



สรุปผลการวิจัยและขอเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตอบแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อ กับการประมาณราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ การตั้งราคาเสนอขาย และการตัดสินใจขายสินค้า นอกจากนี้ยังศึกษาความรู้สึกเชิงเป็นธรรม และพอใจ ของผู้ขายต่ออัตราการตอบแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อ และศึกษาการประเมินค่าสินค้าของผู้ขายก่อนและหลังกระบวนการขาย

กลุ่มตัวอย่าง เป็นนิสิตปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2515 ทั้งเพศหญิง และ เพศชาย จำนวน 35 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้ความสมัครใจเป็นเกณฑ์ โดยรับสมัครนิสิตผู้สนใจภายในคณะครุศาสตร์ ไม่จำกัด เพศ วัย และระดับชั้นที่เรียน

เครื่องมือที่ใช้ จัดสภาพการทดลองซื้อขายขึ้นในห้องปฏิบัติการทางจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ กำหนดให้กลุ่มตัวอย่าง 35 คน เป็นผู้ขาย ผู้ขายแต่ละคนทำหน้าที่ขายด้วยกาแฟพร้อมจานรองจำนวน 1 ชุด ให้แก่ผู้ซื้อ 4 คน โดยผู้ซื้อจะเข้ามาซื้อทีละคนตามลำดับ ตามอัตราต่อรองดังนี้ ผู้ซื้อคนที่ 1 ต่อโดยลด 70 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 1 ผู้ซื้อคนที่ 2 ต่อ โดยลด 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 2 ผู้ซื้อคนที่ 3 ต่อ โดยลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 และผู้ซื้อคนที่ 4 ต่อโดยลด 10 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 4

จากการสำรวจข้อมูลพบว่า มีผู้ขาย 28 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อคนที่ 4 และมีผู้ขาย 7 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อคนที่ 3 ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์กลุ่มผู้ขายที่ขายให้ผู้ซื้อคนที่ 3 และ คนที่ 4 ดังกล่าว

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประมาณราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวัง ราคาที่คาดว่าจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขาย ก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน ด้วยอัตราขอลด 70 % 50 % 30 % และ 10 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 1 2 3 และ 4 ตามลำดับ
2. วิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ เกี่ยวกับการประมาณราคาทุน การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่จะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขายก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน
3. เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ของค่าเฉลี่ยโดยใช้วิธีการจัดลำดับกลุ่ม แบบ นิวแมน-คูลส์
4. วิเคราะห์หาค่าไคสแควร์ เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญเกี่ยวกับความรู้สึกลงของผู้ขายเชิงเป็นธรรมชาติ และพอใจต่ออัตราการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณ รวมทั้งทดสอบความมีนัยสำคัญในการประเมินค่าสินค้าของผู้ขายก่อนและหลังกระบวนการขาย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. ในจำนวนผู้ขาย 35 คน มีผู้ขาย 28 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4 และมีผู้ขาย 7 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 3
2. ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4 การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคนมีผลให้
  - 2.1 ผู้ขายประมาณราคาทุนสินค้าที่จะขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ ( $F_{3,81} = 26.96$ ) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 3 โดยขอลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุนของสินค้าที่จะขายให้กับผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมุติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณจะมีผลทำให้

ผู้ขายประมาณราคาสินค้าที่จะขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคน ลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ

2.2 ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ ( $F_{3,81} = 17.74$ ) ที่ระดับมีนัยสำคัญ .05 แต่การต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 3 โดยขอลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 มีผลให้ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานข้อ 2 ที่ว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณ จะมีผลให้ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคน ลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ

2.3 ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ ( $F_{3,81} = 66.79$ ) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานข้อ 3 ที่ว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณจะมีผลให้ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อยตามลำดับ

2.4 ราคาต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 4 โดยขอลด 10 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 4 สูงกว่าราคาที่เขาจะขายได้ ผู้ขายจึงตัดสินใจขายผลดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4 ที่ว่า ผู้ขายจะตัดสินใจขาย เมื่อราคา ตอรองของผู้ซื้อเท่ากันหรือใกล้เคียงระดับความคาดหวังในราคาสินค้าที่เขาจะขายได้

2.5 ผู้ขายรู้สึกไม่เป็นธรรมในการต่อรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อย ๆ ในการต่อรองครั้งต่อ ๆ มา ( $\chi^2_6 = 139.78$ ) และผู้ขายรู้สึกไม่พอใจและโกรธมาก ในการต่อรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อย ๆ ในการต่อรองครั้งต่อ ๆ มา ( $\chi^2_6 = 85.94$ ) ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานข้อ 5 ที่ว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง จะมีผลให้ผู้ขายรู้สึกไม่เป็นธรรม และโกรธมากในครั้งแรก และความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อย ๆ ในการต่อรองครั้งต่อ ๆ ไป

2.6 การประเมินค่าสินค้าของผู้ขาย หลังกระบวนการขายไม่ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขายที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 ผลดังกล่าวคัดค้านสมมติฐานข้อ 6 ที่ว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณจะมีผลทำให้ผู้ขายประเมินค่าสินค้าหลังกระบวนการขายต่ำกว่าก่อนกระบวนการขาย

3. ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 3 พบว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณมีผลให้

3.1 ผู้ขายประมาณราคาทุนของสินค้าที่จะขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ( $F_{2,12} = 12.66$ ) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 2 โดยขอลด 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 2 มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุนของสินค้าที่จะขายให้ผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมุติฐานข้อ 1 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.2 ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดลงเรื่อย ๆ ( $F_{2,12} = 12.66$ ) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 2 โดยขอลด 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 2 มีผลให้ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมุติฐานข้อ 2 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.3 ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ( $F_{2,12} = 6.88$ ) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 2 โดยขอลด 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 2 มีผลให้ผู้ขายเสนอราคาขายในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05 ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมุติฐานข้อ 3 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.4 ราคาต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 3 โดยขอลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 ใกล้เคียงกับราคาที่คุณขายคาดว่าจะขายได้ กล่าวคือราคาต่อรองของผู้ซื้อ ต่ำกว่าราคาที่สามารถจะขายได้เล็กน้อย ผู้ขายจึงตัดสินใจขาย ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมุติฐานข้อ 4 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.5 ผู้ขายรู้สึกไม่เป็นธรรมในการต่อรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อย ๆ ในการต่อรองครั้งต่อมา ( $F_{4,2} = 17.66$ ) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 และผู้ขายรู้สึกไม่พอใจและโกรธมากในการต่อรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อย ๆ ในการ



ทดลองครั้งต่อมา ( $F_{2} = 13.99$ ) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานข้อ 5 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.6 ผู้ขายประเมินค่าสินค้าหลังกระบวนการขายไม่ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลดังกล่าวคัดค้านสมมติฐานข้อ 6 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. การวิจัยนี้ได้กำหนดให้ผู้ซื้อทดลองแบบเพิ่มตัวคูณ พบว่าผู้ขายปรับระดับความคาดหวังในราคาสินค้าให้ต่ำลงและผู้ขายร้อยละ 80 คัดสินใจขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4 เพราะต่อรองราคาสูงกว่าราคาที่คาดว่าจะขายได้ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปน่าจะกำหนดให้ผู้ซื้อทดลองแบบลดตัวคูณเพื่อจะศึกษาว่าแนวทางการปรับระดับความคาดหวังในราคาสินค้าของผู้ขายรวมทั้งการตัดสินใจขาย จะเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่
2. การวิจัยนี้ ผู้ทดลองจริงใจผู้ขายให้ตัดสินใจขายโดยกำหนดว่าถ้าผู้ขายขายสินค้าได้จะได้เงินส่วนแบ่งครึ่งหนึ่งของราคาที่ขายได้ แต่ถ้าขายไม่ได้จะไม่ได้เงินตอบแทนเลย การวิจัยครั้งต่อไปควรกำหนดว่า ถ้าผู้ขายขายสินค้าได้ จะได้เงินส่วนแบ่งตามที่ผู้ทดลองจะกำหนดต่อไป แต่ถ้าขายไม่ได้ก็จะได้เงินตอบแทนด้วย การกำหนดเงินตอบแทนดังกล่าวนี้อาจจะทำให้การตัดสินใจขายของผู้ขายเปลี่ยนแปลงไป
3. ควรจะมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่จะมีผลต่อการตัดสินใจขาย เช่น การกำหนดระยะเวลาในกระบวนการตัดสินใจขาย ประสบการณ์ในการขายของผู้ขาย และจำนวนครั้งในการต่อรอง เป็นต้น
4. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นนิสิตคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้า ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเปรียบเทียบผลของการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจขายระหว่างผู้ขายที่มีความรู้ทางการขายสินค้ากับผู้ขายที่ไม่มีความรู้ทางการขายสินค้า

5. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทดลองไม่ได้แยกเพศของผู้ชาย ดังนั้นในการทดลองครั้งต่อไป อาจจะแยกกลุ่มผู้ชายเป็นเพศชาย และ เพศหญิง เพื่อศึกษาความมั่นใจในการประมาณราคาหุ้น การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ การตั้งราคาเสนอขายและความสามารถในการตัดสินใจขาย

ข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลวิธีการต่อรองสามารถนำไปใช้เพื่อช่วยให้ซื้อสินค้าในราคาถูกลงกว่าเดิม

จากการวิจัยนี้พบว่า การต่อรองด้วยอัตรา 70 % และ 50 % มีผลทำให้ผู้ขายลดราคาสินค้าลงมามาก ดังนั้นในสภาพการซื้อขายที่ต้องการให้ผู้ขายที่ตั้งราคาสินค้าแพงเกินไปลดราคาสินค้านั้นลงมาเพื่อจะได้ซื้อสินค้าในราคาถูกลง จะทำได้โดยส่งเพื่อน ๆ ไปตั้งราคาสินค้าที่เสนอขาย โดยการต่อรองราคาตามอัตราดังกล่าว เมื่อมีผู้ซื้อเข้ามาซื้อสินค้าโดยให้ราคาต่ำหลาย ๆ คนเข้า จะทำให้ผู้ขายกลัวว่าจะขายไม่ได้ถาวรราคาขายเดิม จึงต้องลดราคาลงมา และเมื่อผู้ขายยอมลดราคาสินค้าลงมาจากผู้ซื้อจะซื้อได้แล้ว ผู้ซื้อก็เข้าไปซื้อโดยต่อรองราคาเพียงเล็กน้อย เพื่อให้ผู้ขายตัดสินใจขาย

2. ผลที่ได้เป็นแนวทางให้เกิดจิตวิทยาสาขาใหม่ คือ จิตวิทยาการขายซึ่งเป็นเรื่องของการโน้มน้าวจิตใจให้ผู้ขายตัดสินใจขาย การที่จะโน้มน้าวจิตใจผู้ขายให้ตัดสินใจขายตามราคาที่เราพอใจได้หรือไม่นั้นต้องอาศัยกลวิธีการต่อรอง ผลจากการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณมีผลทำให้ผู้ขายปรับระดับความคาดหวังในราคาที่จะขายได้ให้ต่ำลงมา และตัดสินใจขายในที่สุด

3. จากทฤษฎี การตัดสินใจขายโดยอาศัยหลักความคาดหวังนี้สามารถนำมาอธิบายกระบวนการตัดสินใจในการทำงานอื่น ๆ ได้ เช่น การตัดสินใจที่จะศึกษาต่อ กล่าวคือในการที่จะตัดสินใจที่จะศึกษาต่อหรือไม่ นักเรียนจะตั้งระดับความคาดหวังที่จะเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย จึงพยายามหาทางบรรลุเป้าหมายโดยการสอบเข้า ถ้าผลปรากฏว่าสอบเข้าไม่ได้ตามที่คาดหวัง จะทำให้นักเรียนรู้สึกว่าการคาดหวังที่จะเรียนต่อในมหาวิทยาลัยนั้นสูงเกินไป จึงจำต้องลดระดับความคาดหวังลงมา และหาทางบรรลุเป้าหมายใหม่ครั้งนี้ เป็นต้น