

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงไว้ในบทที่ 3 นั้นแยกอภิปรายเป็นเรื่อง ๆ ได้ดังนี้คือ

1. การตัดสินใจขายสินค้า

ในผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้นมีผู้ชาย 12 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่หนึ่ง ซึ่งก่อนที่จะขายนั้นผู้ชายตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาจะขายได้ไว้เท่ากับ 16.58 บาท เมื่อผู้ซื้อคนที่หนึ่งต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 16.74 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับราคาที่เขาจะขายได้ ผู้ชายจึงตัดสินใจขาย ผลการทดลองครั้งนี้จึงเป็นไปตามทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวัง ซึ่งตั้งไว้ว่าผู้ชายจะตัดสินใจขายเมื่อราคาต่อรองสูงกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาตามความคาดหวังของผู้ชาย ผู้ชาย 6 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สาม ทั้งที่ผู้ชายตั้งราคาที่เขาจะขายได้ไว้เท่ากับ 16.50 บาท แต่เมื่อผู้ซื้อต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 13.00 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายได้ไว้ แต่ผู้ชายก็ตัดสินใจขาย และผู้ชายอีก 6 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สี่ ทั้งที่ผู้ชายตั้งราคาที่เขาจะขายได้ไว้เท่ากับ 16.33 บาท แต่เมื่อผู้ซื้อเข้ามาต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 11.67 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายได้ไว้และต่ำกว่าราคาทุนเล็กน้อย เพราะผู้ชายตั้งราคาทุนไว้เท่ากับ 12.00 บาท แต่ผู้ชายก็ตัดสินใจขาย ผลการทดลองที่พบว่าผู้ชายตัดสินใจขายให้กับผู้ซื้อคนที่สามและคนที่สี่ทั้ง ๆ ที่ราคาต่อรองห่างไกลจากราคาที่เขาจะขายได้ ผลการทดลองครั้งนี้จึงไม่เป็นไปตามทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้ว่าผู้ชายจะตัดสินใจขายเมื่อราคาต่อรองสูงกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาตามความคาดหวังของผู้ชาย ส่วนผู้ชายอีก 16 คน ที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้นเป็นเพราะว่า ก่อนที่ผู้ซื้อคนที่สี่จะเข้ามาต่อรองผู้ชายตั้งราคาเขาจะขายได้ไว้เท่ากับ 15.84 บาท แต่ผู้ซื้อต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 10.49 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายได้มากและต่ำกว่าราคาทุนอีกด้วย เพราะผู้ชายตั้งราคาทุนไว้เท่ากับ 12.06 บาท ดังนั้นผู้ชายจึงตัดสินใจไม่ขาย

ผลการทดลองครั้งนี้จึง เป็นไปตามทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวัง ซึ่งตั้งไว้ว่าผู้ขายจะตัดสินใจไม่ขาย เมื่อผู้ซื้อต่อรองต่ำกว่าหรือแตกต่างจากราคาตามความคาดหวังของผู้ขาย

สำหรับผู้ขายกลุ่มที่สองนั้นพบว่าผู้ขาย 15 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่หนึ่ง ซึ่งในการขายครั้งนี้ผู้ขายตั้งราคาคาดว่าจะขายได้ไว้เท่ากับ 18.07 บาท เมื่อผู้ซื้อเข้ามาต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 18.08 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ใกล้เคียงกับราคาตามความคาดหวังของผู้ขาย ผู้ขายจึงตัดสินใจขาย ผลการทดลองครั้งนี้จึง เป็นไปตามทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวังซึ่งตั้งไว้ว่า ผู้ขายจะตัดสินใจขาย เมื่อราคาต่อรองสูงกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาตามความคาดหวังของผู้ขาย มีผู้ขาย 4 คน ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สาม ทั้งที่ผู้ขายตั้งราคาที่จะขายได้ไว้เท่ากับ 26.25 บาท แต่ผู้ซื้อต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 21.45 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ผู้ขายคาดว่าจะขายได้ แต่ผู้ขายก็ตัดสินใจขาย และมีผู้ขาย 3 คน ที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สี่ ทั้งที่ผู้ขายตั้งราคาว่าจะขายได้ไว้เท่ากับ 19.00 บาท แต่ผู้ซื้อต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 12.00 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ผู้ขายคาดว่าจะขายได้มาก แต่ผู้ขายก็ตัดสินใจขาย ผลการทดลองที่พบว่าผู้ขายตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สามและคนที่สี่ ทั้ง ๆ ที่ราคาต่อรองของผู้ซื้อห่างไกลจากราคาตามความคาดหวังของผู้ขายจึงไม่เป็นไปตามทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้ว่าผู้ขายจะตัดสินใจขาย เมื่อราคาต่อรองของผู้ซื้อสูงกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาตามความคาดหวังของผู้ขาย ส่วนผู้ขายอีก 18 คน ที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้น ก่อนที่ผู้ซื้อคนที่สี่จะเข้ามาซื้อ ผู้ขายตั้งราคาว่าจะขายได้ไว้เท่ากับ 19.14 บาท แต่เมื่อผู้ซื้อต่อรองโดยเสนอราคาซื้อเท่ากับ 12.34 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ผู้ขายคาดว่าจะขายได้ ผู้ขายจึงตัดสินใจไม่ขาย ผลการทดลองครั้งนี้จึง เป็นไปตามทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวังซึ่งตั้งไว้ว่า ผู้ขายจะตัดสินใจไม่ขายสินค้า เมื่อราคาต่อรองต่ำกว่าหรือแตกต่างจากราคาตามความคาดหวัง

จากผลการตัดสินใจของผู้ขายทั้ง 80 คน นี้เมื่อพิจารณาโดยยึดทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวังเป็นเกณฑ์จะเห็นว่าสามารถแบ่งการตัดสินใจของผู้ขายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่สนับสนุนทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวัง ซึ่งได้แก่ผู้ขายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ซื้อคนที่หนึ่ง กับผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขาย และกลุ่มที่ไม่สนับสนุนทฤษฎีการ

ตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวัง ซึ่งได้แก่ผู้ชายที่ตัดสินใจขายใหญ่หรือคนที่สามและคนที่สี่

ดังนั้นทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวังจึงไม่สามารถอธิบายพฤติกรรม การตัดสินใจของผู้ชายทุกคนได้ เพราะผู้ชายกลุ่มที่ตัดสินใจขายใหญ่หรือคนที่สามและคนที่สี่ไม่ได้ใช้ ระดับความคาดหวัง เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ แสดงว่าผู้ชายกลุ่มนี้จะเปลี่ยนจากการใช้ความ คาดหวัง เป็น เกณฑ์ในการตัดสินใจมาคำนึงถึงผลได้สูงสุดเป็น เกณฑ์ในการตัดสินใจตอนหลัง ซึ่ง การที่ผู้ชายคำนึงถึงผลได้สูงสุดเป็น เกณฑ์ในการตัดสินใจนี้สอดคล้องกับทฤษฎีผลได้สูงสุดของ คาโทนา¹⁴ ที่เสนอว่าผู้ชายจะตัดสินใจขายเมื่อได้รับกำไรมากที่สุด ด้วยเหตุนี้จึงต้องนำเอา ทฤษฎีผลได้สูงสุดของคาโทนามารวมกับทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวัง เป็นทฤษฎีใหม่ เพื่อใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ชายทุกคน โดยให้ชื่อทฤษฎีใหม่ นี้ว่า " ทฤษฎีความคาดหวังและผลได้สูงสุด " จากทฤษฎีนี้จะสามารถอธิบายได้ว่า การตัดสินใจ ของผู้ชายจะมี 2 ชั้น คือ ชั้นที่หนึ่งเป็นการตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความคาดหวัง ชั้นที่ สองเป็นการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลได้สูงสุด ซึ่งในการตัดสินใจของผู้ชายนั้นผู้ชายบางคนจะหยุด อยู่แค่ชั้นที่หนึ่ง แต่ผู้ชายบางคนจะเลยไปถึงชั้นที่สอง คือเมื่อตัดสินใจตามหลักการตั้งระดับความ คาดหวังไม่ได้ก็จะเปลี่ยนไปใช้การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลได้สูงสุด ผลการทดลองที่ได้ในครั้งนี อธิบายได้ว่าผู้ชายที่ตัดสินใจขายใหญ่หรือคนที่หนึ่งและผู้ชายคนที่ตัดสินใจไม่ขายนั้น ตัดสินใจตามหลัก การตั้งระดับความคาดหวังคือตัดสินใจอยู่แค่ชั้นที่หนึ่ง ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายใหญ่หรือคนที่สามและ คนที่สี่นั้น เมื่อตัดสินใจตามชั้นที่หนึ่งไม่ได้จึงเปลี่ยนมาใช้ชั้นที่สอง กล่าวคือผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ ผู้หรือคนที่สามนั้น เมื่อผู้หรือคนที่หนึ่งต่อรองผู้ชายยังไม่ตัดสินใจขาย เพราะเห็นว่ายังมีผู้หรือเหลือให้ เลือกอีก 3 คน และเมื่อผู้หรือคนที่สองต่อรองผู้ชายก็ตัดสินใจไม่ขายอีก เพราะเห็นวาระกา ที่ผู้หรือต่อรองทางไกลจากราคาตามความคาดหวังของผู้ชาย เมื่อผู้หรือคนที่สามต่อรองควยราคา ที่ทางไกลจากราคาตามความคาดหวังของผู้ชาย ผู้ชายจึงเปลี่ยนการตัดสินใจจากชั้นที่หนึ่งไปสู่

¹⁴Katona, loc.cit.

คนที่สองคือตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลได้สูงสุด เพราะจากประสบการณ์ที่ผ่านมาผู้ชาย เห็นแล้วว่า ผู้ซื้อทองคำโดยเสนอราคาซื้อตกลงตามลำดับ ดังนั้นถ้าผู้ชายตัดสินใจไม่ขายรอขายผู้ซื้อคนที่ 3 ผู้ชายอาจจะได้รับกำไรน้อยกว่าขายให้ผู้ซื้อคนที่สามก็ได้ ผู้ชายจึงตัดสินใจขาย ส่วนผู้ชาย ที่ตัดสินใจขายให้ผู้ซื้อคนที่สี่ ผู้ชายก็มีการตัดสินใจมาตามลำดับเช่น เหมือนผู้ชายที่ตัดสินใจขาย ให้ผู้ซื้อคนที่สาม แต่ผู้ชายกลุ่มนี้ยังคงเสี่ยงไม่ตัดสินใจขายให้ผู้ซื้อคนที่สามรอจนถึงผู้ซื้อคนที่ 5 เมื่อผู้ซื้อคนที่สี่เป็นผู้ซื้อคนที่สุดท้ายที่รอ ผู้ชายจึงเปลี่ยนการตัดสินใจจากชั้นที่หนึ่งไปสู่ชั้นที่ สองคือเปลี่ยนจากใช้ระดับความคาดหวังไปใช้ผลได้สูงสุดเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ผู้ชายจึง ตัดสินใจขาย ในผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งซึ่งได้รับการวางเงินไขว่ขายไม่ได้จะไม่ได้รับเงิน ผู้ชาย บางคนยอมเปลี่ยนจากการใช้ระดับความคาดหวังไปใช้ผลได้สูงสุดเป็น เกณฑ์ในการตัดสินใจ เพราะผู้ชายต้องการได้รับผลตอบแทนในการขาย ส่วนผู้ชายกลุ่มที่สองซึ่งได้รับการวางเงินไขว่ ว่ขายไม่ได้จะไม่ได้รับเงินตอบแทน 5 บาท เป็นกำไรน้อยในการขาย ผู้ชายบางคนก็ยังเปลี่ยนจาก การใช้ระดับความคาดหวังไปใช้ผลได้สูงสุดเป็น เกณฑ์ ในการตัดสินใจ เพราะผู้ชายเห็นว่า เมื่อ แยกเงินที่ได้จากการขายครึ่งหนึ่งกับผู้ทดลองตามข้อตกลงก่อนการทดลองแล้วก็ยังได้รับส่วนแบ่ง มากกว่า 5 บาท

เหตุนี้ความคาดหวังและผลได้สูงสุดนี้ใช้อธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ชายในการ ทดลองของ เกอกูล วงศ์พานิช และอังคณา โรจนไพฑูริย์ไคควย คือในการทดลองของ เกอกูล นั้นพบว่าผู้ชายทุกคนตัดสินใจขาย เพราะราคาซื้อของผู้ซื้อใกล้เคียงกับราคาตาม ความคาดหวัง แสดงว่าผู้ชายทุกคนใช้ความคาดหวัง เป็น เกณฑ์ตัดสินใจตามชั้นที่หนึ่ง และ ในการทดลองของอังคณา นั้นพบว่าผู้ชาย 3 คนตัดสินใจขายเพราะราคาซื้อของผู้ซื้อใกล้เคียง กับราคาตามความคาดหวัง ส่วนผู้ชายอีก 32 คน ตัดสินใจไม่ขายเพราะราคาซื้อของผู้ซื้อ ทางการไกลจากราคาตามความคาดหวัง แสดงว่าผู้ชายทุกคนตัดสินใจโดยใช้ระดับความคาดหวัง เป็น เกณฑ์ คือตัดสินใจอยู่แค่ชั้นที่หนึ่งไม่เปลี่ยนไปชั้นที่สอง ซึ่งใช้ผลได้สูงสุดเป็น เกณฑ์ในการ ตัดสินใจ การที่ผู้ชายตัดสินใจไม่ขายทั้ง ๆ ที่ในการทดลองวางเงินไขว่ขายไม่ได้จะไม่ ได้รับเงินค่าตอบแทน แสดงให้เห็นว่าผู้ชายกลุ่มนี้ไม่คำนึงถึงผลตอบแทนในการขาย จึงหยุดการ ตัดสินใจอยู่ที่ชั้นที่หนึ่งไม่เปลี่ยนไปสู่ชั้นที่สอง

2. การตั้งราคาทุนสินค้า

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้น

เฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า แทนที่ที่ตั้งราคาทุนให้

กับผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน และเมื่อทดสอบระหว่างกุกาเจดีย์ตามวิธีนิวแมน กูดส์ พบว่าผู้ชายตั้งราคาทุนให้กับผู้อื่นที่ 4 ต่ำกว่าผู้อื่นที่ 1 ส่วนคนอื่น ๆ ไม่พบว่าแตกต่างกัน ผลการทดลองก่อนนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กล่าวว่าการทดลองแบบลดตัวคุณจะมีผลให้ผู้ชายตั้งราคาทุนสินค้าลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้อื่น ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้อื่นที่ 3 และคนที่ 4 นั้น ไม่พบว่าผู้ชายตั้งราคาทุนให้กับผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน ดังนั้นผลการทดลองก่อนนี้จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่สองนั้น เฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า แทนที่ที่ตั้งราคาทุนให้กับผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน และเมื่อทดสอบตามวิธีนิวแมน กูดส์ พบว่าผู้ชายตั้งราคาทุนให้กับผู้อื่นที่ 4 ต่ำกว่าผู้อื่นที่ 1 และคนที่ 2 ส่วนคนอื่น ๆ ไม่พบว่าแตกต่างกัน ผลการทดลองก่อนนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่ว่าการทดลองแบบลดตัวคุณจะมีผลให้ผู้ชายตั้งราคาทุนสินค้าลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้อื่น ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้อื่นที่ 3 และผู้อื่นที่ 4 นั้น ไม่พบว่าผู้ชายตั้งราคาทุนให้กับผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน ดังนั้นผลการทดลองก่อนนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

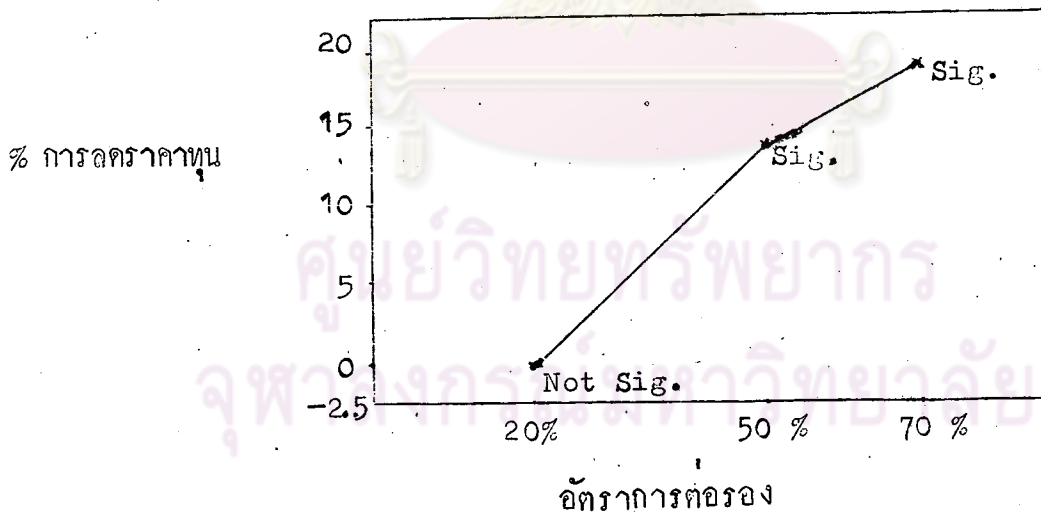
น่าสังเกตว่าในการกำหนดราคาทุนสินค้าให้กับผู้อื่นแต่ละคนนั้น ผู้ชายจะกำหนดราคาทุนไม่ต่างกันมากนักในผู้อื่นที่ลำดับที่ติดต่อกัน ที่เป็นเช่นนี้จะเพราะว่าในครั้งแรกของการทดลองนั้น ผู้ชายต้องการลดลงไม่มากคือลดลงเพียง 20 % และในการทดลองครั้งต่อไปก็ลดลงเพิ่มขึ้นครั้งละ 10 % ตามลำดับ ดังนั้นในการกำหนดราคาทุนให้กับผู้อื่นที่ 2 จึงใกล้เคียงกับที่กำหนดให้ผู้อื่นที่ 1 มากและเมื่อถึงผู้อื่นที่ 3 และคนที่ 4 ผู้ชายจึงกำหนดแตกต่างจากผู้อื่นที่ 1 มากขึ้น สิ่งที่นาสังเกตอีกประการหนึ่งคือในการกำหนดราคาทุนให้กับผู้อื่นที่ 2 นั้น ผู้ชายส่วนใหญ่กำหนดราคาทุนให้สูงกว่าที่กำหนดให้ผู้อื่นที่ 1 เล็กน้อย คือโดยเฉลี่ยแล้วผู้ชายกำหนดราคาทุนให้กับผู้อื่นที่ 2 มากกว่าคนที่ 1 ประมาณ 0.26 % ซึ่งเมื่อเทียบกับผลการวิจัยของเกอกูล วงศ์พานิช และอังกภา โรจนไพบูลย์¹⁶ แล้วจะพบว่าในการวิจัยของเกอกูล วงศ์พานิชนั้นผู้ชายกำหนดราคาทุนให้

¹⁵ เกอกูล วงศ์พานิช เรื่องเดิม, หน้า 22.

¹⁶ อังกภา โรจนไพบูลย์ เรื่องเดิม, หน้า 19.

กับผู้ชื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าคนที่ 1 ประมาณ 18.70 % ส่วนในการวิจัยของอังกะ โจรนไพบูลย์นั้น ผู้ชายกำหนดราคาหุ้นให้กับผู้ชื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าคนที่ 1 ประมาณ 13.58 % ที่เป็นเช่นนี้จะเป็น เพราะว่าการวิจัยของ เกอกุล และอังกะนั้นผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ชื้อคนที่ 1 ตอรองลดลง 70 % และ 50 % ตามลำดับ ดังนั้นการเสนอราคาของผู้ชื้อคนที่ 1 จะต่ำกว่าราคาเสนอขายมากจึง เป็นผลให้ผู้ชายตั้งราคาหุ้นให้กับผู้ชื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ชื้อคนที่ 1 อย่างเห็นได้ชัด แต่ในการวิจัย ครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ชื้อคนที่หนึ่งตอรองลดลงเพียง 20 % ดังนั้นราคาเสนอซื้อจะใกล้เคียงกับราคา เสนอขายมากจึงทำให้ผู้ชายสนใจในการตั้งราคาหุ้นของตนเอง เพราะผู้ชื้อตอรองลดลงเล็กน้อย ผู้ชายจึงกำหนดราคาหุ้นให้กับผู้ชื้อคนที่สองใกล้เคียงกับผู้ชื้อคนที่หนึ่งคือเพิ่มขึ้นจากที่กำหนดให้ผู้ชื้อคน ที่หนึ่งโดยเฉลี่ยแล้ว 0.26 % ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการลดราคาหุ้นกับอัตราการตอรอง ได้แสดง ไว้ในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการลดราคาหุ้นกับอัตราการตอรอง



จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า เมื่ออัตราการตอรองสูงจำนวนร้อยละของการลดราคา หุ้นก็สูง ควย เมื่ออัตราการตอรองลดลงจำนวนร้อยละของการลดราคาหุ้นก็ลดลงควย

ผลการทดลองเกี่ยวกับการตั้งราคาหนังสือในผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนอื่นที่สาม และคนที่สี่พบว่าผู้ชายตั้งราคาหนังสือกับผู้ชายแต่ละคนไม่แตกต่างกันนั้น น่าจะเป็นเพราะว่าในการทดลองครั้งนี้ผู้ชายคนแรกต่อรองลดลงไม่มากคือลดลงเพียง 20% และผู้ชายคนอื่น ๆ มากก็ต่อรองลดลงมากกว่ากันเพียงครึ่งละ 10% จึงทำให้ผู้ชายรู้สึกว่ามันแตกต่างกันมากนัก ดังนั้นการตั้งราคาหนังสือของผู้ชายให้กับผู้ชายแต่ละคนจึงไม่แตกต่างกัน หรือมีนั้นก็น่าจะเป็นเพราะว่า จำนวนผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนอื่นที่สามและคนที่สี่นั้นน้อยมาก เมื่อเทียบกับผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขาย การที่มีผู้ชายจำนวนน้อยมากทำให้ข้อมูลที่ได้ออกมาไม่อาจถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่เที่ยงตรง ซึ่งถ้าหากมีจำนวนผู้ชายมากกว่านี้อาจพบว่าผู้ชายตั้งราคาหนังสือกับผู้ชายแต่ละคนแตกต่างกันก็ได้

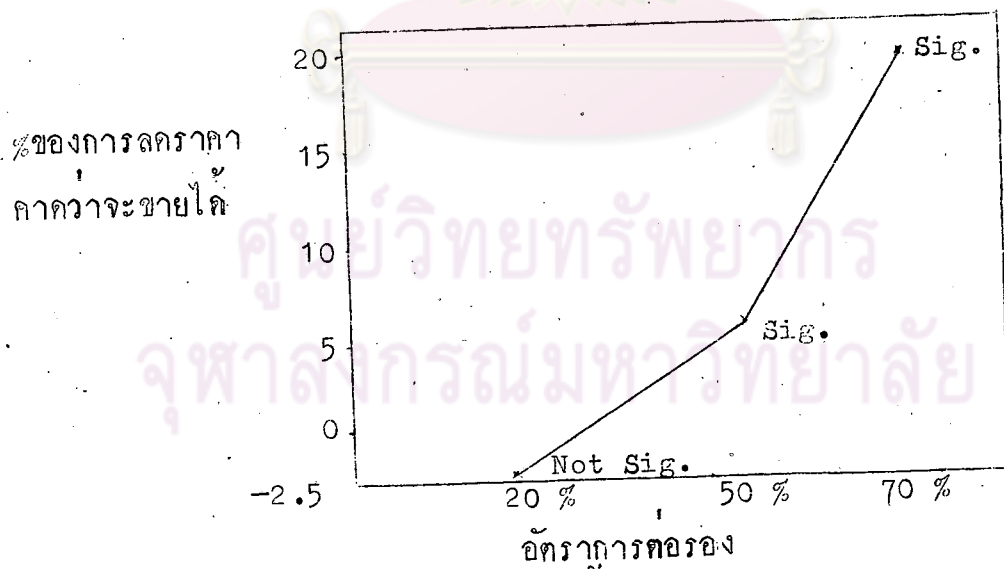
3. การตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้นพบว่าเฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้าเท่านั้นที่ตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ชายแต่ละคนแตกต่างกันและเมื่อทดสอบตามวิธีนิวแมน คูลส์พบว่าผู้ชายตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ชายคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ชายคนที่ 1 และคนที่ 2 ส่วนคนอื่น ๆ ไม่พบว่าแตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กล่าวว่า การต่อรองแบบลดตัวคุณจะมีผลให้ผู้ชายตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ชาย ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้กับผู้ชายคนที่ 3 และผู้ชายคนที่ 4 นั้นไม่พบว่าผู้ชายตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ชายแต่ละคนแตกต่างกัน ดังนั้นผลการทดลองครั้งนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 1

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่สองนั้นพบว่าเฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้าเท่านั้นที่ตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ชายแต่ละคนแตกต่างกัน และเมื่อทดสอบตามวิธีนิวแมน คูลส์พบว่าผู้ชายตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ชายคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ชายคนที่ 1 คนที่ 2 และคนที่ 3 ส่วนคนอื่น ๆ ไม่พบว่าแตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กล่าวว่า การต่อรองแบบลดตัวคุณจะมีผลให้ผู้ชายตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ชาย ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้กับผู้ชายคนที่ 3 และคนที่ 4 นั้น ไม่พบว่าผู้ชายตั้งราคาตลาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ชายแต่ละคนแตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1

เมื่อพิจารณาการตั้งราคาคาควาจะขายได้ของผู้ขายก็พบว่าเช่นเดียวกับการตั้งราคาทุน กล่าวคือในการวิจัยครั้งนี้ผู้ขายตั้งราคาคาควาจะขายได้ให้กับผู้ซื้อคนที่ 2 มากกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 โดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 2.11% ในขณะที่ในการวิจัยของ เกื้อกุล วงศ์พานิช¹⁷ และอังคณา โรจนไพฑูริย์¹⁸ นั้น ผู้ขายตั้งราคาคาควาจะขายได้ให้กับผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 ประมาณ 19.88 % และ 5.77 % ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเป็นเพราะว่าในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ซื้อคนที่ 1 ตอรองลดลงเพียง 20% ดังนั้นราคาเสนอซื้อจะใกล้เคียงกับราคาเสนอขายมาก ส่วนในการวิจัยของ เกื้อกุลและอังคณานั้น ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ซื้อคนที่ 1 ตอรองลดลง 70 % และ 50 % ตามลำดับ ดังนั้นราคาเสนอซื้อจะต่างจากราคาเสนอขายมาก จึงเป็นเหตุให้ผู้ขายลดการตั้งราคาลงอย่างเห็นได้ชัด ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการลดราคาคาควาจะขายได้กับอัตราการตอรองได้แสดงไว้ในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการลดราคาคาควาจะขายได้กับอัตราการตอรอง



¹⁷ เกื้อกุล วงศ์พานิช, เรื่องเดียวกัน หน้าเดียวกัน.

¹⁸ อังคณา โรจนไพฑูริย์, เรื่องเดียวกัน หน้าเดียวกัน.

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า เมื่ออัตราการครองสูงจำนวนรอยละของการลดราคาคาดว่าจะขายได้ก็สูงด้วย แต่เมื่ออัตราการครองลดลงจำนวนรอยละของการลดราคาคาดว่าจะขายได้ก็ลดต่ำลงด้วย

ผลการทดลองที่พบว่าผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนที่สามและคนที่สี่ตั้งราคาคาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ซื้อแต่ละคนไม่แตกต่างกันนั้น น่าจะเป็นเพราะว่าในการทดลองครั้งนี้ผู้ซื้อคนแรกครองลดลงไม่มากคือลดลงเพียง 20% และผู้ซื้อคนต่อ ๆ มากี่ครองลดลงมากกว่านั้นเพียงครั้งละ 10% จึงทำให้ผู้ชายรู้สึกว่าจะไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นการตั้งราคาคาดว่าจะขายได้ของผู้ขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนจึงไม่แตกต่างกัน หรือมีนั้นก็น่าจะเป็นเพราะว่าจำนวนผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนที่สามและคนที่สี่มีน้อยมาก จึงทำให้ข้อมูลที่ได้ออกมาไม่อาจถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่เที่ยงตรง ซึ่งถ้าหากมีจำนวนผู้ชายมากกว่านี้ อาจพบว่าผู้ชายตั้งราคาคาดว่าจะขายได้ให้กับผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันก็ได้

4. การตั้งราคาเสนอขาย

ผู้ชายทุกคนในกลุ่มที่หนึ่งและกลุ่มที่สองนั้นตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนไม่แตกต่างกัน ผลการทดลองตอนนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กล่าวว่า การครองแบบลดตัวคุณจะมีผลให้ผู้ชายตั้งราคาเสนอขายลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ

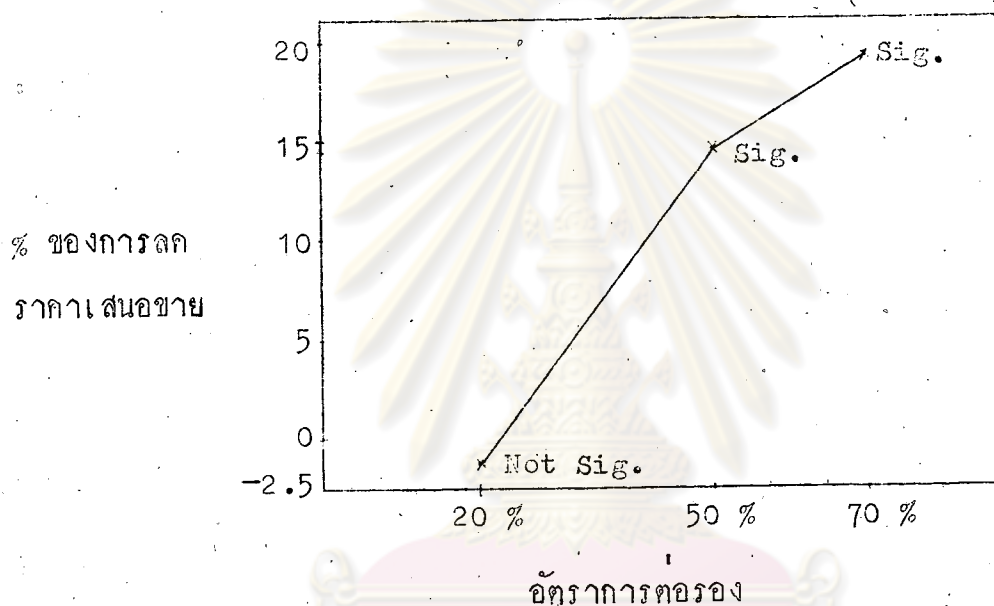
เมื่อพิจารณาการตั้งราคาเสนอขายของผู้ชายก็พบว่าเช่นเดียวกับการตั้งราคาทุนและราคาที่คาดว่าจะขายได้ กล่าวคือผู้ชายตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อคนที่ 2 สูงกว่าที่ตั้งให้ผู้ซื้อคนที่ 1 โดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 1.09% ในขณะที่ในการวิจัยของ เกื้อกูลวงศ์พานิช¹⁹ และอังคณา โรจนไพฑูลย์²⁰ นั้นพบว่าผู้ชายตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 ประมาณ 18.41% และ 14.11% ตามลำดับที่เป็นเช่นนั้นน่าจะเป็นเพราะว่าในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ซื้อคนที่ 1 ครองลดลงเพียง 20% ดังนั้นราคาเสนอซื้อจะใกล้เคียงกับราคาเสนอขายมาก ส่วนในการวิจัยของ เกื้อกูลและอังคณานั้นผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ซื้อคนที่ 1 ครองลดลง 70% และ 50% ตามลำดับ

¹⁹ เกื้อกูล วงศ์พานิช. เรื่องเดียวกัน หน้าเดียวกัน.

²⁰ อังคณา โรจนไพฑูลย์. เรื่องเดียวกัน หน้าเดียวกัน.

ดังนั้นราคาเสนอซื้อจะแตกต่างจากราคาเสนอขายมาก จึงเป็นเหตุให้ผู้ขายลดการตั้งราคาเสนอขายลงอย่างเห็นได้ชัด ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการลดราคาเสนอขายกับอัตราการต่อรองได้แสดงไว้ในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการลดราคาเสนอขายกับอัตราการต่อรอง



จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าเมื่ออัตราการต่อรองสูงจำนวนร้อยละของการลดราคาเสนอขายก็สูงด้วย แต่เมื่ออัตราการต่อรองลดลงจำนวนร้อยละของการลดราคาเสนอขายก็ลดต่ำลงด้วย

ผลการทดลองที่พบว่าผู้ขายตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนไม่แตกต่างกันนั้น ผลการทดลองนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของเก็อกูล วงศ์พานิช²¹ และอังคณา โรจนไพบูลย์²²

²¹ เก็อกูล วงศ์พานิช เรื่องเดิม, หน้า 34, 36.

²² อังคณา โรจนไพบูลย์ เรื่องเดิม, หน้า 25, 27.

ที่พบว่าผู้ขายตั้งราคาเสนอขายลดลงตามลำดับที่ผู้ซื้อ ซึ่งเป็นเช่นนี้ น่าจะเป็นเพราะว่าผู้ขาย มีความคิดว่าการซื้อขายนั้นผู้ซื้อยอมตอรองราคาตกลงเพื่อให้ซื้อของได้ในราคาถูก ดังนั้น ถ้าผู้ขายเสนอราคาขายต่ำเมื่อผู้ซื้อตอรองแล้วราคาที่ขายได้ก็จะต่ำลงด้วย แต่สำหรับผู้ขายเสนอ ราคาขายสูงและไม่ยอมลดราคาให้ต่ำลงผู้ขายจะขายได้ในราคาที่สูงกว่าเมื่อลดราคาเสนอขาย ลง ผู้ขายจึงไม่ยอมลดราคาเสนอขายลงตามลำดับที่ผู้ซื้อ เหตุเช่นนี้น่าจะเชื่อถือได้เพราะว่า ในการตั้งราคาทุนและราคาที่คาดว่าจะขายได้นั้น ผู้ขายส่วนใหญ่ลดราคาลงเรื่อย ๆ ตาม ลำดับที่ผู้ซื้อ แต่ในการ ตั้งราคาเสนอขายนั้นผู้ขายไม่ยอมลดราคาตกลงตามลำดับที่ผู้ซื้อ แสดงว่าผู้ขายต้องการบรรลุ เป้าหมายการขายจึงตั้งราคาเสนอขายไว้ราคาหนึ่งแล้วไม่ยอมลดราคาตกลง แต่ลดราคาทุน และราคาที่คาดว่าจะขายได้ลง เพื่อว่าเมื่อผู้ซื้อตอรองแล้วผู้ขายจะได้ขายได้ในราคาที่ ใกล้เคียงกับระดับความคาดหวังของผู้ขาย

ผลการทดลองเกี่ยวกับการตั้งราคาทุนสินค้า ราคาที่คาดว่าจะขายได้และราคาเสนอ ขายพบว่าผู้ขายมีการเปลี่ยนแปลงราคาหลังจากการตอรองของผู้ซื้อ ถึงแม้ว่าในการตั้งราคา เสนอขายนั้นผู้ขายจะตั้งราคาให้กับผู้ซื้อแต่ละคนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่การตอรอง ของผู้ซื้อก็ทำให้ผู้ขายมีการเปลี่ยนแปลงราคา แสดงว่าเมื่อได้รับการตอรองจากผู้ซื้อ ผู้ขาย จึงเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการขาย ผลการทดลองนี้สอดคล้องกับทฤษฎี ระดับความคาดหวังของไซเกลที่เสนอว่า การตอรองทำให้คู่ตอรองสามารถทราบผลการตั้ง ระดับความคาดหวังของตนได้ว่า ระดับความคาดหวังของตนสมจริงหรือไม่จากการตอบสนอง ของฝ่ายตรงข้าม²³

เป็นที่น่าสังเกตว่าในการตั้งราคาทุน ราคาที่คาดว่าจะขายได้และราคาเสนอขายนั้น ผู้ขายส่วนใหญ่จะตั้งราคาสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สองใกล้เคียงกับที่คงให้กับผู้ซื้อคนที่หนึ่งหรือสูงกว่า

²³ Siegel, op.cit., pp. 76 - 82.

เล็กน้อย แต่เมื่อตั้งให้กับผู้ซื้อคนที่สามและคนที่สี่ผู้ชายจะตั้งราคาต่ำลงมาตามลำดับ แต่ผู้ชายกลุ่มที่สองที่ตัดสินใจขายให้กับผู้ซื้อคนที่สามตั้งราคาแตกต่างจากผู้ชายคนอื่นๆ กล่าวคือผู้ชายจะตั้งราคาให้กับผู้ซื้อคนที่สามสูงกว่าที่ตั้งให้ผู้ซื้อคนที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชายตั้งราคาขายสูงขึ้นมากกว่าที่ตั้งให้ผู้ซื้อคนที่สองอย่างเห็นได้ชัดคือตั้งราคาขายสูงขึ้นอีก 30% ที่เป็นเช่นนี้จะเห็นเพราะว่าจากประสบการณ์ในการต่อรองกับผู้ซื้อ 2 คนที่ผ่านมา ผู้ชายเห็นแล้วว่าผู้ซื้อต่อรองราคาลดลงตามลำดับจาก 20 % เป็น 30 % ผู้ชายจึงคิดว่าการกำหนดราคาให้ผู้ซื้อคนที่ 3 นั้น ถ้าตนกำหนดราคาทุนและราคาคาดว่าจะขายได้ให้สูงขึ้นกว่าที่กำหนดให้ผู้ซื้อคนที่ 1 และคนที่ 2 จะเป็นผลให้ราคาเสนอขายสูงขึ้นด้วย เมื่อผู้ซื้อต่อรองราคาแล้วผู้ชายจะขายได้ราคาใกล้เคียงกับระดับความคาดหวังหรืออย่างน้อยก็ใกล้เคียงกับราคาทุน แสดงว่าผู้ชายต้องการบรรลุเป้าหมายการขายเท่านั้นไม่ใช่นอยโอกาสหากทำได้ เพราะเหตุว่าถ้าผู้ชายจะฉวยโอกาสเสนอราคาขายสูงกว่านี้ผู้ชายก็ยอมจะทำได้ แต่ผู้ชายก็ไม่ทำ แสดงว่าผู้ชายต้องการบรรลุเป้าหมายการขายเท่านั้น

5. ความรู้สึกของผู้ชายเชิงเป็นธรรมชาติต่อการต่อรองของผู้ซื้อ

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้น ผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สาม มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบตามวิธีนิวแมน กลุ่มพบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 ผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่สี่นั้น มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบตามวิธีนิวแมน กลุ่มพบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 และมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 และคนที่ 2 และผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบตามวิธีนิวแมน กลุ่มพบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 และมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 และคนที่ 3 ดังนั้นผลการทดลองครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กล่าวว่า การต่อรองแบบลดตัวคุณจะมีผลให้ความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติของผู้ชายที่มีต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่สองนั้น เฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้าเท่านั้นที่มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบตามวิธีนิวแมน คูลด์พบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กล่าวว่าความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติของผู้ชายที่มีต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อจะลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่ 3 และผู้ซื้อคนที่ 4 นั้น ไม่พบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมชาติต่อผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2

จากค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้สึกเชิงเป็นธรรมในตารางที่ 6 จะเห็นว่าสำหรับกลุ่มที่หนึ่งนั้น ผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ซื้อคนที่ 3 ผู้ซื้อคนที่ 4 และผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ แสดงว่าเมื่อผู้ซื้อคนต่อ ๆ มาต่อรองผู้ชายไคน่าไปเปรียบเทียบกับการต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 1 ซึ่งต่อรองลดลงเพียง 20% เติมนตอนมาต่อรองลดลงมากขึ้นจาก 20 % เป็น 30 % , 40 % และ 50% ตามลำดับ ดังนั้นผู้ชายจึงคิดว่าผู้ซื้อคนต่อ ๆ มาให้ความเป็นธรรมต่อผู้ชายลดลง สำหรับกลุ่มที่สองนั้นผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ซื้อคนที่ 3 และคนที่ 4 มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้จะเป็นเพราะว่าจำนวนผู้ชายในกลุ่มนี้น้อยมาก เมื่อเทียบกับกลุ่มที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า การที่มีจำนวนผู้ชายน้อยมากทำให้ข้อมูลที่ได้ออกมาไม่อาจถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่เที่ยงตรง ซึ่งถ้าจำนวนผู้ชาย 2 กลุ่มนี้มีมากกว่านี้อาจพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญก็ได้ ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้นพบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อแต่ละคนลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ แสดงว่าผู้ชายนำการต่อรองของผู้ซื้อคนต่อ ๆ มาไปเปรียบเทียบกับการต่อรองของผู้ซื้อคนที่ 1 ผู้ชายจึงคิดว่าผู้ซื้อคนต่อ ๆ มาให้ความเป็นธรรมต่อผู้ชายลดลงเรื่อย ๆ

6. ความรู้สึกของผู้ชายเชิงพอใจต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อ

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้นผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่ 4 มีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบตามวิธีนิวแมน คูลด์พบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 และผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้นมีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้อื่นแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบตามวิธีนิวแมน คูลด์

พบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 มีความรู้สึกเชิงพอใจ
ต่อผู้ซื้อคนที่ 3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 และผู้ชายมีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่า
ผู้ซื้อคนที่ 1 และคนที่ 2 ผลการทดลองครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กล่าว
ว่า ความรู้สึกเชิงพอใจที่ผู้ชายมีต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อจะลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ
ผู้ซื้อ ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่ 3 นั้น ไม่พบว่าผู้ชายมีความรู้สึกเชิง
พอใจต่อผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2

สำหรับชายกลุ่มที่สองนั้น เฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้าเท่านั้นที่มีความรู้สึก
เชิงพอใจต่อผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบตามวิธีนิวแมน คูณพบว่า ผู้ชาย
มีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้ซื้อคนที่ 2 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 มีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้ซื้อคนที่
3 ต่ำกว่าผู้ซื้อคนที่ 1 และคนที่ 2 และผู้ชายมีความรู้สึกเชิงพอใจต่อผู้ซื้อคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ซื้อ
คนที่ 1 และคนที่ 2 ผลการทดลองครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่กล่าวว่า
ความรู้สึกเชิงพอใจที่ผู้ชายมีต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อจะลดต่ำลงเรื่อย ๆ ตามลำดับที่ผู้ซื้อ
ส่วนผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่ 3 และผู้ซื้อคนที่ 4 นั้น ไม่พบว่าผู้ชายมีความ
รู้สึกเชิงพอใจต่อผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย
ข้อที่ 2

จากค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้สึกเชิงพอใจที่แสดงไว้ในตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่าความ
รู้สึกเชิงพอใจของผู้ชายที่มีต่อผู้ซื้อแต่ละคนนั้นลดต่ำลงเรื่อย ๆ แต่ที่พบว่าลดต่ำลงอย่างมีนัย
สำคัญที่ระดับ .01 เฉพาะชายกลุ่มที่หนึ่งที่ตัดสินใจขายให้ผู้ซื้อคนที่สี่กับผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขาย
และชายกลุ่มที่สองที่ตัดสินใจไม่ขายนั้นน่าจะเป็นเพราะว่าผู้ชายในกลุ่มเหล่านี้มีจำนวนมากทำ
ให้ข้อมูลที่ได้ออกมาเชื่อถือได้วางตรง และเมื่อคำนวณค่าเฉลี่ยแล้วจึงเห็นว่าแตกต่างกัน
อย่างเห็นได้ชัด ส่วนชายกลุ่มอื่น ๆ นั้นมีจำนวนน้อยจึงไม่อาจเชื่อถือได้ว่าข้อมูลที่ไ้มีความ
เที่ยงตรง และเมื่อคำนวณค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 หรือ
มีนัยนั้นน่าจะเป็นเพราะว่าผู้ชายมีความเห็นว่าในกระบวนการซื้อขายการต่อรองเป็นของธรรมดา
ค่า เพราะผู้ซื้อขอมอยากซื้อของได้ในราคาถูก ดังนั้นผู้ซื้อจึงต้องต่อรองราคา ความรู้สึก
เชิงพอใจของผู้ชายจึงไม่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

7. การประเมินคุณค่าสินค้าของผู้ขายก่อนและหลังกระบวนการขาย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 8 ถึงตารางที่ 11 พบว่า ผู้ขายทุกคนในกลุ่มที่หนึ่งและกลุ่มที่สองนั้นประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกัน ผลการทดลองครั้งนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 3 ที่กล่าวว่า การรองรับแบบลดต้นทุนจะมีผลให้ผู้ขายประเมินคุณค่าสินค้าภายหลังกระบวนการขายต่ำกว่าก่อนกระบวนการขาย

การที่ผู้ขายประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าผู้ขายยังคงมีความเห็นว่าคุณค่าสินค้ามีประโยชน์ น่าซื้อ และผู้ขายมีความชอบในสินค้าเหมือนเดิม ไม่ว่าผู้ซื้อจะต่อรองราคาลดลงเท่าใด และผู้ขายจะขายสินค้าชิ้นใดหรือไม่ก็ตาม ผู้ขายก็ยังคงประเมินคุณค่าสินค้าคงที่ ผลการทดลองนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกื้อกูล วงศ์พานิช²⁴ และอังคณา โรจนไพบุลย์²⁵ ที่พบว่า การประเมินคุณค่าสินค้าของผู้ขายก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จากผลการวิจัยครั้งนี้กับผลการวิจัยของ เกื้อกูล และอังคณา ที่ได้ออกมาสอดคล้องกัน แสดงว่าการต่อรองของผู้ซื้อไม่มีผลต่อการประเมินคุณค่าสินค้าของผู้ขาย จึงทำให้การประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายของผู้ขายไม่แตกต่างกัน

8. เปรียบเทียบการตัดสินใจขายของผู้ขายทั้ง 2 กลุ่ม

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ขายทั้ง 2 กลุ่มตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อไม่แตกต่างกัน ผลการทดลองนี้จึงปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 4 ที่กล่าวว่า ผู้ขายกลุ่มที่หนึ่งจะตัดสินใจขายให้กับผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งแม้อาราคาต่อรองจะแตกต่างจากระดับความคาดหวัง แต่ผู้ขายกลุ่มที่สองจะตัดสินใจขายเฉพาะเมื่อราคาค่าต่อรองใกล้เคียงกับระดับความคาดหวังเท่านั้น

24 เกื้อกูล วงศ์พานิช เรื่องเดิม, หน้า 55, 61.

25 อังคณา โรจนไพบุลย์ เรื่องเดิม, หน้า 40.

การที่ผู้ชายทั้ง 2 กลุ่มตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อไม่แตกต่างกันแสดงว่าผู้ชายส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงผลตอบแทนที่จะได้รับจากเงื่อนไขการตลาดที่ผู้วิจัยกำหนดให้ เพราะถ้าผู้ชายคำนึงถึงผลตอบแทนผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งน่าจะตัดสินใจขายให้ผู้ซื้อคนใดคนหนึ่ง เนื่องจากได้รับการวางเงื่อนไขว่าถ้าขายสินค้าได้จะแบ่งเงินในครึ่งหนึ่งของราคาขาย แต่ผู้ชายไม่ได้จะไม่ได้รับผลตอบแทนเลย แต่ผลในการทดลองครั้งนี้พบว่าผู้ชายส่วนใหญ่ตัดสินใจโดยไม่ได้คำนึงถึงผลตอบแทน แต่ตัดสินใจขายไปตามความเหมาะสมในการต่อรองของผู้ซื้อ เมื่อสำรวจแบบสอบถามตอนที่ 3 ก็พบว่าผู้ชายส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการขายสินค้าครั้งนี้เป็นการขายจริง ๆ มีผู้ชายเพียงส่วนน้อยที่คิดว่าเป็นการขายไปตามคำสั่งชี้แจงหรือเป็นการเล่นเกมชนิดหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นผู้ชายส่วนใหญ่จึงมีความรู้สึกว่าการขายสินค้าของตนจริง ๆ จึงนำความรู้สึกเกี่ยวกับกำไรและขาดทุนมาพิจารณาในการตัดสินใจขายสินค้า เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ชายทั้ง 2 กลุ่มตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญอาจเป็นเพราะว่ามูลค่าของเงิน 5 บาท ซึ่งเป็นค่าตอบแทนที่ผู้วิจัยจะมอบให้กับผู้ชายกลุ่มที่สองที่ขายสินค้าไม่ได้ตามข้อตกลงที่ให้ไว้ก่อนขายสินค้านั้น มีค่ากับผู้ชายน้อยมากจนกระทั่งผู้ชายไม่คำนึงถึงก็เป็นได้

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย