

การต่อราคาแบบควบคุมคงที่กับกระบวนการตัดสินใจขายสินค้า



นางสาวอังคณา โรจนไพบูลย์

006485

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๖

THE CONSTANT-FACTOR SCHEDULE OF BARGAINING AND

THE DECISION PROCESSES IN SELLING

Miss Aunkkema Rojanapaibul



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Education


Department of Psychology

Graduate School

Chulalongkorn University

1973

มัตถิควิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

  
.....  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการทรวบัณฑิตวิทยาลัย  
..... ประธานกรรมการ



..... กรรมการ

  
..... กรรมการ

..... กรรมการ

อาจารย์ผู้ควบคุมการวิจัย อาจารย์ ดร. ชัยพร วิชาวุธ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## กิติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์คร. ชัยพร วิชชาวุธ อาจารย์ผู้ควบคุมการวิจัย อาจารย์คร. จันทอ บรมบรรพต และอาจารย์กาญจนา คำสุวรรณ ที่ได้กรุณาตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์นี้จนสำเร็จลุล่วง นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณนางสาว อรวรรณ ปัญญาพล รวมทั้งลัคคาและคณะที่มีส่วนช่วยเหลือมาโดยตลอด



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

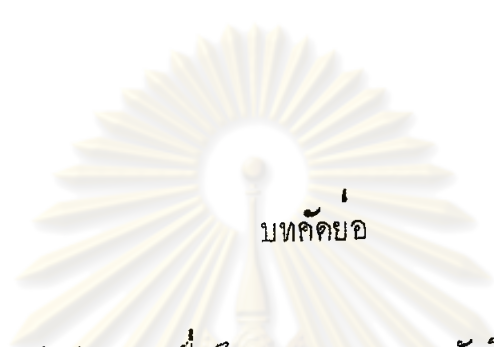
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย ... .. .	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ... .. .	ฉ
กิตติกรรมประกาศ ... .. .	ช
รายการตารางประกอบ ... .. .	ฅ
รายการภาพประกอบ ... .. .	ฉ
รายการแผนภูมิประกอบ ... .. .	ท
บทที่	
๑. บทนำ ... .. .	๑
ความมุ่งหมายของการศึกษา ... .. .	๒
ขอบเขตการศึกษา ... .. .	๒
ข้อตกลงเบื้องต้น ... .. .	๓
คำจำกัดความเฉพาะ ... .. .	๓
การวิจัยที่เกี่ยวข้อง ... .. .	๔
สมมติฐาน ... .. .	๑๑
๒. วิธีดำเนินงาน และการรวบรวมข้อมูล ... .. .	๑๒
กลุ่มตัวอย่างประชากร ... .. .	๑๒
เครื่องมือที่ใช้ ... .. .	๑๒
วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล ... .. .	๑๒
๓. การวิเคราะห์ข้อมูล ... .. .	๑๔
๔. การอภิปรายผลการทดลอง ... .. .	๔๑

	หน้า
๕. สรุปผลการทดลองและเสนอแนะ ... .. .	๔๔
บรรณานุกรม ... .. .	๕๑
ภาคผนวก ... .. .	๕๓
ประวัติการศึกษา ... .. .	๕๘



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์      การต่อรองราคาแบบตัวคูณคงที่กับกระบวนการตัดสินใจขายสินค้า  
ชื่อ                              นางสาวอังคณา โรจนไพบลีย์                              แขนกวิชา จิตวิทยา  
ปีการศึกษา                      ๒๕๑๕



บทคัดย่อ

ความมุ่งหมายการวิจัย เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจขายสินค้าของผู้ขาย เมื่อถูกผู้ซื้อแต่ละคนต่อรองในอัตรา ๕๐ % ของราคาเสนอขาย ตัวแปรตามในการศึกษาค้างนี้คือ การประมาณราคาทุน การตั้งราคาเสนอขาย การตั้งระดับราคาค้าควาขายได้ของผู้ขาย ความรู้สึกพอใจและความเป็นธรรมของผู้ขายที่มีต่ออัตราต่อรองนี้ รวมทั้งศึกษาการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายด้วย

ตัวแทนประชากรคือนิสิตปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน ๓๕ คน สภาพักการขายสินค้าในการทดลองครั้งนี้ ผู้ทดลองกำหนดให้นิสิตจากกลุ่มตัวอย่างทำหน้าที่เป็นผู้ขายทีละคน ผู้ซื้อเป็นบุคคลที่ได้จัดเตรียมไว้แล้วจำนวน ๔ คน เพื่อเข้าซื้อสินค้าทีละคน โดยจะซื้อในราคาต่อรอง ๕๐ % ของราคาเสนอขายเท่านั้น เพื่อควบคุมตัวแปรภายนอกจากผู้ซื้อที่จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ขาย การติดต่อกันระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อจึงใช้วิธีเขียนข้อความตอบโต้ส่งผ่านช่องที่เจาะไว้ริมฉากซึ่งกั้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนราคาทุน ราคาเสนอขาย และราคาค้าควาขายได้ ใช้การเปรียบเทียบลำดับกลุ่มผู้ซื้อระหว่างผู้ถูกผู้ขายกำหนดราคาทุน ราคาเสนอขาย ราคาค้าควาขายได้ให้ และใช้การทดสอบไคสแควร์ ของความรู้สึกพอใจและความเป็นธรรมของผู้ขายที่มีต่ออัตราต่อรองแต่ละครั้ง รวมทั้งใช้ในการทดสอบการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขาย

## ผลการวิจัย พบว่า

๑. การทดลองของผู้ขอแต่ละคนในอัตรา ๕๐ % ของราคาเสนอขาย มีผลให้แยกผู้ขายออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มที่ตัดสินใจไม่ขายจำนวน ๓๒ คน กับกลุ่มที่ตัดสินใจขายจำนวน ๓ คน

๑.๑ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายนั้น เพราะผู้ขายไม่สามารถปรับระดับความคาดหวังให้ตรงกับราคาต่อรองของผู้ขอได้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ผู้ขายจะตัดสินใจขายเมื่อปรับระดับความคาดหวังได้ตรงกับผู้ขอ

ส่วนภายหลังการทดลองแต่ละครั้ง ผู้ขายลดการประมาณราคาทุน ราคาเสนอขาย และราคาคาดหวังขายได้ลดลง เรื่อย ๆ จากการกำหนดครั้งที่หนึ่งถึงครั้งที่สี่ ( $P < .๐๕$ )

๑.๒ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจขายนั้น เพราะผู้ขายสามารถปรับระดับความคาดหวังให้ตรงกับราคาต่อรองของผู้ขอได้ จึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ผู้ขายจะตัดสินใจขายในการทดลองครั้งนี้

ส่วนภายหลังการทดลองของผู้ขอแต่ละครั้ง ผู้ขายลดการประมาณราคาทุนลง เฉพาะหลังการทดลองครั้งแรกเท่านั้น ส่วนราคาเสนอขายลดลง เรื่อย ๆ ในการกำหนดครั้งที่หนึ่งถึงสาม แต่ในครั้งที่สี่กลับเพิ่มขึ้น และราคาคาดหวังขายได้ก็จะมีเฉพาะการกำหนดครั้งที่สามและสี่เท่านั้นที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด ( $P < .๐๕$ )

๒. การทดลองในอัตรานี้ ผู้ขายไม่พอใจและเห็นว่าไม่ให้ความเป็นธรรมแก่ตน ความรู้สึกทั้งสองนี้ไม่เปลี่ยนแปลงเลยตลอดการทดลองทั้งสิ้นครั้ง ( $P < .๐๑$ )

๓. การทดลองในอัตรานี้ ไม่มีผลให้ผู้ขายเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณค่าสินค้าไปจากการประเมินครั้งแรกก่อนต่อรอง ( $P < .๐๑$ )



Thesis Title                The Constant - Factor Schedule of Bargaining  
                                 and the Decision Processes in Selling.

Name                        Miss Aunkkana Rojanapaibul    Department Psychology

Academic Year            1972

ABSTRACT

The purpose of this experiment was to study the relationship between the constant - factor schedule of bargaining and decision processes in selling. The subjects were thirty - five undergraduate students of the Faculty of Education, Chulalongkorn University, who volunteered for paid participation. Each subject was to sell a set of tea - cup and saucer to four potential buyers. The four potential buyers were scheduled by the experimenter to bargain with the sellers, one at a time, and bargained at 50% of each selling price offered. The dependent variables were obtained from the seller for cost estimates, selling prices offered, selling prices expected, decision to sell and the reactions to the bargaining schedule.

The major results were as follows :

1. Thirty - two sellers decided not to sell the tea - cup set and three sellers decided to sell to the fourth buyers.
  - 1.1 For the group who decided not to sell, cost estimate, Selling price offered and selling price expected decreased significantly from the first to the fourth buyers.

1.2 For the group who sold to the fourth buyers, cost estimate decreased from the first to the second buyers. The selling price offered decreased from the first to the third buyers but increased with the fourth buyers. The selling price expected decreased from the third to the fourth buyer significantly.

2. The sellers felt unsatisfied and felt that the buyers were unfair in their bargaining.

3. The sellers' evaluation of the tea - cup value after the process of selling was the same as what they had made before.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางประกอบ

ตารางที่

หน้า

๑	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของราคาทุน (ราคา ท.) ราคาเสนอขาย (ราคา ข.) และราคาตลาดขายได้ (ราคา ค.) ซึ่งผู้ขายกำหนดให้แก่ผู้ซื้อ จำนวน ๔ คน ... .. .	๑๕
๒	การวิเคราะห์ความแปรปรวนการประมาณราคาทุนสินค้าของผู้ขาย ก่อนการต่อรองแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า...	๒๑
๓	การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการประมาณราคาทุนสินค้าแต่ละคู่ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า โดยวิธี นิวแมน - คูลล์ ... .. .	๒๒
๔	การวิเคราะห์ความแปรปรวนการประมาณราคาทุนสินค้าของผู้ขาย ก่อนการต่อรองแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจขายสินค้า ...	๒๓
๕	การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการประมาณราคาทุนสินค้าแต่ละคู่ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจขายสินค้า โดยวิธีนิวแมน-คูลล์ ... .. .	๒๔
๖	การวิเคราะห์ความแปรปรวนการตั้งราคาเสนอขายก่อนการต่อรองแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า ... .. .	๒๕
๗	การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตั้งราคาเสนอขายแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า โดยวิธีนิวแมน-คูลล์ ... .. .	๒๖
๘	การวิเคราะห์ความแปรปรวนการตั้งราคาเสนอขายก่อนการต่อรองแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจขายสินค้า... .. .	๒๗
๙	การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตั้งราคาเสนอขายแต่ละคู่ ในกลุ่มผู้ขายที่ตัดสินใจขายสินค้า โดยวิธีนิวแมน - คูลล์	๒๘

๑๐	การวิเคราะห์ความแปรปรวนการตั้งระดับราคาตลาดว่าขายได้ก่อนการต่อรองแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า ...	๒๘
๑๑	การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตั้งระดับราคาตลาดว่าขายได้แต่ละคู่ ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจไม่ขายสินค้า โดยวิธีนิวแมน - คูลส์ ... .. .	๓๐
๑๒	การวิเคราะห์ความแปรปรวนการตั้งระดับราคาตลาดว่าขายได้ก่อนการต่อรองแต่ละครั้ง ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้า... ..	๓๑
๑๓	การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตั้งระดับราคาตลาดว่าขายได้แต่ละคู่ ในกลุ่มผู้ชายที่ตัดสินใจขายสินค้า โดยวิธีนิวแมน-คูลส์ ... .. .	๓๒
๑๔	แสดงจำนวนผู้ชายที่มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่ออัตราต่อรอง ๕๐ % ของผู้ซื้อแต่ละคนคิดเป็นร้อยละ ... .. .	๓๓
๑๕	การวิเคราะห์หาค่าไคสแควร์จำนวนผู้ชายที่มีความรู้สึกเชิงเป็นธรรมต่ออัตราต่อรอง ๕๐ % ของผู้ซื้อแต่ละคน... .. .	๓๔
๑๖	แสดงจำนวนผู้ชายที่มีความรู้สึกเชิงพอใจต่ออัตราต่อรอง ๕๐% ของผู้ซื้อแต่ละคนคิดเป็นร้อยละ ... .. .	๓๕
๑๗	การวิเคราะห์หาค่าไคสแควร์จำนวนผู้ชายที่มีความรู้สึกเชิงพอใจต่ออัตราต่อรอง ๕๐ % ของผู้ซื้อแต่ละคน... .. .	๓๖
๑๘	แสดงจำนวนผู้ชาย ในการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขายคิดเป็นร้อยละ... .. .	๓๗
๑๙	การวิเคราะห์หาค่าไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) จำนวนผู้ชาย ในการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและหลังกระบวนการขาย ... .. .	๔๐



๒๓

## รายการภาพประกอบ

ภาพ

หน้า

- |    |                                  |    |
|----|----------------------------------|----|
| ๑. | สินค้าที่ใช้ในการทดลอง . . . . . | ๑๓ |
| ๒. | ห้องทดลอง . . . . .              | ๑๔ |



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการ แผนภูมิประกอบ

แผนภูมิที่

หน้า

๑	กระบวนการตัดสินใจของผู้ชาย ... ..	๓
๒	แสดงค่าเฉลี่ยราคาทุน ราคาเสนอขาย ราคาควาขายได้ ก่อน การต่อรองแต่ละครั้ง... ..	๒๐
๓	แสดงร้อยละของจำนวนผู้ชายที่มีความรู้สึกเชิงเป็นขรรคต่ออัตรา ต่อรอง ๕๐ % ของผู้ขอแต่ละคน... ..	๓๓
๔	แสดงร้อยละของจำนวนผู้ชายที่มีความรู้สึกเชิงพอใจต่ออัตราต่อ รอง ๕๐ % ของผู้ขอแต่ละคน ... ..	๓๕
๕	แสดงร้อยละของจำนวนผู้ชาย ในการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและ หลังกระบวนการขาย (สินค้านี้มีคุณค่า).. ..	๓๘
๖	แสดงร้อยละของจำนวนผู้ชาย ในการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและ หลังกระบวนการขาย (สินค้านี้จำเป็นและมีประโยชน์)... ..	๓๘
๗	แสดงร้อยละของจำนวนผู้ชาย ในการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและ หลังกระบวนการขาย (สินค้านี้หาพบเจอชอบ).. ..	๓๙
๘	แสดงร้อยละของจำนวนผู้ชาย ในการประเมินคุณค่าสินค้าก่อนและ หลังกระบวนการขาย (สินค้านานาชื่อ) ... ..	๓๙

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย