

สรุปผลการ ทดลองและเสนอแนะ

ความมุ่งหมายการ ทดลองครั้งนี้ เพื่อศึกษาการตั้งระดับความคาดหวังในการตัดสินใจของผู้ชายเมื่อถูกผู้ซื้อต่อรองในอัตรา ๕๐ % ทั้งยังศึกษาถึงความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่ออัตราต่อรองนี้ และอัตราต่อรองนี้มีผลต่อการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังการต่อรองอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างประชากร คือนิสิตปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่สนใจสมัคร เข้าร่วมทดลอง จำนวน ๓๕ คน

เครื่องมือที่ใช้ เป็นสภาพการขายสินค้าที่ผู้ทดลองสร้างขึ้น โดยกำหนดให้นิสิตจากกลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นผู้ขายสินค้าที่ผู้ทดลองจัดหาให้ คือด้วยชาพร้อมจานรองหนึ่งใบ ผู้ซื้อจำนวน ๔ คน ซึ่งผู้ทดลองจัดเตรียมให้เข้าศึกษาซื้อทีละคน และใช้อัตราต่อรอง ๕๐ % ในการตกลงซื้อขาย

การวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าเฉลี่ยการประมาณราคาทุน การตั้งราคาเสนอขายและการตั้งระดับราคาต่ำกว่าขายได้ ที่ผู้ขายกำหนดให้ผู้ซื้อแต่ละคนในจำนวน ๔ คน แล้ววิเคราะห์ความแปรปรวนราคาเหล่านี้ ถาผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ก็ต้องใช้วิธีทดสอบการ จัดลำดับกลุ่มแบบนิวแมน - คูลส์ นอกจากนั้นใช้การวิเคราะห์ไคสแควร์ ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเชิงเป็นธรรมและพอใจของผู้ชายที่มีต่อการต่อรองแต่ละครั้ง รวมทั้งหาความสัมพันธ์ในการประเมินคุณค่าก่อนและหลังการต่อรอง

ผลการ ทดลองพบว่า

๑. การต่อรองของผู้ซื้อในอัตรา ๕๐ % มีผลให้ผู้ชายจำนวน ๓ คนตัดสินใจ

ขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อคนที่ ๔ ที่เหลือ ๓๒ คนตัดสินใจไม่ขาย

๒. การต่อรองของผู้ซื้อแต่ละครั้งในอัตรา ๕๐ % มีผลให้

๒.๑ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า ผู้ขายลดการประมาณราคาหุ้นสินค้าลงเรื่อย ๆ ภายหลังจากต่อรองแต่ละครั้ง

ส่วนกลุ่มตัดสินใจขายสินค้าการประมาณราคาหุ้นภายหลังจากต่อรองครั้งที่ ๑ เท่านั้นที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด ที่ระดับนัยสำคัญ .๐๕

๒.๒ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า ผู้ขายตั้งราคาเสนอขายลดลงเรื่อย ๆ ภายหลังจากต่อรองแต่ละครั้ง

ส่วนกลุ่มตัดสินใจขายสินค้า การตั้งราคาเสนอขายครั้งที่ ๑ ถึง ๓ เท่านั้นที่ลดลงเรื่อย ๆ แต่ครั้งที่ ๔ กลับเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ที่ระดับนัยสำคัญ .๐๕

๒.๓ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า ผู้ขายตั้งระดับราคาคาดหวังว่าจะขายได้ลดลงเรื่อย ๆ ภายหลังจากต่อรองแต่ละครั้ง

ส่วนกลุ่มตัดสินใจขายสินค้า การตั้งระดับราคาคาดหวังว่าจะขายได้ในครั้งที่ ๓ และ ๔ เท่านั้นที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด ที่ระดับนัยสำคัญ .๐๕

๓. การต่อรองของผู้ซื้อในอัตรา ๕๐ % นี้ ผู้ขายไม่พอใจและรู้สึกที่ไม่ให้ความเป็นธรรมแก่ตน และความรู้สึกทั้งสองอย่างนี้ไม่เปลี่ยนแปลงเลยตลอดภายหลังจากต่อรองทุกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญ .๐๑

๔. ผู้ขายประเมินคุณค่าสินค้าทั้งก่อนและหลังการต่อรองอัตรา ๕๐ % ในกระบวนการขายไปในทางดี มีคุณค่า น่าซื้อ และมีประโยชน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .๐๑

### ขอเสนอแนะ

๑. การทดลองครั้งต่อไปควร เปลี่ยนเงื่อนไขค่าตอบแทนแก่ผู้ชาย เป็นเงินจำนวนคงที่ไม่ว่าผู้ชายจะขายไก่หรือไม่ ขายไก่เท่าไร เพื่อเปรียบเทียบผลการตั้งระดับความคาดหวังในการตัดสินใจขายกับการทดลองครั้งนี้
๒. ควรศึกษาการตั้งระดับความคาดหวังในการตัดสินใจขายสินค้า กรณีผู้ซื้อเพิ่มอัตราต่อรองขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อเปรียบเทียบกับการทดลองครั้งนี้
๓. ควรศึกษาเปรียบเทียบการตั้งระดับความคาดหวังในการตัดสินใจขายสินค้านี้ระหว่างเพศ เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ขายสินค้า
๔. ควรศึกษาเปรียบเทียบการตั้งระดับความคาดหวังในการตัดสินใจขายสินค้าที่มีจำนวนผู้ซื้อแตกต่างกันออกไป เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้กับการทดลองครั้งนี้
๕. ควรศึกษาว่าอัตราต่อรองใดที่ผู้ชายพอใจและรู้สึกว่าเป็นธรรมมากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่การตกลงซื้อขายกันได้

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย