

การอภิปรายผลการทดลอง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการทดลองครั้งนี้พบว่า การทดลองของผู้ซื้อแต่ละครั้งในอัตรา ๕๐ % สามารถแยกผู้ขายออกได้เป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มที่ตัดสินใจขายสินค้าและกลุ่มที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า

ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายมีจำนวน ๓๒ คน พบว่าการทดลองของผู้ซื้อแต่ละครั้งในอัตรา ๕๐ % นี้ มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุนสินค้า ตั้งราคาเสนอขาย และตั้งระดับราคาต่ำกว่าขายได้ลดลงเรื่อย ๆ ภายหลังจากการทดลองแต่ละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .๐๕

ส่วนกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจขายมีจำนวน ๓ คน ทุกคนขายให้แก่ผู้ซื้อคนที่ ๔ จากผลการทดลองแต่ละครั้งของผู้ซื้อในอัตราเดียวกันนี้ มีผลให้ผู้ขายประมาณราคาทุนสินค้าภายหลังจากการทดลองครั้งแรกเท่านั้นที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด ส่วนการตั้งราคาเสนอขายในครั้งที่หนึ่งถึงสามลดลงเรื่อย ๆ แต่เมื่อถึงครั้งที่สี่กลับเพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัด สำหรับการตั้งระดับราคาต่ำกว่าขายได้ครั้งที่สามและสี่เท่านั้นที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดที่ระดับนัยสำคัญ .๐๕

สำหรับคำตอบจากแบบสอบถามการประเมินคุณค่าสินค้าของผู้ขาย ก่อนและหลังกระบวนการขายที่ผู้ซื้อแต่ละคนทดลองในอัตรา ๕๐ % นั้นพบว่า ผู้ขายประเมินคุณค่าสินค้าทั้งสองครั้งไม่แตกต่างกัน ก็ยังคงเห็นว่าสินค้านี้ดี มีคุณค่า น่าซื้อ และมีประโยชน์เหมือนกัน แต่อัตราทดลองนี้ ผู้ขายไม่พอใจและรู้สึกว่าเป็นการทดลองที่ไม่เป็นธรรม ความรู้สึกทั้งสองอย่างนี้ของผู้ขายคงเค็มไม่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของการทดลองทั้ง ๔ ครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญ .๐๑

การอภิปรายจึงดำเนินไปตามผลดังกล่าวมานี้

ในการขายสินค้าครั้งนี้ ผู้ขายย่อมต้องกำหนดเป้าหมายราคาที่ต้องการขาย ได้วาทกรรมเป็นเท่าไรก่อนเสมอ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ นั่นคือผู้ขายตั้งระดับความคาดหวัง ในรูปราคาตลาดขายได้ (ราคา ค.) แต่การตั้งราคา ค.นี้ ผู้ขายตั้งขึ้นจากราคาทุน (ราคา ท.) บวกกำไรที่ต้องการ และขณะเดียวกันผู้ขายก็ยอมรับหนี้ถึงบทบาทผู้ซื้อในเรื่องการต่อรอง ผู้ขายจึงต้องเพิ่มส่วนเผื่อเพื่อการต่อรองเข้าไปในราคา ค. ซึ่งจะกลายเป็นราคาเสนอขาย (ราคา ข.) การกำหนดราคาเหล่านี้จึงสัมพันธ์กันดังนี้

$$\text{ราคา ค.} = \text{ราคา ท.} + \text{กำไรที่ต้องการ}$$

$$\text{ราคา ข.} = \text{ราคา ท.} + \text{กำไรที่ต้องการ} + \text{ส่วนเพิ่มเพื่อการต่อรอง}$$

ดังนั้นในกรณีที่ผู้ขายกำหนดราคาตามเกณฑ์ ราคาต่ำสุดคือราคา ท. ถัดมาราคา ค. และสูงสุดคือ ราคา ข.

ในการทดลองครั้งนี้ผู้ขายไม่ทราบข้อมูลรายละเอียดราคาสินค้า ดังนั้นทั้งการประมาณราคา ท. การตั้งราคา ค. และราคา ข. ผู้ขายต้องกำหนดขึ้นเอง ในการทดลองครั้งนี้ พบว่าผู้ขายใช้หลักเกณฑ์กำหนดราคาดังนี้ ๒๒.๓๖ % ตั้งตามคุณค่าสินค้าโดยตรง ๓๔.๒๘ % ตั้งโดยการคาดคะเนเอาเอง และ ๒.๔๕ % ตั้งตามประสบการณ์ แล้วกำหนดให้แก่ผู้ซื้อคนแรก แต่ในการกำหนดครั้งต่อไป ผู้ขายได้ข้อมูลรายละเอียดจากการต่อรองมารวมในการพิจารณากำหนดระดับความคาดหวังในครั้งถัดไป จึงทำให้การกำหนดราคา ท. ราคา ข. และราคา ค. เปลี่ยนแปลงไป ถ้าการต่อรองมีผลต่อการตั้งระดับความคาดหวัง

การที่ผู้ขายจะตัดสินใจขายหรือไม่ขายอยู่ที่ว่า ระดับความคาดหวังของผู้ขาย (ระดับ ค.) สามารถปรับให้ตรงกับระดับความคาดหวังของผู้ซื้อ (ระดับ ข.) ได้หรือไม่ เพราะในการซื้อขาย ผู้ขายย่อมตั้งระดับ ค. สูง ขณะเดียวกันผู้ซื้อก็ต้อง

ระดับ ช.ต่ำ^{๑๑} ในขั้นต้น แต่เมื่อไรก็ตามที่มีการปรับระดับ ช. ให้เท่ากับหรือมากกว่าระดับ ค. การตกลงขายก็เกิดขึ้น แต่ระดับ ช. น้อยกว่าระดับ ค. ผู้ขายยังไม่ยอมตกลงเพราะในธุรกิจการขายยอมหวังกำไร^{๑๒} แต่ขณะเดียวกันผู้ขายก็ต้องการบรรลุเป้าหมายการขาย จึงต้องหันมาประเมินระดับ ค. ใหม่ โดยการพิจารณาว่าถ้าระดับ ค. เดิมสมจริงอยู่ ก็คงระดับ ค. เดิมไว้ แต่ถ้าเห็นว่าไม่สมจริง ก็ต้องปรับระดับ ค. ใหม่ ในการกำหนดราคาให้ผู้ซื้อคนถัดไป วัตถุประสงค์ที่ตัดสินใจ จะหมุนเวียนไปเรื่อย ๆ จนผู้ขายปรับระดับ ค. ให้เท่ากับหรือน้อยกว่าระดับ ช. กระบวนการขายจึงยุติ

การที่ผู้ขายตัดสินใจไม่ขายจำนวน ๓๒ คน ภายหลังจากต่อรองแต่ละครั้ง ในอัตรา ๕๐ ๕๑ เห็นได้ว่า ผู้ขายปรับระดับ ค. ลงมาเรื่อยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ การกำหนดราคา ท. ราคา ช. และราคา ค. จึงสูงสุดในครั้งแรกและลดลงเรื่อย ๆ หลังการต่อรองแต่ละครั้ง และลดลงต่ำสุดเมื่อกำหนดให้แก่มูลค่าคนที่ ๔ อันเป็นคนสุดท้าย เพราะขณะที่ผู้ขายได้รับข้อมูลรายละเอียดจากการต่อรองเพิ่มขึ้นการตั้งระดับ ค. ก็ลดลง แสดงให้เห็นว่าระดับ ค. ที่กำหนดในครั้งแรกตั้งอยู่บนรากฐานความไม่มั่นใจ เนื่องจากมีไคร่ทราบดีกว่าราคาสินค้าแท้จริง เมื่อได้รับการโน้มน้าวจิตใจจากฝ่ายตรงข้ามโดยวิธีต่อรอง ผู้ขายก็จะคล้อยตามโดยปรับระดับ ค. ลงเรื่อย ๆ และเป็นการลดที่เห็นได้ชัดในแต่ละครั้ง

การลดลงนี้เป็นการปรับระดับ ค. เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการขายนั่นเอง^{๑๓} ผลการทดลองก่อนนี้จึงสอดคล้องกับผลการทดลองของเบนตัน^{๑๔} ที่ว่าผู้ต่อรองที่เคย

^{๑๑} Siegel, Op.cit., p.77

^{๑๒} Cronbach, Op.cit., p. 70

^{๑๓} Ibid., pp. 9 - 11

^{๑๔} Benton, loc.cit.

ทั้งระดับ ค. ไวสูงในคอนตัน เมื่อเห็นว่าไม่สามารถตกลงกันได้ตามนั้น ก็จะปรับระดับ ค. ให้ลดลง และผลการตกลงนี้ยังสอดคล้องกับที่ไซเกล^{๑๕} อธิบายพฤติกรรม การต่อรองไว้ว่า ผู้ต่อรองสามารถรับทราบผลการทั้งระดับ ค. ของตนได้จากการตอบสนองของฝ่ายตรงข้าม กล่าวคือถ้าผู้ต่อรองได้รับผลการตอบสนองเชิงปฏิเสธคือไม่ตกลงตามระดับ ค. ก็ทราบได้ทันทีว่าระดับ ค. ของตนล้มเหลว ไม่สมจริง จึงจำเป็นต้องหาทางประนีประนอมกับฝ่ายตรงข้าม โดยการปรับระดับ ค. ใหม่ ผู้ชายในการทดลองนี้ก็เช่นกัน หลังถูกปฏิเสธโดยการเสนอราคาต่อรอง ๕๐ % มาแทน ก็ปรับระดับ ค. ลดลง อย่างไรก็ตามที่สุดผู้ชายกลุ่มนี้ก็ไม่สามารถปรับระดับ ค. ให้ตรงกับระดับ ข. การตกลงซื้อขายจึงไม่เกิดขึ้น

การที่ผู้ชายกลุ่มนี้ไม่ยอมปรับระดับ ค. ให้ตรงกับระดับ ข. ก็ด้วยเหตุผลที่ว่า ๔๐.๖๒ % เห็นว่าผู้ซื้อต่อรองห่างไกลจากราคา ค. ๓๑.๒๕ % เห็นว่าถ้ายอมตกลงขายให้ผู้ซื้อในราคานั้น ผู้ซื้อจะได้เปรียบมากเกินไป และ ๒๘.๑๓ % เห็นว่าราคาต่อรองของผู้ซื้อขาดความยุติธรรมคือ ต่ำมากเกินไป ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงตัดสินใจไม่ขาย ถ้ามาพิจารณาเหตุผลเหล่านี้ที่ละเอียดขอ พบว่าการตัดสินใจไม่ขายเพราะราคาต่อรองเพื่อซื้อ (ราคา ข.) ห่างไกลจากราคา ค. แสดงให้เห็นว่าผู้ชายยึดระดับ ค. ให้ทำหน้าที่เป็นเกณฑ์ตัดสินใจ และสอดคล้องกับคำกล่าวของคาโทนา^{๑๖} ที่ว่าระดับความคาดหวังทำหน้าที่เป็นเป้าประสงค์แรงจูงใจและตัวกระตุ้นในการตัดสินใจกระทำพฤติกรรม ดังนั้นเมื่อราคา ข. ไม่เป็นไปตามราคา ค. การตัดสินใจขายจึงไม่เกิด ส่วนเหตุผลที่ผู้ชายไม่ต้องการให้ผู้ซื้อได้เปรียบมากเกินไป ความจริงแล้วก็เป็นลักษณะพฤติกรรมทางจิตวิทยาระหว่างผู้ต่อรอง ซึ่งแต่ละฝ่ายพยายามแข่งขันกันมาดลประโยชน์ให้ฝ่ายตน

๑๕

Siegel, loc. cit.

๑๖

Katona, loc. cit.

มากที่สุด^{๑๗} โดยต่างฝ่ายต่างโน้มน้าวระคับความคาดหวังฝ่ายตรงข้ามให้มาอยู่ใกล้
 คนมากที่สุด เมื่อเห็นว่าไม่มีทางเป็นไปได้ก็ตัดสินใจไม่ขาย ส่วนผู้ให้เหตุผลว่าที่ไม่
 ขายเพราะอัตราต่อรองขาดความยุติธรรมนั้น แสดงให้เห็นว่าการปรับระคับ ค. ของ
 ผู้ขายมีใ้คุมขงบรรลู่เป้าหมายการขายอย่างเดี๋ยว แต่่นำราคาต่อรองมารวมในการประ
 เมีนระคับ ค. ควย โดยค่านึงคุณค่าสินค้าเป็นหลัก เมื่อเห็นวาระาคา ข. ต่ำเกินไป
 ถาตกลงขายจะขาดทุนเพราะการประเมีนคุณค่าสินค้ายังสูงอยู่ จึงตัดสินใจไม่ขาย

นอกจากนี้ผู้ขายกลุ่มนี้ยังมีความผูกพันต่อหน้าที่การขายในเชิงเป็นเจ้าของ
 อยู่มาก ดังเห็นได้จากคำตอบ ๕๔.๒๘ % รู้สึกว่าการทำหน้าที่ขายสินค้าครั้งนี้เป็นการ
 ขายสินค้าของตนเอง ความรู้สึกเกี่ยวกับกำไรขาดทุนจึงถูกนำมาพิจารณา เมื่อเห็นว่า
 ขายตามราคา ค. ไม่ได้จึงไม่ขาย อีก ๕.๗๑ % ทำหน้าที่ขายครั้งนี้เพื่อช่วยเหลือผู้
 ทดลองไม่มีผู้ซื้อคนใดทำหน้าที่ขายเพื่อหวังค่าตอบแทนตามเงื่อนไขในการทดลองที่วางไว้
 เหตุผลนี้เชื่อถือได้เพราะว่าถ้าผู้ขายมุ่งหวังค่าตอบแทนอย่างเดี๋ยว ทุกคนก็จะตัดสินใจ
 ขายไม่ว่าจะขายได้ในราคาเท่าไรก็ตาม แต่การทดลองครั้งนี้เขาไม่ขายควยเหตุผล
 ดังกล่าวคือ พิจารณากำไรขาดทุนที่จะได้รับ ในเมื่อสินค้านี้ผู้ขายรู้สึกว่ากลายเป็นของ
 ตนเอง

ส่วนกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจขายจำนวน ๓ คน พบว่าการต่อรองของผู้ซื้อใน
 อัตรา ๕๐ % มีผลใ้การประมาณราคา ท. และตั้งราคา ค. ลดลงเรื่อย ๆ ภายหลั
 การต่อรองแต่ละครั้งเช่นกัน แต่การลดจะชวบฮาบเพียงบางระยะเท่านั้น คือราคา ท.
 ภายหลัการต่อรองครั้งแรกเท่านั้นที่ลดชวบฮาบ เช่นเดียวกับราคา ค. ในครั้งที่ ๓
 และ ๔ เท่านั้นที่ลดชวบฮาบจากครั้งที่ ๑ สำหรับราคา ข. การลดลงจะเกิดในสาม
 ครั้งแรกเท่านั้น แต่ครั้งที่ ๔ กลับเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

เมื่อพิจารณาราคา ข. ครั้งที่ ๔ จะเห็นว่าแตกต่างออกไปจากราคาอื่น ๆ
 ซึ่งมีแต่ทางลดลง แม้แต่ราคา ค. ที่กำหนดพร้อมกันก็ไม่สูงตาม แสดงให้เห็นว่าผู้ขาย

^{๑๗} Cronbach, Op cit. pp. 69 - 70

กลุ่มนี้ทั้งราคา ข.ครั้งที่ ๔ เช่นนี้เพราะทราบอัตราการครอง ๕๐ % จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ๓ ครั้ง จึงเสนอราคา ข. สูงเพื่อราคา ข. จะได้อยู่ตรงหรือใกล้เคียงราคา ค. จึงเป็นเพียงกลวิธีที่ผู้ขายต้องการหาทางบรรลุเป้าหมายการซื้อขายเท่านั้น มิใช่ต้องการให้ระดับ ค. สูงขึ้น ด้วยเหตุผลที่ทราบนี้ผู้ขายน่าจะฉวยโอกาสเสนอราคาให้สูงกว่านี้ทำได้ แต่การที่ผู้ขายเสนอราคาที่ดีกว่าหลังครอง ๕๐ % แล้วจะตรงกับราคา ค. แสดงให้เห็นว่าผู้ขายกลุ่มนี้มีได้เป็นนักฉวยโอกาส แต่เขาทำไปเพื่อต้องการบรรลุเป้าหมายการขายเท่านั้น เมื่อพิจารณาพื้นฐานประสบการณ์ทางการขายสินค้าก็พบว่าสอดคล้องกันคือ ๔๕.๗๒ % ไม่มีประสบการณ์ทางการขายมาก่อน ๑๔.๒๘ % เคยมีบ้างเล็กน้อยนาน ๆ ครั้ง ความรู้สึกเห็นใจผู้ซื้อซึ่งตามปกติตนเองรับบทบาทนี้มากกว่า เมื่อต้องมาทำหน้าที่ขายความรู้สึกเห็นใจผู้ซื้อจึงเข้ามามีส่วนด้วย

การตัดสินใจขายของผู้ซื้อทุกคนให้เหตุผลว่าขายเพราะผู้ซื้อมีจำนวนจำกัด ทั้งที่ความจริงแล้วทุกคนยังไม่พอใจราคาที่ตกลงขายไป โดยทุกคนรู้สึกว่าการขายที่ขายได้ค่อนข้างต่ำ ไม่มีใครเห็นว่าขายได้ราคาดีหรือราคาเหมาะสมกับสินค้า แต่ต้องการบรรลุเป้าหมายการขายเมื่อราคา ข. มาใกล้เคียงราคา ค. จึงตัดสินใจขายความจริงแล้วทุกคนต้องการขายให้ไครราคาสูงกว่านี้

ในการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังการครองอัตรา ๕๐ % นี้พบว่า การครองในกระบวนการซื้อขายไม่มีผลเปลี่ยนแปลงระดับคุณค่าสินค้าจากการประเมินเลย ผู้ขายยังคงเห็นว่าสินค้านี้มีคุณค่า น่าซื้อ มีประโยชน์เหมือนเดิม จึงเป็นเหตุหนึ่งที่สนับสนุนให้ผู้ขายส่วนใหญ่ไม่ยอมปรับระดับ ค. ลงมายังราคา ข. เพราะการปรับระดับ ค. แต่ละครั้งผู้ขายคำนึงถึงลักษณะคุณค่าสินค้าด้วย

ในเรื่องความพอใจและความรู้สึกเป็นธรรมที่ผู้ขายมีต่ออัตราครอง ๕๐ % พบว่าอยู่ในระดับต่ำ นั่นคือผู้ขายไม่พอใจและรู้สึกว่าอัตราการครอง ๕๐ % นี้ไม่ให้ความเป็นธรรมแก่ตน ความรู้สึกดังกล่าวนี้ไม่เปลี่ยนแปลงเลยไม่ว่าจะถูกครองอัตรานี้ซ้ำกันถึง ๔ ครั้งก็ตาม นั่นแสดงว่าราคา ข. ยังอยู่ห่างไกลจากราคา ค. มากในทุกครั้ง

ถ้าผู้ชายตัดสินใจขายตามราคา ข. ก็ขาดทุน จากความรู้สึกดังนี้จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนให้ผู้ชายส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า

ผลการทดลองที่ผ่านมามีผลสอดคล้องกัน เมื่อผู้ชายตั้งระดับ ค. จากการพิจารณาคุณค่าลักษณะสินค้าเป็นส่วนใหญ่ไปในทางดี มีคุณค่า น่าซื้อและมีประโยชน์มากและตั้งเป็นราคา ข. โดยมีใญ่กว่าไรเกินควร แต่กลับถูกผู้ซื้อต่อรองในอัตรา ๕๐ % ซึ่งผู้ชายเห็นว่าไม่เป็นธรรมและความไม่พอใจก็เกิดขึ้น ผู้ชายส่วนใหญ่จึงตัดสินใจไม่ขาย แม้ว่าต้องสูญเสียค่าตอบแทนที่ควรจะได้รับในกรณีขายได้ เพราะถ้าขายไปก็ขาดทุน ซึ่งผู้ชายไม่ต้องการ เช่นนี้เพราะการทำหน้าที่ขายเป็นไปโดยเต็มใจและมีความรู้สึกต่อสินค้าที่ขายนั้นคล้ายเป็นของตน สำหรับกลุ่มตัดสินใจขายทั้งสามคน ทุกคนก็รู้สึกเช่นเดียวกันคือไม่ขายถ้าราคา ข. ต่ำกว่า ราคา ค. จึงใช้กลยุทธ์เสนอราคาสูงในขณะที่คิดว่าคาดหวังไว้ค่า ราคา ข. จึงใกล้เคียงกับราคา ค. การตัดสินใจขายจึงเกิดขึ้น

การทดลองครั้งนี้จึงตอบคำถามได้ว่า การต่อรองในอัตรา ๕๐ % มีผลให้ผู้ชายลดระดับ ค. ลงบ้าง แต่ไม่มีผลในการตัดสินใจขายให้ตามราคาต่อรองเสมอไป

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย