

ผลการวิจัย

จากการสำรวจข้อมูลปรากฏว่าในกลุ่มผู้ชายจำนวน 35 คน มีผู้ชาย 28 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้แก่อีกคนที่ 4 และมีผู้ชาย 7 คน ขายสินค้าให้ผู้อื่นคนที่ 3 ดังนั้นเพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ ผู้ทดลองจึงแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้ผู้อื่นคนที่ 4 มีจำนวน 28 คน

กลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้ผู้อื่นคนที่ 3 มีจำนวน 7 คน

หลังจากนั้น ผู้ทดลองนำข้อมูลจากการทดลองมาวิเคราะห์โดยใช้ระเบียบวิธีทางสถิติ

ดังนี้

1. คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประมาณราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขายก่อนการต่อรอง แบบเพิ่มตัวคูณ คว้อตร้าท์ออก 70 % 50 % 30 % และ 10 % จากราคาเสนอขายในแต่ละครั้ง ตามลำดับ

2. วิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติเกี่ยวกับการประมาณราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขายก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน

3. เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วพบว่าการประมาณราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขาย ให้กับผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ค่าเฉลี่ยโดยใช้วิธีการจัดลำดับกลุ่มแบบนิวแมน-คูลส์ (Newman - Keuls' Method)

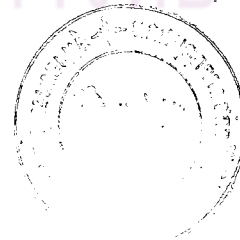
4. วิเคราะห์หาค่าไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้สึกของผู้ชายเชิงเป็นธรรมและพอใจ กับวิธีการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน รวมทั้งทดสอบความสัมพันธ์ในการประเมินค่าสินค้าของผู้ชายก่อนและหลังกระบวนการขาย

ผู้ทดลองนำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนสอง เกี่ยวกับการประมาณราคาหุ้นสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังในราคาที่สามารถจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขาย ที่กำหนดให้กับผู้ซื้อแต่ละคน รวมทั้งราคาเสนอซื้อ มาหาค่าเฉลี่ย โดยแยกระหว่างกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนที่ 4 และคนที่ 3 ดังแสดงในตารางที่ 1

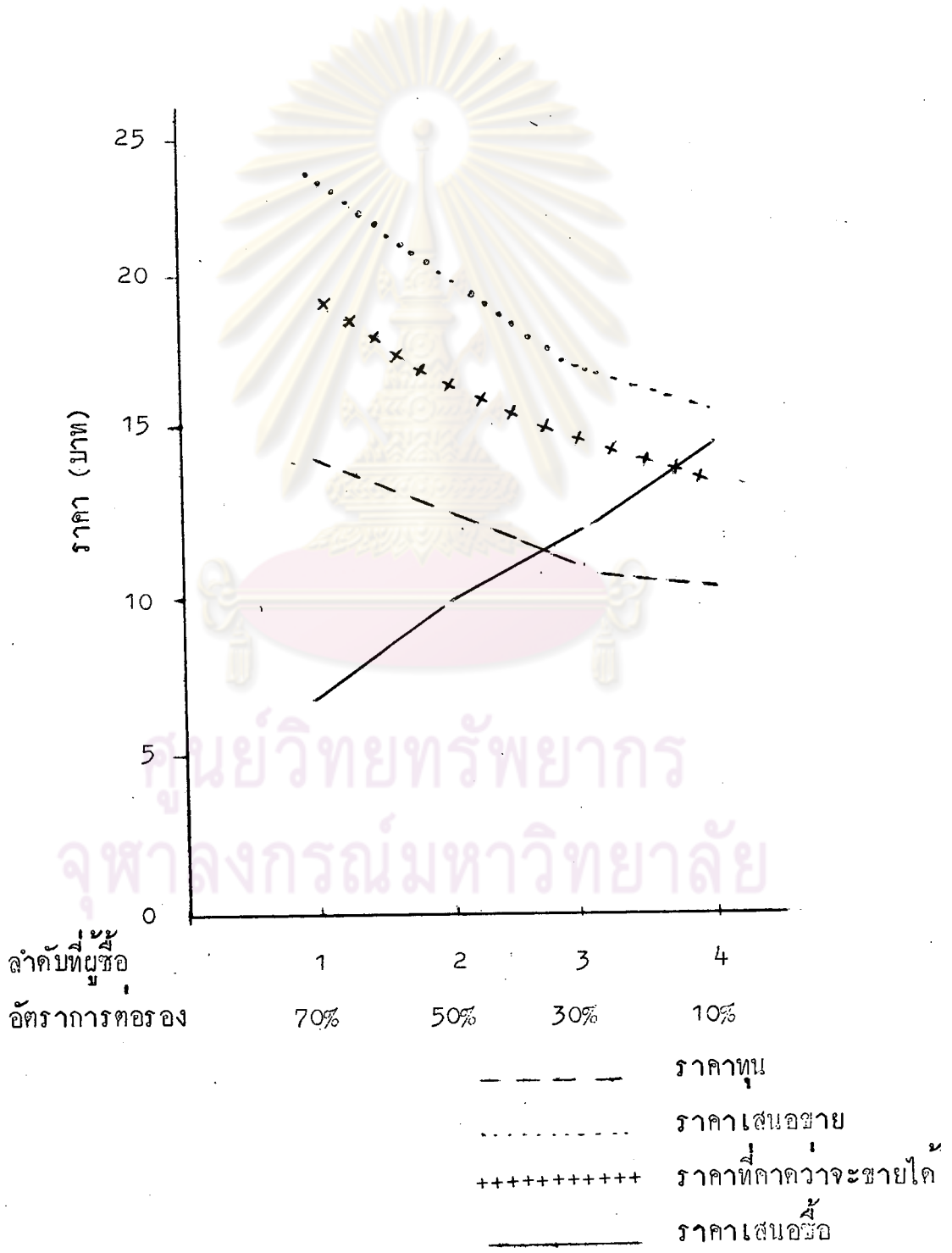
ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประมาณราคาหุ้น การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขายที่กำหนดให้กับผู้ซื้อแต่ละคน รวมทั้งราคาเสนอซื้อ

กลุ่มผู้ชาย	จำนวน		ราคาหุ้น				ราคาที่สามารถจะขายได้				ราคาเสนอขาย				ราคาเสนอซื้อ			
			ผู้ซื้อ คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	ผู้ซื้อ คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	ผู้ซื้อ คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	ผู้ซื้อ คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4
ชายใหญ่ผู้ซื้อ คนที่ 4	28	\bar{X}	14.25	12.64	10.96	10.71	19.36	16.71	14.39	13.46	23.00	19.71	17.00	15.82	6.96	9.86	11.96	14.31
		S.D.	6.67	5.86	5.38	5.26	8.37	7.27	6.92	6.04	9.41	7.92	7.89	7.55	2.78	3.95	5.51	6.76
ชายใหญ่ผู้ซื้อ คนที่ 3	7	\bar{X}	10.43	7.71	6.43	-	13.43	9.93	8.43	-	15.86	12.29	11.00	-	4.82	6.14	7.79	-
		S.D.	4.23	2.69	2.50	-	4.75	3.51	3.10	-	5.72	3.34	3.16	-	1.67	1.68	2.43	-

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าในขณะที่ผู้ซื้อแต่ละคน เสนอราคาซื้อสูงขึ้นไปโดยการต่อรองแบบเพิ่มตัวผู้ขายได้ประมาณราคาหุ้นของสินค้า ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อคนที่ 1 2 3 และ 4 ลดต่ำลงตามลำดับ เพื่อให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำค่าเฉลี่ยในตารางที่ 1 มาเสนอในรูปแบบมิสเส้น ดังแผนภูมิที่ 2 และ แผนภูมิที่ 3

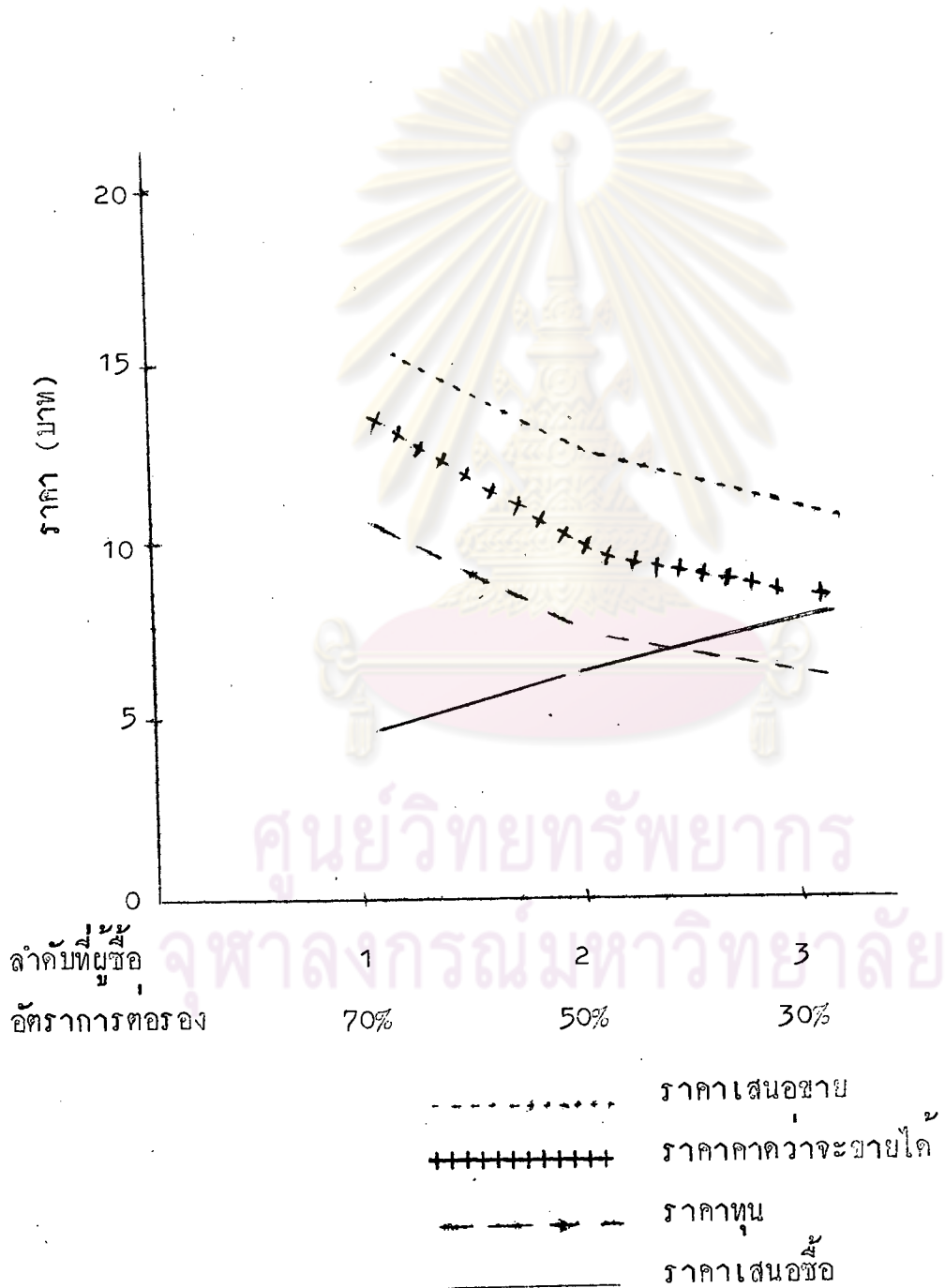


แผนภูมิที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของการประมาณราคาหุ้นสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคา ที่คาดว่าจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขาย ให้กับผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 คนที่ 3 คนที่ 4 และราคาเสนอซื้อ ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิ 3 แสดงค่าเฉลี่ยของการประมาณราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคา ที่คาดว่าจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขาย ให้กับผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 คนที่ 3 คนที่ 4 และราคาเสนอซื้อ ในกลุ่มผู้ขายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 3



ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าในจำนวนผู้ชาย 35 คน มีผู้ชาย 28 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อคนที่ 4 โดยก่อนจะขายสินค้าในครั้งที่ 4 ผู้ชายได้ตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้ คือ ผู้ชายประมาณราคาทุนของสินค้าเท่ากับ 10.71 บาท ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้เท่ากับ 13.46 บาท และตั้งราคาเสนอขายเท่ากับ 15.82 บาท เมื่อผู้ซื้อคนที่ 4 ตอรองโดยขอลด 10 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 4 ผู้ซื้อเสนอราคาซื้อเท่ากับ 14.31 บาท ซึ่งสูงกว่าราคาที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้ ผู้ชายจึงตัดสินใจขายสินค้า

นอกจากนี้ยังพบว่ามีผู้ชาย 7 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อคนที่ 3 ก่อนจะขายสินค้าในครั้งที่ 3 ผู้ชายได้ตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้ คือ ผู้ชายประมาณราคาทุนของสินค้าเท่ากับ 6.43 บาท ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้เท่ากับ 8.43 บาท และตั้งราคาเสนอขาย 11 บาท เมื่อผู้ซื้อคนที่ 3 ตอรองโดยขอลด 30 % จากราคาเสนอขายครั้งที่ 3 ราคาเสนอซื้อเท่ากับ 7.79 บาท ต่ำกว่าราคาที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้เล็กน้อย ผู้ชายตัดสินใจขายสินค้า

ผลดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานข้อ 4 ที่กล่าวว่า ผู้ชายจะตัดสินใจขายสินค้าเมื่อราคาตอรองของผู้ซื้อเท่ากับหรือใกล้เคียงราคาที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้

เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติเกี่ยวกับการประมาณราคาทุนสินค้าของผู้ชาย ก่อนการตอรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง ผู้ทดลองจึงนำข้อมูลเกี่ยวกับการประมาณราคาทุนสินค้าที่ผู้ชายกำหนดให้ผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 คนที่ 3 และ คนที่ 4 มาเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนดังแสดงผลในตารางที่ 2 และ ตารางที่ 4

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ความแปรปรวนการประมาณราคาทุนสินค้าของผู้ขายก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่หรือคนที่ 4

แหล่งความแปรปรวน	S.S.	d.f.	M.S.	F
ระหว่างกลุ่มผู้ชาย	3393.21	27		
ภายในกลุ่มผู้ชาย	499.50	84		
ลำดับที่ผู้ซื้อ	227.35	3	75.78	22.96*
ความคลาดเคลื่อน	267.15	81	3.30	
รวมทั้งสิ้น	3887.71	111		

* $P < .05$ $N = 28$

ผลจากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าค่า F จากตารางมากกว่าค่า F วิฤติ ($F_{.05, 3, 81} = 2.72$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง มีผลให้ผู้ชายประมาณราคาทุนสินค้าให้กับผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลดังกล่าว ผู้ทดลองจึงใช้การทดสอบลำดับกลุ่ม แบบนิวแมน-คูลส์ ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในการประมาณราคาทุนสินค้าของผู้ขาย กับผู้ซื้อแต่ละคู่ดังแสดงผลในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ของค่าเฉลี่ย ในการประมาณราคาหุ้นสินค้าของ
ผู้ชายในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคู่ โดยวิธีของ นิวแมน-คูลส์ ในกลุ่มผู้ชายที่ขาย
ใหญ่ชอคนที่ 4

ค่าเฉลี่ยตามลำดับที่ผู้ซื้อ	$\bar{X}_3=10.96$	$\bar{X}_2=12.64$	$\bar{X}_1=14.25$	r	$q_{.95}^{(r,81)}$	$q \sqrt{\frac{M.S.error}{N}}$
$\bar{X}_4 = 10.71$	0.25	1.93*	3.54*	4	3.72	1.27
$\bar{X}_3 = 10.96$	-	1.68*	3.29*	3	3.39	1.15
$\bar{X}_2 = 12.64$	-	-	1.61*	2	2.82	0.96

* $P < .05$ $N = 28$

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ภายหลังที่ผู้ชอคนที่ 1 ต่อ 70 %
ผู้ชายได้ประมาณราคาหุ้น ในการต่อรองกับผู้ชอคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ชอคนที่ 1 ภายหลังที่ผู้ชอคนที่
2 ต่อ 50 % ผู้ชายได้ประมาณราคาหุ้น ในการต่อรองกับผู้ชอคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ชอคนที่ 2 และ
คนที่ 1 ภายหลังที่ผู้ชอคนที่ 3 ต่อ 30 % ผู้ชายได้ประมาณราคาหุ้นในการต่อรองกับผู้ชอคนที่ 4
ต่ำกว่าผู้ชอคนที่ 2 และ คนที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สำหรับคู่ที่พบว่ามีแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาสมมุติฐานการวิจัยข้อ 1 ที่กล่าวว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อ
แต่ละครั้งจะมีผลให้ผู้ชายประมาณราคาหุ้นสินค้าลดลงเรื่อยๆ ผลการวิเคราะห์สนับสนุน
สมมุติฐานข้อ 1 โดยกลุ่มผู้ชายที่ขายสินค้าใหญ่ชอคนที่ 4 กล่าวคือ การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณ
มีผลให้ผู้ชายประมาณราคาหุ้นสินค้าในการต่อรองกับผู้ชอแต่ละคนต่ำลงเรื่อยๆ แต่ระหว่างผู้
ชอคนที่ 3 กับผู้ชอคนที่ 4 พบว่าการต่อรอง 30 % ของผู้ชอคนที่ 3 มีผลให้ผู้ชายประมาณราคา
หุ้นสินค้าในการต่อรองกับผู้ชอคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ชอคนที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ความแปรปรวนการประมาณราคาหุ้นสินค้าของชายก่อนการทดลองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ซื้อคนที่ 3

แหล่งความแปรปรวน	S.S.	d.f.	M.S.	F
ระหว่างกลุ่มชาย	150.57	6		
ภายในกลุ่มชาย	96.67	14		
ลำดับผู้ซื้อ	58.38	2	29.19	9.15*
ความคลาดเคลื่อน	38.29	12	3.19	
รวมทั้งหมด	247.24	20		

* $P < .05$ $N = 7$

ผลจากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า ค่า F จากตารางมากกว่า F วิกฤต ($F_{2,12} = 3.89$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า การทดลองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งมีผลให้ผู้ชายประมาณราคาหุ้นสินค้าให้กับผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลดังกล่าว ผู้ทดลองจึงใช้การทดสอบลำดับกลุ่ม แบบนิวแมน-คูลส์ ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในการประมาณราคาหุ้นสินค้าของผู้ชาย กับผู้ซื้อแต่ละคน ดังแสดงผลในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในการประมาณราคาหุ้นสินค้าของ
ผู้ชายในการต่อรองกับผู้ชายแต่ละคู่ โดยวิธีของ นิวแมน-คูลส์ ในกลุ่มผู้ชายที่
ขายสินค้าให้ผู้ชายคนที่ 3

ค่าเฉลี่ยตามลำดับที่ผู้ชาย	$\bar{X}_2 = 7.71$	$\bar{X}_1 = 10.43$	r	$q_{.95}^{(r, 12)}$	$q\sqrt{\frac{M.S. error}{N}}$
$\bar{X}_3 = 6.43$	1.28	4*	3	3.77	2.56
$\bar{X}_2 = 7.71$	-	2.27*	2	3.08	2.09

* $P < .05$ $N = 7$

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ภายหลังจากที่ผู้ชายคนที่ 1 ต่อ 70 %
ผู้ชายได้ประมาณราคาหุ้นในการต่อรองกับผู้ชายคนที่ 2 ต่ำกว่าคนที่ 1 ภายหลังจากที่ผู้ชายคนที่ 2
ต่อ 50 % ผู้ชายได้ประมาณราคาหุ้น ในการต่อรองกับผู้ชายคนที่ 3 ต่ำกว่าคนที่ 1 อย่างมี
นัยสำคัญที่ระดับ .05 สำหรับคู่ที่พบว่ามีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จะเห็นได้ว่าผลการวิเคราะห์ขั้นต้นสนับสนุนสมมติฐานข้อ 1 โดยกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจ
ขายให้แกผู้ชายคนที่ 3 กล่าวคือ การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณ มีผลให้ผู้ชายประมาณราคาหุ้นสินค้า
ในการต่อรองกับผู้ชายแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ แทระหว่างผู้ชายคนที่ 2 กับคนที่ 3 พบว่าการ
ต่อ 50 % มีผลให้ผู้ชายประมาณราคาหุ้นสินค้าในการต่อรองกับผู้ชายคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ชายคนที่ 2
เล็กน้อย และ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติเกี่ยวกับการตั้งระดับความคาดหวังในราคาที่สามารถจะขายได้ ก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง ผู้ทดลองจึงนำข้อมูลของการตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 คนที่ 3 และ คนที่ 4 มาเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนดังแสดงผลในตารางที่ 6 และ ตารางที่ 8

ตารางที่ 6 วิเคราะห์ความแปรปรวน การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ ก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ผู้ซื้อคนที่ 4

แหล่งความแปรปรวน	S.S.	d.f.	S.S.	F
ระหว่างกลุ่มผู้ขาย	4718.22	27		
ภายในกลุ่มผู้ขาย	1467.75	84		
ลำดับผู้ซื้อ	581.91	3	193.97	17.74 *
ความคลาดเคลื่อน	385.85	81	10.94	
รวมทั้งหมด	6185.97	111		

*P < .05 N = 28

ผลจากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าค่า F จากตารางมากกว่าค่า F วิฤติ ($F_{3,81} = 2.72$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งมีผลให้ผลใหญ่ขายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลดังกล่าว ผู้ทดลองจึงใช้การทดสอบลำดับกลุ่ม แบบ นิวแมน-คูลส์ ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในการตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคู่ ดังแสดงผลในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ของค่าเฉลี่ย ในการตั้งระดับความคาดหวังราคา ที่คาดว่าจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคู่ โดยวิธีของนิวแมน-คูลส์ ใน กลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่ 4

ค่าเฉลี่ยตามลำดับผู้ซื้อ	$\bar{X}_3 = 14.39$	$\bar{X}_2 = 16.71$	$\bar{X}_1 = 19.36$	r	(r, 81) q .95	$q\sqrt{\frac{M.S. error}{N}}$
$\bar{X}_4 = 13.46$	0.93	3.25*	5.90*	4	3.72	2.31
$\bar{X}_3 = 14.39$	-	2.32*	4.97*	3	3.39	2.10
$\bar{X}_2 = 16.71$		-	2.65	2	2.82	1.75

* P < .05

N = 28

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ภายหลังที่ผู้ซื้อคนที่ 1 คือ 70 % ผู้ชายได้ตั้งราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าคนที่ 1 ภายหลังที่ผู้ซื้อคนที่ 2 คือ 50 % ผู้ชายได้ตั้งราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2 และ คนที่ 1 และภายหลังที่ผู้ซื้อคนที่ 3 คือ 30 % ผู้ชายได้ตั้งราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 และ คนที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สำหรับคู่ที่พบว่ามีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาสมมติฐานข้อ 2 ที่กล่าวไว้ การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง จะมีผลให้ผู้ชาย การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ลดต่ำลงเรื่อย ๆ ผลการวิเคราะห์ที่สนับสนุนสมมติฐานดังกล่าว โดยกลุ่มผู้ชายที่ขายสินค้าใหญ่ซื้อคนที่ 4 กล่าวคือ การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณมีผลให้ผู้ชายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ แต่ระหว่างผู้ซื้อคนที่ 3, กับคนที่ 4 พบว่าการต่อรอง 30 % ของผู้ซื้อคนที่ 3 มีผลให้ผู้ชายตั้งระดับความคาดหวังในราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 8 วิเคราะห์ความแปรปรวนในการตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถขายได้
ก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งในกลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่ 3

แหล่งความแปรปรวน	S.S.	d.f.	M.S.	F
ระหว่างกลุ่มผู้ชาย	223.98	6		
ภายในกลุ่มผู้ชาย	135.85	14		
ค่าคงที่ของผู้ซื้อ	92.17	2	46.09	12.66 *
ความคลาดเคลื่อน	43.68	12	3.64	
รวมทั้งหมด	359.83	20		

* P < .05 N = 7

ผลจากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าค่า F จากตารางมากกว่าค่า Fวิกฤต
($F_{2,12} = 3.89$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า การต่อรองแบบเพิ่ม
ตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งมีผลให้ผู้ชายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถขายได้ในการต่อ
รองกับผู้ซื้อแต่ละคน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลดังกล่าว ผู้ทดลองจึงใช้การทดสอบลำดับกลุ่ม แบบนิวแมน-คูลส์ ทดสอบ
ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในการตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถขายได้ในการต่อ
รองกับผู้ซื้อแต่ละคู่ ดังแสดงผลในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในการตั้งระดับความคาดหวังราคา ที่คาดว่าจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ชายแต่ละคน โดยวิธีของนิวแมน-คูลส์ ใน กลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ชอคนที่ 3

ค่าเฉลี่ยตามลำดับที่ผู้ชาย	$\bar{X}_2 = 9.93$	$\bar{X}_1 = 13.43$	r	(r, 12) q .95	$q\sqrt{\frac{M.S. error}{N}}$
$\bar{X}_3 = 8.43$	1.50	5.00*	3	3.77	2.71
$\bar{X}_2 = 9.93$	-	3.50*	2	3.08	2.22

*P < .05 N = 7

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าภายหลังที่ผู้ชายคนที่ 1 ตอ 70 % ผู้ชายได้ตั้งราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ชายคนที่ 2 ค่าความที่ 1 ภายหลังที่ผู้ชายคนที่ 2 ตอ 50 % ผู้ชายได้ตั้งราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ชายคนที่ 3 ค่าความที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สำหรับคู่ที่พบว่ามีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จะเห็นได้ว่าผลการวิเคราะห์ที่สนับสนุนสมมติฐานข้อ 2 โดยกลุ่มผู้ชายที่ขายสินค้าในแกชชอคนที่ 3 กล่าวคือ การต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณ มีผลให้ผู้ชายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ ในการต่อรองกับผู้ชาย แต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ แทรหว่างผู้ชายคนที่ 2 กับคนที่ 3 พบว่าการตอ 50 % ของผู้ชายคนที่ 2 มีผลให้ผู้ชายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ในการต่อรองกับผู้ชายคนที่ 3 ต่ำกว่า ผู้ชายคนที่ 2 เล็กน้อย และ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติเกี่ยวกับการตั้งราคาเสนอขายก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณกับผู้ซื้อแต่ละครั้ง ผู้ทดลองจึงนำข้อมูลการตั้งราคาเสนอขาย ในการต่อรองกับผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 คนที่ 3 และ คนที่ 4 มาเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน ดังแสดงผลในตารางที่ 10 และ ตารางที่ 12

ตารางที่ 10 วิเคราะห์ความแปรปรวนการตั้งราคาเสนอขาย ก่อนการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ชายที่ขายให้ผู้ชายคนที่ 4

แหล่งความแปรปรวน	S.S.	d.f.	M.S.	F
ระหว่างกลุ่มผู้ชาย	6959.00	27		
ภายในกลุ่มผู้ชาย	1202.25	84		
ลำดับผู้ซื้อ	885.60	3	285.22	66.79*
ความคลาดเคลื่อน	346.65	81	4.27	
รวมทั้งหมด	8191.25	111		

*P < .05 N = 28

ผลจากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า ค่า F จากตารางมากกว่าค่า F วิฤติ ($F_{.05, 81} = 2.72$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าการต่อรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งมีผลให้ผู้ชายตั้งราคาเสนอขาย ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลดังกล่าว ผู้ทดลองจึงใช้การทดสอบลำดับกลุ่ม แบบนิวแมน-คูลส์ ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของการตั้งราคาเสนอขาย ในการต่อรองกับผู้ซื้อแต่ละคน ดังแสดงผลในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการตั้งราคาเสนอขายในการ
 ตอรองกับผู้ซื้อแต่ละคู่ โดยวิธีของ นิวแมน-คูลส์ ในกลุ่มผู้ชายที่ขายให้ผู้หญิงคน
 ที่ 4

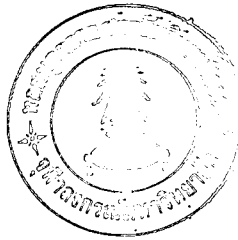
ค่าเฉลี่ยตามลำดับที่ผู้ซื้อ	$\bar{X}_3 = 17$	$\bar{X}_2 = 19.71$	$\bar{X}_1 = 23$	r	(r, 81) q:95	$q\sqrt{\frac{M.S.error}{N}}$
$\bar{X}_4 = 15.82$	1.18*	13.89*	7.18*	4	3.72	1.51
$\bar{X}_3 = 17.00$	-	2.71*	6.00*	3	3.39	1.32
$\bar{X}_2 = 19.71$		-	3.19*	2	2.82	1.10

* $P < .05$

N = 28

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ภายหลังที่ผู้ซื้อคนที่ 1 ตอ 70%
 ผู้ชายได้ตั้งราคาเสนอขาย ในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าคนที่ 1 ภายหลังที่ผู้ซื้อคนที่ 2
 ตอ 50 % ผู้ชายได้ตั้งราคาเสนอขาย ในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าคนที่ 2 และคนที่ 1
 และภายหลังที่ผู้ซื้อคนที่ 3 ตอ 30 % ผู้ชายได้ตั้งราคาเสนอขายในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 4
 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 3 คนที่ 2 และ คนที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาสมมติฐานข้อ 3 ที่กล่าวว่า การตอรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้ง
 จะมีผลให้ผู้ชายตั้งราคาเสนอขายลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ ผลการวิเคราะห์หนึ่งสนับสนุน
 สมมติฐานดังกล่าวโดยกลุ่มผู้ชายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 4 กล่าวคือ การตอรองแบบเพิ่มตัวคูณ
 ของผู้ซื้อแต่ละครั้ง มีผลให้ผู้ชายตั้งราคาเสนอขายในการตอรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อยๆ
 ตามลำดับ



ตารางที่ 12 วิเคราะห์ความแปรปรวนในการตั้งราคาเสนอขาย ก่อนการทดลองแบบเพิ่มตัว
คูณ ของผู้ซื้อแต่ละครั้งในกลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่ 3

แหล่งความแปรปรวน	S.S.	d.f.	M.S.	F
ระหว่างกลุ่มผู้ขาย	258.95	6		
ภายในกลุ่มผู้ขาย	166.00	14		
ลำดับที่ผู้ซื้อ	88.66	2	44.33	6.88 *
ความคลาดเคลื่อน	77.34	12	6.44	
รวมทั้งหมด	424.95	20		

* $P < .05$ $N = 7$

ผลจากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่าค่า F จากตารางมากกว่า F วิฤติ
($F_{2,12} = 3.89$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า การทดลองแบบเพิ่มตัว
คูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งมีผลใหญ่ขายตั้งราคาเสนอขาย ให้กับผู้ซื้อแต่ละคน แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ

จากผลดังกล่าว ผู้ทดลองจึงใช้การทดสอบลำดับกลุ่ม แบบนิวแมน คูลส์ ทดสอบ
ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในการตั้งราคาเสนอขาย ให้กับผู้ซื้อแต่ละคน ดังแสดงผลในตาราง
ที่ 13

ตารางที่ 13 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ของค่าเฉลี่ย ในการตั้งราคาเสนอขายในการ
 ตอรองกับคู่ซื้อแต่ละคู่ โดยวิธีของ นิวแมน-คูลส์ ในกลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ซื้อคน
 ที่ 3

ค่าเฉลี่ยตามลำดับที่ผู้ซื้อ	$\bar{X}_2 = 12.29$	$\bar{X}_1 = 15.86$	r	$q(r, 12)$ q .95	$q \sqrt{\frac{M.S.error}{N}}$
$\bar{X}_3 = 11.00$	1.29	4.86*	3	3.77	3.62
$\bar{X}_2 = 12.29$	-	3.57*	2	3.08	2.96

*P < .05

N = 7

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าภายหลังที่ผู้ซื้อคนที่ 1 ตอ 70%
 ผู้ขายได้ตั้งราคาเสนอขาย ในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 และภายหลังที่ผู้ซื้อ
 คนที่ 2 ตอ 50 % ผู้ขายได้ตั้งราคาเสนอขายในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 2
 อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับคู่ที่พบว่ามีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จะเห็นว่าผลการวิเคราะห์หลังนับสนนสมมติฐานข้อ 3 โดยกลุ่มผู้ขายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่
 3 กล่าวคือ การตอรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งมีผลให้ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายในการ
 ตอรองกับผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ยกเว้นระหว่างผู้ซื้อคนที่ 2 กับคนที่ 3 พบว่าการตอ
 50 % ของผู้ซื้อคนที่ 2 มีผลให้ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายในการตอรองกับผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าคน
 ที่ 2 เล็กน้อย และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ทดลองได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนสองเกี่ยวกับความรู้สึกเชิงเป็นธรรมและ
พอใจของผู้ชาย ต่อวิธีการทดลองแบบเพิ่มตัวคูณ กับผู้ขอแต่ละคน มาวิเคราะห์โดยการคำนวณ
ร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 14 16 18 และ 20 และทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติโดย
คำนวณหาค่าไคสแควร์ ดังแสดงในตารางที่ 15 17 19 และ 21

ตารางที่ 14 ร้อยละของผู้ชายที่แสดงความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่อวิธีการทดลองแบบเพิ่มตัวคูณ
ของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ขอคนที่ 4

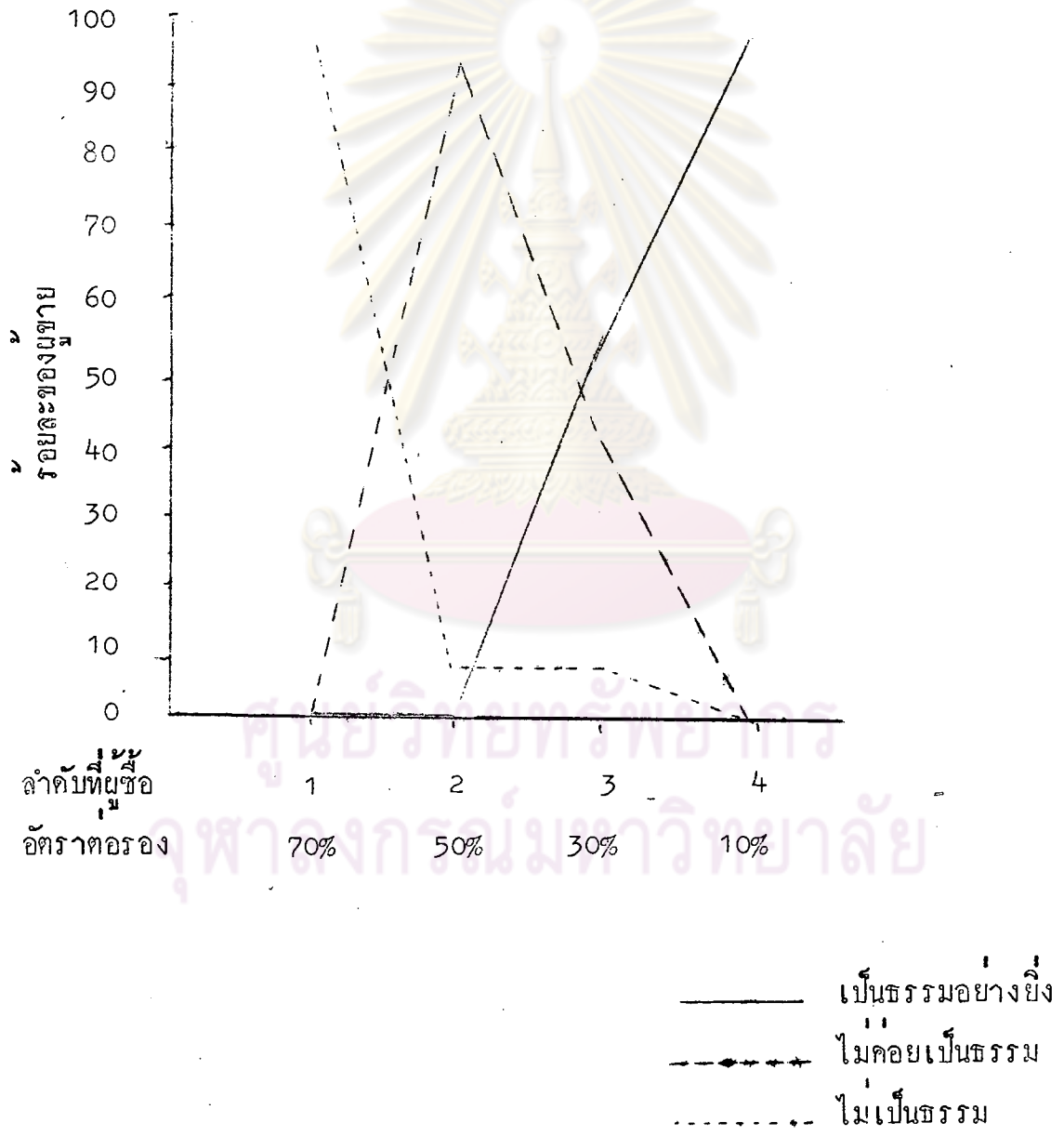
การขอของผู้ขอ	ความรู้สึกเชิงเป็นธรรม			รวม
	เป็นธรรม	ไม่คอยเป็นธรรม	ไม่เป็นธรรม	
คนที่ 1	0	14.29	85.71	100
คนที่ 2	0	92.86	7.14	100
คนที่ 3	53.57	39.29	7.14	100
คนที่ 4	96.43	3.57	0	100

N = 28.

การร้อยละจากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ขอตราค่าทำในครั้งแรกผู้ชาย
ส่วนใหญ่รู้สึกไม่เป็นธรรม และเมื่อผู้ขอต่อสงขน์ ความรู้สึกไม่เป็นธรรมจะลดลงเรื่อย ๆ จน
ผู้ชายส่วนใหญ่รู้สึกเป็นธรรมในการทดลองของผู้ขอคนที่ 4

เพื่อแสดงผลให้ชัดเจน จึงนำการร้อยละในตารางที่ 14 มาเสนอในรูปแบบแผนภูมิเส้น
ดังแผนภูมิที่ 4

แผนภูมิที่ 4 รอยละของผู้ชายที่แสดงความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่ออัตราการครองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ซื้อคนที่ 4



ตารางที่ 15 วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ความรู้สึกเชิงเป็นธรรมของชายต่อวิธีการครองแบบเพิ่มตัวคนของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ขอคนที่ 4

ความรู้สึกเชิงเป็น ธรรม การครองของผู้ขอ	เป็นธรรม	ไม่คอยเป็นธรรม	ไม่เป็นธรรม	รวม	χ^2
คนที่ 1	0	4	24	28	139.78*
คนที่ 2	0	26	2	28	
คนที่ 3	15	11	2	28	
คนที่ 4	27	1	0	28	
รวม	42	42	28	112	

* $P < .05$ $N = 28$

ผลจากตารางที่ 15 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางมากกว่า χ^2 วิกฤติ ($\chi^2_{.05}$ 12.59) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าความรู้สึกเชิงเป็นธรรมของชายที่ติดต่อการครองแบบเพิ่มตัวคนของผู้ขอแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลจากการวิเคราะห์อันดับสมมติฐานข้อ 5 ที่ว่าการครองแบบเพิ่มตัวคนของผู้ขอแต่ละครั้งจะมีผลให้ผู้ชายรู้สึกไม่เป็นธรรมในครั้งแรก และความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อยๆ ในการครองครั้งต่อไป

ตารางที่ 16 รอยละของผู้ชายที่แสดงความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่อวิธีการทดลองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ขอคนที่ 3

ความรู้สึกเชิงเป็นธรรม การทดลองของผู้ขอ	เป็นธรรม	ไม่ค่อยเป็นธรรม	ไม่เป็นธรรม	รวม
คนที่ 1	0	42.86	57.14	100
คนที่ 2	28.57	71.43	0	100
คนที่ 3	85.71	14.29	0	100

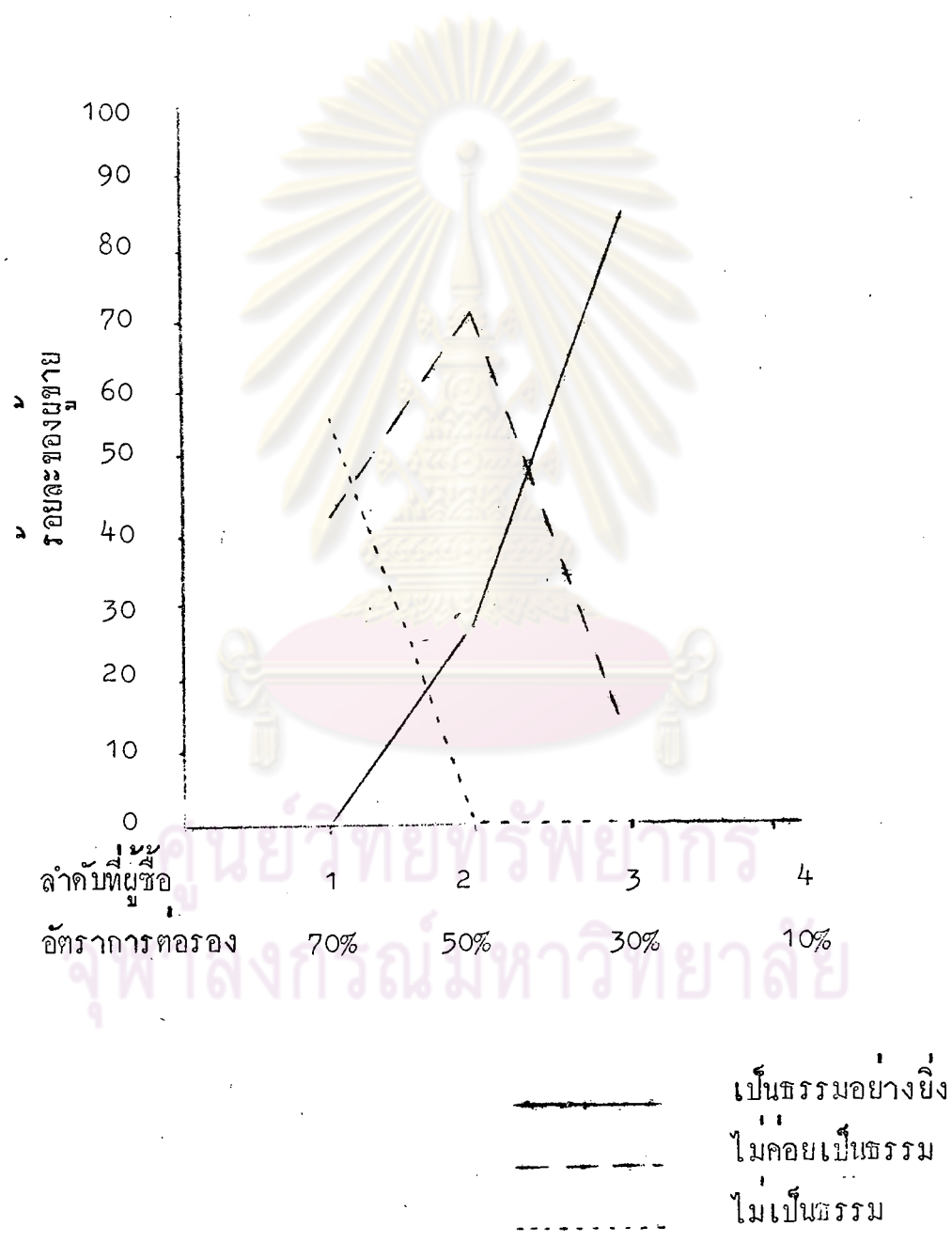
N = 7

การรอยละจากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ขอต่อราคาต่ำในครั้งแรกผู้ชายส่วนใหญ่รู้สึกไม่เป็นธรรม และเมื่อผู้ขอต่อส่งขึ้น ความรู้สึกไม่เป็นธรรมจะลดลงเรื่อย ๆ จนผู้ชายส่วนใหญ่รู้สึกเป็นธรรมในการขอของผู้ขอคนที่ 3

เพื่อแสดงผลให้ชัดเจน จึงนำการรอยละในตารางที่ 16 มาเสนอในรูปแบบภูมิเส้นดังแผนภูมิที่ 5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 5 รอยละของชายที่แสดงความรักเชิงเป็นธรรมต่ออัตราการทอแบบเพิ่ม
 ตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่ 3



ตารางที่ 17 วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ของความรู้สึกเชิงเป็นธรรมของผู้ชายต่อวิธีการตอบแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ขอคนที่ 3

ความรู้สึกเชิงเป็นธรรม การตอบของผู้ขอ	เป็นธรรม	ไม่คอยเป็นธรรม	ไม่เป็นธรรม	รวม	χ^2
คนที่ 1	0	3	4	7	17.66*
คนที่ 2	2	5	0	7	
คนที่ 3	6	1	0	7	
รวม	8	9	4	21	

$$* P < .05 \quad N = 7$$

ผลจากตารางที่ 17 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางมากกว่าค่า χ^2 วิกฤติ ($\chi^2_{.05} = 9.49$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าความรู้สึกเชิงเป็นธรรมของผู้ชายต่อการตอบแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ขอแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์หีสันนิษฐานสมมติฐานข้อ 5 ที่ว่าการตอบแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ขอแต่ละครั้ง จะมีผลให้ผู้ชายรู้สึกไม่เป็นธรรมในตอนแรก และความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อยๆ ในการตอบครั้งต่อๆ ไป

ตารางที่ 18 รอยละของผู้ชายที่แสดงความรู้สึกเชิงพอใจต่อวิธีการสำรองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ขอคนที่ 4

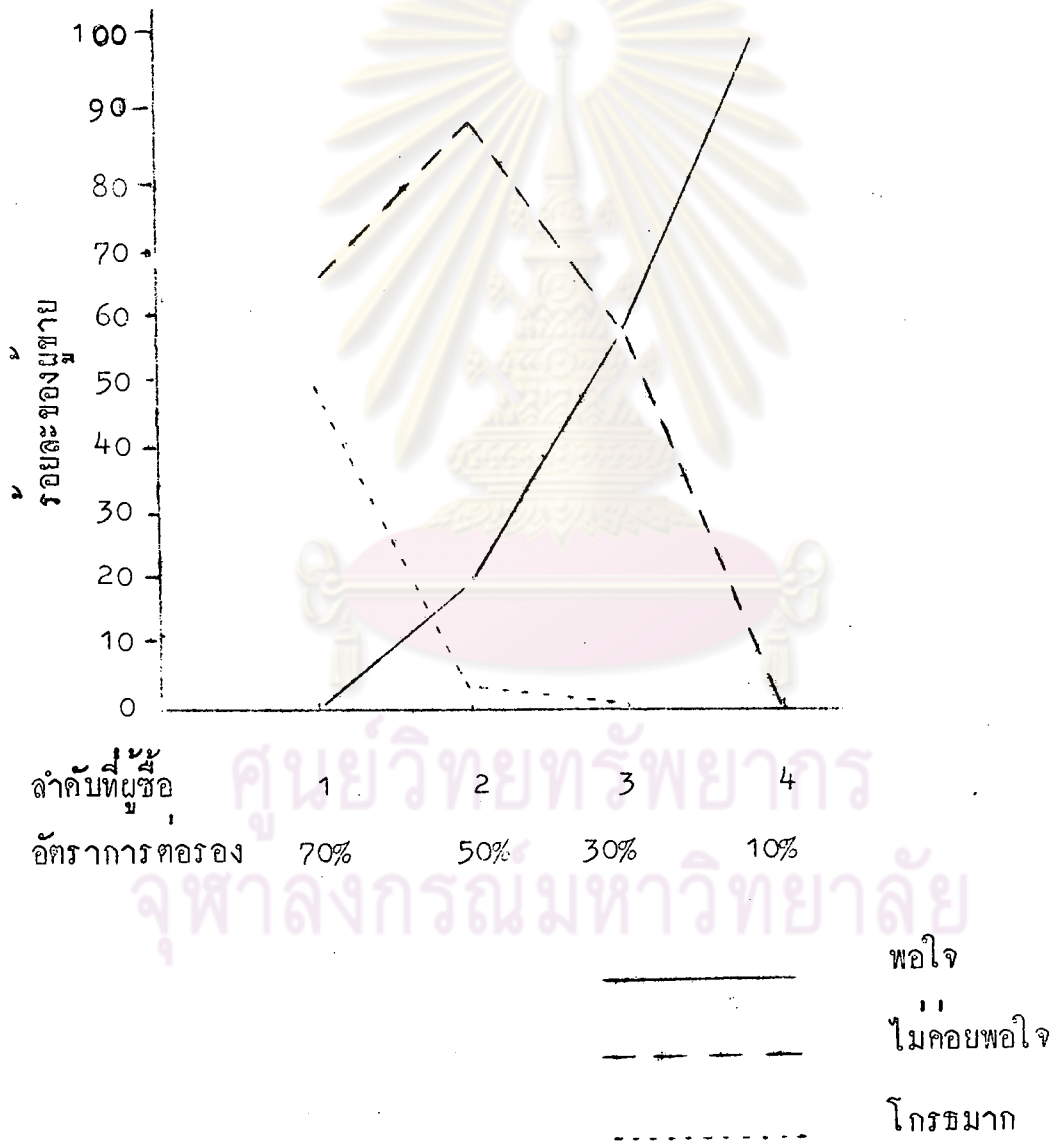
การสำรองของผู้ขอ	ความรู้สึกเชิงพอใจ	พอใจ	ไม่คอยพอใจ	โกรธมาก	รวม
คนที่ 1		0	57.14	42.86	100
คนที่ 2		17.86	78.57	3.57	100
คนที่ 3		50.00	50.00	0	100
คนที่ 4		96.43	3.57	0	100

N = 7

การรอยละจากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ขอทอราคาต่ำในครั้งแรก ผู้ชายส่วนใหญ่รู้สึกไม่คอยพอใจ และผู้ชายรอยละ 42.86 รู้สึกโกรธมาก เมื่อผู้ขอทอราคาสูงขึ้น ความรู้สึกโกรธมากของผู้ชายจะคอย ๆ ลดลง จนผู้ชายส่วนใหญ่รู้สึกพอใจในการสำรองของผู้ขอคนที่ 4

เพื่อแสดงผลให้ชัดเจน จึงนำการรอยละจากตารางที่ 18 มาแสดงในรูปแผนภูมิเส้น ดังแผนภูมิที่ 6

แผนภูมิที่ 6 แสดงร้อยละของผู้ชายที่แสดงความรู้สึกเชิงพอใจต่ออัตราการครองแบบ
 เพิ่มตัวคูณ ของผู้ชายแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่สี่คนที่ 4



ตารางที่ 19 วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ของความรู้สึกเชิงพอใจของผู้ชายต่อวิธีการทดลองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ซื้อคนที่ 4

ความรู้สึกเชิงพอใจ การทดลองของผู้ซื้อ	พอใจ	ไม่คอยพอใจ	โกรธมาก	รวม	χ^2
คนที่ 1	0	16	12	28	85.94 *
คนที่ 2	5	22	1	28	
คนที่ 3	14	14	0	28	
คนที่ 4	27	1	0	28	
รวม	46	53	13	112	

* $P < .05$ $N = 28$

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 19 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางมากกว่า χ^2 วิถุติ ($\chi^2_6 = 12.59$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า ความรู้สึกเชิงพอใจของผู้ชายต่อวิธีการทดลองแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละคน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ที่สนับสนุนสมมติฐานข้อ 5 ที่ว่าการตอบแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ซื้อแต่ละครั้งจะมีผลให้ผู้ชายรู้สึกไม่พอใจในตอนแรก และความรู้สึกนี้จะลดลงเรื่อย ๆ ในการทดลองครั้งต่อ ๆ ไป

ตารางที่ 20 ร้อยละของผู้ชายที่แสดงความรู้สึกเชิงพอใจต่อการทรงแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ขอคนที่ 3

การทรงของผู้ขอ \ ความรู้สึกเชิงพอใจ	พอใจ	ไม่คอยพอใจ	โกรธมาก	รวม
คนที่ 1	0	57.14	42.86	100
คนที่ 2	42.86	57.14	0	100
คนที่ 3	85.71	14.29	0	100

N = 7

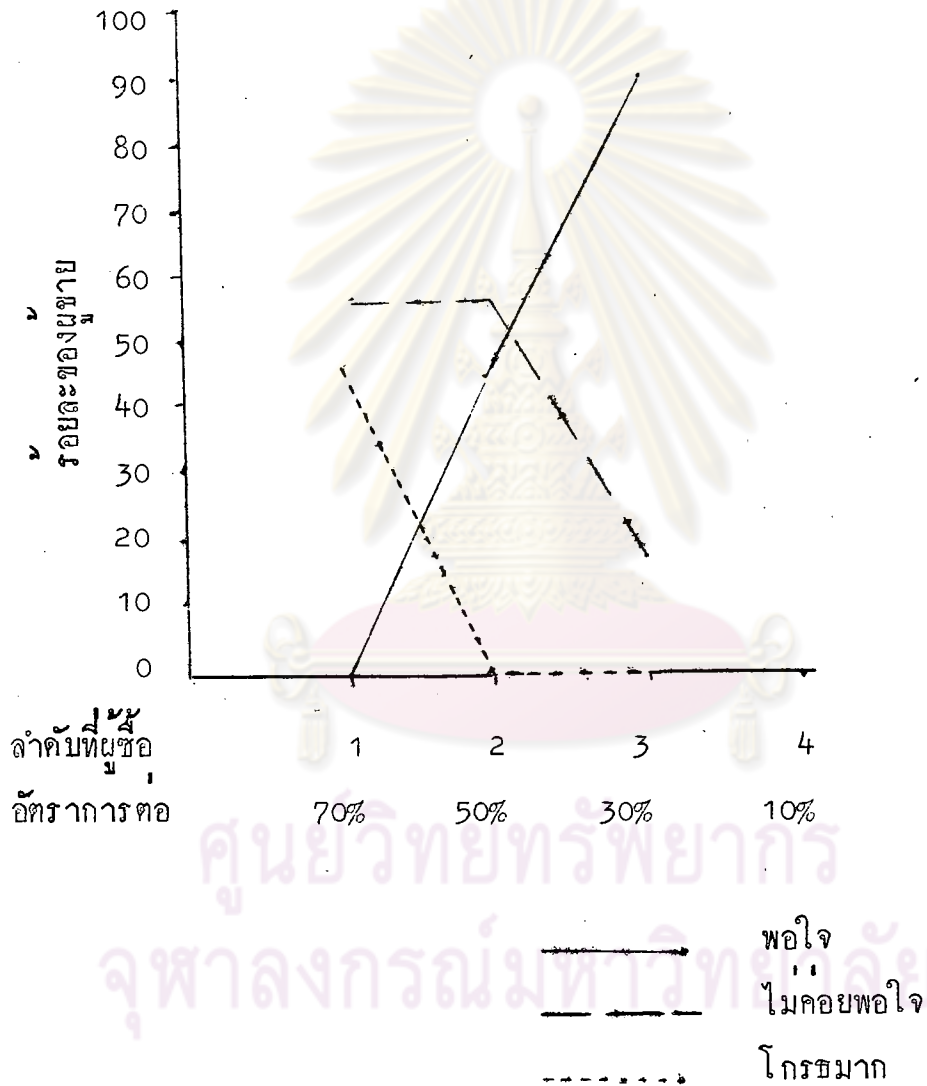
การร้อยละจากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้ขอต่อราคาต่ำในครั้งแรก ผู้ชาย ร้อยละ 57.14 รู้สึกไม่คอยพอใจ และ ร้อยละ 42.86 รู้สึกโกรธมาก เมื่อผู้ขอต่อราคาสูงขึ้น ความรู้สึกโกรธมากของผู้ชายจะค่อย ๆ ลดลง จนผู้ชายส่วนใหญ่รู้สึกพอใจในการทรงของผู้ขอคนที่ 3

เพื่อแสดงผลให้ชัดเจนขึ้น จึงนำการร้อยละมาแสดงในแผนภูมิเส้น ดังแสดงในแผนภูมิ

ที่ 7

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 7 รอยละของผู้ชายที่แสดงความรู้สึกเชิงพอใจต่ออัตราการต่อแบบเพิ่มตัวคูณของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่خابใหญ่ขอคนที่ 3



ตารางที่ 21 วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ของความรู้สึกเชิงพอใจของผู้ชายที่มติดอกการทรงแบบเพิ่มตัวคนของผู้ขอแต่ละคน ในกลุ่มผู้ชายที่ชายใหญ่ขอคนที่ 3

ความรู้สึกเชิงพอใจ การทรงของผู้ขอ	ความรู้สึกเชิงพอใจ			รวม	χ^2
	พอใจ	ไม่ค่อยพอใจ	โกรธมาก		
คนที่ 1	0	4	3	7	13.99*
คนที่ 2	3	4	0	7	
คนที่ 3	6	1	0	7	
รวม	9	9	3	21	

* $P < .05$ $N = 7$

ผลจากตารางที่ 21 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางมากกว่า χ^2 วิฤติ ($\chi^2 = 9.49$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า ความรู้สึกเชิงพอใจของผู้ชายตอดการทรงแบบเพิ่มตัวคนของผู้ขอแต่ละคน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์อันดับสมมติฐานข้อ 5 โดยกลุ่มชายใหญ่ขอคนที่ 3 ที่กล่าวว่าวิธีการทรงตอดแบบเพิ่มตัวคนของผู้ขอแต่ละครั้ง จะมีผลให้ชายมีความรู้สึกโกรธมากในการทรงครั้งแรก และความรู้สึกนี้จะค่อย ๆ ลดลงในการทรงครั้งต่อ ๆ ไป

ผู้ทดลองได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 และ ตอนที่ 3 ที่เกี่ยวกับการประเมินค่าสินค้าของผู้ชายก่อนและหลังกระบวนการขาย มาคำนวณร้อยละ ดังผลในตารางที่ 22 และ ตารางที่ 24 และทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ ดังแสดงในตารางที่ 23 และ ตารางที่ 25

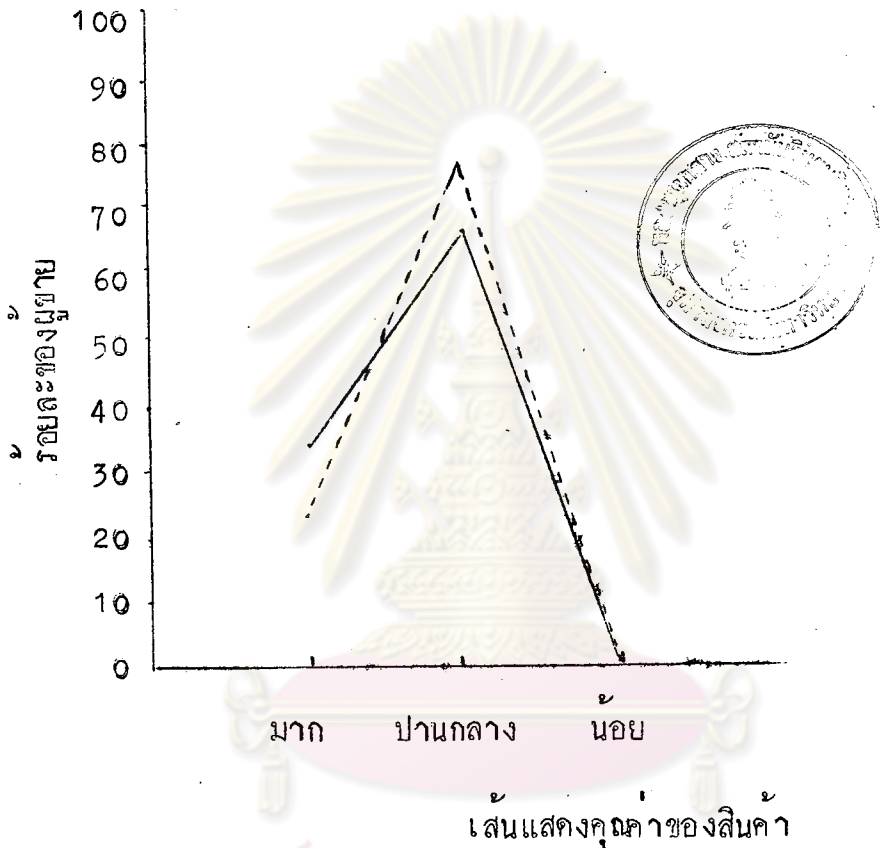
ตารางที่ 22 ร้อยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในระดับ มาก ปานกลาง หรือ น้อย ก่อนและหลังกระบวนการขาย ในกลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ข้อคนที่ 4

ค่าจากการประเมิน	มาก		ปานกลาง		น้อย	
	ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง
หัวข้อในการประเมิน						
คุณค่าของสินค้า	32.14	21.43	67.86	78.57	0	0
ความจำเป็นและมีประโยชน์	21.43	25.00	75.00	71.43	3.57	3.57
ความชอบในตัวสินค้า	71.43	75.00	28.57	25.00	0	0
ความน่าซื้อของสินค้า	17.86	28.57	75.00	64.29	7.14	7.14

N = 28

เพื่อแสดงผลในตารางที่ 22 ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำค่าร้อยละมาเสนอในรูปแบบแผนภูมิเส้น ดังแสดงในแผนภูมิที่ 8 ถึง แผนภูมิที่ 11

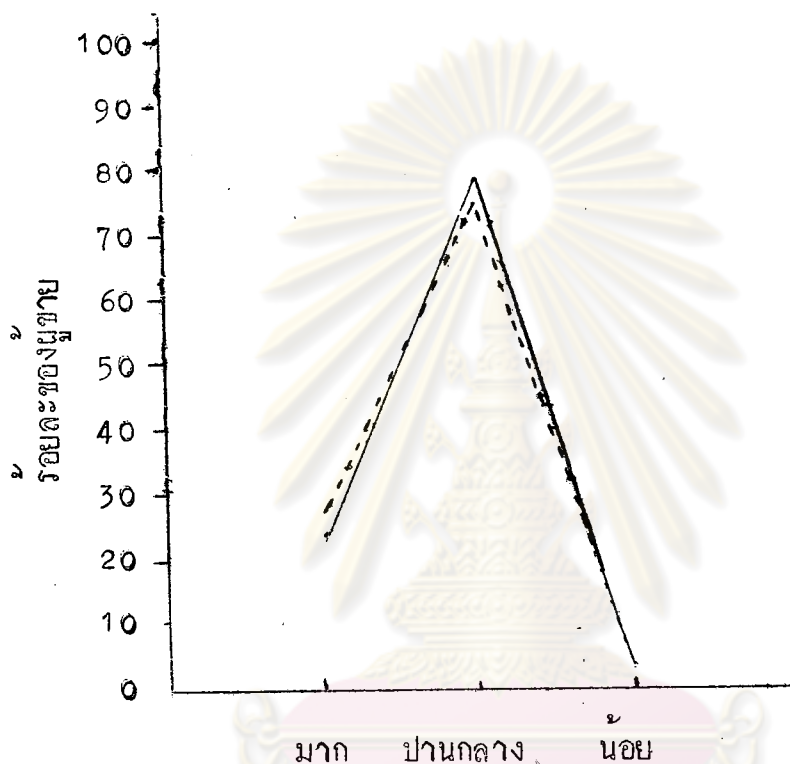
แผนภูมิที่ 8 รอยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในร้านค้าตามระดับ มาก ปานกลาง หรือน้อยก่อนและหลังกระบวนการขาย ในกลุ่มผู้ชายที่ขายให้ผู้อื่นคนที่ 4



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ก่อน กระบวนการขาย
หลัง กระบวนการขาย

แผนภูมิที่ 9 รอยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในด้านความจำเป็น และควมมีประโยชน์ตามระดับมาก ปานกลาง หรือ น้อย ก่อนและหลังกระบวนการขาย

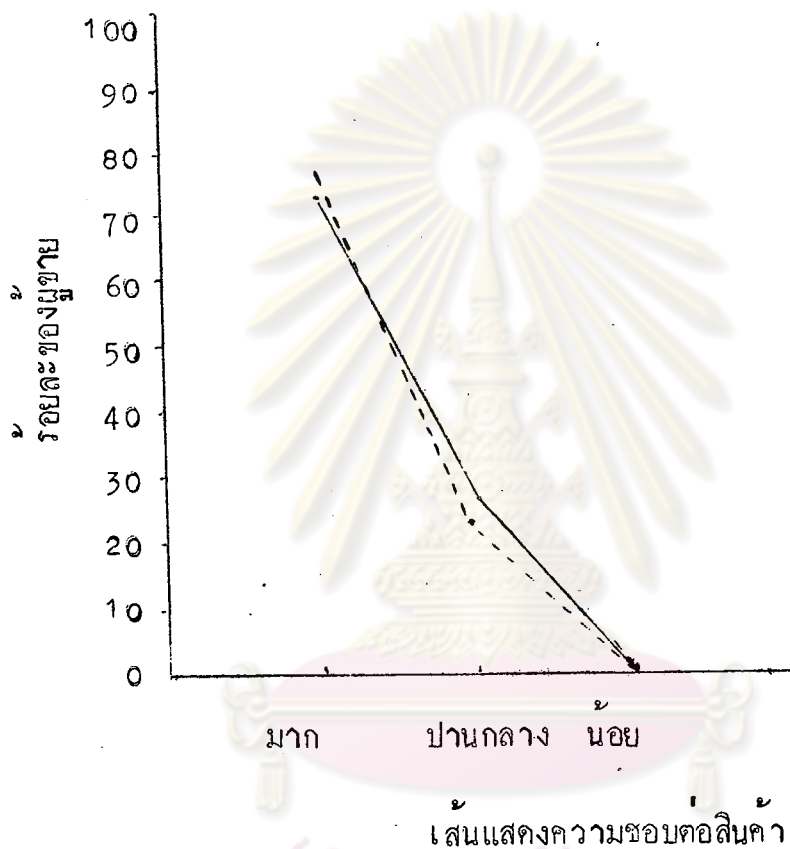


เส้นแสดงความจำเป็นและควมมีประโยชน์ของสินค้า

ก่อน กระบวนการขาย

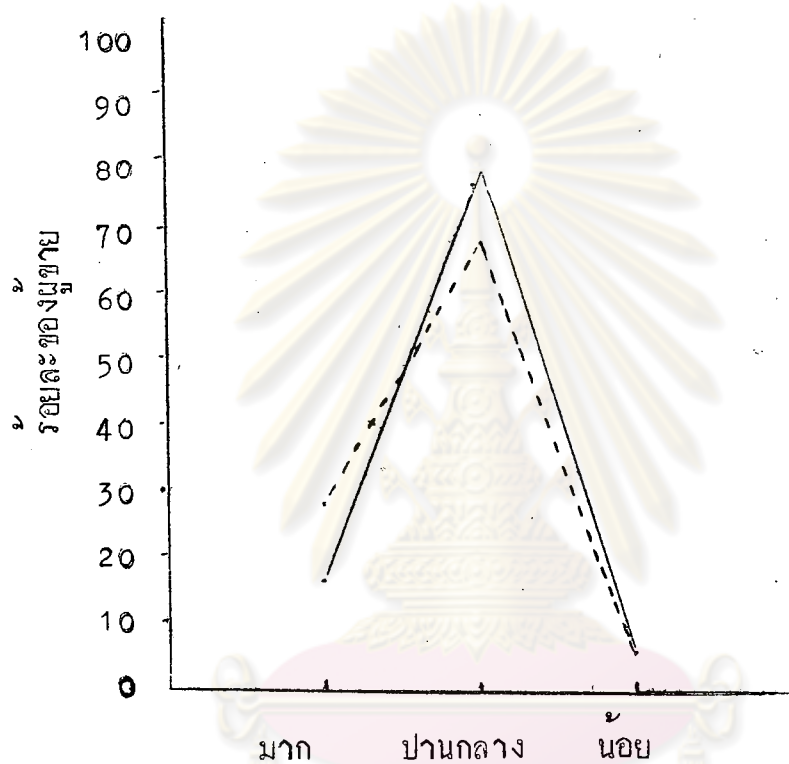
หลัง กระบวนการขาย

แผนภูมิที่ 10 ร้อยละของผู้ชาย ที่ประเมินค่าสินค้าในด้านความชอบตามระดับมาก ปานกลาง หรือน้อย ก่อนและหลังกระบวนการขาย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 11 รอยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในด้านความน่าซื้อตามระดับ มาก ปานกลาง หรือน้อย ก่อนและหลังกระบวนการขาย



เส้นแสดงความน่าซื้อของสินค้า

ก่อน กระบวนการขาย

หลัง กระบวนการขาย

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ของการประเมิน ค่าสินค้าของผู้ชายในระดับมาก ปานกลาง หรือน้อย ก่อนและหลังกระบวนการขายในกลุ่มผู้ชายที่ขายสินค้าแก่ผู้ซื้อคนที่ 4

หัวข้อในการประเมินค่า	ก่อน-หลัง การขาย	ค่าจากการประเมิน			รวม	χ^2
		มาก	ปานกลาง	น้อย		
คุณค่าของสินค้า	ก่อน	9	19	0	28	0.88
	หลัง	6	22	0	28	
	รวม	15	41	0	56	
ความจำเป็นและมีประโยชน์ของ สินค้า	ก่อน	6	21	1	28	0.10
	หลัง	7	20	1	28	
	รวม	13	41	2	56	
ความชอบในสินค้า	ก่อน	20	8	0	28	0.09
	หลัง	21	7	0	28	
	รวม	41	15	0	56	
ความน่าซื้อของสินค้า	ก่อน	5	21	2	28	0.92
	หลัง	8	18	2	28	
	รวม	13	39	4	56	

ผลจากตารางที่ 23 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางน้อยกว่า χ^2 วิฤติ ($\chi^2 = 5.99$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า ผู้ชายประเมินค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มผู้ชายที่ขายให้ผู้ซื้อคนที่ 4 คัดค้านสมมุติฐานข้อ 6 ที่กล่าวว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคุณจะมีผลให้ผู้ชายประเมินค่าสินค้าหลังกระบวนการขาย ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขาย แต่ผลพบว่า การต่อแบบเพิ่มตัวคุณมีผลให้ผู้ชายประเมินค่าสินค้าหลังกระบวนการขายไม่ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขาย

ตารางที่ 24 ร้อยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในระดับ มาก ปานกลาง หรือน้อย ก่อน และหลังกระบวนการขาย ในกลุ่มผู้ชายที่ขายให้ผู้อื่นคนที่ 3

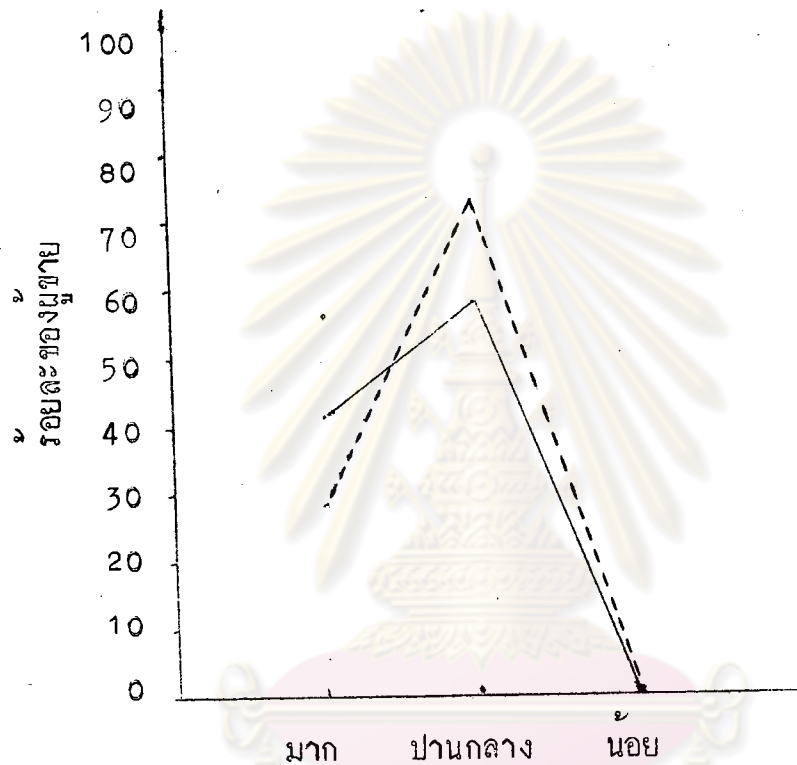
ค่าในการประเมิน	มาก		ปานกลาง		น้อย	
	ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง
คุณค่าสินค้า	42.28	28.57	57.14	71.43	0	0
ความจำเป็นและมีประโยชน์	0	0	100.00	85.71	0	14.29
ความชอบ	71.43	57.14	28.57	28.57	0	14.29
ความน่าซื้อ	14.29	14.29	71.43	71.43	14.29	14.29

N = 7

เพื่อแสดงผลในตารางที่ 24 ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำค่าร้อยละมาเสนอในรูปแบบแผนภูมิเส้น ตั้งแต่แผนภูมิที่ 12 ถึง แผนภูมิที่ 15

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

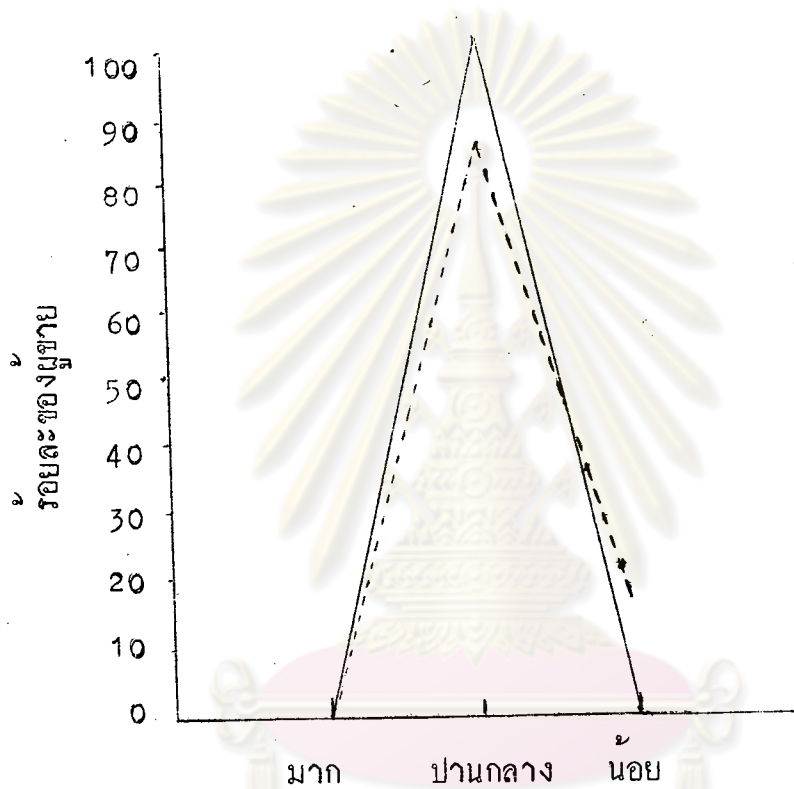
แผนภูมิที่ 12 รอยตะของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในร้านค้าตามระดับ มาก ปานกลาง หรือน้อย ก่อนและหลังกระบวนการขายในกลุ่มผู้ชายที่ขายให้ผู้ซื้อคนที่ 3



ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เส้นแสดงการประเมินค่าสินค้า
 — ก่อน กระบวนการขาย
 - - - หลัง กระบวนการขาย

แผนภูมิที่ 13 ร้อยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในด้านความจำเป็นและควมมีประโยชน์ตามระดับ มาก ปานกลาง หรือน้อย ก่อนและหลังกระบวนการขาย

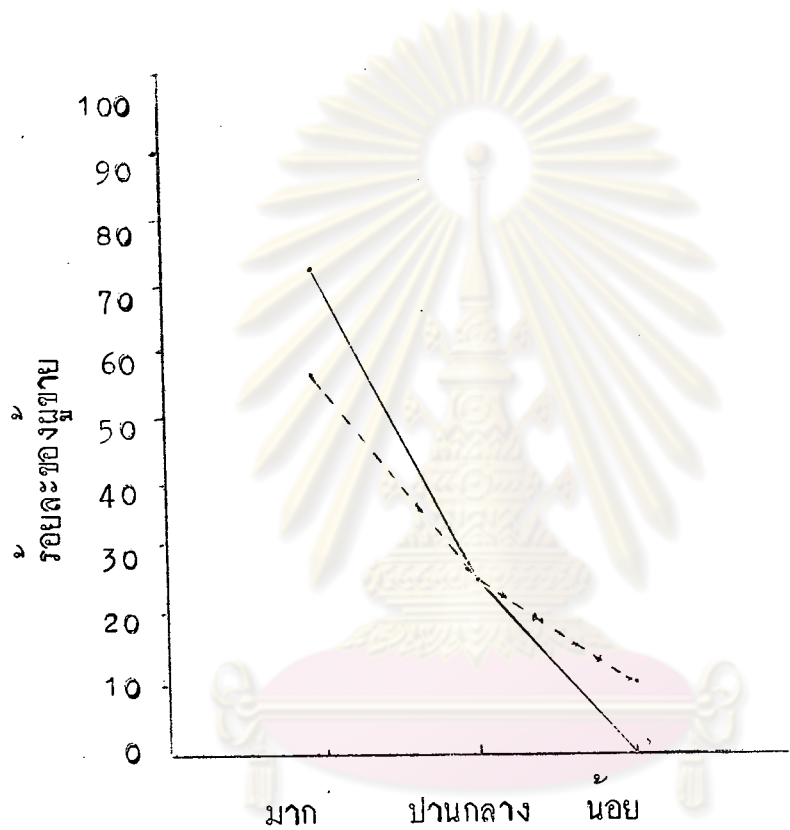


เส้นแสดงถึงความจำเป็นและควมมีประโยชน์ของสินค้า

ก่อน กระบวนการขาย

หลัง กระบวนการขาย

แผนภูมิที่ 14 ร้อยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในด้านความชอบ ตามระดับ มาก ปานกลาง หรือ น้อย ก่อนและหลังกระบวนการขาย

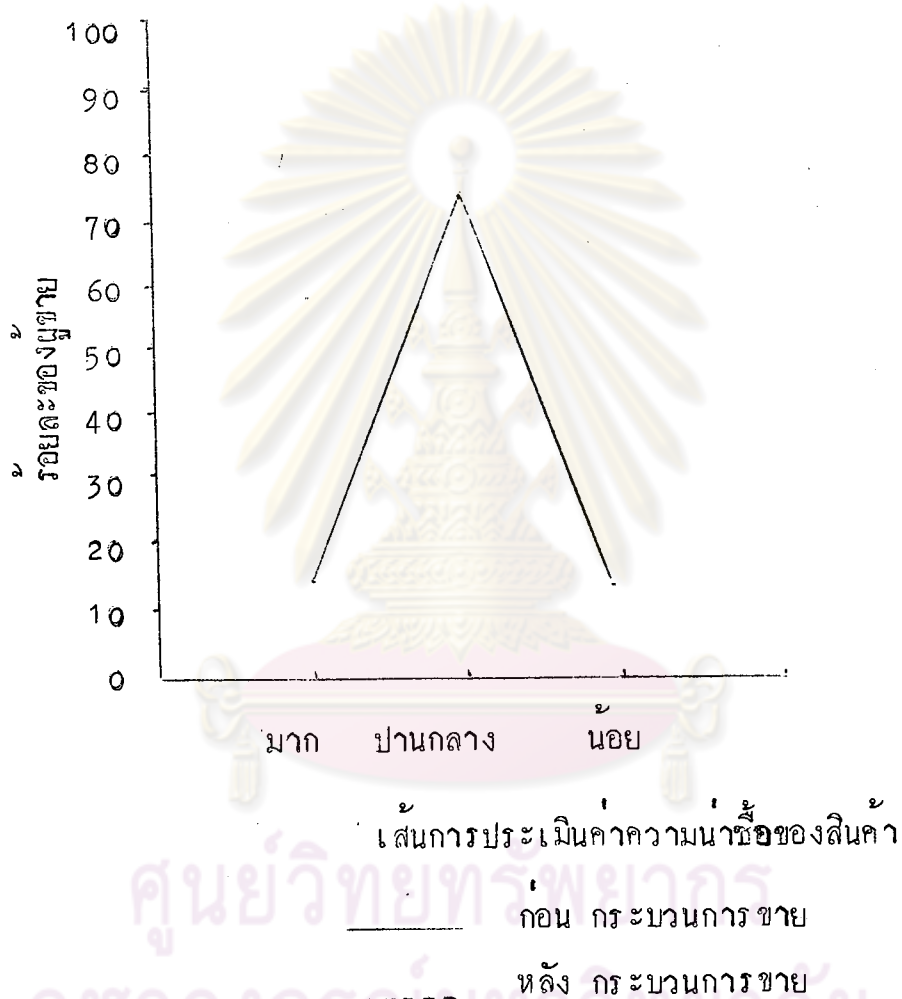


ศูนย์วิทยพัทยาการ
 เสนอประเมินค่าความชอบต่อสินค้า
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

————— ก่อน กระบวนการขาย

- - - - - หลัง กระบวนการขาย

แผนภูมิที่ 15 รอยละของผู้ชายที่ประเมินค่าสินค้าในด้านความน่าซื้อตามระดับ มาก ปานกลาง หรือ น้อย ก่อนและหลังกระบวนการขาย



จากแผนภูมิที่ 15 จะเห็นว่า ผู้ชายที่ขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 3 ประมาณค่าของสินค้าในด้านความน่าซื้อก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกัน เส้นการประเมินค่าความน่าซื้อของสินค้าจึงทับกันสนิท

ตารางที่ 25 วิเคราะห์ค่าไคสแควร์การประเมินค่าสินค้าของผู้ชายในระดับ มาก ปานกลาง หรือน้อย ก่อน และ หลัง กระบวนการขายในกลุ่มผู้ชายที่ขายใหญ่ชื่อคนที่ 3

หัวข้อการประเมิน	ก่อน-หลัง การขาย	ค่าในการประเมิน				χ^2
		มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม	
คุณค่าของสินค้า	ก่อน	3	4	0	7	0.31
	หลัง	2	5	0	7	
	รวม	5	9	0	14	
ความจำเป็นและมี - ประโยชน์	ก่อน	0	7	0	7	1.08
	หลัง	0	6	1	7	
	รวม	0	13	1	14	
ความชอบต่อสินค้า	ก่อน	5	2	0	7	1.11
	หลัง	4	2	1	7	
	รวม	9	4	1	14	
ความน่าซื้อของสินค้า	ก่อน	1	5	1	7	0
	หลัง	1	5	1	7	
	รวม	2	10	2	14	

ผลจากตารางที่ 25 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางน้อยกว่า χ^2 วิกฤติ ($\chi^2 = 5.99$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าผู้ชายประเมินสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มผู้ชายใหญ่ชื่อคนที่ 3 คัดค้าน สมมุติฐานข้อ 6 ที่ว่าการต่อ
รองแบบเพิ่มตัวคุณจะมีผลให้ผู้ชายประเมินค่าสินค้าหลังกระบวนการขายต่ำกว่าก่อนกระบวนการ
การขายแต่ผลการวิเคราะห์พบว่า การต่อรองแบบเพิ่มตัวคุณมีผลให้ผู้ชายประเมินค่าสินค้าหลัง
กระบวนการขายไม่ต่ำกว่าก่อนกระบวนการขาย