

การศึกษาความสำเร็จของผู้ชนะการประกวด
ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

นายแพทย์ ขาวเหลือง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2551

**A Study of Success of Contract Awarded Winners
in Government Electronic Auction**

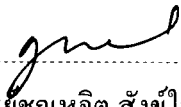
Mr. Payup Khaoluang

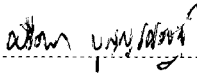
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

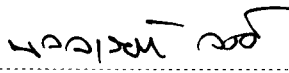
2008

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ
ชื่อและนามสกุล นายแพทย์พ ขาวเหลือง
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์
2. รองศาสตราจารย์นवलเสนห์ วงศ์เชิดธรรม

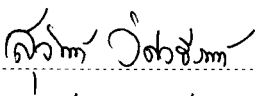
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ชุนหจิต สังข์ใหม่)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์นवलเสนห์ วงศ์เชิดธรรม)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชา
บริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช


..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินต์ วิสวธีรานนท์)

วันที่ 26 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ
ผู้วิจัย นายแพทย์ ขาวเหลือง ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์ (2) รองศาสตราจารย์นวลเสน่ห์ วงศ์เชิดธรรม
ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ (2) ศึกษาปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ และ (5) เปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำนวน 384 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูล ส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลการจัดซื้อ การศึกษากฎ ระเบียบในการเป็นผู้ค้ำจากหน่วยงานผู้ซื้อ โดยเข้าเว็บไซต์กรมบัญชีกลางเพื่อหาข้อมูลลูกค้าภาครัฐที่ต้องการประมูล ขอความช่วยเหลือในการประมูลจากผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีคอมพิวเตอร์ที่ใช้หาข้อมูลการประมูลจำนวน 1 – 3 เครื่อง ใช้อีเมลล์และเว็บไซต์ตามชื่อ โดเมนขององค์กร มีบุคลากรทำหน้าที่ในการประมูลจำนวน 1 – 3 คน วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีการเพิ่มเติมความรู้ให้บุคลากรในด้านกฎ ระเบียบเกี่ยวกับการประมูล และผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ตัดสินใจกำหนดราคาประมูล (2) ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ บทบาทของกรมบัญชีกลาง บทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ บทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้เข้าร่วมการประมูล มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในระดับปานกลาง และปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การบริหารงาน และระบบงานภายในขององค์กร มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในระดับมาก (3) ความพร้อมในการดำเนินงานด้านแหล่งข้อมูลการจัดซื้อ เว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าภาครัฐ ประเภทเว็บไซต์ที่ใช้ในองค์กร จำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล ความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากร และระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจกำหนดราคาประมูล มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ (4) ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ และผู้เข้าร่วมการประมูล รวมทั้งปัจจัยภายในองค์กรทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ และ (5) ผู้ชนะการประมูลที่มีลักษณะทั่วไปด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก และด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ ความสำเร็จ ผู้ชนะการประมูล การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

Thesis title: A Study of Success of Contract Awarded Winners in Government Electronic Auction

Researcher: Mr. Payup Khaoluang; **Degree:** Master of Business Administration;

Thesis advisors: (1) Sritana Boonyasait, Associate Professor; (2) Nuansaneh Wongcherdtham, Associate Professor; **Academic year:** 2008

ABSTRACT

The purposes of the research were to study: (1) the readiness to implement government electronic auction of the winners; (2) the external and internal factors of organizations related to the success of the winners in government electronic auction; (3) relationship between the readiness to implement electronic auction and the success of the winners in government electronic auction; (4) relationship between internal and external factors of organizations related to the success and the success of the winners in government electronic auction; and (5) difference in common characteristics of the winners through comparison.

This study was conducted by the survey research. Sampling group obtained by stratified random sampling was 384 winners awarding the contract. The research tool employed in this study was a questionnaire. The data was analyzed through percentage, mean, standard deviation, Pearson chi-square test, one-way ANOVA and least significant difference.

The research finding revealed: (1) the winners prepared themselves to be ready for electronic auction. Most of them studied procurement information and regulation for trading with government agencies. To obtain such information, accessing through the website of the Comptroller General's Department was conducted. In addition, implementation approaches for government electronic auction were requesting for assistance and support from electronic auction service providers, providing one to three units of computers to source information related to government electronic auction, applying organizational domain e-mail address and website for electronic auction, assigning one to three personnel with bachelor degree responsible for electronic auction management, educational supporting on the auction rule and regulation provided for the personnel, and making decision on price bidding made by top management; (2) external factors included roles of the Comptroller General's Department, originators, electronic auction service providers and bidders are related to the success at the moderate level. internal factors included reliability, administration and internal work process of the organizations were related to the success at the high level; (3) preparation to be ready for implementing electronic auction was conducted in each aspect; source of information about Thai government procurement, websites for locating customers from public agencies, type of websites for to be utilized by organizations, number of personnel to be in charge of electronic auction, educational support provided for the personnel and level of the authorized person making decision on price bidding. All these aspects had relationship with the success of the winning bidders in government electronic auction; (4) external factors were roles of the originators and the bidders including internal factors at all aspects, having relationship with the success of the winners in government electronic auction; and (5) difference on common characteristics of the winners in term of business model, primary product or service offering and term of business operation had relationship toward the success of the winners in government electronic auction with statistically significant difference at 0.05.

Keywords: Success , Contract awarded winners , Electronic auction

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช รองศาสตราจารย์นวลเสน่ห์ วงศ์เชิดธรรม สำนักทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย คณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ช่วยถ่ายทอดความรู้แก่ผู้วิจัยอย่างดี รวมทั้งกรรมการผู้จัดการหรือผู้บริหารขององค์กรที่ขะนะการ ประมูลที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม อีกทั้งเจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการประสานงานและอำนวยความสะดวกในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำสำนักพัฒนามาตรฐานระบบ พัสตุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง ที่กรุณาให้ข้อมูลรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้ขะนะการ ประมูลแก่ผู้วิจัย และขอ กราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่มอบทุนสนับสนุนการจัดทำวิทยานิพนธ์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนนักศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใน การจัดทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจตลอดมา ประ โยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ผู้วิจัยขอบอบให้แก่ประเทศไทย และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สถาบันอันเป็นที่รักและภาคภูมิใจ ตลอดจนผู้สนใจการศึกษาทั้งหลายทั้งมวล

พายัพ ขาวเหลือง

ธันวาคม 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อ	9
แนวคิดเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	26
แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ	52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	70
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	70
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	72
การเก็บรวบรวมข้อมูล	73
การวิเคราะห์ข้อมูล	74

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	75
ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะทั่วไป และความพร้อมในการดำเนินงาน ของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	77
ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่ เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ ภาครัฐ	85
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความ สำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	91
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่ เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	97
ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล	108
ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จ ของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	111
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	114
สรุปการวิจัย	114
อภิปรายผล	119
ข้อเสนอแนะ	124
บรรณานุกรม	127
ภาคผนวก	137
ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม	138
ข แบบสอบถาม	140
ประวัติผู้วิจัย	149

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 ผลการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำแนกตามปีงบประมาณ	2
ตารางที่ 2.1 เกณฑ์การประเมินผู้ค้า	17
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	71
ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วย ระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	77
ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล	79
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของ ปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร โดยรวม	85
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ของปัจจัยภายนอกองค์กร จำแนกเป็นรายด้าน	86
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ของปัจจัยภายในองค์กร จำแนกเป็นรายด้าน	89
ตารางที่ 4.6 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่มาของข้อมูลการจัดซื้อจัด ความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	91
ตารางที่ 4.7 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเว็บไซต์ที่ใช้หาผู้ค้าภาครัฐกับ ความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	92
ตารางที่ 4.8 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ศึกษา ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	92
ตารางที่ 4.9 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งขอความช่วยเหลือในการประมูล กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	93
ตารางที่ 4.10 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์กับ ความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	93
ตารางที่ 4.11 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอีเมลล์กับความสำเร็จของ ผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเว็บไซต์กับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	94
ตารางที่ 4.13 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนบุคลากรกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	95
ตารางที่ 4.14 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของบุคลากรกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	95
ตารางที่ 4.15 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากรกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	96
ตารางที่ 4.16 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจเสนอราคากับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	96
ตารางที่ 4.17 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกองค์กรกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกรายข้อในแต่ละด้าน	97
ตารางที่ 4.18 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในองค์กรกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกรายข้อในแต่ละด้าน	101
ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูล จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล	108
ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลเป็นรายคู่ จำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ	109
ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลเป็นรายคู่ จำแนกตามสินค้าหรือการให้บริการหลัก	110
ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลเป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	110
ตารางที่ 4.23 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ	111

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 2.1 วงจรของการจัดซื้อ	14
ภาพที่ 2.2 วงจรการจัดซื้อด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	19
ภาพที่ 2.3 การบริหารการจัดซื้อของหน่วยงานในภาครัฐ	22
ภาพที่ 2.4 แบบจำลองตัวอย่างการแบ่ง Segment ของผู้ค้าหรือสินค้า	24
ภาพที่ 2.5 ขั้นตอนการจัดซื้อพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามระเบียบฯ ว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549	47
ภาพที่ 2.6 บทบาทของผู้ค้าในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ	49
ภาพที่ 2.7 บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ	51
ภาพที่ 2.8 McKinsey 7-S Framework Model	57

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคเศรษฐกิจใหม่ที่มีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง การจัดการองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพถือเป็นหัวใจสำคัญ "การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์" (e-Procurement) จัดเป็นระบบที่ช่วยในการจัดการอย่างหนึ่ง เปรียบเสมือนประตูไปสู่โลกธุรกิจไร้พรมแดน หรืออีกนัยหนึ่งคือ องค์กรใดๆ ที่เข้าสู่ระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะสามารถทำธุรกรรมกับองค์กรต่างๆ ได้ทั่วโลก ช่วยให้้องค์กรสามารถลดงานที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าลง และทำให้ฝ่ายจัดซื้อมีเวลาว่างแผนในส่วนของการจัดซื้อจัดจ้างเชิงกลยุทธ์ (Strategic Sourcing) มากยิ่งขึ้น (ชัชวาลินทร์ เศษอิทธิรัตน์ 2548:1) ทั้งนี้ การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือการประมูลออนไลน์ (e-Auction) เป็นระบบหนึ่งของการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้ในการเจรจาต่อรอง เพื่อคัดเลือกผู้ค้าและสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับผู้ซื้อ การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินการได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา ช่วยให้มีการร่วมมือทางธุรกิจด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (Supplier Collaboration) เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับองค์กรและผู้ค้า (พันชวนิช 2548:1)

ความเป็นมาของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย เริ่มจากการที่ธนาคารโลก (World Bank) องค์กรสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) และองค์การการค้าโลก (World Trade Organization :WTO) ได้มีการนำเสนอผลการวิจัยว่าการทุจริตประพุดติมิชอบของประเทศต่างๆ ทั่วโลกมากกว่าร้อยละ 95 เกิดขึ้นในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ดังนั้น หากสามารถทำให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างเกิดความโปร่งใสและยุติธรรม จะช่วยให้ภาครัฐของแต่ละประเทศประหยัดงบประมาณได้ ด้วยเหตุนี้วิธีการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จึงถูกนำเสนอขึ้นมา และมีหลายประเทศให้ความเห็นชอบ โดยได้ลงนามในข้อตกลง (Agreement) ที่จะใช้วิธีการดังกล่าว ในสมัยที่รัฐบาล ฯพณฯ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรีสมัยที่ 1 ได้มีการประกาศนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาลไทย เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2545 ให้บรรจุวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุวิธีที่ 6 จากเดิมที่มีอยู่แล้ว 5 วิธีคือ วิธีตกลงราคา สอบราคา ประกวดราคา พิเศษ และกรณีพิเศษ และให้หน่วยราชการทุกหน่วยงานดำเนินการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้ได้อย่างน้อย 1 รายการภายในเวลา 3 เดือน ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นที่

ภาครัฐให้ความสำคัญและเอาใจจริงเอาใจกับการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุของภาครัฐ หลังจากนั้นไม่นานได้มีมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2546 ให้ส่วนราชการทั่วประเทศสามารถนำเอาระบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ได้ ซึ่งเป็นการต่อยอดชัดเจนว่าภาครัฐเอาใจจริงเอาใจกับนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (กรมสรรพสามิต 2550:1) โดยจากข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2548 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2548 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 มีจำนวนครั้งของงานประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น 19,193 ครั้ง งบประมาณรวม 232,003 ล้านบาท โดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสร้างส่วนประหยัดจากการจัดซื้อจัดจ้างดังกล่าวได้เท่ากับ 16,217 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.99 ของงบประมาณจัดซื้อจัดจ้าง ดังตารางที่ 1.1 (กรมบัญชีกลาง 2549: 1-4)

ตารางที่ 1.1 ผลการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำแนกตามปีงบประมาณ

ปี	จำนวน ครั้ง	งบประมาณ ล้านบาท	ราคาที่จัดหาได้		ราคาที่ประหยัดได้	
			ล้านบาท	% ต่อ งบประมาณ	ล้านบาท	% ต่อ งบประมาณ
1 มกราคม – 30 กันยายน 2548	6,449	96,533	86,863	90%	9,670	10.02%
ปีงบประมาณ 2549	12,744	135,470	128,923	95%	6,547	4.83%
รวม	19,193	232,003	215,003	93%	16,217	6.99%

นอกจากนี้จากการศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ กรณีศึกษาการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนคลังและพัสดุ สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการ ขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรค แนวทางแก้ไข ในการจัดซื้อจัดจ้างในรูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ยังได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า กระบวนการและขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างในรูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี มีความโปร่งใส ลดปัญหาการฮั้ว การอุ้มและค่าหัวคิวลงได้ (ถัดดาวัลย์ ไชยวานิชย์ผล 2547: บทคัดย่อ) รวมทั้งจากการศึกษาเรื่อง การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ของฝ่ายการพัสดุ การท่าเรือแห่งประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำระบบการจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างของฝ่ายการพัสดุ การท่าเรือแห่งประเทศไทย ยังได้สรุปผลการศึกษาในด้านของประโยชน์ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถประหยัดงบประมาณและเป็นเครื่องมือต่อรองราคาที่มีประสิทธิภาพ มีความรวดเร็ว และสามารถทราบผลของการประมูลได้ภายในเวลาอันสั้น มีความยืดหยุ่น และสามารถจัดการประมูลได้หลายรูปแบบ

(พนิดา ทรัพย์อุดม 2546: 63) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐและผลการศึกษาข้างต้นจะชี้ให้เห็นว่า สามารถลดค่าใช้จ่ายระยะเวลา และเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดซื้อจัดจ้างได้ แต่ในทัศนคติของผู้เข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เห็นว่า ยังมีปัญหาและอุปสรรคอยู่บ้าง ดังเช่นจากการศึกษาเรื่อง การรับรู้และปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจในเขตจังหวัดอุดรธานีที่มีต่อระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างกันในสินค้าที่จำหน่าย และผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างกันในจำนวนคอมพิวเตอร์ที่ใช้ดำเนินธุรกิจ จะมีการรับรู้ต่อการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน (เอกนันท์ ฟ้ากระจ่าง 2548: บทคัดย่อ) นอกจากนี้ จากการศึกษาเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ของฝ่ายการพัสดุ การท่าเรือแห่งประเทศไทย ได้สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานในทัศนคติของผู้เข้าร่วมการประมูลไว้ว่า ระบบอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ผู้ประกอบการหายไป เพราะบริษัทที่ประมูลงาน ได้ส่วนใหญจะเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง และสำหรับผู้ค้าที่มีเทคโนโลยีต่ำจะมีข้อจำกัดในการเข้าร่วมประมูล นอกจากนี้ ผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยยังได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการไว้ว่า ควรวางแผนเลือกพัสดุที่จะประมูลในระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นพัสดุที่มีลักษณะเฉพาะชัดเจน เป็นพัสดุประเภทเดียวกัน ไม่แตกต่างกันมาก และไม่ควรรวมพัสดุต่างประเภทเข้าประมูลด้วยกัน เนื่องจาก ซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จะไม่สามารถเข้าร่วมประมูลได้ ทำให้การแข่งขันลดลง เพราะจะเหลือเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นนายหน้ารวบรวมสินค้าของผู้ประกอบการต่างๆ ที่จะเข้าร่วมประมูล รวมทั้งยังเสนอแนะเรื่องงบประมาณที่ตั้งไว้ใน การประมูล ควรกำหนดให้เหมาะสม ไม่สูงหรือต่ำเกินไป เพราะถ้ามูลค่าสินค้าต่ำไป ซัพพลายเออร์บางรายโดยเฉพาะรายใหญ่จะไม่สนใจเข้าร่วมประมูล แต่ถ้ามูลค่าสินค้าสูงเกินไป ซัพพลายเออร์รายเล็กจะถูกกีดกันออก เนื่องจากมีต้นทุนสูงกว่าซัพพลายเออร์รายใหญ่ (พนิดา ทรัพย์อุดม 2546: 68)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น พบว่า ปัญหาสำคัญประการหนึ่งของผู้เข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์คือ ความแตกต่างของศักยภาพหรือความสามารถในการแข่งขัน อันเกิดจากการที่ผู้เข้าร่วมการประมูลมีความสามารถในการแข่งขันไม่เท่ากัน เช่น ขนาดของธุรกิจ จำนวนคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ใช้ดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ อันจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปทำการศึกษา เตรียมความพร้อมก่อนที่จะเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของตนให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ขณะเดียวกันองค์กรภาครัฐก็สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐต่อไป

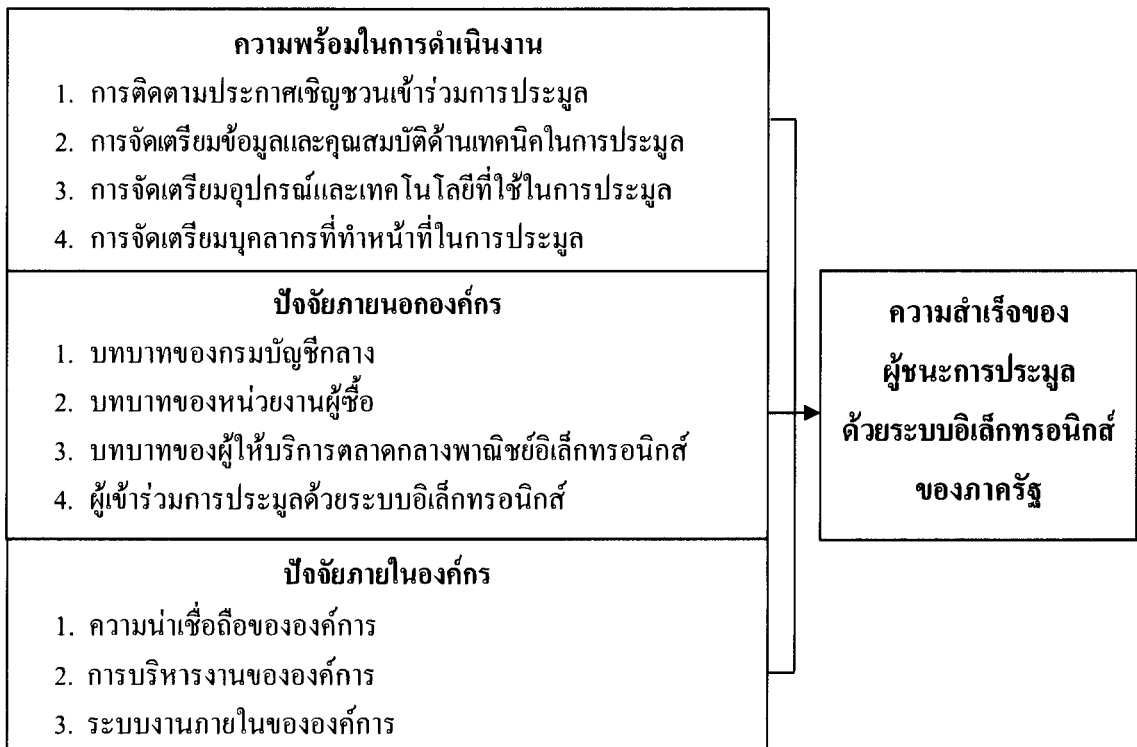
2. วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- 2.1 เพื่อศึกษาความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ
- 2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ
- 2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ
- 2.5 เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล ได้แก่ ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ด้านจำนวนบุคลากร ด้านรูปแบบสินค้าหรือการให้บริการหลัก ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก และด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

4.1 ความพร้อมในการดำเนินงาน ปัจจัยภายนอกองค์กร และปัจจัยภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

4.2 ผู้ชนะการประมูลที่มีลักษณะทั่วไป ได้แก่ รูปแบบการประกอบธุรกิจ มูลค่าสินทรัพย์ถาวร จำนวนบุคลากร รูปแบบสินค้าหรือการให้บริการหลัก สินค้าหรือการให้บริการหลัก และระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแตกต่างกัน

5. ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ค้าที่ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2549 จนถึงเดือนธันวาคม 2550 รวมทั้งสิ้น 9,383 ราย

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐตามประกาศกระทรวงการคลังเรื่องหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2548 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 ได้แก่ ความพร้อมในการดำเนินงาน ปัจจัยภายนอกองค์กร และปัจจัยภายในองค์กรของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

5.3 ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงมิถุนายน 2551

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

5.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ได้แก่

- (1) การติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูล
- (2) การจัดเตรียมข้อมูลและคุณสมบัติด้านเทคนิคในการประมูล
- (3) การจัดเตรียมอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูล
- (4) การจัดเตรียมบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล

2) ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ได้แก่

- (1) บทบาทของกรมบัญชีกลาง
- (2) บทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ
- (3) บทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- (4) ผู้เข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

3) ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ได้แก่

- (1) ความน่าเชื่อถือขององค์กร
- (2) การบริหารงานขององค์กร
- (3) ระบบงานภายในขององค์กร

5.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐคือ จำนวนครั้งของการเป็นผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้นิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

6.1 การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ หมายถึง การเสนอราคาแบบเป็นปัจจุบันผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเสนอราคาขายสินค้า และ/หรือบริการให้แก่ภาครัฐ โดยไม่เปิดเผยตัวเลขที่มีการเสนอราคากับผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น ทั้งนี้ โดยการปฏิบัติตามประกาศกระทรวงการคลังเรื่องหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2548 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549

6.2 ผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ หมายถึง ผู้ค้าที่เข้าร่วมการเสนอราคาในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นผู้ขายสินค้าและ/หรือบริการแก่ภาครัฐ

6.3 ความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ หมายถึง การได้รับคัดเลือกจากคณะกรรมการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นผู้ขายสินค้าและ/หรือบริการแก่ภาครัฐ ซึ่งจำแนกเป็นผู้ชนะการประมูลจำนวน 1 ครั้ง และผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง

6.4 ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ หมายถึง แนวทางการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ได้แก่

6.4.1 การติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูล หมายถึง การเตรียมความพร้อมในด้านแหล่งข้อมูลการจัดซื้อ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าภาครัฐที่ต้องการประมูล

6.4.2 การจัดเตรียมข้อมูลและคุณสมบัติด้านเทคนิคในการประมูล หมายถึง การเตรียมความพร้อมในด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติในการเป็นผู้ค้าให้กับภาครัฐ และแหล่งขอความช่วยเหลือเมื่อต้องการขอคำแนะนำหรือมีข้อสงสัยในการประมูล

6.4.3 การจัดเตรียมอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูล หมายถึง การเตรียมความพร้อมในด้านจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประมูล รวมทั้งประเภทอีเมลล์และเว็บไซต์ที่ใช้ในองค์กร

6.4.4 การจัดเตรียมบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล หมายถึง การเตรียมความพร้อมในด้านจำนวน วุฒิการศึกษา และความรู้ที่จัดให้แก่บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล รวมทั้งระดับของบุคลากรที่ทำหน้าที่ตัดสินใจเสนอราคาในวันที่มีการประมูล

6.5 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ หมายถึง สิ่งที่ทำให้ผู้เข้าร่วมการประมูลเป็นผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

6.5.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ค้า ได้แก่

1) บทบาทของกรมบัญชีกลาง หมายถึง การกำหนดกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้ และส่งเสริมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง

2) บทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ หมายถึง การวางแผนและดำเนินการจัดซื้อของหน่วยงานในกระทรวง ทบวง กรม ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นใดที่ดำเนินกิจการของรัฐตามกฎหมาย และได้รับเงินอุดหนุนหรือเงิน หรือทรัพย์สินลงทุนจากรัฐที่ทำการจัดซื้อจัดจ้าง โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

3) บทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การให้บริการจัดการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นสื่อกลางระหว่างหน่วยงานผู้ซื้อกับผู้เข้าร่วมการประมูลของบริษัทที่ขึ้นทะเบียนรายชื่อเป็นผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้กับกรมบัญชีกลางตามประกาศกระทรวงการคลัง

4) ผู้เข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ผู้ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีคุณสมบัติทางเทคนิคขั้นต่ำตามที่คณะกรรมการฯ กำหนด และเข้าร่วมการเสนอราคา

6.5.2 ปัจจัยภายในองค์กร หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ โดยผู้ค้าสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมดังกล่าวได้ ได้แก่

- 1) ความน่าเชื่อถือขององค์กร หมายถึง ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา รวมทั้งการเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง มีความมั่นคงทางการเงิน และมีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง
- 2) การบริหารงานขององค์กร หมายถึง การดำเนินงานด้านการวางแผน การจัดองค์กร การอำนวยความสะดวก และการควบคุมองค์กรที่เกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
- 3) ระบบงานภายในขององค์กร หมายถึง การดำเนินงานขององค์กรในด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านเทคโนโลยี และด้านทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

6.6 ภาครัฐ หมายถึง กระทรวง ทบวง กรม ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นใดที่ดำเนินกิจการของรัฐตามกฎหมาย และได้รับเงินอุดหนุน หรือเงิน หรือทรัพย์สินลงทุนจากรัฐที่ทำการจัดซื้อจัดจ้าง โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ค้าได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมที่จะเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

7.2 ผู้เข้าร่วมการประมูลได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้เป็นผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

7.3 ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

7.4 หน่วยงานผู้ซื้อได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการดำเนินการจัดซื้อ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

7.5 กรมบัญชีกลางได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดซื้อ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ทั้งจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอตามหัวข้อต่างๆ โดยลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
3. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อ

การจัดซื้อจัดจ้างถือเป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการจัดการองค์กร ซึ่งส่งผลต่อกำไรหรือผลประกอบการขององค์กร โดยการจัดซื้อจัดจ้างนั้นมีความหมายรวมถึงการจัดซื้อสินค้า และการจัดจ้างบริการต่างๆ โดยนิยามเรียกเป็นความหมายโดยรวมว่าการจัดซื้อ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ ได้แก่ ความหมายของการจัดซื้อ หลักของการจัดซื้อ วงจรของการจัดซื้อ วงจรการจัดซื้อด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การบริหารการจัดซื้อของหน่วยงานภาครัฐ และปัจจัยที่ควรคำนึงถึงก่อนการจัดซื้อ ดังนี้

1.1 ความหมายของการจัดซื้อ

ได้มีผู้ให้นิยามคำว่า การจัดซื้อไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมา ดังนี้ กรมบัญชีกลาง (2549: 1) ให้ความหมายว่า การจัดซื้อ หมายถึง การซื้อพัสดุทุกชนิด ทั้งที่มีการติดตั้ง ทดลอง และบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ แต่ไม่รวมถึงการซื้อพัสดุในลักษณะของการจ้าง

สมาพันธ์โลจิสติกส์ไทย (2550: 18) ให้ความหมายว่า การจัดซื้อ หมายถึง กิจกรรมของธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุ บริการ เครื่องใช้ไม้สอย และสิ่งต่างๆ สำหรับองค์กร เพื่อใช้ในการดำเนินการ

ธนิต โสรัตน์ (2551: 1) ให้ความหมายว่า การจัดซื้อ หมายถึง กระบวนการดำเนินการให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ สิ่งของที่จำเป็นตามความต้องการของหน่วยงานที่มีการร้องขอ โดยการจัดซื้อหรือสิ่งที่ซื้อเข้ามา มีส่วนปฏิสัมพันธ์กระทบต่อผลกำไรหรือผลการประกอบการของธุรกิจ

Bridgefield Group Inc. (2006: 1) ให้ความหมายว่า การจัดซื้อเป็นได้ทั้งหน้าที่ กระบวนการ รวมทั้งเป็นแผนกที่เสาะแสวงหาวัตถุดิบและบริการต่างๆ การเจรจาต่อรอง เงื่อนไข และข้อตกลงต่างๆ ตอบสนองต่อความต้องการวัตถุดิบจากแผนกที่ต้องการใช้ รวมทั้งสื่อสารเพื่อแจ้งถึงสถานะของการสั่งซื้อ และการชะงักงันของการจัดซื้อสินค้า

Wikipedia (2007: 1) ให้ความหมายว่า การจัดซื้อ หมายถึง หน้าที่การทำงานอย่างหนึ่ง ซึ่งสิ่งที่ได้รับจากการจัดซื้อจะเป็นปัจจัยนำเข้าให้กับสิ่งที่องค์กรนั้นผลิต รวมทั้งสินค้าและบริการอื่นๆ ที่องค์กรต้องการ

Institute for Supply Management (2008: 1) ให้ความหมายว่า การจัดซื้อ หมายถึง หน้าที่หลักของการทำงานในองค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ และบริการต่างๆ ตามที่หน่วยงานในองค์กรร้องขอ

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของคำว่า การจัดซื้อ ได้ว่า การจัดซื้อ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า และ/หรือบริการต่างๆ ตามที่หน่วยงานภายในองค์กรต้องการ ถือเป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งในการจัดการองค์กร และส่งผลต่อผลประกอบการขององค์กร

1.2 หลักของการจัดซื้อ

โลกในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ราคาของสินค้าถูกกำหนดด้วยกลไกตลาดโดยอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) โลกยุคโลกาภิวัตน์ทำให้สิ่งต่างๆ มีความเกี่ยวข้อง และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน เช่น การมีอุทกภัย หรือแผ่นดินไหวที่ประเทศหนึ่งจะมีผลกระทบกับราคาสินค้าทั่วโลก หน้าที่ของนักจัดซื้อจึงมิได้หยุดอยู่ที่การจัดซื้อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ แต่นักจัดซื้อยังมีหน้าที่ในการศึกษาภาวะกลไกตลาด และผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นหากกลไกตลาดด้านหนึ่งด้านใดเปลี่ยนแปลงไป หรือถูกบิดเบือนไปด้วยเหตุใดก็ตาม สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการดำเนินการจัดซื้อทั้งด้านต้นทุน และการส่งสินค้าให้ทันกับความต้องการขององค์กร ดังนั้น นักจัดซื้อที่ดีควรรู้ถึงหลักของการจัดซื้อ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดซื้อตลอดเวลา โดยสมาคมบริหารการจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย (2550: 6 - 16) ได้กล่าวถึงหลักของการจัดซื้อไว้ว่า นักจัดซื้อมีหน้าที่ในการจัดซื้อสินค้าและบริการมาสู่องค์กร ในโลกของการแข่งขันที่ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ค้าจำเป็นต้องตอบสนองอย่างรวดเร็วตามไปด้วย นักจัดซื้อจึงมีหน้าที่เป็นตัวประสานและเชื่อมต่อความต้องการของลูกค้ากับสภาวะของตลาด ไม่เพียงแต่ต้องตอบสนองให้ทันต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปเท่านั้น แต่นักจัดซื้อ

จำเป็นต้องสื่อสารข้อมูลความเป็นไปในตลาด การซื้อสิ่งของ เทคโนโลยี วัตถุดิบ บริการ และอื่นๆ ให้กับฝ่ายอื่นๆ ในองค์กร เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน เช่น การนำเสนอทางเลือกทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับองค์กร การสื่อสารถึงปัจจัยผันแปรของต้นทุนตามสถานะตลาด เป็นต้น จากเหตุผลนี้เอง ทำให้หลายองค์กรหันมาให้ความสนใจและเอาใจใส่กับฝ่ายจัดซื้อมากขึ้น ปัจจุบันองค์กรชั้นนำทั้งในและต่างประเทศให้ความสำคัญกับฝ่ายจัดซื้อว่ามีบทบาทสำคัญในการสร้างศักยภาพการแข่งขัน ความอยู่รอด และการปรับตัวขององค์กรตามสถานะของการแข่งขันในตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยฝ่ายจัดซื้อนับเป็นหนึ่งในงานด้านกลยุทธ์ขององค์กร มิใช่เพียงแค่งานสนับสนุนอย่างที่เคยเป็นมา นักจัดซื้อจึงต้องปรับบทบาทหน้าที่ และการทำงานให้ทันกับสิ่งที่องค์กรคาดหวัง ทั้งนี้ หน้าที่ในการจัดซื้อ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดซื้อ ประกอบด้วย 6 ประการ หรือที่เรียกว่าหลักการจัดซื้อแบบ 6 Rs ได้แก่

1.2.1 Right Quality : ซื้อให้ได้คุณภาพตามต้องการ นักจัดซื้อมีหน้าที่ในการจัดหาสิ่งของหรือบุคลากรในองค์กรต้องการ โดยสิ่งที่จัดซื้อจะต้องมีคุณภาพตามที่ผู้ซื้อต้องการ ซึ่งในที่นี้หมายถึงข้อกำหนดคุณสมบัติ (Specifications) ที่ต้องการ

1.2.2 Right Quantity : ซื้อได้ตามจำนวนที่ต้องการ ในขณะเดียวกัน จำนวนความต้องการนั้นๆ ต้องเหมาะสมกับขนาดบรรจุของผู้ค้า และพอเหมาะกับการขนส่งอย่างประหยัด ในสถานะการขนส่งปัจจุบัน นักจัดซื้อควรคำนึงถึงปริมาณที่เต็มพอดีกับการขนส่งตามปริมาณที่รถขนส่งจะจัดส่งได้ ทั้งนี้ เพื่อให้การขนส่งแต่ละครั้งเกิดความคุ้มค่า โดยนักจัดซื้อควรสื่อสารข้อมูลเหล่านี้ให้กับผู้ซื้อ และผู้วางแผนในการสั่งซื้อทราบ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการใช้ให้เหมาะสมกับปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด

1.2.3 Right Time : จัดส่งสินค้าได้ในเวลาที่ต้องการ การส่งสินค้าช้ากว่าเวลาที่ต้องการ อาจส่งผลให้โครงการหรือการผลิตหยุดชะงัก หรือไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ซึ่งมีผลต่อการบริหารและวางแผนงานในส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งนี้ ปัจจัยที่นักจัดซื้อควรพิจารณาประกอบการตัดสินใจ ได้แก่

- 1) ผู้ค้ามีกำลังการผลิตเพียงพอหรือไม่
- 2) ผู้ค้ามีประวัติการส่งมอบที่นำเชื่อถือหรือไม่ ตกกลงแล้วทำได้ตามที่สัญญาไว้หรือไม่
- 3) ผู้ค้ามีส่วนประกอบหรือวัตถุดิบที่มีกำหนดระยะเวลาส่งมอบยาวนาน อยู่ในคลังสินค้าหรือไม่
- 4) ผู้ค้ามีระบบการวางแผนการผลิตที่ดีหรือไม่
- 5) ผู้ค้ามียุทธวิธีการสั่งซื้อที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพหรือไม่

1.2.4 Right Price : ซื้อสินค้าได้ในราคายุติธรรม นักจัดซื้อควรคำนึงถึงปัจจัยหลายอย่างที่มีผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร ไม่ใช่แต่เฉพาะราคาสินค้าเท่านั้น ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อต้นทุน รวมถึงต้นทุนการบริหารงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ ต้นทุนการปฏิบัติงานโดยใช้สิ่งที่ซื้อ ต้นทุนการกำจัดสิ่งที่ซื้อมาจากหมดอายุการใช้งาน นอกจากนี้ นักจัดซื้อควรทราบส่วนประกอบของราคาขายที่ผู้ค้าคำนึงถึงคือ ต้นทุนด้านวัตถุดิบ ต้นทุนด้านแรงงาน ต้นทุนด้านการบริหารงาน และผลกำไรที่ต้องการ ซึ่งผู้ค้ามีกลยุทธ์ในการตั้งราคาขายต่างกันไป โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการผลิต ความสำคัญต่อผู้ซื้อ และสถานะการแข่งขันระหว่างผู้ค้าในตลาด ซึ่งอาจจำแนกได้ ดังนี้

- 1) ค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยผู้ค้าจะพิจารณาจากต้นทุนในการผลิต (ด้านวัตถุดิบ แรงงาน และการบริหารงาน)
- 2) อัตราความไม่แน่นอนของต้นทุน ซึ่งหากค่าใช้จ่ายต่างๆ มีความไม่แน่นอนสูง ผู้ค้าจำเป็นต้องตั้งราคาขายไว้สูง เพื่อป้องกันตนเองจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงต้นทุน
- 3) สถานะการแข่งขันระหว่างผู้ค้าในตลาด
- 4) สถานะการตลาด เช่น ความต้องการสินค้าในตลาดมีมากเกินไปกำลังการผลิตของผู้ค้าทั้งหมดรวมกัน หรือในทางตรงกันข้าม กำลังการผลิตและสินค้าล้นตลาด ย่อมมีผลกระทบต่อราคาขาย

- 5) คุณค่าของสินค้าที่มีต่อผู้ซื้อ ในกรณีนี้ ผู้ค้าจะตั้งราคาสูงโดยทราบว่าสินค้ามีคุณค่าต่อผู้ซื้อ ไม่เพียงแต่คุณค่าด้านประโยชน์ แต่เป็นคุณค่าด้านจิตใจ เช่น สินค้าแบรนด์เนมต่างๆ

- 6) ความน่าสนใจของผู้ซื้อต่อผู้ค้า โดยอาจวัดได้จากปริมาณหรือมูลค่าการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ค้า ความสม่ำเสมอและตรงต่อเวลาในการชำระเงินของผู้ซื้อ ผู้ค้าอาจตั้งราคาขายต่ำ เพื่อเกิดความน่าสนใจสำหรับผู้ซื้อที่ผู้ค้าคิดว่ามีโอกาสที่ดีทางธุรกิจ ผู้ซื้อที่ชำระเงินตรงเวลา หรือผู้ซื้อบริษัทใหญ่ที่มีชื่อเสียง ซึ่งผู้ค้าสามารถใช้ชื่อบริษัทผู้ซื้อเป็นการอ้างอิงได้

- 7) กลยุทธ์การตั้งราคาของผู้ค้า โดยผู้ค้าอาจตั้งราคาต่างกันสำหรับลูกค้าที่ต่างกัน เช่น ผู้ค้าตั้งราคาเพื่อเก็บเกี่ยวผลกำไรให้ได้มากที่สุด ผู้ค้าตั้งราคาสูงในระยะแรกของการแนะนำสินค้าใหม่เพื่อนำราคามาทดแทนกับการลงทุนที่เสียไปในการวิจัยและพัฒนาสินค้า หรือผู้ค้าตั้งราคาต่ำเพื่อต้องการรักษาลูกค้าที่ซื้อขายอย่างสม่ำเสมอ หรือเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด เป็นต้น

1.2.5 Right Place : สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามสถานที่ที่ต้องการ โดยควรระบุสถานที่ในการจัดส่งในใบสั่งซื้ออย่างชัดเจน เพื่อป้องกันมิให้เกิดความผิดพลาด ซึ่งอาจมีผลต่อค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นตามมาภายหลัง

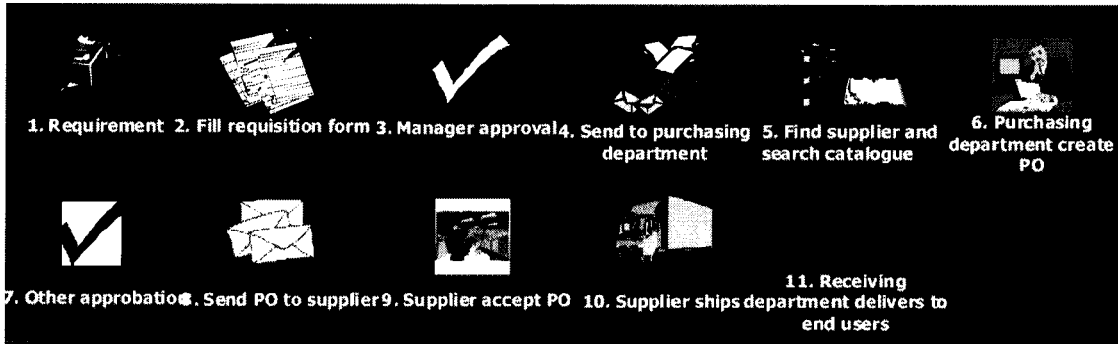
1.2.6 Right Source : **ซื้อมาจากแหล่งขายที่เชื่อถือได้** โดยควรตรวจสอบประวัติผู้ค้าเพื่อพิจารณาว่าแหล่งซื่อนั้นเป็นแหล่งที่น่าเชื่อถือ และมีกำลังความสามารถในการรับประกันคุณภาพของสินค้าตามที่โฆษณาเชิญชวน โดยสิ่งที่ควรตรวจสอบก่อนการสั่งซื้อคือ

- 1) สถานะทางกฎหมายของผู้ค้า เช่น การจดทะเบียนเป็นบริษัท ห้างหุ้นส่วน หรือร้านค้า
- 2) สถานะทางการเงินของผู้ค้า
- 3) ระยะเวลาการประกอบธุรกิจของผู้ค้า
- 4) ผู้ค้ามีสิทธิ ใบอนุญาตในการผลิต ใบอนุญาตนำเข้า ใบอนุญาตเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ
- 5) นักจัดซื้อเคยได้ยินข่าวเกี่ยวกับผู้ค้าในเรื่องการละเมิดกฎหมายบ้างหรือไม่
- 6) ความสามารถในการจัดส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดของผู้ค้า
- 7) ความสอดคล้องของขนาดองค์กรผู้ค้ากับผู้ซื้อ

1.3 วงจรของการจัดซื้อ

จากความหมาย และหลักของการจัดซื้อที่กล่าวข้างต้น จะเห็นว่าการจัดซื้อถือเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่องค์กรต้องการ ดังนั้น นักจัดซื้อต้องตระหนักว่า การประสานงานและความเข้าใจในขั้นตอนการทำงานระหว่างฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กร และระหว่างองค์กรกับผู้ค้า เป็นรากฐานสำคัญของความสำเร็จ โดยในทางปฏิบัติ นักจัดซื้อต้องสื่อสารความต้องการนอกเหนือจากสิ่งที่ซื้อ เช่น ด้านเอกสารการบัญชี การตรวจสอบ และตรวจรับสินค้า เป็นต้น เนื่องจากการจัดซื้อที่สมบูรณ์ตามที่ฝ่ายต่างๆ ขององค์กรต้องการอย่างครบถ้วนนั้น ไม่เพียงแต่ให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการตรงตามหลักการจัดซื้อที่เรียกกันว่า 6 Rs แต่เพียงอย่างเดียว แต่นักจัดซื้อควรคำนึงถึงระบบ และขั้นตอนการทำงานของฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การจัดซื้อเป็นไปอย่างราบรื่น และตรงตามความต้องการของทุกฝ่าย กล่าวคือ นักจัดซื้อต้องตระหนักถึงวงจรของการจัดซื้อในทุกกระบวนการ ทั้งนี้ ได้มีผู้อธิบายถึงวงจรของการจัดซื้อไว้ ดังนี้

บริษัท พันธวิชัย จำกัด (2548: 1-5) ได้กล่าวถึงวงจรของการจัดซื้อไว้ว่า วงจรของการจัดซื้อจะเริ่มตั้งแต่ User เขียนใบขอซื้อ (Purchase Requisition) ผ่านการอนุมัติจากหัวหน้าหน่วยงานตามสายการบังคับบัญชา จากนั้นใบขอซื้อจึงถูกส่งมายังแผนกจัดซื้อ ซึ่งหน่วยการจัดซื้อมีหน้าที่ในการหาผู้ค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม จากนั้นจึงจัดทำใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ผ่านการอนุมัติ จึงสามารถส่งต่อไปยังผู้ค้าได้ เมื่อผู้ค้าได้รับใบสั่งซื้อ จึงจัดสินค้าตามรายการและส่งถึงมือผู้ซื้อ และจากนั้นจึงเป็นเรื่องของการจ่ายเงิน ซึ่งเป็นขั้นตอนทางบัญชีเป็นลำดับสุดท้าย โดยสามารถแสดงวงจรของการจัดซื้อดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 วงจรของการจัดซื้อ

นอกจากนี้ สมาคมบริหารการจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย (2550: 16 – 26) ยังได้อธิบายถึงวงจรการจัดซื้อ ประกอบด้วย 16 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1.3.1 การระบุความต้องการ (Identification of Need) การจัดซื้อเริ่มต้นเมื่อทราบว่ามีความต้องการ โดยส่วนใหญ่ผู้ที่รู้ว่าจะมีความต้องการ และตัดสินใจว่าต้องมีการสั่งซื้อนั้น ต้องจัดเตรียมงบประมาณ ซึ่งผู้ที่จัดเตรียมงบประมาณ และการมีส่วนร่วมของฝ่ายจัดซื้อในการกำหนดงบประมาณในการสั่งซื้อของแต่ละองค์กรอาจแตกต่างกัน โดยเมื่อทราบว่ามีความต้องการสั่งซื้อ นักจัดซื้อควรแนะนำ และมีส่วนร่วมในขั้นตอนนี้เท่าที่ทำได้ การที่นักจัดซื้อมีส่วนร่วมตั้งแต่ทราบว่ามีความต้องการในการสั่งซื้อ มีผลดีในการร่วมวางโครงสร้างการสั่งซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากสิ่งที่จัดซื้อนั้นเป็นสิ่งที่ไม่เคยซื้อมาก่อน หากโครงสร้างของสิ่งที่ต้องการจัดซื้อนั้นชัดเจนและเหมาะสม การจัดซื้อจะทำได้อย่างกระชับและตรงตามความต้องการ

1.3.2 การกำหนดข้อกำหนดคุณสมบัติของสินค้าและบริการ (Defining the Specification) หลังจากที่ทราบว่ามีความต้องการแล้ว นักจัดซื้อต้องทราบว่า ข้อกำหนดคุณสมบัติของสิ่งที่จะซื้อนั้นมีอะไรบ้าง ทั้งนี้ การกำหนดคุณสมบัติของสิ่งที่ต้องการมีผลต่อการจัดซื้อ หากนักจัดซื้อไม่ทราบว่าสิ่งที่ต้องการคืออะไร สิ่งที่มาได้นั้นย่อมไม่ชัดเจนเช่นกันว่าตรงตามความต้องการหรือไม่

1.3.3 การกำหนดข้อตกลงในการซื้อ (Defining the Contractual Terms) นักจัดซื้อต้องกำหนดข้อตกลงต่างๆ ที่ต้องการจากผู้ค้าให้ชัดเจน เช่น ระยะเวลาในการส่งของ สถานที่จัดส่ง ปริมาณที่ต้องการในการส่งสินค้าแต่ละครั้ง เป็นต้น ข้อกำหนดเหล่านี้ จะระบุหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ซื้อและผู้ค้าที่ชัดเจน

1.3.4 การหาแหล่งขาย (Sourcing the Market) เพื่อขอราคาจากผู้ค้า และเปิดประมูล เพื่อสืบเสาะหาราคาที่ดีที่สุด หากนักจัดซื้อมีข้อมูลแหล่งขายที่หลากหลาย ก็จะสามารถขอราคาจากผู้ค้าหลายราย ทำให้มีทางเลือกมากขึ้น ส่งผลให้เกิดอำนาจในการต่อรองมากยิ่งขึ้น

1.3.5 การคัดกรองผู้ค้าเบื้องต้น (Supplier Appraisal) นักจัดซื้อควรคัดเลือกขั้นต้นว่าแหล่งขายแต่ละแหล่งที่ได้มานั้นน่าเชื่อถือหรือไม่ ทั้งนี้ การคัดเลือกผู้ค้าในขั้นตอนนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าหรือบริการที่ต้องการจัดซื้อ หากเป็นการเลือกซื้อบริการ เช่น การซ่อมบำรุงที่ต้องการความเอาใจใส่ดูแลรายละเอียด ซึ่งบุคลากรในองค์กรอาจไม่ชำนาญพอที่จะกำกับควบคุมได้ นักจัดซื้ออาจต้องการรายชื่อลูกค้าอ้างอิงรายอื่นเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ แต่หากเป็นการจัดซื้อสินค้าที่มีปริมาณและมูลค่าสูง หรือเครื่องจักรที่มีความสำคัญต่อการผลิต การคัดกรองผู้ค้าก็ควรพิจารณาจากความมั่นคง และความน่าเชื่อถือของผู้ค้า ด้วยการตรวจสอบความมั่นคงทางการเงิน เช่น จากงบการเงินของผู้ค้า เป็นต้น กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่นักจัดซื้อควรใช้ในการพิจารณาคัดกรองผู้ค้าเบื้องต้นมีดังต่อไปนี้

1) ความสามารถทางเทคนิค (Technical Ability) เช่น ผู้ค้ามีความสามารถทางเทคนิคที่จะผลิตสินค้าหรือส่งมอบสินค้าได้ทันความต้องการหรือไม่ มีแผนการวิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างไร ผู้ค้าสามารถช่วยองค์กรพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ได้หรือไม่

2) ความสามารถด้านการผลิต (Manufacturing Capability) การผลิตสินค้าต้องตรงตามข้อกำหนดอย่างต่อเนื่อง และมีของเสียเพียงเล็กน้อยเท่าที่จะทำได้ นั่นคือเครื่องมือเครื่องจักรของผู้ค้าต้องมีขีดความสามารถในการผลิต และรักษาคุณภาพได้ตามข้อกำหนดของผู้ซื้อ

3) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ค้าในระยะยาว ต้องมั่นใจได้ว่าธุรกิจของผู้ค้ามีความมั่นคงด้านการเงิน ซึ่งเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ค้าสามารถทำธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

4) การบริการหลังการขาย (After-sales Service) ผู้ค้าควรมีความพร้อมในการให้บริการหลังการขายสำหรับสินค้าบางชนิดที่ต้องการมีการเปลี่ยนอะไหล่ หรือการสนับสนุนทางเทคนิค โดยจัดเตรียมสินค้าคงคลังด้านอะไหล่ และทีมงานให้พร้อมบริการตลอดเวลา

5) สถานที่ตั้งของผู้ค้า (Supplier Location) ในบางครั้ง การตัดสินใจเลือกผู้ค้า อาจเนื่องมาจากสถานที่ตั้งของผู้ซื้อและผู้ค้าอยู่ใกล้กัน ซึ่งสามารถส่งมอบสินค้าได้รวดเร็ว หรือในกรณีที่ผู้ซื้อมีความต้องการเร่งด่วน

6) ราคา (Price) ผู้ค้าควรเสนอราคาที่แข่งขันได้ในตลาด ซึ่งอาจจะไม่ใช่ราคาที่ต่ำที่สุด ในสภาวะแวดล้อมของการทำธุรกิจสมัยใหม่ รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ค้าเป็นแบบพึ่งพา กล่าวคือ ธุรกิจของผู้ค้าขึ้นอยู่กับธุรกิจของผู้ซื้อ ขณะเดียวกัน ผู้ซื้อต้องมีความมั่นใจในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีการบริการสนับสนุนด้านเทคนิค และการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

1.3.6 การขอราคาและการประกวดราคา (Inviting Quotes / Tenders) หลังจากที่ผู้ค้าผ่านการพิจารณาเบื้องต้นแล้ว นักจัดซื้อสามารถส่งข้อมูลเพื่อขอราคาจากผู้ค้า โดยข้อมูลที่ส่งให้ ควรมีข้อมูลของสินค้า/บริการที่ต้องการ และข้อกำหนดต่างๆ ที่นักจัดซื้อต้องการจากผู้ค้า ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ค้าแต่ละรายได้เตรียมตัว และสามารถส่งใบเสนอราคาที่เป็นข้อมูลเดียวกัน ทั้งนี้ นักจัดซื้อควรมีเวลาให้ผู้ค้าเตรียมข้อมูล และพิจารณาข้อกำหนดสำหรับการจัดซื้อในด้านต่างๆ

1.3.7 การวิเคราะห์ข้อเสนอและการวิเคราะห์ใบประกวดราคา (Analyzing Quotes / Tenders) หลังจากที่ได้รับใบเสนอราคา หรือใบประกวดราคา นักจัดซื้อต้องวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกว่าข้อเสนอใดดีที่สุด ในอดีตการวิเคราะห์คัดเลือกข้อเสนอจากผู้ค้าส่วนใหญ่จะพิจารณาจากราคาขายเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันการพิจารณาข้อเสนอไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงราคา แต่จำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านอื่นๆ ว่าเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว ข้อเสนอใดเป็นสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับองค์กร ซึ่งนักจัดซื้อต้องคำนึงถึงต้นทุนความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ประกอบการวิเคราะห์ เช่น ราคาซื้อ ต้นทุนการบริหารงาน ต้นทุนการปฏิบัติงาน ต้นทุนการกำจัด เป็นต้น

1.3.8 การเจรจาต่อรอง (Negotiating Value For Money) หลังจากที่นักจัดซื้อวิเคราะห์ว่าข้อเสนอจากผู้ค้ารายใดดีที่สุดแล้ว การเจรจาต่อรองเป็นอีกหนึ่งในหน้าที่สำคัญของนักจัดซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดซื้อสิ่งที่มีความซับซ้อน นักจัดซื้อต้องมั่นใจว่าผู้ค้าเข้าใจว่าผู้ซื้อต้องการสิ่งใด ไม่ว่าจะเป็นข้อกำหนดด้านคุณภาพ การจัดส่ง การติดตั้ง การฝึกอบรมเพื่อใช้เครื่องมือ รวมทั้งการบริการหลังการขาย เป็นต้น

1.3.9 การตกลงสั่งซื้อตามสัญญา (Contract Award) หลังจากการเจรจาต่อรอง นักจัดซื้อยังต้องเตรียมเอกสารเพื่อออกคำสั่งซื้ออย่างเป็นทางการตามที่ได้ตกลงกัน ขั้นตอนนี้คือการจัดเตรียมเอกสารการสั่งซื้อ เช่น ใบสั่งซื้อ และเอกสารแนบใบสั่งซื้อต่างๆ ซึ่งอาจครอบคลุมถึงคุณสมบัติของสินค้า และเงื่อนไขข้อตกลงปลีกย่อยที่นักจัดซื้อและผู้ค้าได้ตกลงกัน

1.3.10 การบอกผู้ค้ารายอื่นที่ไม่ได้รับการสั่งซื้อ (Debriefing Suppliers) นักจัดซื้อควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลกับผู้ค้ารายอื่นที่ไม่ได้รับการสั่งซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ค้าที่ผ่านการคัดเลือกเบื้องต้นมาแล้ว ทั้งนี้ การให้ข้อมูลกับผู้ค้าที่ไม่ได้รับการสั่งซื้อเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ซื้อ และให้ผู้ค้าพัฒนาตนเองให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นในการขอราคาคราวต่อไป

1.3.11 การเก็บบันทึกขั้นตอน (Keep Records of the Process) ควรมีการเก็บบันทึกข้อมูลขั้นตอนการจัดซื้อตั้งแต่ต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ นักจัดซื้อ มีข้อมูล และสามารถสอบกลับความเป็นมาข้อมูลเหล่านี้ และมีประโยชน์สำหรับการจัดซื้อสินค้าชนิดเดียวกันในอนาคต

1.3.12 การติดตามการส่งสินค้า (Shipment Follow up) นักจัดซื้อต้องติดตามการส่งสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการขององค์กร ทั้งนี้ นักจัดซื้อควรพิจารณาถึงปัจจัยรอบด้านในการติดตามงาน โดยพิจารณาถึงระยะเวลาส่งมอบในการผลิตและขนส่งจากผู้ค้ามายังองค์กร

1.3.13 การส่งและการรับสินค้า (Deliver / Receipt) นักจัดซื้อควรตรวจรับจำนวนและคุณภาพของสินค้าตามที่สั่งซื้อ และบันทึกข้อมูลในการรับสินค้าเพื่อส่งต่อไปยังฝ่ายบัญชีเพื่อการชำระเงิน

1.3.14 การร้องเรียนและการเรียกร้องค่าเสียหาย (หากมีปัญหา) (Complaint / Claim) หากพบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามข้อตกลง นักจัดซื้อควรแจ้งปัญหาต่างๆ ที่พบให้ผู้ค้าทราบบ่อยครั้งหลังจากการสื่อสารดังกล่าว ผู้ค้ายินดีที่จะเปลี่ยนหรือชดเชยค่าตัดแปลงหรืออื่นๆ เพื่อให้สิ่งที่ซื้อขายเป็นไปตามข้อตกลง เรื่องของสัญญาซื้อขายมีความสำคัญมากในขั้นตอนนี้ เนื่องจากสิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ซื้อและผู้ค้าจะเป็นไปตามข้อกำหนดในสัญญาที่สมบูรณ์เท่านั้น

1.3.15 การชำระเงิน (Payment) สิ่งที่ผู้ค้าต้องการจากผู้ซื้อคือการชำระเงินที่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนดในเงื่อนไขที่ตกลง การชำระเงินที่ถูกต้องจะดึงดูดให้ผู้ค้าสนใจ และยินดีทำธุรกิจซื้อขายต่อไปในอนาคต ซึ่งอาจมีผลให้ผู้ค้ายินดีลดราคาในการเสนอราคาขายครั้งต่อไป หรืออาจมีผลทำให้การเจรจาต่อรองในอนาคตง่ายขึ้น

1.3.16 การทบทวนและประเมินผลงานของผู้ค้า (Vendor Rating / Performance Review) หลังจากที่ผู้ค้าได้ปฏิบัติตามหน้าที่ตามข้อกำหนดครบถ้วนแล้ว ทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักจัดซื้อทราบว่าการซื้อขายกับผู้ค้าที่ผ่านมามีอุปสรรคหรือข้อควรปรับปรุงอย่างไรบ้าง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีประโยชน์กับการตัดสินใจซื้อขายในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับการซื้อสินค้าที่มีความสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือการดำเนินงานขององค์กร โดยการประเมินผู้ค้านั้น สามารถประเมินได้ทั้งก่อนและหลังการตัดสินใจซื้อขาย โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์การประเมินผู้ค้า

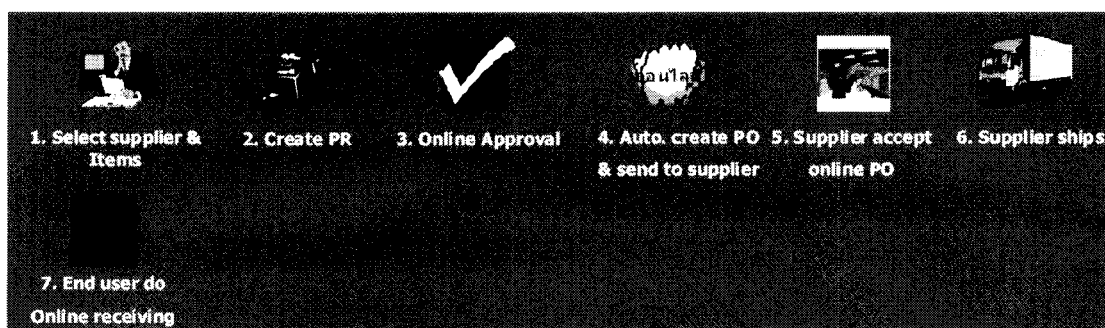
การประเมินก่อนการตัดสินใจซื้อขาย (วิเคราะห์ความเสี่ยง)	การประเมินหลังการซื้อขาย (วิเคราะห์ผลงาน)
1. ด้านเทคนิค	1. ด้านเวลา
2. ด้านการค้า	2. ด้านคุณภาพ
3. ด้านการเงิน	3. ด้านบริการ
4. ด้านปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ	4. ด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าวงจรของการจัดซื้อแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นขั้นตอนก่อนการจัดซื้อ เริ่มตั้งแต่มีผู้ร้องขอซื้อ โดยจัดทำเป็นใบขอซื้อ ผ่านการอนุมัติจากหัวหน้าหน่วยงานตามสายการบังคับบัญชา จากนั้นใบขอซื้อจึงถูกส่งมายังแผนกจัดซื้อ ส่วนที่สองเป็นขั้นตอนของการจัดซื้อ โดยหน่วยการจัดซื้อมีหน้าที่กำหนดคุณสมบัติของสินค้าและบริการ กำหนดข้อตกลงในการซื้อ การสรรหาผู้ค้า การคัดกรองผู้ค้าเบื้องต้น การขอราคา / ประกวครราคา การวิเคราะห์ข้อเสนอลและวิเคราะห์ใบประกวครราคา การเจรจาต่อรองราคาสินค้า และการตกลงสั่งซื้อตามสัญญา ส่วนสุดท้ายเป็นขั้นตอนภายหลังการจัดซื้อ ได้แก่ การแจ้งผู้ค้ารายอื่นที่ไม่ได้รับการสั่งซื้อ การบันทึกขั้นตอนการดำเนินงาน การติดตามการส่งและตรวจรับสินค้า การร้องเรียนและเรียกร้องค่าเสียหายกรณีเกิดปัญหาในการจัดซื้อ การชำระเงิน และการประเมินผลงานของผู้ค้า

1.4 วงจรการจัดซื้อด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

จากวงจรของการจัดซื้อที่กล่าวในหัวข้อที่ผ่านมา หากเป็นการจัดซื้อในอดีต กระบวนการทำงานแต่ละขั้นตอนส่วนใหญ่ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน และเป็นระบบที่สิ้นเปลืองกระดาษและเอกสารจำนวนมาก ปัจจุบันองค์กรส่วนใหญ่จึงได้นำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กันมากยิ่งขึ้น โดยบริษัท พันธวิษ จำกัด (2548: 17-22) ได้เปรียบเทียบระหว่างวงจรจัดซื้อแบบดั้งเดิมกับวงจรจัดซื้อด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า ในอดีตเมื่อกกล่าวถึงวงจรจัดซื้อขององค์กรต่างๆ จะเต็มไปด้วยขั้นตอนและเอกสารมากมาย ตั้งแต่ User เขียนใบขอซื้อ (Purchase Requisition) ซึ่งเป็นกระดาษ ผ่านการอนุมัติจากหัวหน้าหน่วยงานตามสายการบังคับบัญชา จากนั้นใบขอซื้อจึงถูกส่งมายังแผนกจัดซื้อ ซึ่งแผนกจัดซื้อมีหน้าที่ในการหาผู้ค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม จากนั้นจึงจัดสร้างใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ผ่านการอนุมัติ จึงสามารถส่งต่อไปยังผู้ค้า เมื่อผู้ค้าได้รับใบสั่งซื้อจึงจัดสินค้าตามรายการและส่งถึงมือผู้ขอซื้อ และจากนั้นจึงเป็นเรื่องของการจ่ายเงินเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วย่อมเป็นกระบวนการที่ใช้เวลาในการทำงาน และมีขั้นตอนต่างๆ ที่เป็นกระดาษค่อนข้างมาก กระบวนการสั่งซื้อที่ยาวนี้เอง ทำให้ผู้รับสินค้าใช้เวลานานในการรอรับสินค้า อันส่งผลถึงประสิทธิภาพ และต้นทุนในการทำงานที่เกิดจากการใช้กระดาษ พนักงาน และต้นทุนจากเวลาที่สูญเสียบไป อันถือเป็นค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองขององค์กรรวมทั้งหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แต่วงจรการจัดซื้อผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กลายเป็นแนวทางหลักที่จะช่วยลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจให้ต่ำสุดได้ นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ลดขั้นตอนการจัดซื้อได้มากกว่าทำให้สินค้ามีต้นทุนดำเนินธุรกิจต่ำกว่า จึงส่งผลให้การสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นกระแสที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อช่วยให้พนักงานที่ทำงานข้างนอกมีความยืดหยุ่น สามารถเข้าสู่ระบบ

องค์กร และสั่งซื้อสินค้าได้เอง หัวใจสำคัญของการใช้ระบบนี้ อยู่ที่การลดต้นทุนด้านการจัดซื้อ ด้านการดำเนินงานให้กับองค์กร และยังช่วยลดงานระดับปฏิบัติการของแผนกจัดซื้อลง รวมทั้งยัง ทำให้พนักงานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยนำข้อมูลด้านการจัดซื้อมาใช้วิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจ หาแหล่งจัดซื้อ (Sourcing) จากผู้ค้าที่ดีที่สุด สำหรับการเข้าสู่วงจรการจัดซื้อด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกกันว่าระบบ e-Procurement นั้น ต้องยึดหลักสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ 1) ให้อำนาจ (Empowerment) กับพนักงานมากขึ้น โดยพนักงานสามารถสั่งซื้อด้วยตัวเอง (Self Service Process) 2) ลดงานธุรการ และลดงานด้านเอกสาร (Paper Work) 3) ให้ผู้ค้าจัดการดูแล ลูกค้าของเขาเอง 4) สร้างจุดมุ่งมั่นใหม่ (re-Focus) การใช้กลยุทธ์การจัดซื้อที่เน้นหาแหล่งสินค้าที่ดีที่สุด 5) นำเสนอข้อมูลที่ได้จากระบบ e-Procurement ช่วยในการตัดสินใจ และใช้เวลาวิเคราะห์ ข้อมูล และทำงานกับผู้ค้ามากขึ้น และ 6) ทำระบบองค์กรให้พร้อมเชื่อมต่อแคตตาล็อกสินค้าใน e-Commerce หรือสามารถเชื่อมเข้าสู่ e-Marketplace ได้ โดยระบบ e-Procurement สามารถลด ขั้นตอนในการทำงานจากเดิมที่ยืดยาว เป็นการทำงานโดยใช้กลยุทธ์มากขึ้น โดยกระบวนการสั่งซื้อ สินค้าจะเริ่มจาก แผนกจัดซื้อเลือกผู้ค้าที่เหมาะสมในแต่ละสินค้านั้น ซึ่งส่วนใหญ่ผู้วางแผนระบบ จะนำ e-Procurement มาใช้กับสินค้าที่ไม่มีความสำคัญต่อสายการผลิตหลัก หรือที่เรียกว่า Indirect Material โดยเฉพาะสินค้าในสำนักงาน เช่น เครื่องเขียน กระดาษ หมึกพิมพ์ และอุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น เป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นสินค้าที่เหมาะสมในการใช้ระบบ มีคุณลักษณะของสินค้าที่ แน่นนอน สามารถยืนยันระบุได้ชัดเจน ง่ายต่อการสั่งซื้อและตรวจรับ ถัดมาเมื่อ User มีความต้องการ สั่งซื้อสินค้า จึงสร้างใบขอซื้อในระบบ ซึ่งใบขอซื้อนั้นจะผ่าน Electronics Work Flow ไปยังผู้อนุมัติ ตามสายการอนุมัติ จากนั้นจึงสร้างเป็นใบสั่งซื้อ หรือ Purchase Order และจัดส่งถึงผู้ค้าโดย อัตโนมัติ เมื่อผู้ค้าได้รับใบสั่งซื้อ จึงจัดส่งสินค้าตามจำนวน และเข้าสู่ขั้นตอนการจ่ายเงินซึ่งเป็น กระบวนการทางบัญชีต่อไป แสดงตามภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 วงจรการจัดซื้อด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

จะเห็นว่า ขั้นตอนการสั่งซื้อได้เปลี่ยนแปลงจากเดิม ตั้งแต่การคัดเลือกผู้ค้าที่จัดทำเป็นขั้นตอนแรก (Strategic Sourcing) ขั้นตอนการกรอกใบขอซื้อ การอนุมัติใบขอซื้อ จนกระทั่งถึงการออกไปสั่งซื้อ ซึ่งแต่ละกระบวนการมีต้นทุนในการติดต่อดำเนินงานตั้งแต่การโทรศัพท์ และโทรสารจะหายไป โดยขั้นตอนและวิธีการที่หายไปดังกล่าว จะส่งผลให้ต้นทุนลดลง และประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

1.5 การบริหารจัดการซื้อของหน่วยงานในภาครัฐ

สำหรับวิธีการจัดซื้อของหน่วยงานในภาครัฐนั้นมีพัฒนาการในด้านการจัดซื้อจากอดีตที่ใช้เพียงวิธีการจัดซื้อซึ่งเต็มไปด้วยเอกสารและมีหลายขั้นตอน กระทั่งถึงปัจจุบันที่มีการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ทำให้สามารถลดเอกสารและกระบวนการทำงานลงได้ ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐจะเรียกการจัดซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ว่า การจัดซื้อพัสดุ โดยอรรถพร ยวนทอง (2550) ได้อธิบายถึง การบริหารจัดการซื้อพัสดุของหน่วยงานในภาครัฐ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1.5.1 การศึกษาความต้องการใช้พัสดุ การกำหนดความต้องการ เพื่อหาปริมาณ และความต้องการใช้พัสดุในแต่ละช่วงเวลาที่ต้องการใช้ จะกำหนดเวลาทุก 1 ปีงบประมาณ การกำหนดความต้องการเป็นวิธีการประมาณการค่าใช้จ่าย เพื่อจัดทำค่าของงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ อันเป็นส่วนหนึ่งของการควบคุม และการบริหารสำนักงานโดยรวม

1.5.2 การจัดซื้อ ผู้ซื้อหรือเจ้าหน้าที่พัสดุจะต้องดำเนินการจัดซื้อ โดยการยึดหลักการจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพสูงสุดคือ ได้พัสดุตามเป้าหมาย โดยใช้ต้นทุนต่ำและประหยัดที่สุด ด้วยคุณสมบัติ จำนวน เวลา ราคา ที่ถูกต้อง และสมเหตุสมผล หน่วยงานหรือสำนักงานจึงให้ความสำคัญกับการจัดซื้อหรือจัดหาพัสดุ โดยกระบวนการจัดซื้อจะเป็นไปตามขอบเขตการจัดซื้อ กล่าวคือ ประกอบด้วยการวางแผน การจัดองค์กร การควบคุม การจัดระบบนำส่ง การรับ การตรวจรับพัสดุ และการรักษาความปลอดภัย รวมไปถึงการจัดเก็บรักษาพัสดुकคลังด้วย โดยการจัดซื้อของภาครัฐจะแบ่งออกเป็น 6 วิธี ซึ่งจะเลือกวิธีใดขึ้นอยู่กับความเหมาะสม เช่น ความเหมาะสมของงบประมาณ การให้อำนาจความรับผิดชอบ และการกำหนดกฎระเบียบปฏิบัติของแต่ละวิธี เป็นต้น วิธีการจัดซื้อแบ่งออกได้ ดังนี้

- 1) วิธีการตกลงราคา เป็นการซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่ง ไม่เกิน 100,000 บาท
- 2) วิธีสอบราคา เป็นการซื้อหรือการจ้าง ซึ่งมีราคา 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 2,000,000 บาท
- 3) วิธีประกวดราคา เป็นการซื้อหรือการจ้าง ครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกินกว่า 2,000,000 บาท

4) วิธีพิเศษ เป็นการซื้อหรือการจ้างซึ่งมีราคาเกินกว่า 100,000 บาท แต่ต้องเข้าเงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เป็นพัสดุที่ต้องการอย่างเร่งด่วน เป็นพัสดุเพื่อใช้ในราชการลับ หรือเป็นงานจ้างที่ต้องจ้างช่างผู้มีฝีมือโดยเฉพาะ เป็นต้น

5) วิธีกรณีพิเศษ เป็นการซื้อหรือการจ้างจากส่วนราชการ หน่วยงาน ตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น คือเป็นผู้ผลิตหรือทำงานจ้างนั่นเอง และมีกฎหมายหรือมติคณะรัฐมนตรีกำหนดให้ซื้อหรือจ้าง

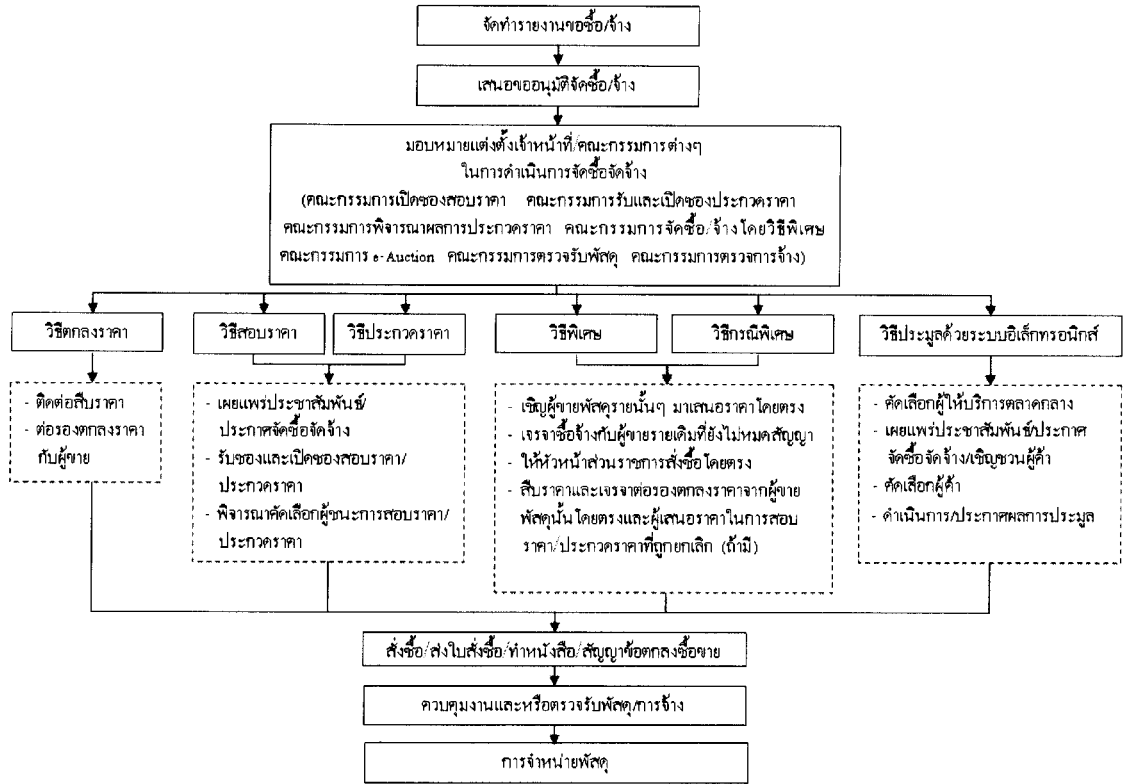
6) วิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2545 ให้บรรจุวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุวิธีที่ 6 สำหรับการซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาตั้งแต่ 2,000,000 บาทขึ้นไป เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ให้จัดหาด้วยวิธีอื่นได้ ทั้งนี้ ไม่รวมถึง การจ้างที่ปรึกษา การจ้างออกแบบและควบคุมงาน วิธีพิเศษ และวิธีกรณีพิเศษ

1.5.3 การนำไปใช้ คือการเบิกใช้พัสดุที่ได้ดำเนินการจัดซื้อ มาเพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนการจัดซื้อ โดยการเบิกใช้อาจจะมีการควบคุมการเบิกใช้พัสดุ โดยการใช้แบบฟอร์มในการเบิกใช้ เพื่อให้ระบบงานพัสดุเป็นไปอย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีระเบียบ และตรวจสอบได้

1.5.4 การควบคุมพัสดุ ในการควบคุมพัสดุในปัจจุบันนิยมเก็บบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยการใช้โปรแกรมควบคุมและรายงานผลแสดงความเคลื่อนไหวของการใช้พัสดุ ทำให้การบริหารการควบคุมพัสดุเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และถูกต้อง

1.5.5 การจำหน่ายพัสดุ การจำหน่ายพัสดุเป็นการตัดจำหน่ายพัสดุซึ่งเกิดจากการชำรุดหรือการเสื่อมสภาพการใช้งานและเสียหายตามกาลเวลา เพื่อหาพัสดุนำมาทดแทนพัสดุที่เสื่อมสภาพ

กล่าวโดยสรุป ขั้นตอนการบริหารการจัดซื้อของหน่วยงานในภาครัฐที่กล่าวข้างต้น แสดงดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การบริหารการจัดซื้อของหน่วยงานในภาครัฐ

การบริหารการจัดซื้อเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนอย่าง ถูกวิธี มีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจากการวางแผนจัดหาให้ได้มาซึ่งพัสดุที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการใช้งานอย่างแท้จริง ประหยัดงบประมาณ จากนั้นเข้าสู่กระบวนการควบคุม การเบิกจ่าย และการเก็บรักษาให้มีความปลอดภัยและคงรูปตามทะเบียน ตลอดจนการบำรุงรักษาให้พัสดุนั้นสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา และเมื่อเห็นว่าพัสดุใดชำรุด เสื่อมสภาพ หรือหมดความจำเป็นใช้ในราชการ หน่วยงานก็จะต้องดำเนินการจำหน่ายพัสดุนั้นด้วยวิธีที่เหมาะสม หน่วยงานไม่ควรมีพัสดุที่ชำรุด เสื่อมสภาพเหล่านั้นอยู่ในองค์กร เพราะนั่นหมายถึงการมีภาระเพิ่มขึ้นในเรื่องค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม ซึ่งอาจไม่คุ้มทุน และเกิดการสูญเสียงบประมาณที่ไม่จำเป็น การบริหารการจัดซื้อที่ดีจะทำให้ทราบว่าพัสดุที่คงอยู่นั้นสามารถควบคุมได้ รวมทั้งยังสามารถตั้งงบประมาณเพื่อจัดหาทดแทนได้ เป็นประโยชน์ในการบริหารงบประมาณ และยังช่วยเอื้อต่อการตรวจสอบพัสดุประจำปีของหน่วยงานอีกด้วย

1.6 ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงก่อนการจัดซื้อ

ก่อนที่จะมีการจัดซื้อสินค้า หรือบริการใดๆ นอกจากนักจัดซื้อจะต้องตระหนักในหลักของการจัดซื้อ 6Rs แล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ควรคำนึงถึงก่อนการจัดซื้อ อันจะช่วยให้ นักจัดซื้อสามารถพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองราคา และสามารถกำหนดรูปแบบการจัดซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัท พันชนวนิช จำกัด (2548: 1-5) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ควรคำนึงถึงก่อนการจัดซื้อไว้ ดังนี้

1.6.1 การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรม (Industry Structure Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงภาพรวม และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องอยู่ในสายโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมนั้นๆ รวมทั้งทำให้ทราบถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด โดยปัจจัยที่จะส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว นั้น จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อม และกำหนดกลยุทธ์ในการตั้งรับหรือรุกก่อนที่จะเกิดผลกระทบต่อองค์กรได้แก่ปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) สินค้าดังกล่าวมีโครงสร้างอุตสาหกรรมอย่างไร
- 2) อะไรคือสินค้าทดแทนที่มีอยู่
- 3) โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมมีโครงสร้างหรือแบบจำลองเป็นอย่างไร ประกอบด้วยองค์ประกอบอะไรบ้าง
- 4) แนวโน้มของอุตสาหกรรมดังกล่าวทั้งในปัจจุบันและอนาคต
- 5) อะไรคือปัจจัยที่จะทำให้แนวโน้มดังกล่าวเปลี่ยนไป

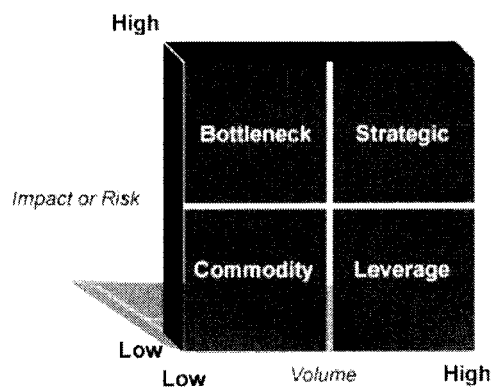
1.6.2 โครงสร้างการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ค้า ลักษณะการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ค้านั้นมีผลโดยตรงต่อความยินยอมในการเสนอราคาที่ดีกว่าของผู้ค้า กล่าวคือ อุตสาหกรรมใดที่มีการแข่งขันสูง ผู้ค้าย่อมมีแรงจูงใจที่จะเสนอราคาที่ต่ำกว่าเพื่อที่จะเอาชนะคู่แข่งของตน ในขณะที่อุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันต่ำหรืออุตสาหกรรมผูกขาด ผู้ค้าย่อมไม่มีแรงจูงใจที่จะลดราคาสินค้าของตนเพื่อที่จะขายของให้แก่ผู้ซื้อ ทั้งนี้ การพิจารณาสถานะแวดล้อมในการแข่งขันของผู้ค้าจะช่วยให้สามารถเลือกใช้เครื่องมือจัดซื้อที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ผู้ค้าอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงอย่างอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ก็สามารถใช้วิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ค้าเสนอราคาแข่งขัน ทำให้ได้ต้นทุนในการจัดซื้อที่ดีที่สุด เป็นต้น หรือในกรณีที่สินค้าหรือบริการมีผู้ค้าน้อยราย และแต่ละรายมีความสามารถในการแข่งขันที่ไม่เท่ากัน ก็อาจจะใช้วิธีการเสนอราคาโดยมีตัวแปรต่างๆ และการให้คะแนนคุณภาพเป็นเครื่องตัดสิน เป็นต้น

1.6.3 การวิเคราะห์และกำหนดเซกเมนต์ของผู้ค้า (Segmentation Analysis)

คุณสมบัติ และปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์และกำหนด Segment ของผู้ค้า ประกอบด้วย

- 1) ต้นทุนของสินค้า (Product Cost)
- 2) ระดับคุณภาพของสินค้า (Quality)
- 3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)
- 4) ขนาดองค์กรของลูกค้าที่ผู้ค้าให้บริการ (Customer Size)
- 5) มูลค่าการขาย (Sale Volume)
- 6) ระดับการให้บริการ (Service Offer)
- 7) วิวัฒนาการในการพัฒนาสินค้า (Research and Development)
- 8) แบรินด์ท้องถิ่นหรือสากล (Brand)
- 9) ภูมิประเทศหรือทำเลที่ตั้ง (สำนักงานใหญ่ สาขาย่อย หรือหน่วยให้บริการ)

การวิเคราะห์และกำหนด Segment ของผู้ค้า จะทำให้สามารถพิจารณาได้ว่าผู้ค้ารายใดมีศักยภาพและสามารถขายสินค้าให้กับองค์กรได้ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานที่เหมาะสมกับเงื่อนไขความต้องการที่องค์กรกำหนด เช่น การที่ผู้ซื้อต้องการสินค้าประเภทหนึ่ง การศึกษาต้นทุนของสินค้า ระดับคุณภาพ ระดับการให้บริการและทำเลที่ตั้ง ก็ช่วยให้สามารถแบ่งกลุ่มผู้ค้าออกเป็นแต่ละกลุ่มได้ รวมทั้งสามารถระบุได้ว่าผู้ค้าในกลุ่มใดน่าจะเป็นผู้ค้าที่สามารถรองรับความต้องการและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของคุณภาพสินค้าและราคาสินค้า การให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองตัวอย่างการแบ่ง Segment ของผู้ค้าหรือสินค้า

จากแบบจำลองตัวอย่างการแบ่ง Segment ของผู้ค้าหรือสินค้านั้น แบ่งมุมมองออกเป็น 2 มิติคือ มูลค่าของสินค้า และผลกระทบหรือความเสี่ยงในการขาดแคลนสินค้าต่อองค์กร ซึ่งจากมุมมองดังกล่าว สามารถแบ่ง Segment ของผู้ค้าหรือสินค้าออกเป็น 4 กลุ่ม ผู้ค้าที่อยู่ในแต่ละกลุ่มก็จะต้องใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันไปในการจัดซื้อ กล่าวคือ

- 1) Commodity : มูลค่าการซื้อขายต่ำ ความเสี่ยงต่ำ เช่น อุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น
- 2) Leverage : มูลค่าการซื้อขายสูง ความเสี่ยงต่ำ เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น
- 3) Bottleneck : มูลค่าการซื้อขายต่ำ ความเสี่ยงสูง เช่น สินค้าผูกขาด (Monopoly)
- 4) Strategic : มูลค่าการซื้อขายสูง ความเสี่ยงสูง เช่น วัตถุดิบในกระบวนการผลิต

เมื่อทราบถึง Segment ของผู้ค้าแล้ว สิ่งที่เป็นอีกตัวคือ การศึกษาถึงผู้ค้าแต่ละรายที่อยู่ใน Segment ที่ได้ศึกษาไว้ก่อนหน้านี้ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงขีดความสามารถและความมั่นคงทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถระบุได้ชัดเจนยิ่งขึ้นถึงผู้ค้าเป้าหมาย โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อองค์กร หากต้องมีการดำเนินธุรกิจร่วมกัน รวมถึงความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ในการต่อรองกับผู้ค้า การเลือกเครื่องมือต่างๆ ที่เหมาะสมที่จะใช้ในการเจรจาต่อรอง เช่น การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรต่อไป

1.6.4 การวิเคราะห์ผู้ค้า (Supplier Analysis) ภายหลังจากการแบ่ง Segment ของผู้ค้าแล้ว ควรทำการวิเคราะห์ผู้ค้าแต่ละราย โดยคุณสมบัติของผู้ค้าที่ควรทราบก่อนการตัดสินใจซื้อขายได้แก่

- 1) องค์กรประกอบทั่วไป และสินค้าหลัก (Company Profile)
- 2) ข้อเสนอหลักและข้อเสนอพิเศษ (Key Value Offerings)
- 3) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ (Business Strategy)
- 4) ปัจจัยเหนือคู่แข่ง (Competitive Advantage)
- 5) ความมั่นคงทางด้านธุรกิจ (Business Stability)
- 6) ความมั่นคงทางการเงิน (Financial Stability)
- 7) ประวัติด้านคุณภาพสินค้าและบริการ (Quality History)
- 8) ลูกค้าย้ำอิง ประสิทธิภาพ (Site Reference)
- 9) ความสามารถด้านการดำเนินงาน (Operation Capacity)
- 10) ความสามารถด้านการผลิต (Capacity)
- 11) ขนาดขององค์กร (Size of Business)
- 12) ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)

กล่าวโดยสรุป การจัดซื้อที่นับว่าเป็นงานที่มีความสำคัญกับองค์กรมาก ทั้งนี้การจัดซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยองค์กรลดต้นทุนในการบริหารงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การกำหนดทิศทางการจัดซื้อที่ดี ควรที่จะคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้สามารถวางแผนทางเลือกในการจัดซื้อและเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ได้ดียิ่งขึ้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ความหมาย ประโยชน์ รูปแบบของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาก่อนทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การเตรียมความพร้อมสำหรับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ และบทบาทของผู้เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ดังนี้

2.1 ความหมายของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ได้มีผู้ให้นิยามของคำว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมา ดังนี้

กรมบัญชีกลาง (2549: 1) ให้ความหมายว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การแข่งขันเสนอราคาด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภายในระยะเวลาที่กำหนด มี 2 วิธี ได้แก่ ประมูลแบบเปิดราคา (Reverse Auction) เป็นการประมูลแข่งขันเสนอราคาต่ำสุด โดยแสดงตัวเลขที่มีการเสนอราคาแต่ไม่แสดงว่าผู้ใดเป็นผู้เสนอราคา และประมูลแบบปิดราคา (Sealed Bid Auction) เป็นการประมูลแข่งขันเสนอราคาต่ำสุด โดยแสดงชื่อผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่ไม่แสดงตัวเลขที่มีการเสนอราคา

กระทรวงศึกษาธิการ (2550: 1) ให้ความหมายว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การจัดหาพัสดุ ซึ่งเกิดจากการรวมความต้องการจัดซื้อพัสดุในปริมาณมาก (Demand Aggregation) ทำให้คำสั่งซื้อที่มีมูลค่าสูงจนสามารถจัดการประมูลได้ ราคาของสินค้าที่ทำการประมูลประเภทนี้จะเกิดจากการเสนอราคาแข่งขันของผู้ค้าในแต่ละครั้งด้วยการประมูลผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในการทำการประมูลนี้ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะต้องเป็นผู้จัดการประมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการประมูลและให้คำแนะนำในการจัดซื้อ

ไทยแลนด์ อี้ออกชั่น (2550: 19) ให้ความหมายว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การแสดงผลและประวัติการเสนอราคาอย่างเป็นปัจจุบันที่สุด (Real Time) ให้ความเป็นเสรี และเสริมพลวัตในเวทีการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและแข่งขันราคา ถือเป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่สามารถนำไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกิจกรรมจัดซื้อ และการขายทอดตลาดสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี

บริษัท พันธวิซ จำกัด (2550: 101) ให้ความหมายว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ค้าสามารถตกลงราคาสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันราคากันอย่างอิสระ ไม่เพียงแต่ขั้นตอนที่โปร่งใสดูตรวจสอบได้ อีกทั้งยังใช้งานง่าย ประหยัดเวลาและทรัพยากรของทั้งผู้ซื้อและผู้ค้า โดยการประมูลเป็นการเสนอราคาแบบประมูลซื้อหรือประมูลขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เป็นการเสนอราคาแบบ Real time เป็นวิธีการประยุกต์จากวิธีการประมูลแบบยื่นซองราคา และเป็นการเสนอราคาได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่

Office of Government Commerce (2006) ให้ความหมายว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การประมูลออนไลน์ ซึ่งผู้เสนอราคาจะเสนอราคาสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเสนอราคาตามคุณลักษณะสินค้าที่ผู้ซื้อกำหนด การสื่อสารทั้งหมดที่จะตามมา รวมทั้งการเชิญชวนผู้เข้าร่วมประมูลที่ผ่านคุณสมบัติเบื้องต้น เพื่อยื่นเสนอราคา และ/หรือมูลค่าใหม่ต้องเป็นไปตามลักษณะของอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ องค์ประกอบเรื่องราคา และคุณภาพของสินค้าหรือบริการ สามารถนำมาเป็นค่าที่เหมาะสมค่าหนึ่งในสูตรที่จะนำมาคำนวณในขั้นตอนการประมูลได้ ส่วนองค์ประกอบด้านคุณภาพอื่นๆ จะต้องนำมาประเมินก่อนขั้นตอนการประมูล

Datacom Buchverlag Co., Ltd. (2008) ให้ความหมายว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การยื่นเสนอราคาผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่นำมาใช้ในธุรกิจ ผู้เข้าร่วมประมูลสามารถเสนอราคาสำหรับสินค้าที่มีการประมูลได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจะเหมือนกับการเสนอราคาแบบปกติที่ผู้เสนอราคาที่ดีที่สุดจะเป็นผู้ชนะการประมูล

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การเสนอราคาแบบประมูลซื้อหรือประมูลขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ค้าสามารถตกลงราคาสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการจัดซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ค้าสามารถแข่งขันราคากันอย่างอิสระ ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้เกิดการประหยัดเวลา และทรัพยากรของทั้งผู้ซื้อและผู้ค้า

2.2 ประโยชน์ของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ได้มีผู้กล่าวถึงประโยชน์ของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมา ดังนี้

บริษัท พันธวิซ จำกัด (2549: 101-104) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นวิธีการที่ก่อให้เกิดส่วนประหยัด และความรวดเร็วในการจัดซื้อ ก่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาระหว่างผู้เข้าร่วมเสนอราคา ซึ่งการแข่งขันทางด้านราคาดังกล่าว เป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะของราคาที่มีการเคลื่อนไหวอย่างอิสระ กล่าวคือ ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถเสนอราคาได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง ทั้งนี้ ประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับจากการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์คือ

1) ได้จัดซื้อสินค้าหรือบริการในราคาที่สะท้อนสภาวะราคาในขณะนั้น ได้ดีที่สุด โดยไม่จำเป็นต้องเจรจาต่อรองเพิ่มเติม

2) มีขั้นตอนที่เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดซื้อและตรวจสอบได้ตรงตามหลักบรรษัทภิบาล (Good Governance)

3) ได้รู้จักผู้ค้ารายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากการแนะนำผู้ค้าของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นผู้จัดการประมูลในงานนั้นๆ

4) ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการต่อรองราคา
ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่ผู้ซื้อเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์จากการจัดซื้อด้วยระบบนี้ แต่ผู้ค้าเองก็จะได้รับประโยชน์จากการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างมากด้วยเช่นกันคือ

1) สร้างโอกาสและการทำงานใหม่ๆ ให้กับผู้ค้า
2) การลดต้นทุนในการดำเนินงาน เนื่องจากการเสนอราคาผ่านระบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถกระทำการเชื่อมโยงโดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงไม่มีความจำเป็นใดๆ ที่ผู้ค้าจะต้องเดินทางไปยังหน่วยงานที่จัดซื้อเพื่อทำการเสนอราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นการประมูลที่ผู้ค้าอยู่ในต่างประเทศแล้ว การประมูลในลักษณะนี้จะช่วยลดต้นทุนการดำเนินการดังกล่าวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น และในอนาคตมีความเป็นไปได้สูงว่า ทุกขั้นตอนจะเป็นการส่งข้อมูลต่างๆ ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด เพียงแค่ใช้การเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตเท่านั้น นอกจากนี้ สิ่งที่ได้เห็นได้ชัดจนอีกประการหนึ่งคือ การประหยัดเวลา (Save Time) และช่วยสนับสนุนให้ผู้ค้าสามารถวางแผนการดำเนินงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารการผลิต ตลอดจนการวางกลยุทธ์ของการบริหาร และการคาดการณ์แนวโน้มของวัตถุดิบในวงจรการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการวางแผนงานดังกล่าวจะช่วยลดการดำเนินงานที่ไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงานและขจัดขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ออกไป

3) มูลค่าการจัดซื้อที่มุ่งใจ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ในขั้นตอนแรกของการจัดซื้อผ่านการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะเป็นการวางแผนงาน (Planning) ซึ่งประเด็นสำคัญคือ การรวบรวมปริมาณการสั่งซื้อสินค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่เข้าร่วมการประมูล ดังนั้น มูลค่าการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จึงมักจะมีมูลค่าสูงกว่าการจัดซื้อแบบเดิม สร้างผลดีแก่ผู้ค้าเองในแง่ของการได้รับปริมาณขายที่สูง และทราบตารางการจัดซื้อที่แน่นอน สามารถวางแผนการผลิต การจัดส่ง รวมถึงการบริหารต้นทุนสินค้าคงคลัง ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของการเสนอราคาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการประมูลแบบเดิมจะมีการเสนอราคาเพียงครั้งเดียว หรือน้อยครั้ง และมีจำนวนจำกัด ทำให้บางครั้งผู้ค้าที่ยังสามารถสู้ราคาได้ ไม่สามารถที่จะเสนอราคาของตนเองต้องการได้ การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นระบบที่จะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว รวมทั้งยังเปิด

โอกาสให้กับผู้เข้าร่วมการประชุมทุกรายมีเวลามากพอที่จะสามารถปรับกลยุทธ์ราคาขาย ณ เวลานั้น และสร้างความยืดหยุ่นต่อการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการเสนอราคาโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของสถานที่และจำนวนครั้งของการเสนอราคาแต่อย่างใด นอกจากนี้ การประชุมซึ่งทำผ่านอินเทอร์เน็ตยังเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้มีอำนาจตัดสินใจราคาได้มากที่สุดอีกด้วย

5) สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และเป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือตลอดจนการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในระดับสากล โดยผู้ที่เคยสัมผัสกับระบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะเห็นได้ชัดเจนมากขึ้นว่าระบบดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ค้าสามารถทราบถึงสถานะการแข่งขันในตลาดของสินค้าและบริการนั้นอย่างแท้จริง เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับการแข่งขันมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเสนอราคาผ่านการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นหนึ่งในกระบวนการของการดำเนินงานผ่านระบบสารสนเทศในยุคปัจจุบัน กล่าวคือ ผู้ค้าแต่ละรายควรมีความพร้อมในการเรียนรู้ต่อเทคโนโลยีที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ แม้ว่าจะเป็นเพียงการเริ่มต้น แต่ก็แสดงถึงการเปิดใจยอมรับต่อการพัฒนาความรู้และทักษะ ตลอดจนเป็นหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพและเป็นการเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานะการเปิดเสรีทางการค้าที่ทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก อีกทั้งยังเป็นการแสดงถึงวิสัยทัศน์ที่ดีขององค์กร ได้อีกทางหนึ่งด้วย

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (2548: 1) กล่าวถึงประโยชน์ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้เกิดความรวดเร็วในการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพ ลดงานเอกสาร ช่วยให้การสื่อสารชัดเจนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อให้ดีขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้นักจัดซื้อมีเวลาสำหรับการวางแผน ปรับปรุงกลยุทธ์ วิจัยและพัฒนารูปแบบการจัดซื้อได้มากยิ่งขึ้น อันจะช่วยให้องค์กรเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

กระทรวงศึกษาธิการ (2550: 12) ได้กล่าวถึงประโยชน์ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า มีประโยชน์ทั้งต่อผู้ซื้อและผู้ค้า ในด้านของผู้ซื้อได้รับประโยชน์เพราะสามารถจัดซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วกว่าวิธีการจัดซื้อแบบเดิม การจัดซื้อมีความโปร่งใสและตรวจสอบรายละเอียดได้ คู่ค้ารู้รายละเอียดการเสนอขอเสนอของผู้อื่น ได้ตลอดเวลา สามารถเชิญชวนให้ผู้ค้ารายใหม่ๆ เข้าร่วมเสนอราคาและข้อเสนอได้ และที่สำคัญคือ สามารถเลือกจัดหาสินค้าและบริการได้ในราคาที่ต่ำสุด ส่วนประโยชน์ของผู้ค้าคือ เป็นช่องทางจำหน่ายแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ผู้ค้าสามารถเข้าร่วมประมูลได้จากที่ใดก็ได้ไม่ต้องเดินทางไปยังหน่วยงาน สามารถเปลี่ยนแปลงราคาที่เสนอได้ทันทีที่เห็นว่าราคาของตนสูงกว่าของผู้อื่น ทำให้มีโอกาสขายมากขึ้นกว่าการเสนอราคาในแบบปิดผนึกของราคาแบบก่อน ที่สำคัญก็คือการประมูลมีความโปร่งใส ไม่ต้องข้องใจว่าเกิดความทุจริตในการจัดซื้อ และไม่ต้องร้องเรียนให้หน่วยงานต้องเสียเวลาตรวจสอบ

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเอกสารและข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปประโยชน์ของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้เป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นประโยชน์ของผู้ซื้อ ได้แก่ ช่วยให้การจัดซื้อมีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบรายละเอียดได้ ผู้ซื้อได้รับสินค้าหรือบริการในราคาที่สะท้อนสภาวะราคาในขณะนั้น รวมทั้งยังทำให้ผู้ซื้อได้รู้จักกับผู้ค้ารายใหม่ๆ และช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการต่อรองราคากับผู้ค้าอีกด้วย ส่วนอีกด้านเป็นประโยชน์ของผู้ค้า ได้แก่ ถือเป็น การสร้างโอกาสและการทำตลาดใหม่ๆ ให้กับผู้ค้า ลดต้นทุนในการดำเนินงาน มูลค่าการจัดซื้อที่สูงใจ ผู้ค้าสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของการเสนอราคาได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรทางหนึ่งด้วย

2.3 รูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ทั้งนี้ เพื่อรองรับความต้องการของผู้ซื้อและผู้ค้า และความเหมาะสมของสินค้าและบริการแต่ละประเภท โดยบริษัท พันธวิช จำกัด (2549: 108-111) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่นิยมกระทำกันในปัจจุบัน ดังนี้

2.3.1 การประมูลแบบ English Auction หรือการประมูลแบบไป่ราคาซึ่งทำได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ การประมูลไป่ราคาลง (Reverse Auction) หมายถึง ผู้ที่เสนอราคาประมูลต่ำที่สุดจะเป็นผู้ชนะการประมูล และการประมูลไป่ราคาขึ้น (Forward Auction) หมายถึง ผู้ที่เสนอราคาประมูลสูงที่สุดจะเป็นผู้ชนะการประมูล โดยการประมูลแบบ English Auction ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถเสนอราคาได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยสามารถเห็นราคาสุดท้ายของผู้ประมูลรายอื่น แต่จะไม่ทราบว่า เป็นของผู้เข้าร่วมการประมูลรายใด ทั้งนี้ ระบบจะแสดงเครื่องหมายรูป “ค้อน” ที่หน้าจอของผู้ประมูลที่มีราคานำอยู่ ลักษณะของการประมูลแบบ English Auction มีดังต่อไปนี้

- 1) งานประมูลที่ผู้ซื้อสามารถกำหนดคุณลักษณะหรือรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ ได้อย่างชัดเจน และอยู่ในระดับมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งราคาจะเป็นค่าตัวแปรเดียวที่ใช้ในการตัดสินผู้ชนะการประมูล
- 2) สินค้าหรือบริการที่อยู่ในภาวะการแข่งขันของตลาด กล่าวคือ มีผู้เข้าร่วมการประมูลหลายราย
- 3) งานประมูลที่ต้องการผู้ชนะเพียงรายเดียว
- 4) สามารถเปิดเผยราคาที่ประมูลอยู่ได้ แต่จะไม่ทราบว่าราคาที่ปรากฏอยู่นั้นเป็นของผู้ประมูลรายใด

2.3.2 การประมูลแบบ Sealed Auction เป็นรูปแบบการประมูลที่ไม่แสดงราคา และข้อมูลใดๆ ของผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น โดยระบบจะแสดงเครื่องหมายรูป “ค้อน” บนหน้าจอของผู้ประมูลที่เสนอราคาดีที่สุด ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถเสนอราคาได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง ทั้งนี้ ผู้ประมูลจะต้องเสนอราคาที่ดีกว่าราคาเดิมของตนเอง ในกรณีที่มีการเสนอราคาประมูลเท่ากัน ผู้ประมูลที่เสนอราคาเข้าสู่ระบบก่อนจะมีเครื่องหมายรูปค้อนปรากฏที่หน้าจอของตน ลักษณะของการประมูลแบบ Sealed Auction มีดังต่อไปนี้

- 1) งานประมูลที่ไม่ต้องการเปิดเผยราคาต่ำสุด / สูงสุด (Leading Bid)
- 2) ไม่ต้องการเปิดเผยจำนวนผู้เสนอราคาที่เข้าร่วมการประมูล
- 3) สินค้าหรือบริการที่จะดำเนินการประมูลอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน
- 4) งานประมูลที่ต้องการผู้ชนะเพียงรายเดียว
- 5) งานที่มีผู้เข้าร่วมการประมูลน้อยราย

2.3.3 การประมูลแบบ Multi Variable Bidding จากรูปแบบการประมูล English Auction และ Sealed Auction จะใช้ราคาเป็นค่าปัจจัยเดียวที่ใช้ในการตัดสินผู้ชนะการประมูล แต่หากผู้ซื้อต้องการคัดเลือกผู้ชนะการประมูลจากการพิจารณามากกว่า 1 ปัจจัย สามารถนำรูปแบบการประมูลแบบ Multi Variable Bidding หรือเรียกสั้นๆ ว่า MVB มาใช้ได้ โดยการประมูลแบบ MVB เป็นการนำหลักการของ Price Per Performance (PPP) มาประยุกต์ใช้กับการประมูล เช่น หากผู้ซื้อต้องการพิจารณาคุณภาพสินค้ารวมกับราคา ตัวแปรที่เสนอเข้าสู่ระบบจะประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่

A หมายถึง ราคาสินค้าหรือบริการ (Price) ซึ่งสามารถเสนอได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง

B หมายถึง คะแนนคุณภาพสินค้า (Performance Score) ที่พิจารณาจากหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดขึ้น ซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ระบบจะทำการคำนวณค่า PPP ออกมาให้อัตโนมัติ ผลที่ได้คือผู้ซื้อจะได้รับสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั่นเอง

2.3.4 การประมูลแบบ Yankee Auction บ่อยครั้งที่ผู้ซื้อที่มีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าชนิดเดียวจากผู้ค้าหลายราย เช่น เพื่อป้องกันความเสี่ยงในการขาดแคลนสินค้ากรณีผู้ค้ารายใดรายหนึ่งหยุดผลิตสินค้าไป หรือกรณีที่ต้องการซื้อสินค้าจำนวนมากโดยไม่มีผู้ค้ารายใดสามารถตอบสนองได้ทั้งหมด หรืออาจจะเพียงเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่องกับผู้ค้าหลายราย ด้วยความจำเป็นเหล่านี้ สามารถเลือกใช้การประมูลแบบ Yankee Auction ซึ่งเป็นการประมูลได้ราคาแบบกำหนดปริมาณที่สามารถทำให้บรรลุความต้องการข้างต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประมูลได้ราคาแบบ Yankee Auction เป็นรูปแบบที่ให้ผู้เข้าร่วมการประมูล สามารถเสนอทั้งราคาและปริมาณสินค้าได้ตามที่ต้องการได้ในเวลาเดียวกัน การประมูลแบบนี้ แตกต่างจากการประมูลได้ราคาแบบ English Auction ตรงที่ Yankee Auction จะยอมให้ผู้ประมูลสามารถเสนอราคาซ้ำกับผู้ประมูลรายอื่นได้ แต่เมื่อมีผู้ประมูลอีกรายใส่ราคาที่ดีกว่าเข้ามาในระบบจนครบจำนวนรวมตามที่ผู้

ซื้อกำหนดไว้แล้ว การตัดสินใจผู้ชนะการประมูล จะเริ่มจากผู้ให้ราคาที่ดีที่สุด แล้วไล่ลงมาถึงผู้เสนอราคาเป็นลำดับรองลงมา จนกระทั่งได้ปริมาณครบตามที่กำหนด จะเห็นได้ว่า การประมูลวิธีนี้ยอมให้ผู้ประมูลสามารถเสนอราคาได้หลายครั้งเช่นเดียวกับการประมูลประเภทอื่นๆ ดังนั้น ด้วยการเลือกใช้การประมูลรูปแบบนี้ ทำให้ผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าจากผู้ค้าหลายรายได้ ในขณะที่ยังคงได้รับประโยชน์จากภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นจากการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

2.4 ปัจจัยที่ควรพิจารณาก่อนทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

คงต้องยอมรับว่าสินค้าและบริการบางชนิดไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้กับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น สินค้าที่กำหนดคุณลักษณะ (Specification) เฉพาะเจาะจงจนไม่สามารถหาผู้ค้าได้ตรงกับสินค้าหรือบริการที่ต้องการ หรือหากหาได้ ก็มีเพียงไม่กี่รายเท่านั้น ทำให้ไม่เกิดการแข่งขันขึ้นอย่างแท้จริง ดังนั้น ก่อนที่จะนำระบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับสินค้าหรือบริการใด ก็ควรพิจารณาถึงปัจจัยที่สำคัญซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีผู้อธิบายถึงปัจจัยที่ควรพิจารณาก่อนทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมา ดังนี้

บริษัท พันธวิช จำกัด (2549: 105-106) ได้กล่าวถึง ปัจจัยสำคัญที่ควรพิจารณาก่อนทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

- 1) ผู้ซื้อต้องระบุรายละเอียดและคุณสมบัติของสินค้า/บริการอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะ เป็นวันที่จัดส่ง สถานที่จัดส่ง ลักษณะ หรือรูปแบบของสินค้าหรือบริการที่ต้องการ รวมถึงคุณภาพของสินค้าและบริการนั้นๆ การส่งผ่านข้อมูลเหล่านี้ไปยังผู้เข้าร่วมการประมูลจะต้องเป็นไปอย่างชัดเจนและครบถ้วน ขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เนื่องจากผู้ซื้อและผู้เข้าร่วมการประมูลทุกราย จะต้องมีความเข้าใจที่ตรงกันในรายละเอียดดังกล่าว เพื่อเป็นการป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นภายหลังในกรณีที่การส่งมอบสินค้าหรือบริการไม่เป็นไปตามรายละเอียดและข้อกำหนดที่ได้มีการตกลงไว้กับผู้ซื้อ
- 2) ผู้ซื้อและผู้เสนอราคาต้องทราบถึงประโยชน์ที่แต่ละฝ่ายจะได้รับ กล่าวคือ ผู้ซื้อ จะได้รับราคาตลาดที่ดีที่สุดจากผู้เสนอราคา และผู้เสนอราคาได้รับความเป็นธรรมในการเสนอราคา เนื่องจากการแข่งขันเกิดขึ้นบนรากฐานของความโปร่งใส
- 3) ไม่ใช่สินค้าผูกขาด (Monopoly Goods) สินค้าหรือบริการนั้นจะต้องอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขัน กล่าวคือ ต้องมีการแข่งขันทางด้านการผลิตสินค้าหรือบริการดังกล่าวออกสู่ตลาดโดยผู้ประกอบการจากภาคอุตสาหกรรมนั้นๆ อย่างน้อย 3 ถึง 4 บริษัท การผูกขาดการผลิตสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการเพียงรายเดียว ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆ จากการประมูล ดังนั้น ในสถานะที่แวดล้อมไปด้วยการแข่งขันจะส่งผลให้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ

4) สินค้าหรือบริการควรมีส่วนต่างระหว่างต้นทุนกับกำไรมากพอ (Profit Margin) ในการที่จะใช้แข่งขันเสนอราคา ในทางกลับกันสินค้าหรือบริการที่มีส่วนต่างระหว่างต้นทุนกับกำไรต่ำ อาจไม่เหมาะสมกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากไม่สามารถสร้างส่วนประหยัดจากการประมูลได้มากนัก

5) สินค้าหรือบริการควรมีมูลค่าสูง และมีจำนวนหรือปริมาณมาก (High Value and Quantity) จึงจะเหมาะกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งนอกจากจะเป็นปัจจัยที่ผู้เข้าร่วมการประมูลให้ความสนใจอย่างสูงแล้ว ยังเป็นการก่อให้เกิดส่วนประหยัดที่เพิ่มมากขึ้น (Economies of Scale) เนื่องจากการเสนอซื้อขายสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูง และมีจำนวนหรือปริมาณมากนั้น ทำให้ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถพิจารณาเสนอส่วนลดในสัดส่วนที่สูงขึ้นได้

กรมราชทัณฑ์ (2550) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญที่ควรพิจารณาก่อนทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า สินค้า/บริการจะต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันอย่างอิสระ เป็นสินค้า/บริการที่มีส่วนต่างของกำไรพอสมควร (Profit Margin) มีปริมาณและมูลค่าสูงพอที่จะทำให้เกิดค่าประหยัด (Economies of Scales) ขณะเดียวกันก็ควรมีผู้เข้าร่วมประมูลหลายราย ผู้เข้าร่วมประมูลแต่ละรายมีขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ ผู้ซื้อต้องระบุรายละเอียดของสินค้า/บริการที่ต้องการอย่างชัดเจนเพื่อใช้ปัจจัยราคาในการตัดสินใจได้สะดวก

ศิริศักดิ์ จามรมาน (2550) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญที่ควรพิจารณาก่อนทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า ควรระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้า / บริการที่ต้องการให้ชัดเจน เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเต็มที่ (อย่าใช้วิธีกำจัดผู้เข้าประมูลจนเหลือ 2 หรือ 3 ราย) เปิดให้มีผู้เข้าประมูลได้จากทั่วโลก มีการกำหนดแนวทางการดำเนินการอย่างชัดเจน รวมทั้งควรกำหนดตัวบุคคลผู้รับผิดชอบงานต่างๆ ของฝ่ายผู้จัดซื้อให้ชัดเจนและเพียงพอ โดยการประมูลอาจจะประกาศราคาสูงสุดไว้ว่า ถ้าไม่ต่ำกว่าเท่าใดจะไม่ซื้อ นอกจากนี้ ควรมีการจัดฝึกอบรมผู้เข้าประมูลให้รู้จักวิธีใช้ระบบในการประมูล มีการทดสอบซอฟต์แวร์และระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประมูลให้มั่นใจและควรมีระบบสำรอง เพื่อเหตุฉุกเฉิน

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป ปัจจัยที่ควรพิจารณาก่อนทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ออกเป็น 4 ประเด็นหลักๆ ได้แก่ 1) ในด้านของสินค้า / บริการ ต้องไม่ใช่สินค้าผูกขาด มีส่วนต่างระหว่างต้นทุนกับกำไรมากพอ สินค้าหรือบริการนั้นควรมีมูลค่าสูงหรือมีจำนวนหรือปริมาณมาก 2) ในด้านของผู้ซื้อ ควรระบุรายละเอียดและคุณสมบัติของสินค้า/บริการอย่างชัดเจน 3) ในด้านของผู้ค้า ต้องมีจำนวนผู้เข้าร่วมประมูลหลายราย และมีความสามารถในการแข่งขัน และ 4) ในด้านของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีการจัดฝึกอบรมผู้เข้าประมูลให้รู้จักวิธีใช้ระบบในการประมูล มีการทดสอบซอฟต์แวร์และระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประมูลให้มั่นใจ และควรมีระบบสำรองเพื่อเหตุฉุกเฉิน

2.5 การเตรียมความพร้อมสำหรับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจุบันการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Auction ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการจัดซื้อของทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในภาครัฐนั้น ได้มีการสนับสนุนตลอดจนการผลักดันในรูปแบบต่างๆ ของรัฐบาล ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพลิกโฉมและสร้างความกระตือรือร้น ในการเรียนรู้ตลอดจนการปฏิบัติงานของหน่วยจัดซื้อต่างๆ ทั่วประเทศ และมีความจำเป็นที่จะต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน และมติของคณะรัฐมนตรีในเรื่องการกำหนดนโยบายการดำเนินการจัดซื้อในรูปแบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ มาสนับสนุนกระบวนการทำงานให้มีความสะดวกรวดเร็ว เพิ่มประสิทธิภาพและมีความโปร่งใสมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากกระแสแห่งความตื่นตัวดังกล่าว ตลอดจนการแข่งขันทางด้านธุรกิจที่เริ่มก่อตัวรุนแรงทั้งภายในประเทศและระดับสากลหรือระดับนานาชาตินั้น ทำให้เกิดความวิตกกังวลต่อการปฏิบัติงานในหน่วยการจัดซื้อทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ค้าต่างๆ อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเตรียมความพร้อมในการตั้งรับ รวมถึงการวางกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องต่อความเปลี่ยนแปลงในกระบวนการจัดซื้อใหม่ที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญอย่างแน่นอนในอนาคต เบื้องหน้า โดยบริษัท พันธวิช จำกัด (2550: 1-4) ได้ให้หลักในการเตรียมความพร้อมสำหรับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ ผู้ซื้อ และผู้ค้าไว้ ดังนี้

2.5.1 การเตรียมความพร้อมในด้านของผู้ซื้อ จากสัญญาณเริ่มต้นแห่งการแข่งขันดังกล่าว ทำให้ประเด็นความพร้อม และการเตรียมตัวรับมือ กลายเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายหรือหน่วยการจัดซื้อจะต้องพึงระลึกไว้อยู่เสมอ ทั้งนี้แล้ว ตัวผู้ซื้อหรือหน่วยงานของผู้ซื้อเอง จำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาแนวทางเหล่านี้ร่วมกับตลาดกลางที่ให้บริการเกี่ยวกับระบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตลาดกลางที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องสามารถนำเสนอถึงแนวทาง และผลที่จะตามมาของการประมูลของสินค้าและบริการชนิดนั้นๆ ได้อย่างดีเยี่ยมโดยสามารถที่จะสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1) การเตรียมความพร้อมในเรื่องของความรู้ และความเข้าใจต่างๆ ในระบบการประมูล รวมถึงการนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์กรหรือหน่วยงาน ทั้งนี้แล้ว อาจทำการศึกษาโดยตรงจากตลาดกลาง หรือแหล่งข้อมูลข่าวสาร ทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่เคยทำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพราะในเรื่องของการเตรียมความพร้อมด้านความรู้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การประมูลนั้นๆ มีประสิทธิภาพและสำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

2) การเตรียมความพร้อมในด้านของกระบวนการ และขั้นตอนต่างๆ ซึ่งนับเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง เพราะเนื่องจากการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นมา เพื่อลดปัญหาของขั้นตอนการปฏิบัติที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานและช่วยลดขั้นตอนต่างๆ ที่ไม่จำเป็นได้ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมขององค์กรในประเด็นนี้ก็คือ การกำหนดแนวทางการปฏิบัติ รวมถึงระเบียบกฎเกณฑ์ และอำนาจการตัดสินใจต่างๆ ให้เหมาะสมและลงตัวกับขั้นตอนต่างๆ ของ e-Auction ทั้งนี้แล้ว ในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติควรศึกษาและคำนึงถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นด้วย

3) การเตรียมความพร้อมในด้านเครื่องมือ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าการดำเนินงานการประมวลนี้ จะต้องทำการดำเนินการต่างๆ ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นอย่างน้อยที่สุด สิ่งในแต่ละหน่วยงานควรมีการเตรียมพร้อมก็คือ เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) การเตรียมความพร้อมในด้านของจิตใจ ถือเป็นปัจจัยหรืออุปสรรคสำคัญ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพราะต่อให้วิธีการประมวลจะมีประสิทธิภาพเพียงใด แต่หากไม่ยอมเปิดใจที่จะยอมรับหรือพร้อมที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว สิ่งที่จะตามมาก็คือ การทำงานที่ขาดประสิทธิภาพ และเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความสำเร็จ

2.5.2 การเตรียมความพร้อมในด้านของผู้ค้า หากจะว่าไปแล้ว ไม่ว่าจะระบบการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จะเข้ามามีบทบาทหรือไม่ต่อการจัดซื้อรูปแบบใหม่ การแข่งขันทางด้านธุรกิจ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ ก็ย่อมมีผลต่อการทำธุรกิจ รวมถึงการทำตลาดของผู้ค้าอยู่เป็นธรรมดา ดังนั้น ไม่เพียงผู้ซื้อเท่านั้นที่ได้รับผลกระทบ ผู้ค้าก็เช่นกันที่จะต้องระลึกรถึงสิ่งนี้อยู่เสมอเพื่อจะนำมาซึ่งความได้เปรียบทางธุรกิจอันพึงประสงค์ได้ โดยผู้ค้าควรเตรียมความพร้อม ดังนี้

1) การเตรียมความพร้อมในด้านความรู้ รวมถึงขั้นตอนและกระบวนการต่างๆ ของการประมวล ประเด็นนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงได้ เพราะไม่ใช่แค่เพียงแต่ความรู้ในเรื่องของขั้นตอนการปฏิบัติที่จะได้จากผู้ซื้อแล้ว ทางผู้ค้าสามารถขอรับแนวทางการปฏิบัติ ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาจากประเด็นต่างๆ ได้จากตลาดกลางที่ให้บริการการประมวล

2) การเตรียมความพร้อมในเรื่องของการบริหารต้นทุนของสินค้า เพราะในโลกของการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะทำการประมวลจากสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียงกันเสียส่วนใหญ่ ดังนั้น สิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ค้าได้มาซึ่งข้อได้เปรียบทางธุรกิจคือ ผู้ค้าจำเป็นต้องทำการวางแผนในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบริหารต้นทุนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การขนส่ง การบรรจุ การติดตั้ง ตลอดจนการบริหารงานคลังสินค้า โดยศึกษาถึงความจำเป็นและความสำคัญของขั้นตอนนั้นๆ รวมทั้งกำจัดขั้นตอนหรือการลงทุนต่างๆ ที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มหรือรายได้อะไรทั้งไป

3) การเตรียมความพร้อมในด้านของอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ เพราะธุรกรรมต่างๆ จะต้องมีการดำเนินการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเสนอราคา ตลอดจนการค้นหาข้อมูลหรือรายละเอียดต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเสนอราคาการประมูล และอย่างน้อยที่สุด ผู้ค้าจะต้องเตรียมคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมโยงต่อระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ให้บริการตลาดกลางที่มีประสิทธิภาพและความชำนาญ จะให้คำแนะนำถึงการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในการประมูล เทคนิคและวิธีการ รวมทั้งเปิดโอกาสให้มีการทดสอบระบบการประมูลและอุปกรณ์ก่อนวันประมูลจริง เพื่อเตรียมความพร้อมและสร้างความมั่นใจในการเข้าร่วมประมูล

2.6 การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2545 หน่วยงานภาครัฐได้บรรจุวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุวิธีที่ 6 สำหรับการซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาตั้งแต่ 2,000,000 บาทขึ้นไป ซึ่งปัจจุบันถือปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 สำหรับการจัดหาพัสดุของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานอื่นของรัฐ เว้นแต่การจัดหาพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้อยู่ในอำนาจของกระทรวงมหาดไทยพิจารณาดำเนินการ ซึ่งปัจจุบันใช้ตามประกาศกระทรวงการคลังเรื่องหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้าง โดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2548 โดยกรมบัญชีกลาง (2548) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญของประกาศดังกล่าวไว้ว่า ผู้ค้าที่เข้าร่วมการประมูลสามารถเข้าสู่ระบบการประมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ณ ที่ทำการของผู้เข้าร่วมการประมูลเอง โดยมีต้องเดินทางมายังสถานที่ทำการของหน่วยงานผู้ซื้อ โดยหน้าจอคอมพิวเตอร์ของผู้เข้าร่วมการประมูลแต่ละรายจะไม่ปรากฏรายชื่อของผู้เข้าร่วมการประมูล แต่ปรากฏเฉพาะราคาเสนอประมูลต่ำสุดในขณะนั้นและไม่ทราบว่าเป็น การเสนอราคาของผู้ประมูลรายใด แต่หน้าจอคอมพิวเตอร์ของผู้เสนอราคาต่ำสุดดังกล่าวจะปรากฏรูปค้อนเป็นสัญลักษณ์ให้ทราบ ทั้งนี้ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะต้องจัดเตรียมสถานที่สำหรับแสดงการประมูลผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ณ ที่ทำการของหน่วยงานผู้ซื้อ เพื่อให้หน่วยงานผู้ซื้อติดตามการเสนอราคาของผู้เข้าร่วมการประมูลทุกรายตลอดระยะเวลาการประมูล และต้องมีผู้แทนของคณะกรรมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้าร่วมสังเกตการณ์ ณ ที่ทำการของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จนเสร็จสิ้นการประมูลด้วย สำหรับหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้าง โดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2548 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 มีรายละเอียด ดังนี้

2.6.1 หลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2548

1) ความเป็นมา : คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2547 กำหนดให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐทุกแห่งดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างตามระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกระทรวงการคลัง โดยการซื้อจัดจ้างทั่วไปที่มีมูลค่าไม่สูงมากให้ใช้วิธี e-Shopping ส่วนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าการดำเนินงานสูงหรือ การประมูลแข่งขันเรื่องราคาหรือผลประโยชน์อื่นที่เสนอให้รัฐ ให้ใช้วิธี e-Auction รวมทั้ง ให้จัดทำประกาศจัดซื้อจัดจ้างในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th โดยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ (ฉบับที่ 6) พ.ศ.2545 ข้อ 18 (6) การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด

2) การบังคับใช้ : มีผลบังคับใช้กับส่วนราชการ และหน่วยงานอื่นของรัฐที่ถือปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม สำหรับกรณีหน่วยงานของรัฐประเภทอื่นๆ เช่น รัฐวิสาหกิจ เป็นต้น มีความต้องการจะถือปฏิบัติตามประกาศฯ ก็สามารถดำเนินการได้ โดยการแก้ไขกฎระเบียบหรือข้อบังคับภายในหน่วยงานให้สอดคล้องกับประกาศฯ ต่อไป สำหรับการซื้อและการจ้างที่มีวงเงินจัดหาพัสดุดั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ยกเว้น งานจ้างที่ปรึกษา งานจ้างออกแบบและควบคุมงาน และการซื้อการจ้างด้วยวิธีพิเศษหรือกรณีพิเศษ และสำหรับการดำเนินการจัดซื้อหรือจัดจ้างโดยวิธีการประกวดราคาที่ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐได้ดำเนินการตามวิธีการเดิม ตามกระบวนการที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุฯ กล่าวคือ เมื่อหัวหน้าส่วนราชการ หรือหัวหน้าหน่วยงานได้ให้ความเห็นชอบการประกวดราคาตามรายงานที่เจ้าหน้าที่พัสดุเสนอขออนุมัติ ก็ให้หน่วยงานนั้นดำเนินการตามกระบวนการเดิมต่อไปได้จนเสร็จสิ้นกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งนั้น และขอให้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยประกวดราคาครั้งต่อไปด้วยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่กำหนดไว้ในประกาศฯ ฉบับปัจจุบัน

3) กระบวนการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

(1) การคัดเลือกผู้ค้าทางเทคนิค พิจารณาจากรายละเอียดต่างๆ ที่กำหนดไว้ในประกาศเชิญชวน เช่น คุณสมบัติผู้ค้า เอกสารหลักฐานต่างๆ พัสดุดตัวอย่าง แคตตาล็อกหรือแบบรูป และรายการละเอียด เป็นต้น

(2) การแข่งขันเสนอราคาด้วยระบบประมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยคณะกรรมการดำเนินการประมูลกำหนดรูปแบบการประมูล พร้อมทั้ง กำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการจัดประมูล ตลอดจนเงื่อนไขของการประมูล อย่างชัดเจน หลังจากนั้นจึงดำเนินการให้ผู้ค้าที่มีมาตรฐานทางเทคนิคเข้าร่วมประมูล โดยรูปแบบการประมูลแบ่งเป็น 2 แบบ ได้แก่

ก. การประมูลแบบเปิดราคา (Reverse Auction) คือการประมูลแข่งขันเสนอราคาให้ผู้ซื้อสามารถติดตามสถานะตลอดการแข่งขันจนได้ผู้ค้ำที่เสนอราคาขายต่ำที่สุด ขณะที่ผู้ขายจะทราบเฉพาะราคาเสนอขายที่ต่ำที่สุดในขณะนั้น โดยมีเงื่อนไขประกอบการประมูลได้แก่

- ก) วงเงินประมูลให้ใช้วงเงินงบประมาณที่ได้รับ
 - ข) การเสนอลดราคาขั้นต่ำ (Minimum Bid): กำหนดตามความเหมาะสมของแต่ละการประมูล หรือ โดยคำแนะนำของผู้ให้บริการตลาดกลางฯ
 - ค) ระยะเวลาประมูล มี 2 กรณี
 - (ก) กรณีมีการกำหนดช่วงการต่อระยะเวลาการประมูล: ไม่เกิน 60 นาที
 - (ข) กรณีไม่กำหนดช่วงการต่อระยะเวลาการประมูล: ไม่เกิน 6 ชั่วโมง
 - ง) ช่วงต่อระยะเวลาการประมูล (ในกรณีที่มีการต่อระยะเวลาประมูล) : 5 นาที
 - จ) ข้อมูลแสดงผลหน้าจอคณะกรรมการฯ
 - (ก) เวลา (Time) ของเครื่องแม่ข่ายที่ใช้ในการจัดประมูล
 - (ข) กำหนดรหัสแทนชื่อผู้ค้ำ
 - (ค) สถานะการแข่งขันราคา (Log File) ตลอดการประมูล
 - (ง) ราคาต่ำสุดตลอดระยะเวลาประมูล
 - (จ) ช่วงระยะเวลาที่เหลือในการประมูล
 - (ฉ) สถานะเมื่อสิ้นสุดการประมูล
 - ฉ) ข้อมูลแสดงผลหน้าจอผู้ขาย
 - (ก) เวลา (Time) ของเครื่องแม่ข่ายที่ใช้ในการจัดประมูล
 - (ข) รายละเอียดการประมูล เช่น หน่วยงานการประมูล
- สินค้า วงเงินงบประมาณ ราคาต่อหน่วย และวงเงินรวม เป็นต้น
- (ค) ข้อมูลการเสนอแข่งขันประมูลราคา (Log File) เฉพาะของผู้ขายรายนั้นๆ
 - (ง) ราคาต่ำสุดของประมูล ตลอดการประมูล
 - (จ) สัญลักษณ์ที่แสดงถึงการเป็นผู้ค้ำที่เสนอราคาต่ำที่สุด ณ เวลาขณะนั้น โดยจะปรากฏเป็นรูปค้อนที่ผู้ค้ำนั้นๆ
 - (ฉ) ช่วงระยะเวลาที่เหลือในการประมูล

(ซ) หน้าจอย่อยยืนยันยอดเงินที่ผู้ค้าจะเสนอประมูลก่อน
ปรากฏในระบบประมูล

(ซ) เมื่อสิ้นสุดการประมูล ผู้ค้าต้องไม่สามารถเสนอราคาได้

ข) ข้อปฏิบัติกรณีฉุกเฉิน: กรณีก่อนสิ้นสุดช่วงระยะเวลาประมูล
1 นาที ให้มีการต่อช่วงระยะเวลาประมูล อีก 5 นาที โดยจะต้องมีการได้รับเอกสารทางโทรสาร

ข. การประมูลแบบปิดราคา (Sealed Bid Auction) คือ การประมูลที่
ทั้งผู้ซื้อและผู้ค้าจะไม่ทราบราคาที่ประมูลแข่งขันกัน แต่จะปรากฏเฉพาะสัญลักษณ์ที่แสดงถึงผู้ค้าที่
เสนอราคาต่ำที่สุด จนเสร็จสิ้นการประมูล โดยมีเงื่อนไขประกอบการประมูล ได้แก่

ก) วงเงินประมูล ให้ใช้วงเงินงบประมาณที่ได้รับ

ข) การเสนอราคาขั้นต่ำ (Minimum Bid) : ไม่มี

ค) ระยะเวลาประมูล : ไม่เกิน 6 ชั่วโมง

ง) ช่วงต่อระยะเวลาการประมูล : ไม่มี

จ) การเสนอราคาประมูล ภายในช่วงระยะเวลาประมูล แบ่งได้ 2
วิธี คือผู้ค้าเสนอราคาประมูล ได้ครั้งเดียว และผู้ค้าเสนอราคาประมูล ได้หลายครั้ง

จ) ข้อมูลแสดงผลหน้าจอคณะกรรมการฯ

(ก) เวลา (Time) ของเครื่องแม่ข่ายที่ใช้ในการจัดประมูล

(ข) กำหนดรหัสแทนชื่อผู้ค้า

(ค) ราคาต่ำสุดตลอดระยะเวลาประมูล

(ง) ช่วงระยะเวลาที่เหลือในการประมูล

(จ) สถานะเมื่อสิ้นสุดการประมูล

ช) ข้อมูลแสดงผลหน้าจอผู้ขาย

(ก) เวลา (Time) ของเครื่องแม่ข่ายที่ใช้ในการจัดประมูล

(ข) รายละเอียดการประมูล เช่น หน่วยงานการประมูล

สินค้า วงเงินงบประมาณ ราคาต่อหน่วย และวงเงินรวม เป็นต้น

(ค) สัญลักษณ์ที่แสดงถึงการเป็นผู้ค้าที่เสนอราคาต่ำที่สุด ณ
เวลาขณะนั้น โดยจะปรากฏเป็นรูปค้อนที่ผู้ค้านั้นๆ

(ง) ช่วงระยะเวลาที่เหลือในการประมูล

(จ) หน้าจอย่อยยืนยันยอดเงินที่ผู้ค้าจะเสนอประมูลก่อน

ปรากฏในระบบประมูล

(จ) เมื่อสิ้นสุดการประมูล ผู้ค้าต้องไม่สามารถเสนอราคาได้

ข) ข้อปฏิบัติกรณีฉุกเฉิน: กรณีก่อนสิ้นสุดช่วงระยะเวลาประมูล
1 นาที ให้มีการต่อระยะเวลาประมูล อีก 5 นาที โดยจะต้องมีการได้รับเอกสารทางโทรสาร

4) ขั้นตอนการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

(1) ส่วนราชการจัดเตรียมรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ซึ่งสามารถดำเนินการได้ 2 แนวทาง ได้แก่ แนวทางที่ 1 จัดประมูลโดยใช้ระบบประมูลภายในสามารถดำเนินการได้โดยให้จัดส่งรายละเอียดเกี่ยวกับระบบเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ ระบบโปรแกรมสำเร็จรูป ตลอดจนคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ตามหลักเกณฑ์ของคณะกรรมการคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ให้กรมบัญชีกลางในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการฯ พิจารณาดำเนินการต่อไป และแนวทางที่ 2 เลือกผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-MarketPlace Service Provider) จากทะเบียนรายชื่อผู้ให้บริการฯ ที่จัดทำโดยคณะกรรมการคัดเลือกฯ ทำหน้าที่จัดประมูล

(2) หัวหน้าส่วนราชการพิจารณาเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางฯ จากทะเบียนรายชื่อผู้ให้บริการตลาดกลางฯ และแต่งตั้งเป็นผู้จัดการประมูล ให้ส่วนราชการ ทั้งนี้ หากจำเป็น ส่วนราชการสามารถ แต่งตั้งผู้ให้บริการตลาดกลางฯ ได้มากกว่า 1 แห่ง

(3) การดำเนินการประมูล ของส่วนราชการ (ผู้ซื้อ) โดยส่วนงานที่รับผิดชอบด้านการพัสดุ นำเสนอหัวหน้าส่วนราชการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ประธานกรรมการ 1 คน ดำรงตำแหน่งเป็นข้าราชการระดับ 6 หรือเทียบเท่าขึ้นไป และกรรมการอย่างน้อย 2 คน ดำรงตำแหน่งข้าราชการระดับ 3 หรือเทียบเท่าขึ้นไป โดยถือปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ข้อ 35 – 36 โดยอนุโลม รวมทั้ง ดำเนินการตามกระบวนการดำเนินการประมูล ดังนี้

ก. กำหนดรูปแบบการประมูล ร่วมกับผู้ให้บริการตลาดกลางฯ

ข. จัดเตรียมเอกสารสัญญาจัดประมูล 3 ฝ่าย ระหว่างส่วนราชการ (ผู้ซื้อ) ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ และผู้ค้า โดยมีตัวอย่างของเอกสารฯ ปรากฏตามเอกสารที่แนบ

ค. การคัดเลือกทางเทคนิค หากมีผู้ค้าที่มีมาตรฐานเหมาะสม 2 ราย คณะกรรมการฯ สามารถใช้วิธีประมูลโดยไม่ต้องใช้ระบบประมูล แต่ใช้วิธีการยื่นเสนอของราคาตามข้อ 41-42 แห่งระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยอนุโลม สำหรับกรณี ที่คัดเลือกทางเทคนิคแล้วมีผู้ค้าที่มีมาตรฐานเพียง 1 ราย ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการฯ ว่ายกเลิกไปใช้วิธีจัดซื้อจัดจ้างอื่นๆ หรือเรียกผู้ค้ามาเจรจาต่อรองราคา โดยต้องคำนึงถึงประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ รวมทั้ง ให้ทำรายงานเสนอหัวหน้าส่วนราชการโดยละเอียด

ง. หลังจากคัดเลือกได้ผู้ค้าทางเทคนิคแล้ว ให้จัดเตรียมสถานที่จัดประมูล ซึ่งต้องมีมาตรฐานขั้นต่ำ ดังนี้

ก) สายโทรศัพท์พร้อมหมายเลขโทรศัพท์อย่างน้อย 3 หมายเลข
 ข) เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีระบบปฏิบัติการ Microsoft Window XP Professional และ ใช้โปรแกรม Microsoft internet Explorer V.6 พร้อมโมเด็มความเร็วไม่น้อยกว่า 56 Kbps และเครื่องพิมพ์ (Printer)

ค) เครื่องโทรสาร

ง) เครื่องสำรองไฟฟ้า (UPS) สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ

จ) เครื่องฉายภาพดิจิทัล

ฉ. ในวันประชุม คณะกรรมการฯ จะต้องมีผู้แทนอย่างน้อย 1 คน เข้าร่วมสังเกตการณ์ ณ สถานที่จัดประชุม

ช. เมื่อเสร็จสิ้นการประชุม ประธานงานกับผู้ให้บริการตลาดกลางฯ เพื่อขอรับสรุปผลประชุม

ซ. ทำรายงานสรุปผลประชุม เสนอหัวหน้าส่วนราชการและดำเนินการตามขั้นตอนการทำสัญญาซื้อหรือจ้าง และตรวจรับงานตามระเบียบของทางราชการต่อไป

2.6.2 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

พ.ศ. 2549

สำหรับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 กรมบัญชีกลาง (2549) ได้กล่าวถึงระเบียบดังกล่าวว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถนำวิธีการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ได้โดยกว้างขวางแพร่หลาย โปร่งใส มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ประหยัดงบประมาณของแผ่นดิน บังเกิดความคุ้มค่า ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และความรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ จึงได้กำหนดระเบียบฯ ไว้โดยสรุปได้ดังนี้

1) ความเป็นมา : ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้มีวิธีการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2547 วันที่ 6 ธันวาคม 2548 และวันที่ 27 ธันวาคม 2548 เห็นสมควรให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ดำเนินการจัดซื้อด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ และให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขกฎ ระเบียบ และแนวทางการปฏิบัติที่เกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

2) การใช้บังคับ : กำหนดให้เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2549 เป็นต้นไป สำหรับการจัดหาพัสดุของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีมูลค่าตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ให้จัดหาด้วยวิธีอื่นได้ ทั้งนี้ ไม่รวมถึง การจ้างที่ปรึกษา การจ้างออกแบบและควบคุมงาน วิธีพิเศษ และวิธีกรณีพิเศษ ทั้งนี้ การจัดหาพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้อยู่ในอำนาจของกระทรวงมหาดไทยพิจารณาดำเนินการ ซึ่งปัจจุบันองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นยังถือปฏิบัติตามประกาศกระทรวงการคลังเรื่องหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2548 อยู่

3) คำนิยาม

(1) การพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายความว่า การจัดหาพัสดุดำเนินการโดยสำนักงานนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535 และฉบับที่แก้ไขเพิ่มเติมด้วยวิธีการซื้อหรือการจ้าง แต่ไม่รวมถึงการจ้างที่ปรึกษา การจ้างออกแบบและควบคุมงาน การซื้อหรือการจ้างโดยวิธีพิเศษและวิธีกรณีพิเศษ โดยกำหนดให้ผู้เสนอราคาได้เสนอราคาแข่งขันกันเองด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภายในระยะเวลา และ ณ สถานที่ที่กำหนดโดยไม่เปิดเผยตัวเลขที่มีการเสนอราคา (Sealed Bid Auction)

(2) ราคาสูงสุด หมายความว่า ราคากลาง วงเงินงบประมาณที่มีอยู่ หรือราคาสูงสุดที่ทางราชการจะพึงรับได้ตามหลักเกณฑ์ที่ คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์กำหนด

4) คณะกรรมการตามระเบียบฯ

(1) คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (ก.ว.พ.อ.) ประกอบด้วย ปลัดกระทรวงการคลัง เป็นประธานกรรมการ ผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ เป็นกรรมการ และอธิบดีกรมบัญชีกลางเป็นกรรมการและเลขานุการ มีอำนาจหน้าที่ต่อไปนี้

- ก. ศึกษาและวินิจฉัยปัญหาที่เกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบ
- ข. พิจารณาอนุมัติยกเว้นหรือผ่อนผันการไม่ปฏิบัติตามระเบียบ
- ค. พิจารณาคำร้องเรียนและอุทธรณ์เกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามระเบียบ
- ง. พิจารณาอนุมัติการดำเนินการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการอื่น
- จ. กำหนดหลักเกณฑ์และรายละเอียดการปฏิบัติ ในกระบวนการเสนอราคาด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์
- ฉ. เสนอแนะการแก้ไขปรับปรุงระเบียบต่อคณะรัฐมนตรี

ช. แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินการต่างๆ ตามระเบียบ หรือตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์มอบหมาย แล้วเสนอคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์พิจารณา เว้นแต่ คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ จะมีมติมอบหมายให้ดำเนินการแทน คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ไปได้

(2) คณะกรรมการกำหนดร่างขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR) และร่างเอกสารประกวดราคา หัวหน้าหน่วยงานที่จะจัดหาพัสดุเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการฯ โดยหน่วยงานเป็นผู้กำหนดคณะกรรมการ และมีอำนาจหน้าที่ต่อไปนี้

ก. จัดทำร่างขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR) และร่างเอกสารประกวดราคา รวมถึงร่างประกาศเชิญชวนด้วย

ข. รวบรวมคำวิจารณ์ ข้อเสนอแนะ ความเห็นจากสาธารณชนมาพิจารณาปรับปรุงร่างขอบเขตของงาน และร่างเอกสารการประกวดราคา

ค. ปรับปรุงร่างขอบเขตของงานให้มีความเหมาะสม

(3) คณะกรรมการประกวดราคาตามโครงการ อธิบดีกรมบัญชีกลางเป็นผู้แต่งตั้ง โดยหน่วยงานที่จะจัดหาพัสดุเป็นผู้เสนอ ประกอบด้วย ประธานกรรมการ 1 คน จากบุคลากรในหน่วยงาน กรรมการไม่น้อยกว่า 3 คน และไม่มากกว่า 5 คน ซึ่งอย่างน้อย 1 คนต้องมิได้เป็นข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหรือเงินเดือนประจำ หัวหน้าเจ้าหน้าที่พัสดุในหน่วยงานนั้นเป็นกรรมการและเลขานุการ และเจ้าหน้าที่พัสดุในหน่วยงานนั้นเป็นผู้ช่วยเลขานุการ โดยมีอำนาจหน้าที่ต่อไปนี้

ก. เผยแพร่เอกสารเชิญชวน

ข. รับซองข้อเสนอด้านเทคนิค

ค. พิจารณาคัดเลือกผู้มีคุณสมบัติเบื้องต้น (ผู้มีสิทธิเสนอราคา)

ง. พิจารณารับข้อเสนอราคาของผู้มีสิทธิเสนอราคา หลังจาก

กระบวนการเสนอราคาลิ้นสุดลง

5) ขั้นตอนการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

(1) การเตรียมดำเนินการ

ก. วางแผนการจัดหา

ข. ให้หัวหน้าหน่วยงานแต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดร่าง TOR และร่างเอกสารประกวดราคา

ค. คณะกรรมการฯ จัดทำร่าง TOR และร่างเอกสารประกวดราคา นำเสนอร่าง TOR ขออนุมัติต่อหัวหน้าหน่วยงาน

ง. หัวหน้าหน่วยงานอนุมัติ นำสาระสำคัญที่สามารถเผยแพร่ได้ ประกาศทางเว็บไซต์ของหน่วยงานและกรมบัญชีกลาง เป็นเวลาติดต่อกันไม่น้อยกว่า 3 วัน เพื่อให้สาธารณชนเสนอแนะ วิจารณ์ หรือให้ความเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรหรือทางเว็บไซต์มายังหน่วยงานโดยเปิดเผยตัว

จ. คณะกรรมการพิจารณาข้อวิจารณ์ หากเห็นสมควรปรับปรุง TOR ให้เสนอ หัวหน้าหน่วยงานเพื่อขอความเห็นชอบ แล้วนำลงประกาศทางเว็บไซต์ของหน่วยงานและกรมบัญชีกลางอีกครั้งเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 วัน ทั้งนี้จะประกาศทางสื่อมวลชนอื่นเพิ่มเติมก็ได้

ฉ. หัวหน้าหน่วยงาน แจ้งให้กรมบัญชีกลางแต่งตั้งคณะกรรมการประกวดราคาและคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ช. อธิบดีกรมบัญชีกลางแต่งตั้งคณะกรรมการประกวดราคา และคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยจะแจ้งชื่อผู้ให้บริการตลาดกลางฯ และสถานที่จัดประมูล เมื่อได้ทราบจำนวนรายที่มีสิทธิเสนอราคาแล้ว

ซ. เจ้าหน้าที่พัสดุจัดทำรายงานขอซื้อขอยืมให้หัวหน้าหน่วยงานให้ความเห็นชอบ โดยแนบ TOR เอกสาร และรายชื่อคณะกรรมการประกวดราคา ที่กรมบัญชีกลางแต่งตั้ง

ฅ. คณะกรรมการประกวดราคานำสาระสำคัญของเอกสารเชิญชวน เอกสารประกวดราคา และเอกสารเบื้องต้นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่สามารถเผยแพร่ได้ลงประกาศใน เว็บไซต์ของหน่วยงาน และ www.gprocurement.go.th เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 วัน

(2) การยื่นซองข้อเสนอด้านเทคนิค

ก. ผู้ประสงค์จะเสนอราคาขึ้นซองข้อเสนอด้านเทคนิคต่อคณะกรรมการประกวดราคาในเวลาที่กำหนด โดยให้เวลาไม่น้อยกว่า 3 วัน นับแต่วันสุดท้ายของการจำหน่ายแจก แต่ต้องไม่เกิน 30 วันนับแต่วันแรกที่กำหนดให้ยื่นซอง

ข. คณะกรรมการประกวดราคาคัดเลือกเบื้องต้นเพื่อหาผู้มีสิทธิเสนอราคา โดยพิจารณาว่าต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วน ข้อเสนอด้านเทคนิคมีความเหมาะสม และไม่เป็นผู้เสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หากมีผู้มีสิทธิเข้าเสนอราคาเพียงรายเดียว ให้หน่วยงานยกเลิกการดำเนินการทั้งหมด แล้วดำเนินการใหม่

ค. ผลการพิจารณาจะต้องแจ้งให้ผู้ประสงค์จะเสนอราคาแต่ละรายทราบผลการพิจารณาเฉพาะของตน โดยไม่เปิดเผยรายชื่อต่อสาธารณชน

ง. การอุทธรณ์ผลการคัดเลือกเบื้องต้น

ก) ผู้ยื่นเสนอราคาที่ไม่ผ่านการคัดเลือกเบื้องต้น หากจะคัดค้านผลการพิจารณา ให้อุทธรณ์ต่อหัวหน้าหน่วยงานนั้นภายใน 3 วันนับแต่วันที่ได้รับแจ้ง

ข) ให้หัวหน้าหน่วยงานพิจารณาให้เสร็จภายใน 7 วัน

- ค) ในระหว่างการพิจารณาอุทธรณ์ของหัวหน้าหน่วยงานจะ
ดำเนินการขั้นต่อไปไม่ได้
- ง) กรณีที่หัวหน้าหน่วยงานวินิจฉัยว่าผู้ประสงค์จะเสนอราคา
รายใดควรได้รับการพิจารณาเป็นผู้มีสิทธิเสนอราคา ให้เพิ่มชื่อนั้นในรายชื่อผู้มีสิทธิเสนอราคา
- จ) ถ้าหัวหน้าหน่วยงานพิจารณาไม่เสร็จภายใน 7 วัน ให้ถือว่า
อุทธรณ์ฟังขึ้น
- ฉ) คำวินิจฉัยของหัวหน้าหน่วยงาน ให้เป็นอันถึงที่สุด ณ ชั้นฝ่าย
บริหาร

(3) การเสนอราคา

ค. การเตรียมการเสนอราคา

- ก) ให้หน่วยงานแจ้งวัน เวลาและสถานที่แก่ผู้มีสิทธิเสนอราคา
ทุกรายเพื่อดำเนินกระบวนการเสนอราคาด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์
- ข) ผู้มีสิทธิเสนอราคาจะต้องมาเสนอราคาตามสถานที่ที่กำหนด
และแยกแต่ละรายออกจากกัน โดยมีเจ้าหน้าที่ของรัฐ 1 คนเข้าประจำด้วย ทั้งนี้ สามารถส่งผู้แทนมา
ได้รายละไม่เกิน 3 คนและห้ามมีการติดต่อกับบุคคลอื่นไม่ว่าด้วยวิธีใด
- ค) เมื่อถึงเวลาเริ่มการเสนอราคาแล้ว ผู้มีสิทธิเสนอราคาจะ
เปลี่ยนหรือเพิ่มผู้แทนไม่ได้ แต่สามารถถอดถอนผู้แทนบางคนด้วยเหตุใดเหตุหนึ่งได้
- ง) เมื่อถึงกำหนดเวลาเริ่มการเสนอราคาผู้มีสิทธิเสนอราคาไม่ส่ง
ผู้แทนตามที่กำหนด ให้ประธานคณะกรรมการประกวดราคาประกาศเป็นผู้หมดสิทธิเสนอราคา
- จ) ให้ประธานแจ้งผู้แทนผู้มีสิทธิเสนอราคาทุกรายเพื่อเข้าสู่
กระบวนการเสนอราคา
- ฉ) มีผู้มีสิทธิเสนอราคาเพียงรายเดียว ให้หน่วยงานยกเลิก
การดำเนินการทั้งหมด

ง. วิธีการเสนอราคา

- ก) การเสนอราคาให้ใช้วิธีแบบปิด (Sealed Bid Auction) เท่านั้น
- ข) ช่วงเวลาการแข่งขันเสนอราคา 30-60 นาที
- ค) สามารถเสนอราคาได้หลายครั้ง
- ง) ในระหว่างการเสนอราคา ไม่มีการรับ-ส่งข้อเสนอราคาทางโทรสาร
- จ) เมื่อถึงเวลาเสนอราคา จะมีข้อความที่หน้าจอของผู้เสนอราคา
ว่าเริ่มการเสนอราคาแล้ว
- ฉ) ช่วง 3-5 นาทีสุดท้าย ระบบจะไม่แสดงราคาของผู้ใดมีสถานะใด
- ช) เมื่อสิ้นสุดเวลา หากมีผู้เสนอราคาต่ำสุดเท่ากันหลายราย ให้
ต่อเวลาไปอีกครั้งละ 3 นาที จนได้ผู้เสนอราคาต่ำสุดเพียงรายเดียว

จ. การควบคุมการเสนอราคา

- ก) คณะกรรมการฯ อย่างน้อยกึ่งหนึ่งอยู่ประจำสถานที่ที่กำหนด
- ข) คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ อาจกำหนดให้มีการบันทึกภาพและเสียงระหว่างการเสนอราคาก็ได้
- ค) อาจกำหนดให้มีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ให้สาธารณชน ทราบได้

ง) ต้องวางมาตรการเพื่อป้องกันการทุจริตและการสมยอมด้านราคา

- จ) กรณีมีข้อขัดข้องไม่อาจเสนอราคาได้ ให้สั่งพักการเสนอ ราคา เมื่อแก้ไขแล้วให้ดำเนินการต่อภายในเวลาที่เหลืออยู่ แต่ต้องแล้วเสร็จภายในวันเดียวกัน แต่ หากเห็นข้อขัดข้องไม่อาจแก้ไขได้ ให้ประธานสั่งยกเลิกการเสนอราคาและนัดเสนอราคาใหม่

ฉ. ผลของการเสนอราคา

- ก) คณะกรรมการประกวดราคาประชุมทันทีที่กระบวนการ เสนอราคาสิ้นสุดลง เพื่อมีมติสมควรรับข้อเสนอของผู้มีสิทธิเสนอราคารายใด แล้วรายงานให้ หัวหน้าหน่วยงานพิจารณาภายในวันทำการถัดไป

- ข) กรณีที่หัวหน้าหน่วยงานเห็นชอบด้วย ให้คณะกรรมการ ประกวดราคาแจ้งผลให้ผู้มีสิทธิเสนอราคาทราบทุกราย

- ค) กรณีที่หัวหน้าหน่วยงานไม่เห็นชอบด้วย ให้แจ้งเหตุผลให้ คณะกรรมการประกวดราคาเพื่อชี้แจงภายใน 3 วัน เมื่อได้รับคำชี้แจงแล้ว

- (ก) หากเห็นชอบด้วย ให้แจ้งผลการพิจารณาให้ผู้มีสิทธิ เสนอราคาทุกรายทราบ

- (ข) หากไม่เห็นด้วยภายใน 3 วัน ให้สั่งยกเลิกการประกวด ราคาแล้วแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้มีสิทธิเสนอราคาทราบทุกรายและรายงาน คณะกรรมการว่าด้วยการ พักพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทราบ

- ง) ให้แจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เสนอราคาทุกรายทราบและ ประกาศทางเว็บไซต์ของหน่วยงานและกรมบัญชีกลางอย่างน้อย 3 วัน

ช. การอุทธรณ์ผลการเสนอราคา

- ก) กรณีที่ผู้มีสิทธิเสนอราคาเข้าสู่กระบวนการเสนอราคาไม่เห็น ด้วยกับผลการพิจารณาของหัวหน้าหน่วยงาน ให้อุทธรณ์ต่อ คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วย วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ภายใน 3 วันนับแต่วันที่ได้รับแจ้ง

- ข) คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาอุทธรณ์ ให้เสร็จภายใน 30 วัน ในระหว่างนี้จะดำเนินการขั้นตอนต่อไปมิได้ มติ คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นอันถึงที่สุด ณ ชั้นของฝ่ายบริหาร

(ก) กรณีที่อุทธรณ์ฟังขึ้น ให้สั่งให้หน่วยงานที่จะจัดหาพัสดุ ดำเนินกระบวนการเสนอราคาใหม่ โดยเริ่มจากขั้นตอนใดก็ได้ตามแต่จะมีคำสั่ง

(ข) กรณีที่อุทธรณ์ฟังไม่ขึ้นหรือฟังขึ้นแต่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผลการพิจารณาที่ได้แจ้งไปแล้ว ให้แจ้งเพื่อดำเนินการตามระเบียบต่อไป

กล่าวโดยสรุป ขั้นตอนการปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 แสดงดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 ขั้นตอนการจัดซื้อพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามระเบียบฯ ว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549

2.7 บทบาทของผู้เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ

จากที่กล่าวถึงระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 ในหัวข้อที่ผ่านมา กรมบัญชีกลาง (2549) ได้กำหนดบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจัดหาพัสดุของภาครัฐตามระเบียบฯ พ.ศ. 2549 ออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่ ผู้ค้า และตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

2.7.1 บทบาทของผู้ค้าที่เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ

- 1) ติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐได้จากเว็บไซต์ของหน่วยงานหรือส่วนราชการ
- 2) เตรียมข้อมูลคุณสมบัติและราคาของพัสดุที่จะเสนอขาย โดยทำความเข้าใจในรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ และเงื่อนไขต่างๆ ที่หน่วยงานหรือส่วนราชการผู้ซื้อกำหนดรวมถึงระเบียบและหลักเกณฑ์การประมูลในหนังสือเชิญชวนฯ ก่อนวันที่จัดให้มีการประมูล หากมีข้อสงสัยสามารถสอบถามส่วนราชการผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 3) ร่วมเสนอราคาในวันประมูลตามวันและเวลาที่หน่วยงานหรือส่วนราชการกำหนด และทำการเข้าสู่ระบบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Log in) โดยใช้เลขประจำตัว (User ID) และรหัสผ่าน (Password) ตามที่ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำหนด
- 4) วิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐมีขั้นตอน ดังนี้
 - (1) ในวันประมูล ผู้เข้าร่วมการประมูลที่ได้รับแจ้งนัดหมาย ต้องมาลงทะเบียนตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด เพื่อรับ User ID และ Password และร่วมเสนอราคา โดยจะแยกผู้เข้าร่วมการประมูลแต่ละบริษัทออกจากกัน โดยจะมีเจ้าหน้าที่ของรัฐ 1 คนเข้าประจำด้วย ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถส่งผู้แทนมาได้บริษัทละไม่เกิน 3 คนและห้ามมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นไม่ว่าด้วยวิธีใด
 - (2) การเสนอราคาให้ใช้วิธีแบบปิด (Sealed Bid Auction) โดยก่อนการเสนอราคา 15 นาที ให้ผู้เข้าร่วมการประมูลทำการทดสอบระบบว่าสามารถเสนอราคาได้หรือไม่ หากมีปัญหาให้แจ้งเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ประจำอยู่ ณ สถานที่นั้น เพื่อรายงานคณะกรรมการประกวดราคาต่อไป และเมื่อถึงเวลาเสนอราคา จะมีข้อความที่หน้าจอของผู้เข้าร่วมการประมูลว่า “เริ่มการเสนอราคาแล้ว” โดยมีช่วงเวลากำหนดแข่งขันเสนอราคา 30 - 60 นาที ผู้เข้าร่วมการประมูลต้องเสนอราคาอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยในระหว่างการแข่งขันเสนอราคา จะไม่มีการรับหรือส่งข้อเสนอราคาทางเครื่องโทรสาร และในช่วงเวลา 3 - 5 นาทีสุดท้าย ระบบจะไม่แสดงว่าราคาของผู้ใดมีสถานะใด

(3) การขยายเวลาในการปิดประมูล กรณีเมื่อสิ้นสุดเวลา หากมีผู้เสนอราคาต่ำสุดเท่ากันหลายราย เวลาปิดการประมูลจะถูกขยายออกไปอีกครั้งละ 3 นาทีโดยอัตโนมัตินับจากเวลาปิด กรณีเช่นนี้จะเป็นการขยายระยะเวลาโดยไม่จำกัด และการประมูลจะปิดเมื่อไม่มีผู้ใดเสนอราคาในระยะเวลา 3 นาทีสุดท้าย

(4) เมื่อปิดการประมูล ผู้เข้าร่วมการประมูลต้องลงลายมือชื่อเพื่อยืนยันราคาสุดท้ายของแต่ละรายเสนอลงในแบบฟอร์มยืนยันราคาสุดท้ายในการเสนอราคา ทั้งนี้ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 กำหนดให้หน่วยงานมีสิทธิในการยึดหลักประกันซองของผู้เข้าร่วมการประมูลได้ในกรณีดังต่อไปนี้

- ก. ผู้เข้าร่วมการประมูลไม่ส่งผู้แทนมาลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคาตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด
- ข. ผู้เข้าร่วมการประมูลมาลงทะเบียนแล้ว แต่ไม่ Log in เข้าสู่ระบบ
- ค. ผู้เข้าร่วมการประมูล Log in เข้าสู่ระบบแล้ว แต่ไม่มีการเสนอราคา หรือเสนอราคาผิดเงื่อนไขที่กำหนด โดยเสนอราคาสูงกว่าหรือเท่ากับราคาเริ่มต้นการประมูล
- ง. ผู้เข้าร่วมการประมูลไม่ลงลายมือชื่อในแบบยืนยันราคาสุดท้ายในการเสนอราคา

จากการศึกษาถึงบทบาทของผู้เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ใน ส่วนของผู้ค้า สามารถสรุปให้เห็นถึงบทบาทของผู้ค้าในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 บทบาทของผู้ค้าในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ

2.7.2 บทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ

1) การแสดงความประสงค์ในการเป็นผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-MarketPlace Service Provider) เมื่อหน่วยงานหรือส่วนราชการส่งจดหมายแสดงความประสงค์แก่บริษัทให้เป็นผู้ให้บริการตลาดกลางฯ แล้ว หากผู้ให้บริการตลาดกลางฯ มีความประสงค์จะเป็นผู้ดำเนินการจัดประมูลให้แก่หน่วยงานหรือส่วนราชการนั้น ก็ให้ลงนามในจดหมายดังกล่าวและตอบกลับเพื่อยืนยันการให้บริการจัดการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

2) การประสานงานกับส่วนราชการผู้ต้องการจัดหาพัสดุ ให้ประสานงานกับหน่วยงานหรือส่วนราชการผู้ต้องการจัดหาพัสดุ เพื่อบริการหรือถึงรายละเอียดและรูปแบบการจัดการประมูล พร้อมทั้งเงื่อนไขการประมูลโดยละเอียด เช่น วงเงินการจัดหา ระยะเวลาประมูล ช่วงราคาประมูลขั้นต่ำ และช่วงเวลาประมูลสุดท้ายก่อนปิดการประมูล เป็นต้น และให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานหรือส่วนราชการ

3) การจัดหาผู้ค้าเพิ่มเติมให้แก่หน่วยงานราชการหรือส่วนราชการ จะต้องดำเนินการแจ้งผู้ค้าที่อยู่ในทะเบียนรายชื่อของตน ซึ่งตรงตามความต้องการของหน่วยงานหรือส่วนราชการผู้ซื้อเพื่อแสดงความจำนงในการเสนอพัสดุต่อคณะกรรมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งโดยทั่วไปต้องเป็นผู้ค้าที่มีผลการดำเนินงานดี มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

4) ดำเนินการจัดฝึกอบรมวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และชี้แจงเงื่อนไขในการประมูลให้แก่ผู้ค้าที่ผ่านการคัดเลือกทางเทคนิค และเข้าร่วมการประมูล

5) การดำเนินการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีการแข่งขันอย่างยุติธรรม

(1) ในการจัดประมูลทุกครั้ง จะต้องทำการตรวจสอบความถูกต้องและดูแลการประมูลตลอดระยะเวลา เพื่อให้ความมั่นใจว่าผู้เข้าร่วมการประมูลทุกรายสามารถทำการเข้ารหัสสู่ระบบการประมูลและทำการประมูลได้โดยราบรื่น

(2) จะต้องปกปิดความลับและสถานะของผู้เข้าร่วมการประมูลทุกรายด้วยความระมัดระวัง และถือเป็นการลับสูงสุด รวมทั้งคำร้องการประมูลอย่างซื่อสัตย์ เพื่อให้เกิดความยุติธรรมแก่ผู้เข้าร่วมการประมูลทุกฝ่าย อันจะทำให้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จและมีความโปร่งใส

(3) กรณีที่มีข้อสงสัยใดๆ ให้ติดต่อโดยตรงกับคณะกรรมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของหน่วยงานหรือส่วนราชการ เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยด่วนที่สุด

(4) จะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลราคาต่ำสุด และข้อมูลปกปิดใดๆ ให้แก่ผู้เข้าร่วมการประมูลรายใดในระหว่างที่การประมูลไม่เสร็จ ยกเว้นแต่เป็นข้อมูลที่สามารถมองเห็นได้จากหน้าจอคอมพิวเตอร์ของผู้เข้าร่วมการประมูลอยู่แล้ว

6) การดำเนินการภายหลังเสร็จสิ้นการประมูล

(1) ดำเนินการจัดพิมพ์ข้อมูลสรุปผลการประมูล เช่น ตารางแสดงรายการเสนอราคาประมูลและแผนภูมิแสดงการประมูลเป็นภาพ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้จะทำสำเนาและทำการลงนามโดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องคือ คณะกรรมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้ค้า เพื่อเป็นหลักฐานในการจัดประมูล

(2) ออกเอกสารรับรองผลการประมูล โดยหนังสือนี้จะเป็หลักฐานแสดงการเสร็จสิ้นการดำเนินการประมูลในครั้งนั้น และจะระบุราคาสุดท้ายที่ผู้เข้าร่วมการประมูล แต่ละรายได้เสนอในการประมูล โดยหนังสือนี้จะถูกส่งให้ผู้เข้าร่วมการประมูลแต่ละรายลงนามรับรองร่วม และส่งสำเนาให้แก่ส่วนราชการผู้ซื้อ

(3) เมื่อหน่วยงานหรือส่วนราชการแจ้งให้ทราบถึงผลการคัดเลือกผู้ชนะการประมูลและงานประมูลนั้นได้ข้อยุติอันเป็นที่สิ้นสุด ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ สามารถออกหนังสือแจ้งหน่วยงานหรือส่วนราชการเรียกเก็บค่าบริการจัดการประมูล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนการส่งใบเรียกเก็บเงิน

จากการศึกษาถึงบทบาทของผู้เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ใน ส่วนของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถสรุปให้เห็นถึงบทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ

3. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ

3.1 ความหมายของความสำเร็จของธุรกิจ

ได้มีผู้ให้นิยามคำว่าความสำเร็จของธุรกิจไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมา ดังนี้

ภรณ์ชัย (กิริติบุตร) มหานนท์ (2529: 7) ให้ความหมายว่า ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง สมรรถนะขององค์กรในการที่จะอยู่รอด ปรับตัว รักษาสภาพ และเติบโตไม่ว่าองค์กรนั้นจะมีหน้าที่ใดที่จะต้องกระทำให้ลุล่วงไป

จินตนา บุญงการ และณัฐภรณ์ เขจรนันทน์ (2544: 27) ให้ความหมายว่า ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง องค์กรต้องมีความสามารถทำกำไร และธุรกิจมีการเติบโตมากกว่า คู่แข่งขัน รวมทั้งได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำของตลาดหรืออุตสาหกรรม

Caplow. (1964: 21) ให้ความหมายว่า ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง องค์กรที่มีความมั่นคงในระยะยาว มีการประสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของส่วนประกอบขององค์กร โดยความเต็มใจของบุคลากรในองค์กรในอันที่จะยังคงมีส่วนร่วมในองค์กรต่อไป และมีการบรรลุถึงเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

Thomas. (1982) ให้ความหมายว่า ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถที่จะอยู่รอด ปรับตัวรักษาสถานภาพ และมีธุรกิจที่เติบโตได้ไม่ว่าสภาพแวดล้อมภายในหรือสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของคำว่าความสำเร็จของธุรกิจได้ว่า ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการทำกำไรอย่างยั่งยืน บรรลุเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ โดยสามารถปรับองค์กรให้เติบโตได้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

3.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจ

มีผู้อธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยสามารถรวบรวมมาได้ ดังนี้

Gibson. (1973: อ้างถึงใน ภรณ์ชัย (กิริติบุตร) มหานนท์ 2529: 40) ได้สรุปรวบรวมการศึกษาวิจัยถึงเรื่องบ่งชี้ความสำเร็จขององค์กรที่ควรประกอบด้วยตัวแปรต่อไปนี้ 1) ความสามารถในการผลิต (Productivity) 2) ประสิทธิภาพ (Efficiency) 3) ความพึงพอใจ (Satisfaction) 4) การปรับตัว (Adaptiveness) และ 5) การพัฒนา (Development)

Steers. (1977: 8) ได้เสนอตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยแยกออกตามลักษณะได้ 4 ประเภทคือ 1) ปัจจัยด้านลักษณะขององค์กร (Organization Characteristics) ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกคือ โครงสร้าง (Structure) ได้แก่ ความมากน้อยของการกระจายอำนาจ (Decentralization) การแบ่งงานตามความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization) ความเป็นทางการ (Formalization) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กร ขนาดขององค์กร ช่วงการบังคับบัญชา และขนาดของหน่วยงาน และส่วนที่สองคือ เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง กระบวนการที่องค์กรแปลงสภาพวัตถุดิบ หรือตัวป้อนที่มีจำกัดให้เปลี่ยนเป็นผลผลิตที่มีประสิทธิภาพตามเป้าหมายโดยอาศัยพลังงานทางเครื่องจักร และทางสมอง 2) ปัจจัยด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม (Environment Characteristics) ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกคือ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ สภาพการณ์ด้านการตลาด เศรษฐกิจ และการเมือง และส่วนที่สองคือ สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ได้แก่ บรรยากาศขององค์กร เช่น นโยบายด้านการบริหารงานบุคคล รูปแบบการปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในองค์กร 3) ปัจจัยด้านลักษณะของบุคคลในองค์กร (Individual Characteristics) ได้แก่ ความผูกพันที่มีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย และ 4) ปัจจัยด้านนโยบายด้านการบริหารและการปฏิบัติ (Managerial Policies and Practices) ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายที่แน่นอน การจัดหาและใช้ทรัพยากร การสร้างสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน การติดต่อสื่อสาร ภาวะผู้นำ การตัดสินใจ และการปรับตัว

Thomas and Robert. (1982 แปลโดย วิรัชย์ ดันติวีระวิทยา 2528: 24-26) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของความเป็นเลิศในเชิงบริหาร 8 ประการของบริษัทอเมริกันที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างสูงที่ได้ค้นพบจากการวิจัยคือ 1) มุ่งเน้นการปฏิบัติ (A bias for action) บริษัทดีเด่นจะมุ่งเน้นการปฏิบัติอย่างจริงจังใน 3 เรื่องคือ การทำให้องค์กรคล่องตัว การทดลองปฏิบัติ และการทำระบบให้ง่าย 2) มีความใกล้ชิดลูกค้า (Close to the customer) บริษัทดีเด่นได้ใกล้ชิดกับลูกค้าด้วยการใช้กลยุทธ์ด้านการบริการ คุณภาพและความเชื่อถือ รวมทั้งความเป็นนักหาช่องว่างและการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า 3) ความมีอิสระในการทำงานและความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการ (Autonomy and Entrepreneurship) บริษัทได้ให้ความเป็นอิสระในการทำงานแก่พนักงานด้วยการกระจายอำนาจการดำเนินงานในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ และได้พยายามส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานช่วยกันคิดค้นสินค้าหรือบริการแปลกๆ ใหม่ๆ อยู่เสมอ รวมทั้งบริษัทมีความอดทนต่อความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจากการทดลองคิดค้นสิ่งใหม่ๆ อีกด้วย 4) เพิ่มผลผลิตโดยพนักงาน (Productivity through people) บริษัทดีเด่นได้ถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุดขององค์กรด้วยการปฏิบัติให้พนักงานอย่างจริงจัง เช่น ให้เกียรติและให้ความไว้วางใจแก่พนักงานทุกระดับ รวมทั้งได้ใช้มาตรการต่างๆ ในด้านบวกในการส่งเสริมจิตใจพนักงานให้มีความกระตือรือร้นในการทำงานอยู่ตลอดเวลา อันเป็นผลทำให้บริษัทดีเด่นสามารถเพิ่มผลผลิตอย่างเห็นได้ชัด 5) สัมผัสกับงานอย่างใกล้ชิด และความเชื่อมั่นในคุณค่าเป็นแรงผลักดัน (Hands-on and value driven) ผู้บริหารของบริษัทดีเด่นจะลงมาสัมผัสกับการปฏิบัติงานอย่างจริงๆ มิใช่ นั่งบริหารงานอยู่แต่ในสำนักงานเท่านั้น และพยายามปลุกฝังพนักงานให้เชื่อมั่นในคุณค่าที่ดีต่างๆ เพื่อให้เกิดแรงผลักดัน

ร่วมในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี 6) ทำแต่ธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวเนื่อง (Stick to the knitting) บริษัทใดเด่นจะเลือกทำแต่ธุรกิจที่ตนเองมีความถนัดหรือเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจที่ได้ทำอยู่เท่านั้นเพราะมีความเชื่อว่า การทำธุรกิจที่ไม่เชี่ยวชาญมีโอกาสที่จะประสบต่อความล้มเหลวได้มาก และอาจกระทบกระเทือนธุรกิจเดิมที่ได้ดำเนินการมาด้วยที่อยู่แล้ว 7) รูปแบบเรียบง่ายธรรมดา พนักงานอำนวยความสะดวก (Simple form and learn staff) บริษัทใดเด่นได้จัดองค์กรของหน่วยงานในระดับบนด้วยการใช้รูปแบบโครงสร้างที่มีความเรียบง่ายคือ สายงานที่จัดตามประเภทของสินค้าพร้อมกันได้กระจายอำนาจให้กับสายงานอย่างเต็มที่ จึงทำให้พนักงานอำนวยความสะดวกและหน้าที่ในสำนักงานใหญ่ค่อยลงไปด้วย นอกจากนี้บริษัทใดเด่นยังมีความมุ่งมั่นอย่างจริงจังที่จะให้พนักงานทุกคนได้ทำงานด้านปฏิบัติการมากกว่า ด้านอำนวยความสะดวก และ 8) เข้มงวดและผ่อนปรนในเวลาเดียวกัน (Simultaneous loose tight properties) บริษัทใดเด่นได้เข้มงวดทำให้พนักงานเกิดความศรัทธาและเชื่อมั่นร่วมกันในคุณค่าของลูกค้า คุณภาพและบริการ การสื่อความแบบไม่มีพิธีรีตอง และการคิดค้นสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ เป็นต้น ขณะเดียวกัน ก็ได้ผ่อนให้พนักงานมีความอิสระในการทำงานอย่างเต็มที่ และได้ใช้สิ่งที่ผ่อนปรนไปให้กลับมาควบคุมการทำงานของพนักงานอย่างรัดกุม

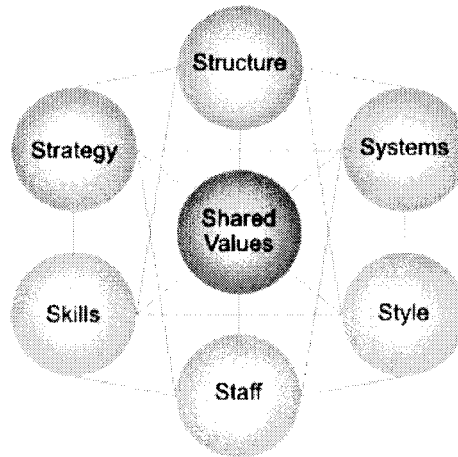
ธงชัย สันติวงษ์ (2543: 6 - 10) กล่าวถึงองค์กรที่จะประสบความสำเร็จนั้น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพดีนั้น จะพบโดยส่วนมากกว่าองค์กรเหล่านั้นมีการจัดโครงสร้างองค์กรอย่างเหมาะสมและชัดเจน มีบรรยากาศในทางสร้างสรรค์ เอื้ออำนวยต่อการทำงานที่มุ่งเน้นการตลาดและบริการ นอกจากนี้ การพัฒนานักบริหารอย่างต่อเนื่องตลอดจนการติดตามดูแลความเป็นอยู่ของพนักงานพร้อมกับสำรวจทัศนคติ ได้ทำให้ผู้บริหารสามารถปรับปรุงการติดต่อสื่อสารกับพนักงานดีขึ้นเป็นลำดับตลอดเวลา ความเข้าใจในระหว่างกันเป็นแรงจูงใจในการทำงาน และการร่วมแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่มีอยู่ให้ลุล่วงไปได้อย่างรวดเร็วได้ส่งผลให้องค์กรเหล่านั้นเติบโตได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง กล่าวโดยสรุปคือ หากจะแยกแยะปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรแล้ว อาจสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) ประเภทของธุรกิจที่กำลังทำอยู่ 2) บุคลากรที่องค์กรได้จ้างไว้ทำงาน และ 3) สภาพแวดล้อมที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับดำเนินการอยู่

พรทิพย์ ดีสมโชค (2542: 4) ได้นำเสนอไว้ว่า เมื่อองค์กรธุรกิจต้องประสบปัญหาและความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ผู้บริหารมักจะเรียกหาวิธีการบริหารงานใหม่ๆ และทำการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรเสียใหม่ ดังจะเห็นได้จากเมื่อปี 2520 บริษัทแมคคินซี ซึ่งเป็นที่ปรึกษาธุรกิจของสหรัฐอเมริกา มีความสนใจเกี่ยวกับปัญหาว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้การบริหารงานประสบความสำเร็จ โดยมุ่งศึกษากลยุทธ์และจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม จนพบโครงสร้างพื้นฐาน 7-S (McKinsey 7-S Framework) ประกอบด้วย โครงสร้าง (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) พนักงาน (Staff) สไตล์การบริหาร (Style of Management) ระบบและวิธีการ (System and Procedure) คุณค่าร่วม (Shared Value) และทักษะ (Skills) ซึ่งกลายเป็นพื้นฐานสำคัญของการค้นหาคุณลักษณะดีเด่นที่สร้างความเป็นเลิศทางการบริหาร 8 ประการ (Thomas, Robert: 1982) ได้แก่ เน้นการปฏิบัติ ใกล้ชิดกับลูกค้ามีความอิสระในการทำงานและความรู้สึกร่วม เพิ่มผลผลิตโดยพนักงาน สัมผัสกับงานและมีความเชื่อมั่นในคุณค่า มุ่งทำแต่ธุรกิจที่เชี่ยวชาญและเกี่ยวเนื่อง รูปแบบเรียบง่าย จำกัดจำนวนพนักงาน เข้มงวดและผ่อนปรนในเวลาเดียวกัน

ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2543: 21 – 44 อ้างถึงใน วีระยุทธ ชาตะกาญจน์ 2547: 4 - 14) อธิบายถึงองค์กรที่ได้ใช้ระบบการบริหารงานแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์จะมีลักษณะ โดยทั่วไป ได้แก่ 1) มีพันธกิจ วัตถุประสงค์ขององค์กรที่ชัดเจน และมีเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม โดยเน้นที่ผลผลิตและผลลัพธ์ ไม่เน้นกิจกรรมหรือการทำงานตามกฎระเบียบ 2) ผู้บริหารทุกระดับในองค์กรต่างมีเป้าหมายของการทำงานที่ชัดเจน และเป้าหมายเหล่านั้นสั้นกระชับ ไม่คลุมเครือ และเป็นเป้าหมายที่มีฐานมาจากพันธกิจขององค์กรนั้น 3) เป้าหมายจะวัดได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยมีตัวบ่งชี้ที่สามารถวัดได้ เพื่อให้สามารถติดตามผลการปฏิบัติงานได้ และสามารถเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับองค์กรอื่นที่มีลักษณะงานที่เทียบเคียงกันได้ 4) การตัดสินใจในการจัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานหรือโครงการต่างๆ จะพิจารณาจากผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นหลัก ซึ่งจะสอดคล้องกับการให้ค่าตอบแทน สวัสดิการ และรางวัลแก่เจ้าหน้าที่ที่จะประเมินจากผลการปฏิบัติงานเป็นหลัก 5) เจ้าหน้าที่ทุกคนรู่วางานที่องค์กรคาดหวังคืออะไร ทุกคนในองค์กรจะคิดเสมอว่างานที่ตนทำอยู่นั้นเพื่อให้เกิดผลอย่างไร ผลที่เกิดขึ้นจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายของโครงการและองค์กรอย่างไร และทุกคนรู้สึกรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้กำหนดไว้อย่างเหมาะสมกับกำลังความสามารถของแต่ละคน 6) มีการกระจายอำนาจการตัดสินใจ การบริหารเงิน บริหารคนสู่หน่วยงานระดับล่างเพื่อให้สามารถทำงานบรรลุผลได้อย่างเหมาะสม เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับต้นและ ระดับกลาง ซึ่งเข้าใจปัญหาเป็นอย่างดีได้เป็นผู้แก้ปัญหาและ สะสมประสบการณ์เพื่อก้าวสู่ผู้บริหารระดับที่สูงขึ้นต่อไป ซึ่งนอกจากช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน แก้ปัญหาการทำงานที่ล่าช้าแล้ว ยังเป็นการเพิ่มความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพในการทำงานอีกด้วย 7) มีวัฒนธรรมและอุดมการณ์ร่วมกันเพื่อการทำงานที่สร้างสรรค์ เป็นองค์กรที่มุ่งมั่นจะทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป็นองค์กรเอื้อการเรียนรู้ที่เปิดกว้างต่อความคิดและความรู้ใหม่ๆ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี และ 8) เจ้าหน้าที่มีขวัญและกำลังใจ เนื่องจากมีโอกาสปรับปรุงงานและใช้ดุลยพินิจในการทำงานที่กว้างขวางขึ้น ทำให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจ ส่วนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเองก็จะได้รับการตอบแทนตามผลการประเมินจากผลสัมฤทธิ์ของงาน นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์อยู่ที่ความเข้าใจแนวคิด วิธีการ และประโยชน์ของวิธีการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ทุกระดับที่จะสามารถปรับตัวและสามารถทำงานภายใต้ระบบงานที่จะต้องรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เงื่อนไขความสำเร็จที่สำคัญ ได้แก่ 1) ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจและสนับสนุน กล่าวคือ ในการกำหนดพันธกิจและแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจน ผู้บริหารขององค์กรจะต้องให้ความสำคัญและเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดพันธกิจและแผนกลยุทธ์ วัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการเพื่อให้เกิดผล นอกจากนี้ ในเรื่องของการใช้ข้อมูลผลการปฏิบัติงานในการบริหาร ผู้บริหารจะต้องระลึกเสมอว่าการวัดผลไม่ได้ทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น โดยอัตโนมัติ แต่ข้อมูลจากการวัดผลการปฏิบัติงานจะเป็นข้อมูลที่จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถปรับปรุงเกณฑ์มาตรฐานในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น แก้ปัญหาได้ถูกต้องมากขึ้น ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องเอาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์อย่างรอบคอบเพื่อกำหนดมาตรการที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นต่อไป 2) การจัดระบบข้อมูลผลการปฏิบัติงาน โดยการพัฒนาตัวบ่งชี้ การ

เลือกตัวบ่งชี้ที่จำเป็นต่อการให้บริการและการตัดสินใจนั้น จะต้องเลือกตัวบ่งชี้ให้ครอบคลุมความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องพัฒนาโดยผู้ที่มีประสบการณ์ในงานด้านนั้นๆ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับงานนั้นๆด้วย โดยตัวบ่งชี้จะมีทั้งส่วนของปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต และผลลัพธ์ รวมถึงตัวบ่งชี้ที่แสดงความพึงพอใจของผู้รับบริการ แต่ควรจะให้มีความชัดเจนในจำนวนเท่าที่จำเป็น โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของการจัดทำและรักษาระบบข้อมูลนี้ด้วย รวมทั้งในเรื่องของการวางระบบสารสนเทศเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและประมวลผลข้อมูล ผู้พัฒนาระบบจะต้องมีความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการหรืองานที่จะวัดผลการปฏิบัติงาน โดยต้องคำนึงถึงการจัดทำรายงานผลซึ่งจะแยกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่จะรายงานเป็นช่วงเวลาตามกำหนดทุกครึ่งปีหรือหนึ่งปี เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและวางแผนหรือการจัดทำงบประมาณประจำปี และส่วนที่เป็นการรายงานเฉพาะกิจที่สามารถเรียกดูข้อมูลตัวบ่งชี้ได้ทันทีในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้น ซึ่งความสำเร็จในการจัดทำระบบข้อมูลผลการปฏิบัติงานที่ใช้ประโยชน์ได้จึงอยู่ที่การจัดทำข้อมูลที่สะท้อนผลงานจริง ทันเวลา และมีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสม โดยมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัด 3) การพัฒนาบุคลากรและองค์กร ผู้บริหารทุกระดับถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงาน โครงการต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้ระบบการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องให้การพัฒนาผู้บริหารไว้ล่วงหน้าให้สามารถปฏิบัติงานที่ต้องรับผิดชอบต่อผลสัมฤทธิ์ของงาน ภายใต้สถานะที่มีความคล่องตัวและมีอำนาจในการบริหารเพิ่มขึ้น ผู้บริหารทุกคนจะต้องมีความรู้ในการวางแผนกลยุทธ์ การวัดผลการปฏิบัติงาน รวมถึงการใช้ข้อมูลผลการปฏิบัติงานเพื่อการตัดสินใจในการทำงานประจำวัน ในขณะที่เดียวกันจะต้องมีระบบการพัฒนาและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานให้มีความชำนาญที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้มีศักยภาพที่จะปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ได้ในยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเข้าใจเรื่องการวัดและการใช้ข้อมูลผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานประจำวันด้วย

อุไรวรรณ แยมนิคม (2544: 166) ได้อ้างอิงทฤษฎี McKinsey 7-S Framework ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นถึงองค์กรที่มีประสิทธิผลหรือประสบความสำเร็จในทางการบริหารดำเนินการว่า องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย 1) Strategy กลยุทธ์ที่บริษัทใช้สร้างข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งกันอย่างยั่งยืน 2) Structure โครงสร้างขององค์กร การมอบหมายงาน และการแบ่งงานต้องเอื้อประโยชน์ให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ 3) System ระบบต่างๆ ในองค์กร เช่น ระบบการจัดการผลิต ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง ระบบการจัดซื้อ ระบบการควบคุมคุณภาพ ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบบัญชี ระบบสารสนเทศ และระบบการวัดผลงาน ต้องประสานงานกันอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ ต้องมีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี 4) Style สไตล์การบริหารงาน จรรยาบรรณ และวิสัยทัศน์ของผู้บริหารต้องกว้างไกล 5) Staff พนักงานในองค์กรมีความกระตือรือร้น ขยันขันแข็ง ซื่อสัตย์ อุทิศตนเพื่อบริษัท 6) Skill ทักษะขององค์กรและคนในองค์กร เก่งคิด เก่งทำ และเก่งคน และ 7) Shared Value ค่านิยมร่วมกันของคนในองค์กรที่จะมุ่งมั่นให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 McKinsey 7-S Framework Model

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2547: 30 - 31) กล่าวถึงเงื่อนไขแห่งความสำเร็จของธุรกิจ ได้แก่ 1) ผู้นำ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติ มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน และเอจ้งเอจ้งในการไปสู่ความสำเร็จ (Shared Vision) 2) กลไกการปฏิบัติ การประสานงาน การบูรณาการในการทำงานระหว่างฝ่ายต่างๆ เป็นไปอย่างเหมาะสม คล่องตัว (Smart Structure) 3) บรรยากาศเป็นไปในทางบวก ส่งเสริมสนับสนุนการทำงานให้เกิดความสำเร็จ (Supportive Organization Culture) 4) มีความเข้าใจและสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและฐานความรู้อย่างคุ้มค่า (Successful Information Technology and Knowledge Management) และ 5) มีความเข้าใจกระบวนการในการวัด และประเมินผลสำเร็จอย่างเป็นระบบ (Systematic Performance Measure) นอกจากนี้ ยังได้อธิบายถึงลักษณะขององค์กรที่ประสบความสำเร็จควรประกอบด้วยปัจจัย 5 อย่าง เรียกว่า องค์กร 5-S ได้แก่ จี๊วแต่แจ้วคุณภาพ (Small) ฉลาดทรงภูมิปัญญา (Smart) ยิ้มแย้มเปี่ยมน้ำใจ (Smile) ร่วมมือไร้ขัดแย้ง (Smooth) และรวดเร็วเหนือความคาดหมาย (Simplify)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2550: 1 - 2) กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success Factors : KSF) ประกอบด้วย 1) ต้องมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) 2) ต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ (Competitive Cost) 3) ต้องมีความสามารถหลักขององค์กร (Core Competence) ซึ่งถือเป็นจุดแข็งขององค์กร อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือ Valuable หมายถึง การมีคุณค่าในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันอย่างแท้จริง Rare หมายถึง เป็นปัจจัยที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรือคู่แข่งในอุตสาหกรรมไม่มี Costly to Imitate หมายถึง ไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือมีต้นทุนในการที่คู่แข่งจะสร้างขึ้นมาให้เทียบเท่า และ Non-substitutable หมายถึง ไม่สามารถหาทดแทนได้ และสุดท้าย 4) ปัจจัยด้านข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของกิจการ (Competitive Advantage) ได้แก่ ควรเลือกผลิตในสิ่งที่ถนัดและได้เปรียบมากที่สุด โดยประเทศพัฒนาแล้วอาจเน้นเทคโนโลยี ส่วนประเทศกำลังพัฒนาอาจเน้นกิจกรรมหรืออุตสาหกรรม Labor Intensive สำหรับสิ่งที่องค์กรเห็นว่าคือความสามารถกว่าองค์กรอื่น ก็ควรปล่อยให้้องค์กรอื่นผลิต โดยมุ่งเน้นเฉพาะสินค้าที่มีความแตกต่าง และมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ชัดเจน

อริปไตย คลีสุนทร (2550: 3 - 4) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์การบริหารในยุคโลกาภิวัตน์ที่โลกเสมือนเล็ก (Global Village) ในขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรการผลิตลดลงด้วยนั้น นักบริหารในระยะหลัง จึงพยายามใช้ยุทธศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อมุ่งบรรลุเรื่อง 3 เรื่อง คือ ใช้คนเท่าเดิมทำงานได้มากขึ้น งานเท่าเดิม แต่ใช้คนน้อยลง และคุณภาพของงานต้องดีเท่าเดิม หรือดีกว่า ทั้งนี้ การจะบรรลุ 3 เรื่องดังกล่าวนี้ ยุทธศาสตร์ที่ควรนำมาใช้คือ 1) การใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศ (Information Utilization) เพื่อประกอบการตัดสินใจให้มากขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องมีข้อแม้ว่า ข้อมูลสารสนเทศนั้นๆ ต้องรวดเร็ว ถูกต้อง ทันสมัย และใช้ประยุกต์ได้ ปัญหาคือ ข้อมูลสารสนเทศบางอย่างรวบรวมได้ง่าย ถ้าครอบคลุมเนื้องานน้อย แต่บางอย่างก็ได้น้อย ต้องอาศัยเวลาสำรวจ ตรวจสอบ วิเคราะห์ก่อนนำมาใช้ได้ ในส่วนนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและศึกษาว่าข้อมูลสารสนเทศเรื่องใดจำเป็น และครอบคลุมพื้นที่ใดมากที่สุดเพียงใด จากผู้บริหารหรือผู้ต้องการใช้ข้อมูลด้วย 2) การบริหารทางไกล (High-Tech Administration) ในยุคนี้เครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารสะดวก รวดเร็วมาก อยู่ไกลกันก็สามารถทำงานเรื่องเดียวกันได้ ประชุมร่วมกันได้ (Teleconference) ดังนั้น สื่อหลายอย่าง อาทิ โทรศัพท์มือถือ โทรสาร วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ เครือข่ายการเชื่อมโยงอุปกรณ์เหล่านี้ควรหาไว้ใช้ตามสมควร เพราะจะช่วยประหยัดเวลาเข้าใจกันง่ายและสะดวก เรื่องนี้ปัญหาคือ ต้องมีการจัดระบบ ระเบียบ และเครือข่ายการรับส่งให้ดีพอ 3) การหาความรู้ทำงานกับระบบคอมพิวเตอร์ (Computer Literacy) ปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์เป็นส่วนสำคัญในการทำงานสำหรับผู้บริหารมากขึ้น คาดว่าผู้บริหารในช่วง 3-5 ปี ข้างหน้า ควรมีทักษะทำงานกับระบบคอมพิวเตอร์บางประการ อาทิ การเรียกข้อมูลสำคัญมาใช้ การแก้ไขข้อมูลบางรายการ ฯลฯ ซึ่งทักษะดังกล่าวสามารถฝึกอบรมได้ภายในเวลาไม่นานนัก โปรแกรมสำเร็จรูปจำนวนมากสามารถฝึกฝนใช้ได้โดยใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ หลังจากนั้นเมื่อใช้บ่อยๆ ทักษะด้านนี้จะพัฒนาขึ้นได้ 4) การมองการณ์ไกล (Introspection) ดังที่ใช้กันอยู่ว่าผู้บริหารและคณะต้องมีวิสัยทัศน์ (Vision) กว้างไกล ไม่นึกแต่เพียงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า แต่ต้องคาดการณ์ในอนาคต 10 ปี 15 ปี 30 ปี บนฐานของความเป็นจริงในปัจจุบัน ผนวกกับความเปลี่ยนแปลงทุกด้านในอนาคตจากการคาดเดาเชิงวิทยาศาสตร์ ได้ใกล้เคียง และมีแนวปฏิบัติที่จะไปสู่เป้าหมาย หรือความคาดหวังในอนาคตนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน 5) การใช้หน่วยงาน/องค์กรอื่นทำงาน (Decentralization) งานบางงานที่หน่วยงานอื่นๆ ทำได้ดีกว่า เนื่องจากหลายหน่วยงานที่ตั้งภายหลังหรืออยู่ในพื้นที่เป้าหมาย มีวัตถุประสงค์เฉพาะสามารถทำงานได้ดีกว่า ปัจจุบันภาคเอกชนที่ทำงานเฉพาะบางเรื่องได้ดีกว่า ควรได้รับโอกาสให้ทำงาน (Privatization) เนื่องจากคล่องตัวกว่า ปรับเปลี่ยนได้ง่ายกว่า แต่ทั้งนี้ควรต้องมีการวิเคราะห์ลักษณะงานอย่างรอบคอบด้วย แนวคิดพื้นฐานของเรื่องนี้คือ การกระจายอำนาจให้ผู้เหมาะสมรับผิดชอบ 6) การจัดรูปองค์กรที่ทำงานได้ฉับไว (Organization Development) ให้มีลักษณะขั้นตอนการบังคับบัญชาไม่ซับซ้อนนัก องค์กรปัจจุบันควรต้องปรับโครงสร้างองค์กร (Re-structuring) และปรับวิธีหรือกระบวนการการทำงาน (Re-engineering) ให้เหมาะสมกับยุคและสมัยนี้ด้วย มีนักบริหารบางท่านเสนอว่าองค์กรอาจจัดให้มีความยืดหยุ่น สามารถสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี หน่วยงานย่อยควรจะมีมีความสำคัญทัดเทียมกันและลักษณะงานประจำ ดังเช่นเป็นสายงานหลัก (Line) และสายงานรอง (Staff) ที่ไม่คอยเอื้อต่อการปรับตัว

น่าจะค่อยๆ หายไป องค์กรใดใหญ่มาก อู้ย้าย ปรับตัวช้า ก็ควรแยกองค์กร (Spin off) ให้เป็น องค์กรย่อยหลายองค์กร งานก็จะฉับไว รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น นอกจากนั้น ระบบสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation) ที่เชื่อมโยงกันได้ทั้งสำนักงาน ควรได้รับการ พิจารณาในการปรับปรุงองค์กรด้วย และ7) การพัฒนาบุคลากร (Personnel Development) บุคลากร ในหน่วยงานควรได้รับการศึกษา ฝึกฝน อบรมอย่างสม่ำเสมอ ให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงทาง วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และความต้องการของหน่วยงาน มิฉะนั้นอาจจะปรับเปลี่ยนได้ไม่ทัน หรือไม่เหมาะสม การพัฒนาบุคลากรมิใช่แนวคิดใหม่ แต่ปัจจุบันวิธีพัฒนาบุคลากรนั้นอาจจะทำ ได้โดยรูปแบบใหม่ ทำให้สามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ขององค์กร แนวโน้มของความเปลี่ยนแปลง ได้โดยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พื้นฐานการศึกษาที่สูง การสร้างความเข้าใจทำได้น่าจะง่ายขึ้น และ ช่วยปรับตัวให้เข้ากับเปลี่ยนแปลงได้ง่ายขึ้น ในส่วนนี้การให้โอกาสบุคลากรได้ทำงาน การ สนับสนุนให้ได้เรียนต่อ หรือได้ฝึกอบรมในระดับสูงขึ้น รวมทั้งให้โอกาสเรียนภาษาที่ใช้ในองค์กร สหประชาชาติ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาจีน ภาษาสเปน ภาษาอาหรับ ภาษารัสเซีย ให้ เก่งเท่าหรือเกือบเท่าภาษาแม่ของแต่ละคน จะช่วยให้รับรู้และทำงานได้ดีขึ้น

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2551: 12 - 13) กล่าวถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ สำหรับการวางแผนธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-business Planning) ได้แก่ 1) การค้าขายสินค้า หรือบริการที่สำคัญ 2) การส่งเสริมจากผู้บริหารระดับสูง 3) ทีมของโครงการมีหน้าที่หลายด้าน 4) มีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคนิคที่เหมาะสม 5) ต้องได้รับการยอมรับจากลูกค้า 6) มีการสื่อสาร บนเว็บไซต์ใช้งานง่าย 7) ความปลอดภัยและการควบคุมในระบบ e-Commerce 8) การแข่งขันและ สถานการณ์ของตลาด 9) ทำโครงการนำร่องเพื่อให้เกิดความรู้ในหน่วยงาน 10) ใช้การสนับสนุน และการสื่อสารภายใน 11) ค่าใช้จ่ายของโครงการ e-Commerce ต้องสมเหตุสมผล และ 12) จำเป็นต้องมีระดับความเชื่อมั่นที่เพียงพอระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (2551) กล่าวถึงความสำเร็จของธุรกิจ อุตสาหกรรมจะวัดกันที่ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของแต่ละองค์กรเป็น หลัก องค์กรใดมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่า องค์กรนั้นก็จะมีโอกาสสร้างรายได้สร้างกำไร ได้ มากกว่า โดยตัวชี้วัด "ความสามารถในการแข่งขัน" ของกิจการใดๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มี ด้วยกัน 4 ตัวชี้วัด อันได้แก่ ต้นทุน คุณภาพ การบริการ และความรวดเร็ว 1) ในด้านต้นทุนนั้น หาก องค์กรหรือธุรกิจอุตสาหกรรมใด สามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง องค์กรนั้นก็สามรถตั้งราคาขายสำหรับสินค้าหรือค่าบริการได้ต่ำกว่าคู่แข่งเรามีต้นทุนการผลิตที่ ต่ำกว่าก็คือ การมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการลดต้นทุนในกระบวนการผลิตและลด ความสูญเสีย (ความสูญเสียเปล่า) ต่างๆ ในองค์กร ได้ โดยเฉพาะการลดต้นทุนด้วยการประหยัดพลังงาน การลดของเสียความสิ้นเปลืองในการใช้ทรัพยากร การลดของเสีย (ของไม่มีคุณภาพ) จากกระบวนการ ผลิต เป็นต้น 2) ด้านคุณภาพ หากองค์กรใดสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีคุณภาพดีกว่าหรือสูง กว่าคู่แข่ง องค์กรนั้นก็จะมีโอกาสขายสินค้าได้มากกว่า เพราะในราคาที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน ลูกค้าก็

จะเลือกเอาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าเรื่องของคุณภาพนี้ แม้จะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันมากมาย เช่น ของที่มีคุณภาพคืออาจหมายถึง ของที่ใช้ได้ทนทาน ใช้ได้สะดวก หยิบเหมาะมือ ราคาถูก มีรูปแบบสวย สีสวย ทันสมัย เป็นต้น แต่มักจะจบลงที่ "ความพึงพอใจของลูกค้า" เสมอดังนั้น หากจะกล่าวว่า ทั้งหมดทั้งปวงที่ลูกค้าต้องการจากสินค้าที่เราเสนอขาย หรือสิ่งที่เราให้บริการ ก็คือ "คุณภาพ" ก็ไม่ผิดนัก เพราะถ้าเราทำได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ โอกาสที่จะกลับมาซื้อหาสินค้าหรือเลือกใช้บริการของเราอีกในอนาคตก็มีมากขึ้น โอกาสที่เราจะต่อสู้แข่งขันก็เพิ่มมากขึ้นด้วย 3) การบริการ นอกจากการบริการที่มีคุณภาพจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือประทับใจแล้ว ยังต้องทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจในกิจการของเราและนำไปสู่การตัดสินใจเป็น "ลูกค้าประจำ" ของเราด้วยหลายต่อหลายครั้งที่ลูกค้าอยากซื้อสินค้าจากเรา แต่ก็ไม่มั่นใจว่าจะมีบริการหลังการขายหรือไม่หรือมีเพียงน้อยแห่ง (หาศูนย์ซ่อมยาก) เช่น โทรทัสน์ วิทย์ รัตนันต์ เป็นต้น ลูกค้าก็ไม่ไว้วางใจและอาจตัดสินใจหันไปเลือกใช้ตรายี่ห้ออื่นที่มีบริการที่ดีกว่า และ 4) ความรวดเร็ว ถือเป็นตัวที่ชี้เป็นชี้ตายในโลกการแข่งขันที่รุนแรงมากอย่างทุกวันนี้ คือใครออกสินค้าใหม่ได้เร็วกว่า ใครสามารถส่งของได้เร็วกว่า หรือใครปรับเปลี่ยนองค์กรให้เร็วกว่า คนนั้นก็มีโอกาสประสบความสำเร็จแต่ในทางปฏิบัติ การสร้างหรือเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจาก 4 ตัวชี้วัดข้างต้น ก็ไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่ายๆ เพราะตัวชี้วัดแต่ละตัวจะมีความขัดแย้งกันในตัวเองคือ ถ้าต้องการได้ของดีมีคุณภาพ ต้นทุนการผลิตก็อาจจะสูงกว่าของที่มีคุณภาพปานกลางถ้าต้องการให้พนักงานสามารถบริการทุกระดับประทับใจ ต้นทุนก็อาจจะสูงกว่าถ้าต้องการความรวดเร็วในการผลิตหรือให้บริการ หรือสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทันใจ คุณภาพก็อาจหย่อนยานไปบ้าง

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเอกสารและข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ ได้แก่ 1) ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ เช่น สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ภาวะการแข่งขันทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เป็นต้น และ 2) ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ เช่น การวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมองค์กรด้านการผลิต การตลาด การเงิน และทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจ การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

4.1 งานวิจัยในประเทศ

นพเก้า ไพรลีน (2545: 89) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานกลุ่มบริษัทโตชิบา ประเทศไทย ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านค่านิยมร่วมขององค์กร ด้านกลยุทธ์ขององค์กร ด้านทักษะขององค์กร ด้านรูปแบบการบริหารองค์กร ด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านพนักงานขององค์กร และด้านระบบภายในองค์กร ตามลำดับ

สมคิด เจตียังค์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านต่างๆ เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ กลวิธีในการเดินทางมาก การกำหนดฐานะหรือตำแหน่งทัศนภาพ แบบแผนหรือรูปแบบ ในส่วนของความสำเร็จ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ การมีนวัตกรรมที่คิดว่าการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า คุณภาพที่เหนือกว่า และประสิทธิภาพที่เหนือกว่า

พกาแมศ ร่าเริงใจ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของการจัดซื้อจัดจ้างเมื่อภาครัฐใช้วิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) กรณีศึกษา : การจัดซื้อเครื่องโทรสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ (ภาครัฐ) กับผู้ขาย (ภาคธุรกิจ) การกำหนดราคาซื้อขาย สินค้าในตลาดการประมูล และต้นทุนเชิงเปรียบเทียบระหว่างวิธีการประมูล (e-Auction) กับวิธีการจัดซื้อแบบเดิม ซึ่งการศึกษา พบว่า ลักษณะตลาดการจัดซื้อสินค้าของภาครัฐด้วยระบบการประมูล เป็นตลาดที่มีการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ ภายใต้เงื่อนไขที่มีผู้ซื้อและผู้ขายน้อยราย ผลการศึกษาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในปีงบประมาณ 2546 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาสินค้า รูปแบบในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ อุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ซึ่งพบว่า จำนวนผู้ซื้อภาครัฐมีจำนวนมากถึง 301 หน่วยงาน แต่สามารถทำการจัดซื้อ/จัดจ้างสินค้าด้วยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ได้เพียง 68 หน่วยงาน สาเหตุหลักที่พบคือ ความไม่พร้อมของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐได้ประกาศใช้เป็นครั้งแรก แต่มิได้หมายความว่า นโยบายการจัดซื้อด้วยวิธีการประมูลแบบอิเล็กทรอนิกส์จะไม่เอื้อประโยชน์ต่อทางราชการ เนื่องจากยังมีหน่วยงานที่สามารถจัดซื้อได้ด้วยวิธีดังกล่าวซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ สามารถประหยัดงบประมาณลงได้

ประมาณร้อยละ 20 ของวงเงินที่ได้รับการจัดสรรในปี 2546 นอกจากนี้ ผู้ซื้อ คือ ภาครัฐมีอำนาจในการกำหนดราคาและขั้นตอนวิธีการด้วยระเบียบและกฎเกณฑ์ของทางราชการที่ผู้ขายไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และสำหรับผู้ขายจะกำหนดราคาขายสินค้าให้กับทางราชการในการเสนอราคาสุดท้ายโดยราคาดังกล่าวจะต้องต่ำกว่าราคากลาง หรือราคาที่ทางราชการใช้ในการเริ่มต้นประมูลหรือจัดซื้อจากกรณีศึกษาพบว่า ราคาที่ผู้ขายเสนอขายให้กับทางราชการต่ำกว่าราคากลางและราคาตลาดสินค้าในขณะนั้น แสดงให้เห็นว่า ผู้ซื้อ (ภาครัฐ) สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง เมื่อเปรียบเทียบต้นทุนดำเนินการในขบวนการจัดซื้อจัดจ้างทุกขั้นตอนจะพบว่า ภาครัฐมีต้นทุนในการดำเนินงานที่เป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสในการปฏิบัติงานในแต่ละวิธีตามระเบียบของทางราชการจำนวนมาก ดังนั้น ภาครัฐควรพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้วิธีการจัดซื้อจัดจ้างให้เหมาะสมกับวงเงินงบประมาณระยะเวลา และปริมาณสินค้าในการจัดซื้อแต่ละครั้ง เพื่อประโยชน์ในการประหยัดงบประมาณค่าดำเนินการ ทั้งนี้ จากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะและข้อสังเกตที่ได้จากการศึกษาว่า ภาครัฐควรจะทำการศึกษาถึงข้อบกพร่องและความไม่พร้อมของหลักเกณฑ์และวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวมากขึ้น รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือให้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐในการนำระบบวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ประกอบกับราคาที่ได้จากการประมูลมีราคาต่ำกว่าราคากลางของทางราชการค่อนข้างมาก ควรที่จะมีการศึกษาเช่นเดียวกันว่าเกิดจากสาเหตุใด และวิธีการที่ภาครัฐจะดำเนินการต่อไปในอนาคตเพื่อป้องกันการซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น และศึกษาเชิงลึกต่อไปว่า ใครจะเป็นผู้ได้รับสวัสดิการทางสังคมที่แท้จริง และผลกระทบ ที่เกิดจากการนำวิธีการประมูลมาใช้เพื่อหาข้อสรุปในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

พนิดา ทรัพย์อุดม (2546: 61 - 69) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ของฝ่ายการพัสดุ การท่าเรือแห่งประเทศไทย ได้สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคในการนำระบบการจัดซื้อด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานในทัศนคติของผู้เข้าร่วมการประมูลไว้ว่า ระบบอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ผู้ประกอบการหายไป เพราะบริษัทที่ประมูลงาน ได้ส่วนใหญ่มักจะเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง และสำหรับผู้ค้าที่มีเทคโนโลยีต่ำจะมีข้อจำกัดในการเข้าร่วมประมูล นอกจากนี้ ผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยยังได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการไว้ว่า “ควรวางแผนเลือกพัสดุที่จะประมูลในระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นพัสดุที่มีลักษณะเฉพาะชัดเจน เป็นพัสดุประเภทเดียวกัน ไม่แตกต่างกันมาก และไม่ควรรวมพัสดุต่างประเภทเข้าประมูลด้วยกัน เนื่องจาก ซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จะไม่สามารถเข้าร่วมประมูลได้ ทำให้การแข่งขันลดลง เพราะจะเหลือเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นนายหน้ารวบรวมสินค้าของผู้ประกอบการต่างๆ ที่จะเข้าร่วมประมูล รวมทั้งยังเสนอแนะเรื่องงบประมาณที่ตั้งไว้ในการประมูล ควรกำหนดให้เหมาะสม ไม่สูงหรือต่ำเกินไป เพราะถ้ามูลค่าสินค้าต่ำไป ซัพพลายเออร์บางรายโดยเฉพาะรายใหญ่จะไม่สนใจเข้าร่วมประมูล และถ้ามูลค่าสินค้าสูงเกินไป ซัพพลายเออร์รายเล็กจะถูกกีดกันออก เนื่องจากมีต้นทุนสูงกว่าซัพพลายเออร์รายใหญ่”

สุชาดา จำพัฒน์ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา บริษัท โอที (ประเทศไทย) จำกัด สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ผู้บริหารทุกระดับมีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า เห็นด้วยกับปัจจัยทางด้านวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ทางการแข่งขัน โครงสร้างองค์กร ค่านิยมร่วมองค์กร ทักษะการบริหารและภาวะผู้นำ คุณภาพและการควบคุม เทคโนโลยีสารสนเทศ การผลิต การตลาด การวิจัยและพัฒนา การบริหารการเงินและต้นทุนและการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ไม่แน่ใจกับบรรยากาศการทำงาน ผลตอบแทนแรงจูงใจ และเห็นด้วยอย่างยิ่งกับปัจจัยการเรียนรู้และพัฒนา ว่าได้มีการใช้และปฏิบัติจริงในปัจจุบัน ส่วนในอนาคตนั้น ผู้บริหารทุกระดับมิให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างชัดเจน ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ปัจจัยทุกด้านก่อให้เกิดความสามารถในอนาคต

คมสัน สุวรรณมานะศิลป์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การประมูลงานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) กรณีศึกษา: การจัดซื้อจัดจ้างสำหรับบริษัทและ โรงงานอุตสาหกรรมในภาคเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงรายละเอียดตลอดจนขั้นตอนของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนผลต่างทางด้านราคาที่เกิดขึ้นจากการประมูลเทียบกับวงเงินงบประมาณที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งอยู่เบื้องหลังของผู้จัดการประมูลที่เลือกใช้การประมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และสุดท้ายเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ประมูลที่สะท้อนออกมา หลังการเปลี่ยนรูปแบบการประมูลเป็นการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ขั้นตอนต่างๆ ของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นขั้นตอนที่นำมาซึ่งประโยชน์หรือข้อดีของการประมูล 3 ประการคือ ความโปร่งใส ความรวดเร็ว และราคาซื้อขายที่ยุติธรรม ด้วยเหตุผลทั้ง 3 ประการดังกล่าวข้างต้นนี้เองที่เป็นปัจจัยหลักอันนำไปให้บริษัทผู้จัดการประมูลทั้งหลาย สนใจที่จะเปลี่ยนรูปแบบของการประมูลมาเป็นการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หากแต่ติดขัดปัญหาในเรื่องคำดำเนินการเบื้องต้นสำหรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประมูล จากการประมูลในรูปแบบเดิมเป็นการประมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องใช้การลงทุนที่สูง ซึ่งปัญหาเรื่องต้นทุนของการเปลี่ยนแปลงนี้เอง เป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้ย่างก้าวการเดินของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประมูลนั้นต้องล่าช้าออกไป ส่วนผลลัพธ์ในเรื่องราคาซื้อสินค้าและบริการ ที่เกิดขึ้นจากการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้จัดการประมูลได้รับ พบว่า ผู้จัดการประมูลสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ต่ำกว่าเงินงบประมาณหรือราคากลางที่ตั้งไว้โดยประมาณร้อยละ 10 ถึงร้อยละ 12 ซึ่งผลดังกล่าวยังไม่ชัดเจนแน่นอน ทั้งนี้ เนื่องจากการซื้อสินค้าและบริการได้ต่ำกว่าเงินงบประมาณดังกล่าว อาจมีปัจจัยอื่นเกี่ยวข้องด้วย เช่น การกำหนดงบประมาณที่ผิดพลาดหรือกำหนดไว้สูงเกินภาวะความเป็นจริง เป็นต้น

ลัดดาวัลย์ ไชยวานิชย์ผล (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ กรณีศึกษา การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนคลังและพัสดุ สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการ ขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรค แนวทางแก้ไข ในการจัดซื้อจัดจ้างในรูปแบบการประมูลด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า กระบวนการ และขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างในรูปแบบการประมูลด้วย

อิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี มีความโปร่งใส ลดปัญหาการฮั้ว การอุ้มและค่าหัวคิวลงได้ โดยปัญหาและอุปสรรคที่พบ ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ ระบบงบประมาณกำหนดเป็นหมวดรายจ่าย เงินประจำงวด มีลักษณะรายจ่ายต่างกันถึงแม้พัสดุมีลักษณะใกล้เคียงกันก็ไม่สามารถรวบรวมเพื่อจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ เจ้าหน้าที่ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและขาดทักษะในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ หลักเกณฑ์และแนวทางการกำหนดช่วงราคาขั้นต่ำในอัตราร้อยละ 3 ถึงร้อยละ 5 ของวงเงินงบประมาณ เป็นช่วงราคามีวงเงินสูง ทำให้การประมูลไม่สำเร็จ หรือผู้เสนอราคาเพียงรายเดียวต้องยกเลิก หรือผู้ที่ผ่านข้อเสนอทางเทคนิคแต่เมื่อถึงเวลาประมูลกลับไม่เสนอราคาต้องยกเลิก แนวทางแก้ไข ปรับปรุง ได้แก่ ควรจัดซื้อสินค้า/บริการ วงเงินไม่สูงมาก ขยายการประมูลให้ครอบคลุมถึง การประมูลก่อสร้างหรือ โครงการขนาดใหญ่ ฯลฯ จัดทำคู่มือและจัดฝึกอบรมวิธีการจัดทำประกาศเชิญชวน รายงานผลความคืบหน้า และรายงานผลการประมูลออนไลน์ถึงกระทรวงการคลัง เพื่อสรุปผลในภาพรวม ปรับเปลี่ยนผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ดำเนินการจัดการ ทั้งนี้การดำเนินการ จัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์จะประสบผลสำเร็จต้องสร้างความเข้าใจร่วมกันทุกฝ่ายระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้เข้าร่วมการประมูล ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชน การนำระบบจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป้าหมายที่สำคัญคือการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน เกิดความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

พิชัย สุขอยู่ (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การประมูลด้วยระบบ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) : ปัญหาและอุปสรรค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ศึกษาเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนผลการดำเนินการและปัญหาอุปสรรคที่ผ่านมา โดยพบจากการศึกษา ในด้านระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 พบว่า 1) ผู้เสนอราคาต้องมาเสนอราคาพร้อมกันในสถานที่ที่กำหนดให้ นั้น จะทำให้เกิดปัญหาการขัดขวางการเสนอราคามีโอกาสเกิดขึ้นอีก 2) ปัญหาเรื่องการสมยอมกันนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าไม่สามารถป้องกันได้ เนื่องจากการเจรจาจะเกิดขึ้นก่อนที่จะมีการเสนอราคา ซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถประหยัดงบประมาณได้ 3) ระยะเวลาดำเนินการ วิธีนี้จะใช้เวลามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับระเบียบที่ผ่านมาคือประมาณ 60 วัน เนื่องจากต้องเสียเวลาไปกับการจัดทำขอบเขตของงาน (TOR) และการรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลภายนอกในแต่ละขั้นตอน โดยผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ในด้านปัญหาการขัดขวางการเสนอราคา ควรเปิดโอกาสให้ผู้เสนอราคาสามารถเสนอราคาจากสำนักงานของตนเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในด้านปัญหาการสมยอมการเสนอราคา ระเบียบฯ ไม่สามารถป้องกันได้ ดังนั้น ควรจัดตั้งหน่วยงานกลาง เช่น กรมบัญชีกลาง เป็นผู้ให้หรือขายเอกสารหรือเปิดโอกาสให้สั่งซื้อทางไปรษณีย์ และปิดรายชื่อผู้ซื้อซื้อเอกสารเป็นความลับ ตั้งแต่ขั้นตอนการให้หรือขายเอกสารประกวดราคา ส่วนราชการเจ้าของโครงการต้องคิดราคากลางให้ถูกต้องเป็นจริงมากที่สุด และหน่วยงานของภาครัฐ รวมทั้งผู้ให้บริการตลาดกลางฯ ควรขยายสาขาการบริการให้ครอบคลุมทุกจังหวัด และฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้เพียงพอ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มงบประมาณในการสร้างระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้เพียงพอกับการใช้งาน

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2548: 2-12) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) พ.ศ. 2548 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางให้รัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป โดยได้รวบรวมความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับ 1) การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง โดยการประมูลด้วย e - Auction 2) ความโปร่งใส/ป้องกันการฮั้วประมูลและโอกาสในการแข่งขันของผู้ค้า 3) การประสบปัญหาการประมูลด้วย e - Auction 4) ความพึงพอใจต่อการจัดซื้อจัดจ้างด้วย e - Auction และ 5) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการจัดซื้อจัดจ้าง พบว่า ในด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วย e - Auction ร้อยละ 83.2 ได้รับการจัดสรรงบประมาณเรียบร้อยแล้ว ในด้านความโปร่งใส/ป้องกันการฮั้วประมูล และ โอกาสในการแข่งขันของผู้ค้า พบว่า สำหรับการประมูลแบบเปิดราคา ร้อยละ 52.9 เห็นว่ายังไม่โปร่งใส ส่วนการประมูลแบบปิดราคา ร้อยละ 54.3 เห็นว่ามีความโปร่งใส ในด้านการประสบปัญหาการประมูลด้วย e - Auction พบว่า ปัญหาเกี่ยวกับจำนวนผู้ค้าที่เข้าร่วมประมูล ร้อยละ 62 มีจำนวนไม่เพียงพอ ทำให้ต้องยกเลิกการประมูลหรือเปลี่ยนรูปแบบการจัดซื้อใหม่ และปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ร้อยละ 57.7 เห็นว่ายังมีปัญหา ได้แก่ มีผู้ค้ามาขึ้นน้อย ทำให้ไม่เกิดการแข่งขัน ขั้นตอนการดำเนินงานยุ่งยาก มีผู้ค้ามาขึ้นไม่ครบราย ตลาดกลางไม่เอาใจใส่ในการติดตามงาน บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งระเบียบการปฏิบัติงานยังไม่ชัดเจน ในด้านความพึงพอใจต่อการจัดซื้อจัดจ้างด้วย e - Auction พบว่า ด้านการให้บริการของตลาดกลางฯ ร้อยละ 66.3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความพึงพอใจต่อการจัดซื้อ/จัดจ้างโดยการประมูลด้วย e-Auction เทียบกับการจัดซื้อ/จัดจ้างแบบเดิม ร้อยละ 37.5 พอใจวิธี e-Auction มากกว่าวิธีเดิม ส่วนในด้านข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการจัดซื้อจัดจ้าง พบว่า ร้อยละ 52.4 เห็นว่าควรปรับปรุง ได้แก่ ควรกำหนดกฎระเบียบ และแนวทางปฏิบัติงานให้ชัดเจน เช่น การกำหนดวงเงินงบประมาณ ประเภทของงานให้เหมาะสมในการทำ e - Auction ความพร้อมในการให้บริการของตลาดกลางฯ เช่น ลดค่าธรรมเนียมให้ถูกลง ไม่ควรอบรมผู้ค้าพร้อมกัน มีการประสานงาน ติดตามงานกับผู้ค้า ลดขั้นตอนการส่งเอกสาร และปรับปรุงรูปแบบการรายงานผล ปรับปรุงระยะเวลาในการปิดประกาศ และการประกาศรายชื่อผู้ค้าที่มีสิทธิ์เข้าร่วมประมูล กำหนดเงื่อนไขการเคาะราคา เช่น ให้ผู้ค้าเสนอราคาทุกราย หาวิธีป้องกันการฮั้วประมูล

เอกนันทน์ ฟ้ากระจ่าง (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ ในเขตจังหวัดอุดรธานีที่มีต่อระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Procurement) ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่เคยใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการรับรู้โดยเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่หน่วยงานรัฐสามารถตรวจสอบความเป็นนิติบุคคลและสถานการณ์เสียภาษีของธุรกิจได้ รองลงมาคือ ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถค้นข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารการประกวดราคาหรือสอบราคาของหน่วยงานรัฐ โดยมีการรับรู้โดยเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประมูลด้วยอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่เคยใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ผู้ประกอบการธุรกิจมีการรับรู้โดยเฉลี่ยมากที่สุดคือ การเป็นระบบที่รวบรวมรายการ

สินค้าและบริการของผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจมีการปรับตัวมากที่สุดคือ การตรวจสอบและปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของธุรกิจในด้านนิติบุคคลและภาษี รองลงมาคือ การนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการสืบค้นข้อมูล ผู้ประกอบการธุรกิจมีการปรับตัวน้อยที่สุดคือ การกำหนดแผนงานระยะสั้นหรือระยะยาวในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างกันในสินค้าที่จำหน่ายและผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความแตกต่างกันในจำนวนคอมพิวเตอร์ที่ใช้ดำเนินธุรกิจจะมีการรับรู้ต่อระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน โดยสรุป ผู้ประกอบการธุรกิจมีการรับรู้และการปรับตัวต่อระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในระดับน้อย จึงควรมีการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และประโยชน์ที่จะได้รับจากระบบจัดซื้อจัดจ้างรูปแบบใหม่แก่ผู้ประกอบการธุรกิจให้มากขึ้นกว่าเดิม

รักนรินทร์ แสนราช (2549: 221-226) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ส่วนใหญ่ผู้ค้าได้ข้อมูลการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาจากหน่วยงานภาครัฐ ในด้านการเตรียมความพร้อมของผู้ค้าพบปัญหาด้านการศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติในการประมูลมากที่สุด ต้องมีการส่งบุคลากรเข้าร่วมอบรมเพิ่มเติมทั้งในด้านการใช้โปรแกรม ด้านกฎระเบียบ และวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ใช้บุคลากรดูแลเรื่องการประมูลจำนวน 1-3 คน มีเครื่องคอมพิวเตอร์สมรรถนะปานกลางเพื่อการใช้งาน 1-2 เครื่อง ใช้ซอฟต์แวร์ Internet Explorer ในการประมูล การเสนอขายสินค้าจะดูจากเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ เฉลี่ยวันละ 3 ครั้ง ยอดขายโดยเฉลี่ยจากการประมูลต่อปีมากกว่า 1,000,000 บาท และผู้ค้าเห็นว่า การจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ยังไม่สามารถป้องกันการทุจริตโดยการฮั้วได้นอกจากนี้ ยังได้ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัญหาในการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ จำแนกตามขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรมพบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน โดยธุรกิจขนาดเล็กมีปัญหาของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

ระวีวรรณ จันทนะโพธิ (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษากระบวนการในการดำเนินงาน โครงการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) เพื่อค้นหาแนวทางและวิธีการในการปรับปรุงและพัฒนา กรณีศึกษา การประมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางและวิธีการในการพัฒนา และปรับปรุงกระบวนการ โครงการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากโครงการนี้ และกรณีศึกษาเรื่องการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ ข้อดี ข้อเสีย และการนำกระบวนการนี้มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ในด้านกระบวนการในการดำเนินงาน และพัฒนาประเทศให้เข้าสู่โครงการที่เรียกว่ารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์นั้น ยังคงต้องใช้เวลามากในระยะเวลาว่าจะสำเร็จสมบูรณ์ อีกทั้งในส่วนที่รัฐยังไม่ได้ทำ และยังไม่สำเร็จก็ยังมีอีกหลายจุด เนื่องจากปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อโครงการ ทำให้โครงการล่าช้า และติดขัด และอีกด้านหนึ่งคือส่วนที่รัฐได้จัดทำไปแล้วในบางส่วนนั้น ยังต้องพัฒนาและปรับปรุง และแก้ไขเพิ่มเติม

4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Stephens. (2001: Abstract) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การนำวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับกองทัพเรือ ประเทศแคนาดา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จของการนำระบบดังกล่าวมาใช้กับหน่วยงาน พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำระบบดังกล่าวมาใช้ที่สำคัญคือ ผู้ค้าสามารถเสนอราคาได้โดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง ขณะที่วิธีการเสนอราคาแบบเดิม ผู้ค้าสามารถเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น โดยจากการวิเคราะห์ผลของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า มีงานที่ใช้วิธีการจัดซื้อดังกล่าวจำนวน 43 งาน สามารถสร้างส่วนประหยัดจากการประมูลได้เท่ากับ \$1.6 ล้าน หรือคิดเป็นส่วนประหยัดเฉลี่ยร้อยละ 21.83

Manaberi and Martin. (2005: Abstract) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อ กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ประเทศสวีเดน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการจัดซื้อจัดจ้างในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเมื่อนำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยได้ทำการศึกษาบริษัท 2 แห่ง ได้แก่ บริษัท Vodafone ที่มีการนำเอาการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ทั่วโลกเป็นแห่งแรกๆ และบริษัท Ericsson บริษัทชั้นนำด้านอุปกรณ์การสื่อสาร ซึ่งได้นำการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสรรหา (Sourcing) ประจำวัน ผลจากการวิจัย พบว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มความเร็วในการจัดซื้อจัดจ้าง และยังสร้างความตื่นตัวให้กับผู้ค้าเกี่ยวกับกิจกรรมการขายและการตลาดได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังพบว่า ราคาสินค้า/บริการไม่ใช่สิ่งสำคัญอย่างที่คาดไว้ แต่ในทางตรงกันข้าม กลับกลายเป็นผลกระทบจากการได้ราคา

Pucihar and Gricar. (2005: 1-8) ได้จัดการประชุมในลักษณะของ e-Conference ครั้งที่ 18 โดยมีหัวข้อการประชุมคือ การศึกษาปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) กรณีศึกษา องค์กรขนาดใหญ่ในประเทศ Slovenia การจากประชุมดังกล่าว มีหัวข้อที่น่าสนใจเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์คือ มีเพียงไม่กี่หน่วยงานในประเทศที่นำระบบ e-Marketplace มาใช้ เพื่อจัดทำระบบการจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Procurement) หรือการสรรหาทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Sourcing) โดยในปี 2004 หน่วยงานภาครัฐในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสารสนเทศ ได้เริ่มการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรกในการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) จำนวน 15 เครื่อง งานดังกล่าวสามารถสร้างส่วนประหยัดจากการประมูลได้ร้อยละ 34 และจากการศึกษาสภาวะแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ประกอบด้วย 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ความไว้วางใจระหว่างคู่ค้า สภาวะทางธุรกิจที่เอื้ออำนวย มีการใช้ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างคู่ค้าทางธุรกิจ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

Insituation of Strategy and International Business. (2006) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบ และทดสอบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบโลว์ราคา ลงพบว่า จากการนำระบบดังกล่าวมาใช้ ทำให้ประสิทธิภาพของการจัดซื้อจัดจ้างเพิ่มขึ้น ต้นทุนการทำธุรกรรมต่างๆ ลดลง รวมทั้งยังสามารถเข้าถึงระบบได้ทั่วโลก และสะดวกต่อการใช้งาน นอกจากนี้ ยังพบว่า ราคาสินค้าไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกผู้ค้าเพียงอย่างเดียว งานวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นว่า การประมูลแบบรวม (Combinatorial Auctions) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเสนอราคาในลักษณะของกลุ่มของสินค้าหลายรายการ พบว่า เป็นประโยชน์ในหลายๆ ด้าน อย่างไรก็ตาม การประมูลแบบรวมไม่ได้เป็นที่นิยมมากนักในการปฏิบัติ เนื่องจาก เป็นวิธีการที่ซับซ้อน การเสนอราคายุ่งยาก ดังนั้น สำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการประมูลแบบรวม ซึ่งจะช่วยบรรเทาปัญหาให้กับทั้งผู้ซื้อและผู้ค้าได้

Singh. (2006) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบและใช้เครื่องมือ FauxBay ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อการทดสอบของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับงานประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า โดยปกติแล้วตลาดกลางฯ มักจะใช้เวลาและทรัพยากรจำนวนมากในการทดสอบกลยุทธ์การประมูลเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริง ก่อให้เกิดงานวิจัยฉบับนี้ขึ้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ซึ่งได้พัฒนาเครื่องมือที่เรียกว่า FauxBay ขึ้น เครื่องมือนี้ สามารถกำหนดสถานการณ์จำลองเพื่อทดสอบกลยุทธ์การประมูลของตลาดกลางได้ รวมทั้งสามารถใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการจัดทำราคาคาดหวังจากการประมูล (Reserve Price) เครื่องมือนี้สามารถพบได้ในเว็บไซต์ของ eBay โดยเครื่องมือ FauxBay มีโหมดการจำลองสถานการณ์ประมูล 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่อิงตามสถานการณ์ (Event-based) และรูปแบบที่อิงตามเวลา (Clock-based) สำหรับรูปแบบอิงตามสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานของตลาดกลางได้เร็วขึ้น โดยคาดการณ์สถานการณ์ต่างๆ ได้ ในทางตรงกันข้าม รูปแบบอิงตามเวลา จะเป็นการทดสอบและวัดผลการทำงานในสถานะแวดล้อมที่มีการประมูล ซึ่งเวลาจะมีการเปลี่ยนแปลงแบบเชิงเส้น รูปแบบนี้จะมีลักษณะคล้ายกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยทั่วไป ลักษณะสำคัญของเครื่องมือ FauxBay คือ เป็นการทดสอบกลยุทธ์ หรือรูปแบบของตลาดกลางฯ ตามข้อมูลจริงบนเว็บไซต์ของ eBay ขณะที่มีการแข่งขันกันประมูลสินค้า ซึ่งผลที่ได้จากการทดสอบเครื่องมือ FauxBay นี้ จะวิเคราะห์ผลงานของตลาดกลางฯ ในสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดจากการประมูลจริง

จากการรวบรวมข้อมูลแนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อ การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาสังเคราะห์ เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และข้อคำถามการวิจัยสำหรับสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสำเร็จของผู้ชนะการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ดังนี้

1. ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ 2) ด้านการจัดเตรียมข้อมูลและคุณสมบัติด้านเทคนิคในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ 3) ด้านอุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ 4) ด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

2. ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง 2) ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ 3) ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ 4) ด้านผู้เข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

3. ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร 2) ด้านการบริหารงานขององค์กร และ 3) ด้านระบบงานภายในขององค์กร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความสำเร็จของ
ผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกรรมการผู้จัดการหรือผู้บริหารขององค์กรที่ชนะการประมูลด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ค้าที่ชนะการประมูลด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2549 จนถึงเดือนธันวาคม 2550 จำนวนทั้งสิ้น
9,383 ราย

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ใช้วิธีการคำนวณหาขนาดของ
กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นทาง
สถิติร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N = ขนาดของประชากร
e = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

$$\begin{aligned}
 \text{แทนค่า } n &= \frac{9,383}{1 + 9,383(0.05^2)} \\
 &= 383.64 \\
 &= 384 \text{ ตัวอย่าง}
 \end{aligned}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ค้าที่ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐจำนวนทั้งสิ้น 384 ราย

1.2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามขั้นตอน ดังนี้

1) แบ่งประชากรตามจำนวนครั้งที่ชนะการประมูล ได้แก่ ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง จำนวน 4,023 ราย และผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 5,360 ราย จากนั้นหาสัดส่วนประชากรได้สัดส่วนจำนวนผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง : จำนวนผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง ดังนี้

$$= 4,023 : 5,360$$

$$= 0.43 : 0.57$$

หาจำนวนตัวอย่างของแต่ละกลุ่มผู้ชนะการประมูลตามสัดส่วนที่ได้โดยการเทียบบัญญัติไตรยางค์จะได้

$$\text{กลุ่มผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง} = 165 \text{ ราย}$$

$$\text{กลุ่มผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง} = 219 \text{ ราย}$$

2) สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง จำนวน 165 ราย และผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 219 ราย รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 384 ราย

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มที่	กลุ่มผู้ชนะการประมูล	จำนวนประชากร (ราย)	จำนวนตัวอย่าง (ราย)
1	ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	4,023	165
2	ผู้ชนะการประมูล มากกว่า 1 ครั้ง	5,360	219
	รวม	9,383	384

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

รายละเอียดของการสร้างเครื่องมือ และการหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี ดังนี้

2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพัฒนาแบบสอบถามตามกระบวนการสร้างเครื่องมือวิจัย ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.1.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามการวิจัย

2.1.2 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม

2.1.3 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.1.4 ร่างแบบสอบถาม โดยกำหนดโครงสร้างแบบสอบถามเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple-Choice) และเติมข้อความมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple-Choice) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 11 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scales) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 17 ข้อ โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เกี่ยวข้องมากที่สุด

4 หมายถึง เกี่ยวข้องมาก

3 หมายถึง เกี่ยวข้องปานกลาง

2 หมายถึง เกี่ยวข้องน้อย

1 หมายถึง เกี่ยวข้องน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scales) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 28 ข้อ โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง เกี่ยวข้องมากที่สุด
- 4 หมายถึง เกี่ยวข้องมาก
- 3 หมายถึง เกี่ยวข้องปานกลาง
- 2 หมายถึง เกี่ยวข้องน้อย
- 1 หมายถึง เกี่ยวข้องน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) มีข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ

2.2 การหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดำเนินการ ดังนี้

2.2.1 หาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน (ตามรายชื่อในภาคผนวก ก) พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ โดยผู้วิจัยจะเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 ไปทดลองใช้ โดยปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

2.2.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ชนะการประมูลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าเท่ากับ 0.903

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองกับผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย โดยทำการจัดเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงมิถุนายน 2551 ด้วยการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทางอีเมล โทรสาร และ/หรือ ไปรษณีย์จำนวนทั้งสิ้น 384 ฉบับ และได้รับกลับคืนมาจำนวน 384 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะใช้สถิติในการวิจัย ดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่

- 1) ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
- 3) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

4.2 สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่

- 1) การวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square)
- 2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference)

4.3 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

สำหรับเกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ย (Mean) ผู้วิจัยแปลผลของค่าเฉลี่ย โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ (Bloom, 1971) ดังนี้

<u>ระดับคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21 – 5.00	การเกี่ยวข้องในระดับ มากที่สุด
3.41 – 4.20	การเกี่ยวข้องในระดับ มาก
2.61 – 3.40	การเกี่ยวข้องในระดับ ปานกลาง
1.81 – 2.60	การเกี่ยวข้องในระดับ น้อย
1.00 – 1.80	การเกี่ยวข้องในระดับ น้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ได้ส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384 ฉบับ และได้รับกลับคืนมาจำนวน 384 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ในการนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะทั่วไป และความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำอักษรย่อ และสัญลักษณ์ทางสถิติมาใช้ ดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
χ^2	แทน	ค่าไคสแควร์ (Chi-Square)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสอง (Mean of Squares)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะทั่วไป และความพร้อมในการดำเนินงานของ ผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1.1 ค่าร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล	จำนวน (n = 384)	ร้อยละ (100.0)
1. ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ		
1) ห้างหุ้นส่วนจำกัด	65	16.9
2) บริษัทจำกัด	303	78.9
3) บริษัทมหาชนจำกัด	14	3.6
4) รูปแบบอื่น ได้แก่ สหกรณ์	2	0.5
2. ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร		
1) ไม่เกิน 50 ล้านบาท	242	63.0
2) มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	89	23.2
3) มากกว่า 200 ล้านบาท	53	13.8
3. ด้านจำนวนบุคลากร		
1) ไม่เกิน 50 คน	199	51.8
2) มากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน	107	27.9
3) มากกว่า 200 คน	78	20.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล	จำนวน (n = 384)	ร้อยละ (100.0)
4. ด้านรูปแบบสินค้าหรือการให้บริการหลัก		
1) ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย	104	27.1
2) ซื้อมาเพื่อจำหน่าย	102	26.6
3) ธุรกิจให้บริการ	178	46.4
5. ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก		
1) วัสดุก่อสร้าง	17	4.4
2) ครุภัณฑ์	171	44.5
3) การจ้างเหมาดำเนินการ	102	26.6
4) การจ้างก่อสร้าง / ปรับปรุงตกแต่ง	87	22.7
5) บริการให้เช่า	7	1.8
6. ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
1) น้อยกว่า 1 ปี	1	0.3
2) 1 - 5 ปี	60	15.6
3) 6 - 10 ปี	68	17.7
4) 11 - 15 ปี	63	16.4
5) 16 - 20 ปี	46	12.0
6) มากกว่า 20 ปี	146	38.0
7. ด้านจำนวนครั้งของการชนะการประมูล		
1) 1 ครั้ง	165	43.0
2) มากกว่า 1 ครั้ง	219	57.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ เป็นดังนี้

1. ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 78.9 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 16.9
2. ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมามีมูลค่ามากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.2
3. ด้านจำนวนบุคลากร ส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรไม่เกิน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมามีจำนวนมากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9
4. ด้านรูปแบบสินค้าหรือการให้บริการหลัก ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาเป็นธุรกิจผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 27.1
5. ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้า/ให้บริการประเภทครุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาเป็นบริการจ้างเหมาดำเนินการ คิดเป็นร้อยละ 26.6
6. ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมามีระยะเวลา 6 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.7
7. ด้านจำนวนครั้งของการชนะการประมูล ส่วนใหญ่เป็นผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.0 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.0

1.2 ค่าร้อยละของข้อมูลด้านความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลด้านความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล ปรากฏดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล

ความพร้อมในการดำเนินงาน	ผู้ชนะ 1 ครั้ง		ผู้ชนะมากกว่า 1 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (n=165)	ร้อยละ (100.0)	จำนวน (n=219)	ร้อยละ (100.0)	จำนวน (n=384)	ร้อยละ (100.0)
1. ด้านการติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์						
1.1 แหล่งที่มาของข้อมูลการจัดซื้อ						
1) หน่วยงานผู้ซื้อ	111	67.3	114	52.1	225	58.6
2) กรมบัญชีกลาง	22	13.3	57	26.0	79	20.6
3) ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ	18	10.9	17	7.8	35	9.1
4) แหล่งอื่น เช่น ข่าวประกวดราคา	14	8.5	31	14.2	45	11.7

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความพร้อมในการดำเนินงาน	ผู้ชนะ 1 ครั้ง		ผู้ชนะมากกว่า 1 ครั้ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(n=165)	(100.0)	(n=219)	(100.0)	(n=384)	(100.0)
1.2 เว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าหน่วยงานภาครัฐ						
1) ไม่ได้หาลูกค้าทางเว็บไซต์	43	26.1	45	20.5	88	22.9
2) เว็บไซต์ของหน่วยงานผู้ซื้อ	51	30.9	57	26.0	108	28.1
3) เว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง	41	24.8	104	47.5	145	37.8
4) เว็บไซต์ตลาดกลางฯ	10	6.1	7	3.2	17	4.4
5) เว็บไซต์อื่น เช่น Google.com	20	12.1	6	2.7	26	6.8
2. ด้านการจัดเตรียมข้อมูล และคุณสมบัติด้านเทคนิคในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์						
2.1 แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ศึกษาถู ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติ						
1) หน่วยงานผู้ซื้อ	79	47.9	97	44.3	176	45.8
2) กรมบัญชีกลาง	18	10.9	30	13.7	48	12.5
3) ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ	56	33.9	73	33.3	129	33.6
4) การเข้าร่วมอบรม / สัมมนา	10	6.1	13	5.9	23	6.0
5) แหล่งอื่น เช่น เว็บไซต์	2	1.2	6	2.7	8	2.1
2.2 แหล่งขอความช่วยเหลือในการประมวล						
1) หน่วยงานผู้ซื้อ	53	32.1	86	39.3	139	36.2
2) กรมบัญชีกลาง	11	6.7	10	4.6	21	5.5
3) ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ	99	60.0	115	52.5	214	55.7
4) แหล่งอื่น เช่น สมาคม	2	1.2	8	3.7	10	2.6

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความพร้อมในการดำเนินงาน	ผู้ชนะ 1 ครั้ง		ผู้ชนะมากกว่า 1 ครั้ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(n=165)	(100.0)	(n=219)	(100.0)	(n=384)	(100.0)
3. ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์						
3.1 จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์						
1) ไม่มี	10	6.1	10	4.6	20	5.2
2) 1 - 3 เครื่อง	108	65.5	131	59.8	239	62.2
3) 4 - 6 เครื่อง	25	15.2	37	16.9	62	16.1
4) 7 - 9 เครื่อง	3	1.8	14	6.4	17	4.4
5) มากกว่า 9 เครื่อง	19	11.5	27	12.3	46	12.0
3.2 ประเภทอีเมล						
1) ไม่มีอีเมล	3	1.8	9	4.1	12	3.1
2) ฟรีอีเมล	65	39.4	81	37.0	146	38.0
3) อีเมลตามชื่อโดเมนองค์กร	85	51.5	115	52.5	200	52.1
4) ใช้อีเมลอื่น เช่น @truemail.com	12	7.3	14	6.4	26	6.8
3.3 ประเภทเว็บไซต์						
1) ไม่มีเว็บไซต์	51	30.9	91	41.6	142	37.0
2) เว็บไซต์สำเร็จรูป	11	6.7	6	2.7	17	4.4
3) ใช้โดเมนขององค์กร	103	62.4	122	55.7	225	58.6
4. ด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์						
4.1 จำนวนบุคลากร						
1) 1 - 3 คน	135	81.8	160	73.1	295	76.8
2) 4 - 6 คน	22	13.3	29	13.2	51	13.3
3) 7 - 9 คน	5	3.0	10	4.6	15	3.9
4) มากกว่า 9 คน	3	1.8	20	9.1	23	6.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความพร้อมในการดำเนินงาน	ผู้ชนะ 1 ครั้ง		ผู้ชนะมากกว่า 1 ครั้ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(n=165)	(100.0)	(n=219)	(100.0)	(n=384)	(100.0)
4.2 วุฒิการศึกษาของบุคลากร						
1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	0	0.0	2	0.9	2	0.5
2) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	5	3.0	10	4.6	15	3.9
3) อนุปริญญา / ปวส.	9	5.5	7	3.2	16	4.2
4) ปริญญาตรี	123	74.5	171	78.1	294	76.6
5) สูงกว่าปริญญาตรี	28	17.0	29	13.2	57	14.8
4.3 ความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากร						
1) ทักษะวิธีปฏิบัติกรมประมง	92	55.8	135	61.6	227	59.1
2) การใช้คอมพิวเตอร์	21	12.7	9	4.1	30	7.8
3) การใช้โปรแกรมการประมง	49	29.7	67	30.6	116	30.2
4) ความรู้ด้านอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต	3	1.8	8	3.7	11	2.9
4.4 ระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจกำหนดราคาประมง						
1) ผู้บริหารระดับสูง	91	55.2	124	56.6	215	56.0
2) ผู้จัดการฝ่ายขาย/การตลาด	39	23.6	67	30.6	106	27.6
3) ผู้จัดการหรือผู้รับผิดชอบโครงการ	35	21.2	26	11.9	61	15.9
4) ระดับอื่น เช่น ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	0	0.0	2	0.9	2	0.5

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐในแต่ละด้านเป็นดังนี้

1. ด้านการติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
จำแนกเป็น

1.1 ด้านแหล่งที่มาของข้อมูลการจัดซื้อโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
ภาครัฐ โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ได้ข้อมูลการจัดซื้อจากหน่วยงานผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาคือ
กรมบัญชีกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.6 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะ
การประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่อาศัยแหล่งที่มาของข้อมูลจากหน่วยงานผู้ซื้อ คิดเป็นร้อย
ละ 67.3 และ 52.1 ตามลำดับ รองลงมาคือกรมบัญชีกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ 26.0 ตามลำดับ

1.2 ด้านเว็บไซต์ที่ใช้ในการหาข้อมูลลูกค้าหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ดูเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาดูเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐที่จัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 28.1 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ดูเว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐที่จัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมา ไม่ได้หาลูกค้าหน่วยงานภาครัฐทางเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 26.1 ส่วนผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ดูเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาดูเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐที่จัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.0

2. ด้านการจัดเตรียมข้อมูลและคุณสมบัติด้านเทคนิคในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกเป็น

2.1 ด้านแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ศึกษาภู ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติในการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากหน่วยงานผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 33.6 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ได้ข้อมูลจากหน่วยงานผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 47.9 และ 44.3 ตามลำดับ รองลงมาคือผู้ให้บริการตลาดกลางฯ คิดเป็นร้อยละ 33.9 และ 33.3 ตามลำดับ

2.2 ด้านแหล่งขอความช่วยเหลือในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ขอความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือหน่วยงานผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 36.2 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ขอความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการตลาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ 52.5 ตามลำดับ รองลงมาคือหน่วยงานผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 32.1 และ 39.3 ตามลำดับ

3. การจัดเตรียมอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกเป็น

3.1 ด้านจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในงานที่เกี่ยวข้องกับการประมวล โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์จำนวน 1 - 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมามี 4 - 6 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 16.1 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์จำนวน 1 - 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 65.5 และ 59.8 ตามลำดับ รองลงมามี 4 - 6 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ 16.9 ตามลำดับ

3.2 ด้านประเภทอีเมลที่ใช้ในองค์กร โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ใช้อีเมลตามชื่อโดเมนขององค์กร คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาคือฟรีอีเมล คิดเป็นร้อยละ 38.0 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ใช้อีเมลตามชื่อโดเมนขององค์กรคิดเป็นร้อยละ 51.5 และ 52.5 ตามลำดับ รองลงมาคือฟรีอีเมล คิดเป็นร้อยละ 39.4 และ 37.0 ตามลำดับ

3.3 ด้านประเภทเว็บไซต์ที่ใช้ในองค์กร โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ตามโดเมนขององค์กร คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมา ไม่มีเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 37.0 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ตามโดเมนขององค์กร คิดเป็นร้อยละ 62.4 และ 55.7 ตามลำดับ รองลงมา ไม่มีเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 30.9 และ 41.6 ตามลำดับ

4. ด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกเป็น

4.1 ด้านจำนวนบุคลากร โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่มีบุคลากรจำนวน 1 - 3 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 รองลงมา มี 4 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่มีบุคลากรจำนวน 1 - 3 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 และ 73.1 ตามลำดับ รองลงมา มี 4 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ 13.2 ตามลำดับ

4.2 ด้านวุฒิการศึกษาของบุคลากร โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่มีบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.8 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.5 และ 78.1 ตามลำดับ รองลงมาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 13.2 ตามลำดับ

4.3 ด้านความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากร โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่เพิ่มเติมความรู้ให้แก่บุคลากรในเรื่องกฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการประมูลฯ คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาเพิ่มเติมความรู้ในเรื่องการใช้โปรแกรมการประมูลฯ คิดเป็นร้อยละ 30.2 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่เพิ่มเติมความรู้ให้บุคลากรในเรื่องกฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการประมูลฯ คิดเป็นร้อยละ 55.8 และ 61.6 ตามลำดับ รองลงมาเพิ่มเติมความรู้ในเรื่องการใช้โปรแกรมการประมูลฯ คิดเป็นร้อยละ 29.7 และ 30.6 ตามลำดับ

4.4 ด้านผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจกำหนดราคาประมูล โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ผู้ตัดสินใจกำหนดราคาประมูลเป็นผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาเป็นผู้จัดการฝ่ายขาย หรือฝ่ายการตลาด คิดเป็นร้อยละ 27.6 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูล พบว่า ทั้งผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ผู้ตัดสินใจเป็นผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 55.2 และ 56.6 ตามลำดับ รองลงมาเป็นผู้จัดการฝ่ายขาย หรือฝ่ายการตลาด คิดเป็นร้อยละ 23.6 และ 30.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

2.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐโดยรวม

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐโดยรวม ปรากฏดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็ของปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร โดยรวม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ	\bar{X}	SD	ระดับการเกี่ยวข้อง
1. ปัจจัยภายนอกองค์กร			
1.1 ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง	3.13	0.744	ปานกลาง
1.2 ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ	3.28	0.662	ปานกลาง
1.3 ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางฯ	3.80	0.679	มาก
1.4 ด้านผู้เข้าร่วมประมูล	3.10	0.663	ปานกลาง
รวม	3.36	0.503	ปานกลาง
2. ปัจจัยภายในองค์กร			
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร	3.63	0.734	มาก
2.2 ด้านการบริหารงานขององค์กร	3.53	0.616	มาก
2.3 ด้านระบบงานภายในองค์กร	3.64	0.534	มาก
รวม	3.59	0.501	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางฯ มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$)

ส่วนปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรกคือด้านระบบงานภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ($\bar{X} = 3.63$)

2.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกเป็นรายด้าน ปรากฏดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของปัจจัยภายนอกองค์กร จำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยภายนอกองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับการเกี่ยวข้อง
1. ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง			
1.1 การส่งเสริมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	3.15	0.909	ปานกลาง
1.2 การกำหนดกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติ เกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์	3.17	0.866	ปานกลาง
1.3 การเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประมูลให้กับผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง	3.06	0.889	ปานกลาง
1.4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบสารสนเทศของประเทศ	3.13	0.898	ปานกลาง
รวม	3.13	0.744	ปานกลาง
2. ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ			
2.1 เจ้าหน้าที่พัสดุมีความรู้ ความเข้าใจในกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติ เกี่ยวกับการประมูลอย่างถ่องแท้	3.13	0.898	ปานกลาง
2.2 การรวบรวมรายการสินค้า/บริการที่มีมูลค่าการประมูลอย่างเหมาะสม	3.24	0.837	ปานกลาง

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอกองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับการเกี่ยวข้อง
2.3 การกำหนดประเภทของสินค้า/บริการที่นำมาจัด ประมูลอย่างเหมาะสม	3.17	0.746	ปานกลาง
2.4 การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการ ที่นำมาจัดประมูลอย่างชัดเจน	3.32	0.830	ปานกลาง
2.5 การกำหนดราคากลางในการประมูลอย่างเหมาะสม	3.46	0.814	มาก
รวม	3.28	0.662	ปานกลาง
3. ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางฯ			
3.1 การมีความเป็นกลางในการทำหน้าที่จัดการ ประมูล	3.20	0.931	ปานกลาง
3.2 การชี้แจงกฎระเบียบและวิธีการประมูลให้กับ ผู้เข้าร่วมการประมูลอย่างชัดเจน	4.23	0.896	มากที่สุด
3.3 การจัดฝึกอบรมวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วม การประมูลอย่างชัดเจน	3.75	0.870	มาก
3.4 การจัดทดสอบระบบก่อนประมูลจริงให้กับ ผู้เข้าร่วมประมูลเกิดความมั่นใจในการใช้ระบบ	3.68	0.833	มาก
3.5 การดำเนินการจัดประมูลในวันเสนอราคาอย่าง มีประสิทธิภาพทุกขั้นตอน	3.65	0.794	มาก
รวม	3.80	0.679	มาก
4. ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล			
4.1 มีจำนวนผู้เข้าร่วมประมูลน้อยราย	3.20	0.755	ปานกลาง
4.2 ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น ขาดศักยภาพในการ แข่งขัน	3.07	0.949	ปานกลาง
4.3 ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น ไม่สมยอมเสนอ ราคาระหว่างกัน	3.03	1.052	ปานกลาง
รวม	3.10	0.663	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็ของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐในแต่ละด้านเป็น ดังนี้

1. ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า ทุกข้อมีการเกี่ยวข้องในระดับปานกลาง โดยอันดับแรกคือการกำหนดกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ($\bar{X} = 3.17$) รองลงมาคือการส่งเสริมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.15$)
2. ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า การกำหนดราคากลางในการประมูลอย่างเหมาะสม มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมาคือการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างชัดเจน มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$)
3. ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า การชี้แจงกฎ ระเบียบและวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคือการจัดฝึกอบรมวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$)
4. ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า ทุกข้อมีการเกี่ยวข้องในระดับปานกลาง โดยอันดับแรกคือมีจำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลน้อยราย ($\bar{X} = 3.20$) รองลงมาคือผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่นขาดศักยภาพในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.07$)

2.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็ของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็ของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกเป็นรายด้าน ปรากฏดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของปัจจัยภายในองค์กร จำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยภายในองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับการเกี่ยวข้อง
1. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร			
1.1 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจยาวนาน	3.56	0.860	มาก
1.2 เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง	3.53	0.820	มาก
1.3 มีความมั่นคงทางการเงิน	3.75	0.834	มาก
1.4 มีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง	3.69	0.862	มาก
รวม	3.63	0.734	มาก
2. ด้านการบริหารงานขององค์กร			
2.1 มีนโยบายพัฒนาองค์กรให้มีความพร้อมต่อการ ประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง	3.55	0.841	มาก
2.2 ใช้นโยบายต้นทุนต่ำ เพื่อสร้างรายได้เปรียบ ในการเข้าร่วมประมวล	3.60	0.973	มาก
2.3 มุ่งเน้นเข้าร่วมประมวลเฉพาะสินค้าหรือบริการ ในธุรกิจหลัก	3.77	0.870	มาก
2.4 มีแนวทางปฏิบัติในการเข้าร่วมประมวลอย่างชัดเจน	3.57	0.825	มาก
2.5 มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเสนอราคาประมวล	3.65	0.863	มาก
2.6 มีแผนงานด้านการประมวลฯ โดยเฉพาะ	3.00	1.051	ปานกลาง
2.7 มีการกำหนดอำนาจหน้าที่ในการประมวลให้กับ บุคลากรอย่างชัดเจน	3.53	0.942	มาก
2.8 สามารถปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบการประมวลที่ภาครัฐประกาศใช้	3.52	0.830	มาก
2.9 มีผู้บริหารที่มีความรู้เกี่ยวกับการประมวล	3.65	0.886	มาก
2.10 มีผู้บริหารที่มีทัศนคติที่ดีต่อการประมวล	3.49	0.908	มาก
2.11 มีการกำกับ และติดตามการเข้าร่วมการประมวล	3.47	0.896	มาก
2.12 มีการศึกษาถึงความสำเร็จ / ความล้มเหลวของ การประมวลที่ผ่านมา	3.55	0.868	มาก
รวม	3.53	0.616	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยภายในองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับการเกี่ยวข้อง
3. ด้านระบบงานภายในองค์กร			
3.1 มีการพัฒนาตราสินค้า/บริการอย่างต่อเนื่อง	3.64	0.830	มาก
3.2 มีการพัฒนาสินค้า/บริการใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.50	0.808	มาก
3.3 การกำหนดราคาขายสินค้า/บริการให้ต่ำกว่าคู่แข่งชั้น	3.72	0.830	มาก
3.4 มีการติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลอย่างสม่ำเสมอ	3.50	0.914	มาก
3.5 มีการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร	3.60	0.865	มาก
3.6 มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างเพียงพอ	3.20	0.869	ปานกลาง
3.7 มีต้นทุนต่ำในการจัดหาเงินทุน	3.27	0.932	ปานกลาง
3.8 มีความสามารถในการผลิต/จัดหาสินค้า/บริการตามที่ผู้ซื้อกำหนด	3.50	0.891	มาก
3.9 มีความสามารถในการจัดส่งสินค้า/บริการตามที่ผู้ซื้อกำหนด	4.21	0.900	มากที่สุด
3.10 มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างต่อเนื่อง	4.27	0.877	มากที่สุด
3.11 มีบุคลากรที่มีความสามารถในการประมูล	3.68	0.785	มาก
3.12 สามารถผลักดันให้บุคลากรในองค์กรมีความรอบรู้ในการประมูลอย่างต่อเนื่อง	3.66	0.867	มาก
รวม	3.64	0.534	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐในแต่ละด้านเป็น ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า ทุกข้อมีการเกี่ยวข้องในระดับมาก โดยอันดับแรกคือ การมีความมั่นคงทางการเงิน ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือการมีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.69$)

2. ด้านการบริหารงานขององค์กร มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การมุ่งเน้นเข้าร่วมประมวลเฉพาะสินค้าหรือบริการในธุรกิจหลัก มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือการวางแผนกลยุทธ์ในการเสนอราคาประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.65$) และการมีผู้บริหารที่มีความรู้เกี่ยวกับการประมวล ($\bar{X} = 3.65$)

3. ด้านระบบงานภายในองค์กร มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมประมวลอย่างต่อเนื่อง มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือการมีความสามารถในการจัดส่งสินค้า/บริการตามที่คุณี่ข้อกำหนด ($\bar{X} = 4.21$)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลลงตารางโดยใช้วิธีการทางสถิติค่าไคสแควร์ (χ^2) เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ปรากฏดังตารางที่ 4.6 – 4.16

ตารางที่ 4.6 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่มาของข้อมูลการจัดซื้อกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

แหล่งที่มาของข้อมูลการจัดซื้อ	ผู้ซื้อ	กรม บัญชีกลาง	ตลาด กลาง	แหล่งอื่น	รวม	χ^2
1 ครั้ง	111	22	18	14	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	114	57	17	31	219	14.694*
รวม	225	79	35	45	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านแหล่งที่มาของข้อมูลการจัดซื้อ กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.7 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าภาครัฐกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

เว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าภาครัฐ จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล	เว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าภาครัฐ					รวม	χ^2
	ไม่หา	ผู้ซื้อ	กรม บัญชีกลาง	ตลาด กลาง	แหล่ง อื่น		
1 ครั้ง	43	51	41	10	20	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	45	57	104	7	6	219	28.795*
รวม	88	108	145	17	26	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านเว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าภาครัฐกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ศึกษา กฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติ จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล	ผู้ซื้อ	กรม บัญชีกลาง	ตลาด กลาง	การ อบรม	แหล่ง อื่น	รวม	χ^2
มากกว่า 1 ครั้ง	97	30	73	13	6	219	1.917
รวม	176	48	129	23	8	384	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ศึกษา กฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.9 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งขอความช่วยเหลือในการประมูลกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

แหล่งขอความช่วยเหลือ ในการประมูล	ผู้ซื้อ	กรม บัญชีกลาง	ตลาด กลาง	แหล่งอื่น	รวม	χ^2
จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล						
1 ครั้ง	53	11	99	2	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	86	10	115	8	219	5.187
รวม	139	21	214	10	384	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านแหล่งขอความช่วยเหลือในการประมูลกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.10 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์	ไม่มี	1 - 3 เครื่อง	4 - 6 เครื่อง	7 - 9 เครื่อง	มากกว่า 9 เครื่อง	รวม	χ^2
จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล							
1 ครั้ง	10	108	25	3	19	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	10	131	37	14	27	219	5.561
รวม	20	239	62	17	46	384	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.11 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอีเมลกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล	ประเภทอีเมล		ชื่อขององค์กร	ใช้อีเมลอื่น	รวม	χ^2
	ไม่มีอีเมล	ฟรีอีเมล				
1 ครั้ง	3	65	85	12	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	9	81	115	14	219	1.850
รวม	12	146	200	26	384	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านประเภทอีเมลกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.12 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเว็บไซต์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล	ประเภทเว็บไซต์		เว็บไซต์สำเร็จรูป	เว็บไซต์องค์กร	รวม	χ^2
	ไม่มีเว็บไซต์	เว็บไซต์				
1 ครั้ง	51	11	103	165		
มากกว่า 1 ครั้ง	91	6	122	219	6.885*	
รวม	142	17	225	384		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านประเภทเว็บไซต์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนบุคลากรกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

จำนวนบุคลากร	1 - 3 คน	4 - 6 คน	7 - 9 คน	มากกว่า 9 คน	รวม	χ^2
จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล	135	22	5	3	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	160	29	10	20	219	9.914*
รวม	295	51	15	23	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านจำนวนบุคลากรกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของบุคลากรกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ระดับการศึกษาของบุคลากร	ต่ำกว่า	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ปริญญา	สูงกว่า	รวม	χ^2
จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล	ม.ปลาย	/ ปวช.	/ ปวส.	ตรี	ปริญญาตรี		
1 ครั้ง	0	5	9	123	28	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	2	10	7	171	29	219	4.261
รวม	2	15	16	294	57	384	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านระดับการศึกษาของบุคลากรกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.15 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากรกับความสำเร็จ
ของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากร	กฎ ระเบียบ	คอม พิวเตอร์	โปรแกรม การประมูล	ความรู้อื่น	รวม	χ^2
จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล						
1 ครั้ง	92	21	49	3	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	135	9	67	8	219	10.628*
รวม	227	30	116	11	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากร
กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจกำหนดราคา
ประมูลกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจ กำหนดราคาประมูล	ผู้บริหาร ระดับสูง	ผู้จัดการ ฝ่ายขาย	ผู้จัดการ โครงการ	ระดับอื่น	รวม	χ^2
จำนวนครั้งที่ชนะการประมูล						
1 ครั้ง	91	39	35	0	165	
มากกว่า 1 ครั้ง	124	67	26	2	219	8.361*
รวม	215	106	61	2	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานด้านระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจ
กำหนดราคาประมูลกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ มี
ความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่
เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ**

**4.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ
ความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ**

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ โดยใช้วิธีการทางสถิติค่าไคสแควร์ (χ^2) ปรากฏดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกองค์กรกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกรายข้อในแต่ละด้าน

ปัจจัยภายนอกองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ					χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง						
1.1 การส่งเสริมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์						
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	5	16	84	53	7	165
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	17	37	86	71	8	219
รวม	22	53	170	124	15	384
1.2 การกำหนดกฎระเบียบและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างเหมาะสม						
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	3	18	85	55	4	165
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	14	32	100	61	12	219
รวม	17	50	185	116	16	384
1.3 การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง						
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	3	34	79	40	9	165
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	12	44	97	58	8	219
รวม	15	78	176	98	17	384

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอกองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ					รวม	χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1.4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบสารสนเทศ							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	6	26	56	70	7	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	13	40	100	63	3	219	12.582*
รวม	19	66	156	133	10	384	
2. ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ							
2.1 เจ้าหน้าที่พัสดุที่มีความรู้ ความเข้าใจในกฎ ระเบียบ เกี่ยวกับการประมูลอย่างต้องแท้							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	18	88	55	3	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	9	33	89	73	15	219	14.032*
รวม	10	51	177	128	18	384	
2.2 การรวบรวมรายการสินค้า/บริการที่มีมูลค่าการประมูลอย่างเหมาะสม							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	15	99	47	4	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	6	36	112	58	7	219	10.023*
รวม	6	51	211	105	11	384	
2.3 การกำหนดประเภทของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างเหมาะสม							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	14	77	65	9	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	8	32	87	81	11	219	10.215*
รวม	8	46	164	146	20	384	
2.4 การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างชัดเจน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	2	3	88	63	9	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	6	20	80	90	23	219	18.610*
รวม	8	23	168	153	32	384	
2.5 การกำหนดราคากลางในการประมูลอย่างเหมาะสม							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	20	96	33	15	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	12	34	105	41	27	219	10.243*
รวม	13	54	201	74	42	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอกองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ						χ^2
	น้อยที่สุด		ปานกลาง		มากที่สุด		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	รวม	
3. บทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์							
3.1 การมีความเป็นกลางในการทำหน้าที่จัดการประมูล							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	2	26	70	67	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	0	12	52	29	126	219	44.104*
รวม	0	14	78	99	193	384	
3.2 การชี้แจงกฎระเบียบและวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	9	45	82	29	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	6	10	67	93	43	219	6.319
รวม	6	19	112	175	72	384	
3.3 การจัดฝึกอบรมวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	3	61	78	23	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	3	18	73	87	38	219	11.604*
รวม	3	21	134	165	61	384	
3.4 การจัดทดสอบระบบก่อนประมูลจริงให้กับผู้เข้าร่วมประมูลเกิดความมั่นใจในการใช้ระบบการประมูล							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	8	61	78	18	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	3	9	81	93	33	219	4.090
รวม	3	17	142	171	51	384	
3.5 การดำเนินการจัดประมูลในวันเสนอราคาอย่างมีประสิทธิภาพทุกขั้นตอน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	5	54	82	23	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	4	4	96	69	46	219	15.163*
รวม	5	9	150	151	69	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอกองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ						χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
4. ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล							
4.1 มีจำนวนผู้เข้าร่วมประมูลน้อยราย							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	10	115	35	4	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	8	20	129	44	18	219	12.162*
รวม	9	30	244	79	22	384	
4.2 ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น ขาดศักยภาพในการแข่งขัน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	4	27	101	21	12	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	12	51	86	48	22	219	18.874*
รวม	16	78	187	69	34	384	
4.3 ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น ไม่สมยอมเสนอราคาระหว่างกัน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	14	24	90	30	7	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	22	36	92	38	31	219	12.961*
รวม	36	60	182	68	38	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐในแต่ละด้านเป็น ดังนี้

1. ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง พบว่า 1) การส่งเสริมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า 1) การมีความเป็นกลางในการทำหน้าที่จัดการประมูล 2) การจัดฝึกอบรมวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน และ 3) การดำเนินการจัดประมูลในวันเสนอราคาอย่างมีประสิทธิภาพทุกขั้นตอน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความล้มเหลวกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ โดยใช้วิธีการทางสถิติค่าไคสแควร์ (χ^2) ปรากฏดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในองค์กรกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกรายข้อในแต่ละด้าน

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ					χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร						
1.1 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจยาวนาน						
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	12	58	82	12	165
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	7	16	77	89	30	219
รวม	8	28	135	171	42	384
1.2 เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง						
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	13	53	86	12	165
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	4	15	96	78	26	219
รวม	5	28	149	164	38	384

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ						χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1.3 มีความมั่นคงทางการเงิน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	3	3	45	98	16	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	2	15	65	89	48	219	21.093*
รวม	5	18	110	187	64	384	
1.4 มีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	7	42	90	25	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	3	21	71	88	36	219	10.054*
รวม	4	28	113	178	61	384	
2. ด้านการบริหารงานขององค์กร							
2.1 มีนโยบายพัฒนาองค์กรให้มีความพร้อมต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	4	10	57	85	9	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	5	17	67	105	25	219	4.870
รวม	9	27	124	190	34	384	
2.2 ใช้นโยบายต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการเข้าร่วมประมูล							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	7	11	68	62	17	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	8	12	62	87	50	219	13.509*
รวม	15	23	130	149	67	384	
2.3 มุ่งเน้นเข้าร่วมประมูลเฉพาะสินค้าหรือบริการในธุรกิจหลัก							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	6	45	90	23	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	4	16	58	90	51	219	11.209*
รวม	5	22	103	180	74	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ					รวม	χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
2.4 มีแนวทางปฏิบัติในการเข้าร่วมประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างชัดเจน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	7	61	85	11	165	9.936*
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	5	19	75	92	28	219	
รวม	6	26	136	177	39	384	
2.4 มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเสนอราคาประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	4	61	84	16	165	20.897*
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	6	18	71	81	43	219	
รวม	6	22	132	165	59	384	
2.5 มีแผนงานด้านการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	17	32	57	53	6	165	3.280
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	25	35	87	59	13	219	
รวม	42	67	144	112	19	384	
2.6 มีการกำหนดอำนาจหน้าที่ในการประมูลให้กับบุคลากรอย่างชัดเจน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	2	8	55	80	20	165	14.504*
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	10	32	56	95	26	219	
รวม	12	40	111	175	46	384	
2.7 สามารถปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกฎระเบียบการประมูลที่ภาครัฐประกาศใช้							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	12	58	85	9	165	12.791*
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	3	22	86	79	29	219	
รวม	4	34	144	164	38	384	
2.8 ผู้บริหารที่มีความรู้เกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	7	56	83	18	165	12.315*
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	6	18	67	85	43	219	
รวม	7	25	123	168	61	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ					รวม	χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
2.9 ผู้บริหารที่มีทัศนคติที่ดีต่อการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์							
ผู้ชนะการประมวล 1 ครั้ง	2	4	72	74	13	165	
ผู้ชนะการประมวลมากกว่า 1 ครั้ง	12	20	79	77	31	219	18.326*
รวม	14	24	151	151	44	384	
2.10 มีการกำกับ และติดตามการเข้าร่วมการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง							
ผู้ชนะการประมวล 1 ครั้ง	2	20	55	74	14	165	
ผู้ชนะการประมวลมากกว่า 1 ครั้ง	6	19	88	77	29	219	7.488
รวม	8	39	143	151	43	384	
2.11 มีการศึกษาถึงความสำเร็จ / ความล้มเหลวของการประมวลที่ผ่านมา							
ผู้ชนะการประมวล 1 ครั้ง	2	7	68	76	12	165	
ผู้ชนะการประมวลมากกว่า 1 ครั้ง	6	14	89	70	40	219	15.172*
รวม	8	21	157	146	52	384	
3. ด้านระบบงานภายในขององค์กร							
3.1 การพัฒนาตราสินค้า/บริการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง							
ผู้ชนะการประมวล 1 ครั้ง	0	1	55	96	13	165	
ผู้ชนะการประมวลมากกว่า 1 ครั้ง	6	20	71	86	36	219	29.558*
รวม	6	21	126	182	49	384	
3.2 การพัฒนาสินค้า/บริการใหม่ๆให้ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง							
ผู้ชนะการประมวล 1 ครั้ง	4	0	43	103	15	165	
ผู้ชนะการประมวลมากกว่า 1 ครั้ง	1	20	69	86	43	219	36.000*
รวม	5	20	112	189	58	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ						χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
3.3 การกำหนดราคาขายสินค้า/บริการให้ต่ำกว่าคู่แข่ง							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	3	19	65	62	16	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	4	15	94	65	41	219	9.533*
รวม	7	34	159	127	57	384	
3.4 การติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	16	50	89	9	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	3	21	66	90	39	219	15.348*
รวม	4	37	116	179	48	384	
3.5 การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	3	18	86	54	4	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	9	42	84	70	14	219	12.905*
รวม	12	60	170	124	18	384	
3.6 การจัดสรรงบประมาณเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างเพียงพอ							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	9	9	84	54	9	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	9	34	90	63	23	219	14.247*
รวม	18	43	174	117	32	384	
3.7 การมีต้นทุนต่ำในการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงาน							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	4	10	81	67	3	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	6	14	82	70	47	219	32.916*
รวม	10	24	163	137	50	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ						χ^2
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
3.8 มีความสามารถในการผลิต/จัดหาสินค้า/บริการตามที่คุณข้อกำหนด							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	10	20	59	76	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	0	5	58	43	113	219	22.790*
รวม	0	15	78	102	189	384	
3.9 มีความสามารถในการจัดส่งสินค้า/บริการตามที่คุณข้อกำหนด							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	0	8	19	58	80	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	0	8	43	52	116	219	8.810*
รวม	0	16	62	110	196	384	
3.10 มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างต่อเนื่อง							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	2	13	53	79	18	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	3	8	85	76	47	219	14.500*
รวม	5	21	138	155	65	384	
3.11 มีบุคลากรที่มีความสามารถในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	1	7	56	85	16	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	2	7	84	89	37	219	6.889
รวม	3	14	140	174	53	384	
3.12 สามารถผลักดันให้บุคลากรในองค์กรมีความรอบรู้ในการประมูลอย่างต่อเนื่อง							
ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง	2	11	66	80	6	165	
ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง	3	14	99	72	31	219	17.220*
รวม	5	25	165	152	37	384	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐในแต่ละด้านเป็น ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร พบว่า 1) การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง 2) การมีความมั่นคงทางการเงิน และ 3) การมีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง มีความสัมพันธ์กับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ด้านการบริหารงานขององค์กร พบว่า 1) การใช้นโยบายต้นทุนต่ำ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการเข้าร่วมประมูล 2) การมุ่งเน้นเข้าร่วมประมูลเฉพาะสินค้าหรือบริการในธุรกิจหลัก 3) การมีแนวทางปฏิบัติในการเข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน 4) การวางแผนกลยุทธ์ในการเสนอราคาประมูล 5) การกำหนดอำนาจหน้าที่ในการประมูลให้กับบุคลากรอย่างชัดเจน 6) การปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบการประมูลที่ภาครัฐประกาศใช้ 7) ผู้บริหารมีความรู้เกี่ยวกับการประมูล 8) ผู้บริหารมีทัศนคติที่ดีต่อการประมูล และ 9) มีการศึกษาถึงความสำเร็จ / ความล้มเหลวของการประมูลที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. ด้านระบบงานภายในขององค์กร พบว่า 1) การพัฒนาตราสินค้า/บริการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง 2) การพัฒนาสินค้า/บริการใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง 3) การกำหนดราคาขายสินค้า/บริการให้ต่ำกว่าคู่แข่ง 4) การติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลอย่างสม่ำเสมอ 5) การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง 6) การจัดสรรงบประมาณเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างเพียงพอ 7) การมีต้นทุนต่ำในการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงาน 8) การมีความสามารถในการผลิต/จัดหาสินค้า/บริการตามที่ผู้ซื้อกำหนด 9) การมีความสามารถในการจัดส่งสินค้า/บริการตามที่ผู้ซื้อกำหนด 10) การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมการประมูลอย่างต่อเนื่อง และ 11) การผลักดันให้บุคลากรในองค์กรมีความรอบรู้ในการประมูลอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์กับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล**

ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ
ภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล ได้แก่ ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ด้าน
มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ด้านจำนวนบุคลากร ด้านรูปแบบสินค้าหรือการให้บริการหลัก ด้านสินค้า
หรือการให้บริการหลัก ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ยกเว้นด้านจำนวนครั้งที่ชนะการประมูล
ปรากฏดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูล จำแนกตามลักษณะทั่วไปของ
ผู้ชนะการประมูล

ตัวแปรและแหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1. ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ				
ระหว่างกลุ่ม	3	4,323.923	1,441.308	4.253*
ภายในกลุ่ม	380	128,773.887	338.879	
รวม	383	133,097.810		
2. ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร				
ระหว่างกลุ่ม	2	152.713	76.357	0.219
ภายในกลุ่ม	381	132,945.097	348.937	
รวม	383	133,097.810		
3. ด้านจำนวนบุคลากร				
ระหว่างกลุ่ม	2	173.659	86.830	0.249
ภายในกลุ่ม	381	132,924.151	348.882	
รวม	383	133,097.810		
4. ด้านรูปแบบสินค้าหรือการให้บริการ				
ระหว่างกลุ่ม	2	1,065.709	532.854	1.538
ภายในกลุ่ม	381	132,032.101	346.541	
รวม	383	133,097.810		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ตัวแปรและแหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
5. ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก				
ระหว่างกลุ่ม	4	7,526.967	1,881.742	5.680*
ภายในกลุ่ม	379	125,570.843	331.321	
รวม	383	133,097.810		
6. ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ				
ระหว่างกลุ่ม	4	4,242.081	1,060.520	3.112*
ภายในกลุ่ม	379	128,824.562	340.806	
รวม	383	133,066.642		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า รูปแบบการประกอบธุรกิจ สินค้าหรือการให้บริการหลัก และระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน และเพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลว่าคู่ใดแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังปรากฏในตารางที่ 4.20 – 4.22

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลเป็นรายคู่
จำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ

รูปแบบการประกอบธุรกิจ	\bar{X}	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด	บริษัทมหาชน จำกัด	รูปแบบอื่น เช่น สหกรณ์
		16.00	7.10	6.21	7.50
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	16.00	-	8.901*	9.786	8.500
บริษัทจำกัด	7.10		-	0.885	0.401
บริษัทมหาชนจำกัด	6.21			-	1.286
รูปแบบอื่น เช่น สหกรณ์	7.50				-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่มีรูปแบบการประกอบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความสำเร็จในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลเป็นรายคู่
จำแนกตามสินค้าหรือการให้บริการหลัก

สินค้าหรือการให้บริการหลัก	\bar{X}	วัสดุ	ครุภัณฑ์	การจ้าง	การจ้าง	บริการ
		ก่อสร้าง		เหมา	ก่อสร้าง	ให้เช่า
		6.65	7.50	4.42	16.38	3.14
วัสดุก่อสร้าง	6.65	-	0.850	2.225	9.732*	3.504
ครุภัณฑ์	7.50		-	3.076	8.882*	4.354
การจ้างเหมาดำเนินการ	4.42			-	11.958*	1.279
การจ้างก่อสร้าง	16.38				-	13.236
บริการให้เช่า	3.14					-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการหลักเป็นวัสดุ
ก่อสร้าง ครุภัณฑ์ การจ้างเหมาดำเนินการ และการจ้างก่อสร้าง มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลเป็นรายคู่
จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	\bar{X}	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
		6.80	3.13	12.00	6.04	11.20
1 - 5 ปี	6.80	-	3.668	5.200	0.757	4.399
6 - 10 ปี	3.13		-	8.868*	2.911	8.066*
11 - 15 ปี	12.00			-	5.957	0.801
16 - 20 ปี	6.04				-	5.155
มากกว่า 20 ปี	11.20					-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปี 11 -
15 ปี และมากกว่า 20 ปี มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐต่าง
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จ ของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ซึ่งมีผู้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ สรุปได้ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (n = 36)	ร้อยละ (100.0)
ปัจจัยภายนอกองค์กร		
1. ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง	8	22.2
1.1 ควรเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ได้แก่ หน่วยงานผู้ซื้อ ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ และผู้เข้าร่วมการประมูล มีส่วนร่วมในการกำหนดกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น	6	16.7
1.2 ควรนำกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค	1	2.8
1.3 ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถ และเข้าใจในหลักของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างถ่องแท้	1	2.8
2. ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ	13	36.1
2.1 ควรเพิ่มระยะเวลาในการแจ้งข่าวสารการประมูลให้ผู้เข้าร่วมการประมูลทราบล่วงหน้า	8	22.2
2.2 ควรกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการเปิดกว้างให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้เข้าร่วมการประมูล	4	11.1
2.3 ควรคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน	1	2.8

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (n = 36)	ร้อยละ (100.0)
3. ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	14	38.9
3.1 ควรพัฒนาโปรแกรมการประมูลให้ใช้งานได้ง่าย	3	8.3
3.2 ควรเพิ่มระยะเวลาในการแจ้งข่าวสารการประมูลให้ผู้เข้าร่วมการประมูลทราบล่วงหน้า	3	8.3
3.3 อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมการประมูลในด้านที่จอดรถและสถานที่ในการจัดประมูล	2	5.6
3.4 ใช้อีเมลแทนการรับ/ส่งเอกสารผ่านทางเครื่องโทรสาร	2	5.6
3.5 ตรวจสอบคุณลักษณะของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลให้มีความชัดเจน และเปิดกว้างต่อการเข้าร่วมประมูล	2	5.6
3.6 ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมประมูลให้เป็นไปตามที่หน่วยงานผู้ซื้อกำหนด	1	2.8
3.7 พัฒนาระบบการประมูลให้มีเสถียรภาพ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย และระบบอินเทอร์เน็ต	1	2.8
4. ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล	2	5.6
4.1 ควรมีการศึกษาถึงคุณลักษณะและราคาสินค้า/บริการของผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น	1	2.8
4.2 ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่นไม่ควรจำหน่ายสินค้า/บริการต่ำกว่าราคาราคาทุน	1	2.8
ปัจจัยภายในองค์กร		
1. ด้านการบริหารงานขององค์กร	4	11.1
1.1 มอบหมายให้ผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้ตัดสินใจกำหนดราคาประมูล	2	5.8
1.2 กล้าเผชิญกับความเสี่ยงทางธุรกิจ	1	2.6
1.3 สร้างบรรยากาศในองค์กร เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน	1	2.6

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (n = 36)	ร้อยละ (100.0)
2. ด้านระบบงานภายในขององค์กร	9	25.0
2.1 บุคลากรควรมีความกระตือรือร้นและให้ความร่วมมือในการ ประมวล	6	16.7
2.2 ควรมีการบริการหลังการขาย ให้หน่วยงานผู้ซื้อเกิดความ ประทับใจ	1	2.8
2.3 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย เพื่อสร้าง มาตรฐานการส่งมอบสินค้า/บริการให้แก่หน่วยงานผู้ซื้อ	1	2.8
2.4 บุคลากรควรมีความจงรักภักดีต่อองค์กร	1	2.8

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ชนะการประมูลมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมใน ส่วนของปัจจัยภายนอกองค์กรมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในด้านบทบาทของผู้ ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือด้านบทบาท ของหน่วยงานผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 36.1 สำหรับปัจจัยภายในองค์กรมีความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมด้านระบบงานภายในองค์กรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือด้าน การบริหารงานขององค์กร คิดเป็นร้อยละ 11.1 และไม่มีผู้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพิ่มเติมด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1.1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1.1.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1.1.5 เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล ได้แก่ ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ด้านจำนวนบุคลากร ด้านรูปแบบสินค้าหรือการให้บริการหลัก ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก และด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำนวนรวม 9,383 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยแบ่งประชากรเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง และกลุ่มผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง สุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากประชากรแต่ละกลุ่ม ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 165 และ 219 ราย ตามลำดับ รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

1.3 ผลการวิจัย

ผู้วิจัย สรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

1.3.1 ลักษณะทั่วไปและความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1) ด้านลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจแบบบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 78.9 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีจำนวนบุคลากรในองค์กรไม่เกิน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 เป็นธุรกิจให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 46.4 จำหน่ายสินค้า/ให้บริการประเภทครุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 44.5 มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 38 และเป็นผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57

2) ด้านการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ พบว่า ด้านการติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูล ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลการจัดซื้อจากหน่วยงานผู้ซื้อคิดเป็นร้อยละ 58.6 หาข้อมูลลูกค้าหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการประมูลจากเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลางคิดเป็นร้อยละ 37.8 ในด้านการจัดเตรียมข้อมูลและคุณสมบัติด้านเทคนิค ส่วนใหญ่หาข้อมูลที่ใช้ศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติในการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐจากหน่วยงานผู้ซื้อคิดเป็นร้อยละ 45.8 ขอความช่วยเหลือในการประมูลจากผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 55.7 ในด้านการจัดเตรียมอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการประมูล ส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในงานที่เกี่ยวข้องกับการประมูลจำนวน 1 - 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 62.2 มีอีเมลล์ตามชื่อ โดเมนขององค์กรคิดเป็นร้อยละ 52.1 ใช้เว็บไซต์ตามโดเมนขององค์กรคิดเป็นร้อยละ 58.6 และด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล ส่วนใหญ่มีบุคลากรจำนวน 1 - 3 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 โดยบุคลากรมีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 76.6 มีการเพิ่มเติมความรู้ให้แก่บุคลากรในเรื่องกฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการประมูลคิดเป็นร้อยละ 59.1 และผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจเสนอราคาประมูลเป็นผู้บริหารระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 56.0 โดยทั้งผู้ชนะการประมูลจำนวน 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง มีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานเหมือนกันทุกด้าน ยกเว้นด้านการหาข้อมูลลูกค้าหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการประมูล พบว่า ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ดูเว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐที่จัดซื้อคิดเป็นร้อยละ 30.9 ส่วนผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ดูเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลางคิดเป็นร้อยละ 47.5

1.3.2 ปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็ของผู้นำการ ประมุด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็ประกอบด้วยปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน
องค์กร โดยปัจจัยภายนอกองค์กรเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} =$
3.36) ส่วนปัจจัยภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อ
จำแนกปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็เป็นรายด้านพบว่า

1) ด้านปัจจัยภายนอกองค์กร จำแนกเป็น

(1) ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดย
รวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีการเกี่ยวข้องในระดับ
ปานกลาง โดยอันดับแรกคือการกำหนดกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วย
วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.17$)

(2) ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดย
รวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือการกำหนดราคา
กลางในการประมูลอย่างเหมาะสม มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$)

(3) ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มี
การเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า
อันดับแรกคือ การชี้แจงรายละเอียดการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมการประมูลอย่างชัดเจน มีการ
เกี่ยวข้องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$)

(4) ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดยรวมอยู่
ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีการเกี่ยวข้องในระดับปาน
กลาง โดยอันดับแรกคือมีจำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลน้อยราย ($\bar{X} = 3.20$)

2) ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกเป็น

(1) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดย
รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีการเกี่ยวข้องในระดับมาก
โดยอันดับแรกคือการมีความมั่นคงทางการเงิน ($\bar{X} = 3.75$)

(2) ด้านการบริหารงานขององค์กร มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็โดย
รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือการมุ่งเน้นเข้าร่วม
ประมูลเฉพาะสินค้าหรือบริการในธุรกิจหลัก มีการเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$)

(3) ด้านระบบงานภายในขององค์กร มีการเกี่ยวข้องกับความสำเร็
โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือการพัฒนา
เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างต่อเนื่อง มีการ
เกี่ยวข้องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$)

1.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเร็จของผู้ ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

การเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานแต่ละด้านที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ 1) การเตรียมความพร้อมด้านแหล่งที่มาของข้อมูลการจัดซื้อ 2) เว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าหน่วยงานภาครัฐ 3) ประเภทเว็บไซต์ที่ใช้ในองค์กร 4) จำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล 5) ความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากร และ 6) ระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจเสนอราคาประมูล

1.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ ความสำเร็จกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1) ปัจจัยภายนอกองค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกเป็น

(1) ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง พบว่า 1) การส่งเสริมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ พบว่า ทุกข้อ ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่พัสดุมีความรู้ ความเข้าใจในกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประมูลอย่างถ่องแท้ 2) การรวบรวมรายการสินค้า/บริการที่มีมูลค่าการประมูลอย่างเหมาะสม 3) การกำหนดประเภทของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างเหมาะสม 4) การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างชัดเจน และ 5) การกำหนดราคากลางในการประมูลอย่างเหมาะสม มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า 1) การมีความเป็นกลางในการทำหน้าที่จัดการประมูล 2) การจัดฝึกอบรมวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน และ 3) การดำเนินการจัดประมูลในวันเสนอราคาอย่างมีประสิทธิภาพทุกขั้นตอน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) *ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล* พบว่า ทุกข้อ ได้แก่ 1) การมีจำนวนผู้เข้าร่วมประมูลน้อยราย 2) ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่นขาดศักยภาพในการแข่งขัน และ 3) ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่นไม่สมยอมเสนอราคาระหว่างกัน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) *ปัจจัยภายในองค์กร* ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกเป็น

(1) *ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร* พบว่า 1) การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง 2) การมีความมั่นคงทางการเงิน และ 3) การมีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) *ด้านการบริหารงานขององค์กร* พบว่า 1) การใช้นโยบายต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบในการเข้าร่วมประมูล 2) การมุ่งเน้นเข้าร่วมประมูลเฉพาะสินค้าหรือบริการในธุรกิจหลัก 3) การมีแนวทางปฏิบัติในการเข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน 4) การวางแผนกลยุทธ์ในการเสนอราคาประมูล 5) การกำหนดอำนาจหน้าที่ในการประมูลให้กับบุคลากรอย่างชัดเจน 6) การปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบการประมูลที่ภาครัฐประกาศใช้ 7) ผู้บริหารมีความรู้เกี่ยวกับการประมูล 8) ผู้บริหารมีทัศนคติที่ดีต่อการประมูล และ 9) การศึกษาถึงความสำเร็จ / ความล้มเหลวของการประมูลที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) *ด้านระบบงานภายในขององค์กร* พบว่า 1) การพัฒนาตราสินค้า/บริการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง 2) การพัฒนาสินค้า/บริการใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง 3) การกำหนดราคาขายสินค้า/บริการให้ต่ำกว่าคู่แข่ง 4) การติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลอย่างสม่ำเสมอ 5) การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง 6) การจัดสรรงบประมาณเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าร่วมประมูล 7) การมีต้นทุนต่ำในการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงาน 8) การมีความสามารถในการผลิต/จัดหาสินค้า/บริการตามที่ผู้ซื้อกำหนด 9) การมีความสามารถในการจัดส่งสินค้า/บริการตามที่ผู้ซื้อกำหนด 10) การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างต่อเนื่อง และ 11) การผลักดันให้บุคลากรในองค์กรมีความรอบรู้ในการประมูลอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3.5 การเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล

ผู้ชนะการประมูลที่มีลักษณะทั่วไปด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก และด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกเป็น

- 1) ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่มีรูปแบบการประกอบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐมากกว่าบริษัทจำกัด
- 2) ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการหลักเป็นการจ้างก่อสร้าง มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐมากกว่าผู้จำหน่ายหรือให้บริการหลักเป็นวัสดุก่อสร้าง ครุภัณฑ์ และการจ้างเหมาดำเนินการ
- 3) ด้านระยะเวลาการประกอบธุรกิจ พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 11 - 15 ปี มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐมากกว่าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปี และมากกว่า 20 ปี

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ทำให้ทราบข้อเท็จจริงที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

2.1 ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลในด้านการหาข้อมูลการจัดซื้อ จะอาศัยแหล่งข้อมูลจากหน่วยงานผู้ซื้อ อาจเป็นเพราะผู้ชนะการประมูลมีการติดตามข้อมูลการจัดซื้อจากหน่วยงานผู้ซื้อที่เป็นคู่ค้าประจำ จึงอาศัยข้อมูลการจัดซื้อจากหน่วยงานผู้ซื้อดังกล่าว ส่วนการขอความช่วยเหลือในการประมูล ผู้ชนะการประมูลจะขอความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการตลาดกลางฯ ถือเป็นผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงานผู้ซื้อกับผู้เข้าร่วมการประมูล รวมทั้งยังสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และวิธีการประมูลได้ ผู้ชนะการประมูลจึงอาศัยผู้ให้บริการตลาดกลางฯ เป็นผู้คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเกี่ยวกับการประมูล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของรัตนรินทร์ แสนราย (2549: 222 - 223) ซึ่งสรุปผลการศึกษาไว้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวยังมีความ

ไม่สอดคล้องกันอยู่ 2 ประการ ได้แก่ 1) ด้านแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติในการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐจะอาศัยแหล่งข้อมูลจากหน่วยงานผู้ซื้อ ขณะที่ผลการศึกษาของรักนรินทร์ แสนราย อาศัยแหล่งข้อมูลจากการเข้าร่วมอบรม / สัมมนา และ 2) ด้านความรู้ที่เพิ่มเติมให้กับบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล พบว่าจะเพิ่มเติมความรู้ด้านกฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการประมูล ขณะที่ผลการศึกษาของรักนรินทร์ แสนราย เพิ่มเติมความรู้ด้านการใช้โปรแกรมการประมูล ซึ่งอาจเป็นเพราะช่วงเวลาของการวิจัยครั้งนี้ มีการนำวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้หลายปี ประกอบกับมีการใช้ระเบียบการประมูลด้วยกัน 2 ฉบับ ได้แก่ ประกาศกระทรวงการคลังเรื่องหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2548 ซึ่งกำหนดให้ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถเสนอราคาจากสถานที่ใดก็ได้ และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 กำหนดให้ผู้เข้าร่วมการประมูลต้องไปเสนอราคาภายในระยะเวลา และสถานที่ที่กำหนด กรณีนี้ ผู้เข้าร่วมการประมูลจะอยู่ในความดูแลของหน่วยงานผู้ซื้อและผู้ให้บริการตลาดกลางฯ ดังนั้น จึงทำให้ผู้ชนะการประมูลมีความรู้เกี่ยวกับการประมูลพอสมควร ขณะที่ช่วงเวลาการศึกษาของรักนรินทร์ แสนราย เป็นช่วงเวลาที่มีการนำวิธีการประมูลมาใช้ได้ไม่นานนัก ประกอบกับระเบียบการประมูลที่นำมาใช้ในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นประกาศกระทรวงการคลังเรื่องหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2548 อาจทำให้ผู้เข้าร่วมการประมูลต้องแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับการประมูลด้วยตนเอง

เมื่อจำแนกความพร้อมในการดำเนินงานตามจำนวนครั้งของการชนะการประมูลพบว่า ผู้ชนะการประมูลจำนวน 1 ครั้ง และมากกว่า 1 ครั้ง มีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นการเตรียมความพร้อมด้านการหาข้อมูลลูกค้าหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการประมูล พบว่า ผู้ชนะการประมูล 1 ครั้ง ดูเว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐที่จัดซื้อ ส่วนผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง ดูเว็บไซต์กรมบัญชีกลาง อาจเป็นเพราะตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐที่ประสงค์จะจัดซื้อหรือจ้างซึ่งมีราคาตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ต้องมีการนำสาระสำคัญของเอกสารเชิญชวน เอกสารประกวดราคา และเอกสารเบื้องต้นที่เกี่ยวข้อง ประกาศในเว็บไซต์ของหน่วยงานผู้ซื้อและเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง ทำให้เว็บไซต์ของกรมบัญชีกลางเป็นแหล่งรวมข่าวการประมูลของหน่วยงานผู้ซื้อทุกหน่วยงาน ได้แก่ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานของรัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้น การที่ผู้ชนะการประมูลมากกว่า 1 ครั้ง ดูเว็บไซต์กรมบัญชีกลาง จึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการเป็นผู้ชนะการประมูลได้มากกว่าผู้ชนะการประมูลจำนวน 1 ครั้ง เนื่องจาก มีการรับรู้ข่าวและเข้าร่วมการประมูลได้มากขึ้น ดังนั้น หากผู้ชนะการประมูลจำนวน 1 ครั้ง ดูเว็บไซต์กรมบัญชีกลาง ก็อาจเพิ่มโอกาสขององค์กรเองได้เช่นเดียวกัน

2.2 ปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการ ประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ปัจจัยภายนอกองค์กรเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐทุกองค์กรต้องเข้าร่วมการประมูลตามประกาศกระทรวงการคลังเรื่อง หลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2548 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุดังด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549 ทำให้บทบาทของกรมบัญชีกลาง หน่วยงานผู้ซื้อ ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้เข้าร่วมการประมูลในภาพรวมมีความสำคัญไม่มากนัก จึงส่งผลให้ปัจจัยภายนอกองค์กรเกี่ยวข้องกับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม เมื่อจำแนกปัจจัยภายนอกองค์กรเป็นรายด้าน พบว่า บทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยเดียวที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในระดับมาก อาจเป็นเพราะผู้ชนะการประมูลเห็นว่าผู้ให้บริการตลาดกลางฯ เป็นผู้มีความสำคัญในการประสานการประมูลระหว่างกรมบัญชีกลาง หน่วยงานผู้ซื้อ และผู้เข้าร่วมการประมูล ทำให้มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยภายนอกองค์กรด้านอื่น สอดคล้องกับผลการศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของรักนรินทร์ แสนราย (2549: 223-224) ซึ่งสรุปผลการศึกษาไว้ว่าต้องการให้ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ค้าสามารถปฏิบัติงานได้จริง

สำหรับปัจจัยภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐอยู่ในระดับมากที่สุดโดยรวมและจำแนกรายด้าน อาจเป็นเพราะผู้ชนะการประมูลเห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ การบริหารงาน และระบบงานภายในขององค์กร เป็นปัจจัยที่ผู้ชนะการประมูลต้องดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในการประมูล รวมทั้งยังเป็นปัจจัยที่ผู้ชนะการประมูลสามารถควบคุมได้ไม่มากนักน้อย จึงทำให้ปัจจัยภายในองค์กรทุกด้านมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานกลุ่มบริษัทโตชิบา ประเทศไทย ของนพเก้า ไพโรลิน (2546: 89) ซึ่งสรุปผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านค่านิยมร่วมขององค์กร ด้านกลยุทธ์ขององค์กร ด้านทักษะขององค์กร ด้านรูปแบบการบริหารองค์กร ด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านพนักงานขององค์กร และด้านระบบภายในองค์กร ตามลำดับ

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการดำเนินงานกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลแต่ละด้าน ได้แก่ 1) ด้านแหล่งที่มาข้อมูลการจัดซื้อ 2) ด้านเว็บไซต์ที่ใช้หาลูกค้าหน่วยงานภาครัฐ 3) ด้านประเภทเว็บไซต์ในองค์กร 4) ด้านจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูล 5) ด้านความรู้ที่เพิ่มเติมให้บุคลากร และ 6) ด้านระดับของบุคลากรที่ตัดสินใจเสนอราคาประมูล มีความสัมพันธ์กับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อาจเป็นเพราะการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการจัดซื้อที่ถูกต้องจะทำให้ทราบข้อมูลการจัดซื้อได้มากขึ้น ซึ่งถือเป็นการสร้างโอกาสในการเข้าร่วมการประมูลและเป็นผู้ชนะการประมูลมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดเตรียมเทคโนโลยีและบุคลากรในองค์กรให้พร้อมต่อการเข้าร่วมการประมูลก็ถือเป็นการเพิ่มโอกาสในการเป็นผู้ชนะการประมูลมากขึ้นด้วยเช่นกัน

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเเร็จกับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ และผู้เข้าร่วมการประมูลมีความสัมพันธ์กับความสำเเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐทุกด้าน โดยในด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ อาจเป็นเพราะหน่วยงานผู้ซื้อที่มีบทบาทสำคัญในด้านการกำหนดประเภท คุณลักษณะและราคากลางของสินค้า/บริการที่จะนำมาจัดการประมูลโดยตรง เป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความสำเเร็จในการเป็นผู้ชนะการประมูล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ของฝ่ายการพัสดุ การท่าเรือแห่งประเทศไทย ของพนิดา ทรัพย์อุดม (2546: 61 - 69) โดยได้ให้ข้อเสนอแนะของการศึกษาไว้ว่า หน่วยงานผู้ซื้อควรวางแผนเลือกสินค้า/บริการที่จะประมูลให้มีคุณลักษณะที่ชัดเจน เป็นสินค้า/บริการประเภทเดียวกัน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างเมื่อภาครัฐใช้วิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) กรณีศึกษา : การจัดซื้อเครื่องโทรสารของผกามาศ รุ่งเรืองใจ (2546: บทคัดย่อ) ซึ่งให้ข้อเสนอแนะของการศึกษาไว้ว่า หน่วยงานผู้ซื้อควรเลือกใช้วิธีการจัดซื้อให้เหมาะสมกับวงเงินงบประมาณ ระยะเวลา และปริมาณสินค้าในการจัดซื้อแต่ละครั้ง ส่วนในด้านของผู้เข้าร่วมการประมูล ซึ่งเป็นคู่แข่งกันในการประมูลโดยตรงนั้น อาจเป็นเพราะการมีจำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลน้อยราย และ/หรือการที่ผู้เข้าร่วมการประมูลขาดศักยภาพในการแข่งขัน รวมทั้งผู้เข้าร่วมการประมูลไม่มีการสมยอมราคาระหว่างกันย่อมเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันให้องค์กรเป็นผู้ชนะการประมูลได้มากยิ่งขึ้น

ส่วนปัจจัยภายในองค์กรทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการบริหารงาน และด้านระบบงานภายในมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ อาจเป็นเพราะองค์กรที่จะสามารถเป็นผู้ชนะการประมูลได้ ควรเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในระดับที่ทำให้มั่นใจได้ว่ามีความสามารถที่จะเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานผู้ซื้อได้ กล่าวคือ มีระยะเวลาการดำเนินงานมายาวนานระดับหนึ่ง มีความมั่นคงทางการเงิน และมีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง รวมทั้งควรเป็นองค์กรที่มีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การอำนวยความสะดวก และการควบคุมองค์กร นอกจากนี้ ควรเป็นองค์กรที่มีการจัดวางระบบงานภายในอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านเทคโนโลยี และด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการพิจารณาคัดเลือกผู้ค้าของสมาคมบริหารการจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย (2550: 16 – 26) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาคัดเลือกผู้ค้าคือความสามารถทางเทคนิค ความสามารถด้านการผลิต ความน่าเชื่อถือ บริการหลังการขาย สถานที่ตั้ง และราคาสินค้า/บริการ และยังสอดคล้องกับทฤษฎี McKinsey (2006) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงองค์กรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจต้องประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ ได้แก่ โครงสร้าง กลยุทธ์ พนักงาน สไตส์การบริหาร ระบบและวิธีการ คุณค่าร่วม และทักษะขององค์กร

2.5 การเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูล

ลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก และด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแตกต่างกัน โดยมีประเด็นที่น่าสนใจคือ

2.5.1 ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่ประกอบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความสำเร็จมากกว่าผู้ชนะการประมูลที่ประกอบธุรกิจแบบบริษัทจำกัด อาจเป็นเพราะการประกอบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดมีจำนวนผู้เริ่มก่อการน้อย ซึ่งผู้บริหารสูงสุดมักทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินใจดำเนินงานขององค์กรเกือบทุกด้าน รวมทั้งอาจเป็นผู้ตัดสินใจกำหนดราคาประมูลด้วย ดังนั้น การประกอบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดจึงมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับรูปแบบการดำเนินงานได้รวดเร็วกว่าการประกอบธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2547: 30 - 31) ซึ่งกล่าวถึงลักษณะขององค์กรที่ประสบความสำเร็จควรประกอบด้วยปัจจัย 5 อย่าง เรียกว่า องค์กร 5-S ได้แก่ จี๊วแต่แจ้วคุณภาพ (Small) ฉลาดทรงภูมิปัญญา (Smart) ยิ้มแย้มเปี่ยมน้ำใจ (Smile) ร่วมมือไร้ขัดแย้ง (Smooth) และรวดเร็วเหนือความคาดหมาย (Simplify) และยัง

สอดคล้องกับแนวคิดของ Thomas (1982) ซึ่งกล่าวถึงคุณลักษณะดีเด่นที่สร้างความเป็นเลิศทางการบริหาร 8 ประการ ได้แก่ เน้นการปฏิบัติ ใกล้ชิดกับลูกค้ามีความอิสระในการทำงานและความรู้สึก ร่วมเพิ่มผลผลิต โดยพนักงาน สัมผัสกับงานและมีความเชื่อมั่นในคุณค่า มุ่งทำแต่ธุรกิจที่เชี่ยวชาญ และเกี่ยวเนื่อง รูปแบบเรียบง่าย จำกัดจำนวนพนักงาน เข้มงวดและผ่อนคลายในเวลาเดียวกัน

2.5.2 ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ชนะการประมูลที่มีระยะเวลาการ ดำเนินธุรกิจ 11 - 15 ปี มีความสำเร็จในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐมากกว่าผู้ ชนะการประมูลที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปี และมากกว่า 20 ปี อาจเป็นเพราะผู้ชนะการ ประมูลที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 11 - 15 ปี ถือเป็นองค์กรที่มีระยะเวลา และประสบการณ์ ดำเนินธุรกิจมายาวนานระดับหนึ่ง อาจถือเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับ องค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องวงจรการจัดซื้อของสมาคมบริหารการจัดซื้อและซัพพลายเชน แห่งประเทศไทย (2550: 16) ซึ่งกล่าวไว้ว่า กระบวนการหนึ่งของวงจรการจัดซื้อคือ การคัดกรอง ผู้ค้า โดยควรพิจารณาจากความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ ซื้อและผู้ค้าในระยะยาว ต้องมั่นใจได้ว่าธุรกิจของผู้ค้ามีความมั่นคงด้านการเงิน ซึ่งเป็นสิ่งที่ ชี้ให้เห็นว่าผู้ค้าสามารถทำธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของภาครัฐ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยขอเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ จำแนกตามผู้ที่มีบทบาทและ เกี่ยวข้องกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ดังนี้

3.1.1 ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง ควรเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอัน ได้แก่ หน่วยงานผู้ซื้อ ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้เข้าร่วมการประมูล มีส่วน ร่วมในการกำหนดกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งส่งเสริมการประมูล ด้วยการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประมูลให้กับผู้เข้าร่วม การประมูลทราบอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ควรพัฒนาเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลางเป็นสื่อกลางใน การแสดงความคิดเห็นร่วมกันทุกฝ่าย และใช้เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการประมูล

3.1.2 ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ ควรใช้เว็บไซต์เป็นแหล่งในการแจ้งข่าวสารการประมูลให้ผู้เข้าร่วมการประมูลทราบล่วงหน้า รวมทั้งควรกำหนดราคากลางในการประมูลอย่างเหมาะสม กำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการอย่างชัดเจนและเปิดกว้างให้เกิดการแข่งขัน รวบรวมรายการสินค้า/บริการที่มีมูลค่าการประมูลอย่างเหมาะสม กำหนดประเภทของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างเหมาะสม และเจ้าหน้าที่พัสดุมีความเข้าใจในกฎ ระเบียบและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประมูลอย่างถ่องแท้

3.1.3 ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีความเป็นกลางในการทำหน้าที่จัดการประมูล และดำเนินการจัดประมูลในวันเสนอราคาอย่างมีประสิทธิภาพทุกขั้นตอน

3.1.4 ด้านการเตรียมความพร้อมในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ค้า ควรหาข้อมูลการจัดซื้อ การศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติในการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐจากหน่วยงานผู้ซื้อ ควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กร ได้แก่ การเข้าเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลางเพื่อหาข้อมูลลูกค้าหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการประมูล และควรมีเว็บไซต์ขององค์กร โดยใช้ชื่อตามโดเมนขององค์กร นอกจากนี้ ควรจัดเตรียมบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมูลโดยตรงอย่างน้อย 1 – 3 คน โดยเพิ่มเติมความรู้ให้บุคลากรดังกล่าวในด้านกฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการประมูล และผู้บริหารระดับสูงควรทำหน้าที่ตัดสินใจกำหนดราคาประมูล

3.1.5 ด้านการพัฒนาธุรกิจของผู้ค้าที่เข้าร่วมการประมูล ควรพัฒนาองค์กรให้เกิดความน่าเชื่อถือ ได้แก่ สร้างองค์กรให้มีชื่อเสียง มีความมั่นคงทางการเงิน และสร้างประสบการณ์ดำเนินงานกับองค์กรที่มีชื่อเสียง ควรบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มุ่งเน้นเข้าร่วมประมูลเฉพาะสินค้าหรือบริการในธุรกิจหลัก สามารถปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ การประมูลที่ภาครัฐประกาศใช้ และมีการวางแผนกลยุทธ์ในการเสนอราคาประมูล เป็นต้น นอกจากนี้ควรจัดวางระบบงานภายในให้มีประสิทธิภาพและมีความคล่องตัวในการดำเนินงาน เช่น มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างต่อเนื่อง สามารถจัดส่งสินค้า/บริการตามที่ผู้ซื้อกำหนด มีการผลักดันให้บุคลากรในองค์กรมีความรอบรู้ในการประมูลอย่างต่อเนื่อง และมีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยหน่วยงานผู้ซื้อในเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการจัดซื้อโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในกฎระเบียบเกี่ยวกับการประมูลของเจ้าหน้าที่ การรวบรวม กำหนดประเภทและคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการที่ประมูล และการกำหนดราคากลางในการประมูล

3.2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐในเชิงลึกเกี่ยวกับการสร้างความน่าเชื่อถือ การบริหารงาน และการจัดวางระบบงานภายในขององค์กร โดยศึกษาจำแนกตามด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ด้านสินค้าหรือการให้บริการหลัก และด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

3.2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยถึงความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาคเอกชน แล้วนำมาเปรียบเทียบกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลภาครัฐ เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การคลัง, กระทรวง (2548) “หลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 7 ธันวาคม 2550 จาก <http://inaudit.doae.go.th/UpFile/electronics.doc>
- เกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัย (2550) “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 8 ธันวาคม 2550 จาก <http://exmba.nisit.ku.ac.th/forums/index.php?act=Attach&type=post&id=951>
- คมสัน สุวรรณมานะศิลป์ (2547) “การประมูลงานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) กรณีศึกษา: การจัดซื้อจัดจ้างสำหรับบริษัทและโรงงานอุตสาหกรรมในภาคเอกชน” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สารสนเทศออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 8 ธันวาคม 2550 จาก <http://econ.tu.ac.th/mbe/Abstract/มหาลัย-2547/คมสัน.pdf>
- จินตนา บุญบงการ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2544) *การจัดการเชิงกลยุทธ์* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น
- จิราพร พลฤษศรี (2550) “การวางแผนกลยุทธ์ : แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์” คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 12 กันยายน 2550 จาก <http://www.dld.go.th/audit/mpamppm.ppt>
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2550) *เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง Electronics Procurement* ค้นคืนวันที่ 3 มกราคม 2551 จาก web.acc.chula.ac.th/~yexec101/MIT-WU/download/seminar/e-procurement-TorNoi.doc
- ชยุต จีงักดี (2549) “9 บริษัทผู้ให้บริการ e-Auction เพื่องานจัดซื้อจัดจ้างที่มีคุณภาพ” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 25 พฤษภาคม 2550 จาก <http://www.thailandindustry.com/home/SpecialReport.php?id=482§ion=12&rcount=Y>
- ชัชวาลินทร์ เดชอิทธิรัตน์ (2548) “Business Innovation : ระบบจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 15 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.guru-ict.com>
- เชาว์ โรจนแสง (2550) “กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม* หน้าที่ 2 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

- ทอแสง ศรีวิรุฒ (2546) “การศึกษาผลกระทบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร”
รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ แผนกวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ทิพาชาติ เมฆสวรรค์ (2551) “บทบาทของ ICT ต่อ e-Procurement” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5
มกราคม 2551 จาก www.pantavanij.com/Presentations/Role_of_ICT_in_e-Procurement.ppt
- เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, มหาวิทยาลัย (2551) “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรม”
(ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก <http://www.rmuti.ac.th/faculty/production/ie/html/ksf.htm>
- เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กระทรวง สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน (2548) “การสำรวจ
ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ เกี่ยวกับการจัดซื้อ/จัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) พ.ศ. 2548”
- ไทยแลนด์ อี้ออกชั่น (2550) “แนะนำระเบียบ e-Auction รัฐ” *ไทยแลนด์ อี้ออกชั่น* 1, 2
(กรกฎาคม) : 19 - 26
- ธงชัย สันติวงษ์ (2543) *องค์การและการบริหาร การศึกษาจัดการแผนใหม่* พิมพ์ครั้งที่ 11
กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิชย์
- ธนชัย ขมจินดา (2550) “การกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัท” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวางแผน
กลยุทธ์และการควบคุม* หน่วยที่ 3 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ชนิด โสรรัตน์ (2551) “กระบวนการที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทาน” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551
จาก <http://www.v-servegroup.com/new/document.php?Bookno=128&page=1>
- ธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัย (2547) “แผนยุทธศาสตร์” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก
<http://www.tu.ac.th/org/ofrefector/person/train/known/powerpoint/plans.ppt>
- นพเก้า ไพรลีน (2546) “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร: ศึกษาเฉพาะ
กรณีโรงงานกลุ่มบริษัทโตชิบา ประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต แผนกวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- บัญญัติกลาง, กรม พัฒนามาตรฐานระบบพัสดุภาครัฐ, สำนัก (2549) “แนวทางการปฏิบัติตาม
ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549”
(อัดสำเนา)

- _____ . (2549) “ผลการดำเนินการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์” (แผ่นพับ)
- _____ . (2549) “ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549” (อัดสำเนา)
- บุญประเสริฐ ละหุ่งเพชร (2545) “กลยุทธ์ในการประมูลงานระบบของบริษัทรับเหมาช่วงในประเทศไทยในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ผกามาศ รุ่งใจ (2546) “ผลของการจัดซื้อจัดจ้างเมื่อภาครัฐใช้วิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา : การจัดซื้อเครื่องโทรสาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 8 ธันวาคม 2550 จาก <http://econ.tu.ac.th/mbe/Abstract/มหาบัณฑิต-2546/ผกามาศ.pdf>
- พนิดา ทรัพย์อุดม (2546) “การจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ของฝ่ายการพัสดุ การท่าเรือแห่งประเทศไทย” รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ สาขาการบริหารทั่วไป คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- พรทิพย์ คีสมโชค (2542) รายงานวิจัย *คุณลักษณะความเป็นเลิศของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย* สถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่งานวิจัย นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พัฒนาธุรกิจการค้า, กรม (2550) “การศึกษาวิจัย การค้าปลีกเพื่อการพัฒนา” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 12 กันยายน 2550 จาก http://www.dbd.go.th/thai/develop/summary_01.doc
- พันชวนิช, บริษัท (2548) *พลิกโฉมการจัดซื้อจัดหาแนวใหม่ด้วย e-Procurement* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แปลน พรินต์
- _____ . (2549) “หนังสือแนะนำ บริษัท พันชวนิช จำกัด และแนวทางการปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549” (อัดสำเนา)
- _____ . (2550) “Auction เครื่องมือประสิทธิภาพสูงสุดแห่งการจัดซื้อ (ตอนที่ 1)” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 12 กันยายน 2550 จาก http://www.pantavanij.com/e_news/200403/e_auction.htm
- พชัย ขาวเหลือง และกรรณิการ์ สวรรค์โพธิพันธ์ (2550) *การจัดการธุรกิจด้วย Excel* พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์

- พิชัย สุขอยู่ (2548) “การประมูลด้วยระบบระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e – Auction) : ปัญหาและอุปสรรค”
 ภาคนิพนธ์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ออนไลน์) สาระโดยสังเขป
 ค้นคืนวันที่ 2 กรกฎาคม 2550 จาก http://www.polsci.tu.ac.th/mpe/thesisMPE13/mpe13_47.doc
- เฟื่องฟ้า พุ่มทอง (2546) “ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าอุปโภค
 บริโภคกรณีศึกษา บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ
 แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
 ภรณ์ีย์ (กิริติบุตร) มหานนท์ (2529) *การประเมินประสิทธิผลองค์กร* กรุงเทพมหานคร สถาบัน
 บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- ภูเบศร์ สมุทรจักร (2542) “A Small Collection of and Recollection on Porter’s Models”
 (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 12 กันยายน 2550 จาก http://www.dpu.ac.th/aj_bhubate/intmk/OnPorter.doc
- ระวีวรรณ จันทนะโพธิ (2548) “การศึกษากระบวนการในการดำเนินงานโครงการรัฐบาล
 อิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) เพื่อค้นหาแนวทางและวิธีการในการปรับปรุงและ
 พัฒนา กรณีศึกษา การประมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)” วิทยานิพนธ์
 ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะ
 วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- รักนรินทร์ แสนราช (2549) “การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับ
 หน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารเทคนิคศึกษามหาบัณฑิต สาขารัฐกิจอุตสาหกรรม
 บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2548) *คู่มือเชิงปฏิบัติ วิธีการจัดทำแผนกลยุทธ์* แปลจาก The Strategic
 Planning โดย Edited and Written by Network Dynamics Consulting (2548)
 กรุงเทพมหานคร สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- รัตติมา งามสง่า (2543) “ปัญหาและอุปสรรคต่อผู้ประกอบการการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง (ออนไลน์) สาระโดยสังเขป ค้นคืนวันที่ 2 กรกฎาคม 2550 จาก
<http://research.mol.go.th/prg/eachview.php?okey=RU47045&prg=viewrech.php&Page=72>
- ราชทัณฑ์, กรม (2550) “e-Procurement และ e-auction คืออะไร” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 8
 ธันวาคม 2550 จาก <http://plan.correct.go.th/eauction.html>

- ราณี อธิชัยสกุล (2549) “การจูงใจและการติดต่อสื่อสารในองค์กร” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์* หน่วยที่ 5 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- _____ . (2549) “ภาวะผู้นำในองค์กร” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์* หน่วยที่ 4 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ลัดดาวัลย์ ไชยวานิชย์ผล (2547) “การพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ : ศึกษากรณี ส่วนคลังและพัสดุ สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา (ออนไลน์) สาระ โดยสังเขป ค้นคืนวันที่ 2 กรกฎาคม 2550 จาก <http://www.gspa-buu.net/DigitalLibrary/code/showabstract.asp?callnumber=1416>
- ลัทธிகาล ศรีวระมย์ (2549) “การจัดโครงสร้างองค์การ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์* หน่วยที่ 3 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- วิทย์ ภูมิภัทราคม และคณะ (2542) *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- วิเชียร เลิศโกถานนท์ (2550) “การควบคุมเพื่อการดำเนินการกลยุทธ์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม* หน่วยที่ 8 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- วิทยา นิยะโต (2549) “สภาพปัญหาและความต้องการของธุรกิจค้าปลีกไทยในกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารเทคนิคศึกษามหาบัณฑิต สาขาธุรกิจอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- วีระชัย ดันติวีระวิทยา (2528) “ค้นคืนหาความเป็นเลิศ : ประสบการณ์จาก บริษัทอเมริกันชั้นนำของโลก” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก <http://library.bu.ac.th/online/service/ResultTitle.cfm?aTextSearch=2001099689&aSearchBy=B&aIsAdvance=yes>
- วีระยุทธ ชาตะกาญจน์ (2547) “การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Results Based Management)” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก <http://www.isc.ru.ac.th/data/ED0003477.doc>
- ศิริศักดิ์ จามรมาน (2550) “อินเทอร์เน็ตกับการประยุกต์ทุกด้านที่ท่านควรรทราบ (108 อีนี้ อีนั้น จากอีออกชั่น ถึง อีซู)” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก <http://www.eeverything.info/eAuction/index.htm>

- ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2551) “การวางแผนธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก [http://www.unescap.org/icstd/applications/projects/e-business-GMS/tw1/docs/ESCAP%20Thai/Siriluck/E-Business%20Strategic%20planning%20\(Thai\).ppt](http://www.unescap.org/icstd/applications/projects/e-business-GMS/tw1/docs/ESCAP%20Thai/Siriluck/E-Business%20Strategic%20planning%20(Thai).ppt)
- ศึกษาธิการ, กระทรวง (2550) “e-Auction กับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 25 พฤษภาคม 2550 จาก <http://www.moc.moe.go.th/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=12>
- ศุลกากร, กรม “ความเป็นมาของการใช้ e-Auction ในประเทศไทย” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 15 สิงหาคม 2550 จาก http://www.excise.go.th/auction/pdf/e_auction2thai.pdf
- ศูนย์กลางความรู้แห่งชาติ (2550) “e-Auction กับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 2 กรกฎาคม 2550 จาก <http://www.moc.moe.go.th/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=12>
- ศูนย์ปฏิบัติการกระทรวง ศึกษาธิการ, กระทรวง (2551) “e-Auction กับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก <http://www.moc.moe.go.th/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=12>
- เศรษฐ์ สันติ (2548, 28 ธันวาคม) “E-Auction ฮั้วไฮเทค” *มติชนรายวัน* (ออนไลน์) สาระสังเขป ค้นคืนวันที่ 25 พฤษภาคม 2550 จาก <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q4/article2005dec28p4.htm>
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2550) “เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง การบริหารจัดการ โลจิสติกส์แบบบูรณาการ” โครงการภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน SMEs Projects 12 กรกฎาคม 2550
- สมคิด เจดีย์วงศ์ (2545) “กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- สมพงษ์ จ้อยศิริ และเชาว์ โจรนแสง (2550) “กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์” ใน *ประมวลสาระ ชูวิชาการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม* หน่วยที่ 2 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- สมยศ นาวิการ (2541) *การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย (2550) “ความรู้เรื่องการจัดซื้อ” (อัดสำเนา)
- สมาพันธ์โลจิสติกส์ไทย (2550) “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ โลจิสติกส์” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 8 ธันวาคม 2550 จาก http://www.acbathai.org/admin/edittext/my_documents/my_files/1B4_MiceStation_1_7Sep07.pdf

- สรรพสามิต, กรม (2550) “ความเป็นมา e-auction ในประเทศไทย” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 8 ธันวาคม 2550 จาก http://www.excise.go.th/auctionpdf_e_auction2thai.pdf
- สุชาดา จำพัฒน์ (2546) “ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา บริษัท โอที (ประเทศไทย) จำกัด” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ แขนง วิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- เสน่ห์ จุ้ยโต (2550) “การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการใช้ภาวะผู้นำ” ใน *ประมวลสาระชุด วิชาการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม* หน่วยที่ 7 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- เสนาะ ดีเยาว์ (2543) “การวางแผนกลยุทธ์” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 29 ตุลาคม 2550 จาก <http://www.isc.ru.ac.th/data/PS0000824.doc>
- อธิปต์ย์ คลี่สุนทร (2550) “ยุทธศาสตร์การบริหารในยุคโลกาภิวัตน์” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 5 มกราคม 2551 จาก <http://www.thaimarketcenter.com/ecommerce/pawana/images/เอกสาร/ยุทธศาสตร์.doc>
- อรวรรณ ขวนทอง (2550) “การบริหารจัดการงานพัสดุของหน่วยงานทำได้อย่างไร” (ออนไลน์) ค้นคืนวันที่ 8 ธันวาคม 2550 จาก http://www.sci.tsu.ac.th/scriptl/article/orawan_50.pdf
- อังคณา จันทรสุนทรกุล (2547) “การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน)” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- อุทิศ บัวศรี (2549) “การจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) กับการป้องกันและปราบปรามการคอร์รัปชัน” สารสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 2 กรกฎาคม 2550 จาก <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2006q1/2006january09p5.htm>
- อุไรวรรณ เข้มนิยม (2544) “การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด” ใน *ประมวลสาระชุด วิชาการวางแผนและควบคุมทางการตลาด* หน่วยที่ 4 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- เอกนันท์ ฟ้ากระจ่าง (2548) “การรับรู้และการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจในเขตจังหวัดอุดรธานีที่มีต่อระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (E-procurement)” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

- Bloom, Benjarmín S. (1961) *Taxonomy of Educational Objectives*. New York: David McKay.
- Bridgefield Group Inc. (2006) "Bridgefield Group ERP/Supply chain Glossary" (Online)
Retrieved January 5, 2008 from <http://bridgefieldgroup.com/bridgefieldgroup/glos7.htm>
- Caplow, Theodore. (1964) *Principles of Organization*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Datacom Buchverlag Co., Ltd. (2008) "Electronic Auction (eAuction)" (Online) Retrieved
January 5, 2008 from http://a.dict.it/definition/lexikon/eauction_electronic%20auction.html
- Institute of Strategy and International Business. (2006) "Annual Report 2006" (Online)
Retrieved December 8, 2007 from http://www.tuta.hut.fi/units/Isib/research/ecommerce/ecommerce.php#top_of_page.
- Institute for Supply Management (2008) "Key Supply Management Terms" (Online) Retrieved
January 5, 2008 from <http://www.ism.ws/tools/content.cfm?ItemNumber=4469>.
- Manaberi, Sam., Martin Tina. (2005) "Reverse Electronic Auction & Industrial Buying Behavior
Case Studies in the telecommunication Industry" Unpublished Master's
Dissertation, Faculty Of Business Administration and Social Sciences at Lulea
University of Technology, Retrieved December 8, 2007 from
<http://epubl.ltu.se/1402-1617/2005/315/>.
- Mind Tools (2006) "The McKinsey 7S Framework" (Online) Retrieved December 8, 2007
from http://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_91.htm.
- Office of Government Commerce. (2006) "OGC Guidance on eAuctions" (Online) Retrieved
January 5, 2008 from http://www.ogc.gov.uk/documents/Guide_eAuctions.pdf
- Porter, Micheal E. (2007) "Key Success Factors (KSF)" (Online) Retrieved September 12, 2007
from <http://exmba.nisit.ku.ac.th/forums/index.php?act=Attach&type=post&id=951>
- Pucihar, Andreja., Gricar, Joze. (2005) "Environmental Factors Defining eMarketplace
Adoption: Case of Large Organizations in Slovenia" in 18th Bled eConference
eIntegration in Auction, June 6 – 8, 2005, Bled, Slovenia Retrieved December 8,
2007 from [http://www.bledconference.org/proceedings.nsf/Proceedings/01B89A393E883913C1257014004A665C/\\$File/32Pucihar.pdf](http://www.bledconference.org/proceedings.nsf/Proceedings/01B89A393E883913C1257014004A665C/$File/32Pucihar.pdf).
- Singh, Ratna. (2006) "Design and Implementation of fauxBay: Test-Bed for Bidding Agents in
Online Auction Markets" Unpublished Master's Dissertation, Faculty Of Computer

- Science at North Carolina State University, Retrieved December 8, 2007 from <http://www.lib.ncsu.edu/theses/available/etd-03272006-234545/>.
- Stacy Torjak. (2002) "A Uses and Gratification Analysis of Consumer Satisfaction Correlated to Expectation in E-commerce Retail Shopping." Faculty Of The Perley Isaac Reed School of Journalism at West Virginia University.
- Steers, R.M. (1977) *Organizational Effectiveness : A Behavioral View*. Santa Monica. California: Goodyear Publishing.
- Stephens, Gary D. (2001) "A Case Study of the Army Reverse Action" Unpublished Master's Dissertation, Naval Postgraduate School, Retrieved December 8, 2007 from <http://handle.dtic.mil/100.2/ADA396576>
- Thomas J. Peter and Robert H. Waterman Jr. (1982) *In Search of Excellent*. United State of America: Harper & Row Publishing .
- Wikimedia merchandise. (2007) "Purchasing" (Online) Retrieved January 5, 2008 from <http://en.wikipedia.org/wiki/Purchasing>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

ชื่อ	นายอภิสิทธิ์ สมิตะพินทุ
วุฒิการศึกษา	M.Sc. (Supply Chain Management)
ตำแหน่ง	นายกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย
ชื่อ	นายไชยวัฒน์ วงศ์อิน
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ตำแหน่ง	วิทยากร ระดับ 9 กองพัสดุและจัดหา สายงานระบบส่งและควบคุมระบบ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
ชื่อ	นางสุภวรรณ จันทสุวรรณย์
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต
ตำแหน่ง	วิทยากรระดับ 7 กองพัสดุและจัดหา สายงานระบบส่งและควบคุมระบบ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
ชื่อ	นางสาวประนอม เจริญวรรณยิ่ง
วุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เทพนาสิน เทคโนโลยี จำกัด
ชื่อ	นางสาวระพีพรรณ ตันติราวัฒน์
วุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายประมูลออนไลน์ภาครัฐ บริษัท พันธวิช จำกัด

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

“ การศึกษาความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ”

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโท แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญขององค์กรที่ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ เพื่อประโยชน์สูงสุดสำหรับงานวิจัย และผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถือเป็นความลับ โดยไม่เปิดเผยชื่อองค์กรหรือแหล่งที่มาของข้อมูลใดๆ แก่ผู้อื่นโดยเด็ดขาด

แบบสอบถามฉบับนี้ มีจำนวนทั้งหมด 7 หน้า แบ่งคำถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ตอนที่ 2 ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ตอนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ตอนที่ 4 ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นายพ่ายพ ขาวเหลือง

ผู้วิจัย

โทรศัพท์ 0 2689 4347

โทรสาร 0 2679 7474

โทรศัพท์มือถือ 084 139 3277

อีเมลล์ payup_k@yahoo.com

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริง
ขององค์กรท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียว และ โปรดตอบให้ครบทุกข้อ

1. รูปแบบการประกอบธุรกิจขององค์กรท่าน
 - 1. ห้างหุ้นส่วน จำกัด
 - 2. บริษัท จำกัด
 - 3. บริษัทมหาชน จำกัด
 - 4. รูปแบบอื่น (โปรดระบุ).....
2. มูลค่าสินทรัพย์ถาวรขององค์กรท่าน
 - 1. ไม่เกิน 50 ล้านบาท
 - 2. มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท
 - 3. มากกว่า 200 ล้านบาท
3. จำนวนบุคลากรทั้งหมดขององค์กรท่าน
 - 1. ไม่เกิน 50 คน
 - 2. มากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน
 - 3. มากกว่า 200 คน
4. รูปแบบสินค้าหรือการให้บริการหลักในธุรกิจขององค์กรท่าน
 - 1. ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย
 - 2. ซื้อสินค้าเพื่อจำหน่าย
 - 3. ธุรกิจให้บริการ
5. สินค้าหรือการให้บริการหลักในธุรกิจขององค์กรท่าน
 - 1. วัสดุก่อสร้าง
 - 2. ครุภัณฑ์
 - 3. การจ้างเหมาดำเนินการ
 - 4. การจ้างก่อสร้าง / ปรับปรุงตกแต่ง
 - 5. บริการให้เช่า
6. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจขององค์กรท่าน (ตั้งแต่ก่อตั้ง จนถึงปัจจุบัน)
 - 1. น้อยกว่า 1 ปี
 - 2. 1 - 5 ปี
 - 3. 6 - 10 ปี
 - 4. 11 - 15 ปี
 - 5. 16 - 20 ปี
 - 6. มากกว่า 20 ปี
7. จำนวนครั้งที่องค์กรของท่านเป็นผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐที่ผ่านมา
จำนวน.....ครั้ง

ตอนที่ 2 ความพร้อมในการดำเนินงานของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงของ
 องค์กรท่านมากที่สุด และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ

ด้านการติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

1. แหล่งที่มาของข้อมูลที่ทำให้องค์กรของท่านทราบว่า ภาครัฐมีการจัดซื้อโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 1. หน่วยงานผู้ซื้อ
 - 2. กรมบัญชีกลาง
 - 3. ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - 4. แหล่งอื่น (โปรดระบุ).....
2. เว็บไซต์ที่องค์กรของท่านใช้ในการหาลูกค้าหน่วยงานภาครัฐ ที่ต้องการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 1. ไม่ได้หาลูกค้าหน่วยงานภาครัฐทางเว็บไซต์
 - 2. เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐที่จัดซื้อ
 - 3. เว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง (www.gprocurement.go.th)
 - 4. เว็บไซต์ของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - 5. เว็บไซต์อื่น (โปรดระบุ).....

ด้านการจัดเตรียมข้อมูลและคุณสมบัติด้านเทคนิคในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

3. แหล่งที่มาของข้อมูลที่องค์กรของท่านใช้ศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติในการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 1. หน่วยงานผู้ซื้อ
 - 2. กรมบัญชีกลาง
 - 3. ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - 4. การเข้าร่วมอบรม / สัมมนา
 - 5. แหล่งอื่น (โปรดระบุ).....
4. แหล่งขอความช่วยเหลือ เมื่อองค์กรของท่านต้องการขอคำแนะนำหรือมีข้อสงสัยในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 1. หน่วยงานผู้ซื้อ
 - 2. กรมบัญชีกลาง
 - 3. ผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - 4. แหล่งอื่น (โปรดระบุ).....

ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

5. จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในงานที่เกี่ยวข้องกับการประมวลขององค์กรท่าน
1. ไม่มี
2. 1 - 3 เครื่อง
3. 4 - 6 เครื่อง
4. 7 - 9 เครื่อง
5. มากกว่า 9 เครื่อง
6. ประเภทอีเมลที่ใช้ในองค์กรของท่าน
1. ไม่มีอีเมล
2. ฟรีอีเมล (เช่น Hotmail, Yahoo)
3. ใช้อีเมลตามชื่อขององค์กร (เช่น name@ชื่อองค์กร.com)
4. ใช้อีเมลอื่น (เช่น name@truemail.com, name@tarad.com)
7. ประเภทเว็บไซต์ที่ใช้ในองค์กรของท่าน
1. ไม่มีเว็บไซต์
2. เว็บไซต์สำเร็จรูป (เช่น www.tarad.com)
3. ใช้เว็บไซต์ขององค์กรเอง (เช่น www.ชื่อองค์กร.com)

ด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

8. จำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรท่าน
1. 1 - 3 คน
2. 4 - 6 คน
3. 7 - 9 คน
4. มากกว่า 9 คน
9. วุฒิการศึกษาของบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมวลขององค์กรท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)
1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
3. อนุปริญญา / ปวส.
4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี
10. ความรู้ที่จัดให้แก่บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประมวลขององค์กรท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)
1. กฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
2. การใช้คอมพิวเตอร์
3. การใช้โปรแกรมการประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
11. ระดับของบุคลากรที่ทำหน้าที่ตัดสินใจกำหนดราคาประมวลขององค์กรท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)
1. ผู้บริหารระดับสูง
2. ผู้จัดการฝ่ายขาย หรือฝ่ายการตลาด
3. ผู้จัดการโครงการ หรือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการ
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็งของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ

อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็ง ตามความคิดเห็นของท่าน และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ

ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็งของผู้ชนะการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ		ระดับการเกี่ยวข้อง กับความสำเร็ง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
บทบาทของกรมบัญชีกลาง						
1	มีการส่งเสริมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์					
2	มีการกำหนดกฎ ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุด้วย วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างเหมาะสม (ปัจจุบันใช้ระเบียบปี พ.ศ. 2549)					
3	มีการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง					
4	มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบสารสนเทศของประเทศ					
บทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ						
5	มีเจ้าหน้าที่พัสดุที่มีความรู้ ความเข้าใจในกฎ ระเบียบ และแนวทาง ปฏิบัติ เกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างถ่องแท้					
6	มีการรวบรวมรายการสินค้า/บริการที่มีมูลค่าการประมูลอย่างเหมาะสม					
7	มีการกำหนดประเภทของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างเหมาะสม					
8	มีการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า/บริการที่นำมาจัดประมูลอย่างชัดเจน					
9	มีการกำหนดราคากลางในการประมูลอย่างเหมาะสม					
บทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์						
10	มีความเป็นกลางในการทำหน้าที่จัดการประมูล					
11	ชี้แจงกฎระเบียบและวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน					
12	จัดฝึกอบรมวิธีการประมูลให้กับผู้เข้าร่วมประมูลอย่างชัดเจน					
13	จัดทดสอบระบบก่อนประมูลจริงให้กับผู้เข้าร่วมประมูลเกิดความ มั่นใจในการใช้ระบบการประมูล					
14	ดำเนินการจัดประมูลในวันเสนอราคาอย่างมีประสิทธิภาพทุกขั้นตอน					
ผู้เข้าร่วมการประมูล						
15	มีจำนวนผู้เข้าร่วมประมูลน้อยราย					
16	ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น ขาดศักยภาพในการแข่งขัน					
17	ผู้เข้าร่วมการประมูลรายอื่น ไม่สมยอมเสนอราคาระหว่างกัน					

ตอนที่ 4 ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบ

อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ตามความคิดเห็นของท่าน และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ

ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ		ระดับการเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความน่าเชื่อถือขององค์กร						
1	มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจยาวนาน					
2	เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง					
3	มีความมั่นคงทางการเงิน					
4	มีประสบการณ์ดำเนินงานให้กับองค์กรที่มีชื่อเสียง					
การบริหารงานขององค์กร						
5	มีนโยบายพัฒนาองค์กรให้มีความพร้อมต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง					
6	ใช้นโยบายต้นทุนต่ำ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการเข้าร่วมประมูล					
7	มุ่งเน้นเข้าร่วมประมูลเฉพาะสินค้าหรือบริการในธุรกิจหลัก					
8	มีแนวทางปฏิบัติในการเข้าร่วมประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างชัดเจน					
9	มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเสนอราคาประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์					
10	มีแผนงานด้านการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ					
11	มีการกำหนดอำนาจหน้าที่ในการประมูลให้กับบุคลากรอย่างชัดเจน					
12	สามารถปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ภาครัฐประกาศใช้					
13	มีผู้บริหารที่มีความรู้เกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์					
14	มีผู้บริหารที่มีทัศนคติที่ดีต่อการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์					
15	มีการกำกับ และติดตามการเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง					
16	มีการศึกษาถึงความสำเร็จ / ความล้มเหลวของการประมูลที่ผ่านมา					

ปัจจัยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็ของผู้ชนะการประมูล ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ (ต่อ)		ระดับการมีผล กับความสำเร็				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ระบบงานภายในขององค์กร						
17	มีการพัฒนาสินค้า/บริการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง					
18	มีการพัฒนาสินค้า/บริการใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง					
19	กำหนดราคาขายสินค้า/บริการให้ต่ำกว่าคู่แข่ง					
20	มีการติดตามประกาศเชิญชวนเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ					
21	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง					
22	มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเพียงพอ					
23	มีต้นทุนในการจัดหาเงินทุนต่ำเพื่อใช้ในการดำเนินงาน					
24	มีความสามารถในการผลิต/จัดหาสินค้า/บริการตามที่คุณ้กำหนด					
25	มีความสามารถในการจัดส่งสินค้า/บริการตามที่คุณ้กำหนด					
26	มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้พร้อมต่อการเข้าร่วมประมูลอย่างต่อเนื่อง					
27	มีบุคลากรที่มีความสามารถในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์					
28	สามารถผลักดันให้บุคลากรในองค์กรมีความรอบรู้ในการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ชนะการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

1. ปัจจัยภายนอกองค์กร

- 1.1 ด้านบทบาทของกรมบัญชีกลาง.....
.....
- 1.2 ด้านบทบาทของหน่วยงานผู้ซื้อ.....
.....
- 1.3 ด้านบทบาทของผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....
.....
- 1.4 ด้านผู้เข้าร่วมการประมูล.....
.....
- 1.5 ด้านอื่นๆ
.....

2. ปัจจัยภายในองค์กร

- 2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ.....
.....
- 2.2 ด้านการบริหารงาน.....
.....
- 2.3 ด้านระบบงานภายใน.....
.....
- 2.4 ด้านอื่นๆ
.....

3. ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....
.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และหากต้องการให้ผู้วิจัยส่งงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ให้ท่าน โปรดกรอกข้อมูลด้านล่าง

โปรดกรอกข้อมูลของท่านเพื่อจัดส่งข้อมูลงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ทางอีเมล :-

ชื่อ-สกุล.....

อีเมล.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

บริษัท.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายแพทย์ ขาวเหลือง
วัน เดือน ปีเกิด	11 สิงหาคม 2522
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	1. ประกาศนียบัตรบัณฑิต (การจัดการและการประเมินโครงการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปี พ.ศ. 2545 2. บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงินและการธนาคาร) เกียรตินิยมอันดับสอง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปี พ.ศ. 2544 3. บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปี พ.ศ. 2543
สถานที่ทำงาน	บริษัท พันธวิช จำกัด แผนกสรรหาผู้ขาย อาคารคูนพินิทาวเวอร์ ถนนพระรามสี่ กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่สรรหาผู้ขายอาวุโส