย์ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดใน การดำเนินชีวิตกันทั้งนั้น	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๘	คนเราควรจะ "กันไว้ดีกว่าแก้"	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑๙	ใคร ๆ ก็ทำให้ฉันผิดหวัง	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๒๐	หากฉันมีเงินลงทุน ฉันจะให้ความสำคัญกับความมั่นคงในการลงทุน มากกว่าผลตอบแทนก้อนโต	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗

ตัวอย่างมาตร Propensity to trust scale (Evans & Revelle, 2008)

กรุณาประเมินว่าประโยคต่อไปนี้มีความจริงกับตัวคุณมากแค่ไหนโดยการ O รอบตัวเลข

	คำถาม	ไม่ ตรง อย่าง ยิ่ง	ไม่ ตรง ปาน กลาง	ไม่ตรง เล็กน้อย	ตรง เล็กน้อย	ตรง ปาน กลาง	ตรง อย่าง ยิ่ง
๑	ฉันรับฟังความรู้สึกผิดชอบชั่วดีของตัวเอง	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๒	ฉันสามารถคาดเดาความต้องการของผู้อื่น	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๓	ฉันเคารพผู้อื่น	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๔	ฉันสามารถเข้ากับคนส่วนใหญ่ได้	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๕	ฉันให้ความเป็นธรรมกับทุกคนเสมอ	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๖	ฉันยึดมั่นในกฎระเบียบ	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๗	ฉันเชื่อว่ากฎหมายควรถูกบังคับใช้อย่างเคร่งครัด	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๘	ฉันพูดถึงผู้อื่นในทางที่ดี	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๙	ฉันให้คุณค่ากับการร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๐	ฉันคืนเงินทอนที่ได้รับเกินมา	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๑	ฉันจะไม่โกงเงินที่ต้องจ่ายตามหน้าที่ เช่น เงินภาษี เงินรุ่ม	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๒	ฉันทำตามแผนที่วางไว้	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๓	ฉันเชื่อว่าโดยพื้นฐานแล้วคนเรามีคุณธรรม	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๔	ฉันทำสิ่งที่เริ่มไว้จนเสร็จ	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๕	ฉันหลีกเลี่ยงหนีจากผู้อื่น	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๖	ฉันเต็มไปด้วยความคลางแคลงใจในสิ่งต่างๆ	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๗	ฉันรู้สึกว่าชีวิตฉันถูกเอาเปรียบมาโดยตลอด	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๘	ฉันหลีกเลี่ยงการติดต่อและพบปะกับผู้อื่น	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๑๙	ฉันเชื่อว่าคนส่วนใหญ่จะโกหกเพื่อให้ตัวเอง ก้าวหน้า	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๒๐	ฉันพบว่าการให้อภัยผู้อื่นเป็นเรื่องยาก	๑	๒	๓	๔	๕	๖
๒๑	ฉันเชื่อว่าคนเราไม่ค่อยจะเล่าเรื่องทั้งหมดให้กันฟัง	๑	๒	๓	๔	๕	๖

ตัวอย่างมาตร Reysen Likability scale (Reysen, 2005)

กรุณาประเมินคุณลักษณะของคุณโดยการกา X ลงไปตามความเห็นของคุณในแต่ละข้อความ

	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1.บุคคลนี้มีความเป็นมิตร	1	2	3	4	5	6	7
2.บุคคลนี้เป็นที่ชื่นชอบของฉัน	1	2	3	4	5	6	7
3.บุคคลนี้เป็นคนอบอุ่น	1	2	3	4	5	6	7
4.บุคคลนี้เข้าถึงได้โดยง่าย	1	2	3	4	5	6	7
5.ฉันจะขอคำแนะนำจากบุคคลนี้	1	2	3	4	5	6	7
6.ฉันอยากได้บุคคลนี้เป็นผู้ร่วมงาน	1	2	3	4	5	6	7
7.ฉันอยากได้บุคคลนี้เป็นเพื่อนร่วมห้อง	1	2	3	4	5	6	7
8.ฉันอยากเป็นเพื่อนกับบุคคลนี้	1	2	3	4	5	6	7
9.บุคคลนี้มีความดึงดูดใจทางกายภาพ	1	2	3	4	5	6	7
10.บุคคลนี้มีความคล้ายคลึงกับฉัน	1	2	3	4	5	6	7
11.บุคคลนี้เป็นผู้รอบรู้	1	2	3	4	5	6	7