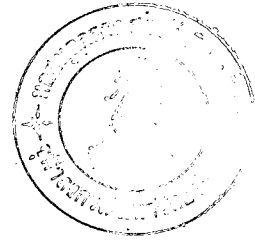


อภิปรายผลการวิจัย



จุดมุ่งหมายสำคัญของการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทดลองแบบเพิ่มตัวควบคุมอัตรา 70 % 50 % 30 % และ 10 % ของผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 คนที่ 3 และคนที่ 4 กับการประมาณราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังในราคาที่สามารถจะขายได้ การตั้งราคาเสนอขาย และการตัดสินใจขายของผู้ขาย นอกจากนี้ยังศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทดลองแบบเพิ่มตัวควบคุมกับความรู้สึกเชิงเป็นธรรม ความรู้สึกเชิงพอใจ และการประเมินค่าสินค้าของผู้ขายก่อนและหลังการขาย

ผลการวิจัยปรากฏว่า

1. ในกลุ่มผู้ขายจำนวน 35 คน มีผู้ขาย 28 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อคนที่ 4 และมีผู้ขาย 7 คน ตัดสินใจขายให้แก่ผู้ซื้อคนที่ 3
2. ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4 การทดลองแบบเพิ่มตัวควบคุมของผู้ซื้อแต่ละคนมีผลให้
 - 2.1 ผู้ขายประมาณราคาทุนสินค้าที่จะขายให้แก่ผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ ($F_{3,81} = 26.96$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การทดลองด้วยอัตรา 30% ของผู้ซื้อคนที่ 3 มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุนของสินค้าที่จะขายให้แก่ผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
 - 2.2 ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ ในการทดลองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ ($F_{3,81} = 17.74$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การทดลองด้วยอัตรา 30 % ของผู้ซื้อคนที่ 3 มีผลให้ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ ในการทดลองกับผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
 - 2.3 ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายในการทดลองกับผู้ซื้อแต่ละคนต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ ($F_{3,81} = 66.79$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05

2.4 เมื่อผู้ซื้อคนที่ 4 ตอรองโดยขอลด 10 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 4 ราคาตอรองสูงกว่าราคาที่เขาขายได้ ผู้ขายจึงตัดสินใจขาย

2.5 ผู้ขายรู้สึกไม่เป็นธรรมในการตอรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้ลดลงเรื่อย ๆ ในการตอรองครั้งต่อ ๆ มา ($\bar{x}_6^2 = 139.78$) และผู้ขายรู้สึกโกรธมากในการตอรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้ลดลงเรื่อย ๆ ในการตอรองครั้งต่อ ๆ มา ($\bar{x}_6^2 = 85.94$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05

2.6 การประมาณค่าสินค้าของผู้ขายหลังกระบวนการขายไม่ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขายที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05

3. ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าใหญ่ผู้ซื้อคนที่ 3 พบว่า การตอรองแบบเพิ่มตัวคูณมีผลให้

3.1 ผู้ขายประมาณราคาทุนของสินค้าที่จะขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ($F_{2,12} = 9.15$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การตอรองควยอัตรา 50 % ของผู้ซื้อคนที่ 2 มีผลให้ผู้ขาย ประมาณราคาทุนของสินค้าที่จะขายให้ผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.2 ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ในการตอรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ($F_{2,12} = 12.66$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การตอรองควยอัตรา 50 % ของผู้ซื้อคนที่ 2 มีผลให้ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.3 ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายในการตอรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ($F_{2,12} = 6.88$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แต่การตอรองควยอัตรา 50 % ของผู้ซื้อคนที่ 2 มีผลให้ผู้ขายเสนอราคาขายในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 เล็กน้อยและไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.4 เมื่อผู้ซื้อคนที่ 3 ตอรองโดยขอลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 ราคาตอรอง ต่ำกว่าราคาที่เขาขายได้เล็กน้อย ผู้ขายจึงตัดสินใจขาย

3.5 ผู้ขายรู้สึกไม่เป็นธรรมในการต่อรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้ลดลงเรื่อยๆ ในการต่อรองครั้งต่อมา ($\bar{x}_4^2 = 17.66$) และผู้ขายรู้สึกโกรธมากในการต่อรองครั้งแรก แต่ความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อยๆ ในการต่อรองครั้งต่อมา ($\bar{x}_4^2 = 13.99$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05

3.6 ผู้ขายประเมินค่าสินค้าหลังกระบวนการขายไม่ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขายที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายโดยเปรียบเทียบกับทฤษฎีการตัดสินใจดังกล่าวแล้วในบทที่ 1 ได้ดังนี้

ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4

ขั้นที่ 1 การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่คาดว่าจะขายได้ ในการซื้อขายครั้งนี้ ผู้ขายไม่รู้อาสาสินค้าที่แท้จริง ดังนั้นก่อนการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 1 ผู้ขายจึงตั้งระดับความคาดหวังราคาที่คาดว่าจะขายได้ ภายหลังจากการประมาณราคาทุนสินค้าตามความรู้สึกของตนเอง โดยอาศัยความพึงพอใจในตัวสินค้าเป็นหลัก จากการสำรวจแบบสอบถามพบว่าผู้ขายร้อยละ 71.43 ชอบสินค้าชิ้นนี้มาก จึงประมาณราคาทุนสูง และคาดว่าจะขายสินค้าชิ้นนี้ได้ในราคาสูงด้วย ก่อนการขายครั้งแรกผู้ขายได้ประมาณราคาทุนโดยเฉลี่ย 14.25 บาท และตั้งระดับความคาดหวังราคาที่คาดว่าจะขายได้โดยเฉลี่ย 19.36 บาท

ขั้นที่ 2 เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ขายจึงพยายามขายสินค้าให้ได้ตามราคาที่คาดหวังว่าจะขายได้ โดยการเสนอราคาขายในราคาที่คิดว่าเมื่อผู้ซื้อต่อรองแล้ว ผู้ขายจะขายได้ตรงราคาที่คาดหวังว่าจะขายได้พอดี เมื่อพิจารณาราคาเสนอขายครั้งแรกจะเห็นว่าสูงมากกว่าราคาจริง 2 เท่าตัว ราคาเสนอขายโดยเฉลี่ย 23 บาท แต่ราคาจริงของสินค้าชิ้นนี้เท่ากับ 10.50 บาท

ขั้นที่ 3 การต่อรองของผู้ซื้อแต่ละคนมีผลต่อการปรับราคาคงนี้

3.1 ราคาสินค้า ผลการวิจัยพบว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคุณมีผลให้ผู้ชายประมาณราคาคงนี้ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงตามลำดับ เพราะว่า ผู้ชายประมาณราคาคงนี้แรกตามความรู้สึกที่นาจะเป็นของตนเอง ผู้ชายไม่มั่นใจว่าตนจะคาดคะเนราคาคงนี้ใดสมจริง และเมื่อผู้ซื้อคนแรกต่อรองควยราคาค่ามาก ผู้ชายจึงคิดว่าตนประมาณราคาคงนี้สูงเกินความจริง ดังนั้นเมื่อมีโอกาสขายในครั้งที่ 2 ผู้ชายจึงลดราคาคงนี้ของสินค้าที่จะขายให้ผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าคนที่ 1 เมื่อผู้ซื้อคนที่ 2 ต่อกองโดยลด 50 % จากราคาขายในครั้งที่ 2 แม้วผู้ซื้อคนที่ 2 จะให้ราคาสูงกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 แต่ยังคงต่ำกว่าราคาคงนี้ที่ผู้ชายตั้งไว้ในครั้งที่ 2 ผู้ชายอาจจะคิดว่าตนประมาณราคาคงนี้สูงเกินไปอีกจึงลดราคาคงนี้ลงดังกลาว

แต่ภายหลังจากผู้ซื้อคนที่ 3 ต่อกองโดยลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 4 มีผลให้ผู้ชายประมาณราคาคงนี้ของสินค้าที่จะขายให้กับผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เพราะเมื่อผู้ซื้อตอ 30 % ราคาตอครั้งนี้สูงกว่าราคาคงนี้ที่ผู้ชายประมาณในครั้งที่ 3 นั้น ใกล้เคียงกับความจริง ดังนั้นในการขายครั้งที่ 4 ผู้ชายจึงประมาณราคาคงนี้ต่ำลงเพียงเล็กน้อยและไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ราคาที่คาดว่าจะขายได้ ผลการวิจัยพบว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคุณของผู้ซื้อที่มีผลให้ผู้ชายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่จะขายได้ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ เพราะ

เมื่อผู้ซื้อคนที่ 1 และคนที่ 2 ต่อกองโดยลด 70 % และ 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ตามลำดับ ผู้ชายตัดสินใจไม่ขายเพราะราคาตอรองของผู้ซื้อต่ำกว่าระดับความคาดหวังราคาที่จะขายได้มาก (ดูแผนภูมิที่ 1) จึงทำให้ผู้ชายคิดว่าตนตั้งระดับความคาดหวังราคาที่จะขายได้ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 1 และ คนที่ 2 ห่างไกลจากความจริงมาก จึงลดราคาที่จะขายได้ลงมา

แต่เมื่อผู้ซื้อคนที่ 3 ต่อกองโดยลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 มีผลให้ผู้ชายลดระดับความคาดหวังราคาที่จะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคน

ที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เพราะว่า ราคาต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 3 นี้ใกล้เคียงกับราคาที่ผู้ขายคาดว่าจะขายได้มาก จากแผนภูมิที่ 1 จะเห็นได้ว่าราคาต่อรองต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายได้เล็กน้อย จึงทำให้ผู้ขายคิดว่าราคาที่เขาจะขายได้ในครั้งที่ 3 นี้ คงจะใกล้เคียงกับความเป็นจริง จึงยอมลดราคาที่เขาจะขายได้ลงเพียงเล็กน้อยดังกล่าว

ผลการต่อรองของผู้ซื้อในครั้งที่ 3 นี้ ผู้ขายตัดสินใจไม่ขายเป็นเพราะผู้ขายคิดว่าผู้ซื้อคนที่ 4 น่าจะต่อรองในราคาที่สูงขึ้นเนื่องจากผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 คนที่ 3 ตกลงในราคาที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีการตัดสินใจที่ว่าผู้ขายจะคงราคาที่เขาจะขายได้เมื่อคิดว่า ค. สมจริง และจะลดระดับความคาดหวังที่เขาจะขายได้ เมื่อคิดว่า ค. ไม่สมจริง

3.3 การตั้งราคาเสนอขาย ผลการวิจัยนี้พบว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณมีผลให้ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ที่เป็นดังนี้เพราะการตอบแบบเพิ่มตัวคูณทำให้ผู้ขายมองเห็นโอกาสที่จะขายได้ ถ้าตนยอมลดราคาเสนอขายลงมา

เมื่อพิจารณาตามแผนภูมิที่ 1 จะเห็นได้ว่า ในการซื้อขายครั้งแรกราคาเสนอซื้อหรือราคาต่อรองกับราคาเสนอขายห่างกันมากที่สุด เพราะผู้ขายไม่รูราคาดินค่าที่แท้จริงจึงตั้งราคาเสนอขายสูงมากในขณะที่ผู้ซื้อคนแรกต่อรองต่ำมาก และในการซื้อขายครั้งต่อไปจะเห็นได้ว่าช่วงกว้างระหว่างราคาเสนอซื้อ และราคาเสนอขายห่างกันน้อยลง จนแคบที่สุดในการขายครั้งสุดท้าย (ดูแผนภูมิที่ 1) ที่เป็นดังนี้เพราะผู้ขายเรียนรู้การตั้งราคาให้สมจริงขึ้น โดยพิจารณาจากการต่อรองของผู้ซื้อ คือ เมื่อผู้ซื้อตอบต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายในแต่ละครั้ง ผู้ขายรู้สึกว่าเขาตั้งราคาขายแพงเกินไปผู้ซื้อจึงไม่ซื้อ ผู้ขายจึงต้องลดราคาขายลงมาตามลำดับ เพื่อจะขายสินค้าให้ได้ดังกล่าว

ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าใหญ่ผู้ซื้อคนที่ 3

ผลการวิจัยโดยสรุปพบว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณมีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุน

ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ และตั้งราคาเสนอขายให้ลดต่ำลงตามลำดับผู้ซื้อ และการต่อรองโดยขอลด 70 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 1 มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุนสินค้า ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ และตั้งราคาเสนอขาย ลดต่ำลงอย่างมาก เพราะเมื่อผู้ซื้อคนที่ 1 ทขอ 70 % ราคาตอนนี้ต่ำกว่าราคาทุน สินค้ามาก จึงยิ่งห่างไกลจากราคาที่เราจะขายได้ ทำให้ผู้ขายคิดว่าราคาคะเนราค่าในครั้งแรกของถนนั้นสูงมากเกินไป จึงไม่สามารถขายสินค้าได้ ดังนั้นเพื่อจะขายให้ได้ในครั้งต่อไป ผู้ขายจึงลดราคาทุน ราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ และราคาเสนอขายให้ต่ำลงมา

ส่วนการต่อรองโดยขอลด 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 2 มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุน ตั้งระดับความคาดหวัง ราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ และตั้งราคาเสนอลดต่ำลงเล็กน้อย ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เพราะผู้ขายเห็นว่าภายหลังการต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 1 ผู้ขายได้ลดราคาให้ต่ำลงมากแล้ว ราคาที่ตั้งในครั้งที่ 2 นี้เหมาะสมกับสินค้าแล้ว เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของราคาทุน ราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ และราคาเสนอขายในการขายให้ผู้ซื้อคนที่ 2 จะเท่ากับ 7.71 บาท 9.93 บาท และ 12.29 บาท ตามลำดับ ดังนั้นเมื่อผู้ซื้อขอ 50 % ผู้ขายจึงลดราคาสินค้าในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ให้ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 เล็กน้อย ดังกล่าว

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจขาย

ตามทฤษฎีการตัดสินใจขายกล่าวไว้ว่าผู้ขายจะตัดสินใจขายเมื่อราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ นั้นเท่ากับ หรือ น้อยกว่า ราคาต่อรองของผู้ซื้อ แต่ผลการวิจัยพบว่าในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4 ผู้ขายตัดสินใจขาย เพราะ

ก. ผู้ซื้อคนที่ 4 ตอรองราคาเพียงเล็กน้อย คือ ตอรองโดยขอลด 10 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 4 ราคาต่อรองครั้งนี้สูงกว่าราคาที่เราคาดว่าจะขายได้ โดยเฉลี่ย 1 บาท ดังนั้น ผู้ขายจึงตัดสินใจขายทันที มีผู้ขายร้อยละ 87 โทเหตุผลว่าตัดสินใจขายเพราะผู้ซื้อให้ราคาเหมาะสมคือใกล้เคียงกับราคาที่เราคาดว่าจะขายได้

ข. ผู้ขายไม่มีโอกาสขายต่อไปอีกแล้ว ถ้าผู้ขายขายสินค้าไม่ได้ในครั้งนี ผู้ขายจะไม่ได้อีกเงินส่วนแบ่งจากการขายตามที่ตกลงกับผู้ทดลอง

ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายใหญ่ผู้คนที่ 3 ผลการวิจัยพบว่าเมื่อผู้ซื้อคนที่ 3 ต่อโดยตลอด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 ผู้ชายตัดสินใจขายเพราะ

ก. ราคาต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 3 นี้ ใกล้เคียงกับราคาที่คาดว่าจะขายได้ คือต่ำกว่าราคาที่คาดว่าจะขายได้เพียงเล็กน้อย (จากตารางที่ 1) จะเห็นได้ว่าราคาที่คาดว่าจะขายได้ในการขายครั้งที่ 3 โดยเฉลี่ย 8.43 บาท ราคาต่อรองโดยเฉลี่ย 7.79 บาท ผู้ชายอาจจะคิดว่าคุณค่าของเงินที่คาดว่าจะขายได้และเงินจากการต่อรองนี้มีค่าไม่ต่างกันเพราะมากน้อยต่างกันเพียง 50 สตางค์ จึงตัดสินใจขายในครั้งนี้

ข. ในการขายครั้งนี้ผู้ชายพอมีกาไรบ้าง เพราะราคาต่อรองสูงกว่าราคาทุนสินค้า (ดูแผนภูมิที่ 1)

ค. ผู้ชายอาจไม่กล้าเสี่ยงรอขายใหญ่ผู้คนที่ 4 เพราะกลัวว่าผู้ซื้อคนที่ 4 จะให้ราคาต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3

เมื่อพิจารณาระดับความคาดหวังราคาที่คาดว่าจะขายได้ในกลุ่มที่ขายใหญ่ผู้คนที่ 3 จะเห็นว่าต่ำกว่ากลุ่มที่ขายใหญ่ผู้คนที่ 4 อาจจะเป็นเพราะผู้ชายคาดคะเนราคาทุนของสินค้าต่ำกว่าจึงทำให้ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่คาดว่าจะขายได้ต่ำ ดังนั้นราคาที่ผู้ชายกลุ่มนี้ขายได้จึงต่ำกว่ากลุ่มที่ขายใหญ่ผู้คนที่ 4 จึงได้รับส่วนแบ่งจากเงินที่ขายได้น้อยกว่า

ในค่านามรู้สึกเชิงเป็นธรรมและพอใจของผู้ชายต่อการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อพบว่า

ผู้ชายรู้สึกไม่เป็นธรรมไม่ค่อยพอใจ และโกรธมากในการต่อรองครั้งแรกเพราะผู้ซื้อต่อรองราคาต่ำมาก แต่ความรู้สึกน้อย ๆ ลดลงในการต่อรองครั้งต่อไป เพราะเมื่อผู้ซื้อต่อรองสูงขึ้น ทำให้ผู้ชายเห็นโอกาสที่จะขายสินค้าได้ และรู้สึกว่าผู้ซื้อเอาเปรียบผู้น้อยลง ความรู้สึกพอใจ และเป็นธรรมจึงเกิดขึ้น

ในกลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ผู้คนที่ 3 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยร้อยละเกี่ยวกับความเป็นธรรมและความพึงพอใจต่ออัตราการต่อรอง 70 % ของผู้ซื้อคนที่ 1 จะเห็นได้ว่าไม่สอดคล้องกัน กล่าวคือเมื่อผู้ซื้อคนที่ 1 ต่อกองผู้ชายร้อยละ 85.71 บอกว่าไม่เป็นธรรม แต่ร้อยละ 42.86 เท่านั้นที่

บอกว่าโกรธมาก และร้อยละ 57.14 บอกว่าไม่ค่อยพึงพอใจ ที่เป็นดังนี้อาจเป็นเพราะผู้ชาย คิดว่าการที่ผู้ซื้อต่อตำมากถึง 70 % นั้น ไม่เป็นธรรม แต่ผู้ชายก็เห็นว่าการต่อรองเป็นเรื่อง ธรรมดาของการซื้อขาย ดังนั้นผู้ชายจึงรู้สึกไม่ค่อยพอใจมากกว่าโกรธมาก เมื่อผู้ซื้อคนที่ 1 ตอ โดยลดลง 70 % จากราคาเสนอขายครั้งแรก

ในการวิเคราะห์ห่อผลเปรียบเทียบการประเมินค่าสินค้าของผู้ขายก่อนและหลังการ ขาย พบว่าผู้ชายประเมินค่าสินค้าในคานาคณคา ความจำเป็นและความมีประโยชน์ ความน่าซื้อ และความชอบ ที่มีต่อสินค้าหลังกระบวนการขายไม่ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขายอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์หลังการปฏิบัติเศษสมมุติฐานข้อ 5 ที่ว่าผู้ชายจะประเมิน ค่าสินค้าหลังกระบวนการขายต่ำกว่าก่อนกระบวนการขาย

ที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้ชายประเมินค่าโดยอาศัยคุณค่าภายในตัวสินค้าซึ่งไม่มีการ เปลี่ยนแปลง ไม่วาระาคาสินค้าจะสูงขึ้นหรือต่ำลง ไม่ว่าผู้ชายจะขายสินค้าได้หรือไม่ได้ ความ รู้สึกมั่นใจในคุณค่าสินค้านั้นก็ยังคงที่

ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าใหญ่ซื้อคนที่ 3 พบว่าได้ผลเช่นเดียวกันนี้

ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับการวิจัยในต่างประเทศดังนี้ คือ

จากผลการวิจัยที่พบว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งมีผลให้ผู้ชาย ประมาณราคาทนสินค้า ตั้งระดับความคาดหวังในราคาที่สามารถจะขายได้ และตั้งราคาเสนอ ขายลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ของผู้ซื้อ

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการวิจัยของไซเกิล¹³ ที่พบว่า ยิ่งผู้ซื้อต่อรองได้รับข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้ามากเพียงใด ช่วงกว้างระหว่างราคาเสนอซื้อ และราคาเสนอขายจะลดลงเพียง นั้น ในการวิจัยของไซเกิล¹³ ผู้ทดลองเป็นผู้บอกข้อมูลของราคาสินค้าใหญ่ต่อรอง แต่ในการ วิจัยครั้งนี้ ผู้ขายรับข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้าโดยการคาดคะเนจากราคาต่อรองของผู้ซื้อ คือ ถ้าผู้ซื้อต่อรองต่ำหลาย ๆ ครั้ง ผู้ขายจะคิดว่าตนคาดคะเนราคาสินค้าคลาดเคลื่อนจากราคาจริง

¹³Siegel, *op.cit.*, P.53-61.

และจะคาดคะเนราคาสินค้าใหม่ให้สมจริงขึ้น โดยลดราคาสินค้าลงมา ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จึงสอดคล้องกับผลการวิจัยของไซเกิลในการเพิ่มข้อมูลของราคาสินค้า มีผลให้คุดครองปรับราคาซื้อและราคาขายให้ใกล้เคียงกัน โดยผู้ซื้อเพิ่มราคาซื้อให้สูงขึ้น ในขณะที่ผู้ขายลดราคาให้ต่ำลง

จากผลการวิจัยที่พบว่า การครองแบบเพิ่มตัวคนมีผลให้ผู้ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่ดีกว่าจะขายได้ ในการครองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงตามลำดับ และผู้ขายตัดสินใจขายเมื่อระดับความคาดหวังในราคาที่ดีกว่าจะขายได้ เท่ากันหรือใกล้เคียงราคาครอง

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการวิจัยของ เบนต์ัน แคลลี และ ไอบลิง¹⁴ ที่พบว่า การครองโดยวิธีเสนอราคาสูงสุดในตอนแรก เมื่อตกลงกันไม่ได้จึงค่อย ๆ ลดลงเรื่อย ๆ นับว่าเป็นวิธีการครองที่สามารถบรรลุจุดตกลงกันได้ มากกว่าวิธีเสนอราคาสูงสุด หรือต่ำสุด และคงราคานั้นไว้ตลอดช่วงการครอง

ไซเกิล¹⁵ ทำการวิจัย และได้ผลในทำนองเดียวกันนี้ว่า ราคาที่ดีตกลงกันได้ภายหลังยืดหยุ่นการครอง จะอยู่ใกล้เคียงจุดกึ่งกลางระหว่างราคาที่ดีครองเสนอซื้อและเสนอขาย นั่นคือการครองควยอัตราไม่คงที่สามารถโน้มน้าวใจให้คุดครองลดระดับความคาดหวังในราคาสินค้าให้ลงมาอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือ ต่ำกว่าหรือสูงกว่าราคาที่ดีครองคาดหวังว่าจะตกลงซื้อขายกันได้เพียงเล็กน้อย

ผลพลอยได้จากการวิจัยครั้งนี้เรื่องหนึ่งคือ จากการเปรียบเทียบการตั้งระดับความคาดหวังในราคาที่ดีกว่าจะขายได้ในกลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ช็อคคนที่ 3 กับ 4 พบว่ากลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ช็อคคนที่ 4 ตั้งระดับความคาดหวังในราคาที่ดีขายได้สูงกว่า กลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ช็อคคนที่ 3 ดังนั้น เมื่อตัดสินใจขายจึงขายได้ราคาสูงกว่า และได้รับเงินส่วนแบ่งจากราคาที่ดีขายได้มากกว่า

ผลจากการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ไซเกิล¹⁶ ที่ทำการศึกษาเรื่องผลการ

¹⁴Benton, op.cit., P.73-83.

¹⁵Siegel, op.cit., P.45-50.

¹⁶S, Siegel, "The Effect of Level of Aspiration on Differential Payoff," Bargaining and Group Decision Making, (New York : McGraw-Hill Book Company, Inc., 1960). PP.61-69.

ตั้งระดับความคาดหวังในราคาสินค้าที่มีต่อราคาตกลงขายที่แตกต่างกัน โดยศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นนักศึกษาชายจากมหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนีย เขต 22 คน โดยจับคู่เป็นผู้ซื้อและผู้ขายจำนวน 11 คู่ เงื่อนไขในการทดลองมีว่าผู้ขายจะได้รับส่วนแบ่งแต่จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับราคาที่จะขายได้ คือ ถ้าผู้ขายสามารถขายได้ราคาสูงจะได้รับส่วนแบ่งมาก แต่ถ้าขายได้ในราคาต่ำจะได้ส่วนแบ่งน้อย ผลจากการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังราคาสินค้าจะเป็นตัวกำหนดราคาตกลงขาย โดยผู้ขายที่มีระดับความคาดหวังสูงจะขายสินค้าได้ในราคาสูง ส่วนแบ่งจากการขายจึงสูงตาม และผู้ขายที่มีระดับความคาดหวังจะขายได้ในราคาต่ำ ส่วนแบ่งจากการขายจึงต่ำลงด้วย

สรุปผลการวิจัยที่สำคัญ ๆ คือ

1. การปรับระดับความคาดหวังในราคาของสินค้า

1.1 ในกลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่ 4 การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณด้วยอัตราขอลด 70 % และ 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุนสินค้า ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ ลดต่ำลงอย่างมาก และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

แต่การต่อรองโดยขอลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุน ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ลดต่ำลงเล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ยกเว้นการตั้งราคาเสนอขาย พบว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณด้วยอัตราขอลด 70 % 50 % และ 30 % จากราคาเสนอขายแต่ละครั้ง มีผลให้ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายลดลงเรื่อย ๆ

1.2 ในกลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่ 3 การต่อรองด้วยอัตราขอลด 70 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 1 มีผลให้ผู้ขาย ประมาณราคาทุน ตั้งราคาที่สามารถจะขายได้ และราคาเสนอขายต่ำลงมามาก และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

แต่การตอบโดยขอลด 50 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 2 มีผลให้ผู้ชายประมาณราคา
ทุน ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และราคาเสนอขายลดต่ำลงเล็กน้อย และ
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิจัยดังกล่าวนี้เป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 1 ข้อ 2 และข้อ 3 ที่กล่าวว่าการตอบ
รองแบบเพิ่มตัวคุณมีผลให้ผู้ชายประมาณราคาทุน ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้
และราคาเสนอขายลดต่ำลงเรื่อย ๆ แสดงให้เห็นว่ากลวิธีการตอบรองแบบเพิ่มตัวคุณสามารถโน้มน้าว
หัวใจของผู้ขายให้ลดราคาสินค้าลงมา

2. การตัดสินใจขาย

2.1 มีผู้ชายจำนวน 28 คน ตัดสินใจขายสินค้าใหญ่ซื้อคนที่ 4 เพราะราคา
ต่อรองของผู้ซื้อโดยขอลด 10 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 4 สูงกว่าราคาของผู้ขายคาดว่าจะขาย
ได้ ผู้ชายจึงตัดสินใจขาย

2.2 มีผู้ชายจำนวน 7 คน ตัดสินใจขายสินค้าใหญ่ซื้อคนที่ 3 เพราะราคาต่อ
รองของผู้ซื้อโดยขอลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 ต่ำกว่าราคาของผู้ขายคาดว่าจะขายได้
เพียงเล็กน้อย ผู้ชายจึงตัดสินใจขาย

ผลการวิจัยดังกล่าวนี้เป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 4 ที่ว่าผู้ชายจะตัดสินใจขายสินค้าเมื่อ
ราคาต่อรองเท่ากับหรือใกล้เคียงกับราคาของผู้ขายคาดว่าจะขายได้.