

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การประมูลเป็นวิธีการที่ใช้ในการค้าขายที่สำคัญของมนุษย์มาช้านานนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การประมูลถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในสมัยอาณาจักรบาบิโลเนียเมื่อ 500 ปีก่อนคริสตศักราช การประมูลในยุคเริ่มต้นนั้นได้แก่ การประมูลเจ้าสาว ซึ่งจะจัดขึ้นปีละหนึ่งครั้ง โดยเป็นการประมูลหญิงสาวพรหมจรรย์มาเพื่อแต่งงาน อาศัยวิธีการประมูลโดยการกำหนดราคาของเจ้าสาวเริ่มต้นที่ราคาสูงๆ แล้วลดราคาลงมาเรื่อยๆ เมื่อเวลาผ่านไป (Descending Auction) จนกระทั่งผู้ที่มาประมูลบอกให้หยุด ก็จะถือว่าประมูลได้สิ้นสุดลง ผู้ที่บอกให้หยุดคือผู้ชนะการประมูลและจะได้หญิงสาวไปเป็นภรรยา การกระทำเช่นนี้ไม่ถือว่าผิดกฎหมาย แต่ถ้าหากมีการซื้อขายกันนอกเหนือจากการใช้วิธีประมูลแล้วจะถือว่าผิดกฎหมาย

ต่อมาในสมัยอาณาจักรโรมัน การประมูลถูกจัดทำกันอย่างมีระบบมากขึ้น นั่นคือ การประมูลจะประกอบไปด้วยเจ้าของสินค้า (Object Owner) ผู้จัดให้มีการประมูล (Organizer) ผู้ขายทอดตลาด (Auctioneer) และผู้ซื้อ (Buyer) ซึ่งในสมัยอาณาจักรโรมันนี้สินค้าที่นำมาประมูลจะเป็นสิ่งของจำพวกชิ้นส่วนที่หลงเหลือมาจากการทำสงคราม นอกจากนั้นยังปรากฏหลักฐานว่าจักรพรรดิโรมันคือ มาร์คัส ออเรลิอุส (Marcus Aurelius) ได้นำมรดกที่ได้รับกับเครื่องเรือนมาประมูลด้วย กล่าวกันว่า การประมูลครั้งนั้นยาวนานมากกว่า 2 เดือน

ในศตวรรษที่ 15 หรือยุโรปในยุคกลาง ได้มีการกำหนดกฎหมายสำหรับการประมูลขึ้นครั้งแรกโดยกษัตริย์เฮนรี่ที่ 11 ของอังกฤษ หนึ่งในกฎหมายที่กำหนดขึ้นคือ การกำหนดให้มีใบอนุญาตสำหรับการประมูล

ในช่วงศตวรรษที่ 17 การประมูลส่วนใหญ่ในประเทศอังกฤษจะถูกจัดขึ้นในโรงสุราหรือร้านค้ากาแฟเพื่อประมูลผลงานศิลปะและสิ่งของสะสม ในช่วงนี้เองสถานที่สำหรับการประมูลที่มีชื่อเสียงเช่น Sotheby และ Christie ได้ถือกำเนิดในปี ค.ศ. 1744 และ ค.ศ. 1766 ตามลำดับ

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา การประมูลนั้นได้รับการยอมรับว่าเป็นสื่อกลางที่สำคัญในการซื้อขายสินค้า ได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยในการประมูลมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การนำคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้ในการประมูลเพื่อให้การประมูลนั้นเป็นไปได้อย่างราบรื่นและรวดเร็ว โดยเฉพาะการนำคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการประมูลนั้นได้ทำให้

การประมูลเป็นที่แพร่หลายไปได้อย่างรวดเร็ว การประมูลด้วยการนำคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้เป็นสื่อกลางนั้นสามารถเรียกโดยรวมได้ว่าการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Auction: E-Auction) ประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นเป็นส่วนหนึ่งของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: E-Commerce)

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Business: E-Business) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางสำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร ทั้งนี้เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ในทางกฎหมายได้บัญญัติความหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้คือ รูปแบบทางธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการประมวลผล และการส่งข้อมูลดิจิทัล รวมทั้งข้อมูลเสียงและภาพเคลื่อนไหว โดยรวมถึงผลที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูลที่มีผลดีต่อองค์กร การเจรจาทางธุรกิจ การทำนิติกรรมสัญญา การชำระบัญชี รวมทั้งการชำระภาษี เป็นต้น

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยนั้นได้เริ่มต้นอย่างจริงจังขึ้นในปี พ.ศ.2540 โดยทางรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงได้มีการร่างกฎหมายเพื่อควบคุมและป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น โดยเริ่มทำการร่างกฎหมายตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 จนกระทั่งแล้วเสร็จออกเป็นพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปี พ.ศ.2544 ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดทั้งหลักการ ขอบเขต ตลอดจนบทลงโทษทางกฎหมาย

นับตั้งแต่จุดเริ่มต้น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้ดำเนินการมาอย่างมั่นคง โดยในปี พ.ศ.2546 มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวมของประเทศไทยมีมูลค่าถึง 63,436.42 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B) จำนวน 57,812.23 ล้านบาท และมูลค่าธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) จำนวน 716.93 ล้านบาท (ที่มา: [www.nectec.or.th/pub/books/ECbook.pdf](http://www.nectec.or.th/pub/books/ECbook.pdf))

จากตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งตามลักษณะประเภทขององค์กร ในเดือนกุมภาพันธ์ของปี พ.ศ.2549 จากข้อมูลของตารางที่ 1.1 พบว่าจำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2548 เล็กน้อยทั้งในกรณีของผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคลและผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลธรรมดา

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งตามลักษณะ  
ประเภทขององค์กรในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2549

ผู้ประกอบการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2548 (จำนวน/ร้อยละ)
นิติบุคคล	1,048	47.08	13/1.25
บุคคลธรรมดา	1,178	52.92	45/3.97
รวม	2,226	100	58/2.67

ที่มา: รายงานการสำรวจสถานภาพการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2549

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่แบ่งตาม  
ลักษณะประเภทโดเมนเนมของเดือนมกราคม พ.ศ.2549 จากข้อมูลของตารางที่ 1.2 พบว่า จำนวน  
ผู้ประกอบการซึ่งแบ่งตามประเภทโดเมนเนมโดยทั่วไป ยกเว้นโดเมนเนม .biz มีจำนวนเพิ่มขึ้น  
เล็กน้อย

ตารางที่ 1.2 จำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งตามประเภท  
โดเมนเนมของเดือนมกราคม พ.ศ.2549

โดเมนเนม	จำนวนเว็บไซต์	ร้อยละ	เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 (จำนวน/ร้อยละ)
.co.th	239	8.13	3/1.27
.com	2,234	75.99	49/2.24
.net	172	5.85	2/1.17
.biz	18	0.61	-
อื่นๆ	277	9.42	6/2.21
รวม	2,940	100	60/2.08

ที่มา: รายงานการสำรวจสถานภาพการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2549

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของ  
ธุรกิจ การประยุกต์ใช้ที่สำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การประมูลด้วยระบบ  
อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Auction: E-Auction)

การประมูลเพื่อซื้อขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบดั้งเดิมนั้น ผู้ซื้อสินค้าและผู้ขายไม่สามารถทำการประมูลได้อย่างทั่วถึงและเต็มที่ เนื่องจากมีข้อจำกัดหลายประการ ตัวอย่างเช่น ความห่างไกลของสถานที่ประมูล การทราบข่าวการประมูลที่ไม่ทั่วถึงซึ่งถูกจำกัดอยู่เพียงกลุ่มคนบางกลุ่ม ค่าใช้จ่ายในการประมูลสูง เป็นต้น เมื่อการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเริ่มมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตจึงได้กลายมาเป็นช่องทางหนึ่งของการประมูล และได้ถูกพัฒนาให้กลายเป็นการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อต้องการลดต้นทุนและข้อจำกัดด้านอื่นๆของการประมูลในรูปแบบดั้งเดิมลง โดยเฉพาะข้อจำกัดทางด้านสถานที่ที่ผู้สนใจสามารถเข้าร่วมประมูลได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม

สำหรับประโยชน์ของการประมูลไม่ว่าจะเป็นรูปแบบดั้งเดิมหรือแบบอิเล็กทรอนิกส์นั้น จะช่วยเพิ่มโอกาสในการซื้อขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายที่ไม่สามารถซื้อขายสินค้าได้ตามช่องทางการตลาดโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความพึงพอใจทางด้านราคาสินค้าให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายเนื่องจากราคาสินค้าไม่ถูกกำหนดอย่างตายตัวแน่นอน แต่ขึ้นอยู่กับภาวะตลาดลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ก่อนที่จะมีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้น การประมูลในประเทศไทยถูกกำหนดให้มีรูปแบบการประมูลแบบดั้งเดิม ซึ่งถือได้ว่าเป็นรูปแบบที่พบเห็นโดยทั่วไป ในส่วนของภาคเอกชนผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมาพบกันเพื่อเสนอราคาสินค้า และแข่งขันกันจนกระทั่งได้ผู้ชนะสำหรับการประมูลในส่วนของภาครัฐ แต่เดิมการจัดซื้อพัสดุภัณฑ์นั้นจะเป็นหนึ่งในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) และจะกระทำในลักษณะของการยื่นซองประกวดราคา ซึ่งการยื่นซองในลักษณะนี้บ่อยครั้งที่เป็นผู้ขายรายเดิม ผู้ซื้อไม่มีโอกาสพบกับผู้ขายรายใหม่ และผู้ขายรายอื่นๆไม่สามารถทราบข้อมูลการแข่งขันได้ ส่งผลทำให้เกิดความไม่โปร่งใส และปัญหาทุจริตการประมูลขึ้น การประมูลในลักษณะการยื่นซองประกวดราคา ทำให้ผู้ขายสามารถเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น (Static Pricing)

การเสนอซื้อเสนอขายสินค้า พักสุภัณฑ์และบริการ แต่เดิมอาจใช้การเจรจาต่อรอง (Negotiation and Bargaining) กับผู้ขาย โดยผู้ซื้อจะกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการ โดยทำการค้นหาและคัดเลือกผู้ขายที่มีศักยภาพ จากนั้นจึงเริ่มเจรจากับผู้ขายที่ได้คัดเลือกไว้ ซึ่งอาจเป็นการเจรจาทางโทรศัพท์ การแฟกซ์เอกสาร หรือการนัดพบกัน แล้วจึงตัดสินใจผู้ชนะการต่อรองและเข้าสู่การจัดส่งสินค้า

การประมูลแบบดั้งเดิมนั้นมีข้อจำกัดมากมาย อาทิเช่น ความไม่สะดวกในการเดินทางมายังสถานที่จัดการประมูล อีกทั้งยังให้เวลาแก่ผู้ซื้อน้อยเกินไปในการเสนอราคาเพื่อประมูลซื้อสินค้า

ทำให้ผู้ซื้อใช้เวลาในการตัดสินใจน้อย ซึ่งอาจส่งผลเสียทั้งต่อผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนมีค่าใช้จ่ายสูงในการจ่ายค่านายหน้า ค่าเช่าสถานที่ประมูล ค่าโฆษณา ค่าจ้างพนักงานและอื่นๆ

ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเริ่มได้รับการพัฒนาขึ้น ผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้โดยไม่จำกัดอยู่เพียงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังสามารถเชื่อมโยงกับเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขององค์กรอื่นและเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลอื่นๆได้ โดยไม่จำกัดสถานที่ โดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยจุดเด่นของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถติดต่อกันได้โดยไม่ต้องเดินทางมาพบกัน จึงทำให้เกิดแนวความคิดการประมูลในรูปแบบดั้งเดิมมาขจัดปัญหาเรื่องการเดินทางออก โดยอาศัยการเดินทางผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทน จึงเรียกว่าการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Auction: E-Auction) หรือการประมูลแบบออนไลน์ (Online Auction) นั่นเอง

การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จะต้องดำเนินการผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของผู้ให้บริการตลาดกลาง (E-Marketplace Service Providers) โดยเป็นผู้ทำหน้าที่จัดการประมูล และเป็นตัวกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายตลอดจนจัดหาผู้ขายเพิ่มเติมในกรณีการประมูลของภาครัฐ ผู้ให้บริการตลาดกลางจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับอนุญาตแล้วเท่านั้น โดยทางภาครัฐจะเปิดเว็บไซต์ เพื่อใช้เป็นศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ และทำหน้าที่ในการประกาศข่าวการประกวดราคา ประกาศผลการประมูล ข้อมูลพัสดุภัณฑ์ของภาครัฐ กฎหมายข้อบังคับ ตลอดจนขั้นตอนของการประมูลในเว็บไซต์ ผู้ให้บริการตลาดกลางทั่วไปจะเตรียมเครื่องมือในการประมูลให้อย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นการปิดประกาศประมูล การเขียนใบเสนอราคา (Quotation) หรือใบขอให้เสนอราคา (Request for Quotation) ระเบียบ กติกา หรือกฎต่างๆ อย่างครบถ้วน วิธีการดังกล่าวส่งผลทำให้การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

สำหรับประเทศไทยในยุคที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มได้รับความนิยม ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะมีความตื่นตัวและมีความตั้งใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมาก แต่ผลสำเร็จทางธุรกิจกลับมีน้อยเนื่องจากความไม่พร้อมของลูกค้า ความไม่เคยชินกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และความไม่เชื่อถือในประสิทธิภาพของระบบ ลูกค้ามองไม่เห็นประโยชน์ที่แท้จริงของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบกับประสิทธิภาพของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไทยก็ยังอยู่ในระดับต่ำมาก

ในช่วงดังกล่าวนี้เองที่ผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังหารูปแบบบริการที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการ จึงได้นำเอาซอฟต์แวร์การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ มาแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อใช้ในการซื้อสินค้า

การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถช่วยลดต้นทุนในการซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างมาก ทำให้ลูกค้ามองเห็นประโยชน์และยอมรับบริการได้ง่าย ดังนั้น ผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงหันมาแนะนำบริการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แก่ลูกค้าตนเองมากขึ้นเรื่อยๆ และแพร่หลายออกไปในอุตสาหกรรมต่างๆ มากมายหลายกลุ่ม โดยในช่วงแรกๆ การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้เริ่มต้นในกลุ่มบริษัทที่ทำธุรกิจด้านอาหารส่งออกต่างประเทศ และขยายไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมน้ำมัน อุตสาหกรรมก่อสร้าง ธนาคาร การเกษตร และกลุ่มล่าสุดคือภาครัฐการนั่นเอง

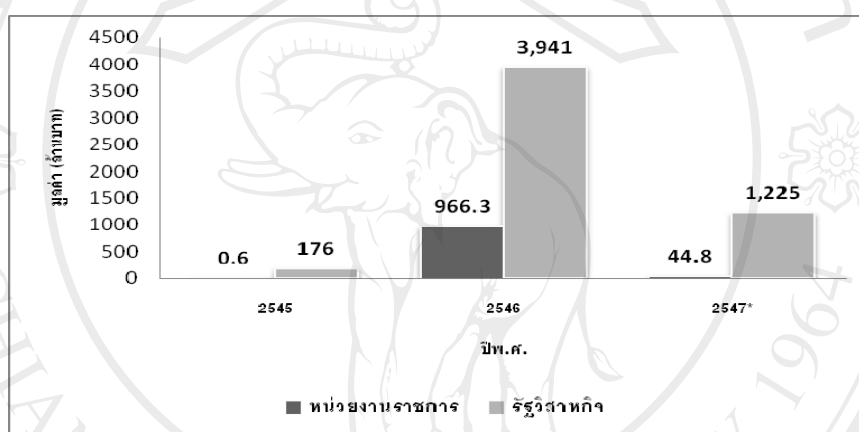
ความเป็นมาที่ภาครัฐการหันมาใช้ระบบการจัดซื้อแบบอิเล็กทรอนิกส์นั้น สืบเนื่องมาจากกรอบการเจรจาในข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยพิกัดอัตราภาษีศุลกากรและการค้าสินค้า (General Agreement on Tariffs and Trade: GATT) ซึ่งเป็นกติกาสากลเกี่ยวกับการค้าสินค้า และข้อตกลงว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ซึ่งเป็นกติกาสากลว่าด้วยการค้าบริการ นอกจากนี้การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐยังเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกับข้อตกลงหลายฝ่ายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government Procurement Agreement: GPA) ซึ่งเริ่มขึ้นจากการเจรจาในกรอบโตเกียว ระหว่างปี พ.ศ. 2516 ถึงปี พ.ศ. 2522 และได้รับการขยายขอบเขตในการเจรจารอบอุรุกวัย ระหว่างปี พ.ศ. 2529 ถึงปี พ.ศ. 2536 อีกด้วย

ทางธนาคารโลก (World Bank) ที่ประชุมองค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) และองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ได้มีการนำเสนอผลการวิจัยว่าการทุจริตประพัตติมิชอบของประเทศต่างๆ ทั่วโลก มากกว่า 95% เกิดขึ้นในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ดังนั้น ถ้าหากหาทางทำให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างเกิดความโปร่งใส ยุติธรรม จะช่วยให้ภาครัฐบาลของแต่ละประเทศประหยัดงบประมาณได้มากมาย วิธีการจัดซื้อทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Procurement) จึงถูกนำเสนอขึ้นมาและมีหลายประเทศที่เห็นชอบได้ลงนามในสัญญา (Agreement) ที่จะใช้วิธีการดังกล่าว

ในส่วนของประเทศไทยได้มีการประกาศนโยบายการจัดซื้อจัดหาพัสดุผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาลไทย เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 โดยได้บรรจุวิธีการประมูลแบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นหนึ่งในวิธีการจัดซื้อจัดหาพัสดุวิธีที่ 6 ซึ่งจากเดิมที่มีอยู่แล้ว 5 วิธี และให้หน่วยงานราชการทุกหน่วยงานดำเนินการจัดประมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้ได้อย่างน้อย 1 รายการภายในเวลา 3 เดือน ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นที่รัฐบาลให้ความสำคัญและเอาใจจริงเอาใจกับการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดซื้อจัดหาพัสดุของภาครัฐ

หลังจากนั้นไม่นานได้มีมติจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ.2546 ให้ส่วนราชการทั่วประเทศสามารถนำเอาระบบการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ได้ ซึ่งเป็นการตอกย้ำชัดเจนว่ารัฐบาล เอาจริงเอาจังกับนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยปัจจุบันรัฐบาลมีระเบียบให้ส่วนราชการที่จัดซื้อจัดจ้างในวงเงินเกิน 2 ล้านบาทจะต้องใช้วิธีการประมูลอิเล็กทรอนิกส์อย่างเดียวกันนั้น

จากรูปที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่ข้อมูลของปี พ.ศ.2547 นั้นไม่ใช่ข้อมูลทั้งปี นับเฉพาะ 2 เดือนแรกของปีเท่านั้น



รูปที่ 1.1 มูลค่าการจัดหาพัสดุโดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ.2547

นอกจากการประมูลโดยหน่วยงานของรัฐแล้ว การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ยังสามารถกระทำได้โดยการประมูลผ่านเว็บไซต์ ในส่วนของประเทศไทยมีผู้ให้บริการอย่างเช่น ประมูลดอทคอม (<http://www.pramool.com>) แต่ว่าการประมูลผ่านผู้ให้บริการทางเว็บไซต์ในประเทศไทยนั้นไม่ค่อยเป็นที่นิยมเมื่อเทียบกับการประมูลผ่านเว็บไซต์ระดับโลกอย่างอีเบย์ (Ebay) หรือว่ายาฮู (Yahoo)

อีเบย์นั้นได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อเดือนกันยายนปี พ.ศ. 2538 โดยเป็นหนึ่งในเว็บไซต์กลุ่มแรกที่ใช้ความได้เปรียบของเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ตัวอย่างเช่น การเสนอราคาอัตโนมัติในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์การใช้เครื่องมือช่วยค้นหาสินค้าที่ผู้ซื้อ โดยการประมูลผ่านอีเบย์จะใช้เวลาระหว่างหลายวันจนถึงหลายสัปดาห์ เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับความสะดวกสบายในการเข้าร่วมประมูล

ในช่วงเริ่มต้น สินค้าส่วนใหญ่ที่มีคนนำมาประมูลจะเป็นพวกของสะสม ยกตัวอย่างเช่น หนังสือการ์ตูนหรือการ์ตูนนักกีฬา ผู้ขายในอียิปต์สามารถเลือกรูปแบบการประมูลได้ เช่น สามารถเลือกได้ว่าจะให้การประมูลนั้นใช้เวลาทั้งหมดกี่วัน ระดับราคาเริ่มต้น และราคาต่ำที่สุดที่จะยอมขาย ซึ่งไม่ได้เปิดเผยออกมา อียิปต์นั้นเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยอัตราประมาณร้อยละ 12 ต่อเดือน ในช่วงนั้นได้มีเว็บไซต์อื่นๆ ที่ดำเนินการเช่นเดียวกันกับอียิปต์ แต่ที่ไม่มีเว็บไซต์ใดเลยที่จะสามารถมาแข่งขันกับอียิปต์ได้

ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 บริษัทยักษ์ใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตอย่างยาฮูและอเมซอน (Amazon) ได้เริ่มต้นให้บริการประมูลออนไลน์ในรูปแบบที่คล้ายคลึงกับอียิปต์ แต่ที่ไม่มีรายใดเลยที่จะประสบความสำเร็จได้เท่ากับอียิปต์จนถึงปัจจุบัน จากตารางที่ 1.3 แสดงให้เห็นว่าปริมาณสินค้าที่นำมาประมูลทางอียิปต์ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 นั้นมีมากกว่าอันดับสองอย่างยาฮูถึง 14 เท่า

ตารางที่ 1.3 ปริมาณสินค้าที่นำมาประมูลบนเว็บไซต์ที่ให้บริการ

อันดับ	เว็บไซต์ที่ให้บริการ	ปริมาณสินค้าที่นำมาประมูล (ชิ้น)
1	eBay	14,441,087
2	Yahoo!	1,120,401
3	Bidville	1,010,101
4	MightyBids	428,833
5	eCrater	382,631
6	uk.ebid.net	360,462
7	us.ebid.net	272,131
8	ca.ebid.net	254,694

ที่มา: <http://www.powersellersunite.com>

แต่เมื่อพิจารณาการประมูลออนไลน์ในประเทศญี่ปุ่น การประมูลบนเว็บไซต์อียิปต์กลับไม่ประสบความสำเร็จในการให้บริการเท่าที่ควร สาเหตุเนื่องมาจากในญี่ปุ่นนั้นมีเว็บไซต์ที่ให้บริการประมูลออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงอย่างยาฮูเจแปนเป็นคู่แข่งกันอยู่ โดยยาฮูเจแปนนั้นครอบครองตลาดการประมูลในญี่ปุ่นถึงร้อยละ 95 ในปี พ.ศ.2543



การประมูลบนเว็บไซต์อีเบย์และยาฮูเจแปนนั้นมีรูปแบบเฉพาะตัวอย่างหนึ่งคือ การประมูลจะเป็นลักษณะที่มีตัวแทนทำการประมูลให้โดยอัตโนมัติ (Proxy Bidding) นั่นคือ ระบบคอมพิวเตอร์ จะทำการประมูลแทนผู้เข้าร่วมการประมูลจนกระทั่งราคารันถึงมูลค่าที่ผู้ประมูลได้ทำการกำหนดไว้โดยอัตโนมัติ นักเศรษฐศาสตร์หลายๆ คนพิจารณาการประมูลผ่านเว็บไซต์อีเบย์และยาฮูเจแปนแล้วพบว่ามีการประมูลเป็นแบบ Second-Price (Second-Price Auction) เพราะว่าผู้ที่ชนะการประมูลนั้นไม่ได้จ่ายมูลค่าที่ตนเองทำการประมูลแต่จะจ่ายที่ราคาที่สูงกว่าราคาที่สูงที่สุดเป็นลำดับที่สอง (Second Best) เพียงเล็กน้อยเท่ากับราคาส่วนเพิ่ม (Increment Price) ที่ผู้ขายกำหนดเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่นถ้าผู้ที่ชนะการประมูลได้กำหนดมูลค่าของตนเองไว้ที่ 10,000 บาท และถ้าให้ส่วนเพิ่มของราคาประมูลเท่ากับ 100 บาท และราคาที่ดีที่สุดรองลงไปจากผู้ชนะมีค่าเท่ากับ 8,000 บาท ในกรณีนี้ผู้ชนะจะจ่ายแค่ 8,100 บาทเท่านั้น แทนที่จะต้องจ่ายที่มูลค่าของตนเองคือ 10,000 บาท เราจึงอาจกล่าวได้ว่าการประมูลแบบใช้ตัวแทนผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีการประมูลแบบ Second-Price

การประมูลออนไลน์บนเว็บไซต์อีเบย์และยาฮูเจแปนนั้นมีความแตกต่างกันอยู่ประการหนึ่ง นั่นคือ ระยะเวลาของการสิ้นสุดการประมูล โดยในเว็บไซต์อีเบย์นั้นจะมีรูปแบบการสิ้นสุดการประมูลเป็นแบบแข็ง (Hard Close) แต่ในเว็บไซต์ยาฮูเจแปนนั้นผู้ขายสามารถเลือกได้ว่าจะให้การประมูลสิ้นสุดลงแบบใด ระหว่างแบบอ่อน (Soft Close) หรือแบบแข็ง (Hard Close) ความแตกต่างระหว่างเวลาของการสิ้นสุดการประมูลระหว่างแบบอ่อนและแบบแข็งสามารถอธิบายได้ในตัวอย่างดังนี้

ถ้าหากว่าผู้ขายเลือกที่จะปิดการประมูลเป็นแบบแข็ง คือ เวลาปิดประมูลจะไม่มีกรณีเลื่อนออกไปไม่ว่าในช่วงท้ายได้มีผู้ซื้อเข้ามาประมูลก็ตาม ตัวอย่างเช่น ผู้ขายได้นำสินค้ามาประมูลในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 เวลา 18.00 นาฬิกา และได้กำหนดระยะเวลาการประมูลเอาไว้ 2 วัน เพราะฉะนั้นเวลาปิดประมูลคือ 18.00 นาฬิกาของวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 อย่างแน่นอน จะไม่มีกรณีเลื่อนเวลาปิดประมูลออกไปถึงแม้ว่าจะมีการประมูลโดยผู้ซื้อในช่วง 5 นาทีสุดท้ายก็ตาม ซึ่งรูปแบบนี้เป็นรูปแบบเดียวกับที่ใช้ในอีเบย์

ตรงกันข้ามกับการปิดประมูลแบบอ่อน นั่นคือ ถ้าหากว่าในช่วง 5 นาทีสุดท้ายก่อนปิดประมูลได้มีผู้ซื้อเข้ามาประมูล เวลาปิดประมูลจะถูกเลื่อนออกไปทันทีอีก 5 นาที และจะเลื่อนออกไปเรื่อยๆ ถ้ายังมีคนมาประมูลแข่งขันกันในช่วง 5 นาทีสุดท้าย จากตัวอย่างข้างต้น เวลาปิดประมูลคือ 18.00 น. ของวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 ถ้าในช่วงเวลาระหว่าง 17.55 – 18.00 น. ยังมีผู้ประมูลรายอื่นมาประมูลอยู่ เวลาปิดประมูลจะถูกเลื่อนออกไปเป็น 18.05 น. แทน แล้วถ้ายังมีผู้

ประมูลรายอื่นมาประมูลอีกในช่วงเวลา 18.00 – 18.05 น. เวลาปิดประมูลก็จะถูกเลื่อนออกไปอีกเป็น 18.10 น.

ประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องของการประมูลออนไลน์นั้นมีความหมายอย่างเช่น การพิจารณาพฤติกรรม การเข้าร่วมในการประมูลของผู้ประมูล การพยากรณ์ราคาประมูล การแยกประเภทของการประมูล รวมไปถึงเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างราคาประมูลกับตัวแปรอิสระต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัน และผลกระทบจากการประมูลที่เรียกว่าปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์ส (Winner's Curse Phenomenon)

การพิจารณาพฤติกรรมในการเข้าร่วมการประมูลของผู้ประมูลนั้นมีความสำคัญมากต่อผู้ขาย เนื่องจากว่า ถ้าหากผู้ขายทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมในการประมูลนั้นมีปัจจัยใดบ้าง ผู้ขายก็จะสามารถปรับเปลี่ยนลักษณะการเสนอขายให้เหมาะสมเพื่อให้มีผู้เข้าร่วมในการประมูลมากขึ้น อันจะส่งผลต่อทำให้รายได้ของผู้ขายเพิ่มสูงขึ้น

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งของการประมูลออนไลน์ก็คือ การศึกษาถึงผลกระทบของรูปแบบที่ใช้ในการสิ้นสุดการประมูลที่มีต่อการยื่นประมูลของผู้ประมูล รวมถึงการศึกษาถึงผลของการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สที่อาจจะเกิดขึ้นแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ถึงผลของการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สเริ่มต้นจากการประมูลสัมปทานขุดเจาะน้ำมันในอ่าวเม็กซิโก ดังนี้

ในช่วงปี ค.ศ. 1960-1970 ทางรัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้จัดให้มีการประมูลสัมปทานในการขุดเจาะเพื่อหาน้ำมัน บริษัทน้ำมันต่างๆ ค้นพบว่าตนเองได้เผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการตัดสินใจว่าจะประมูลที่ราคาเท่าใด แต่ละบริษัทต้องทำการประมาณปริมาณน้ำมันที่มีอยู่ในแต่ละท่าขุดเจาะ ซึ่งแน่นอนว่าแต่ละบริษัทนั้นมีข้อมูลที่ใช้ในการประมาณมูลค่าที่แตกต่างกันทำให้มูลค่าที่แต่ละบริษัทกำหนดนั้นมีความแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นเมื่อการประมูลเสร็จสิ้นลง บริษัทแอตแลนติก ริชฟิลด์ (Atlantic Richfield: ARCO) นั้นประมาณมูลค่าแตกต่างจากบริษัทเอ็กซอน (Exxon) อย่างมาก เห็นได้ชัดว่าบริษัทที่ชนะการประมูลนั้นจะต้องเป็นบริษัทที่ประมาณมูลค่าสูงมากที่สุด ปัญหาก็คือปริมาณน้ำมันที่มีอยู่ใต้ดินนั้นมีปริมาณที่คงที่ (Common Value) ไม่ได้ขึ้นอยู่กับมูลค่าที่มันถูกประมูลโดยบริษัทน้ำมัน ดังนั้น โอกาสที่ผู้ชนะการประมูลนั้นต้องจ่ายเงินที่มากกว่ามูลค่าที่แท้จริงของปริมาณน้ำมันที่มีอยู่ใต้ดินเป็นไปได้ค่อนข้างมาก

ในการประมูลสัมปทานในการขุดเจาะน้ำมันนั้น บริษัทน้ำมันที่ประมาณมูลค่ามากกว่าปริมาณน้ำมันที่มีอยู่จริง หรือว่าถูกกดดันให้ประมูลมากกว่าที่ตนเองกำหนดจะได้รับผลกระทบจากการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์ส

วิศวกรของบริษัทแอตแลนติก ริชฟิลด์ 3 คนได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการประมูลสัมปทานขุดเจาะน้ำมันที่หลุยเซียนา (Louisiana) ในปี ค.ศ. 1967 และที่ซานตา บาร์บารา (Santa Barbara) ในปี ค.ศ. 1968 ซึ่งแสดงข้อมูลของการประมูลในตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 การประมูลสัมปทานขุดเจาะน้ำมัน (ล้านเหรียญสหรัฐ)

Louisiana (1967)	Santa Barbara (1968)
\$32.5	\$43.5
17.7	32.1
11.1	18.1
7.1	10.2
5.6	6.3
4.1	
3.3	

ที่มา: Beware the Winner's Curse: Victories  
That Can Sink You and Your Company

จากตารางที่ 1.4 จะพบว่าที่หลุยเซียนานั้น ผู้ที่ชนะการประมูลได้ทำการประมูลที่ราคาสูงกว่าราคาประมูลที่ต่ำที่สุดถึง 10 เท่า ในขณะที่ที่ซานตา บาร์บารา ผู้ชนะนั้นประมูลด้วยราคาที่สูงกว่าราคาที่ต่ำ ที่สุดประมาณ 7 เท่า จะเห็นได้ว่าการประมาณมูลค่าของแต่ละบริษัทนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมาก

สามารถกล่าวได้ว่าปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สสามารถเกิดขึ้นได้เป็นประจำในกรณีที่ผู้ประมูลไม่ทราบมูลค่าที่แท้จริงของสินค้าที่ถูกนำมาประมูล เพราะที่ชนะการประมูลนั้นคือผู้ที่ประมาณมูลค่าไว้สูงที่สุดกว่าผู้อื่น ซึ่งมูลค่าสูงที่สุดนั้นมีความเป็นไปได้ที่จะมีค่ามากกว่ามูลค่าที่แท้จริงของสินค้าที่ประมูล

การพิจารณาผลของการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สในการประมูลแบบออฟไลน์ (Offline Auction) นั้นมีการศึกษากันมาช้านาน แต่ในส่วนของการประมูลออนไลน์นั้นยังถือว่าเป็นเรื่องที่ยังใหม่ งานวิจัยถึงผลของการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สในการประมูลออนไลน์นั้นไม่มากนัก ความเสียหายของปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สที่มีต่อผู้ชนะการประมูลในอดีตที่ผ่านมา มีความรุนแรงค่อนข้างมาก ถึงแม้ว่าการประมูลออนไลน์ความเสียหายในส่วนนี้จะไม่มากนัก

ได้ชัดเจน แต่การศึกษาถึงผลของการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สในการประมูลออนไลน์นั้นมีความสำคัญก็เพื่อเป็นการเตือนใจให้ผู้เข้าร่วมในการประมูลทุกคนได้มีความระมัดระวังในการประมูล และป้องกันการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สที่จะส่งผลเสียหายแก่ผู้ประมูลนั่นเอง

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงวิธีการประมูลออนไลน์บนเว็บไซต์อียะและยาฮูเจแปน
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประมูลและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมประมูลออนไลน์บนเว็บไซต์อียะและยาฮูเจแปน
- 3) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์ส (Winner's Curse) ที่เกิดขึ้นกับผู้ชนะการประมูลบนเว็บไซต์อียะและยาฮูเจแปน

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

- 1) ทำให้ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการประมูลออนไลน์บนเว็บไซต์อียะและยาฮูเจแปน
- 2) ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ประมูลและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมในการประมูลออนไลน์บนเว็บไซต์อียะและยาฮูเจแปน
- 3) ทำให้ทราบถึงผลกระทบที่มีต่อการเกิดปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สจากการประมูลออนไลน์บนเว็บไซต์อียะและยาฮูเจแปน
- 4) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีความสนใจต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการประมูลออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น