

ผลการวิจัย

จากการสำรวจข้อมูล ผลปรากฏดังนี้คือ

ผู้ชายกลุ่มที่ 1 ซึ่งได้รับการวางเงื่อนไขไว้ว่า ถ้าชายไม่ได้จะไม่ได้รับเงินเลยนั้นปรากฏว่า ในจำนวนผู้ชาย 40 คน ตัดสินใจขายใหญ่ซื้อคนที่หนึ่งจำนวน 12 คน ขายใหญ่ซื้อคนที่สาม จำนวน 6 คน ขายใหญ่ซื้อคนที่สี่ จำนวน 6 คน และตัดสินใจไม่ขายสินค้า 16 คน

ผู้ชายกลุ่มที่ 2 ซึ่งได้รับการวางเงื่อนไขไว้ว่า ถ้าชายไม่ได้จะได้รับเงินเป็นค่าเหนื่อยในการขาย 5 บาท นั้น ปรากฏว่าในจำนวนผู้ชาย 40 คน ตัดสินใจขายใหญ่ซื้อคนที่หนึ่งจำนวน 15 คน ขายใหญ่ซื้อคนที่สามจำนวน 4 คน ขายใหญ่ซื้อคนที่สี่ จำนวน 3 คน และตัดสินใจไม่ขายสินค้า 18 คน

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้าที่ผู้ชายกำหนดให้ซื้อแต่ละคนมาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงในตารางที่ 1 และตารางที่ 2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของราคาหุ้น ราคาที่คาดว่าจะขายได้ และราคาเสนอขาย ใหญ่ขายเสนอให้แก่วุฒิชอแต่ละคนในผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง

การตัดสินใจของ ผู้ชาย	จำนวน สถิติ	สถิติ	ราคาหุ้นแก่วุฒิชอคนที่				ราคาค่ากวาขายได้แก่วุฒิชอคนที่				ราคาเสนอขายแก่วุฒิชอคนที่				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
ขายใหญ่ชอคนที่ 1	12	\bar{X} S.D.	13.42 6.40				16.58 7.28					20.92 9.16			
ขายใหญ่ชอคนที่ 3	6	\bar{X} S.D.	13.17 4.67	13.33 4.68	12.67 4.55		17.00 5.06	17.50 6.09	16.50 4.85			21.33 5.72	22.17 6.40	21.67 6.02	
ขายใหญ่ชอคนที่ 4	6	\bar{X} S.D.	12.17 4.02	12.00 4.15	11.83 4.26	12.00 4.15	17.83 3.87	18.00 4.05	18.17 3.97	16.33 4.13		22.33 5.05	22.5 5.13	23.00 4.86	23.33 5.12
ตัดสินใจไม่ขายสินค้า	16	\bar{X} S.D.	15.00 6.52	14.00 5.03	13.56 4.38	12.06 3.79	19.31 6.76	18.59 5.20	17.50 4.62	15.84 3.88		22.87 7.71	22.06 5.85	20.91 5.07	20.97 6.99

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

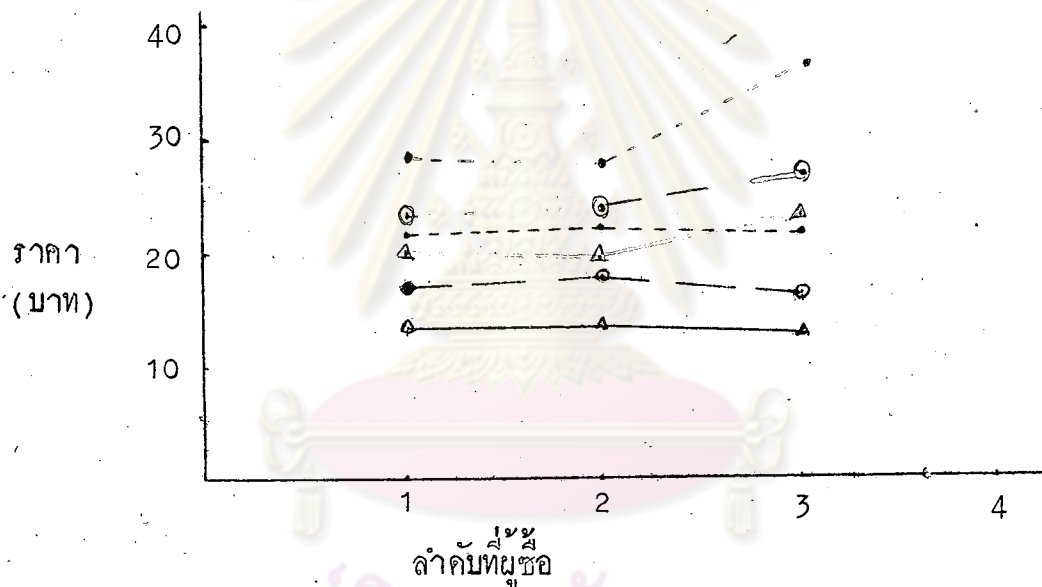
ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของราคาทุน ราคาควาขายได้ และราคาเสนอขายที่ผู้ขายเสนอให้
ผู้ซื้อแต่ละคนในผู้ขายกลุ่มที่สอง

การตัดสินใจ ของผู้ขาย	จำนวน	สถิติ	ราคาทุนของผู้ซื้อคนที่				ราคาควาขายได้แก่ผู้ซื้อคนที่				ราคาเสนอขายแก่ผู้ซื้อคนที่				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
ขายให้ผู้ซื้อคนที่ 1	15	\bar{X} S.D.	13.20 4.44				18.07 5.02					22.60 5.77			
ขายให้ผู้ซื้อคนที่ 3	4	\bar{X} S.D.	19.00 9.86	18.75 10.31	22.50 13.23		23.00 11.66	23.50 13.53	26.25 14.68			27.75 15.19	27.50 17.23	35.75 23.64	
ขายให้ผู้ซื้อคนที่ 4	3	\bar{X} S.D.	15.00 5.00	16.67 5.77	15.67 5.13	15.00 5.00	20.00 5.00	21.67 5.77	21.33 5.51	19.00 5.57		25.67 4.04	26.67 5.77	26.67 4.16	24.00 1.73
ตัดสินใจไม่ขาย	18	\bar{X} S.D.	16.56 5.40	16.33 4.89	16.00 5.20	14.94 4.81	21.28 7.40	21.72 7.03	20.94 6.87	19.14 5.46		25.94 8.15	26.56 8.49	25.67 7.35	24.67 7.01

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

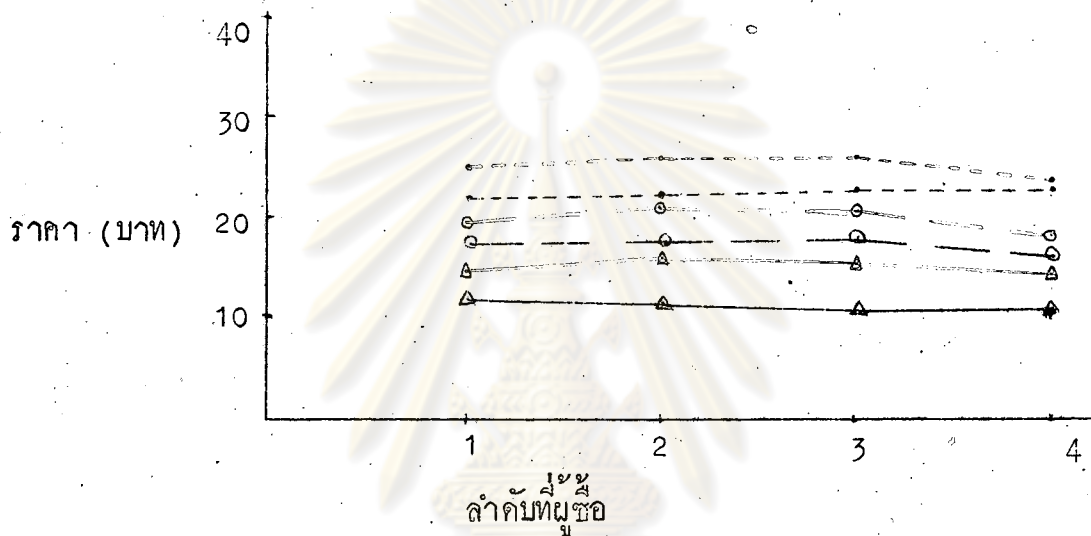
เพื่อให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำค่าเฉลี่ยจากตารางที่ 1 และตารางที่ 2 มาเสนอในรูปแบบเส้น ค้างแผนภูมิที่ 2 แผนภูมิที่ 3 และ แผนภูมิที่ 4

แผนภูมิที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของการตั้งราคาทุนสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ช่วยที่ตัดสินใจขายสินค้าให้ผู้ซื้อคนที่ 3

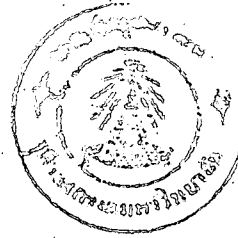


- ราคาทุนของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
 - - - ราคาทุนของผู้ชายกลุ่มที่สอง
 - ราคาที่สามารถจะขายได้ของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
 - - - ราคาที่สามารถจะขายได้ของผู้ชายกลุ่มที่สอง
 - ราคาเสนอขายของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
 - - - ราคาเสนอขายของผู้ชายกลุ่มที่สอง
- จำนวนผู้ช่วยที่ตัดสินใจขายของกลุ่มที่หนึ่ง เท่ากับ 6 คน
 จำนวนผู้ช่วยที่ตัดสินใจขายของกลุ่มที่สอง เท่ากับ 4 คน

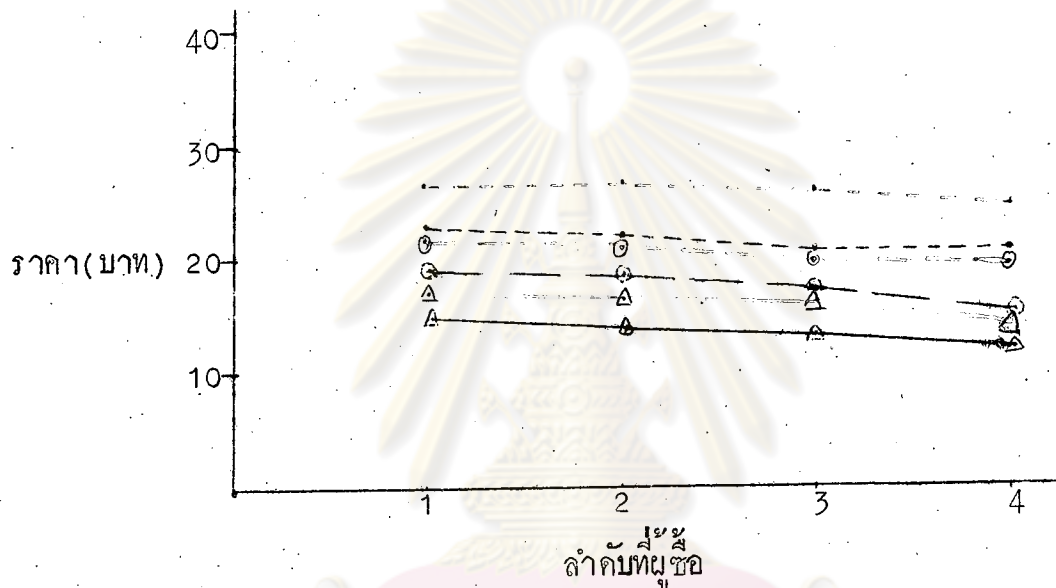
แผนภูมิที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยของการตั้งราคาหุ้นสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนที่ 4



- ราคาหุ้นของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
 - ▲— ราคาหุ้นของผู้ชายกลุ่มที่สอง
 - ราคาคาดหวังขายได้ของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
 - △— ราคาคาดหวังขายได้ของผู้ชายกลุ่มที่สอง
 - ราคาเสนอขายของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
 - △--- ราคาเสนอขายของผู้ชายกลุ่มที่สอง
- จำนวนผู้ชายที่ตัดสินใจขายของกลุ่มที่หนึ่ง เท่ากับ 6 คน
 จำนวนผู้ชายที่ตัดสินใจขายของกลุ่มที่สอง เท่ากับ 3 คน



แผนภูมิที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยของการตั้งราคาหุ้นสินค้า การตั้งระดับความคาดหวังราคา
ที่คาดว่าจะขายได้ และการตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อในกลุ่มผู้ชายที่
ตัดสินใจไม่ขายสินค้า



- ราคาหุ้นของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
- - - - - ราคาหุ้นของผู้ชายกลุ่มที่สอง
- ราคาที่คาดว่าจะขายได้ของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
- - - - - ราคาที่คาดว่าจะขายได้ของผู้ชายกลุ่มที่สอง
- ราคาเสนอขายของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง
- - - - - ราคาเสนอขายของผู้ชายกลุ่มที่สอง

จำนวนผู้ชายที่ตัดสินใจขายของผู้ชายกลุ่มที่หนึ่ง เท่ากับ 16 คน
จำนวนผู้ชายที่ตัดสินใจขายของผู้ชายกลุ่มที่สอง เท่ากับ 18 คน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้นพบว่า ในจำนวนผู้ชาย 40 คน มีผู้ชาย 12 คน ที่ตัดสินใจขายให้กับผู้ชายคนอื่นหนึ่ง โดยก่อนที่จะขายสินค้าผู้ชายใดตั้งราคา สินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้คือ ตั้งราคาทุนเท่ากับ 13.42 บาท ทั้งระดับความคาดหวังราคา ที่คาดว่าจะขายได้เท่ากับ 16.58 บาท และตั้งราคาเสนอขายเท่ากับ 20.92 บาท เมื่อผู้ชายคนอื่นหนึ่งต่อรองโดยขอลด 20 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 16.74 บาท ซึ่งมากกว่า ราคาที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้ ผู้ชายจึงตัดสินใจขายสินค้า

ผู้ชาย 6 คนที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ชายคนอื่นสามนั้น ก่อนที่จะขายสินค้าในครั้งที่สาม ผู้ชายใดตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้คือ ตั้งราคาทุนสินค้าเท่ากับ 12.67 บาท ราคา ที่คาดว่าจะขายได้เท่ากับ 16.50 บาท และตั้งราคาเสนอขายเท่ากับ 21.67 บาท เมื่อผู้ชายคนอื่นที่สามต่อรองโดยขอลด 40 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 13.00 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคา ที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้ แต่ผู้ชายก็ตัดสินใจขาย

ผู้ชาย 6 คนที่ตัดสินใจขายสินค้าให้กับผู้ชายคนอื่นสี่นั้น ก่อนที่จะขายสินค้าผู้ชายใด ตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้คือ ตั้งราคาทุนสินค้าเท่ากับ 12.00 บาท ราคาที่คาดว่าจะขายได้ เท่ากับ 16.33 บาท และตั้งราคาเสนอขายเท่ากับ 23.33 บาท เมื่อผู้ชายคนอื่นที่สี่ต่อรองโดยขอลด 50 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 11.67 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคา ที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้ และต่ำกว่าราคาทุน แต่ผู้ชายก็ตัดสินใจขาย

ส่วนผู้ชายอีก 16 คน ที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้น ผู้ชายตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ย ดังนี้คือ ตั้งราคาทุนสินค้าเท่ากับ 12.06 บาท ราคาที่คาดว่าจะขายได้เท่ากับ 15.84 บาท และราคาเสนอขายเท่ากับ 20.97 บาท เมื่อผู้ชายคนอื่นที่สี่ต่อรองโดยขอลด 50 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 10.49 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคา ที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้ และต่ำกว่าราคาทุนที่ผู้ชายตั้งไว้ด้วย ผู้ชายจึงตัดสินใจไม่ขาย

สำหรับกลุ่มผู้ชายกลุ่มที่สองนั้นพบว่า ในกลุ่มผู้ชาย 40 คน มีผู้ชาย 15 คน ที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนอื่นหนึ่ง โดยก่อนจะขายสินค้านั้นผู้ชายใดตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้คือ ตั้งราคาทุนสินค้าเท่ากับ 13.20 บาท ราคาที่คาดว่าจะขายได้เท่ากับ 18.07 บาท และตั้งราคาเสนอขายเท่ากับ 22.60 บาท เมื่อผู้ชายคนอื่นหนึ่งเข้ามาต่อรองโดยขอลด 20 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 18.08 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ใกล้เคียงกับราคา ที่ผู้ชายคาดว่าจะขายได้

มาก ผู้ชายจึงตัดสินใจขาย

ผู้ชาย 4 คน ที่ตัดสินใจขายให้กับผู้ซื้อคนที่สามนั้น ก่อนจะขายสินค้าผู้ชายได้ตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้คือ ตั้งราคาทุนเท่ากับ 22.50 บาท ราคาคาดว่าจะขายได้เท่ากับ 26.25 บาท และราคาเสนอขายเท่ากับ 35.75 บาท เมื่อผู้ซื้อคนที่สามเข้ามาต่อรองโดยขอลด 40 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 21.45 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายได้แต่ผู้ชายก็ตัดสินใจขาย

ผู้ชาย 3 คน ที่ตัดสินใจขายให้กับผู้ซื้อคนที่สี่นั้น ก่อนจะขายสินค้าผู้ชายได้ตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้คือ ตั้งราคาทุนเท่ากับ 15.00 บาท ราคาคาดว่าจะขายได้เท่ากับ 19.00 บาท และราคาเสนอขายเท่ากับ 24.00 บาท เมื่อผู้ซื้อคนที่สี่เข้ามาต่อรองโดยขอลด 50 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 12.00 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายได้มากแต่ผู้ชายก็ตัดสินใจขาย

สำหรับผู้ชายอีก 18 คน ที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้น ผู้ชายได้ตั้งราคาสินค้าโดยเฉลี่ยดังนี้คือ ตั้งราคาทุนเท่ากับ 14.94 บาท ราคาคาดว่าจะขายได้เท่ากับ 19.14 บาท และราคาเสนอขายเท่ากับ 24.67 บาท เมื่อผู้ซื้อคนที่สี่เข้ามาต่อรองโดยขอลด 50 % คือเสนอราคาซื้อเท่ากับ 12.34 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เขาจะขายได้และต่ำกว่าราคาทุนที่ผู้ชายตั้งไว้ ผู้ชายจึงตัดสินใจไม่ขาย

เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติเกี่ยวกับการตั้งราคาทุนสินค้า ราคาที่เขาจะขายได้และราคาเสนอขายของผู้ชายก่อนการต่อรองของผู้ซื้อแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้าที่ผู้ชายกำหนดให้ผู้ซื้อแต่ละคนมาเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน และเมื่อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติก็นำไปทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแต่ละคู่ โดยวิธีการจัดลำดับกลุ่มแบบนิวแมน คูสต์ ดังแสดงผลในตารางที่ 3 ตารางที่ 4 และตารางที่ 5

ตารางที่ 3 ตารางสรุปค่าเอฟ การตั้งราคาทุนสินค้า และสรุปความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแต่ละคู่ตามวิธีนิวแมน คูสต์

การตัดสินใจของผู้ชาย		N	F	df	ผลการทดสอบตามวิธีนิวแมน คูสต์**
กลุ่มที่ 1	ตัดสินใจชายใหญ่ช็อคคนที่ 3	6	1.11	2,10	1 2 3
	ตัดสินใจชายใหญ่ช็อคคนที่ 4	6	0.23	3,15	1 2 3 4
	ตัดสินใจไม่ชายสินค้า	16	5.85 *	3,45	1 2 3 4
กลุ่มที่ 2	ตัดสินใจชายใหญ่ช็อคคนที่ 3	4	0.91	2,6	1 2 3
	ตัดสินใจชายใหญ่ช็อคคนที่ 4	3	1.00	3,6	1 2 3 4
	ตัดสินใจไม่ชายสินค้า	18	4.95 *	3,51	1 2 3 4

*P < .01

** ตัวเลขแทนลำดับที่ผู้ช้อ ลำดับที่ผู้ขายบนเส้นใต้เดียวกันไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01

ผลจากตารางที่ 3 จะเห็นว่า ในผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้นผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ชายสินค้าตั้งราคาทุนสินค้าให้กับผู้ช้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01 [ค่า F วิกฤต ($F_{3,45}$) = 4.25] ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบระหว่างค่าเฉลี่ยตามวิธีนิวแมน คูสต์ พบว่า ภายหลังผู้ช็อคคนที่ 3 คอรองผู้ชายได้ตั้งราคาทุนสินค้าในการต่อรองกับผู้ช็อคคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ช็อคคนที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สำหรับคนอื่น ๆ ไม่พบว่าการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับผู้ชายกลุ่มที่สองนั้นผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ชายสินค้าตั้งราคาสินค้าให้กับผู้ช้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 [ค่า F วิกฤต ($F_{3,51}$) เท่ากับ 4.20] ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบระหว่างค่าเฉลี่ยตามวิธีนิวแมน คูสต์ พบว่า ภายหลังผู้ช็อคคนที่ 3 คอรองผู้ชายได้ตั้งราคาทุนสินค้าในการต่อรองกับผู้ช็อคคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ช็อคคน

ที่ 1 และคนที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สำหรับคู่อื่น ๆ ไม่พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4 ตารางสรุปค่าเอฟ การตั้งราคาที่สามารถจะขายได้ และสรุปความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแต่ละคู่ตามวิธีนิวแมน คูลส์

การตัดสินใจของผู้ชาย		N	F	df	ผลการทดสอบตามวิธีนิวแมน คูลส์**
กลุ่มที่ 1	ตัดสินใจขายใหม่ขอคนที่ 3	6	0.79	2,10	1 2 3
	ตัดสินใจขายใหม่ขอคนที่ 4	6	1.91	3,15	1 2 3 4
	ตัดสินใจไม่ขายสินค้า	16	8.30*	3,45	1 2 3 4
กลุ่มที่ 2	ตัดสินใจขายใหม่ขอคนที่ 3	4	0.41	2,6	1 2 3
	ตัดสินใจขายใหม่ขอคนที่ 4	3	2.52	3,6	1 2 3 4
	ตัดสินใจไม่ขายสินค้า	18	8.26*	3,51	1 2 3 4

*P < .01

** ตัวเลขแทนลำดับที่ผู้ขอ ลำดับที่อยู่บนเส้นใต้เดียวกันไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01

ผลจากตารางที่ 4 จะเห็นว่า ในผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้นผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้าตั้งราคาที่สามารถจะขายได้ให้กับผู้ขอแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01 [ค่า F วิฤต ($F_{3,45}$) = 4.25] ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบระหว่างคู่ค่าเฉลี่ยตามวิธีนิวแมน คูลส์ พบว่า ภายหลังจากผู้ขอคนที่ 3 ตอรองผู้ชายได้ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่สามารถจะขายได้ในการตอรองกับผู้ขอคนที่ 4 ต่ำกว่าผู้ขอคนที่ 1 และคนที่ 2

อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สำหรับคู่อื่น ๆ ไม่พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับผู้ชายกลุ่มที่สองนั้นผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้าตั้งราคาที่เขาคิดว่าจะขายได้ให้กับผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 [ค่า F วิกฤต ($F_{3,51}$) = 4.20] ซึ่งเมื่อนำมาทดสอบระหว่างคู่ค่าเฉลี่ยตามวิธี นิวแมน คูลส์ พบว่า ภายหลังจากที่ผู้ซื้อคนที่ 3 ทอรองผู้ชายได้ตั้งระดับความคาดหวังราคาที่เขาคิดว่าจะขายได้ในการทอรองกับผู้ซื้อคนที่ 4 ค่ากว่าผู้ซื้อคนที่ 1 คนที่ 2 และ คนที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สำหรับคู่อื่น ๆ ไม่พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ตารางสรุปค่าเอฟ การตั้งราคาเสนอขาย และสรุปความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแต่ละคู่ตามวิธีนิวแมน คูลส์

การตัดสินใจของผู้ชาย	N	F	df	ผลการทดสอบตามวิธีนิวแมน คูลส์*	
กลุ่มที่ 1	ตัดสินใจขายใหญ่ซื้อคนที่ 3	6	0.89	2,10	1 2 3
	ตัดสินใจขายใหญ่ซื้อคนที่ 4	6	0.39	3,15	1 2 3 4
	ตัดสินใจไม่ขายสินค้า	16	1.69	3,45	1 2 3 4
กลุ่มที่ 2	ตัดสินใจขายใหญ่ซื้อคนที่ 3	4	0.91	2,6	1 2 3
	ตัดสินใจขายใหญ่ซื้อคนที่ 4	3	1.12	3,6	1 2 3 4
	ตัดสินใจไม่ขายสินค้า	18	2.78	3,51	1 2 3 4

*ตัวเลขแทนลำดับที่ผู้ซื้อ ลำดับที่อยู่บนเส้นใต้เดียวกันไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05

ผลจากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าผู้ชายทุกคนตั้งราคาเสนอขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เกี่ยวกับความรู้สึกเชิงเป็นธรรมและพอใจของผู้ชายต่อวิธีการครองของผู้ขอแต่ละคนนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 มาวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยให้คะแนนความรู้สึกดังนี้ คือ รู้สึกเป็นธรรม ให้ 3 คะแนน รู้สึกไม่คอยเป็นธรรม ให้ 2 คะแนน รู้สึกไม่เป็นธรรมเลย ให้ 1 คะแนน และรู้สึกพอใจให้ 3 คะแนน รู้สึกไม่คอยพอใจให้ 2 คะแนน รู้สึกโกรธมากให้ 1 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ก็นำมาทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ค่าเฉลี่ยความรู้สึกนั้น โดยใช้วิธีการจัดลำดับกลุ่มแบบนิวแมน-คูลส์ ก็แสดงผลในตารางที่ 6 และตารางที่ 7

ตารางที่ 6 ตารางค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้สึกเป็นธรรม และสรุปค่าเอฟ (F) รวมทั้งผลการทดสอบตามวิธีนิวแมน-คูลส์

การตัดสินใจของผู้ชาย	ผู้ขอคนที่ 1	ผู้ขอคนที่ 2	ผู้ขอคนที่ 3	ผู้ขอคนที่ 4	N	F	ผลการทดสอบตามวิธีนิวแมน-คูลส์**
กลุ่มที่ 1 ตัดสินใจชายผู้ขอคนที่ 1	3.00	-	-	-	12	-	-
ตัดสินใจชายผู้ขอคนที่ 3	2.667	2.167	1.833	-	6	8.83*	1 2 3
ตัดสินใจชายผู้ขอคนที่ 4	3.00	2.00	1.833	1.333	6	30.21*	1 2 3 4
ตัดสินใจไม่ชายสินค้า	2.812	1.938	1.813	1.250	16	64.23*	1 2 3 4
กลุ่มที่ 2 ตัดสินใจชายผู้ขอคนที่ 1	2.933	-	-	-	15	-	-
ตัดสินใจชายผู้ขอคนที่ 3	2.50	2.00	1.75	-	4	4.21	1 2 3
ตัดสินใจชายผู้ขอคนที่ 4	2.667	2.333	2.00	2.00	3	2.21	1 2 3 4
ตัดสินใจไม่ชายสินค้า	2.722	2.056	1.667	1.278	18	42.69*	1 2 3 4

*P < .01

** ตัวเลขแทนลำดับที่ผู้ขอ ลำดับที่อยู่บนเส้นใต้ คือพวกนี้ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01

ผลจากตารางที่ 6 จะเห็นว่าในผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้น ผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้
 ผู้ซื้อคนที่ 3 ผู้ซื้อคนที่ 4 และผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขาย มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่อ
 วิธีการต่อรองของผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และจากผลการ
 ทดสอบความวิหิงวแมน คูสต์ พบว่าผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนที่ 3 นั้น ผู้ชายมีความ
 รู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 1 แตกต่างกับผู้ซื้อคนที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ผู้ชายที่ตัดสินใจ
 ขายให้ผู้ชายคนที่ 4 นั้น ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 1 แตกต่างกับผู้ซื้อคนที่ 2, คนที่ 3
 และคนที่ 4 ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 2 แตกต่างกับผู้ซื้อคนที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญที่
 ระดับ .01 สำหรับผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้น ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 1 แตก
 ต่างกับผู้ซื้อคนที่ 2, คนที่ 3 และคนที่ 4 ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 2 แตกต่างกับ
 ผู้ซื้อคนที่ 1 และคนที่ 4 และผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 3 แตกต่างกับผู้ซื้อคนที่ 1
 และคนที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ในกลุ่มผู้ชายกลุ่มที่สองนั้น เฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้าเท่านั้นที่มีความ
 รู้สึกเชิงเป็นธรรมต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01
 และจากผลการทดสอบความวิหิงวแมน คูสต์ พบว่า ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อแต่ละคน แตกต่าง
 กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ผลจากตารางที่ 7 จะเห็นว่าในกลุ่มผู้ชายกลุ่มที่หนึ่งนั้น เฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจ
 ขายให้กับผู้ซื้อคนที่ 4 และผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายเท่านั้นที่มีความรู้สึกเชิงพอใจต่อวิธีการ
 ต่อรองของผู้ซื้อแต่ละคน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และจากผลการทดสอบ
 ความวิหิงวแมน คูสต์ พบว่าผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนที่ 4 นั้น ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้
 คนที่ 1 แตกต่างกับผู้ซื้อคนที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สำหรับผู้ชายที่ตัดสินใจไม่
 ขายสินค้านั้น ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 1 แตกต่างกับผู้ซื้อคนที่ 2, คนที่ 3 และคนที่ 4
 ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ซื้อคนที่ 2 แตกต่างกับผู้ซื้อคนที่ 1 และคนที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ
 .01

ส่วนในกลุ่มผู้ชายกลุ่มที่สองนั้นพบว่าเฉพาะผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้านั้น
 ที่มีความรู้สึกเชิงพอใจต่อวิธีการต่อรองของผู้ซื้อแต่ละคนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ

.01 และจากผลการทดสอบตามวิธีนิวแมน คูณได้ พบว่า ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ชอคนที่ 1 แตกต่างกับผู้ชอคนที่ 2, คนที่ 3 และคนที่ 4 ผู้ชายมีความรู้สึกต่อผู้ชอคนที่ 2 แตกต่างกับผู้ชอคนที่ 1, คนที่ 3 และคนที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ตารางที่ 7 ตารางค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้สึกเชิงพอใจ และสรุปค่าเอฟ (F)
รวมทั้งผลการทดสอบตามวิธีนิวแมน คูณได้

การตัดสินใจของผู้ชาย	ผู้ชอคนที่ 1	ผู้ชอคนที่ 2	ผู้ชอคนที่ 3	ผู้ชอคนที่ 4	N	F	ผลคูณทดสอบตามวิธีนิวแมน คูณได้**
กลุ่มที่ 1							
ตัดสินใจชายใหญ่ชอคนที่ 1	2.917	-	-	-	12	-	-
ตัดสินใจชายใหญ่ชอคนที่ 3	2.50	2.167	2.00	-	6	3.25	1 2 3
ตัดสินใจชายใหญ่ชอคนที่ 4	2.667	2.167	2.00	1.667	6	5.78*	1 2 3 4
ตัดสินใจไม่ชายสินค้า	2.750	2.063	1.875	1.625	16	30.00*	1 2 3 4
กลุ่มที่ 2							
ตัดสินใจชายใหญ่ชอคนที่ 1	3.00	-	-	-	15	-	-
ตัดสินใจชายใหญ่ชอคนที่ 3	2.25	2.00	2.00	-	4	1.13	1 2 3
ตัดสินใจชายใหญ่ชอคนที่ 4	2.667	2.00	2.00	1.667	3	2.79	1 2 3 4
ตัดสินใจไม่ชายสินค้า	2.611	2.222	1.833	1.667	18	24.62*	1 2 3 4

*P < .01

**ตัวเลขแทนลำดับที่ผู้ชอ ลำดับที่อยู่บนเส้นใต้เดียวกันไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01

เพื่อเปรียบเทียบความรู้สึกของผู้ชายเกี่ยวกับการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขาย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 3 มาให้คะแนนดังนี้คือ รู้สึกว่าสินค้ามีคุณค่ามาก ให้คะแนน 3 คะแนน มีคุณค่าปานกลาง ให้ 2 คะแนน และมีค่าน้อย ให้ 1 คะแนน จากนั้นนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ดังแสดงผลในตารางที่ 8, ตารางที่ 9, ตารางที่ 10 และตารางที่ 11

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขาย ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายใหญ่ข้อคนที่ 1

ความรู้สึกของผู้ชายด้านต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ยจากการประเมิน		t
	ก่อนการขาย	หลังการขาย	
กลุ่มที่ 1			
คุณค่าของสินค้า	2.25	2.25	0
ความจำเป็นและมีประโยชน์	2.08	2.17	1.00
ความชอบในสินค้า	2.42	2.42	0
ความน่าซื้อของสินค้า	2.00	2.08	1.00
กลุ่มที่ 2			
คุณค่าของสินค้า	2.20	2.20	0
ความจำเป็นและมีประโยชน์	2.00	2.13	1.00
ความชอบในสินค้า	2.40	2.33	-1.03
ความน่าซื้อของสินค้า	2.00	2.07	0.59

ผลที่ได้จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้สึกรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายให้ผู้ชายคนที่ 3

ความรู้สึกของผู้ชายคนต่างๆ	ค่าเฉลี่ยจากการประเมิน		t
	ก่อนการขาย	หลังการขาย	
กลุ่มที่ 1 คุณค่าของสินค้า	2.17	2.00	-1.00
ความจำเป็นและมีประโยชน์	2.00	1.83	0.35
ความชอบในสินค้า	2.33	2.33	0
ความน่าซื้อของสินค้า	2.00	2.00	0
กลุ่มที่ 2 คุณค่าของสินค้า	2.50	2.50	0
ความจำเป็นและมีประโยชน์	1.75	2.00	1.00
ความชอบในสินค้า	2.50	2.25	-1.00
ความน่าซื้อของสินค้า	2.25	2.00	-1.00

ผลที่ได้จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขาย ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายใหญ่ชอคนที่ 4

ความรู้สึกของผู้ขายคนต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ยจากการประเมิน		t
	ก่อนการขาย	หลังการขาย	
<u>กลุ่มที่ 1</u> คุณค่าของสินค้า	2.00	2.00	0
ความจำเป็นและมีประโยชน์	1.67	1.50	-1.00
ความชอบในสินค้า	2.33	2.00	-1.84
ความน่าซื้อของสินค้า	1.83	2.00	1.00
<u>กลุ่มที่ 2</u> คุณค่าของสินค้า	2.00	2.00	0
ความจำเป็นและมีประโยชน์	2.00	1.67	-1.00
ความชอบในสินค้า	2.33	2.33	0
ความน่าซื้อของสินค้า	2.00	2.00	0

ผลที่ได้จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลัง:
กระบวนการขาย ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า

ความรู้สึกของผู้ชายด้านต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ยจากการประเมิน		t
	ก่อนการขาย	หลังการขาย	
<u>กลุ่มที่ 1</u> คุณค่าของสินค้า	2.19	2.25	0.54
ความจำเป็นและมีประโยชน์	2.25	2.13	-1.00
ความชอบในสินค้า	2.06	2.06	0
ความน่าซื้อของสินค้า	1.75	1.88	1.00
<u>กลุ่มที่ 2</u> คุณค่าของสินค้า	2.39	2.33	-0.42
ความจำเป็นและมีประโยชน์	2.00	2.11	1.00
ความชอบในสินค้า	2.44	2.28	-1.78
ความน่าซื้อของสินค้า	1.94	1.89	-0.42

ผลที่ได้จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ชายทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งได้รับการวางเงื่อนไขต่างกัน ผู้วิจัยจึงนำจำนวนผู้ชายของทั้งสองกลุ่มมาวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ดังแสดงผลในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ของการตัดสินใจชาย ของผู้ชายทั้ง 2 กลุ่ม

การตัดสินใจของผู้ชาย	กลุ่มที่หนึ่ง	กลุ่มที่สอง	รวม	χ^2
ตัดสินใจชายใหญ่ช็อคคนที่ 1	12	15	27	1.86
ตัดสินใจชายใหญ่ช็อคคนที่ 3	6	4	10	
ตัดสินใจชายใหญ่ช็อคคนที่ 4	6	3	9	
ตัดสินใจไม่ชายสินค้า	16	18	34	
รวม	40	40	80	

ผลจากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่า ค่า χ^2 จากตารางน้อยกว่าค่า χ^2 วิฤต ($\chi^2_{3, .05} = 7.81$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าผู้ชายทั้ง 2 กลุ่ม ตัดสินใจชายสินค้าให้กับผู้ซื้อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย