

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสุรัสวดี น้อยอุบล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มกราคม 2549

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสุรัสวดี น้อยอุบล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มกราคม 2549

สุรัสวดี น้อยอุบล. (2549) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ

อิเล็กทรอนิกส์. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำผลของการวิจัยนำเสนอให้กับกรมบัญชีกลาง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงการคลัง ให้เป็นผู้รับผิดชอบดูแลและออกกฎระเบียบต่าง ๆ ในการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการต่างๆ เช่น รูปแบบการประมูล เทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูล ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยในการจัดซื้อจัดจ้าง และเพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่องของการประหยัดงบประมาณ ความสะดวก รวดเร็ว การลดอัตราการล้มประมูล และปัญหาการคอร์รัปชัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้ที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548 โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน คือ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การสุ่มตัวอย่างทำโดยกำหนดโควตาและการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน ใช้ t-test แบบ Independent ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกันโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 โดยเป็นเอกชน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านบุคลากร ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล ด้านมูลค่าของโครงการ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร และด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง พบว่ามีทัศนคติในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 , 3.75 , 3.83 , 3.15 , 3.64 และ 3.38 ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ามีทัศนคติในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 การประมูลด้วยระบบ e- Auction สามารถลดขั้นตอนการ

ปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน สามารถลดต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง และสามารถลดการยกเลิกหรือการล้มประมูลลงได้ ซึ่งนับได้ว่าประสบผลสำเร็จมากกว่ารูปแบบการประมูลแบบยื่นซอง

4. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างระหว่างปี พ.ศ. 2547 - 2548 จำแนกได้ดังนี้

ข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ต่ำสุด 1 ครั้ง สูงสุด 500 ครั้ง การจัดซื้อจัดจ้างเฉลี่ย 14.97 ครั้ง

ข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง มีมูลค่าต่ำสุด 1 ล้านบาท มูลค่าสูงสุด 10,000 ล้านบาท มี

งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างเฉลี่ย 161.65 ล้านบาท ข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction ต่ำสุด 1 ครั้ง

สูงสุด 120 ครั้ง ใช้การประมูลด้วยระบบ e-Auction เฉลี่ย 7.69 ครั้ง และ ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้ว

ถูกยกเลิก ต่ำสุดคือไม่มีการยกเลิก สูงสุด 20 ครั้ง ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก เฉลี่ย .38 ครั้ง

5. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความพึงพอใจกับรูปแบบการประมูลด้วยระบบ e-Auction เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล และอัตราค่าบริการของตลาดกลาง มีผลทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงกว่ารูปแบบการประมูลแบบยื่นซอง

และจากการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาค่าความแตกต่าง Independent t-test ข้อ 1 และหาความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ข้อ 2 - 4 ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่าง

2. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

FACTORS AFFECTING BUYING BEHAVIOR BY ELECTRONIC AUCTION

AN ABSTRACT

BY

MISS SURASSAWADEE NOIUBON

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in management
at Srinakharinwirot University

January 2006

Surassawadee Noiubon.(2006). *Factors affecting buying behavior by electronic auction*.

Master's Project, M.B.A.(Management).Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Assoc.Prof. Sirivan Serirat.

The purpose of this research is to take the result of the research to Comptroller General's Department which is the assigned sectors from Ministry of Finance to be responsible and issuing the rule and regulations in purchasing by the method of auction with electronic system of government sector for being the way in adjusting or changing several processes such as the model of auction , technologies used in auction , steps in implementing in order to make efficiency with electronic auction and effectiveness those linked with Thai Culture in purchasing. And for supporting the policy of the government in the subject of budget saving, convenience, fast, decreasing the rate of auction is cancelled and the problem of corruption.

The sample group is used in this research are currently users or have ever used by the method of electronic auction all over the countries between Year 2004 – 2005 by random the sampling in several steps those are Purposive sampling , Quota sampling , Convenience sampling. The method of sampling is applied by using questionnaire to collect the data. The statistical methods applied in data analysis were percentages, mean, standard deviation. And the analysis for different between 2 groups of sample's mean independently will be used by T-test independent , and for more than 2 groups will be used by One-way analysis of variance : F-test , for the relationship between 2 independent variables will be used by Pearson product moment correlation coefficient.

The results of research are concluded as follows :

1. The sampling are 400 respondents. The most respondents are male for 229 persons with percentages of 57.30, ages between 31 - 40 years old for 181 persons with percentages of 45.30. The most sellers will be 227 persons with percentages of 56.70 being the private for 230 persons with percentages of 57.50

2. Data about the attitude towards the completely in using the model of purchasing with the system of e-Auction in part of staffs, equipments and technologies, models and systems for auction, value of project, supportive of administrators and services in marketplace which found that the attitude in the good level by the average equals to 3.71, 3.75, 3.83, 3.15, 3.64 and 3.38 respectively.

3. Data about the attitude towards the successful of the auction with e-Auction, found that the attitude is in the good level by the average equals to 3.55. The auction with e- Auction can reduce the steps of the duplicate implementation, can reduce the cost of purchasing and can reduce cancelled of auction which is successful more than the model of the auction by bidding.

4. Data about the purchasing behavior between Year 2004 – 2005 can be classified as follow ; 1. The quantity of purchasing 1 time at the lowest and 500 times at the highest with 14.97 times by average. 2. the budget of purchasing has the lowest value is 1 million baht and the highest value is 10,000 million baht with the average budget 161.65 million baht. 3. The auction with the lowest e-Auction for 1 time and the highest for 120 times with using the system of e-Auction 7.69 times by average and 4. Using the system of e-Auction and be cancelled which has the lowest is no cancellation and the highest is 20 times. Using the system e-Auction and being cancelled .38 times by average.

5. Data about the satisfaction to the system of e-Auction, found that the total satisfaction is in the good level by having 3.75 in average. The satisfaction and the model of auction with the system of e-Auction when compare with the same model, the steps and the method of auction , rate of services charge of marketplace has affect to the higher of the satisfaction than the model of the auction by bidding.

From the assumption to find the differentiate of Independent T-test in No. 1 and finding Pearson Product Moment Correlation Coefficient in No. 2 - 4 as follow :

1. The characteristic of demographic such as the different of sex , ages , status and the type of the organization have affect to the purchasing behavior of the users at the significance level of .05

2. The attitude to the completely in using the model of purchasing those have relationship with the satisfaction to the auction with e-Auction at the significance level of .01

3. The attitude of the successful of the auction those have relationship with the satisfaction with the system of e-Auction at the significance level of .01

4. The purchasing behavior of users those have relationship with the satisfaction to the e-Auction at the significance level of .05

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสุวิมล น้อยอุบล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มกราคม 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ เดือน มกราคม พ.ศ. 2549

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย

จาก

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความช่วยเหลือ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่ได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกิตตา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถามแก้ไขเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณ XMBA รุ่นที่ 4 เพื่อน ๆ XMBA รุ่นที่ 5 ทั้งนี้รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก สนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยดีเสมอมา จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ของ บิดา มารดา ผู้ให้ความรัก กำลังใจ ความเมตตา ความห่วงใย และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชา ให้แก่ผู้วิจัย กระทั่งประสบความสำเร็จครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้ใช้เป็นประโยชน์สำหรับกรมบัญชีกลาง เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบ รูปแบบการประมูล เทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูล ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยในการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ต่อไป

สุรัสวดี น้อยอุบล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า	6
สมมติฐานในการวิจัย	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	12
ทฤษฎีความคาดหวัง	20
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	22
แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพ	26
ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace Service Provider)	27
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	28
การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)	37
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	60
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	61
การเก็บรวบรวมข้อมูล	66
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	66
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	73
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	120
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	123
อภิปรายผล	129
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	135
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	136
บรรณานุกรม	138
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	141
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	147
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย	149
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	150

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 การเปรียบเทียบรูปแบบการประมูล	43
2 เปรียบเทียบการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์กับการประมูลแบบเดิม	45
3 บทบาทและหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการ	46
4 อัตราค่าใช้จ่ายจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	49
5 ค่าใช้จ่ายเดินทางของผู้ให้บริการตลาดกลางฯ	49
6 รายชื่อผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์	50
7 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	74
8 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการจัดกลุ่มใหม่.	76
9 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านบุคลากร.	76
10 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี	77
11 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล	78
12 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านมูลค่าของโครงการ	79
13 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	80
14 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง	81
15 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติ ต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)	82

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง	82
17 จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจต่อการประมูล ด้วยระบบ e-Auction	83
18 ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง	84
19 ผลการทดสอบความแตกต่างของช่วงอายุต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง	85
20 ผลการทดสอบความแตกต่างของสถานะต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง	86
21 ผลการทดสอบความแตกต่างของประเภทขององค์กรต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ของผู้ใช้ระบบการประมูล	88
22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประเภทขององค์กรต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง	89
23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประเภทขององค์กรต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 2.งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง	90
24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประเภทขององค์กรต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก.....	91
25 ผลการทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านบุคลากร	93
26 ผลการทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี	95
27 ผลการทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ ในการประมูล	97
28 ผลการทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านมูลค่าของโครงการ.....	99
29 ผลการทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร.	101

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 ผลการทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง	103
31 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction (เปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง))	106
32 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction (ขั้นตอนและวิธีการของการประมูลด้วยระบบ e-Auction)	108
33 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction (อัตราค่าบริการของตลาดกลาง)	110
34 ผลการทดสอบพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction (การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)).....	112
35 ผลการทดสอบพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction (ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction)	114
36 ผลการทดสอบพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction (อัตราค่าบริการของตลาดกลาง)	115
37 ตารางสรุปสมมติฐาน	117

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	6
2 ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์	8
3 การรับรู้ (Perception)	8
4 Sensory input mechanisms	9
5 ทฤษฎีว่าด้วยความสัมพันธ์	9
6 ทฤษฎีว่าด้วยความเข้าใจ	10
7 ทฤษฎีของ Tollman	10
8 อิทธิพลของวัฒนธรรม	11
9 กระบวนการตัดสินใจซื้อของ	12
10 พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ	16
11 องค์ประกอบของ e-Commerce	30
12 วิธีซื้อและวิธีจ้าง	38
13 ระบบการจัดซื้อจัดจ้างแบบเดิม	44
14 ระบบการจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์	44
15 อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดประมูล e-Auction	45
16 ขั้นตอนของการปฏิบัติงานประมูล	47
17 ขั้นตอนของการปฏิบัติงานประมูล (ต่อ)	48
18 เว็บไซต์ บริษัท พันธวิชัย จำกัด	51
19 เว็บไซต์ บริษัท บีส ไดเมนชั่น จำกัด	51
20 เว็บไซต์ บริษัท ดาต้าแมท จำกัด (มหาชน)	52
21 เว็บไซต์ บริษัท ซอฟแวร์ลิงค์ จำกัด	52
22 เว็บไซต์ บริษัท ฟรีอินเทอร์เน็ต จำกัด	53
23 เว็บไซต์ บริษัท ป๊อปป เนทเวอร์ค จำกัด	53
24 เว็บไซต์ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์เซอร์วิส จำกัด	54
25 เว็บไซต์ บริษัท นิวตรอน การประมูล จำกัด	54
26 เว็บไซต์ บริษัท ไอ ซี เอ็น ซิสเต็ม จำกัด	55
27 เว็บไซต์ กรมบัญชีกลาง	55

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนโลกเรามีวิวัฒนาการและแนวคิดใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อช่วยให้ชีวิตความเป็นอยู่ตลอดจนการทำงานของมนุษย์โดยทั่วไปสะดวกและรวดเร็วมากขึ้นและในบรรดาแนวคิดใหม่ ๆ นี้ การจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอุปกรณ์ประกอบสำคัญและมีผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace Service Provider) ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการจัดการประมูลและเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งกำลังได้รับความสนใจมากจากหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน จึงเกิดขึ้นและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเทศไทยเริ่มให้ความสนใจการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) โดยได้รับการสนับสนุนจาก พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี โดยมีการกำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545 – 2549 และนโยบายรัฐบาลที่จะมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการปรับปรุงกลไกและวิธีการเกี่ยวกับการบริหารพัสดุภาครัฐ ให้อยู่บนหลักการของการประหยัดและมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศด้านพัสดุ เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้าง การใช้ทรัพยากรของรัฐและระบบการตรวจสอบเป็นไปอย่างโปร่งใส เน้นการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐจัดหาพัสดุได้ในราคาที่เหมาะสมและทันเวลา โดยในส่วนของภาครัฐจะเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยสนับสนุนกระบวนการทำงานในภาครัฐให้มีความรวดเร็ว โปร่งใส และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการบริหารการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด อันจะส่งผลให้ภาครัฐสามารถปฏิบัติหน้าที่ในการสนับสนุนภาคเอกชน ให้มีความแข็งแกร่งและร่วมกันพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

มติคณะรัฐมนตรี 1 ตุลาคม 2545 เรื่อง การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างในรูปแบบการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยกำหนดให้ทุกกระทรวง ทบวง กรม และรัฐวิสาหกิจทุกแห่งเริ่มดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างในรูปแบบการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยกำหนดให้ส่วนราชการต่าง ๆ จะต้อง มีเว็บไซต์ของหน่วยงาน และมีการจัดซื้อจัดจ้างผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างน้อย 1 รายการ ภายในเดือน ธันวาคม 2545 พร้อมกันนี้คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง เป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ และมีหน้าที่ควบคุมดูแลกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ เช่น กรอบแนวทางในการจัดหาพัสดุ มาตรฐานการให้บริการของตลาดกลางและจะมีการตรวจมาตรฐานทุกๆ

ครึ่งปีหรือแล้วแต่กรณี ดังจะเห็นได้ว่าจำนวนตลาดกลางที่ผ่านมาตรฐานที่สามารถให้บริการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้นั้นขณะนี้ (พ.ศ. 2548) มีจำนวน 9 ตลาดกลาง เว็บไซต์ www.gprocurement.or.th โดยทำการประมูลฯ ให้กับภาครัฐและภาคเอกชนทั่วประเทศ

หลังจากภาครัฐได้ทดลองใช้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ระยะหนึ่งแล้ว มติคณะรัฐมนตรีมีความคิดเห็นให้หน่วยงานของภาครัฐทุกหน่วยงานที่มีการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ทำการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนรายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าไม่ถึง 2 ล้านบาท ให้ใช้ระบบ e-Shopping แทน ดังนั้นปัญหาต่าง ๆ ที่ตามมาคือบุคลากรของหน่วยงานต้องทำการศึกษาวิธีการ กระบวนการ และต้องได้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อให้สามารถจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม พฤติกรรม ตลอดจนทัศนคติของบุคลากรในหน่วยงานเพื่อสนองตอบนโยบายของรัฐบาล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) เพื่อนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลให้กับกรมบัญชีกลาง ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไข และปรับปรุงประสิทธิภาพของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งหมาย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อความสำเร็จกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการนำผลของการวิจัยนำเสนอให้กับกรมบัญชีกลาง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงการคลัง ให้เป็นผู้รับผิดชอบดูแลและออกกฎระเบียบต่าง ๆ ในการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการต่างๆ เช่น รูปแบบการประมูล เทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูล ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยในการจัดซื้อจัดจ้าง และเพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่องของการประหยัดงบประมาณ ความสะดวก รวดเร็ว การลดอัตราการล้มประมูล และปัญหาการคอร์รัปชัน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ดังนั้นขอบเขตในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชากรที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้ที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดตัวอย่าง แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability sampling) โดยการใช้สูตรคำนวณ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 74) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้เกิด 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง หรือ รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน คือ

1. สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงเก็บตัวอย่างเฉพาะ ประชากรที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548

2. วิธีการสุ่มตัวอย่างทำโดยกำหนดโควตา (Quota sampling)

2.1 เขตกรุงเทพ ปริมณฑล และภาคกลาง จำนวน 160 ตัวอย่าง (เนื่องจากมีจำนวนผู้ใช้บริการหนาแน่นที่สุด)

2.2 เขตภาคเหนือ จำนวน 80 ตัวอย่าง

2.3 เขตภาคอีสาน จำนวน 80 ตัวอย่าง

2.4 เขตภาคใต้ จำนวน 80 ตัวอย่าง

3. สุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก(Convenience sampling) เพื่อทำการเก็บข้อมูลในแต่ละเขตให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกเป็น

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 ช่วงอายุ

1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

1.2.2 21 – 30 ปี

1.2.3 31 – 40 ปี

1.2.4 41- 50 ปี

1.2.5 มากกว่า 50 ปี

1.3 สถานะ

1.3.1 ผู้ซื้อ

1.3.2 ผู้ขาย

1.4 ประเภทขององค์กร

1.4.1 ภาครัฐ

1.4.2 รัฐวิสาหกิจ

1.4.3 เอกชน

2. ทักษะติดต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction

3. ทักษะติดต่อความสำเร็จกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

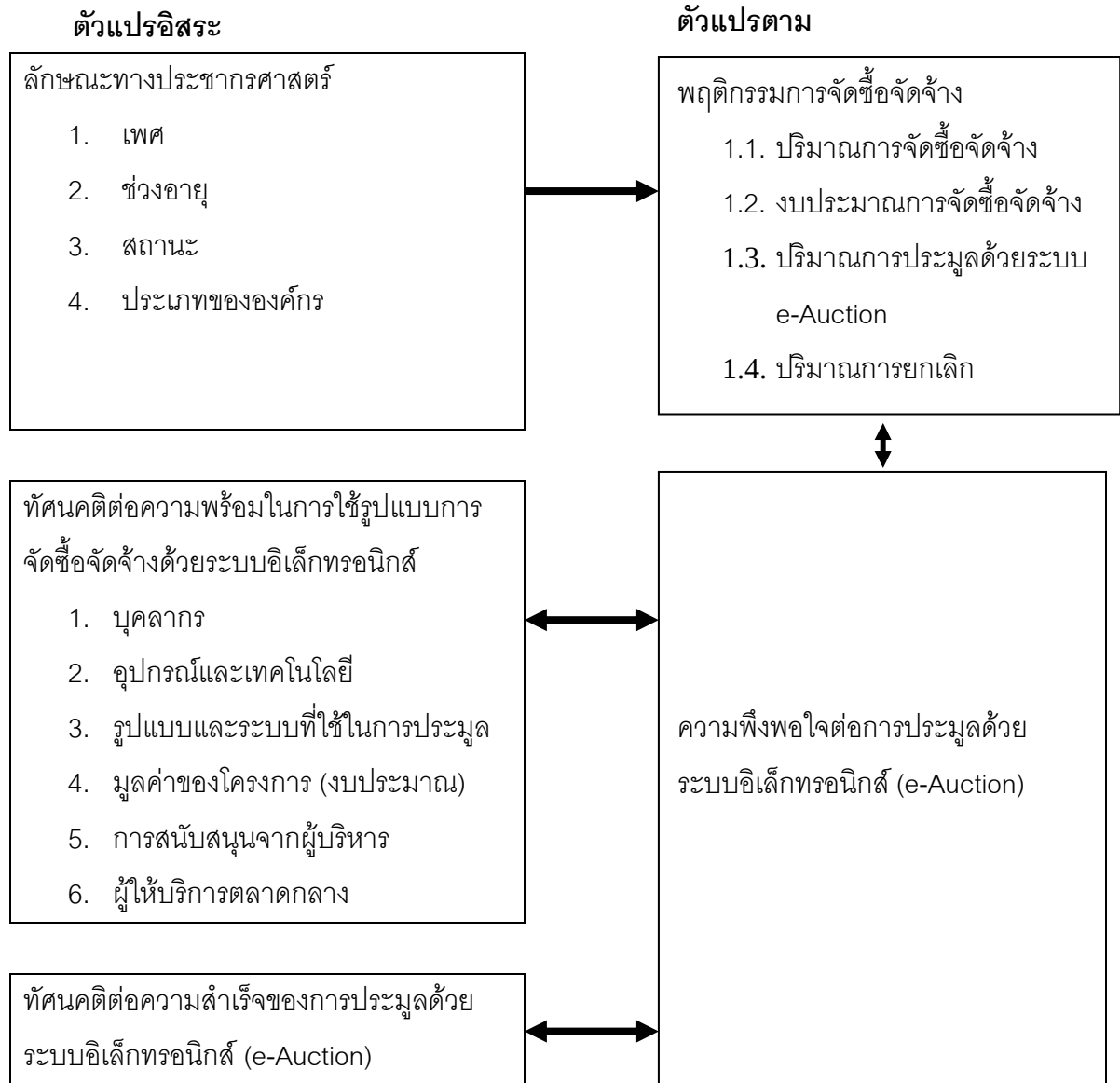
ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่

1. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง
 - 1.1 ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง
 - 1.2 งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง
 - 1.3 ปริมาณการประมูลด้วยระบบ e-Auction
 - 1.4 ปริมาณการยกเลิก
2. ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สถานะ หมายถึง ผู้ซื้อ ผู้ขาย และ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดซื้อจัดจ้างและเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ e-Auction
2. ประเภทขององค์กร หมายถึง ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ที่จัดซื้อจัดจ้างและเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. ทักษะต่อความพร้อม หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายเกี่ยวกับภาพรวมของรูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction เช่น ด้านบุคลากร อุปกรณ์และเทคโนโลยี
4. ทักษะต่อความสำเร็จ หมายถึง ความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ เช่น ลดต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง ความยุติธรรม หลังจากใช้การประมูลด้วยระบบ e-Auction
5. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง หมายถึง ลักษณะของการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรโดยวัดจากปี พ.ศ. 2547 – 2548 คือ ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ประมูลด้วยระบบ e-Auction และใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก
6. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจต่อการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในด้าน ระบบ e-Auction เมื่อเปรียบ เทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) ขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูลด้วยระบบ e-Auction และ อัตราค่าบริการของตลาดกลาง
7. ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace Service Provider) ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประมูล และเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย รวมทั้งจัดหาผู้ขายสินค้าเพิ่มเติมผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และจดทะเบียนพาณิชย์กับกรมพัฒนาธุรกิจ พร้อมทั้งอยู่ในความควบคุมดูแลของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ปัจจุบัน (2548) มีจำนวน 9 ตลาดกลาง

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า



ภาพประกอบ 1 : กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน
2. ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
4. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. ทฤษฎีความคาดหวัง
4. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
6. แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพ
7. ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์
8. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
9. การประมูลด้วยระบบ e-Auction
10. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ชิฟแมนและคานัค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539 : 3 ; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk n.d.) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่บุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง “ กระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นการปฏิบัติที่จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อและการใช้สินค้า และ/ หรือบริการต่างๆ “

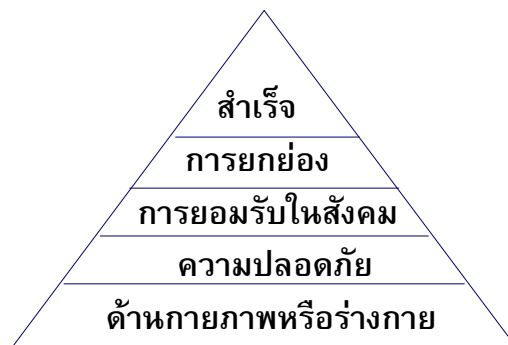
จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การแสดงออกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเพื่อให้ได้มาและใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นโดยผ่าน

กระบวนการต่าง ๆ อันได้แก่ การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเกิดพฤติกรรมต่างๆ ในลักษณะของส่วนบุคคล (5 ประการ)

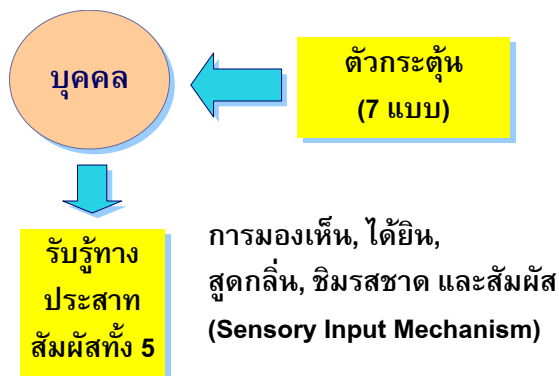
1. การจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดัน ความมุ่งประสงค์หรือความต้องการต่างๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของ พฤติกรรม สิ่งจูงใจ (Motives) เป็นสิ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์



ภาพประกอบ 2 : ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

2. การรับรู้ (Perception)



ภาพประกอบ 3 : การรับรู้ (Perception)

Sensory input mechanisms

มีขีดจำกัด / และแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ



ภาพประกอบ 4 : Sensory input mechanisms

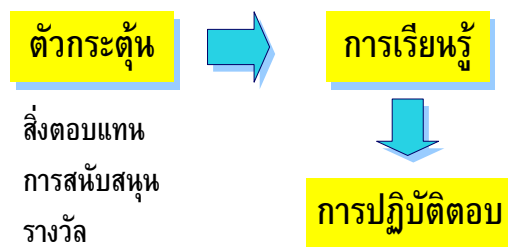
ความรู้สึกรู้ของประสาทสัมผัสแบ่งเป็น

1. ขีดจำกัดขั้นต่ำ (Lower Threshold)
 2. ขีดจำกัดขั้นสูง (Terminal Threshold)
 3. ขีดจำกัดขั้นแตกต่าง (Difference Threshold): Just Noticeable Difference
- จุดที่ 1 และ 2 เรียกว่า Reference Point

3. การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่เป็นการเปลี่ยนโดยถาวรอันสืบเนื่องมาจากผลของการได้ เคยทดลองกระทำและการมีประสบการณ์

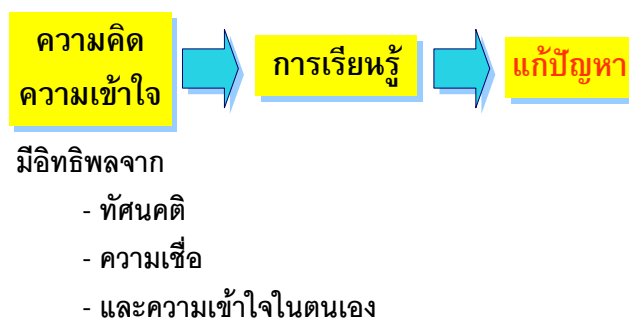
ทฤษฎีการเรียนรู้ (The Learning Theories)

ทฤษฎีว่าด้วยความสัมพันธ์ผู้บริโภครู้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับตัวกระตุ้นเป็นสำคัญ



ภาพประกอบ 5 : ทฤษฎีว่าด้วยความสัมพันธ์

ทฤษฎีว่าด้วยความเข้าใจ



ภาพประกอบ 6 : ทฤษฎีว่าด้วยความเข้าใจ

ทฤษฎีของ Lewin

ประสบการณ์ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง เมื่ออยู่ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง จะมีเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเราได้

ทฤษฎีของ Tolman



ภาพประกอบ 7 : ทฤษฎีของ Tollman

4. บุคลิกภาพ (Personality) คือ ผลรวมของของแบบแผนของคุณลักษณะของบุคคลแต่ละคนที่ทำให้เขามีลักษณะเฉพาะตัว

5. ทักษะคิด (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงหรือความรู้สึกนึกคิด ที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองสิ่งกระตุ้นใดๆ ไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ

ทัศนคติประกอบด้วย

1. ความเข้าใจ หรือ ส่วนของความเชื่อ
2. ความชอบพอ หรือ ส่วนของความรู้สึกรัก
3. พฤติกรรม หรือ แนวโน้มในการแสดงออก

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ

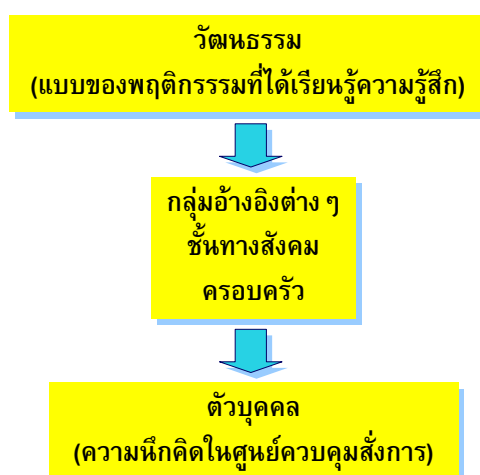
1. กลุ่มอ้างอิง (Reference groups)
2. ชั้นทางสังคม (Social Class)
3. ครอบครัว (Family)
4. วัฒนธรรม (Culture)

วัฒนธรรม (Culture)

แสดงออกใน ด้านค่านิยม (Values) เกี่ยวข้องกับ

- ความเชื่อ (Belief)
- ความรู้สึก (Feeling)
- ความนึกคิด (Thinking)

อิทธิพลของวัฒนธรรม

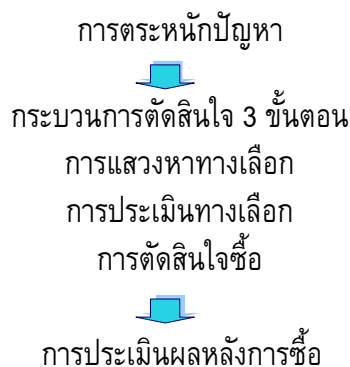


ภาพประกอบ 8 : อิทธิพลของวัฒนธรรม

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

บทบาทของผู้บริโภค

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator)
2. ผู้มีอิทธิพล (Influence)
3. ผู้ตัดสินใจ (Decider)
4. ผู้ซื้อ (Buyer)
5. ผู้ใช้ (User)



ภาพประกอบ 9 : กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ (Attitude)

ความหมายของทัศนคติมีผู้ให้ความหมายไว้มากมายซึ่งแตกต่างกันดังนี้

ลัดดา กิติวิภาต (2532 : 2) ให้ความหมายทัศนคติ คือความคิดที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ ซึ่งทำให้เกิดความพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

ธงชัย สันติวงษ์ (2540 : 191) ให้ความหมายทัศนคติ คือสิ่งซึ่งเราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งสิ่งที่เป็นสาเหตุที่อยู่ภายในดังกล่าวนี้อาจเป็นเหตุทำให้มีผลกระทบต่อบรรยากาศของพฤติกรรมที่แสดงออก ที่ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถสังเกตเห็นได้

ณรงค์ สิ้นสวัสดิ์ (2518 : 4) ให้ความหมายทัศนคติ คือ การที่บุคคลคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่งหรือการกระทำอันหนึ่งในทำนองว่าดีหรือไม่ สมควรหรือไม่ เหมาะสมหรือไม่

เจลิเยว บุรีภักดี (2517 : 218) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทัศนคติที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่กระบวนการอาจจะเร็วหรือช้าสุดแต่ชนิดของทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

ไอเซน (1975 : 6) ให้ความหมายทัศนคติ คือ อารมณ์ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่ตอบสนองต่อวัตถุ บุคคล สถาบันหรือสถานการณ์

ชิฟแมนและคานัค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 188; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk.n.d.) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้พฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ซิลเวอร์แมน (ศุภร เสรีรัตน์. 2544 : 171; อ้างอิงจาก Silverman.n.d.) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อลักษณะใด ๆ โดยเฉพาะสำหรับกระตุ้น อันได้แก่ บุคคล วัตถุ และสถานการณ์

เซอร์ฟ และนีเบอร์กัล (1965 : 4) ให้ความหมายทัศนคติ คือ หลักการที่บุคคลสนับสนุนและยึดมั่นเกี่ยวกับสิ่งใด ๆ หรือ ประเด็นใด ๆ หรือบุคคลหรือกลุ่มหรือสถาบันใด ๆ

โมเวนและไมเนอร์ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล.2543 : 190 ; อ้างอิงจาก Moven; & Minor.n.d.) ให้ความหมายทัศนคติ คือ แกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น

โบวี สุตตัน และทริล (1995 : 121) ให้ความหมายทัศนคติ คือความโน้มเอียงในด้านบวก หรือความโน้มเอียงในด้านลบของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิดหรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งมีทัศนคติมีความสำคัญมากต่อนักการตลาดเพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อและการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542 : 44) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

โดยสรุป ทัศนคติ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นผลของความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ ความเชื่อ และอารมณ์ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมตอบโต้โดยอาจเป็นความรู้สึกด้านบวกและด้านลบ ซึ่งบุคคลสามารถบอกได้ว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

ทำให้เกิด

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) → การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively)

2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) ^{ทำให้เกิด} → การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively)

จากความหมายข้างต้นทำให้สรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่อยู่ภายในของบุคคลซึ่งสะท้อนถึงคามโน้มเอียงของการปฏิบัติ และอารมณ์ว่า พอใจหรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ต่อสิ่งต่าง ๆ อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตหรือสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบของทัศนคติ

เจนกินส์ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543 : 192; อ้างอิงจาก Jenkins.n.d.) ได้แบ่งองค์ประกอบของทัศนคติออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Element) หมายถึง อารมณ์ทางวัตถุที่ทัศนคติเข้าไปเกี่ยวข้องและได้รับการนึกเห็นภาพพจน์ หรือความเชื่อที่ช่วยสร้างคุณค่าประกอบด้วยความเชื่อต่าง ๆ

2. องค์ประกอบเกี่ยวกับความชอบ (Affective Element) หมายถึง ความรู้สึกของการชอบและไม่ชอบที่บุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ว่าเรารู้สึกอย่างไร มีทั้งความรู้สึกในทางบวกและทางลบ

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรม (Behavioral Element) หมายถึงแนวโน้มที่จะมีการปฏิบัติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่คนเรามีทัศนคติเกี่ยวข้องในสิ่งนั้น

คุณสมบัติและลักษณะของทัศนคติ

ดูบ, เซน, ฮอฟแลนด์และคณะ, เซอร์รีฟและเซอร์รีฟ, ชอร์วและไรท์, แครีชและคณะ, แมคเควิตและฮาวารี (จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์.2538; อ้างอิงจาก Doob.1947; Chein.1948; Hovland, et al.1953; Sherif; & Sherif.1956; Shaw; & Wright.1996; Krech; et al.1962; McDavid; & Harari.1969) ได้รวบรวมลักษณะที่สำคัญของทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ หรือเกิดจากการสะสมประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด

2. ทัศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative Nature) ทัศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือเหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง

3. ทัศนคติมีคุณภาพและความเข้ม (Quality and Intensity) คุณภาพและความเข้มของทัศนคติจะเป็นสิ่งที่บ่งถึงความแตกต่างของทัศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ คุณภาพของทัศนคติเป็นสิ่งที่ได้จากการประเมิน เมื่อบุคคลประเมินทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็อาจมีทัศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ต่อสิ่งนั้น

4. ทัศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงง่าย (Permanence) เนื่องจากทัศนคติเกิดจากการสะสมประสบการณ์ และผ่านกระบวนการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตามแม้ทัศนคติจะมีความคงทนก็จริง แต่ก็ไม่ใช่สิ่งที่เราต้องมีทัศนคติเช่นนั้นตลอดไป นวลศิริ เปาโลहितย์ (2547) กล่าวว่า ทัศนคติของมนุษย์เราเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้เสมอ

5. ทัศนคติต้องมีที่หมาย (Attitude Object) ที่หมายเหล่านี้ เช่น วัตถุ สิ่งของ คน สถานที่ หรือเหตุการณ์

6. ทัศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์ ทัศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุ สิ่งของ บุคคลอื่นหรือสถานการณ์

ชิฟแมน และคานัค (เสรี วรชมนตา, 2542:106 – 107; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk.n.d.) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของทัศนคติว่ามี 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งสิ่งหนึ่งประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือ แนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด
2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน
3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวาและมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน
4. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม เหตุการณ์ และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกกระทบโดยสถานการณ์

ประเภทของทัศนคติ

วอลเลอรัส (ศุภร เสรีรัตน์. 2544:173; อ้างอิงจาก Walter.1978:261) ได้แบ่งประเภททัศนคติไว้ 5 ประเภท ได้แก่

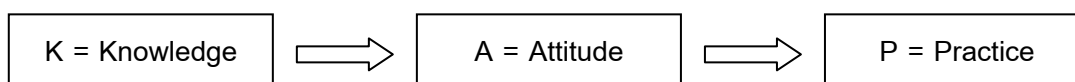
1. ความเชื่อ (Beliefs) คือ ความโง่เขลาที่ทำให้ต้องยอมรับ เพราะเป็นข้อเท็จจริงและเป็นสิ่งที่มีการสนับสนุนโดยความเป็นจริงหรือข้อมูลอื่น ๆ ที่มีน้ำหนักมาก ส่วนใหญ่ความเชื่อจะเป็นสิ่งที่มีเหตุผลที่ถาวร แต่อาจจะไม่มีหรือไม่มีค่าสำคัญก็ได้
2. ความคิดเห็น (Opinions) คือความโน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความแน่นอน ความคิดเห็นมักจะเกี่ยวข้องกับคำถามในปัจจุบันและง่ายที่จะเปลี่ยนแปลง
3. ความรู้สึก (Feelings) คือความโน้มเอียงซึ่งมีพื้นฐานมาจากอารมณ์ธรรมชาติ
4. ความโน้มเอียง (Inclination) คือรูปแบบบางส่วนของทัศนคติเมื่อผู้บริโภคอยู่ในภาวะที่ตัดสินใจไม่ได้
5. ความมีอคติ (Bias) คือความเชื่อทางจิตใจที่ทำให้เกิดอคติหรือความเสียหายในทางตรงข้ามกับข้อเท็จจริงที่มีอยู่

ความสัมพันธ์ของทัศนคติและพฤติกรรม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2544 : 202) พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคลคนนั้น โดยทั่วไปผู้บริโภคปฏิบัติกิจต่าง ๆ ตามความโน้มเอียงของเขา ทัศนคติเหล่านี้ได้ให้แนวทางต่อการตัดสินใจประเภทต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องการทำและดำเนินวิธีการตามประเภทของการตัดสินใจ ผู้บริโภคซึ่งมีทัศนคติของความตระหนี่ยอมจะใช้จ่ายน้อยและประหยัดผู้บริโภคจะชอบพ้อคำที่เสนอสิ่ง จูงใจให้ซื้อที่สอดคล้องกับทัศนคติหลักส่วนตัวของเขาแม้ความจริงจะไม่ปรากฏเช่นนั้นก็ตาม

ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าทัศนคติเป็นเครื่องชี้พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยไม่ผิดเลย บางโอกาสผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อโดยขัดกับทัศนคติที่เคยมีมาก็ได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสิ่งจูงใจที่จะก่อให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว เช่น ราคา พนักงานขาย สินค้า เป็นต้น

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบ 10 : พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ

K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้เช่น ทราบใหม่ว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ขายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นต่อไปของพฤติกรรมคือ

A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะมีการกระทำ

ผู้บริโภคจะประเมินทัศนคติโดยการถามคำถามหรือการลงความเห็นจากพฤติกรรมกระบวนการของผู้บริโภคมีทัศนคติด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่าความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การจัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือและความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทัศนคติ ลักษณะทัศนคติมีดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitude are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะที่ทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมายไม่ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของทัศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitude have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency)

โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมองรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มองรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ราคาต่ำ ดังนั้นผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำก็จะซื้อรถยนต์ญี่ปุ่น

4. ทัศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่มีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภคแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิต เพราะการรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ว่าเป็นไปในทิศทางใด ย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถทำนายพฤติกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นได้ของบุคคลนั้นได้ และสามารถวางแผนดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

เทอร์สโตน (Thurstone, 1967:77) กล่าวว่า พฤติกรรม หรือ การกระทำของมนุษย์จะเป็นเครื่องชี้ทัศนคติได้ดีกว่าการแสดงออกทางคำพูด แต่พฤติกรรมนี้ก็อาจจะไม่ตรงตามความเป็นจริงก็ได้

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2534:130) กล่าวว่าทัศนคติมีเทคนิควิธีการหลายวิธีซึ่งแตกต่างกันออกไปอันได้แก่

1. การวัดทัศนคติโดยใช้ช่วงปรากฏเท่ากัน (Equal Appearing Interval) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดยเทอร์สโตน (Thurstone) มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้ คือ ขั้นแรกต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคลให้ได้ข้อความมากที่สุดเท่าที่จะมากได้เพื่อนำไปให้ตุลาการพิจารณาให้เห็นต่อข้อความที่สร้างขึ้นมา โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงเห็นตัวอย่างมาก จำนวน 11 ลำดับแล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งสัมพันธ์นี้ได้จากการให้ระดับข้อความต่าง ๆ ทั้งหมดจากคณะตุลาการ

2. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีการลิเคิร์ต (Likert Method of Sumated Ratings) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดยเรอนิส ลิเคิร์ต (Renis Likert) โดยการสร้างข้อความ (Attitude Statements) ขึ้นหลาย ๆ ข้อความให้ครอบคลุมหัวข้อที่จะศึกษา การตอบแบบสอบถามนี้มีให้เลือก 5 ข้อ คือ

1. เห็นด้วยอย่างมาก
2. เห็นด้วย

3. ไม่แน่ใจ

4. ไม่เห็นด้วย

5. ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ การให้คะแนนอาจให้ตั้งแต่ 0 ถึง 4 หรือจาก 1 ถึง 5 การตีความหมายของคะแนนไม่แตกต่างกัน

3. การวัดทัศนคติโดยวิธีวิเคราะห์สเกล (Scalergram Analysis) วิธีวิเคราะห์สเกลนี้เป็นวิธีการที่อธิบายถึงขบวนการในการประเมินผลกลุ่มของข้อความกลุ่มหนึ่ง ๆ ว่าเป็นไปตามข้อจำกัดหรือครบถ้วนตามลักษณะที่ถูกต้องในการสร้างสเกลโดยวิธีของกัทแมน (Guttman) หรือไม่เท่ากัน ตามความคิดเห็นกัทแมนเชื่อว่าในสเกลสำหรับวัดทัศนคติควรเลือกข้อความจำนวนเล็กน้อย (4-6 ข้อความ) โดยเลือกจากข้อความหลาย ๆ ข้อความ ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

4. การวัดทัศนคติโดยวิธีจำแนกความหมาย (Semantic Differential) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดรวบยอด เป็นการศึกษาถึงความหมายของสิ่งต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของกลุ่มที่เราศึกษา โดยทั่วไปสเกลแบบเทคนิคความหมายจำแนกจะประกอบด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ จะให้กลุ่มบุคคลที่จะศึกษาที่จะศึกษาประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สเกลนี้ให้ผู้ตอบประเมินค่ามากมาย เช่น ดี – เลว, ช้า – เร็ว, สะอาด – สกปรก เป็นต้น โดยการประเมินนั้นจะใช้คำคุณศัพท์ซึ่งตรงกันข้ามกัน

กมลรัตน์ หล้าสูงษ์ (2527:187) กล่าวว่า การวัดทัศนคติ สามารถวัดได้หลายวิธี ดังนี้

1. การวัดโดยการประมาณความรู้สึกของตนเอง (Self – report Measures) เป็นวิธีวัดทัศนคติทางสังคม มีนักจิตวิทยาสร้างเครื่องมือขึ้นเพื่อวัดเป็นมาตรฐานประมาณความรู้สึก ซึ่งมีอยู่หลายสเกลที่เป็นที่ยอมรับมาก

1.1 สเกลของเทอร์สโตน (The Thurstone Scale) สร้างโดย หลุยส์ เทอร์สโตน (Louis Thurstone) ในปี ค.ศ. 1928 มีทั้งหมด 11 ระดับความรู้สึก โดยระดับที่ 1-5 เป็นทัศนคติทางบวก ระดับที่ 6 เป็นความรู้สึกกลาง ๆ และระดับที่ 7-11 เป็นทัศนคติทางลบ

1.2 สเกลของลิเคิร์ต (The Likert Scale) สร้างโดย เรนซิส ลิเคิร์ต (Rensis Likert) ในปี ค.ศ. 1930 มีทั้งหมด 5 ระดับความรู้สึก ต่อไปนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, ไม่แน่ใจ, ไม่เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.3 สเกลของโบการ์ดัส (The Bogardus Scale) สร้างโดย อิมริ โบการ์ดัส (Emory Bogardus) ในปี ค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่วัดทัศนคติด้านสังคม โดยสร้างคำถาม 7 ข้อ แล้วให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเฉพาะข้อที่ตรงกับความรู้สึกเพียงข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งข้อขึ้นไป

1.4 สเกลที่ใช้ความหมายของคำที่แตกต่างกัน สร้างโดย ออสกู๊ด ซูซี และแทนเนนบูม (Osgood, Succi; & Tannenbaum) ในปี ค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่ใช้คำหรือวลีที่มีความหมายตรงกันข้ามเป็นคู่ ๆ มีสเกลที่ประมาณความรู้สึก 7 ระดับในแต่ละวลี และแบ่งการวัดทัศนคติเป็น 3 สเกล คือ

1.4.1 สเกลประเมินผล (Evaluative Scale) เป็นการวัดด้านการประเมินความรู้สึก ได้แก่ ดี – เลว, ชอบ – ไม่ชอบ

1.4.2 สเกลที่แสดงถึงพลัง (Potency Scale) เป็นการวัดความแข็งแรง ได้แก่ แข็ง – อ่อน, หนัก – เบา

1.4.3 สเกลที่แสดงถึง การแสดงออก หรือการเคลื่อนไหว (Active Scale) เป็นการแสดงเคลื่อนไหวโดยใช้คำศัพท์อธิบาย ได้แก่ ช้า – เร็ว

1.5 สเกลที่ใช้คำถามในทำนองการยอมรับหรือปฏิเสธ สร้างโดยแอลพอร์ต และฮาร์ดแมน (Allport and Hardman) สเกลนี้จะให้ผู้ตอบแสดงทัศนคติต่อรับหรือปฏิเสธเท่านั้น ได้แก่ เห็นได้ง่าย - ไม่เห็นด้วย, ชอบ – ไม่ชอบ

1.6 สเกลที่ใช้เครื่องหมายปลายเปิด สร้างโดยแคมเบลและชูแมน (Cambel and Schuman) สเกลเป็นรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบทัศนคติได้แสดงความรู้สึกที่แท้จริงตามธรรมชาติเป็นการแสดงทัศนคติที่อิสระโดยที่ผู้ถามหรือผู้วิจัยไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า

2. การสังเกตพฤติกรรมที่แสดง สร้างโดย ลา ปีแอร์ (La Pierres) ในปี ค.ศ. 1934 โดยการสร้างสถานการณ์ขึ้นระยะหนึ่งจนกระทั่งเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสถานการณ์นั้นแล้วผู้วัดทัศนคติต้องสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกตั้งแต่แรกเริ่มจนกระทั่งสิ้นสุดการสร้างสถานการณ์

3. การตีความหมายหรือแปลความหมายจากปฏิกิริยาที่บุคคลแสดงต่อสิ่งเร้าบางชนิด ซึ่งเทคนิคนี้มีหลายวิธี ได้แก่ การดูภาพแล้วเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากภาพ การดูภาพหยดหมึกแล้วบอกว่าภาพที่เห็นคืออะไรพร้อมเหตุผลว่าทำไมจึงเห็นภาพเช่นนั้น และการทำนายพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นของบุคคลหรือละครเป็นต้น

ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

ทัศนคติมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใด ย่อมจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและดำเนินการได้อย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้อง

ภิรมย์ เจริญผล (2538:168) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวัดทัศนคติ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งทัศนคติของบุคคลนี้เองจะเป็นเครื่องมือทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทำนองใด นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้อง และอาจเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ด้วย

2. วัดเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้นเป็นสิทธิของแต่ละบุคคล แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้นควรมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ คล้ายคลึงกันซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และไม่เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม

3. วัดเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติจะทำให้ทราบว่า บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใดดีหรือไม่ดีเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมดังนั้นการรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่งจะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้นได้

4. วัดเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นสาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของวิกเตอร์ วรูม (Victor Vroom)

ดัชนีที่บ่งชี้ความพึงพอใจในงานเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสิ่งตอบแทนที่มนุษย์คาดหวังจะได้รับกับสิ่งตอบแทนที่ได้รับจริงซึ่งแต่ละคนอาจมีเป้าหมายหรือความต้องการความชอบและความคาดหวังในผลตอบแทนที่แตกต่างกันไปความคาดหวังของแต่ละคนนี้มีความแตกต่างกันไปตามมาตรฐานภายในของตนเอง ถ้าหากว่ามนุษย์ได้รับสิ่งต่าง ๆ ตามที่คาดหวัง เขาก็จะมีความพึงพอใจ แต่ถ้าสิ่งตอบแทนน้อยกว่าหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง เขาก็จะเกิดความไม่พึงพอใจในงานนั้นได้ในการทำงานมนุษย์จะรับรู้การเชื่อมโยงระหว่างการกระทำกับการบรรลุเป้าหมายได้แตกต่างกันมนุษย์จะเลือกทำงานในระดับที่คิดว่าสามารถทำให้เขาได้รับผลประโยชน์มากที่สุดเขาจะทำงานหลักถ้าเขาคาดหวังว่าความพยายามของเขาจะนำไปสู่รางวัลที่ต้องการแต่หากเขาทำงานแล้วได้ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเขาก็จะไม่พึงพอใจในงานนั้น

จากทฤษฎีความคาดหวังของวรูมอธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการทำงาน (Motivation) ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ความคาดหวังที่จะประสบความสำเร็จในการทำงาน (Expectancy) การรับรู้ถึงรางวัลที่จะได้รับ (Instrumentality) และคุณค่าของรางวัลที่ได้รับ (Valence) โดยอธิบายในรูปของสมการได้ดังนี้

$$\text{Motivation} = \text{Expectancy} * \text{Instrumentality} * \text{Valence}$$

จากสมการดังกล่าว หากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งมีค่าเป็นศูนย์ (หรือไม่มี) จะส่งผลให้แรงจูงใจมีค่าเป็นศูนย์ด้วย ดังนั้นการสร้างแรงจูงใจจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้งสามตัวอย่างเหมาะสม

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมาย

อดุลย์ ดลยา และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546 : 83) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง การตัดสินใจโดยที่มีความชอบในทัศนคติเกิดขึ้น ตามปฏิกริยาในการซื้อสินค้าหรือมีการก่อปฏิกริยาตอบสนองสินค้าเพื่อผู้บริโภค

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : 9) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

อเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday and Anderson. 1975 : 4) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็น ความรู้สึก ความนึกคิดเห็นที่เกี่ยวข้อกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่บริการนั้น ๆ และประสบการณ์เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

กมลรัตน์ หล้าสูงค์ (2538 : 2) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในทางจิตวิทยาว่า เป็นสภาพของอารมณ์ในทางบวก หรืออารมณ์ในทางดี ความรุนแรงของอารมณ์ไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบมากขึ้นกับสิ่งต่อไปนี้

1. สถานการณ์ที่เร้าอารมณ์ ถ้าสถานการณ์นั้นให้ผลดีแก่บุคคล ย่อมทำให้บุคคลนั้นมีอารมณ์ในทางที่ดี
2. สภาพของบุคคล ถ้าบุคคลอยู่ในภาวะสมดุล มีความพร้อมทางร่างกายและจิตใจย่อมทำให้เกิดอารมณ์ในทางที่ดี
3. ทัศนคติ ถ้าบุคคลมีแนวโน้มไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว ย่อมก่อให้เกิดอารมณ์ในทางที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นได้ แต่ในทางกลับกันหากบุคคลนั้นมีอารมณ์ในทางบวก เช่น พอใจหรือชอบสิ่งใดจะมีทัศนคติทางบวกหรือทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น

มัลลินส์ (Millins.1985 : 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลายด้านเป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพเกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคลซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อจะตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่ และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วก็จะเกิดความพอใจและเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นที่เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากความต้องการที่มนุษย์คาดหวังไว้ ความรู้สึกสมหวังหรือเกินความคาดหวังที่เกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

โทมัสและเอิร์ล (Thomas; & Earl. 1995 : 88 – 89) ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจว่า การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่ เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ดีเลิศที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เป็นสิ่งที่บริษัทเชื่อว่ามีความสำคัญและควรให้ความสนใจในความต้องการและปัญหาของลูกค้า

อเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday; & Anderson. 1975 : 52) ได้แสดงให้เห็นถึงแนวคิดพื้นฐาน 6 ประการเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับบริการ ได้แก่ การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ และความสะดวกที่ได้รับในสถานบริการ
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการ ได้แก่ การได้รับบริการทุกประเภทในสถานบริการหนึ่ง คือผู้รับบริการสามารถขอรับบริการได้ตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจต่อการให้เกียรติของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการ และแสดงความสนใจ ห่วงใยผู้รับบริการ
4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ได้แก่ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่ควรได้รับ
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ได้แก่ คุณภาพของการบริการทั้งหมดที่ผู้รับบริการได้รับ ในทัศนะของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อมาใช้บริการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้รับบริการต้องเสียไปเมื่อมาขอรับบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

นักวิชาการที่สนใจในด้านการตัดสินใจให้คำนิยาม หรือความหมายของคำว่า การตัดสินใจ (Decision) แตกต่างกันดังนี้

ออฟสทัต (Ofstad.1961 : 1) อธิบายความหมายของการตัดสินใจว่า การที่บุคคลหนึ่งได้ตัดสินใจคือ

- เริ่มต้นสร้างปฏิกิริยาโต้ตอบเชิงพฤติกรรมเป็นอนุกรมในการเลือกสิ่งบางสิ่งบางอย่าง
- ตัดสินใจเพื่อลงมือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งที่เขาคาดว่าเขาทำได้
- การลงมือวินิจฉัยว่า เขาควรทำอะไร ภายใต้สถานการณ์เฉพาะอย่างหลังจากที่ได้พิจารณา

ทางเลือกต่าง ๆ แล้ว

แฮริสัน (Harrison. 1981 : 3) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับนิยามของการตัดสินใจว่าเป็นขบวนการการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือก หรือ ตัวเลือก ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการคาดคะเนผลที่เกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

จอร์จ และเดย์สัน (Gore; & Dyson. 1964 : 77) ได้ให้ความหมายของคำว่า การตัดสินใจ ไว้ว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกเอาทางปฏิบัติซึ่งมีอยู่หลายทางมาเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

บาร์นาร์ด (วุฒิชัย จำนง. 2522 : 3 ; อ้างอิงจาก Barnard. n.d.) ได้ให้คำจำกัดความหมายคำว่า การตัดสินใจ ว่าเป็นเทคนิควิธีที่จะลดจำนวนทางเลือกของการเลือกลงมา การเลือกทางนั้นจะใช้เทคนิควิธีใดก็ตามที่จะลดทางเลือกเหล่านั้นลงเหลือทางเดียว นั้นหมายความว่าเลือกทางเลือกทางใดทางหนึ่งเท่านั้นเอง

โกวิท กังสนันท์ (2539 : 3) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการตัดสินใจว่าการตัดสินใจสะท้อนให้เห็นสถานะที่ผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลาย ๆ ตัว และเขาจะต้องเปรียบเทียบผลที่เกิดจากตัวเลือกต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจเพื่อเลือกตัวใดตัวหนึ่ง เพื่อนำไปลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์บางอย่างที่เขาต้องการ

แสง รัตนมงคลมาศ (2537) ให้ความหมายของคำว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกบนทางเลือก (Choice of Alternative) ซึ่งทางเลือกนั้นจะต้องมี

1. ทางเลือกหลายทางเลือก หากมีทางเลือกทางเดียวไม่ถือว่าเป็นการตัดสินใจ
2. ต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณา โดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่าง ๆ มาพิจารณาตัดสินใจ
3. มีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่าการตัดสินใจนั้นกระทำไปเพื่ออะไร

ลักษณะของการตัดสินใจ

สโตนเนอร์ (Stonner. 1978 : 167 -170) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจ แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นขณะทำการตัดสินใจ คือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (Condition of Certainly) เป็นการตัดสินใจที่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างเพียงพอ
2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง (Condition of Risk) เป็นการตัดสินใจโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น เป็นเครื่องมือตรวจสอบหรือคาดการณ์
3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ไม่แน่นอน (Condition of Uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่มักอาศัยประสบการณ์ ดุลยพินิจ และสัญชาตญาณ

กล่าวโดยสรุปว่า การตัดสินใจนั้นเกิดขึ้นได้ด้วยเหตุผลสำคัญดังต่อไปนี้

1. มีปัญหาเกิดขึ้น
2. เพื่อที่จะทำให้วัตถุประสงค์บรรลุผล
3. จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่มีอยู่นั้นผิดพลาดและบกพร่อง หรือไม่ทันสมัย จึง

จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เหมาะสมและก้าวหน้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม (The Multiple Factors Theory of Decision Making and Social Action)

รีดเดอร์ (Reeder. 1971) ได้รวบรวมทฤษฎีทางสังคมวิทยาเพื่อมาอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ซึ่งเขาเห็นว่าโดยทั่วไปแล้วรูปแบบ (model) ทางด้านจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้น นักสังคมวิทยามักจะมองในแง่ของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Social Economic Status) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกจะมีผลต่อการตัดสินใจ แต่รีดเดอร์ เชื่อว่าปัจจัยภายนอกจริง ๆ แล้วไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจแต่ละบุคคลจะแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเหล่านี้มาสู่ตัวตน ซึ่งจะอยู่ในรูปของความเชื่อและไม่เชื่อ ที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรม ดังนั้นบุคคลอาจจะตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างเดียวกันแต่เหตุผลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจจะแตกต่างกัน รีดเดอร์ จึงได้อธิบายเหตุผลในการกระทำสิ่งใดของมนุษย์ว่าเกิดจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายหรือจุดประสงค์ (Goals) ความมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุผลนั้น ผู้กระทำจะต้องมีการกำหนดเป้าประสงค์ไว้ก่อนล่วงหน้าและพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์นั้น ๆ
2. ความเชื่อ (Belief Orientation) เกิดจากความคิด ความรู้ในเรื่องนั้นที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการเลือกการกระทำทางสังคม
3. ค่านิยม (Value Standard) คือ สิ่งที่คุณคดียึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเอง ค่านิยมนั้นเป็นลักษณะความเชื่ออย่างหนึ่งแต่มีลักษณะถาวร โดยเชื่อว่าวิธีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีตัวเองหรือสังคมเห็นดี เห็นชอบสมควรที่จะยึดถือปฏิบัติมากกว่าวิธีปฏิบัติอย่างอื่น
4. นิสัยและธรรมเนียม (Habits and Customs) คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วสืบต่อกันมาด้วยประเพณี
5. การคาดหวัง (Expectation) คือ ทำที่ของบุคคลอื่นที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวโดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ
6. ข้อผูกพัน (Commitments) คือ สิ่งที่คุณกระทำเชื่อว่าเขาผูกพันที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม
7. การบังคับ (Force) คือ ตัวที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจได้เร็วขึ้น
8. โอกาส (Opportunity) เป็นความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่า สถานการณ์ที่เกิดขึ้นช่วยให้มีโอกาสเลือกกระทำ
9. ความสามารถ (Ability) การที่คุณกระทำรู้ความสามารถของตัวเองซึ่งจะก่อให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องนั้น ๆ ได้ การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำทางสังคม
10. การสนับสนุน (Support) คือ สิ่งที่คุณกระทำรู้ว่าจะได้รับหรือคิดว่าจะได้รับจากคนอื่น ๆ

กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ เป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์โดยใช้หลักเชิงเหตุผลเป็นลักษณะของการหาทางออกที่ดีที่สุดเป็นพื้นฐาน ซึ่งนักวิชาการได้แบ่งขั้นตอนในการตัดสินใจโดยถือแนวพิจารณาการแก้ปัญหา (Problem Solving Approach) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา โดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Data Collection) เนื่องจากว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุ การเสาะหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือการเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุนั้น เพื่อมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ จะต้องกระทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ ทั้งในแง่ของการเก็บรวบรวมข้อมูล (Collective) และในแง่การวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการวิจัย
2. ขั้นตอนการกำหนดทางเลือก (Formulating Alternative) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจ เป็นการพยายามจะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลาย ๆ วิธี ต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลัก ข้อเท็จจริงหลัก (Main Fact) เป็นอย่างไรบ้าง และในทางปฏิบัติต้องสร้างฉาก (Scenario) ขึ้นมาก่อนว่า เรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้าง ในทางเลือกนั้น ๆ มีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลัก ๆ อะไรบ้าง
3. ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก (Analysis Alternative) การวิเคราะห์ทางเลือกควรใช้ความเป็นจริงที่เป็นภาวะวิสัย (Objective Analysis) พยายามหลีกเลี่ยง การนำค่า (Value)ทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์
4. ขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าทางเลือก (Value Comparison) ขั้นตอนนี้เป็นการเปรียบเทียบโดยนำค่า (Value) มาเกี่ยวข้องนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดจากค่าแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง
5. ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด (Choice of Alternative on the best set of Alternative) ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

การมีเหตุผลในการตัดสินใจ (วุฒิชัย 2522 : 18 – 19)

การมีเหตุผล (Rationality) สามารถพิจารณาได้หลายกรณี เช่น

1. การมีเหตุผลที่ควรจะเป็นจริง ๆ (Objectively Rational) หมายถึง การตัดสินใจที่พยายามจะหาผลสูงสุดในค่านิยมที่มีอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง
2. การมีเหตุผลในแง่ Subjective (Subjectively Rational) ใช้กับการตัดสินใจที่ได้รับผลสูงสุดเท่าที่ความรู้ความสามารถจะมีอยู่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การมีเหตุผลแบบนี้จะหละหลวมกว่า และเป็นไปในแง่นามธรรมมากกว่าแบบที่ 1
3. การมีเหตุผลในแง่การรู้ตัว หรือว่ามีสำนึกอยู่ (Consciously Rational) ซึ่งใช้กับการตัดสินใจที่ต้องการปรับปรุงมรรควิธี เพื่อที่จะไปสู่เป้าหมาย โดยที่มีกระบวนการที่มีสำนึกอยู่ตลอดเวลา

4. การมีเหตุมีผลอย่างที่ได้ไตร่ตรองอย่างดีแล้ว (Deliberately Rational) หมายถึง การปรับปรุง มรรควิธี เพื่อที่จะไปสู่วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายอันสุดท้าย โดยการที่มีการประนีประนอม มีการเสาะหา กันและกันในตัวเอง

แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ความหมายของประสิทธิภาพ

เซอร์โต (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2545 : 31 ; อ้างอิงจาก Certo. 2000 : 9) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ไว้ว่า

ประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง การใช้ทรัพยากรขององค์การให้บรรลุเป้าหมายของ องค์การ ประสิทธิภาพจึงมุ่งทำให้เกิดการ “ทำสิ่งที่ถูกต้อง (Doing the right things)”

ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นวิธีการ (Mean) จัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดความสิ้นเปลืองน้อย ที่สุด โดยสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายโดยใช้ทรัพยากรต่ำสุด กล่าวคือ เป็นการใช้โดยมีเป้าหมาย (Goal) คือ ประสิทธิภาพหรือให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้สูงสุด อาจเรียกว่า “ทำสิ่งต่าง ๆ ให้ถูกต้อง (Doing things right)”

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 315) ให้ข้อแตกต่างของคำว่าประสิทธิผลและประสิทธิภาพโดย ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสำเร็จในการที่สามารถดำเนินการก้าวหน้าไป และสามารถบรรลุเป้าหมาย ต่างๆ ที่องค์กรตั้งไว้ได้ ส่วนประสิทธิภาพ หมายถึง การเปรียบเทียบทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลที่ได้จากการ ทำงานว่าดีขึ้นอย่างไร แค่นั้น ในขณะที่กำลังทำงานตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งการวัดผลงานโดยรวม ขององค์กร ต้องมีการพิจารณาทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่กัน

ติน ปรัชญาพฤทธิ และอิสระ สุวรรณบล (2534 : 77) ได้ให้ความหมายของประสิทธิภาพว่า หมายถึง การทำงานใด ๆ ก็ตาม หน่วยงานจะต้องวางเป้าหมายไว้อย่างแน่นอน พร้อมกันนั้นก็ต้องวาง ระเบียบปฏิบัติไว้อย่างรัดกุม ทั้งนี้ เพื่อให้สิ้นเปลืองเวลา ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรคนให้น้อยที่สุด

วีระผล สุวรรณนันต์ (2527 : 87) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การกระทำการใด ๆ เพื่อ วัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง และภายใต้งบประมาณที่จำกัด กิจกรรมใดสามารถก่อให้เกิดผล (Output) สูงสุด เราเรียกกิจกรรมนั้นว่าเป็นกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพ

(สินเลิศ สุขุม, 2543:19; อ้างอิงจาก เสาวภาคย์ ดีวาจา. 2529) ได้สรุปไว้ว่า ประสิทธิภาพใน การทำงาน หมายถึงความพร้อมและความพยายามและรวมไปถึงความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จ โดยการประเมินประสิทธิภาพในการทำงาน นั้นไม่สามารถทำได้โดยตรงเนื่องจากหน่วยในการจัดสิ่ง ที่ ลงทุนลงไป เช่น เงิน ความพยายาม แรงงานนั้นเป็นคนละหน่วยในการวัดผลลัพธ์ คือ ผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นจึงใช้วิธีการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ซึ่งหมายถึงการวัดว่าผลลัพธ์ที่ได้ตรงตามเป้าหมายหรือไม่

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพคือ การบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างสมดุล คือ ประหยัดเงิน ประหยัดเวลา ใช้คนให้เหมาะกับงาน ใช้วัสดุอุปกรณ์ให้คุ้มค่าด้วยวิธีการที่เหมาะสม ทำให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน อันเป็นผลทำให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุดบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งก็คือ เกิดประสิทธิผล

ผลการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

การทำงานที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลกับบุคลากรและหน่วยงาน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (วาสนา ศิริประเสริฐ และคณะ. 2538 : 26)

1. เกิดผลต่างระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนที่มากขึ้น เนื่องจากการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้ต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายลดลง ซึ่งสามารถนำค่าใช้จ่ายส่วนนั้นไปใช้จ่ายในด้านอื่น
2. สามารถทำงานได้ปริมาณที่สูงขึ้น เนื่องจากใช้เวลาในการทำงานลดลง
3. คุณภาพของผลงานที่ได้สูงขึ้นเนื่องจากเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความพึงพอใจและความเต็มใจเกิดความพึงพอใจ และความเชื่อถือจากผู้ใช้บริการ

ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace Service Provider)

คำนิยามของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace Service Provider) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นกิจกรรมที่เป็นการสื่อสาร 2 ทาง และเป็นกิจกรรมที่นักการตลาดสามารถติดต่อกับผู้บริโภคได้ทั่วโลกและตลอดเวลา ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประมูล และเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายรวมทั้งจัดหาผู้ขายสินค้าเพิ่มเติมผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์คุณสมบัติและหน้าที่หลักของผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace Service Provider) ประกอบด้วย

1. จัดหา Infrastructure ตลอดจนระบบสำรองฉุกเฉินต่างๆ สำหรับการทำ e-Auction ให้ถูกต้องตามมาตรฐานที่ศูนย์การจัดซื้อจัดจ้างและพัสดุภาครัฐกำหนดไว้
2. จัดอบรมผู้ขายเกี่ยวกับขั้นตอนการทำ e-Auction ตลอดจนการใช้โปรแกรม
3. ให้บริการรับรอง Catalogue สินค้าของผู้ขายทุกรายที่ผ่านการลงทะเบียนจากศูนย์เรียบร้อยแล้ว โดยตลาดสามารถคิดค่าบริการและค่านายหน้าได้ไม่เกินอัตราที่ศูนย์ฯ กำหนด (อาจยกเลิกถ้ามีการแข่งขันใน e-Marketplace)
4. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าตลอดจนวิธีประมูลที่เหมาะสมแก่ผู้ซื้อ
5. จัดทำรายงานการดำเนินงานให้แก่กรมบัญชีกลางและผู้ซื้อทุกครั้งหลังจากมีการทำ การประมูล (e-Auction) คุณสมบัติที่สำคัญของวัสดุวัตถุดิบที่จะนำมาพิจารณาในการทำ e-Auction คือ เป็น

วัสดุหรือครุภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์ กระดาษ วัสดุสำนักงาน การเช่ารถยนต์ การเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

ประเภทของสินค้าและบริการ

ประเภทของสินค้าและบริการสินค้าและบริการที่นำเสนอขายทางอิเล็กทรอนิกส์ แบ่งประเภทตามการขนส่ง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. สินค้าที่จับต้องได้ (Hard Goods) เป็นสินค้าที่ผู้ขายต้องจัดส่งไปให้ผู้ซื้อ ถ้าผู้ขายขายสินค้าประเภทนี้จะต้องจัดหาบริษัทขนส่งสินค้า คำนวณรายละเอียดและเงื่อนไขการจัดส่งของแต่ละบริษัท อาทิ เช่น การคำนวณค่าขนส่ง ประเภทของสินค้าที่รับขนส่ง ปริมาณการขนส่ง เป็นต้น เพราะบางบริษัทอาจไม่รับขนส่งสินค้าที่เน่าเสียง่าย เช่น ดอกไม้

2. สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Soft Goods) เป็นสินค้าที่ผู้ขายไม่จำเป็นต้องจัดส่งให้ผู้ซื้อเพราะเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อสามารถดึงหรือที่เรียกว่า ดาวน์โหลดจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ขายมาเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ซื้อ สินค้ากลุ่มนี้ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูลประเภทต่างๆ และเพลง เป็นต้น การขายสินค้าประเภทนี้ใช้เงินลงทุนต่ำกว่าประเภทแรก เพราะสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและงานได้หลายรายการ

3. บริการ (Service) เป็นบริการที่ผู้ขายจัดขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยไม่ได้ขายสินค้าหรือบริการ บริการที่เสนออาจเป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต เช่น บริการของอินเทอร์เน็ตเซอร์วิสโพรไวเดอร์ (Internet service provider-ISP) ซึ่งบริษัทที่เป็นผู้ให้บริการกับเจ้าของร้านค้าหรือบุคคลทั่วไปในการจับจองเนื้อที่ของเว็บไซต์เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ หรือบางบริการอาจเป็นบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตเช่น เว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมของข้อมูลข่าวสารที่เรียกว่า พอร์ทัล ไซต์ (Portal site) ซึ่งให้บริการในการค้นหาข้อมูลซึ่งเรียกว่า เสิร์ชเอนจิน (Search engine) ผู้ต้องการข้อมูลไม่ว่าจะเป็นข้อมูลใดๆ สามารถค้นหาได้โดยพิมพ์คำที่มีความหมายถึงประเภทของข้อมูลที่ต้องการ ก็จะได้ข้อมูลตามที่ต้องการ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประสงค์ ประณีตพลกรัง และคณะ (2543 : 484 – 492) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) การดำเนินกิจกรรมธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารโทรคมนาคม หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือธุรกรรมต่างๆ ที่หวังผลกำไรและไม่หวังผลกำไรก็ได้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการพาณิชย์หรือการค้าระหว่างองค์กรธุรกิจด้วยกันเอง ส่วนคำว่า E-commerce Electronic commerce จะเป็นเรื่องราวของการค้าขายที่หวังผลกำไรเป็นหลักและดำเนินการค้าผ่าน World Wide Web ซึ่งเราสามารถกล่าวได้ว่า E-commerce จะเป็นส่วนหนึ่งของ

E-business ที่ส่งเสริมให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ก็คือระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบอีดีไอ [Electronic Data Interchange (EDI)] ซึ่งจะทำการแลกเปลี่ยนเอกสารระหว่างการซื้อขายให้มีความสะดวกและรวดเร็ว ดังตัวอย่างเช่น ใบสั่งซื้อ-ใบส่งจ่ายและใบเสร็จต่างๆ เป็นต้น

ปัญหาอย่างหนึ่งที่เคยเกิดขึ้นในช่วงแรกของการใช้ระบบ EDI ก็คือ ค่าดำเนินการติดตั้งมีราคาค่อนข้างแพง ในปัจจุบันราคาฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์มีราคาถูกลงมาก ทั้งยังสามารถใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยอาจจะทำการเชื่อมต่อเครือข่ายแบบเช่าสาย (Leased line) จากองค์การที่ให้บริการ (Service provider) หรืออาจจะใช้เครือข่ายมูลค่าเพิ่ม [Value Added Network (VAN)] ซึ่งจะเป็นตัวกลางที่จะอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างคู่ค้าคิดค่าใช้จ่ายรายเดือนและคิดค่าธรรมเนียมของธุรกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนด้วย

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ECRC Thailand, 1999) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้เทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ และครอบคลุมรูปแบบทางการเงินทั้งหลาย เช่น ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์, การค้าอิเล็กทรอนิกส์, อีดีไอหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์, ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์, โทรสาร, แคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์, การประชุมทางไกล และรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลระหว่างองค์กร (ESCAP, 1998)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับการประมวล และการส่งข้อมูลที่มีข้อความ เสียง และภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์, การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์, การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์, การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์, ใบตราส่ง, การประมูล, การออกแบบ และวิศวกรรมร่วมกัน, การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ, การขายตรง, การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค, อุปกรณ์ทางการแพทย์) และบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล, บริการด้านการเงิน, บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข, การศึกษา, ศูนย์การค้าเสมือน (Virtual Mall) (European union, 1997)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจการค้าหรือการซื้อขายบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ซื้อ (Customer) สามารถดำเนินการเลือกสินค้า คำนวณเงิน ตัดสินใจซื้อสินค้า โดยใช้เงินในบัตรเครดิต ได้โดยอัตโนมัติ ผู้ขาย (Business) สามารถนำเสนอสินค้า ตรวจสอบวงเงินบัตรเครดิตของลูกค้า รับเงินชำระค่าสินค้าตัดสินค้าจากคลังสินค้าและประสานงานไปยังผู้จัดส่งสินค้าโดยอัตโนมัติ กระบวนการดังกล่าวจะดำเนินการเสร็จสิ้นบนระบบเครือข่าย Internet

องค์ประกอบของ e-Commerce

1. ผู้ซื้อ (Customer)
2. ผู้ขาย (Warehouse หรือ โกดังสินค้า)
3. ระบบชำระเงิน (Banking)
4. ระบบขนส่ง (Shipping)



ภาพประกอบ 11 : องค์ประกอบของ e-Commerce

จุดประสงค์ของการใช้ E-commerce

จุดประสงค์หลักของการนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตเข้าไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานด้านต่าง ๆ หรือในทุกส่วนของกระบวนการธุรกิจนี้เพื่อ

1. ลดต้นทุนการลดต้นทุนในการติดต่อสื่อสารโดยใช้อีเมลแทนการใช้โทรสาร ลดค่าพิมพ์แคตตาล็อกสินค้า ลดค่าออกไปรษณีย์รับเงิน ลดเวลาการตัดสต็อกในคลังสินค้า ประหยัดเวลาในการบันทึกบัญชี และลดค่าใช้จ่ายในการวางแผนการผลิต ทั้งนี้เพราะระบบการค้าบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรืออินเทอร์เน็ตนี้ลูกค้าจะเป็นผู้ที่ทำการ และป้อนข้อมูลเพียงคนเดียว หลังจากนั้นข้อมูลจะไหลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าสู่กระบวนการทุกอย่างโดยอัตโนมัติ โดยไม่ต้องมีการป้อนข้อมูลใหม่ เช่น ไม่ต้องป้อนข้อมูลเพื่อออกไปรษณีย์รับเงินไม่ต้องบันทึกบัญชี ไม่ต้องออกไปสั่งซื้อวัตถุดิบเองทั้งหมดนี้ระบบของ e-Business สามารถดำเนินการให้ทั้งหมด และเป็นการประหยัดกระดาษ และการพิมพ์เอกสารด้วย
2. ประหยัดเวลา ทั้งนี้เพราะทุกอย่างสามารถทำงานได้เอง โดยผ่านเครือข่ายโดยอัตโนมัติทำให้กระบวนการบริหารงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องใช้คนงานที่ซ้ำซ้อนเหมือนอย่างที่ผ่านมาแต่อย่างใด

3. เพิ่มประสิทธิภาพ เนื่องจากการทำงานได้รวดเร็วขึ้น และได้ถูกต้องแม่นยำ เพราะลูกค้าเป็นผู้ป้อนข้อมูลตอนสั่งซื้อสินค้าเพียงคนเดียวและจุดเดียว ซึ่งข้อมูลทั้งหมดสามารถทำไปออกใบเสร็จรับเงินได้บันทึกบัญชีได้หรือส่งซื้อวัตถุดิบได้ทั้งหมด

4. ขยายตลาดทั้งนี้เพราะการต่อเชื่อมระบบอินเทอร์เน็ตทำให้เราสามารถนำเสนอสินค้าออกสู่ตลาดโลกได้อย่างเสรี

ประโยชน์และผลกระทบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ถือว่าเป็นโอกาสในการแข่งขันทางการค้าที่สำคัญและเป็นแนวทางใหม่ที่จะทำให้ประเทศได้ก้าวไปสู่ยุคเศรษฐกิจแบบดิจิทัล ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีดังนี้

1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นตลาดการค้าไร้พรมแดนที่ใหญ่ที่สุดในโลก
2. เป็นการขยายโอกาสทางการค้าและเปลี่ยนรูปแบบไปสู่นวัตกรรมการค้ารูปแบบใหม่
3. เป็นการสร้างงานธุรกิจใหม่ นั่นคือ การออกแบบและพัฒนาโฮมเพจ
4. ร้านค้าปลอดภาษี จากการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้ประกอบการ มีดังนี้

1. ลดต้นทุนการประกอบการตั้งแต่การจัดทำแคตตาล็อก (Catalog) ที่สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ตลอดเวลา ได้แก่ การสร้างภาพเหมือนจริง การเปลี่ยนแปลงราคาหรือรายละเอียดสินค้าและข้อมูลอื่นๆ
2. ขยายโอกาสทางการตลาดเพราะการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เหมือนกับการเปิดกิจการที่มีสาขาอยู่ทั่วโลก
3. เปิดโอกาสให้กับผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง [Small and Medium Enterprise (SMEs)]
4. เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันทางการค้าเนื่องจากค่าใช้จ่ายที่น้อยลงทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง

ประเภทของ E-Commerce

1. การทำการค้าระหว่าง Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) กับ Business (ผู้ทำการค้า)
เช่น ลูกค้าต้องการซื้อหนังสือกับร้านค้า
2. การทำการค้าระหว่าง Business (ผู้ทำการค้า) กับ Business (ผู้ทำการค้า)
เช่น ร้านขายหนังสือค้าต้องการสั่งซื้อหนังสือจากโรงพิมพ์

3. การทำการค้าระหว่าง Business (ผู้ทำการค้า) กับ Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) เช่น โรงพิมพ์ต้องการซื้อต้นฉบับจากผู้เขียน

4. การทำการค้าระหว่าง Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) กับ Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) ด้วยกัน เช่น ผู้บริโภคต้องการขายรถยนต์ของตนเองให้กับผู้บริโภคท่านที่สนใจ

5. Business to Government (B-to-G) ลักษณะการดำเนินธุรกิจจะเป็นกลุ่มองค์การธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นกลุ่มที่มีความแน่นอนและเชื่อถือได้สูง หากแต่จะมีความยุ่งยากและซับซ้อนจากขั้นตอนต่างๆ ของภาครัฐมีมากอย่างไรก็ตามถ้าภาครัฐบาลให้ความร่วมมือผลักดันอย่างจริงจัง ตัวอย่างเช่น การจัดซื้อจัดจ้าง ในหน่วยงานภาครัฐนั้นจะมีข้อกำหนดที่ชัดเจนไม่กระจัดกระจายจนเกินไป การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็มีโอกาสเกิดขึ้นได้มาก

ระบบอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วยเสาหลัก3ประการ

ระบบสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic information) ความสัมพันธ์กับลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์และธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นเสาหลักดังกล่าวสร้างขึ้นบนองค์ประกอบของตลาดที่มีอยู่ และการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนทางการค้าและเครื่องมือค้นหา (Search engine) ก็ได้มีส่วนช่วยให้ผู้ใช้หรือลูกค้าได้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ

เสาหลักที่ 1 ระบบสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์เว็บเป็นระบบกระจายและส่งข้อมูลข่าวสารที่จัดทำไว้ในรูปแบบเอกสารทั้งข้อความและสื่อประสมโดยที่มีจุดเชื่อมโยงไปยังเอกสารอื่นๆ ในเครื่องบริการเดียวกัน หรือต่างเครื่องกัน ซึ่งเอกสารเหล่านี้เรียกว่า ข้อความหลายมิติหรือไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) และนำเสนอด้วยภาษา HTML ในการดำเนินการสร้างตามเสาหลักที่ 1 นี้จะทำได้ง่ายซอฟต์แวร์ในปัจจุบันสามารถช่วยแปลงข้อมูลทั่วไปให้ขึ้นไปอยู่บนเว็บได้ และสามารถอ่านได้ในรูปแบบบนเว็บ สิ่งท้าทายที่สำคัญก็คือ การจะออกแบบสถานที่ซึ่งจะให้เก็บเอกสารหลายมิติที่เรียกว่า เว็บไซต์ (Web site) ให้ได้รูปแบบที่ดี มีความง่ายต่อการใช้และการเข้าใจในการค้นหาและเรียกข้อมูลที่ต้องการนั้นจะอย่างไร ปัจจุบันได้มีการสร้างเครื่องมือค้นหา (Search engine) ที่ชาญฉลาดทำให้นักท่องเว็บไซต์สามารถเลือกและค้นหาข้อมูลได้ง่ายขึ้นปกติจะค้นหาตามชื่อ กลุ่มคำ และข้อความ นอกจากนั้นเครื่องมือค้นหา (Search engine) รุ่นใหม่ๆ สามารถค้นหาด้วยภาพ(ใช้ภาพเป็นตัวเชื่อมโยง)และชนิดของสีได้แล้ว

เสาหลักที่ 2 ความสัมพันธ์กับลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic relationship) ในการสร้างเว็บไซต์ (Site) จึงต้องสร้างให้เสมือนเป็นท่าของการเข้ามาของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการใหม่ๆ เข้ามาจะเริ่มค้นหาท่าของการเข้ามา หรือหน้าจอแรกก่อนเสมอ สิ่งนี้เป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และในขณะเดียวกันท่าหรือหน้าจอแรกจะมีผลต่อการที่ลูกค้าจะกลับเข้ามาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป ดังนั้นในการออกแบบหน้าจอแรกให้เกิดความรู้สึกดึงดูดและสร้าง

ความประทับใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญความแตกต่างของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) กับสื่อประเภทอื่น เช่น การพิมพ์และการกระจายเสียงและภาพก็คือ มีการโต้ตอบและผู้ใช้ได้คาดหวังที่จะมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์กัน เมื่อเข้ามาในเว็บไซต์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce web site) เว็บไซต์ (Web site) จะต้องได้รับการออกแบบให้ดึงดูดความสนใจ และสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้ให้ได้มากที่สุดแนวทางหนึ่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จก็คือความสามารถของผู้ทำเว็บ(Web)เอง

เสาหลักที่ 3 ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic transactions) ธุรกรรมที่ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วน

บทบาทของรัฐในการส่งเสริม E-Commerce

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ได้จัดโครงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการส่งออก วัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการส่งออกโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยจะจัดทำ Homepage ในลักษณะของ Cyber Mall ผู้ส่งออกจะได้ประโยชน์จากการโฆษณาสินค้าและบริการผ่าน Internet โดยใช้ Web Site ของกระทรวงพาณิชย์ (<http://www.thaiecommerce.net/>) เป็นประตูที่จะเชื่อมโยง Homepage ของบริษัทธุรกิจส่งออกที่จะเผยแพร่ข้อมูลต่างๆไปสู่ผู้ซื้อทั่วโลก สำหรับธุรกิจส่งออกที่ประสงค์จะเข้าร่วมโครงการ มีหลักเกณฑ์เบื้องต้นคือ เป็นบริษัทนิติบุคคล ประกอบการค้าสินค้าหรือบริการโดยถูกต้องตามกฎหมาย ไม่ประกอบธุรกิจผิดศีลธรรม สินค้าหรือบริการมีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ เช่น มี Brand Name , ISO , Barcode รับรอง หรืออยู่ในบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกของกรมส่งเสริมการส่งออก โดยตลาดเป้าหมายในระยะเริ่มต้น จะเน้นใน 6 แห่งคือ USA , Japan , Europe , Asia , Australia , Hongkong โดยสินค้าเป้าหมายคือ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหาร สิ่งทอ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง ของเล่น เฟอร์นิเจอร์ ส่วนบริการเป้าหมาย คือ การท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร บริการรถเช่า การจองตั๋วเครื่องบิน

ข้อดีของการใช้ E-Commerce

การซื้อขายสินค้าแบบ Online สามารถตัดปัญหายุ่งยากในเรื่องของการต่อรองราคาและตัดปัญหาเกี่ยวกับนายหน้า เพราะมีเพียงแค่รหัสบัตรเครดิตที่เปิดบัญชีกับธนาคาร ท่านก็สามารถซื้อสินค้าผ่าน Internet ได้

1. ข้อมูลของลูกค้าจะถูกเก็บไว้ใน E-Mail บุคคลอื่นไม่สามารถเปิดอ่านได้นอกจากผู้จัดทำเท่านั้น
2. เพิ่มมูลค่าและปริมาณทางการค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ ลดต้นทุน และเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลางและขนาดเล็ก มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้นด้วย

3. ผู้ซื้อสามารถค้นหาข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปร้านค้า หรือผ่านพ่อค้าคนกลาง

4. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกับผู้ซื้อรายอื่น หรือมีโอกาสสัมผัสกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ฟังตัวอย่างเพลง อ่านเรื่องย่อของหนังสือ หรือชมบางส่วนของ VDO ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้ซื้อที่มีข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น ในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อแบบ Digital Form จะสามารถส่งข้อมูลผ่าน Internet ได้ทันที

5. ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าทั่วโลกได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การจัดตั้งร้านค้า การจัดตกแต่งสถานที่ ค่าใช้จ่ายการจัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้า และยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นๆได้อีกด้วย

ข้อจำกัดในการใช้ E-Commerce

1. ความไม่ปลอดภัยของข้อมูล ขาดการตรวจสอบการใช้บัตรเครดิตบน Internet ข้อมูลบนบัตรเครดิตอาจถูกดักฟังหรืออ่าน เพื่อเอาชื่อและหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้โดยที่เจ้าของบัตรเครดิตไม่รู้ได้ การส่งข้อมูลจึงต้องมีการพัฒนาวิธีการเข้ารหัสที่ซับซ้อนหลายขั้นตอนเพื่อให้ข้อมูลของลูกค้าได้รับความปลอดภัยสูงสุด

2. ประเทศไทยยังไม่มีธนาคารพาณิชย์ที่ทำหน้าที่รับประกันความเสี่ยงสำหรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปัจจุบันการชำระเงินยังต้องผ่านธนาคารที่เป็นของต่างประเทศ

3. ปัญหาความยากจน ความด้อยโอกาสและขาดความรู้ทางเทคโนโลยี รวมทั้งขาดเครือข่ายการสื่อสาร เช่น ระบบเคเบิล ระบบโทรศัพท์ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง จึงทำให้ชนบทที่ห่างไกลไม่สามารถเข้าถึงและใช้บริการ Internet ได้

4. E-Commerce ยังมีประเด็นเชิงนโยบายที่ทำให้รัฐบาลต้องเข้ามากำหนดมาตรการเพื่อให้ความคุ้มครองกับผู้ซื้อและผู้ขายขณะเดียวกันมาตรการในเรื่องระเบียบที่จะกำหนดขึ้นต้องไม่ขัดขวางการพัฒนาเทคโนโลยี

5. ผู้ซื้อไม่มั่นใจเรื่องการเก็บรักษาความลับทางธุรกิจ ข้อมูลส่วนบุคคลเช่น ไม่มั่นใจว่าจะมีผู้นำหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้ประโยชน์ในทางที่มีขอบหรือไม่

6. ผู้ขายไม่มั่นใจว่าลูกค้ามีตัวตนอยู่จริงจะเป็นบุคคลเดียวกับที่แจ้งสั่งซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการที่จะจ่ายสินค้าและบริการหรือไม่และไม่มั่นใจว่าการทำสัญญาซื้อขายผ่านระบบ Internet จะมีผลถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่

7. ด้านรัฐบาล ในกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละประเทศกันจะใช้กฎหมายของประเทศใดเป็นหลัก หากมีการกระทำผิดกฎหมายในการการกระทำการซื้อขายลักษณะนี้ ความยากลำบากในการติดตามการซื้อขายทาง Internet อาจทำให้รัฐบาลประสบปัญหาในการเรียกเก็บภาษีเงินได้และภาษี

ศุลกากร การที่ E-Commerce ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค และการปฏิบัติงานของภาครัฐบาล ทำให้รัฐบาลอาจเข้ามากำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและผู้ขายที่ใช้บริการ E-Commerce รวมทั้งให้ความสนใจในการพัฒนาบุคลากรการพัฒนาปัจจัยที่จะเพิ่มความสะดวกทางด้านโทรคมนาคมสื่อสาร

แนวทางแก้ไข

1. รัฐต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาคุณภาพและบริการอย่างเร่งด่วน พร้อมทั้งกำหนดราคาที่เหมาะสม เพื่อให้ทุกคนเข้าถึง E-Commerce ได้อย่างเท่าเทียม และใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง อีกทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปด้วย
2. รัฐและเอกชนจะต้องร่วมมืออย่างใกล้ชิดและเร่งด่วนเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่ง รวมถึงสมรรถนะด้านการแข่งขันให้แก่สถาบัน องค์การที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การนำระบบ EDI เข้ามาใช้
3. เปิดเสรีบริการโทรคมนาคม ด้วยการยกเลิกการผูกขาดทางโทรคมนาคมอย่างเร็วที่สุด การเปิดการแข่งขันอย่างเสรีจะทำให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป
4. รัฐต้องมีการวางแผนระยะยาวเกี่ยวกับการใช้ระบบ E-Commerce ทั้งในเรื่องของการออกกฎหมายตามหลักสากลและกฎหมายข้างเคียง เช่น เรื่องภาษี สนับสนุนหรือเป็นตัวหนุนดูแลการใช้มาตรฐานต่างๆ หน่วยงานที่เป็น Certification Authority (CA) ที่ทำการรับรอง Digital Signature
5. รัฐจะต้องหาแนวร่วมและพันธมิตรทางด้านยุทธศาสตร์ในการเจรจาระหว่างประเทศ เพื่อให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีกติกาสากลที่เป็นธรรมแก่ทุกประเทศ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ Ecommerce

กฎหมายธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายนี้จะต้องสอดคล้องกับกฎหมายระหว่างประเทศ และเหมาะสมกับสภาพของประเทศไทย ทั้งนี้ กฎหมายดังกล่าวรวมถึงกฎหมายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction Law) , กฎหมายลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature Law), กฎหมายธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Financial Transaction Law) , กฎหมายอาญาอันเนื่องมาจากอาชญากรรม พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce CriminalCode)

- กฎหมายคุ้มครองข้อมูล เพื่อคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวจาก การนำข้อมูลของบุคคลไปใช้ในทางที่มีขอบ
- กฎหมายอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Related Crime) อันมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองสังคม จากความผิดที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร อันถือเป็นทรัพย์สินที่ไม่มีรูปร่าง (Intangible Object) แต่ทว่ามีค่าในแง่เทคโนโลยีสารสนเทศ

- กฎหมายการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) ที่จะเอื้ออำนวยให้มีการ ทำนิติกรรมสัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ได้
 - กฎหมายลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature Law) ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความมั่นคงให้กับคู่กรณีในอันที่จะต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเพื่อการลงลายมือชื่อ
 - กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Funds Transfer) มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคและสร้างหลักประกันที่มั่นคง ในการทำธุรกรรมทางการเงินดังกล่าว
 - กฎหมายโทรคมนาคม (Telecommunication Law) มุ่งวางกลไกในการเปิดเสรีให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรม และจัดให้องค์กรกำกับดูแลที่เป็นกลาง และมีประสิทธิภาพรวมทั้งสร้างหลักประกันให้ประชาชนสามารถเข้าถึง บริการโทรคมนาคมได้อย่างทั่วถึง (Universal Service) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น กระทรวงคมนาคม มีการดำเนินการอยู่แล้วกฎหมายระหว่างประเทศ องค์การระหว่างประเทศ และการค้าระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ
 - กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต
 - กฎหมายพัฒนาเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์
 - กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ดำเนินมาตรการที่จะเร่งรัดให้มีการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในระยะสั้น เช่น การกำกับดูแล ให้เกิด ความถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ และในระยะยาว เช่น การให้ การศึกษากับเยาวชนในคุณค่าของทรัพย์สิน ทางปัญญา เป็นต้น
 - กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Law)
- การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy) นั้นอยู่บนพื้นฐานทางความคิดของความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกชน (Individual) กับสังคมส่วนรวม สังคมจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดวางกลไกให้ความสัมพันธ์ระหว่างสิทธิความเป็นส่วนตัว เสรีภาพในการเคลื่อนไหวของข้อมูล และความมั่นคงของประเทศ สามารถดำเนินไปได้อย่างกลมกลืนและสอดคล้อง

สาระสำคัญของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

จากการพิจารณาเนื้อหาของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสามารถสรุปสาระสำคัญของหลักการในเบื้องต้นได้ดังนี้

1. หลักการวางข้อจำกัดในการรวบรวมข้อมูล (Collection Limitation Principle)
2. หลักในเรื่องคุณภาพของข้อมูล (Data Quality Principle)
3. หลักในเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์ (Purpose Specification Principle)
4. หลักในเรื่องข้อจำกัดในการใช้ข้อมูล (Use Limitation Principle)
5. หลักในเรื่องการคุ้มครองความปลอดภัย (Security Safeguard Principle)

6. หลักในเรื่องการเปิดเผยข้อมูล (Openness Principle)

7. หลักในเรื่องการมีส่วนร่วมของปัจเจกชน (Individual Participation Principle)

การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

ความหมาย

ก่อนที่จะทราบความหมายของคำว่า “การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Auction” ต้องมาทำความรู้จักระบบการจัดซื้อจัดจ้างผ่านอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่า e-Procurement ทั้งระบบก่อน เนื่องจาก e-Auction ถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดซื้อจัดหาทางอิเล็กทรอนิกส์ประเภทหนึ่ง

e-Procurement หมายถึง ระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการให้บริการที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เช่น การตกลงราคา การสอบราคา การประกวดราคา และการจัดซื้อรวมแบบออนไลน์ รวมถึงการลงทะเบียนบริษัทผู้ขาย การทำ e-Catalogue

รวมถึงการทำงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการจัดซื้อที่เป็น Web Base Application เพื่อทำให้ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ใช้ระยะเวลาน้อยลง ได้สิ่งของที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม เพิ่มความโปร่งใส และสามารถติดตามตรวจสอบกระบวนการทำงานได้ ทำให้เกิดความยุติธรรมต่อภาคธุรกิจ และยังเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้ขาย

ในทางปฏิบัติกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างผ่านอินเทอร์เน็ต อันแรกคือ การจัดซื้อจัดจ้างทั่วไปที่มีมูลค่าไม่สูงมากเรียกว่า e-Shopping ส่วนอันที่สองคือการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าการดำเนินงานสูงหรือมีมูลค่าเกิน 2 ล้านบาท หรือมีการประมูลแข่งขันเรื่องราคาหรือผลประโยชน์อื่นที่เสนอให้รัฐเรียกว่า e-Auction

e-Auction หมายถึง การจัดหาพัสดุซึ่งเกิดจากการรวมความต้องการจัดซื้อพัสดุในปริมาณมาก (Demand Aggregation) ทำให้คำสั่งซื้อที่มีมูลค่าสูงจนสามารถจัดการประมูลได้ ราคาของสินค้าที่ทำการประมูลประเภทนี้จะเกิดจากการเสนอราคาแข่งขันของผู้ขายในแต่ละครั้งด้วยการประมูลผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในการทำการประมูลแบบ e-Auction นี้ตลาดกลางฯ จะต้องเป็นจัดการประมูลที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านนี้มาทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการประมูลและให้คำแนะนำในการจัดซื้อ

e-Marketplace Service Provider หมายถึง ผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประมูล และเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย รวมทั้งจัดหาผู้ขายสินค้าเพิ่มเติมผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีศูนย์กลางการติดต่ออยู่ที่เว็บไซต์ของตลาดกลางคุณสมบัติและหน้าที่หลักของผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace Service Provider) ประกอบด้วย

1. จัดหา Infrastructure ตลอดจนระบบสำรองฉุกเฉินต่างๆ สำหรับการทำให้ถูกต้องตามมาตรฐานที่ศูนย์การจัดซื้อจัดจ้างและพัสดุภาครัฐกำหนดไว้

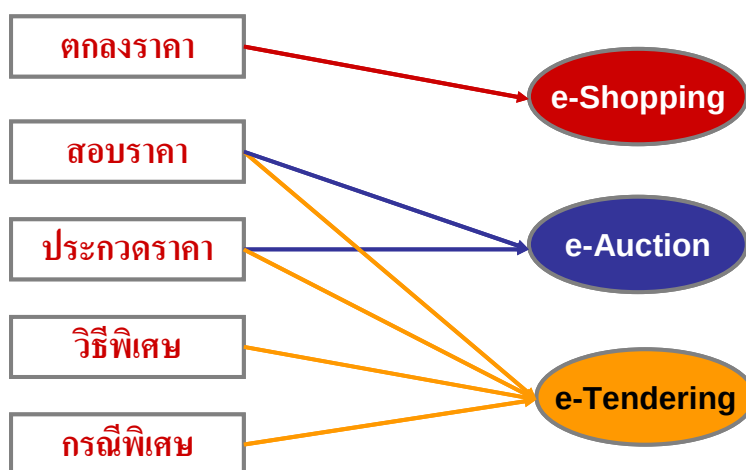
2. จัดอบรมผู้ขายเกี่ยวกับขั้นตอนการทำ e-Auction ตลอดจนการใช้โปรแกรมให้บริการรับรอง Catalogue สินค้าของผู้ขายทุกรายที่ผ่านการลงทะเบียนจากศูนย์เรียบร้อยแล้ว โดยตลาดสามารถคิดค่าบริการและค่านายหน้าได้ไม่เกินอัตราที่ศูนย์กำหนด (อาจยกเลิกถ้ามีการแข่งขันใน e-Marketplace) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าตลอดจนวิธีการประมูลที่เหมาะสมแก่ผู้ซื้อ

3. จัดทำรายงานการดำเนินงานให้แก่กรมบัญชีกลางและผู้ซื้อทุกครั้งหลังจากมีการทำ การประมูล (e-Auction) คุณสมบัติที่สำคัญของวัสดุครุภัณฑ์ที่จะนำมาพิจารณาในการทำ e-Auction คือ เป็น วัสดุหรือครุภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์ กระดาษ วัสดุสำนักงาน การเช่ารถยนต์ การเช่า เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

วิธีซื้อและวิธีจ้าง

ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม การซื้อหรือการจ้างกระทำได้ 6 วิธี คือ

1. วิธีตกลงราคา ได้แก่การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาไม่เกิน 100,000 บาท
2. วิธีสอบราคา ได้แก่การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 2,000,000 บาท
3. วิธีประกวดราคา ได้แก่การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน 2,000,000 บาท
4. วิธีพิเศษ ได้แก่การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน 100,000 บาท
5. วิธีกรณีพิเศษ ได้แก่การซื้อหรือการจ้างจากส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วย ระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วน ท้องถิ่นหรือรัฐวิสาหกิจ
6. วิธีประมูลด้วยระบบ e-Auction ตามหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด



ภาพประกอบ 12 : วิธีซื้อและวิธีจ้าง

การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

ระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Procurement) โดยกระบวนการจะเริ่มตั้งแต่การจัดทำรายละเอียดข้อมูลสินค้า (e - Catalog) การคัดเลือกผู้ค้าและสินค้า (e - Sourcing) การขอให้ผู้ค้าเสนอราคาและเงื่อนไข (e - RFP (Request for Proposal) e - RFQ (Request for Quotation) การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) และการชำระเงิน (e - Payment) เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Procurement) คือ การจัดหาผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace Service Provider) ทำหน้าที่เสาะหาผู้ขายสินค้าหรือผู้ค้า (Suppliers) และบริการจัดซื้อสินค้าตามความต้องการ ของลูกค้า (Buyers) ผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace) ที่ก่อให้เกิดการเปรียบเทียบราคาของสินค้าหรือบริการที่ประหยัดที่สุด ก่อนตัดสินใจสั่งซื้อ

คุณสมบัติและหน้าที่หลักของผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace Service Provider)

1. จัดหา Infrastructure ตลอดจนระบบสำรองฉุกเฉินต่าง ๆ สำหรับการทำ e - Auction ให้ถูกต้องตามมาตรฐานที่ศูนย์ฯ กำหนดไว้
2. จัดอบรมผู้ขายเกี่ยวกับขั้นตอนการทำ e - Auction ตลอดจนการใช้โปรแกรมให้บริการรับวาง Catalogue สินค้าของผู้ขายทุกรายที่ผ่านการลงทะเบียนจากศูนย์เรียบร้อยแล้ว โดยตลอดสามารถคิดค่าบริการ และค่านายหน้าได้ไม่เกินอัตราที่ศูนย์ฯ กำหนด (อาจยกเลิกถ้ามีการแข่งขันใน e - Marketplace)
3. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าตลอดจนวิธีประมูลที่เหมาะสมแก่ผู้ซื้อ
4. จัดทำรายงานการดำเนินงานให้แก่ศูนย์ฯ และผู้ซื้อทุกครั้งหลังจากมีการทำการประมูล (e - Auction)
5. จัดทำรายงานการดำเนินงานให้ศูนย์ฯ และผู้ซื้อทุกครั้งหลังจากมีการทำการประมูล (e - Auction)
6. ให้บริการแก่หน่วยงานของรัฐโดยไม่คิดค่าบริการ
7. ระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Procurement)

การกำหนดแนวทางขั้นตอนและหลักเกณฑ์สำหรับการดำเนินการจัดหาพัสดุ
ในรูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) (ร่างประกาศกระทรวงการคลัง
ประกาศ ณ วันที่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2545)

เพื่อให้เป็นไปตามมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าว รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง จึงเห็นสมควร
 กำหนดแนวทางในการดำเนินการและขั้นตอนภายใต้หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ประเภทพัสดุที่จัดหา ให้เป็นพัสดุประเภทครุภัณฑ์สำนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง ครุภัณฑ์
 คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่นเครื่องพิมพ์ เป็นต้น การจ้างเหมาบริการทำความสะอาด และ
 การรักษาความปลอดภัย

2. วงเงินการจัดหาพัสดุ ให้มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่จะดำเนินการจัดประมูลด้วยระบบ
 e-Auction ในแต่ละครั้ง จะต้องมียกเว้นรวมกันไม่ต่ำกว่า 100,000 บาท

**3. การคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace Service
 Provider)** สำนักพัฒนามาตรฐานระบบพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง จะร่วมกับ
 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
 และสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทยพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์และคุณสมบัติของตลาด
 กลางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดประมูลแก่ส่วน
 ราชการ

4. ขั้นตอนการดำเนินการจัดหาพัสดุ ประกอบด้วย

4.1 การวางแผนจัดหาพัสดุ

4.1.1 รวบรวมความต้องการใช้พัสดุตามที่กำหนดในข้อ 1 จากส่วนราชการ ทั้ง
 ในระดับกรม หรือระดับกระทรวง ทั้งนี้ เพื่อให้มีวงเงินในการจัดหาพัสดุเป็นไปตามนัยข้อ 2

4.1.2 จัดทำรายงานสรุปเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะการใช้งานและผลการจัดหา
 พัสดุ ตามนัยข้อ 1 ครั้งที่ผ่านมา เพื่อเสนอต่อหัวหน้าส่วนราชการ พิจารณออนุมัติการจัดหาพัสดุ โดย
 วิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดหา โดยวิธีการประมูลด้วยระบบ
 e-Auction (คณะกรรมการ e - Auction)

4.2 คณะกรรมการจัดหาโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction

4.2.1 องค์ประกอบคณะกรรมการ e - Auction ประกอบด้วย เลขานุการ
 กรม หรือผู้อำนวยการกองคลังแล้วแต่กรณีเป็นประธานกรรมการกรรมการอย่างน้อย 2 คน ประกอบด้วย
 ผู้แทนศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศของส่วนราชการผู้แทนส่วนราชการที่ต้องการจัดหาพัสดุ และให้หัวหน้า
 พัสดุของส่วนราชการเป็นกรรมการและเลขานุการ ทั้งนี้ ให้แต่งตั้งผู้ช่วยเลขานุการได้ตามความจำเป็น

4.2.2 แจ้งรายละเอียดของพัสดุ ปริมาณ และวงเงินที่จะจัดหาโดยวิธีการประมูล ด้วยระบบ e-Auction ให้สำนักพัฒนามาตรฐานระบบพัสดุ ภาครัฐ กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง เพื่อร่วมประสานงานในการจัดประมูลต่อไป

4.3 การประกาศเชิญชวนผู้ค้า ให้คณะกรรมการ e - Auction จัดทำประกาศเชิญชวน ผู้ค้าเข้าร่วมการประมูลผ่านทางเว็บไซต์ของศูนย์จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ www.gprocurement.or.th กรมประชาสัมพันธ์ www.prd.go.th องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย www.mcot.or.th และเว็บไซต์ของส่วนราชการที่ต้องการจัดซื้อ รวมทั้งช่องทางอื่น ๆ ตามความเหมาะสม โดยให้มีระยะเวลาการประกาศไม่น้อยกว่า 7 วันทำการ

4.4 การรวบรวมรายชื่อผู้ค้า ให้คณะกรรมการ e - Auction รวบรวมรายชื่อผู้ค้าจาก ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ขายอื่น ๆ ที่แสดงความจำนงเข้าร่วมการประมูลกับคณะกรรมการ e - Auction

4.5 การคัดเลือกผู้ค้า ให้คณะกรรมการ e - Auction ดำเนินการ ดังนี้

4.5.1 กำหนดมาตรฐานทางเทคนิคขั้นต่ำของผู้ค้า (Pre - qualification) เพื่อใช้เป็นหลักเกณฑ์คัดเลือกผู้ค้าที่มีความสามารถในการให้บริการจัดหาพัสดุตามที่กำหนด

4.5.2 กำหนดวิธีการคัดเลือกผู้ค้า และรายละเอียดของเอกสารทางด้านเทคนิค

4.5.3 จำนวนผู้ค้าที่ผ่านการคัดเลือกทางเทคนิคจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ราย มิฉะนั้น จะต้องจัดทำรายงานสรุปเสนอหัวหน้าส่วนราชการ เพื่อพิจารณาดำเนินการจัดประมูลใหม่

4.5.4 ประกาศรายชื่อผู้ค้าที่มีมาตรฐานทางเทคนิคขั้นต่ำผ่านทางเว็บไซต์ศูนย์จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ และส่วนราชการ

4.5.5 กำหนดวัน เวลา และสถานที่พร้อมทั้งเงื่อนไขการประมูล ได้แก่ วงเงิน การจัดหา ระยะเวลาประมูลช่วงราคาประมูลขั้นต่ำ และช่วงเวลาประมูลสุดท้าย ก่อนปิดการประมูล เป็นต้น

4.5.6 ให้มีการจัดประชุมชี้แจงเกี่ยวกับคุณสมบัติของพัสดุที่จะจัดหา และรายละเอียดการประมูลพร้อมทั้งเงื่อนไขแก่ผู้ค้า

4.5.7 ให้แจ้งตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ดำเนินการ ดังนี้

4.5.7.1 อบรมวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction ให้แก่ผู้ค้าที่ผ่านการคัดเลือกทางเทคนิค

4.5.7.2 มอบ User ID และ Password ให้แก่ผู้ค้า

4.5.7.3 ผู้ค้าลงนามในข้อตกลงในการประมูลร่วมกับส่วนราชการ ผู้จัดหาพัสดุ และตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

4.5.7.4 ส่วนราชการ และผู้ค้าทดสอบการใช้ระบบประมูล

4.5.7.5 ให้ทดลองกลางอิเล็กทรอนิกส์จัดประมูลตามวัน เวลา และ สถานที่ที่กำหนด

4.6 การประกาศผลผู้ชนะประมูล ให้คณะกรรมการ e - Auction สรุปผลการประมูล เสนอหัวหน้าส่วนราชการ พร้อมกับรายงานผลให้ สำนักพัฒนามาตรฐานระบบพัสดุ ภาครัฐ กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังทราบ เพื่อประกาศในเว็บไซต์ www.gprocurement.or.th

4.7 การตรวจรับพัสดุ ให้ส่วนราชการดำเนินการตามนัยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

รูปแบบของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

1. การประมูลไล่ราคาลง (Reverse Auction)

ผู้ที่เสนอราคาประมูลต่ำที่สุดเป็นผู้ชนะ เช่น การประมูลซื้อ การประมูลจ้างเหมาบริการ

1. English Reverse Auction เป็นการประมูลที่ผู้ซื้อจะทราบสถานะของการประมูลว่าผู้ที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาเท่าไร แต่ผู้เข้าประมูลจะไม่ทราบชื่อของผู้เข้าประมูลรายอื่นๆ
2. Sealed Bid เป็นการประมูลที่ผู้ซื้อจะไม่ทราบสถานะของการประมูลและราคาต่ำสุดของผู้ยื่นประมูล การยื่นข้อเสนอราคาแบบ Sealed Bid แบ่งเป็น 2 แบบ คือ แบบยื่นข้อเสนอได้เพียงครั้งเดียว และยื่น ข้อเสนอได้หลายครั้งภายในระยะเวลาที่กำหนด

ตาราง 1 การเปรียบเทียบรูปแบบการประมูล

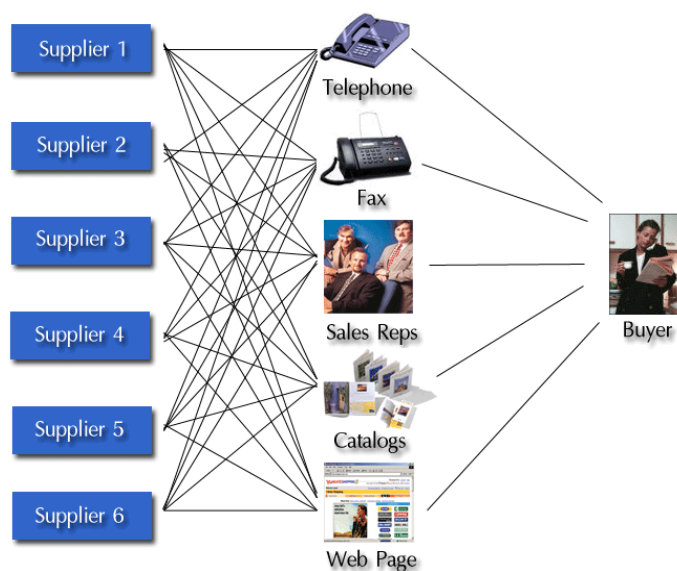
English Reverse	Sealed Bid
• การประมูลได้ราคาจากผู้เสนอต่ำสุดชนะ	• การประมูลได้ราคาจากผู้เสนอต่ำสุดชนะ
• มีการกำหนดราคาเริ่มต้นในการเปิดประมูล	• ไม่มีการกำหนดราคาเริ่มต้นในการเปิดประมูล
• ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาตามอัตราการลด (Gap) ตามที่กำหนด	• ผู้เสนอราคาสามารถเสนอราคาตามความพอใจ
• ผู้ประมูลเห็นราคาสุดท้ายของคู่แข่งแต่ไม่ทราบว่าเป็นของบริษัทอะไร	• ผู้ประมูลไม่เห็นราคาของคู่แข่งจะทราบแต่ราคาของตนเองเสนอ
• มีเครื่องหมาย “ค้อน” ปรากฏเมื่อเสนอราคาประมูล ต่ำกว่าคู่แข่ง	• มีเครื่องหมาย “ค้อน” ปรากฏเมื่อเสนอราคาประมูลต่ำกว่าคู่แข่ง
• ขยายเวลา 5 นาที เมื่อมีการเสนอราคาช่วง 5 นาทีสุดท้าย จนกว่าไม่มีใครเสนอช่วง 5 นาทีสุดท้าย จึงปิดประมูล	• ไม่มีการขยายเวลา(ยกเว้นกรณีฉุกเฉิน 1 ครั้งต่อ 1 การประมูล ขยายได้ 5 นาที)
• ใช้เวลาประมูล 30 นาที (ไม่รวมขยายเวลา)	• ใช้เวลาประมูล 60 นาที (ไม่เกิน 6 ชั่วโมง)

2. การประมูลได้ราคาขึ้น (Forward Auction)

ผู้ที่เสนอราคาประมูล / ส่วนลด สูงที่สุดเป็นผู้ชนะ เช่น การประมูลขายครุภัณฑ์ชำรุด เช่น รถยนต์ของทางราชการ

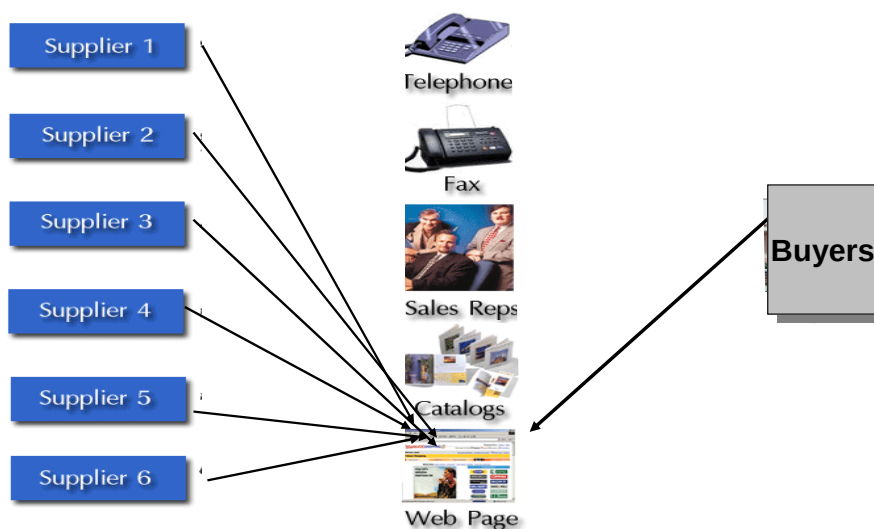
เปรียบเทียบรูปแบบการประมูล

1. ระบบการจัดซื้อจัดจ้างแบบเดิม



ภาพประกอบ 13 : ระบบการจัดซื้อจัดจ้างแบบเดิม

2. ระบบการจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์



ภาพประกอบ 14 : ระบบการจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์

ตาราง 2 เปรียบเทียบการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์กับการประมูลแบบเดิม

การประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์	การประมูลแบบเดิม
✓ เสนอราคาได้โดยไม่จำกัดครั้ง	✓ เสนอราคาได้เพียงครั้งเดียว
✓ เพิ่มความโปร่งใสมากขึ้น	✓ ไม่เปิดเผยข้อมูลการแข่งขัน
✓ ประมูลได้จากทุกสถานที่	✓ ต้องเดินทางมายื่นราคา
✓ ประมูลได้หลากหลายรูปแบบ	✓ มีรูปแบบเดียว
✓ เพิ่มโอกาสได้พบผู้ขายรายใหม่	✓ จำกัดอยู่แค่ผู้ขายรายเดิม
✓ สรุปผลราคาได้อย่างรวดเร็ว	✓ มีการเรียกเข้ามาต่อรอง

อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดประมูล e-Auction

- ห้องคำ 1 ห้อง ใน 1 จังหวัด
- คอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง พร้อม Internet Explorer เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต
- โทรศัพท์ 1 เครื่อง
- โทรศัพท์สายตรง 2 เครื่อง
- เครื่องบันทึกเสียงพร้อมเทปเปล่า
- เครื่องสำรองไฟ UPS

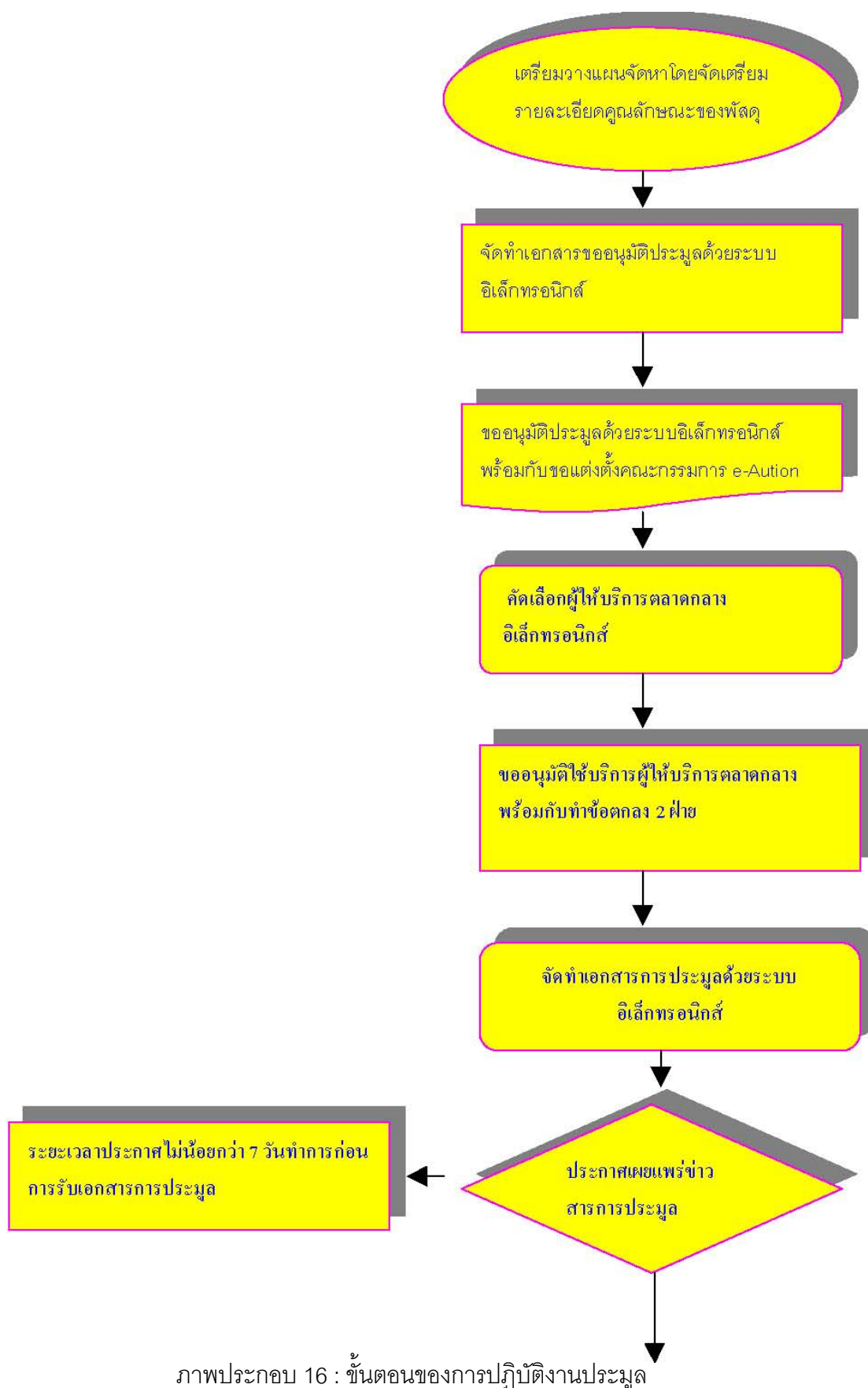


ภาพประกอบ 15 : อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดประมูล e-Auction

ตาราง 3 บทบาทและหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (ผู้ซื้อ)	ผู้ให้บริการตลาดกลาง	ผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ขาย)
การเตรียมการก่อนการประมูล		
1) กำหนดรายละเอียดและคุณสมบัติของครุภัณฑ์พร้อมแต่งตั้งคณะกรรมการ e-Auction		
2) แต่งตั้งผู้ให้บริการตลาดกลางฯ เพื่อจัดประมูล พร้อมประกาศข่าวจัดซื้อจัดจ้าง	- ยืนยันการให้บริการจัดประมูลกับหน่วยงาน - ประกาศข่าวจัดซื้อจัดจ้างให้ผู้ค้าได้ทราบ - ช่วยหาผู้ค้าเพิ่มเพื่อมาเข้าร่วมประมูล	- ติดตามข่าวสารการจัดซื้อจัดจ้าง - รับแบบ / ข้อเสนอ กับหน่วยงาน - ยื่นเอกสารเพื่อให้หน่วยงานพิจารณาคุณสมบัติ
3) ประกาศรายชื่อผู้ค้าที่มีคุณสมบัติเข้าร่วมประมูล พร้อมแจ้งรายชื่อให้กับตลาดกลางฯ	ติดต่อผู้ค้าที่ผ่านการคัดเลือกมารับการฝึกอบรมการใช้ระบบ e-Auction	รับการฝึกอบรมจากผู้ให้บริการตลาดกลางฯ
ระหว่างการประมูล		
คณะกรรมการ e-Auction เข้าร่วมสังเกตการณ์	ดำเนินการประมูล	ทำการแข่งขันกันเสนอราคา
เสร็จสิ้นการประมูล		
1) ตัดสินและคัดเลือกผู้ชนะการประมูล พร้อมประกาศผลอย่างเป็นทางการ	สรุปผลการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)	ยืนยันราคาที่เข้าร่วมประมูล
2) ทำสัญญาซื้อขาย	รับทราบการทำสัญญา	ทำสัญญาซื้อขาย และส่งมอบสินค้า
3) ชำระเงินให้ผู้ค้า	เก็บค่าบริการจากผู้ชนะ	ชำระค่าบริการให้กับผู้ให้บริการตลาดกลาง ฯ

ขั้นตอนของการปฏิบัติงาน



ขั้นตอนของการปฏิบัติงาน (ต่อ)



ภาพประกอบ 17 : ขั้นตอนของการปฏิบัติงานประมูล (ต่อ)

ตาราง 4 อัตราค่าใช้จ่ายจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

งบประมาณ	ค่าใช้จ่าย (ค่าบริการจัดประมูล)	
	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย
ต่ำกว่า 2,000,000 บาท	ไม่เสียค่าใช้จ่าย	ไม่เกิน 6,000 บาท
2,000,001 - 10,000,000	ไม่เสียค่าใช้จ่าย	ไม่เกินร้อยละ 0.4 และไม่เกิน 10,000 บาท
10,000,001 - 25,000,000	ไม่เสียค่าใช้จ่าย	ไม่เกินร้อยละ 0.15 และไม่เกิน 20,000 บาท
25,000,001 ขึ้นไป	ไม่เสียค่าใช้จ่าย	ไม่เกินร้อยละ 0.10 และไม่เกิน 30,000 บาท

ตาราง 5 ค่าใช้จ่ายเดินทางของผู้ให้บริการตลาดกลางฯ แบ่งเป็น 4 ระยะดังนี้

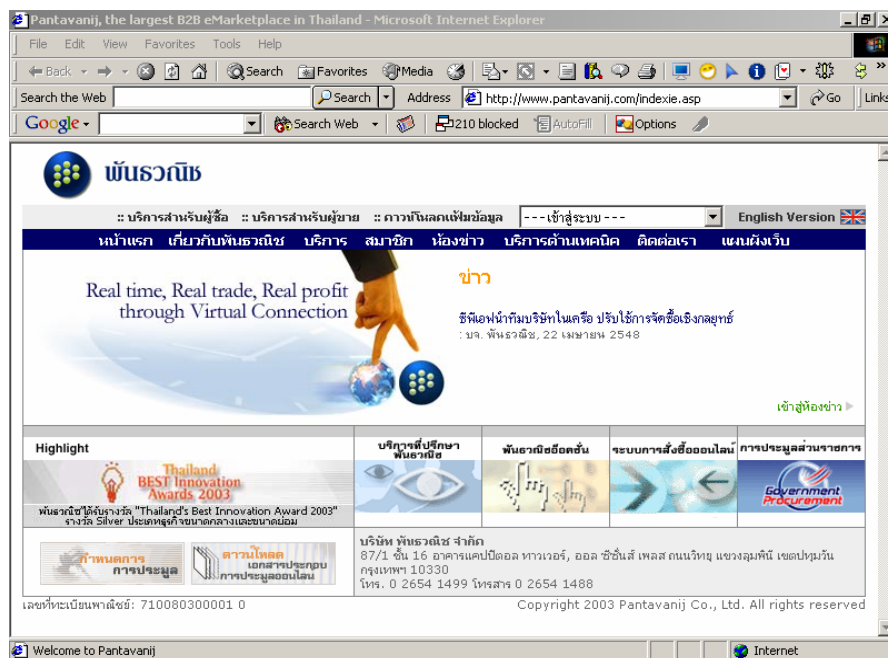
ระยะทาง	จังหวัด	ค่าเดินทาง
ไม่เกิน 150 กม.	กาญจนบุรี ลพบุรี นครนายก นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี เพชรบุรี ปราจีนบุรี ราชบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สระบุรี สุพรรณบุรี และสิงห์บุรี	ไม่มี ค่าใช้จ่าย เดินทาง
ประมาณ 151- 250 กม.	ชัยนาท นครสวรรค์ สระแก้ว อุทัยธานี ระยอง จันทบุรี และ นครราชสีมา	2,500 บาท/ การประมูล
ประมาณไม่เกิน 500 กม.	ประจวบคีรีขันธ์ ตรวาท เพชรบูรณ์ พิจิตร พิษณุโลก สุโขทัย ตาก อุตรดิตถ์ ชุมพร กำแพงเพชร บุรีรัมย์ ชัยภูมิ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด และสุรินทร์	5,000 บาท/ การประมูล
ประมาณมากกว่า 500 กม.	อุดรธานี ยโสธร แพร่ ระนอง อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ เลย หนองบัวลำภู ศรีสะเกษ เชียงใหม่ เชียงราย มุกดาหาร นครพนม หนองคาย น่าน พะเยา กระบี่ นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ลำพูน แม่ฮ่องสอน สตูล สงขลา สุราษฎร์ธานี ตราด ยะลา สงขลา อุดรธานี และลำปาง	10,000 บาท/ การ ประมูล

ตาราง 6 รายชื่อผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

ลำดับ	รายชื่อตลาดกลาง	ที่อยู่
1	บริษัท พันธณิข จำกัด	ชั้น16 อาคารแคปปิตอล ทาวเวอร์ออสซีชั่นส์เพลส เลขที่ 87/1 ถ.วิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กทม 10330 0-2654-1499 , โทรสาร 0-2654-1488
2	บริษัท บีส ไดเมนชั่น จำกัด	979/3-4 ชั้น11 ,S.M. ทาวเวอร์ ถ.พหลโยธิน สามเสนใน พญา ไท กทม 10400 0-2298-0345-54 , โทรสาร 0-2298-0330-32
3	บริษัท ดาต้าเมท จำกัด (มหาชน)	219/56-59 อาคารอโศกทาวเวอร์ส ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 0-2310-5211 , โทรสาร 0-2261-8727
4	บริษัท ซอฟแวร์ลิงค์ จำกัด	719/8-9 ถ.พระราม 6 วังใหม่ ปทุมวัน กทม 10330 0-2612-3517-21 , โทรสาร 0-2612-3514
5	บริษัท ฟรีอินเตอร์เน็ต จำกัด	50 ถ.อโศก กทม 10110 0-2665-9111 , โทรสาร 0-2665-9595
6	บริษัท ป๊อป เนทเวอร์ค จำกัด	919/555 สีลมแกลลอรี่ ชั้น 12 ถ.สีลม บางรัก กทม 10500 0-2630-1700 , โทรสาร 0-2630-1710
7	บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด	ชั้น 4 อาคารไทเอเชีย 1175/2 ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี 39 แขวง บางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 0-2831-7299 ,โทรสาร 0-2586-9657
8	บริษัท นิวตรอน การประมูล จำกัด	ชั้น 12 ห้องเลขที่ 08 อาคารชาร์เตอร์ สแควร์ เลขที่ 152 ถนน สาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 0-2634-5200-1,Fax.0-2634-5201
9	บริษัท ไอ ซี เอ็น ซิสเต็ม จำกัด	151 อาคารทิม หมู่ 12 ถ.นวลจันทร์ ใกล้ทางด่วนอาจนรงค์- รามอินทรา แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230 0-2944-6860-3 Fax. 0-2944-6718

เว็บไซต์ของตลาดกลางในการประมูลจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

บริษัท พันธวนิช จำกัด www.pantavanij.com



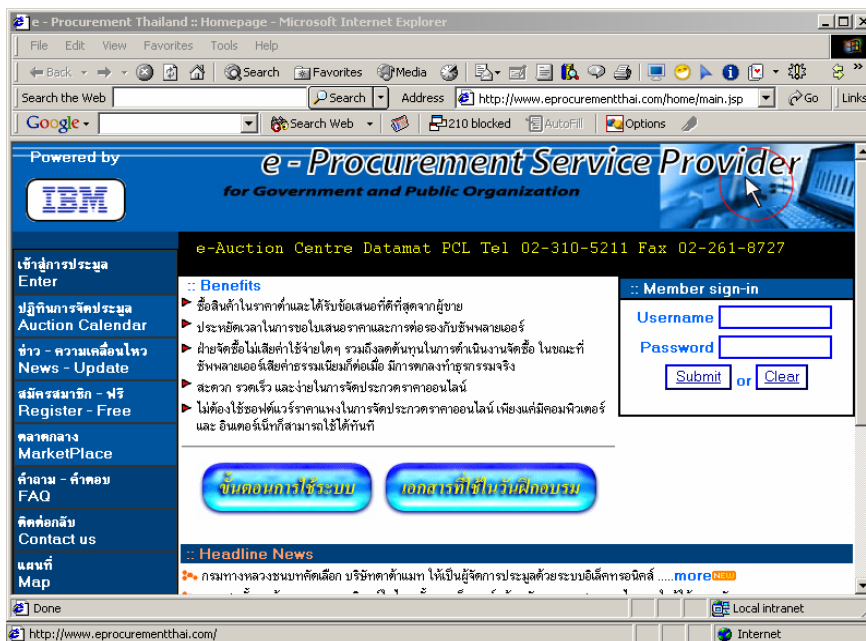
ภาพประกอบ 18 : เว็บไซต์ บริษัท พันธวนิช จำกัด

บริษัท บีส ไดเมนชัน จำกัด www.bizdimension.com



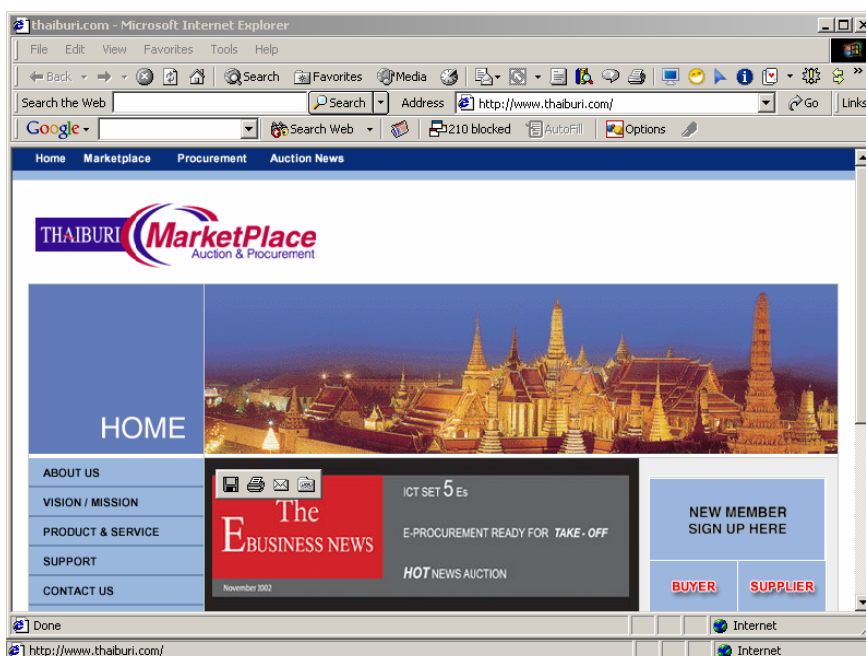
ภาพประกอบ 19 : เว็บไซต์ บริษัท บีส ไดเมนชัน จำกัด

บริษัท ดาต้าแมท จำกัด (มหาชน) www.eprocurementthai.com



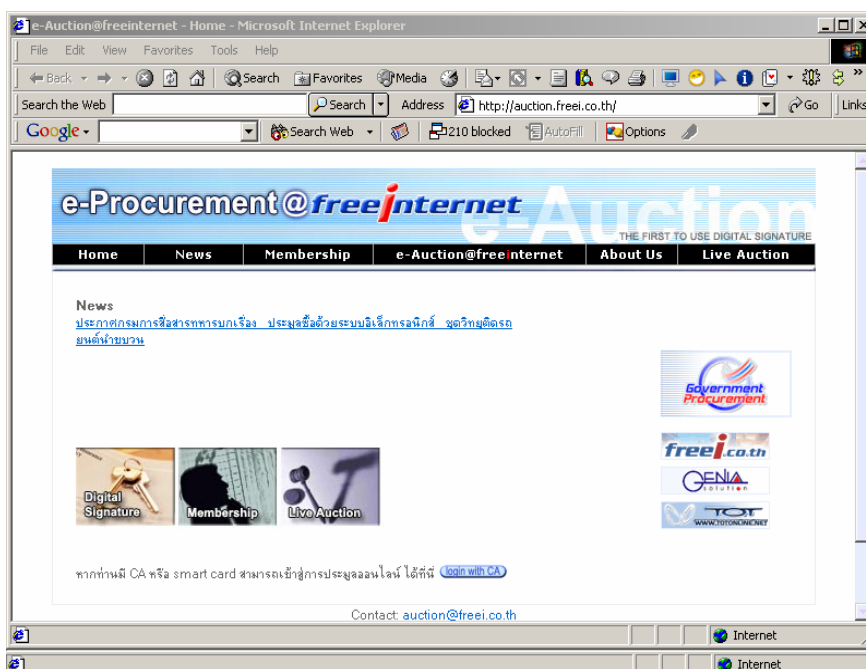
ภาพประกอบ 20 : เว็บไซต์ บริษัท ดาต้าแมท จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซอฟแวร์ลิงค์ จำกัด www.thaiburi.com



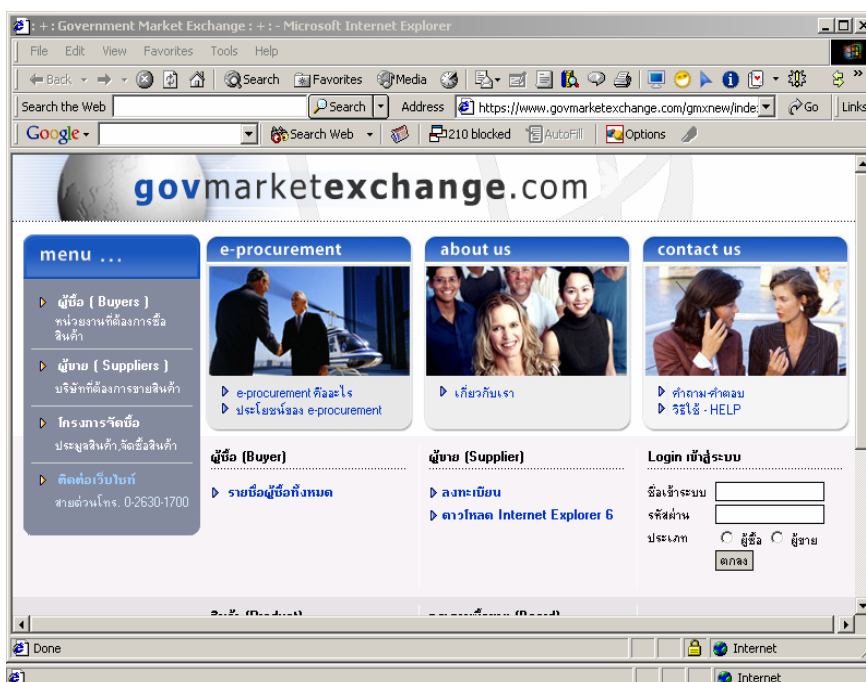
ภาพประกอบ 21 : เว็บไซต์ บริษัท ซอฟแวร์ลิงค์ จำกัด

บริษัท ฟรีอินเทอร์เน็ต จำกัด <http://auction.freei.co.th>



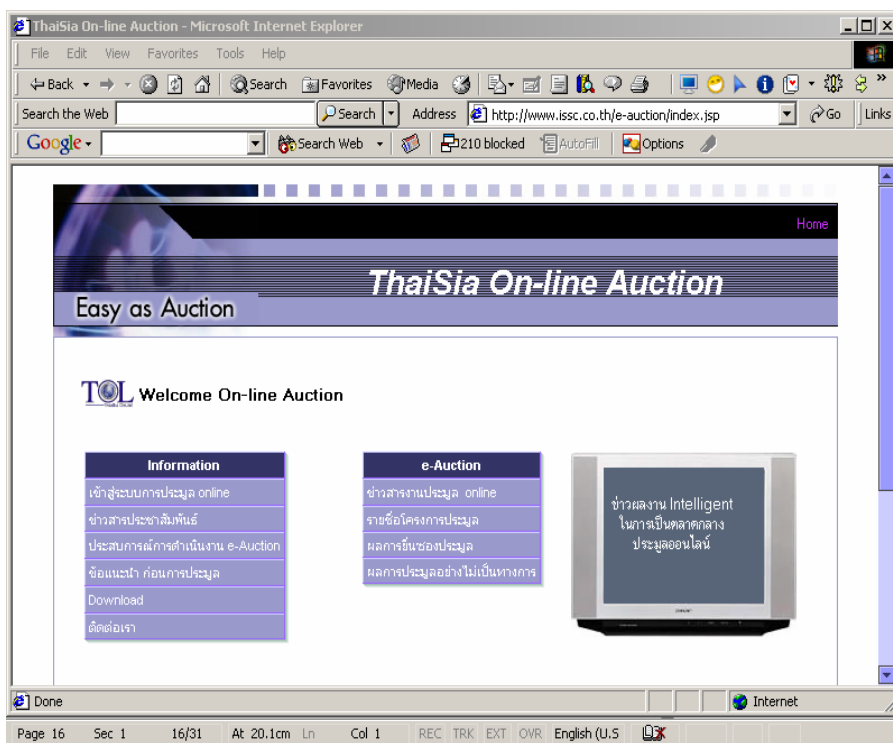
ภาพประกอบ 22 : เว็บไซต์ บริษัท ฟรีอินเทอร์เน็ต จำกัด

บริษัท ป๊อปป เนทเวอร์ค จำกัด www.govmarketexchange.com



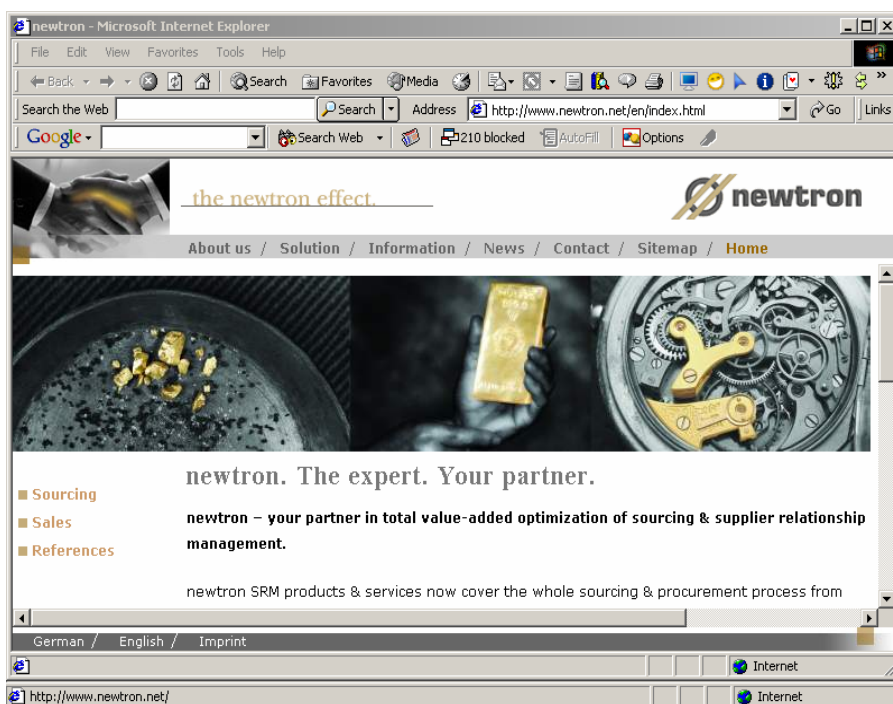
ภาพประกอบ 23 : เว็บไซต์ บริษัท ป๊อปป เนทเวอร์ค จำกัด

บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์เซอร์วิส จำกัด <http://www.issc.co.th>



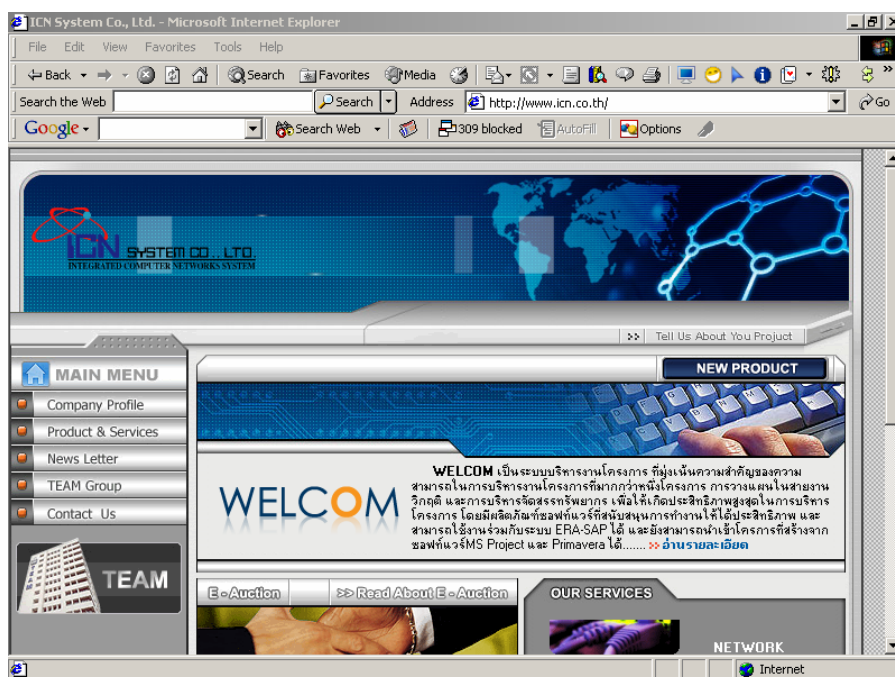
ภาพประกอบ 24 : เว็บไซต์ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์เซอร์วิส จำกัด

บริษัท นิวตรอน การประมูล จำกัด www.newtron.net



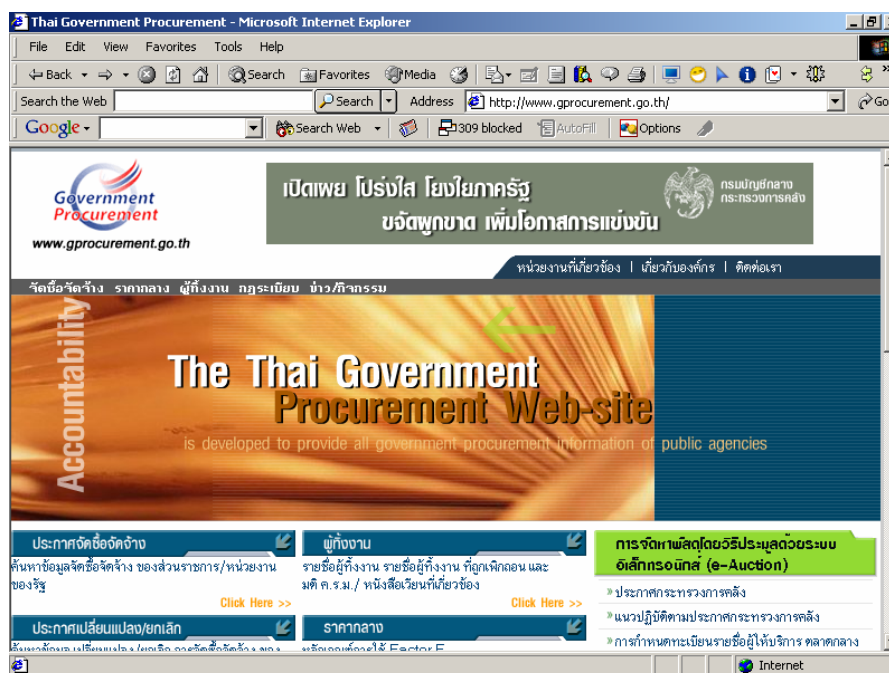
ภาพประกอบ 25 : เว็บไซต์ บริษัท นิวตรอน การประมูล จำกัด

บริษัท ไอ ซี เอ็น ซิสเต็ม จำกัด www.icn.co.th



ภาพประกอบ 26 : เว็บไซต์ บริษัท ไอ ซี เอ็น ซิสเต็ม จำกัด

กรมบัญชีกลาง www.gprocurement.go.th



ภาพประกอบ 27 : เว็บไซต์ กรมบัญชีกลาง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมบุญสวัสดิ์ สัตยรักษ์วิทย์ และคณะ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรในประเทศไทย โดยสรุปถึงสถานภาพการใช้ในเชิงบวกและเชิงลบ ดังนี้

1. ด้านที่มีสถานภาพในเชิงบวก คือมีแนวโน้มที่ดี ได้แก่

1.1 อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสารข้อมูล จากข้อมูลพบว่าจำนวนประเภทและขนาดของอุปกรณ์ดังกล่าวมิได้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร

1.2 บุคลากรคอมพิวเตอร์สารสนเทศ แม้การศึกษาต่าง ๆ จะแสดงถึงความขาดแคลนบุคลากรกลุ่มนี้ แต่ในความเห็นของผู้บริหารหน่วยงานคอมพิวเตอร์สารสนเทศไม่เห็นว่าความขาดแคลนบุคลากรกลุ่มนี้ เป็นปัญหาที่สำคัญมากนัก และเห็นว่าความรู้ ความสามารถของบุคลากรกลุ่มนี้ อยู่ในขั้นที่ยอมรับได้และพัฒนาได้ นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้พบว่าบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์สารสนเทศโดยตรง โดยเฉพาะในส่วนราชการจะทำงานในหน่วยงานอื่นมาก่อนที่จะย้ายเข้ามาทำงานในหน่วยงานคอมพิวเตอร์สารสนเทศ นั่นคือองค์กรอาจพิจารณาโยกย้ายบุคลากรจากหน่วยงานอื่นหรือรับบุคลากรภายนอกที่ได้ได้สำเร็จการศึกษาคอมพิวเตอร์สารสนเทศโดยตรงแต่มีความสนใจด้านนี้ เมื่อรับเข้ามาแล้วก็ให้รับการอบรมเพื่อให้สามารถทำงานด้านนี้ได้ข้อได้เปรียบประการหนึ่งของการรับบุคลากรที่มีความรู้ด้านอื่นมาทำงานด้านนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบงานคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศขององค์กรโดยเฉพาะบุคลากรที่มีความรู้ประสบการณ์ด้านการจัดการและการบริหาร

1.3 การพัฒนางานระบบคอมพิวเตอร์ใช้การจ้างพัฒนาในสัดส่วนที่สูงและมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการบริหารงานสมัยใหม่ในการ Outsource งานที่ไม่ใช่งานหลักขององค์กร

1.4 บทบาทและสถานภาพของหน่วยงานคอมพิวเตอร์สารสนเทศและอำนาจในการตัดสินใจของผู้บริหารหน่วยงานดังกล่าวนี้อยู่ในระดับค่อนข้างดี นอกจากนี้ทัศนคติของผู้บริหารหน่วยงานคอมพิวเตอร์สารสนเทศที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างงานของหน่วยงานกับการดำเนินงาน และความสำเร็จขององค์กรอยู่ในระดับค่อนข้างดีด้วย

2. ด้านที่มีสถานภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในเชิงลบหรือจุดอ่อน ได้แก่

2.1 ระบบงานคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศขององค์กรส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อจะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นงานหลัก หรืองานสนับสนุนการประมวลผลส่วนใหญ่เป็นการประมวลผลข้อมูลธุรกรรม ซึ่งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในลักษณะนี้ ทำการทำงานของหน่วยงานคอมพิวเตอร์สารสนเทศยังเป็นลักษณะการทำงานของ Cost Center มิได้คำนึงถึงประสิทธิผลของการทำงานที่จะสะท้อนกลับมาเป็นรายได้ขององค์กร

2.2 กลยุทธ์ในการใช้เทคโนโลยีขององค์กรที่สำคัญที่สุดเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งเหมือนกันทุก ๆ ประเภทขององค์กรซึ่งองค์กรของธุรกิจน่าจะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในทางที่จะให้ได้เปรียบหรือได้ประโยชน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ (Competitive advantage)

2.3 การใช้เครือข่ายข้ามหน่วยงานภายในองค์กรยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะในองค์กรธุรกิจ หากองค์กรใดไม่มีการสื่อสารข้อมูลข้ามหน่วยงาน โดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้เกิด "Island of Information" ซึ่งจะเป็นปัญหาในการประสานงานระหว่างหน่วยงานมีการเก็บข้อมูลซ้ำซ้อนและมีปัญหาความล่าช้าในการนำเสนอข้อมูลมาประมวล

วันทนา หลงประดิษฐ์ (2540 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ปฏิบัติงานระดับปฏิบัติการและผู้บริหารระดับต้นของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่าผู้ปฏิบัติงานทั้งสองกลุ่มมีความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การบันทึกข้อมูล การสื่อสาร การค้นหา การเผยแพร่ข้อมูล และการตัดสินใจ ด้านปัญหาอุปสรรคในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้พบว่า

1. ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ พบปัญหาความไม่เหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ และขาดงบประมาณในการจัดซื้อ

2. ด้านผู้ใช้ พบปัญหาการขาดการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ขาดความรู้และขาดความถนัดด้านภาษาต่างประเทศ

3. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้บริหารระดับสูง พบปัญหาผู้บริหารระดับสูงไม่เห็นความสำคัญและประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงไม่สนับสนุนการใช้และไม่ส่งเสริมให้ฝึกอบรม

การใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการได้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน โดยพอสรุปได้ว่าองค์กรส่วนใหญ่มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กันอย่างแพร่หลาย มีปัจจัยหลายด้านที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านลักษณะของบุคคล ลักษณะของเทคโนโลยีและการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง

นิติมา นาคปลัด (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลที่มีต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) สำหรับภาครัฐ (ศึกษาเฉพาะกรณี ผู้มีอำนาจในการประมูลที่ขึ้นทะเบียนไว้กับ บริษัท วีไทยดอท จำกัด) พบว่า

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลที่มีต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) สำหรับภาครัฐ โดย สัมพันธ์ค่อนข้างสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ปัจจัยของบริษัทในการประมูลจะมีผลของผู้มีอำนาจในการประมูลด้วยระบบ e-Auction เนื่องจากปัจจัยความพร้อมของบุคลากร ความพร้อมอุปกรณ์ เครื่องมือ และโปรแกรม ระดับความซับซ้อนของระบบงาน การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง และมูลค่าโครงการ

2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลโดยรวมพบว่าผู้มีอำนาจในการประมูลมีความเห็นว่าการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ e-Auction สำหรับภาครัฐมีความสำคัญในระดับมากเกี่ยวกับ การประมูลสินค้าด้วยระบบ e-Auction เป็นวิธีการที่มีความเหมาะสมและยุติธรรมระหว่างราคาและคุณภาพสินค้า สะดวกรวดเร็วในการซื้อสินค้า สามารถจูงใจให้ซื้อสินค้าเป็นเงื่อนไขของการประเมินคุณภาพของสินค้าด้วยการมองเห็นและการใช้ข้อมูลมากกว่าการซื้อสินค้าวิธีอื่น

3. การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคจากการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐด้วยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้มีอำนาจในการประมูลแจ้งว่าผู้บริหารจากหน่วยงานรัฐบางส่วนยังไม่มี ความเข้าใจต่อ e-Auction ผู้บริหารระดับสูงไม่ได้ความร่วมมือเท่าที่ควรผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญของการประมูลด้วยระบบ e-Auction เจ้าหน้าที่พัสดุยังไม่มีความพร้อมรับการเปลี่ยนบริษัทที่เข้าร่วมการประมูลไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของคอมพิวเตอร์ บริษัทที่เข้าร่วมประมูลมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์น้อย การใช้คอมพิวเตอร์ด้วยอินเทอร์เน็ตขาดความต่อเนื่อง ระบบเครือข่ายของผู้ให้บริการตลาดกลางมีปัญหาบ่อย ไม่มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ หลักเกณฑ์ของภาครัฐยังไม่มีความยืดหยุ่นเพียงพอทำให้ต้องทาล้มการประมูล

จากการวิจัยพบว่าผู้มีอำนาจในการประมูลมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยในด้านต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับระบบการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ e-Auction สำหรับภาครัฐโดยเฉพาะบุคลากรต้องมีความพร้อมในการปฏิบัติงานมีอุปกรณ์เครื่องมือ โปรแกรมที่ทันสมัย ขั้นตอนในการดำเนินงานไม่ซับซ้อน ที่จะนำไปสู่การเกิดปัญหาได้ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะผู้บริหารจะมีอำนาจตัดสินใจในทุกเรื่อง และกำหนดมูลค่าโครงการจะต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เพื่อดำเนินงานมีมาตรฐาน

ธินิษฐ์ ศรีจันทร์, ประภัสสร อยู่ดี และวิไล ดำรงอนันต์กุล. (2543) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและทัศนคติที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร ในส่วนของทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ปี มีทัศนคติด้านความรู้ ความเชื่อแตกต่างจากกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้า / บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้า / บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แต่ไม่ต้องการทดลอง ต่างมีทัศนคติด้านความรู้ ความเชื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ณัฐฐ์ เตชะพงศากิจ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดธุรกิจระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งศึกษาเป็น 4 ด้านคือ

1. ด้านความต้องการ ความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นอันดับแรก และเลือกใช้บริการรับ – ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ระยะเวลาที่ใช้ไม่เกิน 1 ชั่วโมง

2. ด้านปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจมากที่สุด ในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คือการบริการหลังขาย รองลงมาคือปัจจัยด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้ และปัจจัยด้านจำนวนรายการที่น่าเสนอ ตามลำดับ

3. ด้านแนวโน้มของจำนวนผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพรับราชการ มีความต้องการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และมีความต้องการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ดีกว่าในปัจจุบัน

4. ด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่ที่ทำให้ผู้บริโภคไม่มีความต้องการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบริษัทต่าง ๆ มีสาเหตุมาจากค่าอุปกรณ์มีราคาสูง รองลงมาคือ ค่าบริการแพงเกินไป รายการล็กมีน้อยเกินไป และวิธีการชำระเงินยุ่งยาก ตามลำดับ

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย เป็นการศึกษาถึงความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ทั้งในเรื่องการค้าระหว่างประเทศและเรื่องภาษี ผลการศึกษาพบว่า การที่จะทำให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้รับความสนใจจากประชาชนและกลุ่มธุรกิจมากขึ้น รัฐบาลโดยกระทรวงคมนาคม จะต้องส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตให้กับประชาชน โดยจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากหน่วยงานของรัฐ ได้แก่

1. ให้ กสท. ลดค่าเช่าวงจรระหว่างประเทศเพื่อให้ ISP ลดค่าบริการกับประชาชน
2. จัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่ควบคุมไม่ให้ ISP ทำธุรกิจในบางประเภทที่แข่งขันกับ กสท. โดยตรง เช่น การทำธุรกิจโทรศัพท์ทางไกลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตการทำธุรกิจบริการโทรสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพ แนวคิดเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และงานวิจัยทั้งหมดดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ในการกำหนดกรอบความคิด ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม นิยามศัพท์ สมมติฐาน เพื่อช่วยในการออกแบบสอบถามเพื่ออภิปรายและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)” ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชากรที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้ที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดตัวอย่าง แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability sampling) โดยการใช้สูตรคำนวณ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 74) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้เกิด 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง หรือ รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} p(1-p)}{E^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดให้ (ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ค่า $Z_{.975} = 1.96$)

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยทำการสุ่ม (โดยกำหนดให้ p q มีค่ามากที่สุดเมื่อ $p = 0.5$ ดังนั้น $q = 1 - P = 0.5$)

E = ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้เกิด (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้เท่ากับ 5% หรือ 0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน คือ

1. สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงเก็บตัวอย่างเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction ทั่วประเทศระหว่างปี พ.ศ.

2547 – 2548

2. วิธีการสุ่มตัวอย่างทำโดยกำหนดโควตา (Quota sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง แยกเป็น

1.1 เขตกรุงเทพ ปริมณฑล และภาคกลาง จำนวน 160 ตัวอย่าง (เนื่องจากมีจำนวน

ผู้ใช้บริการหนาแน่นที่สุด)

1.2 เขตภาคเหนือ จำนวน 80 ตัวอย่าง

1.3 เขตภาคอีสาน จำนวน 80 ตัวอย่าง

1.4 เขตภาคใต้ จำนวน 80 ตัวอย่าง

3. สุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เพื่อทำการเก็บข้อมูลในแต่ละเขตให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีเขียนแบบสอบถาม จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎี เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)”

3. ลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ
เสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข

5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่
ปรึกษาสารนิพนธ์อีกครั้ง เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจน และถูกต้องก่อนนำไปใช้

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบใช้ (Pre test) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการ
วิจัยเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction” จำนวน
30 ชุด โดยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient)
ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของ
แบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538 : 174)

ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก

จากการศึกษาของ Sekaran, Uma ปี ค.ศ. 1992 กล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่า
อย่างน้อย 0.60 ขึ้นไป จึงจะสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (ระพีพรรณ ถาวรวันชัย. 2546 : 55, อ้างอิง
Sekaran, Uma. 1992 : 287)

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น

แบบสอบถามตอนที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ
e-Auction $\alpha = .807$

แบบสอบถามตอนที่ 3 ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบ e-Auction $\alpha = .869$

แบบสอบถามตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction $\alpha = .665$

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามได้ดังนี้

ตอนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะของแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close – ended response questions) ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 3 สถานะ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 4 ประเภทขององค์กร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ตอนที่2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction

ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Questions) มีจำนวน 6 ด้าน มาตราวัดแบบ Rating Scale ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับคำถามมาตราส่วนประเมินค่า

ระดับความสำคัญ	คะแนน
	คำถามเชิงบวก
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้สูตร (มัลลิกา บุญนาค.2537 : 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5}
 \end{aligned}$$

$$= 0.8$$

<u>ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับทัศนคติ</u>
4.21 - 5.00	ดีมาก
3.40 - 4.20	ดี
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	ไม่ดี
1.00 - 1.80	ไม่ดีอย่างมาก

ตอนที่3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบ e-Auction
ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Questions) มีจำนวน 7 ข้อ
มาตรวัดแบบ Rating Scale ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค
(Interval scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับคำถามมาตราส่วนประเมินค่า

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
	คำถามเชิงบวก (Positive)
ดีมาก	5
ดี	4
ปานกลาง	3
ไม่ดี	2
ไม่ดีอย่างมาก	1

การคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ
โดยใช้สูตร (มัลลิกา นูนาค.2537 : 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

<u>ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับทัศนคติ</u>
4.21 - 5.00	ดีมาก
3.40 - 4.20	ดี
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	ไม่ดี
1.00 - 1.80	ไม่ดีย่างมาก

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open – Ended Response Questions) มีจำนวน 4 ข้อ ให้เติมข้อความในช่องว่างตามความเหมาะสม ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

ตอนที่ 5_ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Questions) มีจำนวน 5 ข้อ มาตราวัดแบบ Rating Scale ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับคำถามมาตราส่วนประเมินค่า

ระดับความพอใจ	คะแนน
	คำถามเชิงบวก
พอใจอย่างมาก	5
พอใจ	4
เฉย ๆ	3
ไม่พอใจ	2
ไม่พอใจอย่างมาก	1

การคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น เพื่อประเมินค่า (Rating scale) โดยใช้สูตร (มัลลิกา บุญนาค.2537 : 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

<u>ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความพึงพอใจ</u>
4.21 ถึง 5.00	พอใจอย่างมาก
3.40 ถึง 4.20	พอใจ
2.61 ถึง 3.40	เฉย ๆ
1.81 ถึง 2.60	ไม่พอใจ
1.00 ถึง 1.80	ไม่พอใจอย่างมาก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวม โดยการใช้วิธีแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2548

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างแล้วผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. การจัดทำข้อมูล

1.1 การตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) ต่อมาทำการลงรหัส (Coding) เพื่อทำการป้อนข้อมูลต่าง ๆ ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 13.0 ในการประมวลผล หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ของแบบสอบถามและทดสอบสมมติฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

2.1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1

2.1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2, 3, 4 และตอนที่ 5

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)

2.2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้ t-test แบบ Independent (Independent t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ สถานะ

2.2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance : F- test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน ช่วงอายุ และประเภทขององค์กร

2.2.3 การหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 2 , 3 และข้อ 4

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 การหาร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2538:101)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ของคะแนน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2, 3, 4 และตอนที่ 5 โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541:40)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2, 3, 4 และตอนที่ 5 โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้แก่

ความเชื่อมั่น (Reliability)

การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ มีสูตรดังนี้

(กัลยา วานิชย์บัญชา.2546 : 449)

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้ t-test แบบ Independent (กัลยา วานิชย์บัญชา.2544:333) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน เพศ สถานะ

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance : F-test) (กัลยา วาณิชยปัญญา.2544:333) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน ช่วงอายุ และ ประเภทองค์กร มีสูตรดังนี้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	k-1	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(w)}}$
ภายในกลุ่ม	n-k	$SS_{(w)}$	$MS_{(w)} = \frac{SS_{(w)}}{n-k}$	
รวม	n-1	$SS_{(T)}$		

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(w)}}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	$MS_{(w)}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

เมื่อ k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน

n	แทน	จำนวนของตัวอย่างทั้งหมด
$SS_{(B)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between sum of square)
$k-1$	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม (Between degree of freedom)
$SS_{(w)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within sum of square)
$n-k$	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม (Within degree of freedom)
$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within groups)
F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's least significant difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 332-333) มีสูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $\eta_i \neq \eta_j$

เมื่อ	$t_{1-\alpha/2; n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแบ่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = $n-k$
MSE		แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)
n_i		แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
n_j		แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j
α		แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

k แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างของ 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา.2544:386) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานสมมติฐานข้อที่ 2, 3 และข้อที่ 4 มีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนนรวมของทั้งกลุ่ม
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y
	n	แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r (กัลยา วานิชย์บัญชา.2544:437) คือ

- 1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- 2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- 3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
- 4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
- 5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 316)

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง (ถ้าสูงกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก)

2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.5 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง
3. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0 (ประมาณ 0.30 และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ
4. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ดังนี้

n	แทน	กลุ่มประชากรที่ใช้และเคยใช้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
Min	แทน	ค่าต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่าง
Max	แทน	ค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
SS	แทน	ผลรวมกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (Mean of Squares)
F-Prob.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติในตาราง F-Test
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงตามลำดับหัวข้อเป็น 6 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction
- ตอนที่ 3 ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบ e-Auction
- ตอนที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง
- ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน
2. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
4. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตาราง 7 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	229	57.30
หญิง	171	42.70
รวม	400	100.0
2. ช่วงอายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	13	3.30
21 - 30 ปี	71	17.70
31 - 40 ปี	181	45.30
41 - 50 ปี	117	29.30
มากกว่า 50 ปี	18	4.40
รวม	400	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
3.สถานะ		
ผู้ซื้อ	173	43.30
ผู้ขาย	227	56.70
รวม	400	100.0
4. ประเภทขององค์กร		
รัฐบาล	108	27.00
รัฐวิสาหกิจ	62	15.50
เอกชน	230	57.50
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกดังนี้

เพศ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 และเพศหญิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70

ช่วงอายุ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

สถานะ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ขาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 ส่วนผู้ซื้อ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30

ประเภทขององค์กร พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเอกชน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือรัฐบาล จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

เนื่องจากตัวแปรด้านช่วงอายุ มีบางกลุ่มความถี่น้อยเกินไป ผู้วิจัยจึงทำการจัดกลุ่มช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามใหม่ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 8

ตาราง 8 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการจัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
2. ช่วงอายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	84	21.00
31 - 40 ปี	181	45.30
มากกว่า 40 ปี	135	33.70
รวม	400	100.0

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction

ตาราง 9 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านบุคลากร

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านที่ 1 บุคลากร				
1.1 การได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล	400	3.80	.723	ดี
1.2 การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาดกลาง	400	3.68	.611	ดี
1.3 ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ	400	3.66	.672	ดี
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านบุคลากรโดยรวม		3.71	.548	ดี

จากตาราง 9 แสดงผลทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ซึ่งสามารถจำแนกทัศนคติตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 1.1 การได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ข้อ 1.2 การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาดกลาง มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และ ข้อ 1.3 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านที่2 อุปกรณ์และเทคโนโลยี				
2.1 อุปกรณ์และเทคโนโลยีมีความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	400	3.74	.688	ดี
2.2 ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูล	400	3.75	.731	ดี
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีโดยรวม		3.75	.623	ดี

จากตาราง 10 แสดงผลทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งสามารถจำแนกทัศนคติตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 2.1 อุปกรณ์และเทคโนโลยีมีความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ข้อ 2.2 ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูล มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดง จำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านที่ 3 รูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล				
3.1 ความหลากหลายของรูปแบบที่ใช้ในการประมูล	400	3.65	.710	ดี
3.2 ระบบการประมูลที่ใช้มี 2 ภาษา (ไทย และ อังกฤษ)	400	4.02	.673	ดี
3.3 การเข้าสู่หน้าจอการประมูล	400	3.88	.633	ดี
3.4 ทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูล	400	3.75	.767	ดี
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลโดยรวม		3.83	.500	ดี

จากตาราง 11 แสดงผลทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ซึ่งสามารถจำแนกทัศนคติตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 3.2 ระบบการประมูลที่ใช้มี 2 ภาษา (ไทย และ อังกฤษ) มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ข้อ 3.3 การเข้าสู่หน้าจอการประมูล มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ข้อ 3.4 ทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูล มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และข้อ 3.1 ความหลากหลายของรูปแบบที่ใช้ในการประมูล มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านมูลค่าของโครงการ

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านที่ 4 มูลค่าของโครงการ (งบประมาณ)				
4.1 งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง	400	3.19	.921	ปานกลาง
4.2 การกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไขสอดคล้องกับราคา งบประมาณ	400	3.18	.909	ปานกลาง
4.3 งบประมาณสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ เศรษฐกิจ	400	3.11	.999	ปานกลาง
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านมูลค่าของโครงการ โดยรวม		3.16	.862	ปานกลาง

จากตาราง 12 แสดงทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติความคิดเห็นด้านมูลค่าของโครงการ (งบประมาณ) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ซึ่งสามารถจำแนกทัศนคติตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 4.1 งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ข้อ 4.2 การกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไขสอดคล้องกับราคางบประมาณ มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และข้อ 4.3 งบประมาณสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์เศรษฐกิจ มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านที่ 5 การสนับสนุนจากผู้บริหาร				
5.1 ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพให้มีความเข้าใจในการประมูล	400	3.67	.850	ดี
5.2 ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ	400	3.64	.756	ดี
5.3 ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการประมูลด้วย e-Auction	400	3.60	.864	ดี
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารโดยรวม		3.64	.735	ดี

จากตาราง 13 แสดงทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งสามารถจำแนกทัศนคติตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 5.1 ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพให้มีความเข้าใจในการประมูล มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ข้อ 5.2 ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และข้อ 5.3 ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการประมูลด้วย e-Auction มีทัศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านที่ 6 ผู้ให้บริการตลาดกลาง				
6.1 จำนวนผู้ให้บริการ	400	3.22	1.052	ปานกลาง
6.2 การให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ	400	3.35	.789	ปานกลาง
6.3 การประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย	400	3.37	.810	ปานกลาง
6.4 ความโปร่งใส ยุติธรรม	400	3.42	.930	ปานกลาง
6.5 ความสะดวก รวดเร็ว	400	3.54	.919	ดี
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวม		3.38	.757	ปานกลาง

จากตาราง 14 แสดงทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ซึ่งสามารถจำแนกทัศนคติตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 6.5 ความสะดวก รวดเร็ว มีทัศนคติในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ข้อ 6.4 ความโปร่งใส ยุติธรรม มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ข้อ 6.3 การประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ข้อ 6.2 การให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และ ข้อ 6.1 จำนวนผู้ให้บริการ มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

ตาราง 15 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทศนคติ
1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	400	3.64	.708	ดี
2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง	400	3.55	.757	ดี
3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง	400	3.44	.780	ดี
ทศนคติต่อความสำเร็จโดยรวม		3.55	.642	ดี

จากตาราง 15 แสดงทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทศนคติต่อความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ซึ่งสามารถจำแนกทศนคติตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีทศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง มีทศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และ ข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง มีทศนคติในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

ตาราง 16 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างระหว่างปี พ.ศ. 2547 - 2548	n	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.
1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)	344	1	500	14.97	33.790
2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)	335	1	10,000	161.65	598.321
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	376	1	120	7.69	10.193
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	354	0	20	.38	1.448

จากตาราง 16 พบว่าค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ย พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างระหว่างปี พ.ศ. 2547 - 2548 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกได้ดังนี้ ข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ต่ำสุด 1 ครั้ง สูงสุด 500 ครั้ง การจัดซื้อจัดจ้างเฉลี่ย 14.97 ครั้ง ข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง มีมูลค่าต่ำสุด 1 ล้านบาท

มูลค่าสูงสุด 10,000 ล้านบาท มีงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างเฉลี่ย 161.65 ล้านบาท ข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction ต่ำสุด 1 ครั้ง สูงสุด 120 ครั้ง ใช้การประมูลด้วยระบบ e-Auction เฉลี่ย 7.69 ครั้ง และ ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก ต่ำสุดคือไม่มีการยกเลิก สูงสุด 20 ครั้ง ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก เฉลี่ย .38 ครั้ง

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ตาราง 17 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม	400	3.69	.769	ดี
2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล	400	3.77	.711	ดี
3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง	400	3.79	.858	ดี
ความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม		3.75	.671	ดี

จากตาราง 17 แสดงความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งสามารถจำแนกความพึงพอใจตามลำดับ ได้ดังนี้ ข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มีความพึงพอใจในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล มีความพึงพอใจในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และข้อ 1. เปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม มีความพึงพอใจในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน แบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยตามตัวแปรตามดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 18

ตาราง 18 ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง		t-test for Equality of Means					
ระหว่างปี พ.ศ. 2547-8	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p	
1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)	ชาย	14.73	2.830	-.152	342	.879	
	หญิง	15.29	2.004				
2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)	ชาย	117.58	16.409	-1.575	333	.116	
	หญิง	221.56	73.684				
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	ชาย	7.53	.731	-.345	374	.730	
	หญิง	7.90	.745				
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	ชาย	.39	.121	.058	352	.954	
	หญิง	.38	.080				

n = 400

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล พบว่าพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction และข้อ 4.ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ .879 , .116 , .730 และ .954 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลทุกข้อไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน โดยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดัง ตาราง 19

ตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่างของช่วงอายุต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างระหว่าง ปี พ.ศ. 2547-8		df	SS	MS	F	F- Prob.
1. ปริมาณการจัดซื้อ จัดจ้าง (ครั้ง)	ระหว่างกลุ่ม	2	1357.083	678.541	.593	.553
	ภายในกลุ่ม	341	390268.626	1144.483		
	รวม	343	391625.709			
2. งบประมาณการจัดซื้อ จัดจ้าง (ล้านบาท)	ระหว่างกลุ่ม	2	471430.328	235715.164	.657	.519
	ภายในกลุ่ม	332	119096415.505	358724.143		
	รวม	334	119567845.833			
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	ระหว่างกลุ่ม	2	138.910	69.455	.667	.514
	ภายในกลุ่ม	373	38819.683	104.074		
	รวม	375	38958.593			
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	ระหว่างกลุ่ม	2	1.543	.771	.367	.693
	ภายในกลุ่ม	351	738.209	2.103		
	รวม	353	739.751			

n = 400

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล พบว่า ข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction และข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก พบว่าค่า F-Prob. เท่ากับ .553 , .519 , .514 และ .693 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลทุกข้อไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สถานะ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 20

ตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่างของสถานะต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง		t-test for Equality of Means				
ระหว่างปี พ.ศ. 2547-8	สถานะ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	f
1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)	ผู้ซื้อ	16.99	3.752	.950	342	.343
	ผู้ขาย	13.48	1.541			
2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)	ผู้ซื้อ	176.06	28.282	.377	333	.706
	ผู้ขาย	151.06	52.850			
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	ผู้ซื้อ	8.67	1.054	1.645	374	.101
	ผู้ขาย	6.93	.455			
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	ผู้ซื้อ	.60	.154	2.449*	352	.015
	ผู้ขาย	.22	.065			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 n = 400

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานะต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล พบว่า ข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อ 2.งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง และข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ .343 , .706 และ .101 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลในเรื่องปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง และการประมูลด้วยระบบ e-Auction ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลในเรื่องใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน โดยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดัง ตาราง 21

ตาราง 21 ผลการทดสอบความแตกต่างของประเภทขององค์กรต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างระหว่าง ปี พ.ศ. 2547-8		df	SS	MS	F	F- Prob.
1. ปริมาณการจัดซื้อ จัดจ้าง (ครั้ง)	ระหว่างกลุ่ม	2	9735.124	4867.562	4.346*	.014
	ภายในกลุ่ม	341	381890.585	1119.914		
	รวม	343	391625.709			
2. งบประมาณการจัดซื้อ จัดจ้าง (ล้านบาท)	ระหว่างกลุ่ม	2	3263706.879	1631853.439	4.658*	.010
	ภายในกลุ่ม	332	116304138.954	350313.672		
	รวม	334	119567845.833			
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	ระหว่างกลุ่ม	2	327.229	163.614	1.580	.207
	ภายในกลุ่ม	373	38631.364	103.569		
	รวม	375	38958.593			
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	ระหว่างกลุ่ม	2	17.515	8.757	4.256*	.015
	ภายในกลุ่ม	351	722.237	2.058		
	รวม	353	739.751			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 n = 400

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทขององค์กรต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล พบว่า ข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction มีค่า F-Prob. เท่ากับ .207 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน

ในข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง และ ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก พบว่าค่า F-Prob. เท่ากับ .014 , .010 และ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลในเรื่องปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง และ ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ

Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังตาราง 22 - 24

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประเภทขององค์กร ต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)

ประเภทองค์กร	$\bar{X}$	รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน
รัฐบาล	14.60	-	-12.85*	2.58
			(.030)	(.546)
รัฐวิสาหกิจ	27.45		-	15.43**
				(.003)
เอกชน	12.02			-

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 n = 400

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 ผลวิเคราะห์ การเปรียบเทียบรายคู่ของประเภทขององค์กร ที่มีต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) แตกต่างกันโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า

ประเภทองค์กรรัฐบาลกับประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ มีค่า Probability(p) เท่ากับ .030 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ประเภทองค์กรรัฐบาลมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) แตกต่างเป็นรายคู่กับประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประเภทองค์กรรัฐบาลมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)น้อยกว่าประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.85

ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ กับประเภทองค์กรเอกชน มีค่า Probability(p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) แตกต่างเป็นรายคู่กับประเภทองค์กรเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ มากกว่า ประเภทองค์กรเอกชนมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลข้อ 1.ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.43

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประเภทขององค์กร ต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 2.งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)

ประเภทองค์กร	$\bar{X}$	รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน
รัฐบาล	191.36	-	-185.16 (.080)	95.31 (.211)
รัฐวิสาหกิจ	376.52		-	281.21** (.003)
เอกชน	95.31			-

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 23 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายคู่ของประเภทขององค์กร ที่มีต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 2.งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท) แตกต่างกันโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า

ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจมี กับประเภทองค์กรเอกชน มีค่า Probability(p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 2.งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท) แตกต่างเป็นรายคู่กับประเภทองค์กรเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 2.งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท) มากกว่า ประเภทองค์กรเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 281.21

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประเภทขององค์กร ต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)

ประเภท	$\bar{X}$	รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน
รัฐบาล	.29	-	.88 (.014)	.28 (.934)
รัฐวิสาหกิจ	.88		-	.601** (.005)
เอกชน	.28			-

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 n = 400

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 24 ผลวิเคราะห์ การเปรียบเทียบรายคู่ของประเภทขององค์กร ที่มีต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง) แตกต่างกันโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า

ประเภทองค์กรรัฐบาลกับประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ มีค่า Probability(p) เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ประเภทองค์กรรัฐบาลมีต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง) แตกต่างเป็นรายคู่กับประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประเภทองค์กรรัฐบาลมีต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง) น้อยกว่าประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .587

ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจกับประเภทองค์กรเอกชนมีค่า Probability(p) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจมีต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง) แตกต่างเป็นรายคู่กับประเภทองค์กรเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย ประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจมีต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง) มากกว่า ประเภทองค์กรเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .601

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบe-Auction

ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง ประกอบด้วย

1. ทศนคติต่อความพร้อมในด้านของบุคลากร
2. ทศนคติต่อความพร้อมในด้านของอุปกรณ์และเทคโนโลยี
3. ทศนคติต่อความพร้อมในด้านของรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล
4. ทศนคติต่อความพร้อมในด้านของมูลค่าของโครงการ
5. ทศนคติต่อความพร้อมในด้านของการสนับสนุนจากผู้บริหาร
6. ทศนคติต่อความพร้อมในด้านของผู้ให้บริการตลาดกลาง

ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบe-Auction ประกอบด้วย

1. ความพึงพอใจต่อระบบ e-Auction เมื่อเปรียบ เทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)
2. ความพึงพอใจต่อขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการของตลาดกลาง

จากสมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบe-Auction ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ทศนคติเป็นรายข้อ ส่วนความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction จะวิเคราะห์โดยรวม

จากสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

H_1 : ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 25 ถึง ตาราง 30

ตาราง 25 ผลการทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านบุคลากร

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้ รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง	ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านที่ 1 บุคลากร			
1. การได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับ นโยบายของรัฐบาลในการจัดซื้อจัดจ้าง ด้วยวิธี e-Auction	.360**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลาง ในทิศทางเดียวกัน
2. การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับ การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาด กลาง	.192**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ใน ทิศทางเดียวกัน
3. ความสามารถในการใช้ คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับ เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับการ จัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction	.260**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ใน ทิศทางเดียวกัน
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านบุคลากร โดยรวม	.336**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลาง ในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 25 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรโดยรวมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .336 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้ามีทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายชื่อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 1. การได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction กับความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 1. การได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .360 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 1. การได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction มากขึ้น

ข้อ 2. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 2. การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาดกลางกับความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 2. การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาดกลางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .192 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 2. การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาดกลาง ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมากขึ้น

ข้อ 3. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 3. ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 3. ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .260 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรในข้อ 3. ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมากขึ้น

ตาราง 26 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้ รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง	ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านที่ 2 อุปกรณ์และเทคโนโลยี			
1. อุปกรณ์และเทคโนโลยีมี			
ความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถรองรับงานจัดซื้อจัด จ้างด้วยวิธี e-Auction	.303**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลาง ในทิศทางเดียวกัน
2. ระบบของบริษัทผู้ให้บริการ			
ตลาดกลางมีความโปร่งใสและสามารถ ตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ ตลอดการประมูล	.369**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลาง ในทิศทางเดียวกัน
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านอุปกรณ์ และเทคโนโลยีโดยรวม	.384**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลาง ในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 26 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีโดยรวมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .384 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายชื่อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในข้อ 1 อุปกรณ์และเทคโนโลยีมีความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถรองรับงานจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อย

กว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะติดต่อ ความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในข้อ 1 อุปกรณ์และเทคโนโลยีมีความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถรองรับงานจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .303 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทักษะติดต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในข้อ 1 อุปกรณ์และเทคโนโลยีมีความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถรองรับงานจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมากขึ้น

ข้อ 2. ทักษะติดต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในข้อ 2. ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูล กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะติดต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในข้อ 2. ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .369 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทักษะติดต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในข้อ 2. ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูล ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลมากขึ้น

ตาราง 27 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้ รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง	ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
<u>ด้านที่ 3 รูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล</u>			
1. ความหลากหลายของ รูปแบบที่ใช้ในการประมูลด้วยระบบ e- Auction	.313**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำใน ทิศทางเดียวกัน
2. ระบบการประมูลที่ใช้มี 2 ภาษา (ไทย และ อังกฤษ)	.155**	.002	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำใน ทิศทางเดียวกัน
3. การเข้าสู่หน้าจอการประมูล ด้วยระบบ e-Auction	.220**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำใน ทิศทางเดียวกัน
4. ทราบผลทันทีหลังจากจบ การประมูล	.230**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำใน ทิศทางเดียวกัน
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านรูปแบบ และระบบที่ใช้ในการประมูลโดยรวม	.320**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำใน ทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 27 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมพบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .320 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม เพิ่มขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายชื่อ ได้ดังนี้

ข้อ 4. ทักษะติดต่อความร่วมมือในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลในข้อ 4. ทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูลกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า

Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลในข้อ 4. ทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .320 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลในข้อ 4. ทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูล ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ตาราง 28 ผลการทดสอบทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านมูลค่าของโครงการ

ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้ รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง	ความพึงพอใจต่อการประมูล		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
<u>ด้านที่ 4</u> มูลค่าของโครงการ			
1. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง	.318**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
2. การกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไขสอดคล้องกับราคางบประมาณ	.294**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน
3. งบประมาณสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์เศรษฐกิจ	.246**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน
ทศนคติต่อความพร้อมด้านมูลค่าของโครงการโดยรวม	.312**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 28 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .312 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับ

ปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายชื่อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ

1. งบประมาณการจัดซื้อกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ 1. งบประมาณการจัดซื้อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .318 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ 1. งบประมาณการจัดซื้อ ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ข้อ 2. ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ

2. การกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไขสอดคล้องกับราคางบประมาณ กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ 2. การกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไขสอดคล้องกับราคางบประมาณกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .294 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ 2. การกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไขสอดคล้องกับราคางบประมาณ ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ข้อ 3. ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ

3. งบประมาณสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์เศรษฐกิจ กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ 3. งบประมาณสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์เศรษฐกิจ กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .246 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านมูลค่าของโครงการในข้อ 3. งบประมาณสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์เศรษฐกิจ ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ตาราง 29 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้ รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง	ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
<u>ด้านที่ 5 การสนับสนุนจากผู้บริหาร</u>			
1. ผู้บริหารระดับสูงควร สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมให้มีความ เข้าใจในการประมูลด้วยระบบ e-Auction	.363**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
2. ผู้บริหารระดับสูงมีความ เข้าใจในนโยบายและแนวทางการ ดำเนินงานของภาครัฐ	.313**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
3. ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุน การประมูลด้วย e-Auction	.442**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านการ สนับสนุนจากผู้บริหารโดยรวม	.420**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 29 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .420 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายชื่อ ได้ดังนี้

ข้อ 1.ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร
ในข้อ1. ผู้บริหารระดับสูงควรสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมให้มีความเข้าใจในการประมูลด้วยระบบ e-Auction กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01

นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 1. ผู้บริหารระดับสูงควรสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในการประมูลด้วยระบบ e-Auction กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .363 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 1. ผู้บริหารระดับสูงควรสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในการประมูลด้วยระบบ e-Auction ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ข้อ 2. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 2. ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 2. ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .313 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 2. ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ข้อ 3. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 3. ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการประมูลด้วย e-Auction กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 3. ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการประมูลด้วย e-Auction มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .442 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในข้อ 3. ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการประมูลด้วย e-Auction ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ตาราง 30 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง

ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้ รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง	ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านที่ 6 ผู้ให้บริการตลาดกลาง			
1. จำนวนผู้ให้บริการตลาดกลาง ด้วยระบบ e-Auction	.322**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
2. การให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของตลาดกลาง	.384**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
3. การประสานงานระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย	.436**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
4. ความโปร่งใส ยุติธรรม ของ ตลาดกลาง	.477**	.000	ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน
5. ความสะดวก รวดเร็ว	.492**	.000	ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน
ทัศนคติต่อความพร้อมด้านผู้ให้บริการ ตลาดกลาง	.499**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 30 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .499 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายชื่อ ได้ดังนี้

ข้อ 4. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางในข้อ 4. ความโปร่งใส ยุติธรรม ของตลาดกลางกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางในข้อ

4. ความโปร่งใส ยุติธรรม ของตลาดกลางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .477 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางในข้อ 4. ความโปร่งใส ยุติธรรม ของตลาดกลาง ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

ข้อ 5. ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางในข้อ 5. ความสะดวก รวดเร็วกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางในข้อ 5. ความสะดวก รวดเร็วกับความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .499 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางในข้อ 5. ความสะดวก รวดเร็ว ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลโดยรวมมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล ประกอบด้วย

1. ทัศนคติต่อความสำเร็จของขั้นตอนการปฏิบัติงาน
2. ทัศนคติต่อความสำเร็จของต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง
3. ทัศนคติต่อความสำเร็จของอัตราการยกเลิกประมูลลดลง

ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ประกอบด้วย

1. ความพึงพอใจต่อระบบ e-Auction เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)
2. ความพึงพอใจต่อขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการของตลาดกลาง

จากสมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ทัศนคติเป็นรายข้อ

จากสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

H_1 : ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดัง ตาราง 31 ถึง ตาราง 33

ตาราง 31 ผลการทดสอบทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 1. เปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)

ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	ความพึงพอใจต่อการประมูล หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 1. เปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	.520**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง	.512**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง	.390**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม	.551**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 31 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย

มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .551 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) มากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายชื่อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงานกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1.ขั้นตอนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .520 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) มากขึ้น

ข้อ 2. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .512 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) มากขึ้น

ข้อ 3. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลดลงกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลดลงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .390 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลดลง ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 1.การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) มากขึ้น

ตาราง 32 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	ความพึงพอใจต่อการประมูล หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	.523**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง	.544**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง	.436**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม	.583**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 32 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .583 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction มากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายข้อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงานกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .523 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction มากขึ้น

ข้อ 2. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .544 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction มากขึ้น

ข้อ 3. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลงกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .436 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction มากขึ้น

ตาราง 33 ผลการทดสอบทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง

ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	ความพึงพอใจต่อการประมูล หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง		
	Pearson Correlation	Sig. (2- tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	.293**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำใน ทิศทางเดียวกัน
2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง	.399**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง	.337**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน
ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม	.402**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปาน กลางในทิศทางเดียวกัน

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 n = 400

จากตาราง 33 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูล โดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .402 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวม ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มากขึ้น

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายข้อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงานกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการ

ประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .293 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มากขึ้น

ข้อ 2. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .399 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 2. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มากขึ้น

ข้อ 3. ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลงกับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .337 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลในข้อ 3. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง ดี จะมีความพึงพอใจต่อการประมูลในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบ ระหว่างปี 2547- 2548 ประกอบด้วย

1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง
2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง
3. ประมูลด้วยระบบ e-Auction
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก

ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ประกอบด้วย

1. ความพึงพอใจต่อระบบ e-Auction เมื่อเปรียบ เทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)
2. ความพึงพอใจต่อขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูลด้วยระบบ e-Auction

3. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการของตลาดกลาง

จากสมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์

จากสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

H_1 : พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 34 ถึง ตาราง 36

ตาราง 34 ผลการทดสอบพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบ การประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548	ความพึงพอใจต่อการประมูล หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)			
1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)	344	-.042	.434	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)	335	-.003	.960	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	376	-.065	.209	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	354	-.040	.454	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากตาราง 34 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายข้อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .434 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 2. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .960 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 3. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .209 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 4. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก แล้วถูกยกเลิกกับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .454 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 1. การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 35 ผลการทดสอบพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบ การประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548	ความพึงพอใจต่อการประมูล หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล			
1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)	344	.012	.819	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)	335	-.015	.782	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	376	-.050	.330	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	354	-.038	.481	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากตาราง 35 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 กับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายข้อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .819 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 2. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง กับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed)

เท่ากับ .782 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 3. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ

3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction กับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ

e-Auction ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .330 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 3.การประมูลด้วยระบบ e-Auction ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 4. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 4.ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิกกับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูล e-Auction พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .481 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 4.ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 2. ขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 36 ผลการทดสอบพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง

พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบ การประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548	ความพึงพอใจต่อการประมูล หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง			
1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง)	344	.016	.765	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)	335	.012	.829	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction (ครั้ง)	376	-.025	.625	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก (ครั้ง)	354	-.023	.664	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากตาราง36 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548กับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง

ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ตามรายข้อ ได้ดังนี้

ข้อ 1. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .765 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ

สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 2. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างกับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 4. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .829 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 3. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auctionกับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .625 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auctionไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อ 4. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิกกับความพึงพอใจต่อการประมูลหลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .664 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2547- 2548 ในข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล ในข้อ 3. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 37 ตารางสรุปสมมติฐาน

ข้อ ที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้และ ผลการทดสอบ
1	เพศ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท) 3. ปริมาณการประมูลด้วยระบบe-Auction (ครั้ง) 4. ปริมาณการยกเลิก (ครั้ง)	Independent t-test ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	ช่วงอายุ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท) 3. ปริมาณการประมูลด้วยระบบe-Auction (ครั้ง) 4. ปริมาณการยกเลิก (ครั้ง)	One way ANOVA / LSD ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	สถานะ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท) 3. ปริมาณการประมูลด้วยระบบe-Auction (ครั้ง) 4. ปริมาณการยกเลิก (ครั้ง)	Independent t-test ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน
	ประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ครั้ง) 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท) 3. ปริมาณการประมูลด้วยระบบe-Auction (ครั้ง) 4. ปริมาณการยกเลิก (ครั้ง)	One way ANOVA / LSD เป็นไปตามสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) เพื่อนำผลของการวิจัยนำเสนอให้กับกรมบัญชีกลาง เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการต่างๆ เพื่อให้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยในการจัดซื้อจัดจ้าง และเพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่องของการประหยัดงบประมาณ ความสะดวก รวดเร็ว การลดอัตรา การล้มประมูล และปัญหาการคอร์รัปชัน

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบ e-Auction
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อความสำเร็จกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการนำผลของการวิจัยนำเสนอให้กับกรมบัญชีกลาง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงการคลัง ให้เป็นผู้รับผิดชอบดูแลและออกกฎระเบียบต่าง ๆ ในการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการต่างๆ เช่น รูปแบบการประมูล เทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูล ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยในการจัดซื้อจัดจ้าง และเพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่องของการประหยัดงบประมาณ ความสะดวก รวดเร็ว การลดอัตราการล้มประมูล และปัญหาการคอร์รัปชัน

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน
2. ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
3. ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction
4. พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชากรที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้ที่จัดซื้อจัดจ้างหรือเคยจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2548

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะของแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close – ended response questions) ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Questions) มีจำนวน 6 ด้าน

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบ e-Auction ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Questions) มีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open – Ended Response Questions) มีจำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Questions) มีจำนวน 5 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวม โดยการใช้วิธีแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2548

การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) ต่อมาทำการลงรหัส (Coding) เพื่อทำการป้อนข้อมูลต่าง ๆ ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 13.0 ในการประมวลผล หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ของแบบสอบถามและทดสอบสมมติฐาน

1. การจัดทำข้อมูล

การตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) ต่อมาทำการลงรหัส (Coding) เพื่อทำการป้อนข้อมูลต่าง ๆ ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 13.0 ในการประมวลผล หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ของแบบสอบถามและทดสอบสมมติฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

2.1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1

2.1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2, 3, 4 และตอนที่ 5

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)

2.2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้ t-test แบบ Independent (Independent t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน เพศ สถานะ

2.2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance : F- test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน ช่วงอายุ และประเภทขององค์กร

2.2.3 การหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 2 , 3 และข้อ 4

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ผู้วิจัยสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งหมด 400 คน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เพศ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 และเพศหญิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70

ช่วงอายุ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

สถานะ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 ส่วนผู้หญิง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30

ประเภทขององค์กร พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเอกชน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือรัฐบาล จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านบุคลากร ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล ด้านมูลค่าของโครงการ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร และด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง ดังนี้

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านบุคลากรโดยรวม อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลใน

การจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาดกลาง และความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction

ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีโดยรวม อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์และเทคโนโลยีมีความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถรองรับงานจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction พร้อมกันนี้ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางต้องมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูล

ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูลโดยรวม อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความหลากหลายของรูปแบบที่ใช้ในการประมูลด้วยระบบ e-Auction ระบบที่ใช้ในการประมูลมี 2 ภาษา การเข้าสู่หน้าจอการประมูลด้วยระบบ e-Auction และสามารถทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูล

ด้านมูลค่าของโครงการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านมูลค่าของโครงการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบรรยากาศการกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไขสอดคล้องกับราคางบประมาณ พร้อมกันนี้งบประมาณต้องสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์เศรษฐกิจได้

ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนและมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในระบบการประมูล พร้อมกันนี้ผู้บริหารต้องมีความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐและผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการประมูลด้วย e-Auction

ด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีจำนวนผู้ให้บริการตลาดกลางเพิ่มมากขึ้น มีการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ พร้อมมีการประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายให้มากขึ้น ระบบการประมูลมีความโปร่งใส ยุติธรรม และ ได้รับความสะดวก รวดเร็วมากขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการประมูลด้วยระบบ e-Auction สามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน สามารถลดต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง และสามารถลดการยกเลิกหรือการล้มประมูลลงได้ ซึ่งนับได้ว่าประสบผลสำเร็จมากกว่ารูปแบบการประมูลแบบยื่นซอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างระหว่างปี พ.ศ. 2547 - 2548 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง จำแนกได้ดังนี้ ข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ต่ำสุด 1 ครั้ง สูงสุด 500 ครั้ง การจัดซื้อจัดจ้างเฉลี่ย 14.97 ครั้ง ข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง มีมูลค่าต่ำสุด 1 ล้านบาท มูลค่าสูงสุด 10,000 ล้านบาท มีงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างเฉลี่ย 161.65 ล้านบาท ข้อ 3. การประมูลด้วยระบบ e-Auction ต่ำสุด 1 ครั้ง สูงสุด 120 ครั้ง ใช้การประมูลด้วยระบบ e-Auction เฉลี่ย 7.69 ครั้ง และ ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก ต่ำสุดคือไม่มีการยกเลิก สูงสุด 20 ครั้ง ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก เฉลี่ย .38 ครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับรูปแบบการประมูลด้วยระบบ e-Auction เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล และอัตราค่าบริการของตลาดกลาง มีผลทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงกว่ารูปแบบการประมูลแบบยื่นซอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน สามารถแบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 1.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน พบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 1.3 สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน พบว่า สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน ในส่วนของปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง และงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วน ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก พบว่า สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง ของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 1.4 ประเภทขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน แยกเป็น

การประมูลด้วยระบบ e-Auction ยอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า ประเภทขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วน

ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง และ ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิก ปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า ประเภทขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลกับพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบe-Auction ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ที่ศนคติเป็นรายข้อ ส่วนความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction จะวิเคราะห์โดยรวม ดังนี้

บุคลากร ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านบุคลากรโดยรวมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล พบว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้าน

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .420 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารโดยรวมมากขึ้นความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลจะมากขึ้น

ผู้ให้บริการตลาดกลาง ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูล พบว่า ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .499 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้านผู้ให้บริการตลาดกลางโดยรวมมากขึ้นความพึงพอใจต่อการประมูลจะมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction สรุปเป็นข้อดังนี้

การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมกับความพึงพอใจในส่วนของการเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พบว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในส่วนของการเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .551 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมากขึ้นความพึงพอใจต่อการประมูลในส่วนของการเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) จะมากขึ้น

ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมกับความพึงพอใจในส่วนของขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction พบว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในส่วนของขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .583 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมากขึ้นความพึงพอใจต่อการประมูลในส่วนของขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction จะมากขึ้น

อัตราค่าบริการของตลาดกลาง ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมกับความพึงพอใจในส่วนของอัตราค่าบริการของตลาดกลาง พบว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลในส่วนของอัตราค่าบริการของตลาดกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .402

แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมากขึ้นความพึงพอใจต่อการประมูลในส่วนของอัตราค่าบริการของตลาดกลาง จะมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction สรุปเป็นข้อดังนี้

การเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในส่วนของการเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) พบว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในส่วนของการเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในส่วนของขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction พบว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในส่วนของขั้นตอนและวิธีการของการประมูล e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อัตราค่าบริการของตลาดกลาง พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบโดยรวมกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในส่วนของอัตราค่าบริการของตลาดกลางพบว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ในส่วนของอัตราค่าบริการของตลาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ทัศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction แยกเป็น 6 ด้านดังนี้

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการการได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction ต้องการได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและตลาดกลาง และต้องมีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้

สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction ทั้งนี้เพราะรูปแบบการประมูลด้วยระบบ e-Auction เป็นรูปแบบใหม่ ดังนั้นการที่จะสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องนั้นต้องยึดตามหลักเกณฑ์ที่รัฐบาลกำหนดไว้และมีการฝึกอบรมการใช้ระบบ พร้อมกันนี้จำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างถูกต้องควบคู่กันไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและหลักทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ของโบว์ ฮุสตัน และทริล (1995 : 121) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงในด้านบวก หรือความโน้มเอียงในด้านลบของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งมีทัศนคติมีความสำคัญมากต่อนักการตลาดเพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อและการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย

ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากอุปกรณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะอำนวยความสะดวกในการดำเนินการ เพราะจะทำให้การดำเนินงานด้วยระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction ประสบผลสำเร็จได้ต้องควบคู่กับหลักการบริหารงานที่ดี อาทิ บุคลากรมีความรู้ ผู้บริหารให้การสนับสนุนในทุกด้านและมีการทำงานที่ไม่ซ้ำซ้อน พร้อมกันนี้ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางต้องมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูลได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบูรณ์วัลย์ สัตยรักษ์วิทย์ และคณะ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรในประเทศไทย กล่าวถึง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นระบบงานคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศขององค์กรส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อจะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรในประเทศไทย ว่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสารข้อมูล บุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถ การปฏิบัติงาน (สมบูรณ์วัลย์ สัตยรักษ์วิทย์ และคณะ 2540)

ด้านรูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล กลุ่มตัวอย่างต้องการความหลากหลายของรูปแบบที่ใช้ในการประมูลด้วยระบบ e-Auction เช่น ระบบการประมูลที่ใช้ควรมี 2 ภาษา วิธีการเข้าสู่หน้าจอการประมูลด้วยระบบ e-Auction เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และต้องการทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูลทันที ทั้งนี้เพราะความหลากหลายของระบบที่ใช้ในการประมูลนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ระบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความง่ายและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการเรียกเก็บค่าบริการที่ไม่ซ้ำซ้อนมีการทำงานเป็นระบบมากขึ้น รวมทั้งการเข้าหน้าจอที่กำลังทำการประมูลนับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้เข้าประมูลสามารถเรียนรู้หรือเข้าสู่ระบบได้โดยเร็ว พร้อมกันนี้เมื่อจบประมูลแล้วสามารถทราบผลได้ทันทีจะทำให้ผู้เข้าประมูลสามารถที่จะรายงานผลการประมูลให้กับผู้บังคับบัญชาทราบได้ทันที

ด้านมูลค่าของโครงการ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในระดับปานกลางเกี่ยวกับเรื่องของงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ที่บางครั้งไม่เหมาะสม แม้กระทั่งการกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไข สอดคล้องกับราคางบประมาณ และงบประมาณที่ไม่สามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์เศรษฐกิจได้ ทั้งนี้เพราะบางครั้งงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างหากตั้งไว้ไม่สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจหรือยืดตาม

งบประมาณเดิมที่เคยจัดซื้อจัดจ้างจะทำให้ไม่มีผู้เข้าประมูลหรือไม่มีการเสนอราคาประมูล ซึ่งหมายถึง ต้องมีการยกเลิกการประมูลในครั้งนั้นทันที สอดคล้องกับแนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2544:202) กล่าวถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติและพฤติกรรมว่า พฤติกรรมผู้บริโภคว่าส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับ ทัศนคติของบุคคลคนนั้น โดยทั่วไปผู้บริโภคก่อนปฏิบัติกรต่าง ๆ ตามความโน้มเอียงของเขา ทัศนคติเหล่านี้ ได้ให้แนวทางต่อการตัดสินใจประเภทต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องการทำและดำเนินวิธีการตามประเภทของการตัดสินใจ ผู้บริโภคซึ่งมีทัศนคติของความตระหนี่ยอมจะใช้จ่ายน้อยและประหยัดผู้บริโภคจะชอบพ้อคำ ที่เสนอสิ่งจูงใจให้ซื้อที่สอดคล้องกับทัศนคติหลักส่วนตัวของเขาแม้ความจริงจะไม่ปรากฏเช่นนั้นก็ตาม ทั้งนี้ได้หมายความว่าทัศนคติเป็นเครื่องชี้พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยไม่ผิดเลย บางโอกาสผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อโดยขัดกับทัศนคติที่เคยมีมาก็ได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสิ่งจูงใจที่จะก่อให้เกิดความแตกต่าง ดังกล่าว เช่น ราคา พนักงานขาย สินค้า เป็นต้น

ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ผู้บริหารระดับสูงควรสนับสนุนการ พัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในการประมูลด้วยระบบ e-Auction พร้อมกันนี้ผู้บริหารระดับสูงควรมี ความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ และผู้บริหารระดับสูงต้องสนับสนุนการ ประมูลด้วย e-Auction กลุ่มตัวอย่างทำการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction ตามที่ผู้บังคับบัญชา หรือ ตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่รัฐบาลกำหนดไว้ ดังนั้นหากสามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจึงเป็น ความมุ่งหวังอย่างหนึ่งพร้อมกันนี้ยังต้องการให้ผู้บังคับบัญชามีส่วนที่จะผลักดันหรือให้ความสำคัญกับ งานดังกล่าวด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของวิกเตอร์ วรูม (Victor Vroom) กล่าวว่า ถ้าหากว่ามนุษย์ได้รับสิ่งต่าง ๆ ตามที่คาดหวัง เขาก็จะมีความพึงพอใจแต่ถ้าสิ่งตอบ แทนน้อยกว่าหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง เขาก็จะเกิดความไม่พึงพอใจในงานนั้นได้ และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ นิติมา นาคปลัด (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลที่มีต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) สำหรับ ภาครัฐ (ศึกษาเฉพาะกรณี ผู้มีอำนาจในการประมูลที่ขึ้นทะเบียนไว้กับ บริษัท วิไทยคอต จำกัด) การ วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลโดยรวมพบว่าผู้มีอำนาจในการประมูล มีความเห็นว่าการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ e-Auction สำหรับภาครัฐมีความสำคัญในระดับ มากเกี่ยวกับ การประมูลสินค้าด้วยระบบ e-Auction เป็นวิธีการที่มีความเหมาะสมและยุติธรรมระหว่าง ราคาและคุณภาพสินค้า สะดวกรวดเร็วในการซื้อสินค้า สามารถจูงใจให้ซื้อสินค้าเป็นเรื่องของการ ประเมินคุณภาพของสินค้าด้วยการมองเห็นและการใช้ข้อมูลมากกว่าการซื้อสินค้าวิธีอื่น

ด้านผู้ให้บริการตลาดกลาง กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ การอบรมวิธีการใช้ระบบ การประมูล e-Auction การประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ความโปร่งใส ความยุติธรรม และ ความ สะดวกรวดเร็วจากตลาดกลาง สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ อเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday and Anderson. 1975 : 4) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ความนึกคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับ

ทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่บริการนั้น ๆ และประสบการณ์เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

2. การวิเคราะห์ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้เพราะการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction สามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ลดต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง และสามารถทำให้อัตราการยกเลิกประมูลลดลงกว่าการจัดซื้อจัดจ้างในระบบเดิม (แบบเปิดซอง) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติมา นาคปลัด (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลที่มีต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) สำหรับภาครัฐ (ศึกษาเฉพาะกรณี ผู้มีอำนาจในการประมูลที่ขึ้นทะเบียนไว้กับ บริษัท วิไทยดอท จำกัด) กล่าวว่า ปัจจัยในด้านต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับระบบการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ e-Auction สำหรับภาครัฐโดยเฉพาะบุคลากรต้องมีความพร้อมในการปฏิบัติงานมีอุปกรณ์ เครื่องมือ โปรแกรมที่ทันสมัย ขั้นตอนในการดำเนินงานไม่ซับซ้อน ที่จะนำไปสู่การเกิดปัญหาได้ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะผู้บริหารจะมีอำนาจตัดสินใจในทุกเรื่อง และกำหนดมูลค่าโครงการจะต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เพื่อการดำเนินงานมีมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างค่อนข้างกระจาย ทั้งนี้เพราะรัฐบาลเป็นผู้กำหนดให้หน่วยงานของราชการและรัฐวิสาหกิจต้องมีการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction อย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งหน่วยงานที่ใช้ระบบ e-Auction แล้วประสบผลสำเร็จก็จะมีแนวโน้มอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของวิกเตอร์ วรูม (Victor Vroom) กล่าวว่า ดัชนีที่บ่งชี้ความพึงพอใจในงานเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสิ่งตอบแทนที่มนุษย์คาดหวังจะได้รับกับสิ่งตอบแทนที่ได้รับจริง ถ้าหากว่ามนุษย์ได้รับสิ่งต่าง ๆ ตามที่คาดหวัง เขาก็จะมีความพึงพอใจแต่ถ้าสิ่งตอบแทนน้อยกว่าหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าระบบการประมูลแบบยื่นซอง ไม่ว่าจะขั้นตอนและวิธีการของการประมูล และอัตราค่าบริการของตลาดกลาง ทั้งนี้เพราะได้รับความสะดวก ประหยัด ลดขั้นตอนการทำงานลง และที่สำคัญสามารถทราบผลการประมูลและตรวจสอบได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ มิลลินส์ (Millins.1985 : 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลายด้านเป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพเกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคลซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อจะตอบสนองต่อ

ความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่ และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วก็จะเกิดความพอใจและเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นที่เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

5. การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

5.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานะ และประเภทขององค์กร ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน

5.1.1 เพศ ช่วงอายุ และ สถานะที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.1.2 ประเภทขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบการประมูล ในข้อ 1. ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อ 2. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง และ ข้อ 4. ใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะประเภทขององค์กร ประกอบด้วย รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และเอกชน มีปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ที่แตกต่างกันพร้อมกันนี้จึงทำให้การยกเลิกการประมูลย่อมแตกต่างกันไป

5.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction จากผลวิจัยพบว่า ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะ ความพร้อมของบุคลากร อุปกรณ์และเทคโนโลยี รูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล มูลค่าของโครงการ (งบประมาณ) การสนับสนุนจากผู้บริหาร และผู้ให้บริการตลาดกลาง ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction และสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ โบว์ สุตตัน และทริล (1995 : 121) ให้ความหมายที่ศนคติ คือความโน้มเอียงในด้านบวก หรือความโน้มเอียงในด้านลบของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิดหรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งมีทัศนคติมีความสำคัญมากต่อนักการตลาดเพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อและการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย

5.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction จากผลวิจัยพบว่า ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) ขั้นตอนและวิธีการของการประมูลด้วยระบบ e-Auction และอัตราค่าบริการของ

ตลาดกลาง แล้วปรากฏว่า สามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ลดต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง และสามารถทำให้อัตราการยกเลิกประมูลลดลงได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติมา นาคปลัด (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลที่มีต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) สำหรับภาครัฐ (ศึกษาเฉพาะกรณี ผู้มีอำนาจในการประมูลที่ขึ้นทะเบียนไว้กับ บริษัท วิไทยดอท จำกัด) กล่าวว่า ปัจจัยในด้านต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับระบบการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ e-Auction สำหรับภาครัฐโดยเฉพาะบุคลากรต้องมีความพร้อมในการปฏิบัติงานมีอุปกรณ์ เครื่องมือ โปรแกรมที่ทันสมัย ขั้นตอนในการดำเนินงานไม่ซับซ้อน ที่จะนำไปสู่การเกิดปัญหาได้ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะผู้บริหารจะมีอำนาจตัดสินใจในทุกเรื่อง และกำหนดมูลค่าโครงการจะต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เพื่อดำเนินงานมีมาตรฐาน

5.4 สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction จากผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมของผู้ใช้ระบบไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง) ขั้นตอนและวิธีการของการประมูลด้วยระบบ e-Auction และอัตราค่าบริการของตลาดกลาง แล้วปรากฏว่า ปริมาณการจัดซื้อจัดจ้าง งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง ปริมาณการประมูลด้วยระบบ e-Auction และ ปริมาณการยกเลิก ไม่มีผลใด ๆ กับ ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ อเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday & Anderson. 1975 : 52) ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงแนวคิดพื้นฐาน 6 ประการเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้แก่

ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่รับบริการ ได้แก่ การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ และความสะดวกที่ได้รับในสถานบริการ

1. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการ ได้แก่ การได้รับบริการทุกประเภทในสถานบริการหนึ่ง คือผู้รับบริการสามารถขอรับบริการได้ตามความต้องการ
2. ความพึงพอใจต่อการให้เกียรติของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการ และแสดงความสนใจ ห่วงใยผู้รับบริการ
3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ได้แก่ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่ควรได้รับ
4. ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ได้แก่ คุณภาพของการบริการทั้งหมดที่ผู้รับบริการได้รับ ในทัศนะของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ

5. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อมาใช้บริการ ได้แก่ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้รับบริการต้องเสียไปเมื่อมาขอรับบริการ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จากผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นและข้อเสนอแนะในส่วนของ การวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. รัฐบาลต้องมีการแผนหรือนโยบายเกี่ยวกับความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น บุคลากร อุปกรณ์ และเทคโนโลยี รูปแบบและระบบที่ใช้ในการประมูล มูลค่าของโครงการ การสนับสนุนจากผู้บริหาร และความพร้อมของผู้ให้บริการตลาดกลาง ทั้งนี้เพราะรูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นรูปแบบที่ต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศมารองรับ พร้อมกันนี้ยังเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีสำหรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างแบบใหม่ให้กับหน่วยงานของราชการและเอกชน เพื่อสนองตอบนโยบายของรัฐบาล เรื่องของการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน และเพิ่มประสิทธิภาพการบริการจัดการของรัฐบาล ตามคำกล่าวของ พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ในรายการ "นายกฯ ทักษิณ คุยกับประชาชน" ทางคลื่น F.M. 92.5 ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เวลา 08.00 น. วันเสาร์ที่ 28 พฤษภาคม 2548

2. จากผลการวิจัยทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ทราบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับขั้นตอนการปฏิบัติงาน ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง และ อัตราการยกเลิกประมูลลดลง ดังนั้น รัฐบาลควรมีนโยบายที่จะสนับสนุนการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และมีการปรับปรุงหรือพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. จากผลการวิจัยพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ทราบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบ รูปแบบการประมูลแบบเดิม (เปิดซอง) กับรูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอนและวิธีการของการประมูล และอัตราค่าบริการของตลาดกลาง ดังนั้น รัฐบาลควรมีกำหนดรูปแบบ ขั้นตอน และวิธีการในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ให้ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกันที่สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง สะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการจัดซื้อจัดจ้าง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในระยะยาว และเพิ่มความถี่ของการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย เพื่อนำข้อมูลในแต่ละครั้งมาเปรียบเทียบเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา ระบบการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ อุปกรณ์เทคโนโลยีทันสมัย เป็นต้น พร้อมกันนี้ภาครัฐควรมีการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพของปัจจัยดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง
3. ควรมีการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รูปแบบการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น สภาวะทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการจัดงบประมาณ การเปลี่ยนแปลงนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น เพื่อที่จะสามารถพัฒนาระบบให้เหมาะสมตรงตามความต้องการหรือเหมาะสมกับคนไทยให้มากที่สุด
4. ควรมีการศึกษาถึงประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และมีการควบคุมคุณภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
-(2548). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิ์วัฒน์. (2538). *ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม : การวัดการพยากรณ์และการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐ เดชะพงศาภิต. (2539). *การตลาดธุรกิจระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. ถ่ายเอกสาร.
- ดิณ ปรัชญพฤทธิ และอิสระ สุวรรณบล. (2534). *ปทานุกรมการบริการ. พระนคร : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย*.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2530). *องค์การและการบริหาร*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธินุช ศรีจันทร์, ประภัสสร อยู่ดี และวิไล ดำรงอนันต์กุล. (2543). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและทัศนคติที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. ถ่ายเอกสาร
- นิติมา นาคปลัด. (2547). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้มีอำนาจในการประมูลที่มีต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction สำหรับภาครัฐ (ศึกษาเฉพาะกรณี ผู้มีอำนาจในการประมูลที่ขึ้นทะเบียนไว้กับ บริษัท วิไทยดอท จำกัด)*. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- บุญชม ศรีสะอาด. (2532). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. *ความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วันที่ 6 มีนาคม 2547. (ออนไลน์)*. แหล่งที่มา : http://www.nectec.or.th/courseware/ppt2000/e-commerce4web_files/frame.htm วันที่สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2548
- ประคอง กรรณสูต. (2525). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : เจริญผล.
-(2548). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสงค์ ปราณีตพลกรัง และคณะ. (2543). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการและกรณีศึกษา (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพฯ : ธนชาการพิมพ์.

มัลลิกา บุญนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระพีพรรณ ธารวันชัย. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ระบบที่เป็นตัวแทนจำหน่าย*

อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การ

จัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วาสนา ศิริประเสริฐ. (2538). *เอกสารประกอบการอบรมและสัมมนาเรื่องการพัฒนางาน พัฒนาค้นด้วย*

5ส และ QC CIRCLE. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่น.

วิจิตรา เขมะไพโรจน์. (2547). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการมาร์เก็ตเพลส บายท็อปส์ของ*

ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วีรพล สุวรรณนันต์. (2527). *การวิเคราะห์และประเมินโครงการ*. กรุงเทพฯ : อักษรพัฒนา.

วุฒิชัย จ่านอง. (2522). *พฤติกรรมการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2445). *องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์ ปรับปรุงใหม่ล่าสุด*.

กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

.....(2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ด้านสุทธาการพิมพ์.

สำนักพัฒนามาตรฐานระบบพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง (2548). *ตารางชื่อผู้ให้บริการตลาดกลาง*

อิเล็กทรอนิกส์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา

http://www.gprocurement.go.th/e_auction/index_5.php. วันที่สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2548

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และ เดือนเด่น นิคมบริรักษ์.(2540). *สภาพการแข่งขันและราคาค่าบริการ*

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศ (TDRI).

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *การวิเคราะห์ผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ธีระ ฟิล์มและไซเท็กซ์.

.....(2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ธีระ ฟิล์มและไซเท็กซ์ .

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ ดลยา และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น.

Schiffman, Leon G. and Leslie, Larar Kanuk. (1994). *Consumer behavior*. 6th Edition. Englewood

Cliffs. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก “ก”
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)
เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำสารนิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จึงใคร่ขอความความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง ทั้งนี้จะไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบ ผู้วิจัยจะเก็บคำตอบของท่านไว้เป็นความลับ และนำมาใช้วิเคราะห์เชิงสถิติในการภาพรวมเท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาและความร่วมมือจากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

สุรัสวดี น้อยอุบล

ผู้วิจัย

คำชี้แจง : แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction

ตอนที่ 3 ทศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

() 1. ชาย () 2. ผู้หญิง

2. ช่วงอายุ

() 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี () 2. 21 – 30 ปี

() 3. 31 – 40 ปี () 4. 41- 50 ปี () 5. มากกว่า 50 ปี

3. สถานะของผู้ใช้การประมูลด้วยระบบ e-Auction

() 1. ผู้ซื้อ () 2. ผู้ขาย

4. ประเภทขององค์กร

() 1. ภาครัฐ () 2. รัฐวิสาหกิจ () 3. เอกชน

ตอนที่ 2 ทศนคติต่อความพร้อมในการใช้รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน _____ ช่องว่างที่ตรงกับทัศนคติของท่าน

ทัศนคติต่อความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของ การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปาน กลาง (3)	ไม่ดี (2)	ไม่ดีย่าง มาก (1)
ด้านที่1 บุคลากร					
5. การได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของ รัฐบาลในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction					
6. การได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัด จ้างของภาครัฐและตลาดกลาง					
7. ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction					
ด้านที่2 อุปกรณ์และเทคโนโลยี					
8. อุปกรณ์และเทคโนโลยีมีความทันสมัยและ ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถรองรับงาน จัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Auction					
9. ระบบของบริษัทผู้ให้บริการตลาดกลางมี ความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบความ เคลื่อนไหวของราคาได้ตลอดการประมูล					

ทัศนคติต่อความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของ การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปาน กลาง (3)	ไม่ดี (2)	ไม่ตัวอย่าง มาก (1)
ด้านที่3 รูปแบบและระบบที่ใช้ในการ ประมูล					
10. ความหลากหลายของรูปแบบที่ใช้ในการ ประมูลด้วยระบบ e-Auction					
11. ระบบการประมูลที่ใช้มี 2 ภาษา (ไทย และ อังกฤษ)					
12. การเข้าสู่หน้าจอการประมูลด้วยระบบ e-Auction					
13. ทราบผลทันทีหลังจากจบการประมูล					
ด้านที่4 มูลค่าของโครงการ (งบประมาณ)					
14. งบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง					
15. การกำหนดคุณสมบัติหรือเงื่อนไข สอดคล้องกับราคางบประมาณ					
16. งบประมาณสามารถยืดหยุ่นตาม สถานการณ์เศรษฐกิจ					
ด้านที่5 การสนับสนุนจากผู้บริหาร					
17. ผู้บริหารระดับสูงควรสนับสนุนการพัฒนา บุคลากรให้มีความเข้าใจในการประมูลด้วย ระบบ e-Auction					
18.ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจในนโยบาย และแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ					
19. ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการประมูล ด้วย e-Auction					

ทัศนคติต่อความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของ การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ e-Auction	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปาน กลาง (3)	ไม่ดี (2)	ไม่ตัวอย่าง มาก (1)
ด้านที่ 6 ผู้ให้บริการตลาดกลาง					
20. จำนวนผู้ให้บริการตลาดกลางด้วยระบบ e-Auction					
21. การให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของตลาด กลาง					
22. การประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย					
23. ความโปร่งใส ยุติธรรม ของตลาดกลาง					
24. ความสะดวก รวดเร็ว					

ตอนที่ 3 ทัศนคติต่อความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

หลังจากจัดซื้อจัดจ้างโดยการ ประมูลด้วยระบบ e-Auction แล้ว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปาน กลาง (3)	ไม่ดี (2)	ไม่ตัวอย่าง มาก (1)
25. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน					
26. ต้นทุนการจัดซื้อจัดจ้าง					
27. อัตราการยกเลิกประมูลลดลง					

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

คำชี้แจง กรุณาเติมค่าลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

28. ในช่วงปี 2547- 2548 หน่วยงานของท่านโดยเฉลี่ยมีปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างจำนวนครั้ง
(ประมาณการ)

29. ในช่วงปี 2547- 2548 หน่วยงานของท่านมีงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างจำนวนล้านบาท
(ประมาณการ)

30. ในช่วงปี 2547- 2548 หน่วยงานของท่านประมูลด้วยระบบ e-Auction จำนวน.....ครั้ง
(ประมาณการ)

31. ในช่วงปี 2547- 2548 งานประมูลที่ท่านใช้ระบบ e-Auction แล้วถูกยกเลิกจำนวน.....ครั้ง
(ประมาณการ)

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการประมูลด้วยระบบ e-Auction

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน _____ ในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

หลังจากใช้บริการประมูลด้วยระบบ e-Auction แล้วท่านมีความพอใจอย่างไร	ระดับความพอใจ				
	พอใจอย่างมาก (5)	พอใจ (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่พอใจ (2)	ไม่พอใจอย่างมาก (1)
32. ระบบ e-Auction เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม (เปิดซอง)					
33. ขั้นตอนและวิธีการ ของการประมูลด้วยระบบ e-Auction					
34. อัตราค่าบริการของตลาดกลาง					

ภาคผนวก “ข”

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำ	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก “ค”

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสุวิมล น้อยอุบล
วันเดือนปีเกิด	4 กุมภาพันธ์ 2514
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 689 หมู่ 8 ซอยวัดด่านสำโรง ถนนสุขุมวิท 113 ตำบลสำโรงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	Operation System Manager
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ดาต้าแมท จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2537	บริหารธุรกิจ การจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยเกษตรในพระบรมราชูปถัมภ์
พ.ศ. 2549	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร