

บทที่ 5

ผลการวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลของการวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน โดยในส่วนแรกจะกล่าวถึงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นในส่วนที่สอง เป็นการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัย เพื่อตอบคำถามการวิจัยเกี่ยวกับการนำรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกข้าวของไทย

5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 **กลุ่มผู้ส่งออก** มีจำนวนทั้งหมด 7 ราย ตำแหน่งงานตั้งแต่ Trader ฝ่ายการค้าต่างประเทศจนถึงรองกรรมการผู้จัดการบริษัท อายุเฉลี่ย 36 ปี ลักษณะงานที่รับผิดชอบ ส่วนใหญ่ เกี่ยวกับการดูแลติดต่อประสานงานในเรื่องของการซื้อ-ขายข้าวกับผู้ซื้อต่างประเทศ เริ่มตั้งแต่การหาผู้ซื้อต่างประเทศ การได้ตอบจดหมายธุรกิจ การเสนอราคา และการปิดการขาย สำหรับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประมูลออนไลน์ (E-auction) พบว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความรู้และไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการซื้อ-ขายสินค้าด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) เพียงแต่เคยได้ยินเรื่องราวเกี่ยวกับการประมูลออนไลน์ (E-auction) จากเพื่อน หรือตามเว็บไซต์ eBay.com เท่านั้น แต่ผู้ส่งออกส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการประมูลยื่นซองปกติ ซึ่งเป็นการประมูลแบบดั้งเดิมที่ไม่ผ่านทางออนไลน์กับองค์การคลังสินค้า (อคส.) และกรมการค้าภายในของรัฐบาลไทย และการประมูลของยูเอ็นที่เรียกว่า World Food Program ซึ่งเป็นการประมูลยื่นซองแบบปิด สามารถเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียว โดยผู้ที่ชนะการประมูล คือ ผู้ที่เสนอราคาต่ำสุด และมีการเรียกต่อรองอีกครั้งหนึ่งในภายหลังเสร็จสิ้นการประมูล ซึ่งประสบการณ์ในการยื่นซองแบบเดิมสามารถนำมาเป็นแนวความคิดสำหรับการกำหนดรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับธุรกิจการส่งออกของไทยได้ เนื่องจากลักษณะการประมูลมีความเหมือนกันทุกประการ อาทิเช่น เกณฑ์การตัดสินผู้ชนะ คุณลักษณะสินค้า เป็นต้น โดยมี

ความแตกต่างกันตรงที่วิธีการประมูลเปลี่ยนจากการยื่นซองในสถานที่ประมูลมาดำเนินการผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนเท่านั้น

5.1.2 กลุ่มผู้ซื้อต่างประเทศ ประกอบด้วยผู้ซื้อต่างประเทศ จำนวน 10 ราย อายุเฉลี่ย 41 ปี ตำแหน่งงานผู้จัดการฝ่ายงาน ลักษณะงานที่รับผิดชอบส่วนใหญ่ คือ คอยดูแล ติดต่อ และประสานงานเกี่ยวกับการจัดซื้อข้าวกับผู้ส่งออกให้ทันตามความต้องการของตลาดผู้บริโภค รวมถึงการวางแผนการตลาด และการคาดการณ์แนวโน้มเกี่ยวกับความต้องการข้าวในอนาคต สำหรับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประมูลออนไลน์ (E-auction) พบว่า ผู้ซื้อต่างประเทศส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการประมูลซื้อ-ขายสินค้าด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) จากเว็บไซต์ eBay.com ที่ผู้ชนะการประมูลเป็นผู้ที่เสนอราคาสูงสุด โดยเป็นการประมูลแบบสด (Live Auction) ที่มีการเสนอราคาแบบ Real Time โดยสินค้าที่ผู้ซื้อต่างประเทศประมูลนั้นได้แก่ เสื้อผ้า อุปกรณ์ดนตรี ของเล่น ของสะสม น้ำหอม และตัวหมกกีฬา เป็นต้น

5.2 การวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยในส่วนนี้ จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามแบบจำลองการวิจัย เพื่อนำไปสู่การกำหนดรูปแบบของการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับธุรกิจการส่งออกข้าวของไทย ซึ่งประกอบด้วยส่วนแรก คือ การกำหนดรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย ส่วนที่สอง คือ การการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน และส่วนที่สาม คือ การสร้างการยอมรับในการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัยดังต่อไปนี้

5.2.1 การกำหนดรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย

การวิเคราะห์ผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัย กระบวนการที่ 1 : กระบวนการสำรวจและเปรียบเทียบ (Phase 1 : Searching and Comparing) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประมูลออนไลน์ (E-auction) เปรียบเทียบกับ

กระบวนการซื้อ-ขายข้าวในช่องทางปกติ โดยข้อมูลดังกล่าวจะนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ที่กล่าวไว้ว่า

Q1: รูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวควรมีลักษณะอย่างไร

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีการประมูลและทฤษฎีความเสี่ยง ซึ่งปัจจัยที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ลักษณะการประมูล คุณลักษณะสินค้า เกณฑ์ในการตัดสินผู้ชนะ การมีข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณา และระดับราคาในการเปิดประมูล

(1) ลักษณะการประมูล

ในด้านลักษณะการประมูล จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 4 ประเด็น ซึ่งประกอบด้วยประเด็นแรก ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวในปัจจุบัน ซึ่งยังไม่ได้นำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน ประเด็นที่สอง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย ประเด็นที่สาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย และประเด็นที่สี่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการริเริ่มนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวในปัจจุบัน ซึ่งยังไม่ได้นำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน ทางผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า กระบวนการขายข้าวของผู้ส่งออก มีขั้นตอนการขายข้าวอยู่ 2 วิธี โดยวิธีแรก ผู้ส่งออกจะเป็นฝ่ายออกไปหาผู้ซื้อต่างประเทศ แล้วนำเสนอขายข้าว ส่วนวิธีที่สอง คือ ผู้ส่งออกจะเป็นฝ่ายรอคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อต่างประเทศ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ซื้อต่างประเทศที่รู้จักกันเป็นอย่างดี เนื่องจากเคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน หรือผู้ซื้อต่างประเทศที่รู้จักผู้ส่งออกโดยการแนะนำปากต่อปากจากผู้ซื้อต่างประเทศด้วยตนเอง หรือรู้จักผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของผู้ส่งออก เป็นต้น ในขณะที่การ

ซื้อข้าวของผู้ซื้อต่างประเทศส่วนใหญ่ เป็นการซื้อข้าวจากผู้ส่งออกไทยเพื่อนำไปขายต่อให้แก่ลูกค้าในตลาดของตนเอง รายละเอียดดังตารางที่ 5.1

**ตารางที่ 5.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวในปัจจุบัน
ซึ่งยังไม่ได้นำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน**

<p>คำถาม</p>	<p>กระบวนการซื้อ-ขายข้าวในปัจจุบันของบริษัทท่าน ซึ่งยังไม่ได้นำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน มีขั้นตอนการซื้อ-ขายอย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ก็มี 2 วิธี คือ หนึ่ง อาจจะเป็นทางผู้ส่งออกออกไปหาลูกค้า แล้วนำเสนอ พอลูกค้าสนใจสินค้าตัวไหนก็จะเขียนอีเมลล์ หรือว่าโทรศัพท์เข้ามาสอบถาม หรือรูปแบบที่สอง อาจจะเป็นที่ลูกค้ารู้จักบริษัทของเราโดยทางสื่ออื่นๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัท หรือจากปากต่อปากของลูกค้าด้วยกันเอง แล้วก็เขียนอีเมลล์หรือโทรเข้ามาสอบถาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นวิธีเบื้องต้นของการเปิดขาย หลังจากที่เราได้อีเมลล์หรือ Enquiring จากลูกค้าแล้ว เราก็มาดูว่าสินค้านั้นมีความเป็นไปได้ที่จะเสนอขายหรือไม่ ถ้ามีความเป็นไปได้เราก็จะตอบกลับไปพร้อมกับเงื่อนไข ซึ่งประกอบไปด้วยเรื่องคุณภาพสินค้า ระยะเวลาการส่งมอบ ราคา และลักษณะบรรจุภัณฑ์ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับ Enquiring ของลูกค้าแต่ละราย”</p> <p>“ลูกค้าจะส่ง Enquiring เข้ามา หรือทางเราจะไปติดต่อลูกค้า แล้วก็เสนอราคาข้าว ซึ่งลูกค้าจะเป็นคนเปรียบเทียบราคาที่เรานำเสนอกับผู้ส่งออกรายอื่นว่าอยู่ในระดับที่น่าพอใจหรือไม่”</p> <p>“ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเป็นฝ่ายติดต่อเข้ามาเองโดยการโทรศัพท์ ส่งแฟกซ์ หรือเข้าไปดูเว็บไซต์ แล้วก็อีเมลล์มาถามเกี่ยวกับราคา ซึ่งทางเราก็จะเสนอราคาไป หลังจากนั้นก็จะ เป็นขั้นตอนการตกลงซื้อ-ขาย”</p>
<p>ผู้ซื้อ ต่างประเทศ</p>	<p>“30% ของผู้ซื้อต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถาม เป็นการซื้อข้าวจากผู้ส่งออกไทยเพื่อนำไปขายต่อให้แก่ลูกค้าในตลาดของตนเอง และ 20% ของผู้ซื้อต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถาม เป็นการซื้อข้าวจากผู้ส่งออกไทยโดยผ่านบริษัทนายหน้าระหว่างประเทศ (Broker) เพื่อนำไปขายต่อให้แก่ลูกค้าในตลาดของตนเอง และเพื่อนำไปใช้งานเอง และเป็นการซื้อข้าวจากผู้ส่งออกไทยโดยตรง เพื่อนำไปใช้งานเอง และ 10% ของผู้ซื้อต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถาม เป็นการสำรวจราคาข้าวจากผู้ส่งออกไทย เพื่อนำไปเสนอขายต่อให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศ”</p>

ตารางที่ 5.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวในปัจจุบัน
ซึ่งยังไม่ได้นำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>กระบวนการซื้อ-ขายข้าวในปัจจุบันของบริษัทท่าน ซึ่งยังไม่ได้นำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน มีขั้นตอนการซื้อ-ขายอย่างไร</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>กระบวนการซื้อ-ขายข้าวในปัจจุบัน ซึ่งยังไม่ได้นำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน มีขั้นตอนการซื้อ-ขายข้าวอยู่ 2 วิธี โดยวิธีแรก ผู้ส่งออกจะเป็นฝ่ายออกไปหาผู้ซื้อต่างประเทศ แล้วนำเสนอขายข้าว ส่วนวิธีที่สอง คือ ผู้ส่งออกจะเป็นฝ่ายรอคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อต่างประเทศ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ซื้อต่างประเทศที่รู้จักกันเป็นอย่างดี เนื่องจากเคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน หรือผู้ซื้อต่างประเทศที่รู้จักผู้ส่งออกโดยการแนะนำปากต่อปากจากผู้ซื้อต่างประเทศด้วยตนเอง หรือรู้จักผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของผู้ส่งออก เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบัน ผู้ส่งออกมีการเปิดเว็บไซต์เพื่อเป็นการแนะนำบริษัทและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อ-ขายข้าวในเบื้องต้นเท่านั้น ไม่มีการซื้อ-ขายผ่านหน้าเว็บไซต์แต่อย่างใด จากนั้นเมื่อผู้ซื้อต่างประเทศสนใจข้าวชนิดใดก็จะสอบถามและติดต่อมายังผู้ส่งออกไทย โดยดำเนินการผ่านช่องทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และอีเมลเป็นหลัก หลังจากได้รับคำสั่งซื้อแล้วทางผู้ส่งออกก็จะทำการตรวจสอบรายละเอียดว่าผู้ซื้อต่างประเทศต้องการข้าวชนิดใด จำนวนเท่าใด บรรจุภัณฑ์สำหรับการส่งออกเป็นแบบไหน และระยะเวลาในการส่งมอบอยู่ในช่วงใด จากนั้นจะตรวจสอบความพร้อมของตนเองว่าสิ่งที่ผู้ซื้อต่างประเทศต้องการนั้นมีความเป็นไปได้ที่จะเสนอขายหรือไม่ ถ้าสามารถทำได้ก็จะตอบกลับไปพร้อมกับใบเสนอราคาให้ผู้ซื้อต่างประเทศพิจารณา หากผู้ซื้อต่างประเทศยอมรับก็จะทำสัญญาการซื้อ-ขายข้าวร่วมกัน</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย ทางผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศ แสดงความคิดเห็นว่า การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศมีโอกาสที่จะซื้อได้มากขึ้น ในขณะที่ผู้ส่งออกก็มีช่องทางในการขายข้าวที่เปิดกว้างมากขึ้น แต่การนำมาใช้งานจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมของผู้ซื้อต่างประเทศที่มักนำราคาข้าวของผู้ส่งออกแต่ละรายมาเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้าวในราคาที่ถูกลงที่สุด ภาวะตลาดค้าข้าวของโลกว่า ณ ขณะนั้นตลาดเป็นของผู้ขายหรือผู้ซื้อ หากเป็นช่วงที่ตลาดเป็นของผู้ขาย ซึ่งเป็นช่วงที่ข้าวขาดแคลนและไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ ส่งผลให้ราคาซื้อ-ขายข้าวอยู่ในระดับที่สูงขึ้น จึงเป็นช่วงที่เหมาะสม

การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน นอกจากนี้ ประเภทการส่งออก ก็มีผลต่อการนำมาใช้งานเช่นเดียวกัน โดยการส่งออกข้าวลักษณะตู้คอนเทนเนอร์ มีความเป็นไปได้ที่จะนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน เนื่องจากจำนวนสินค้าและมูลค่าการส่งออกมีไม่มากนัก ดังนั้น ความเสี่ยงในการที่จะเกิดความเสียหายจากการผันผวนของราคาสินค้าจึงมีน้อย รายละเอียดดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้
ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย

<p>คำถาม</p>	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากมีการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทย</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“อาจจะใช้ได้ในบางจังหวัดหรือบางช่วงเท่านั้น เพราะตลาดมันมีตลาดของผู้ซื้อกับตลาดของผู้ขาย ตลาดของผู้ซื้อก็หมายความว่า ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า คือผู้ซื้อมีสิทธิ์เลือก แต่ในทางกลับกันช่วงที่ตลาดเป็นของผู้ขาย...ผลผลิตข้าวหรือทางด้าน Supply ค่อนข้างจะตึงตัว แล้วราคาก็พุ่งสูงขึ้นอย่างรุนแรง นี่ก็อาจจะเป็นโอกาสที่ทำให้เรื่อง E-auction ได้”</p> <p>“ก็จะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ซื้อมีโอกาสที่จะซื้อได้มากขึ้น ในขณะที่ผู้ส่งออกก็มีช่องทางที่เปิดกว้างมากขึ้นทำให้ลูกค้าจากทั่วโลกเข้ามาหาซื้อสินค้าจากบริษัทได้”</p> <p>“ในส่วนของ การส่งออกข้าวของไทย ณ ปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรก คือ การส่งออกในลักษณะของเรือใหญ่ เรียกว่า Bulk ซึ่งมูลค่าสินค้าในการส่งออกค่อนข้างสูง การตอบรับราคาจากผู้ส่งออกเสนอไปจะมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง ทำให้การตัดสินใจก็ต้องทันที่ทันใด โดยใช้การโทรศัพท์เพื่อทำการตัดสินใจ ดังนั้น การซื้อ-ขายทางออนไลน์อาจจะเป็นอุปสรรค เพราะการตกลงราคาทั้งหมดจะต้องอยู่บนหน้าจอ ซึ่งในบางครั้งอาจจะทำไม่ได้ แต่ถ้าเป็นการส่งออกในส่วนที่สอง คือ การส่งออกในลักษณะบรรจุอยู่ในตู้คอนเทนเนอร์ก็อาจจะมีความเป็นไปได้ เพราะว่าหนึ่งก็คือ กำหนดระยะเวลาในการให้ราคาเพื่อตอบรับลูกค้า สามารถกำหนดระยะเวลาได้ยาวกว่าการส่งออกแบบเรือใหญ่ เนื่องจากจำนวนสินค้าและมูลค่าการส่งออกมีน้อยกว่า ดังนั้น ความเสี่ยงในการที่จะเกิดความเสียหายจากการผันผวนของราคาสินค้าจึงมีน้อยกว่า”</p>

ตารางที่ 5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้
ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากมีการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทย</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“พี่ว่ายากนะ คือ หนึ่งลูกค้าข้าว เวลาอยากจะซื้อก็คืออยากได้เดี๋ยวนั้นเลย และก็มักจะสอบถามราคาไปทั่วแล้วนำมาเปรียบเทียบอยู่ตลอดเวลา แต่การประมูลต้องมีระยะเวลาในการประกาศ และประมูลที่ห่างกัน ซึ่งจุดนี้ที่กังวลว่ามันจะทันเวลาที่ลูกค้าต้องการหรือเปล่า และเงื่อนไขการซื้อ-ขายรับได้หรือไม่ เพราะปกติการซื้อ-ขายข้าวก็จะมีระยะเวลาการส่งมอบ เนื่องจากราคาข้าวมันเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สมมติว่าวันนี้เราซื้อข้าวในราคา 500 เหรียญ ซึ่งอีก 3 เดือนข้างหน้าราคาข้าวไม่มีวันเท่ากันอย่างแน่นอน เนื่องจากเราเสี่ยง ลูกค้าก็เสี่ยงด้วย”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“ไม่แน่ใจว่าหากนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งานแล้วมันจะดีหรือไม่ โดยส่วนตัวมีความเห็นว่าการพูดคุยกันและการต่อรองราคากันแบบ face to face นั้นมีความสำคัญ เพราะเราสามารถสร้างผลประโยชน์ในระยะยาวร่วมกันได้ ซึ่งการซื้อ-ขายข้าวมีปัจจัยหลายอย่างที่ต้องพิจารณาร่วมกัน โดยเฉพาะเรื่องของเวลา และต้นทุน”</p> <p>“เป็นช่องทางที่ดีในการที่ผู้ส่งออกจะเสนอขายข้าวในราคาที่ถูกลงของปกติ”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศมีโอกาสที่จะซื้อได้มากขึ้น ในขณะที่ผู้ส่งออกก็มีช่องทางในการขายข้าวที่เปิดกว้างมากขึ้น แต่การนำมาใช้งานจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมของผู้ซื้อต่างประเทศที่มักนำราคาข้าวของผู้ส่งออกแต่ละรายมาเปรียบเทียบกัน เพื่อให้ได้ข้าวในราคาที่ถูกลง ซึ่งอาจจะนำมาใช้ได้ในช่วงเวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภาวะตลาดข้าวของโลกด้วยว่า ณ ขณะนั้นตลาดเป็นของผู้ขายหรือผู้ซื้อ โดยส่วนใหญ่ตลาดข้าวของโลกมักเป็นตลาดของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองและมีสิทธิ์เลือก เนื่องจากมีผู้ขายจำนวนมากในตลาดที่ต้องการขายข้าว ส่งผลให้ราคาซื้อ-ขายข้าวอยู่ในระดับต่ำซึ่งไม่เหมาะกับการนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน แต่หากเป็นช่วงที่ตลาดเป็นของผู้ขาย ซึ่งเป็นช่วงที่ข้าวขาดแคลนและไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ ส่งผลให้ราคาซื้อ-ขายข้าวอยู่ในระดับที่สูงขึ้น จึงเป็นช่วงที่เหมาะสมกับการนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน เนื่องจากผู้ซื้อจะเข้ามาแข่งขันเสนอราคาข้าว เพื่อต้องการเป็นผู้ชนะและได้สิทธิ์ในการซื้อข้าวจากผู้ส่งออก นอกจากนี้ ประเภทการส่งออก ก็มีผลต่อการนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งานด้วยเช่นกัน โดยการส่งออกข้าวแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การส่งออกลักษณะของเรือใหญ่หรือเรียกว่า Bulk ซึ่งมูลค่าสินค้าในการส่งออกค่อนข้างสูง ซึ่งการตอบรับราคาจากผู้ส่งออกเสนอไปจะมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง ทำให้การตัดสินใจก็ต้องทันทีทันใด โดยใช้การโทรศัพท์เพื่อทำการตัดสินใจ เพราะฉะนั้นการซื้อ-ขายทางออนไลน์อาจจะเป็นอุปสรรค เพราะการตกลงราคาทั้งหมดจะต้องอยู่บนหน้าจอ แต่ถ้าเป็นการส่งออกในลักษณะที่สอง คือ การส่งออกลักษณะตู้คอนเทนเนอร์ อาจจะมีความเป็นไปได้ เพราะที่กำหนดระยะเวลาในการให้ราคาเพื่อตอบรับลูกค้า สามารถกำหนดระยะเวลาได้ยาวกว่าการส่งออกแบบเรือใหญ่ เนื่องจากจำนวนสินค้าและมูลค่าการส่งออกมีน้อยกว่า ดังนั้นความเสี่ยงในการที่จะเกิดความเสียหายจากการผันผวนของราคาสินค้าจึงมีน้อยกว่า</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย ทางผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศ แสดงความคิดเห็นว่า สามารถนำรูปแบบของการประมูลออนไลน์ (E-auction) จากเว็บไซต์ eBay.com มาเป็นแนวทางในการดำเนินงานได้ โดยรูปแบบและลักษณะการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีน่าจะมีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยนั้น ได้แก่ การประมูลแบบ Forward Auction ซึ่งอาจเป็นการประมูลแบบสด (Live Auction) หรือการประมูลแบบมีกำหนดระยะเวลาภายในวันต่อวัน (Posting Auction) รายละเอียดดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย

<p>คำถาม</p>	<p>ท่านคิดว่ารูปแบบและลักษณะการประมูลออนไลน์ (E-auction) แบบใดที่น่าจะมีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทย</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“น่าจะเป็นผู้ที่ให้ราคาดีที่สุดในผู้ชนะการประมูล อย่างเช่นสินค้าใน eBay เพราะคนที่ขายน่าจะพอใจราคาดีที่สุด”</p> <p>“ลักษณะของข้าวก็น่าจะเลียนแบบเอา eBay เป็นต้นแบบได้ เพราะรูปแบบระบบถูกออกแบบมาค่อนข้างดีพอสมควร คิดว่าถ้าเกิดจะเน้นก็คงเน้นลักษณะที่ว่ามีการประมูลแล้วก็มีการกำหนดระยะเวลา แล้วก็มีการปล่อยให้มีการบิดราคากัน”</p> <p>“อย่างน้อยคนที่จะมาประมูลก็ต้อง Register ก่อนว่าลูกค้าคนนั้นเชื่อถือได้ไม่ได้...แล้วก็ต้องมีระยะเวลา เพราะการประมูลข้าวลักษณะไม่เหมือนสินค้าที่ปล่อยอยู่ได้อาทิตย์หนึ่ง”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“ผู้ซื้อต่างประเทศ 100% มีความเห็นว่า “The winner bid the highest price”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>เนื่องจากยังไม่เคยมีการนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยมาก่อน จึงทำให้ทั้งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศนำรูปแบบของการประมูลออนไลน์ (E-auction) จากเว็บไซต์ eBay.com มาเป็นแนวทางในการแสดงความคิดเห็น โดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่ารูปแบบและลักษณะการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่น่าจะมีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยนั้น ได้แก่ การประมูลแบบ Forward Auction ซึ่งเป็นรูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) แข่งขันเสนอราคาสูงสุด โดยลักษณะการประมูลอาจเป็นการประมูลแบบสด (Live Auction) หรือการประมูลแบบมีกำหนดระยะเวลาภายในวันต่อวัน (Posting Auction) โดยมีการสร้างเงื่อนไขในการประมูล ซึ่งได้แก่ การลงทะเบียนสมาชิกของผู้ซื้อต่างประเทศ (Register) และการวางเงินมัดจำล่วงหน้า ด้วยการเปิดเอกสาร L/C ก่อนอนุญาตให้เข้าร่วมประมูลได้</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการริเริ่มนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย ทางผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการริเริ่มนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน ได้แก่ กฎระเบียบและเงื่อนไขสำหรับการประมูลที่ผู้ขายและผู้ซื้อต่างประเทศสามารถยอมรับได้ ต้นทุนสินค้าที่มีความผันผวนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ลักษณะคุณภาพข้าวที่มีความแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละราย พฤติกรรมของผู้ซื้อต่างประเทศที่มักนำราคาข้าวของผู้ส่งออกแต่รายละมาเปรียบเทียบกัน ภาวะตลาดค้าข้าวของโลก ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ซื้อต่างประเทศมีอำนาจในการต่อรองการซื้อ-ขายข้าวมากกว่าผู้ส่งออก และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของไทย ที่ปัจจุบันยังเชื่อมต่อด้วยโมเด็ม ซึ่งมีความเร็วที่ต่ำอยู่ ดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญในการริเริ่มนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย

คำถาม	ปัจจัยใดบ้างที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการริเริ่มนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทย
ผู้ส่งออก	<p>“ขึ้นอยู่กับภาวะตลาดโลกว่าตอนนี้ผลผลิตที่อื่นเป็นอย่างไร คู่แข่งเป็นอย่างไร ช่วงที่ผ่านมาเวียดนาม กับอินเดียงการส่งออกเหมือนกับแบนการส่งออก ไทยจึงเป็นแหล่งเดียวที่ส่งออกได้ ฉะนั้น คนก็เลยมุ่งเข้ามาที่ประเทศไทยเป็นหลัก...ในตลาดค้าข้าวของโลก ผู้ส่งออกไม่ได้มีอำนาจ 100% เต็ม แล้วส่วนใหญ่ผู้ส่งออกไม่ค่อยมีอำนาจต่อรองเท่าไรด้วยในตลาดโลก ผู้ซื้อจะมีอำนาจต่อรองกับเรามากกว่า”</p> <p>“อย่างน้อยก็ต้องมีเงื่อนไขที่ Fixed ไว้ เพราะเราจะดูไม่ออกว่าลูกค้าเป็นอย่างไร ถ้าเกิดลูกค้าที่รู้จักกันก็ไม่ใช่ไร แต่ถ้าลูกค้าที่เราไม่รู้จักก็ต้องหาวิธีให้เค้าแนะนำตัว หรือว่า Reference อะไรบ้าง เหมือนกับการคัดลูกค้า เพื่อที่จะให้ทราบว่าเป็นเค้ามีตัวตน”</p> <p>“องค์ประกอบสำคัญ ก็จะต้องดูลักษณะข้าวที่ผู้ซื้อต้องการ หมายความว่า ถ้าสมมติเราจะขายข้าวชาวนิดหนึ่งให้ประมูลกัน เราก็ต้องไปดูก่อนว่าลูกค้าในกลุ่มข้าวชาวนิดนี้มีใครบ้าง อาจจะมีถามก็ได้ว่าลูกค้าสนใจไหม เราจะมีประมูล ณ วันนี้ สนใจไหม ถ้าเกิดสนใจก็ลองเข้ามาออนไลน์วันนั้นๆ ซึ่งหลักๆ เราจะมีกรอบข้อมูลเบื้องต้นในการประมูล เช่น ข้าวชาวนิดนี้ ฤกษ์แบบนี้ จะประมูล ณ วันนี้ เป็นต้น”</p>

ตารางที่ 5.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญในการริเริ่มนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>ปัจจัยใดบ้างที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการริเริ่มนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทย</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับ Demand และ Supply ตลาดเป็นหลัก โดยปกติการซื้อ-ขายข้าวจะมีความผันผวนในเรื่องของราคาจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับแต่ละช่วงเวลา หาก Demand กับ Supply มันไม่สมดุลกัน ก็มีความผันผวนสูง”</p> <p>“ผมมองว่าในวงการค้าข้าวค่อนข้างคุ้นเคยกับระบบเก่าๆ เช่น การตอบรับทางอีเมลล์ ทางโทรสาร ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่ง ณ ปัจจุบันก็ยังทำได้อยู่ แต่ว่าคงต้องดูปัจจัยลักษณะของบุคลากร เพราะว่าในวงการข้าวจริงๆ นั้น บุคลากรระดับสูงที่สามารถตัดสินใจไม่คุ้นเคยกับระบบสื่อสารสมัยใหม่เท่าไร และปัจจัยที่สองที่ผมคิดว่าเป็นอุปสรรคสำคัญเลย ก็คือพื้นฐานทางการสื่อสาร คือ Infrastructure การสื่อสารของประเทศ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นการ Access โดยใช้ Modem ในการ Dial Up ซึ่งความเร็วยังต่ำอยู่ ส่วนความเร็วสูงที่เป็น DSL ยังมีน้อย ไม่ได้ครอบคลุมทั้งหมด และอีกปัจจัยหนึ่งก็คือ ลักษณะการ Bid ออนไลน์ที่ต้องอยู่หน้าจอตลอดเวลา แต่สำหรับวงการค้าข้าวในบางครั้งสามารถปิด Deal โดยไม่ต้องนั่งโต๊ะทำงานก็ได้ ก็คือใช้การโทรศัพท์แทนได้ ซึ่งอยู่ที่ไหนเราก็สามารถทำได้ แต่สำหรับ E-auction เราจะซื้อ-ขายได้ก็ต่อเมื่อมี Internet Connection ที่มีความเร็วอยู่ในระดับที่พอสมควร และต้องมีคอมพิวเตอร์ไว้ดู ซึ่งมันอาจจะทำให้การใช้งานไม่สะดวกเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจุบัน”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้วิธีการซื้อ-ขายด้วยระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) มากที่สุด คือ ความโปร่งใสในการประมูล 96.00% รองลงมา ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของระบบการประมูล 90.00% ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งออก 86.60% ระดับราคาในการประมูล 83.40% และรูปแบบการประมูล 80.00%”</p>

ตารางที่ 5.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญในการริเริ่มนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>ปัจจัยใดบ้างที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการริเริ่มนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทย</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>การประมูลออนไลน์ (E-auction) ซื้อ-ขายข้าวมีความแตกต่างจากการประมูลซื้อ-ขายสินค้าทั่วไปในเว็บไซต์ต่างๆ อย่างเช่น eBay.com เนื่องจากการซื้อ-ขายข้าวมีข้อจำกัดหลายประการ ดังนั้น ปัจจัยสำคัญที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการริเริ่มนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านกฎระเบียบและเงื่อนไขสำหรับการประมูลที่ผู้ขายและผู้ซื้อต่างประเทศสามารถยอมรับได้ เนื่องจากมีผลต่อความน่าเชื่อถือในเรื่องของความปลอดภัยและกระบวนการซื้อ-ขายข้าวด้วยระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการใช้งาน ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้าที่มีความผันผวนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งมีความเสี่ยงในเรื่องของการบริหารจัดการ เพราะราคาที่ชนะการประมูลบางครั้งอาจมีมูลค่าสูงกว่าหรือต่ำกว่าราคาซื้อ-ขายในช่องทางปกติ และมีผลโดยตรงกับผลตอบแทนหรือกำไรที่ทั้งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศจะได้รับในอนาคต ปัจจัยด้านลักษณะคุณภาพข้าวที่ผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายต้องการที่มีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้น ผู้ซื้อที่เข้าร่วมประมูลจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการคุณภาพและข้าวชนิดเดียวกัน ซึ่งผู้ส่งออกจะต้องพิจารณาในเรื่องของความหลากหลายของผู้ซื้อดังกล่าว เพื่อป้องกันปัญหาการสมยอมราคาระหว่างผู้ซื้อที่เข้าร่วมประมูล ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อต่างประเทศในการซื้อ-ขายที่มักมีการเปรียบเทียบราคาจากผู้ส่งออกรายอื่นๆ ในตลาดค้าข้าว เพื่อนำมาต่อรองราคาให้ได้ต่ำที่สุด รวมถึงปัจจัยด้านภาวะตลาดค้าข้าวของโลกซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดของผู้ซื้อต่างประเทศ ที่มีอำนาจในการต่อรองการซื้อ-ขายข้าวมากกว่าผู้ส่งออก และโครงสร้างของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทางด้านอินเทอร์เน็ตของไทย ที่ปัจจุบันยังเชื่อมต่อด้วยโมเด็ม ซึ่งมีความเร็วที่ต่ำอยู่ อีกทั้ง ในตลาดค้าข้าวของไทย ระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่ และไม่เคยมีการนำมาใช้งานมาก่อน</p>

(2) คุณลักษณะสินค้า

ในด้านคุณลักษณะสินค้า จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับประเด็นคุณลักษณะข้าวที่ทำการซื้อ-ขายในตลาดค้าข้าวของโลก ซึ่งทางผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า คุณลักษณะข้าวที่ผู้ส่งออกแต่ละรายขายให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศ สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ข้าวคุณภาพดี (ข้าวหอมและข้าวขาว 100%-5%) ข้าวคุณภาพปานกลาง (ข้าวขาว 10%-15% และข้าวเหนียว 10%) และข้าวคุณภาพต่ำ (ข้าวขาว 25% และปลายข้าว) ซึ่งแทบจะไม่มี ความแตกต่างกันเท่าไร แต่สิ่งที่ทำให้ข้าวของผู้ส่งออกแต่ละรายในตลาดมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด คือ กระบวนการปรับปรุงคุณภาพข้าวที่มีความทันสมัย ได้แก่ ขั้นตอนการทำความสะอาด (DESTONER, MAGNETIC CLEANER, SORTER) ขั้นตอนการขัดมัน (POLISHING MACHINE) ขั้นตอนการคัดขนาดข้าว (ROTARY SIFTER, GRADER) ขั้นตอนการคัดสีและแยกเมล็ดดำ (COLOR) ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวที่ทำให้ข้าวมีมูลค่าสินค้าเพิ่มขึ้น และตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการปรับปรุงคุณภาพข้าวก็คือ ความต้องการของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายนั่นเอง รายละเอียดดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของข้าว

คำถาม	คุณลักษณะข้าวของผู้ส่งออกแต่ละประเทศที่ทำการซื้อ-ขายกันในตลาดค้าข้าวของโลกมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร
ผู้ส่งออก	“เมื่อเทียบกับบริษัทส่งออกรายอื่นในประเทศ การส่งออกข้าวเราก็จะอิงกับมาตรฐานข้าวไทยของกระทรวงพาณิชย์ ปี 2540 เป็นหลัก นอกจากลูกค้าจะมี Spec พิเศษจริงๆ จึงจะมีการระบุเพิ่มเติมเข้าไปในสัญญาซื้อ-ขายข้าว ด้านผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆ เช่น เวียดนาม อินเดีย คุณลักษณะข้าวก็มีความคล้ายกับของเรา แต่ไม่เหมือนกันซักทีเดียว ข้าวเวียดนามคุณภาพในการหุงต้ม และการกินสู้ของไทยไม่ได้ ของอินเดียก็ลักษณะทางกายภาพ เช่น ความยาวเมล็ด หรือคุณภาพของการทำความสะอาด ซึ่งถ้าพูดในเรื่องของคุณภาพข้าวของไทยเป็นที่ยอมรับมากที่สุด ซึ่งลูกค้ายินดีที่จะจ่ายราคาสูงกว่าตลาดอินเดียหรือเวียดนาม เนื่องจากลูกค้ารู้ว่าปัจจัยเรื่องคุณภาพ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งออกไทยนั้นดีกว่า และส่วนใหญ่ส่งมอบตรงเวลา หรือว่าอยู่ในสัญญาที่ให้ไว้”

ตารางที่ 5.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของข้าว (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>คุณลักษณะข้าวของผู้ส่งออกแต่ละประเทศที่ทำการซื้อ-ขายกันในตลาดค้าข้าวของโลกมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ไม่ค่อยเหมือนกัน ขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละราย ถึงแม้โดยรวมของข้าวก็จะเป็นแบบเดียวกัน เช่น ข้าวหอม ประเทศหนึ่งก็จะใช้ข้าวหอมที่มี Spec แบบหนึ่ง อีกประเทศหนึ่งก็ Spec อีกแบบหนึ่ง อย่างเช่นบางลูกค้าต้องการข้าวหอมที่ขัดเพิ่ม 2 ครั้งเพื่อให้มันเงามากขึ้น หรือต้องการให้มีเม็ดเหลืองเม็ดขาวผสมให้ได้ตามเปอร์เซ็นต์ ซึ่งลูกค้าแต่ละคนก็มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป พุดง่าย ๆ ว่าความแตกต่างมันอยู่ที่กระบวนการผลิตข้าวว่า แต่ละประเทศมีวิธีการผลิต มี Trick อย่างไร”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“คุณลักษณะข้าวของผู้ส่งออกแต่ละรายนั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตข้าว และการควบคุมคุณภาพของผู้ส่งออก”</p> <p>“ความแตกต่างของคุณลักษณะข้าวของผู้ส่งออกแต่ละรายนั้น ขึ้นอยู่กับอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตต่าง ๆ รวมถึงความสามารถในการผลิต”</p> <p>“ข้าวไทยเป็นข้าวที่มีคุณภาพสูง ซึ่งมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากผู้ส่งออกรายอื่นอย่างเห็นได้ชัดและลูกค้าในตลาดของเราที่เป็นลูกค้าที่ต้องการบริโภคข้าวที่มีคุณภาพสูง เรียกว่า Premium Grade”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>สิ่งที่ทำให้ข้าวของผู้ส่งออกแต่ละรายในตลาดมีความแตกต่างกัน คือ กระบวนการปรับปรุงคุณภาพข้าวที่มีความทันสมัย ได้แก่ ขั้นตอนการทำความสะอาด (DESTONER, MAGNETIC CLEANER, SORTER) ขั้นตอนการขัดมัน (POLISHING MACHINE) ขั้นตอนการคัดขนาดข้าว (ROTARY SIFTER, GRADER) ขั้นตอนการคัดสีและแยกเมล็ดดำ (COLOR) ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวที่ทำให้ข้าวมีมูลค่าสินค้าเพิ่มขึ้น และตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการปรับปรุงคุณภาพข้าวก็คือ ความต้องการของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายนั่นเอง เนื่องจากผู้ซื้อในแต่ละประเทศมีความต้องการที่ต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะการหุงต้ม และการบริโภคข้าวของประเทศนั้นๆ อาทิเช่น ผู้ซื้อต่างประเทศที่มาจากประเทศในแถบยุโรปมักจะนิยมบริโภคข้าวคุณภาพดี จึงต้องการข้าวหอมที่ขัดมันจำนวน 2 ครั้งเพื่อให้เงามากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ซื้อจากประเทศแถบแอฟริกา ต้องการบริโภคข้าวคุณภาพต่ำ จึงต้องการข้าวขาว 25% ขัดมันเพียงแค่ครั้งเดียวก็พอ หรือในการผสมข้าวต้องการให้มีเม็ดข้าวสีเหลืองและสีขาวตามเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการ เป็นต้น และในบางครั้งผู้ส่งออกก็จะต้องพิจารณาด้วยว่าผู้ซื้อต่างประเทศที่ต้องการซื้อข้าว นั้นมาจากประเทศใดหรือต้องการซื้อขายเพื่อไปจำหน่ายต่อยังประเทศใด เพื่อที่จะได้นำเสนอคุณภาพข้าวที่มีความเหมาะสมกับความต้องการได้</p>

(3) เกณฑ์ในการตัดสินผู้ชนะ

ด้านเกณฑ์ในการตัดสินผู้ชนะ จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 ประเด็น ซึ่งประกอบด้วยประเด็นแรก ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินผู้ชนะสำหรับการประมูลออนไลน์ (E-auction) ซื้อ-ขายข้าว และประเด็นที่สอง ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าว โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินผู้ชนะสำหรับการประมูลออนไลน์ (E-auction) ซื้อ-ขายข้าว ทางผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่ใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจสำหรับการพิจารณาซื้อ-ขายข้าวให้แก่นัก ก็คือ ราคาและผลตอบแทนที่จะได้รับเป็นหลัก รองลงมาก็คือ ความน่าเชื่อถือของทั้งสองฝ่าย โดยทั้ง 2 ปัจจัย เกิดจากรายละเอียดของสัญญาซื้อ-ขายที่มีเงื่อนไขครอบคลุมถึงราคาซื้อ-ขาย คุณภาพข้าวที่ต้องการ ระยะเวลาการส่งมอบ และการชำระค่าสินค้าว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ทั้งสองฝ่ายสามารถยอมรับและดำเนินการได้หรือไม่ เนื่องจากกระบวนการส่งออกข้าวมีความเสี่ยงในเรื่องของต้นทุนราคาข้าวที่มีความผันผวนตลอดเวลา ทำให้การพิจารณาว่าจะขายให้กับผู้ซื้อต่างประเทศรายหนึ่งรายใดในปริมาณจำนวนเท่าไรนั้นขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศด้วยว่ามีความแน่นแฟ้นและทำธุรกิจร่วมกันมายาวนานแค่ไหน ซึ่งหากเป็นผู้ซื้อที่เคยซื้อ-ขายกันมาก่อนทางผู้ส่งออกก็จะพิจารณาขายข้าวในจำนวนที่มากกว่าผู้ซื้อต่างประเทศรายใหม่ที่ไม่เคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน รายละเอียดดังตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินผู้ชนะ

คำถาม	ปัจจัยใดบ้างที่ใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการพิจารณาซื้อ-ขายข้าวของผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละราย
ผู้ส่งออก	“สิ่งแรกก็คือ ราคาเรารับได้ใหม่ คือ เมื่อเสนอราคาให้ลูกค้าแล้ว ลูกค้าจะต้องทำการยืนยันราคากลับมาภายในวันรุ่งขึ้น ถ้าไม่ยืนยันเราก็ต้อง Refresh ราคาใหม่ สาเหตุมาจากการที่ข้าวมีราคาผันผวนอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ ก็ต้องพิจารณาว่าลูกค้าอยู่ในแถบที่เชื่อถือได้หรือไม่ เนื่องจากต้องระมัดระวังในเรื่องของการชำระเงิน ซึ่งบางทีเรามีเงื่อนไขให้ต้องโอนเงินก่อน ถ้าลูกค้ารับไม่ได้ เราก็จะไม่ขาย”

ตารางที่ 5.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>ปัจจัยใดบ้างที่ใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการพิจารณาซื้อ-ขายข้าวของผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละราย</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“เรื่องที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องของราคา จะต้องอยู่ในระดับที่เรารับได้ สองก็จะเป็นความน่าเชื่อถือของลูกค้า ถ้าเป็นลูกค้าที่เคยติดต่อกับเรามาก่อนก็คงไม่มีปัญหาอะไร แต่ถ้าไม่เคยเราก็คงพยายามให้ลูกค้าเปิด L/C เข้ามาก่อน เพื่อเป็นการรับรองว่าการซื้อนั้นลูกค้าสามารถ Commit ตามที่ Order กับเราได้...”</p> <p>“ลำดับแรกก็คือ เงื่อนไขของราคาที่เรายอมรับได้ ลำดับที่สองก็คือ เรื่องของคุณภาพข้าว และระยะเวลาของการจ่ายเงินว่า หากเป็นที่ยอมรับของเราได้ เราก็จะขาย แล้วก็ช่วงระยะเวลาการส่งมอบว่าเราเตรียมกระบวนการผลิตทันหรือไม่ เรื่องบรรจุกัญท์ และเรื่องการจัดเรือว่าทันหรือไม่”</p> <p>“ดูในเรื่องของผลตอบแทนเป็นหลัก รองลงมาก็คือ รายละเอียดของสัญญา และความน่าเชื่อถือของผู้ซื้อ”</p>
<p>ผู้ซื้อ ต่างประเทศ</p>	<p>ปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อต่างประเทศใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจสำหรับการพิจารณาซื้อข้าวจากผู้ส่งออกแต่ละราย ก็คือ คุณภาพข้าว โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 93.40% รองลงมา คือ ราคาข้าวและความน่าเชื่อถือของผู้ส่งออก โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 83.40% รวมถึงรายละเอียดสัญญาการซื้อขาย โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 72.00%</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกนั้น ในแต่ละครั้งจะมีมูลค่าสูงและมีปริมาณมาก (High Value and Volume) เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการซื้อ-ขายระหว่างบริษัท (Business to Business : B2B) โดยส่วนใหญ่ผู้ซื้อต่างประเทศจะซื้อข้าวจากผู้ส่งออกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อแก่ลูกค้าภายในประเทศของตน ปัจจัยสำคัญที่ทั้งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจสำหรับการพิจารณาซื้อ-ขายข้าวให้แก่กัน ก็คือ ราคาและผลตอบแทนที่จะได้รับเป็นหลัก รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของทั้งสองฝ่าย โดยเฉพาะเงื่อนไขการชำระเงิน ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัย เกิดจากรายละเอียดของสัญญาซื้อ-ขายข้าวที่ครอบคลุมถึงราคาซื้อ-ขาย คุณภาพข้าวที่ต้องการ ระยะเวลาการส่งมอบ และการชำระค่าสินค้าซึ่งจะต้องอยู่ในเกณฑ์ที่ทั้งสองฝ่ายสามารถยอมรับได้ โดยเป็นที่ทราบกันดีว่าการส่งออกข้าวจะมีความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนราคาข้าวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและมีผลต่อต้นทุนราคาข้าว ก็คือ ราคาข้าวภายในประเทศของผู้ส่งออก ทำให้ผู้ส่งออกไม่ต้องการขายข้าวแก่ผู้ซื้อต่างประเทศรายหนึ่งรายใดในจำนวนปริมาณที่มากจนเกินไป ดังนั้น การพิจารณาว่าจะขายให้กับผู้ซื้อต่างประเทศรายหนึ่งรายใดในปริมาณจำนวนเท่าไรนั้น จะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศด้วยว่ามีความแน่นแฟ้น และทำธุรกิจร่วมกันมายาวนานแค่ไหน หากเป็นผู้ซื้อต่างประเทศรายเก่าๆ ที่เคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน และมีประวัติการค้าเนินธุรกิจที่ดี เช่น จ่ายเงินตรงเวลา เป็นต้น ทางผู้ส่งออกก็จะพิจารณาขายข้าวในจำนวนที่มากกว่าผู้ซื้อต่างประเทศรายใหม่ที่ไม่เคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าว ทางผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า วิธีการกำหนดราคาขายข้าวของผู้ส่งออกเกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ราคาต้นทุนข้าวภายในประเทศ และต้นทุนในการบริหารจัดการผลิต ส่วนปัจจัยเสริม ก็คือ ราคาข้าวของคู่แข่งภายในประเทศ และราคาข้าวที่ขายในตลาดของผู้ซื้อ โดยการกำหนดราคาขายข้าวจะต้องระวังไม่ให้อาชีพมีความเหลื่อมล้ำกันระหว่างผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งกับผู้ซื้อต่างประเทศที่อยู่ในตลาดเดียวกันจนเกินไป สำหรับวิธีการกำหนดราคาซื้อข้าวของผู้ซื้อต่างประเทศสามารถแบ่งได้ตามลักษณะพฤติกรรม 2 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ กลุ่มตลาดผู้ซื้อต่างประเทศที่เน้นราคาเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศแถบแอฟริกา และกลุ่มตลาดผู้ซื้อต่างประเทศที่เน้นคุณภาพและราคาเป็นหลัก ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดผู้ซื้อในประเทศแถบยุโรป โดยผู้ซื้อต่างประเทศทั้งสองกลุ่มมักจะต่อรองราคาข้าวจากผู้ส่งออกให้ได้ต่ำมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้สามารถนำไปจำหน่ายต่อในราคาที่สูงและได้ผลตอบแทนมากขึ้น โดยจะตัดสินใจซื้อข้าวจากผู้ส่งออกที่สามารถขายข้าวได้ตามคุณภาพที่ต้องการ และมีราคาต่ำที่สุด ดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าว

คำถาม	ท่านมีวิธีการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าวอย่างไร และปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าวของผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละราย
ผู้ส่งออก	<p>“ต้องดูราคาที่เราซื้อข้าวมาจากตลาดภายในประเทศว่าอยู่ที่เท่าไร หลังจากนั้นก็นำมาคำนวณรวมกับต้นทุนในการผลิต หรือค่าใช้จ่ายของบริษัท หลังจากนั้นก็ต้องดูประกอบกับราคาโดยทั่วไปของตลาดที่มีการส่งออกกัน สำหรับตลาดส่งออกก็จะดูราคาของคู่แข่งภายในประเทศเป็นหลัก ส่วนราคาของคู่แข่งภายนอกประเทศนั้น ไม่สามารถนำมาอ้างอิงได้ เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้น ปัจจัยหลักในการกำหนดราคาขายข้าว ก็คือ ราคาต้นทุนข้าวภายในประเทศ และต้นทุนในการบริหารจัดการการผลิต ส่วนปัจจัยเสริม ก็คือ ราคาของคู่แข่งภายในประเทศ”</p> <p>“นำต้นทุนมาคำนวณแล้วบวกกำไรที่ต้องการ ดูราคาข้าวที่ขายไปในตลาดนั้นๆ เพื่อไม่ให้ราคาเหลื่อมล้ำกันมาก เนื่องจากบางครั้งในตลาดนั้นอาจจะมีทั้งผู้ซื้อ A, B และ C อยู่ด้วยกัน เพราะฉะนั้นเวลาเราจะเสนอราคาให้ผู้ซื้อแต่ละรายก็ต้องดูไม่ให้เหลื่อมล้ำกันจนเกินไป”</p> <p>“ดูความยากง่ายในกระบวนการและขั้นตอนการผลิต หรือในการบริการ อาจจะต้องมีการกำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสมตามลูกค้า ถ้าลูกค้ายอมรับได้ ก็จะซื้อข้าวกับเรา”</p>

ตารางที่ 5.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าว (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>ท่านมีวิธีการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าวอย่างไร และปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาซื้อ-ขายข้าวของผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละราย</p>
<p>ผู้ซื้อ ต่างประเทศ</p>	<p>“การกำหนดราคาซื้อข้าวของผู้ซื้อต่างประเทศส่วนใหญ่จะอิงกับราคาข้าวในตลาดค้าข้าวโลกเป็นสำคัญ โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 33.33% ในบางรายจะอิงกับคุณภาพและปริมาณของข้าวที่ต้องการซื้อ โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 25.00% อีกทั้งอิงกับราคาข้าวของผู้ส่งออกแต่ละรายในตลาดค้าข้าวโลก และความพึงพอใจของผู้ซื้อเอง โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 16.67%”</p> <p>“สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาซื้อข้าวของผู้ซื้อต่างประเทศ ได้แก่ คุณภาพข้าว โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 92.00% รองลงมา คือ ราคาข้าวกลางในตลาดค้าข้าวโลก และราคาข้าวของผู้ส่งออกแต่ละราย โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 86.60% และ 80.00% ตามลำดับ”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>วิธีการกำหนดราคาขายข้าวของผู้ส่งออกเกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ราคาต้นทุนข้าวภายในประเทศและต้นทุนในการบริหารจัดการผลิต ส่วนปัจจัยเสริม ก็คือ ราคาข้าวของคู่แข่งภายในประเทศ และราคาข้าวที่ขายในตลาดของผู้ซื้อ ในการกำหนดราคาขายข้าวจะต้องพิจารณาว่าช่วงนั้นราคาข้าวภายในประเทศอยู่ในระดับใด และมีปริมาณเพียงพอต่อการส่งออกหรือไม่ หากปริมาณข้าวในคลังสินค้าที่มีอยู่ไม่เพียงพอก็จะพิจารณาถึงความยาก-ง่ายในการหาซื้อข้าวภายในประเทศ เพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการส่งออกประกอบด้วย จากนั้นนำมาคำนวณร่วมกับต้นทุนในการบริหารจัดการการผลิต โดยพิจารณาว่าชนิดและคุณภาพข้าวที่ผู้ซื้อต่างประเทศต้องการนั้นมีความยาก-ง่ายในการผลิตมากน้อยเพียงใด และนำมาชั่งก้ำไว้ในระดับที่เหมาะสม โดยอิงกับราคาข้าวของคู่แข่งภายในประเทศและราคาข้าวในตลาดค้าข้าวโลก ซึ่งการเสนอราคาให้ผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายนั้นจะต้องดูราคาข้าวที่ขายไปในตลาดนั้นๆ ประกอบด้วย เนื่องจากบางครั้งในตลาดนั้นอาจจะมีทั้งผู้ซื้อ A, B และ C อยู่ด้วยกัน เพราะฉะนั้นจะต้องระวังไม่ให้อาชีพมีความเหลื่อมล้ำกันจนเกินไป</p> <p>วิธีการกำหนดราคาซื้อข้าวของผู้ซื้อต่างประเทศสามารถแบ่งได้ตามลักษณะพฤติกรรม 2 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ กลุ่มตลาดผู้ซื้อต่างประเทศที่เน้นราคาเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศแถบแอฟริกาและกลุ่มตลาดผู้ซื้อต่างประเทศที่เน้นคุณภาพและราคาเป็นหลัก ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดผู้ซื้อในประเทศแถบยุโรป ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้นผู้ซื้อต่างประเทศที่พิจารณาเน้นคุณภาพและราคาเป็นหลัก สำหรับกลุ่มผู้ซื้อประเภทนี้จะพิจารณาในเรื่องของคุณภาพข้าวที่ต้องการเป็นสำคัญ โดยอิงราคาข้าวในตลาดค้าข้าวโลก จากนั้นจะนำราคาที่ได้จากผู้ส่งออกแต่ละรายมาเปรียบเทียบกัน และทำการต่อรองกับผู้ส่งออกที่ต้องการซื้อข้าวด้วยอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้ได้ราคาที่ต่ำที่สุด และถึงแม้ว่าราคาของผู้ส่งออกเสนอมา นั้นจะต่ำอยู่แล้วก็ตาม ผู้ซื้อต่างประเทศก็มักจะต่อรองให้ต่ำลงไปอีก เนื่องจากว่ายิ่งซื้อข้าวได้ในราคาที่ต่ำมากเท่าไร ก็จะสามารถนำไปจำหน่ายต่อในราคาที่สูงและได้ผลตอบแทนมากขึ้นเท่านั้น โดยผู้ซื้อต่างประเทศจะตัดสินใจซื้อข้าวจากผู้ส่งออกที่สามารถขายข้าวได้ตามคุณภาพที่ต้องการ และมีราคาต่ำที่สุด</p>

(4) การมีข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณา

ในด้านการมีข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณา จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นเกี่ยวกับการมีข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณาก่อนการประมูล เริ่มต้น ระหว่างการประมูล จนกระทั่งการประมูลสิ้นสุดลง เช่น รายละเอียดของสินค้าที่จะประมูล จำนวนผู้เข้าร่วมประมูล และระดับราคาที่ดีที่สุดในการประมูล เป็นต้น โดยผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ข้อมูลบางอย่างก็สามารถนำมาเปิดเผยได้เพื่อสร้างความโปร่งใสในการประมูลมากยิ่งขึ้น เช่น ระดับราคาที่ดีที่สุดในการประมูล เป็นต้น แต่สำหรับข้อมูลบางอย่างก็ไม่สามารถนำมาเปิดเผยได้ เนื่องจากอาจก่อให้เกิดผลเสียแก่ผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลได้ เช่น รายชื่อผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลในแต่ละครั้ง เป็นต้น ดังรายละเอียดตามตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลระหว่างการประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประมูล เช่น รายละเอียดของสินค้าที่จะประมูล จำนวนผู้เข้าร่วมประมูล และระดับราคาที่ดีที่สุดในการประมูล เป็นต้น มีข้อดีและข้อเสียอย่างไรต่อท่าน</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ประเด็นที่เป็นที่ระแวงกันมาก คือ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อไม่อยากจะรู้ว่าการซื้อ-ขายกันอยู่ที่ราคาเท่าไร และแต่ละคนมี Position การซื้อที่เท่าไร”</p> <p>“พวก Broker อาจจะแค่เข้ามาดูตลาดเราว่าตอนนี้ราคาซื้อ-ขายมันอยู่ช่วงไหน...”</p> <p>“ถ้าเกิดลูกค้ารายอื่นรู้ราคาขั้นต่ำจากตลาดออนไลน์ ก็จะทำให้ไปกระทบกับตลาดด้านอื่น ทำให้อำนาจการต่อรองเกิดขึ้นได้ ส่วนข้อดีในการเปิดเผยข้อมูล ทำให้มีความโปร่งใสในการประมูล เพราะข้อมูลมันถูกเปิดเผยออกมาหมด”</p>
<p>ผู้ซื้อ ต่างประเทศ</p>	<p>“ปัจจัยที่ผู้ซื้อต่างประเทศคิดว่ามีความสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาเมื่อต้องการซื้อข้าว ด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) คือ ความน่าเชื่อถือและความพร้อมเกี่ยวกับระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) ของผู้ส่งออก โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 96.60% และสิ่งที่จะสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องดังกล่าวได้แก่ การแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่จะประมูลและข้อมูลผู้ส่งออก รวมถึงขั้นตอนและวิธีการประมูลที่ชัดเจนก่อนการเริ่มประมูล โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 96.60% และ 93.40% ตามลำดับ”</p>

ตารางที่ 5.8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลระหว่างการประมูลออนไลน์ (E-auction) (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประมูล เช่น รายละเอียดของสินค้าที่จะประมูล จำนวนผู้เข้าร่วมประมูล และระดับราคาที่ดีที่สุดในการประมูล เป็นต้น มีข้อดีและข้อเสียอย่างไรต่อท่าน</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประมูล ได้แก่ การแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่จะประมูลและข้อมูลผู้ส่งออก รวมถึงขั้นตอนและวิธีการประมูลที่ชัดเจนก่อนการเริ่มประมูลให้ผู้เข้าร่วมประมูลรับทราบโดยพร้อมเพรียงกันจะส่งผลดีอย่างมากเมื่อภาวะตลาดเป็นของผู้ขาย เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวก่อให้เกิดการแข่งขัน แต่ในความเป็นจริงตลาดค้าข้าวโลกเป็นของผู้ซื้อต่างประเทศเสียส่วนใหญ่ จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประมูลนั้น มีข้อดีคือ ทั้งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศสามารถเห็นระดับราคาตลอดเวลาในระหว่างการประมูล ซึ่งทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศมีข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาเปรียบเทียบกับราคาข้าวของผู้ส่งออกรายอื่นๆ ในตลาดได้ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจในการเสนอราคาแต่ละครั้งว่ายังสามารถแข่งขันต่อได้หรือไม่ นอกจากนี้ การซื้อ-ขายข้าวผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายไม่ต้องการให้ผู้ซื้อรายอื่นๆ ซึ่งเป็นคู่แข่งของตนเองทราบว่าต้นทุนข้าวที่ซื้อจากผู้ส่งออกนั้นอยู่ในระดับราคาเท่าใด เพราะอาจถูกขายตัดหน้าในตลาดของตนเองได้ ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับการประมูล เช่น รายชื่อผู้ซื้อต่างประเทศที่เสนอราคาที่ดีที่สุดในการประมูล อาจจะไม่เป็นผลดีต่อผู้ซื้อต่างประเทศได้ และในบางครั้งผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลอาจจะไม่ได้ต้องการซื้อข้าวจริงๆ แต่อาจเป็นการเข้ามาเพื่อตรวจสอบราคาตลาดเท่านั้น ซึ่งผู้ส่งออกก็จะต้องระมัดระวังเช่นกัน ดังนั้น จึงทำให้การประมูลแบบเปิด (Open Auction) ของกระบวนการซื้อ-ขายข้าว นั้น จะไม่มีการแสดงรายชื่อของผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลว่าผู้ใดเป็นผู้เสนอราคา เพื่อเป็นการรักษาผลประโยชน์ของผู้ซื้อต่างประเทศนั่นเอง</p>

(5) ระดับราคาในการเปิดประมูล

ในด้านระดับราคาในการเปิดประมูล จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นเกี่ยวกับความผันผวนของราคาข้าว ซึ่งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า การกำหนดราคาขั้นต่ำในการประมูลจะสามารถช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องของผลตอบแทนที่จะได้รับ โดยการกำหนดราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูล สามารถประกันความเสี่ยงใน

เรื่องผลตอบแทนของผู้ส่งออกได้ในระดับหนึ่ง ทำให้ได้ผลประโยชน์ร่วมกันแบบ win-win ระหว่างผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศ รายละเอียดดังตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผันผวนของราคาข้าว

<p>คำถาม</p>	<p>สำหรับผู้ส่งออก โดยปกติการซื้อ-ขายข้าวจะมีความผันผวนในเรื่องของราคาเป็นอย่างมาก ท่านคิดว่ากำหนัดราคาขั้นต่ำในการประมูล จะสามารถช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องของผลตอบแทนที่ผู้ส่งออกจะได้รับอย่างไร และสำหรับผู้ซื้อต่างประเทศ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการประมูลออนไลน์ที่มีการกำหนดราคาขั้นต่ำในการประมูล</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“การกำหนดระดับราคาในการเปิดประมูลสามารถลดความเสี่ยงได้ ณ วันที่เรารู้ว่าราคาที่ชนะการประมูลเป็นเท่าใด แล้วเราก็ไปซื้อข้าว...ไปซื้อ Book เงิน เหมือนกับที่เราไปซื้อค่าเงินประกันความเสี่ยงล่วงหน้าได้ ถ้าค่าเงินผันผวนขึ้นลง...”</p> <p>“ราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูลก็คือ ราคาจริงๆ ที่เราคิดว่าจะขาย”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“ผู้ซื้อจะไม่ทำการเสนอราคาหากราคาขั้นต่ำที่กำหนดไว้อยู่ในระดับที่สูงเกินไป”</p> <p>“คุณรู้อะไรคือสิ่งที่ผู้ขายคาดหวังจากการกำหนดราคาขั้นต่ำ ดังนั้น หากคุณไม่พอใจราคาดังกล่าวคุณก็ไม่ต้องเสนอราคา”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>การซื้อ-ขายข้าวมีความผันผวนในเรื่องของราคาเป็นอย่างมาก เพราะราคาซื้อ-ขายในแต่ละช่วงเวลาของวันมีการเปลี่ยนแปลงขึ้น-ลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งบางวันอาจมีการเปลี่ยนแปลงมาก หรือบางวันอาจมีการเปลี่ยนแปลงน้อย หรือไม่เปลี่ยนแปลงเลย ในขณะที่เวลากำหนดราคาขั้นต่ำจะเป็นการกำหนดสำหรับการประมูลในครั้งนั้นๆ และยื่นราคาจนกระทั่งได้ผู้ชนะการประมูล ดังนั้น การกำหนดราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูลจึงสามารถประกันความเสี่ยงในเรื่องผลตอบแทนของผู้ส่งออกได้ในระดับหนึ่ง และถึงแม้ว่าในบางครั้งราคาสุดท้ายที่ชนะการประมูลจะเป็นระดับราคาที่เท่ากับราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูล ทางผู้ส่งออกสามารถยอมรับได้ เนื่องจากราคาขั้นต่ำเป็นราคาที่ผู้ส่งออกนำต้นทุนในการจัดการทั้งหมดมาบวกกำไรไว้ในระดับที่พอใจแล้ว ซึ่งเป็นราคาที่สามารทำการซื้อ-ขายได้จริงในตลาด ในขณะที่ผู้ซื้อต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามก็สามารถยอมรับการประมูลออนไลน์ที่มีการกำหนดราคาขั้นต่ำได้ โดยมีความเห็นว่า การกำหนดราคาขั้นต่ำนั้นเป็นการได้ผลประโยชน์ร่วมกันแบบ win-win กล่าวคือ ผู้ส่งออกก็สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ต้องการ ในขณะที่ผู้ซื้อก็สามารถตัดสินใจได้ว่าราคาขั้นต่ำดังกล่าวอยู่ในระดับที่สูงเกินไปหรือไม่ หากสูงเกินไปก็ไม่จำเป็นต้องเสนอราคาแข่งขัน</p>

จากการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัยกระบวนการที่ 1 ดังที่กล่าวไว้ทั้งหมดข้างต้นนี้ สามารถนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ได้ว่า

A1 : รูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกข้าวของไทยนั้น ควรจะมีลักษณะเป็นการประมูลออนไลน์ (E-auction) แบบ English Auction ที่มีการกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูล และระดับราคาที่ดีที่สุด ในระหว่างการประมูล แต่ไม่แสดงว่าผู้ใดเป็นผู้เสนอราคา

5.2.2 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน

การวิเคราะห์ผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัยกระบวนการที่ 2 : กระบวนการเริ่มต้นการประมูล (Phase 2 : Getting started at an Auction) และกระบวนการที่ 3 : กระบวนการเสนอราคาระหว่างการประมูล (Phase 3 : Bidding)

กระบวนการที่ 2 : กระบวนการเริ่มต้นการประมูล (Phase 2 : Getting started at an Auction) เป็นการวิเคราะห์เพื่อสรรหาและคัดเลือกผู้ขายและผู้ซื้อที่มีความน่าเชื่อถือสำหรับการประมูลซื้อ-ขายข้าว โดยข้อมูลดังกล่าวจะนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2 ที่กล่าวไว้ว่า

Q2 : รูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่เหมาะสมนั้น สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อได้อย่างไรกับกระบวนการซื้อ-ขายข้าวควรมีลักษณะอย่างไร

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีข้อมูลไม่สมบูรณ์ ทฤษฎีความไม่สมมาตรของข้อมูล และทฤษฎีราคาดุลยภาพ ซึ่งปัจจัยที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ความเร็วของตลาดประมูล และการยอมรับระดับราคาที่ผู้ขายกำหนด

(1) ความเสรีของตลาดประมูล

ในด้านความเสรีของตลาดการประมูล จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 ประเด็น สำหรับประเด็นแรก คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยที่มีการเปิดเสรีของตลาด ทำให้มีผู้ซื้อต่างประเทศจำนวนมากจากทั่วโลก ซึ่งอาจมีความเสี่ยงในเรื่องการมีตัวตนของผู้ซื้อต่างประเทศ สำหรับประเด็นที่สอง คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของกระบวนการซื้อ-ขายข้าวด้วยระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยที่มีการเปิดเสรีของตลาด ทำให้มีผู้ซื้อต่างประเทศจำนวนมากจากทั่วโลก ซึ่งอาจมีความเสี่ยงในเรื่องการมีตัวตนของผู้ซื้อต่างประเทศนั้น ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายเคยทำการซื้อ-ขายร่วมกันมาก่อนไม่น่าจะมีปัญหามากนัก เนื่องจากต่างฝ่ายต่างมีข้อมูลซึ่งกันและกันอย่างเพียงพอในการตัดสินใจซื้อ-ขาย แต่กรณีที่ทั้งสองฝ่ายไม่เคยทำการซื้อ-ขายกันมาก่อน ความเสี่ยงในเรื่องการมีตัวตนของผู้ซื้อ นั้น ทางผู้ส่งออกส่วนใหญ่สามารถยอมรับได้ เนื่องจากในปัจจุบันกระบวนการซื้อ-ขายข้าวก็ประสบปัญหาเรื่องของผู้ซื้อตัวปลอมอยู่แล้ว ซึ่งวิธีการลดความเสี่ยงดังกล่าวให้น้อยลงทำได้โดยการนำระบบการลงทะเบียน หรือที่เรียกว่าการ Register เข้ามาใช้งานร่วมกับการกำหนดให้ผู้ซื้อต่างประเทศรายใหม่ต้องเปิด L/C เพื่อเป็นการยืนยันถึงการมีตัวตนและสถานะทางการเงินก่อนอนุญาตให้เข้าร่วมประมูลซื้อ-ขายข้าว รายละเอียดดังตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงในเรื่องของการมีตัวตนของผู้ซื้อต่างประเทศ

คำถาม	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยที่มีการเปิดเสรีของตลาด ทำให้มีผู้ซื้อจำนวนมากจากทั่วโลก ซึ่งท่านจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงในเรื่องการมีตัวตนของผู้ซื้อ และท่านมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวอย่างไร
ผู้ส่งออก	“อาจจะนำระบบ Register เข้ามาใช้ซึ่งมันจะเป็นเหมือนระบบการลงทะเบียนก่อนเข้าร่วมประมูล แล้วอาจจะมีการเรียกเอกสารเพิ่มเติมให้เค้ายื่นมาภายหลังว่าเขามีตัวตนจริงๆ น่าจะสามารถช่วยในเรื่องของการมีตัวตนของผู้ซื้อได้ในระดับหนึ่ง”

ตารางที่ 5.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงในเรื่องของการมีตัวตนของผู้ซื้อต่างประเทศ (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยที่มีการเปิดเสรีของตลาด ทำให้มีผู้ซื้อจำนวนมากจากทั่วโลก ซึ่งท่านจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงในเรื่องการมีตัวตนของผู้ซื้อ และท่านมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวอย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ผู้ซื้อตัวปลอมที่ทราบข่าวการประมูลจากเว็บไซต์ของรัฐบาลในประเทศตัวเองก็จะทำที่มาสืบราคาจากผู้ส่งออกต่างๆ เพื่อนำราคาที่ได้บวกกับกำไรที่ตนเองต้องการ แล้วเสนอขายให้แก่รัฐบาล ซึ่งผู้ส่งออกก็จะทราบดี เพราะว่าลักษณะการสอบถามของผู้ซื้อตัวปลอมจะผิดปกติจากผู้ซื้อตัวจริง เช่น ในการซื้อ-ขายของตลาดข้าวหอมของประเทศแอฟริกา ส่วนใหญ่ผู้ซื้อขายใหญ่ๆ ที่ทำการซื้อ-ขายกันอยู่จะซื้อไม่เกิน 10,000 ตันต่อครั้ง แต่อยู่ๆ มีผู้ซื้อจากตลาดแอฟริกาถามหาราคาข้าวหอมจำนวน 100,000 ตัน ผู้ส่งออกก็ทราบว่ามันเป็นไปได้อยู่แล้ว”</p> <p>“จริงๆ แล้วถ้าเปรียบเทียบกับระบบในปัจจุบันซึ่งก็ไม่ทราบเหมือนกันว่าผู้ซื้อที่ติดต่อเข้ามา มีตัวตนขนาดไหน... เพราะฉะนั้นผมคิดว่ามันคงไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เพราะว่าปัจจุบันเราก็มีการนำเสนอบริษัทในรูปแบบของเว็บไซต์อยู่แล้ว ซึ่งคนทั่วๆ ไปที่มี Access ในตัว Internet ได้ก็สามารถที่จะ Access เว็บไซต์แล้วก็เอาข้อมูลตรงนั้นติดต่อเขาได้อยู่แล้ว เพราะฉะนั้นมันมีความเสี่ยง ณ ปัจจุบันอยู่แล้ว ไม่ได้ทำให้มันเพิ่มขึ้นมา”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“การนำระบบการลงทะเบียน (Register) จะสามารถช่วยลดปัญหาในเรื่องของการประมูลสินค้าได้แล้วไม่ยอมซื้อที่เรียกว่า Deadblack Bidder ได้ โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 90%”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>กระบวนการซื้อ-ขายข้าวในกรณีที่ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศเคยทำการซื้อ-ขายกันมาก่อนไม่น่าจะมีปัญหามากนัก เนื่องจากต่างฝ่ายต่างมีข้อมูลซึ่งกันและกันอย่างเพียงพอในการตัดสินใจซื้อ-ขาย แต่กรณีนี้ที่ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศรายใหม่ๆ ไม่เคยทำการซื้อ-ขายกันมาก่อนนั้น ความเสี่ยงในเรื่องการมีตัวตนของผู้ซื้อนั้น ทางผู้ส่งออกส่วนใหญ่สามารถยอมรับได้เนื่องจากในปัจจุบัน กระบวนการซื้อ-ขายข้าวก็ประสบปัญหาเรื่องของผู้ซื้อตัวปลอมที่มักทำตัวคล้าย Broker และมักฉวยโอกาสจากภาวะตลาดช่วงใดช่วงหนึ่งในประเทศของตนเอง ซึ่งวิธีการลดความเสี่ยงดังกล่าวให้น้อยลงก็คือ การเพิ่มความระมัดระวังในการซื้อ-ขายมากขึ้น โดยเฉพาะการอนุญาตให้สิทธิ์เข้าร่วมประมูล ดังนั้น การนำระบบการลงทะเบียน หรือที่เรียกว่าการ Register เข้ามาใช้งานนั้น ซึ่งก็จะช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้ในระดับหนึ่ง แต่ทั้งนี้ อาจนระบบการป้องกันที่ใช้กันอยู่ในการซื้อ-ขายช่องทางปกติเข้ามาใช้งานร่วมกัน คือ การให้ผู้ซื้อต่างประเทศรายใหม่ต้องเปิด L/C เพื่อเป็นการยืนยันถึงการมีตัวตนและสถานะทางการเงินของผู้ซื้อต่างประเทศ ในขณะที่ผู้ซื้อต่างประเทศก็สามารถประกันความเสี่ยงจากผู้ส่งออกได้ว่าหากสินค้าที่ผู้ส่งออกส่งมอบนั้นล่าช้าหรือไม่ตรงกับคุณภาพที่ได้ทำการประมูลไว้ ก็สามารถเรียกร้องค่าเสียหายได้จากการเปิด L/C เช่นกัน</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของกระบวนการซื้อ-ขายข้าวด้วยระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ความน่าเชื่อถือไม่ได้เกิดจากกระบวนการประมูลออนไลน์ (E-auction) แต่เกิดจากประสบการณ์ในการทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน ซึ่งกล่าวได้ว่าเมื่อผู้ซื้อต่างประเทศมีความเชื่อถือในตัวผู้ส่งออกแล้ว ไม่ว่าจะทำการซื้อ-ขายข้าวด้วยวิธีการใดๆ ก็ตามย่อมไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อต่างประเทศ รายละเอียดดังตารางที่ 5.11

ตารางที่ 5.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของกระบวนการซื้อ-ขายข้าวด้วยระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศในเรื่องของกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยได้อย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ถ้าเกิดในแง่ของการประมูลออนไลน์ (E-auction) ก็ต้องดูว่าหน่วยงานไหนเป็นคนจัดคือมันอาจจะต้องเป็นหน่วยงานหรือว่าบริษัทที่ค่อนข้างมีความน่าเชื่อถือพอสมควร เพราะลูกค้าจะแน่ใจได้อย่างไรว่าเมื่อประมูลไปแล้วจะได้รับสินค้าตามที่ประมูลไว้”</p> <p>“อันนี้คงเป็นในแง่ของบริษัทมากกว่า ถ้าผู้ซื้อเชื่อถือใจว่าเราเป็นบริษัทใหญ่ เคยทำการค้าขายกันมาก่อน ก็เหมือนกับเราทำ Commission กับ Broker ซึ่งเราก็ไม่เคยไปทำสัญญาอะไรกับ Broker แต่เขาก็เชื่อถือใจเราว่าเราจะจ่ายเงินให้เขา”</p> <p>“คิดว่าระบบตรงนี้ไม่น่าเกี่ยว...ความเชื่อถือว่าเขาจะต้องมีก่อนที่จะเข้ามาประมูล ถ้าเกิดว่าเขาจะซื้อจริงๆ ถ้าเป็นลูกค้าจริงนะ เขาเห็นว่าเราเป็นบริษัทใหญ่ ไม่โกงแน่ ถ้าซื้อก็ส่งเงินจริง... ไม่ว่าจะซื้อ-ขายปกติ หรือซื้อ-ขายด้วยการประมูลออนไลน์ (E-auction) ถ้าเขาเชื่อถือในตัวของเรา เขาก็จะเชื่อว่าการขายอย่างนั้นสามารถซื้อ-ขายได้”</p> <p>“ไม่มีผล เพราะทุกวันนี้ที่เราเข้าไปซื้อในอียิปต์ สิ่งที่ทำให้เชื่อถืออียิปต์ระหว่างผู้ขายคนที่ 1 กับคนที่ 2 ก็คือว่าคนนี้มีประวัติดีแค่ไหน เพราะในอียิปต์จะเขียนว่าคนนี้มี Review ที่ดี 90% อีกคนหนึ่งไม่ดี ฉะนั้น Process ไม่ได้เป็นสิ่งที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับคนขาย แต่สิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือก็คือ Performance ของเขาในอดีต”</p>

**ตารางที่ 5.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของกระบวนการซื้อ-ขายข้าว
ด้วยระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) (ต่อ)**

คำถาม	การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศในเรื่องของกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยได้อย่างไร
ผู้ซื้อ ต่างประเทศ	“ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศมีความเชื่อถือเกี่ยวกับระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) มากที่สุด ได้แก่ ความพร้อมของระบบคอมพิวเตอร์ โดยให้ค่าความสำคัญมากถึง 96.60% รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือของผู้จัดการประมูล โดยให้ค่าความสำคัญ 93.40% ซึ่งเท่ากับปัจจัยด้านวิธีการและกระบวนการประมูลที่มีความชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และปัจจัยกฎระเบียบและขั้นตอนการประมูลที่มีความรัดกุม”
ผลการวิจัย	ความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศไม่ได้เกิดจากกระบวนการประมูลออนไลน์ (E-auction) แต่เกิดจากประสบการณ์ในการทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน ซึ่งกล่าวได้ว่าเมื่อผู้ซื้อต่างประเทศมีความเชื่อถือในตัวผู้ส่งออกแล้ว ไม่ว่าจะทำการซื้อ-ขายข้าวด้วยวิธีการใดๆ ก็ตามย่อมไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อต่างประเทศ ในขณะที่ผู้ซื้อต่างประเทศซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพร้อมของระบบคอมพิวเตอร์มากกว่าความน่าเชื่อถือของผู้จัดการประมูล เนื่องจากความน่าเชื่อถือในตัวผู้ส่งออกนั้นเกิดขึ้นก่อนที่จะตัดสินใจเข้าร่วมประมูลแล้ว ดังนั้น สิ่งที่ผู้ซื้อต่างประเทศให้ความสำคัญเกี่ยวกับการซื้อ-ขายด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) จึงเป็นเรื่องของความพร้อมของระบบคอมพิวเตอร์มากกว่า เนื่องจากข้อมูลต่างๆ ที่ดำเนินการผ่านระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) จะต้องสามารถรักษาความลับของผู้ซื้อแต่ละรายได้เป็นอย่างดี เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น การที่ระบบสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างมิดชิดและไม่รั่วไหลไปสู่คู่แข่งขั้นนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญของการซื้อ-ขายผ่านการประมูลออนไลน์ (E-auction)

(2) การยอมรับระดับราคาที่ผู้ขายกำหนด

ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับระดับราคาขั้นต่ำที่ผู้ขายกำหนดในระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ระดับราคาขั้นต่ำมีความสำคัญต่อการประมูลออนไลน์ (E-auction) เนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจของ

ผู้ซื้อต่างประเทศในการเข้าร่วมประมูลซื้อ-ขายข้าว ซึ่งผู้ซื้อต่างประเทศมีเสรีในการตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น หากระดับราคาขั้นต่ำไม่เหมาะสม การประมูลก็อาจล้มเหลวได้ แต่หากระดับราคาขั้นต่ำที่ผู้ขายกำหนดไว้สำหรับการเปิดประมูลไม่สูงกว่าราคาซื้อ-ขายในตลาดช่องทางปกติจนเกินไป ผู้ซื้อต่างประเทศก็จะสามารถยอมรับและเข้ามาร่วมประมูล รายละเอียดดังตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับระดับราคาขั้นต่ำที่ผู้ขายกำหนด

<p>คำถาม</p>	<p>สำหรับผู้ส่งออก การยอมรับระดับราคาขั้นต่ำที่ผู้ขายกำหนดของผู้ซื้อ มีความสำคัญอย่างไรกับการประมูลออนไลน์ (E-auction) และสำหรับผู้ซื้อต่างประเทศ ระดับราคาขั้นต่ำที่ผู้ส่งออกกำหนดไว้สำหรับการเปิดประมูล มีผลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้ายของท่านว่าจะร่วมเข้าประมูลหรือไม่เข้าร่วมประมูล</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ผู้ซื้อต้องรับได้นะ เพราะมันเป็นการประมูล ก็ต้องดูที่สถานการณ์ตอนนั้น ถ้าเป็นตลาดของผู้ขาย เขาก็รับได้อยู่แล้ว ถ้าเป็นตลาดของผู้ซื้อ เขาก็คงต้องดูนะ ราคาเราเปิดได้เท่าไร เขาก็ต้องเปรียบเทียบ ถ้าที่อื่นถูกกว่าเขาก็อาจจะไม่เข้ามา แต่ถ้าสู้ เขาก็จะดู Supplier เป็นใคร”</p> <p>“ทางเรายอมรับได้อยู่แล้ว แต่ทางผู้ซื้อเค้าจะยอมรับได้หรือเปล่า...เพราะไม่ว่าผู้ซื้อจะเข้ามาบิตด้วยระบบ E-auction หรือ ซื้อ-ขายปกติ เขาก็จะมีเกณฑ์ตัดสินใจอยู่แล้ว ถ้าเกิดรู้สึกว่าการประมูลมันสูงเกินไปเขาก็จะหยุด แล้วหันกลับไปซื้อในช่องทางปกติก็ได้”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“ผู้ซื้อต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าระดับราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูลเป็นตัวแปรสำคัญที่ผู้ซื้อต่างประเทศใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะเข้าร่วมประมูล โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่ 90% ”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>ไม่ว่าจะเป็นการซื้อ-ขายข้าวด้วยระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) หรือการซื้อ-ขายแบบเดิมในช่องทางปกติ ผู้ซื้อต่างประเทศจะมีเกณฑ์ในการตัดสินใจอยู่แล้ว ถ้าหากผู้ซื้อเห็นว่าราคาที่ซื้อ-ขายด้วยระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) สูงกว่าราคาในช่องทางปกติ ผู้ซื้อก็จะหันกลับไปซื้อข้าวในช่องทางปกติแทน เนื่องจากผู้ซื้อต่างประเทศมีเสรีในการตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น การกำหนดราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูลต้องอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้ซื้อต่างประเทศยอมรับได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความเชื่อถือของผู้ซื้อต่างประเทศ และมีผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้ซื้อต่างประเทศในการเข้าร่วมประมูล หากระดับราคาขั้นต่ำไม่เหมาะสม การประมูลดังกล่าวก็เสี่ยงต่อความล้มเหลว แต่ถ้าระดับราคาขั้นต่ำที่ผู้ขายกำหนดไว้สำหรับการเปิดประมูลไม่สูงกว่าราคาซื้อ-ขายในตลาดช่องทางปกติจนเกินไป ผู้ซื้อต่างประเทศก็จะสามารถยอมรับและเข้ามาร่วมประมูล โดยการซื้อ-ขายจะเกิดขึ้นเมื่อราคาอยู่ในระดับที่ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อต่างประเทศมีความยินดีที่จะตกลงทำสัญญาซื้อ-ขายข้าวร่วมกัน</p>

จากการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัยกระบวนการที่ 2 ดังที่กล่าวไว้ทั้งหมดข้างต้นนี้ สามารถนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2 ได้ว่า

A2 : รูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) แบบ English Auction ที่มีการกำหนดราคาขั้นต่ำในระดับที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อต่างประเทศ โดยกำหนดให้มีการลงทะเบียนสมาชิกและเปิดเอกสาร L/C (Letter of credit) ก่อนที่จะอนุญาตให้เข้าร่วมการแข่งขันซื้อ-ขายข้าว สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อได้

สำหรับกระบวนการที่ 3 : กระบวนการเสนอราคาระหว่างการประมูล (Phase 3 : Bidding) เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อในการเสนอราคาประมูลแต่ละครั้ง โดยข้อมูลดังกล่าวจะนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 3 และ 4 ที่กล่าวไว้ว่า

Q3 : รูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่เหมาะสมนั้น สามารถสร้างความโปร่งใสให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อได้อย่างไร

Q4 : รูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่เหมาะสมนั้น สามารถช่วยให้กลไกราคาในการซื้อ-ขายข้าวเพิ่มระดับขึ้นได้อย่างไร

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีเกม ซึ่งปัจจัยที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ การเสนอราคาแบบทันที ลดการสมยอมราคากัน และการเพิ่มขึ้นของระดับราคาเพื่อสร้างกำไรสูงสุด

(3) การเสนอราคาแบบทันที

ในด้านการเสนอราคาแบบทันที จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับความโปร่งใสในการเสนอราคาแข่งขันของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) ซึ่งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลแต่ละรายจะต้องผลัดกันเสนอราคาซื้อข้าวแบบ Sequential game ภายใต้ระยะเวลาการประมูลที่กำหนดไว้ ซึ่งการนำลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้ในกระบวนการ

ประมูลออนไลน์ (E-auction) ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของระยะเวลาที่ใช้ในการประมูล เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผู้เข้าร่วมประมูล รายละเอียดดังตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความโปร่งใสของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้งานในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย สามารถสร้างความโปร่งใสในการเสนอราคาแข่งขันกันของผู้ซื้อต่างประเทศได้อย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“สามารถสร้างความโปร่งใสได้ เพราะ Real Time ก็คือทุกคนคงเห็นว่าแต่ละคน Bid กันคนละเท่าไร”</p> <p>“คือจริงๆ แล้วเนี่ย ลูกค้าในปัจจุบันที่เข้ามา Bid หรือมาซื้อ-ขายกับเราแต่ละรายนั้น ก็ไม่ได้คุยกันอยู่แล้ว เพราะว่าจุดมุ่งหมายของลูกค้า คือ ต้องซื้อให้ได้ต่ำที่สุด เพราะฉะนั้นคงไม่มีใครบอกหรือว่าตัวเองไปซื้อราคาต่ำที่สุดขนาดไหน เพื่อให้ลูกค้าอีกคนไป Bid เพราะฉะนั้นในรูปแบบของการประมูลก็ไม่น่าจะมีปัญหา คือโดยธรรมชาติมันไม่มีโอกาสที่จะฮั้วกันในการซื้อ”</p> <p>“ถ้า Real Time ก็น่าจะโปร่งใสนะ ก็เห็นอยู่แล้วว่าคนอื่นให้เท่าไร เราได้เท่าไร สุดท้ายใครได้เท่าไร นอกจากดิงปลั๊กออก ซึ่งเราไม่ทำหรอก จะทำทำไม”</p> <p>“ไม่ค่อยหวังว่าจะต้องเป็น Real Time หรือว่า Posting แต่จริงๆ ถ้า Real Time จะยากกว่าในการ Manage สมมติว่าขายข้าวหอม มันอาจจะ Consume เป็นคนฮ่องกง สิงคโปร์ ยุโรป แอฟริกา มันก็คือข้าวหอมเหมือนกัน เพราะฉะนั้นถ้าเกิด Plan ว่าภายใน 2 ชั่วโมง ผู้ซื้อที่นี้ประมูลกันแล้ว แต่อีกที่ยังไม่ตื่นเลย”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้งานในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย สามารถสร้างความโปร่งใสในการเสนอราคาแข่งขันกันของผู้ซื้อได้ เนื่องจากราคาที่ชนะการประมูลในแต่ละครั้งเป็นราคาซื้อ-ขายสุดท้ายแล้ว โดยจะไม่มีกรเรียกต่อรองในภายหลังอีก โดยผู้ซื้อต่างประเทศให้ค่าความสำคัญเท่ากันอยู่ที่ 83.40%”</p> <p>“การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายต้องผลัดกันแข่งขันเสนอราคา และวางกลยุทธ์ปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมอยู่ตลอดจนถึงสิ้นสุดเวลาการประมูล โดยผู้ซื้อต่างประเทศให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับ 76.60%”</p>

ตารางที่ 5.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความโปร่งใสของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้งานในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย สามารถสร้างความโปร่งใสในการเสนอราคาแข่งขันกันของผู้ซื้อต่างประเทศได้อย่างไร</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้งานในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย สามารถสร้างความโปร่งใสในการเสนอราคาแข่งขันกันของผู้ซื้อได้ เนื่องจากผู้ส่งออกและผู้ซื้อสามารถทราบความเคลื่อนไหวของการเสนอราคาได้อย่างต่อเนื่อง โดยผู้ซื้อต่างประเทศให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับ 66.60%”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>ลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) โดยที่ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลสามารถทราบความเคลื่อนไหวของการเสนอราคาได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายจะต้องผลักดันเสนอราคาและวางกลยุทธ์ปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมอยู่ตลอดจนถึงสิ้นสุดเวลาการประมูล ซึ่งเป็นลักษณะการเสนอราคาแบบ Sequential game ซึ่งราคาที่ชนะการประมูลถือเป็นราคาซื้อ-ขายสุดท้ายแล้ว จะไม่มีการเรียกต่อรองอีกครั้งในภายหลังจึงทำให้มั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดการตกลงราคาลับๆ หลังจากการประมูลสิ้นสุดลง อนึ่ง การนำลักษณะการเสนอราคาแบบ Real Time เข้ามาใช้ในกระบวนการประมูลออนไลน์ (E-auction) ต้องคำนึงถึงระยะเวลาที่ใช้ในการประมูลด้วย เพราะหากเวลาดำเนินงานเกินไปจะส่งผลให้ความหลากหลายของผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลมีน้อย และนำไปสู่การสมยอมราคาระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลได้</p>

(4) ลดการสมยอมราคากัน

ในด้านลดการสมยอมราคากัน จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการลดปัญหาการสมยอมราคาด้วยระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) ซึ่งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า โดยปกติผู้ซื้อแต่ละรายในตลาดค้าข้าวของโลกถือว่าเป็นคู่แข่งทางการค้า ประกอบกับคุณภาพข้าวที่ต้องการมีความแตกต่างกันออกไป รวมถึงการนำลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) และการไม่เปิดเผยชื่อของผู้เข้าร่วมประมูลทำให้โอกาสในการติดต่อสื่อสารกันนั้นทำได้ยากมากขึ้น เพราะไม่ทราบว่าผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลออนไลน์ (E-auction) นั้นมาจากที่ไหน

และเป็นไคร่บ้าง ทำให้เรื่องของการสมยอมราคาระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศในระหว่างการประมูลออนไลน์ (E-auction) เพื่อการซื้อ-ขายข้าวเกิดขึ้นได้ยาก รายละเอียดดังตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดปัญหาการสมยอมราคา
ของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้ในงานในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย ช่วยลดปัญหาการสมยอมราคาระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศได้อย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ผู้ซื้อแต่ละคน เขาถือว่าเป็นคู่แข่ง จะไม่มีความเกี่ยวข้องกันเท่าไรในเรื่องการจัดซื้อ เพราะเขาถือว่าเป็นความลับทางธุรกิจจึงซื้อมาในต้นทุนที่ต่ำเท่าไรก็ยังมีโอกาสในการที่จะขยายหรือขายในตลาดนั้นๆ มากกว่าคู่แข่ง”</p> <p>“โดยปกติมันก็ยากอยู่แล้วครับ เพราะว่าข้าวมันเป็น Segment Industry ก็คือคนซื้อไม่ได้มีคนเดียว คนซื้อเป็นร้อยเลยครับ คนขายก็มีเป็นร้อย โอกาสที่จะไปจับมืออ้าวกันมันยากอยู่ครับ”</p> <p>“ลูกค้าคงไม่ตกลงกันหรอก ก็มีเวลาที่เรากำหนดไว้ 1 ชั่วโมง ช่วงที่เราเปิดคุณก็เข้ามา Bid กันเลย พอปิดปุ๊บก็คนที่แพงที่สุดก็ได้ไป และอีกอย่างลูกค้าที่เข้ามาซื้อ-ขายคงเป็นคนละคน คนละประเทศ เพราะฉะนั้นผู้ซื้อที่จะมาจากประเทศเดียวกันจึงค่อนข้างมีน้อย”</p>
<p>ผู้ซื้อ ต่างประเทศ</p>	<p>“หากเป็นการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่ไม่ใช่ลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) สามารถเกิดการสมยอมราคาระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศได้ ในขณะที่เดียวกัน หากเป็นลักษณะแบบทันที (Real Time) ก็จะทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศนั้นทำได้ยากมากขึ้น โดยผู้ซื้อต่างประเทศให้ความสำคัญเท่ากันอยู่ที่ 79.25%”</p> <p>“การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้ในงานในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย ส่งผลให้ผู้ซื้อที่เข้าร่วมประมูลต้องคอยปรับกลยุทธ์การเสนอราคาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถแข่งขันและเป็นผู้ชนะการประมูลในที่สุด โดยผู้ซื้อต่างประเทศให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับ 66.60%”</p>

**ตารางที่ 5.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดปัญหาการสมยอมราคา
ของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) (ต่อ)**

คำถาม	การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) เข้ามาใช้ในงานในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทย ช่วยลดปัญหาการสมยอมราคาระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศได้อย่างไร
ผลการวิจัย	ในตลาดค้าข้าวของโลก ผู้ซื้อแต่ละรายถือว่าเป็นคู่แข่งทางการค้า ประกอบด้วยคุณภาพข้าวที่ต้องการมีความแตกต่างกันออกไป ทำให้เรื่องของการสมยอมราคาระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศในระหว่างการประมูลออนไลน์ (E-auction) เพื่อการซื้อ-ขายข้าวเกิดขึ้นได้ยาก ซึ่งจากปัจจัยทั้ง 2 ประการดังกล่าว ส่งผลให้การประมูลออนไลน์ (E-auction) ซื้อ-ขายข้าวเป็นการประมูลแข่งขันแบบ Non-cooperative game คือ เกมที่ผู้เล่นแต่ละฝ่ายไม่สามารถทำสัญญาข้อตกลงเพื่อแบ่งผลประโยชน์ร่วมกันได้ นอกจากนี้ การนำลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) รวมถึงการไม่เปิดเผยชื่อของผู้เข้าร่วมประมูลทำให้โอกาสในการติดต่อสื่อสารกันนั้นทำได้ยากมากขึ้น เพราะไม่ทราบว่าคุณผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูลนั้นมาจากที่ไหน และเป็นใครบ้าง จึงทำให้การประมูลออนไลน์ (E-auction) มีความโปร่งใสในการเสนอราคามากยิ่งขึ้น

(5) การเพิ่มขึ้นของระดับราคาเพื่อสร้างกำไรสูงสุด

ในด้านการเพิ่มขึ้นของระดับราคาเพื่อสร้างกำไรสูงสุด จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างกลไกราคาและเพิ่มระดับราคาการซื้อ-ขายของระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) ซึ่งผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า การสร้างกลไกราคาของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายเกิดจากตัวแปรที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การกำหนดราคาไว้ในใจของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละราย (Inherent หรือ Private Value) และราคากลางที่มีการซื้อ-ขายอยู่ในตลาดค้าข้าวจริง (True หรือ Common Value) ซึ่งผู้ซื้อต่างประเทศจะนำราคาที่เกิดขึ้นจากทั้ง 2 ตัวแปรมาทำการเปรียบเทียบกันก่อนที่จะตัดสินใจเสนอราคาแข่งขันต่อไปหรือยุติการเสนอราคา นอกจากนี้ ภาวะตลาดค้าข้าวก็มีผลต่อการสร้างกลไกราคาของผู้ซื้อต่างประเทศ หากเป็นภาวะที่ข้าวขาดแคลน ก็จะทำให้ผู้ซื้อเสนอราคาประมูลสูงขึ้น เพื่อต้องการเป็นผู้ชนะการประมูล ส่งผลให้ระดับราคามีการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งสิ้นสุดเวลาในการประมูล รายละเอียดดังตารางที่ 5.15

ตารางที่ 5.15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างกลไกราคาของระบบประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย สามารถสร้างกลไกราคาและเพิ่มระดับราคาการซื้อ-ขายอย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“ก่อนที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจเสนอราคาประมูลเข้ามา ก็ต้องคำนวณแล้วว่าของเขาสามารถเอาราคานั้นไปขายต่อหรือไปทำประโยชน์ต่อได้หรือเปล่า มีกำไรต่อส่วนนั้นหรือไม่ ถ้าเกิดไม่มีกำไรหรือไม่สามารถจะซื้อได้ เขาก็คงจะไม่เสนอราคาแข่งกับคนอื่นต่อ”</p> <p>“ราคาอาจจะเพิ่ม เพราะผู้ซื้อต่างประเทศเข้าไปแข่งกันในราคา”</p> <p>“คิดว่าอาจจะได้บ้างและไม่ได้บ้าง เพราะเข้าใจว่าบางครั้งการประมูลที่เกิดขึ้นจริงอาจทำให้ได้ราคาที่สูงกว่าการไป Negotiate โดยตรงกับลูกค้าหรือบางครั้งก็อาจจะต่ำกว่าขึ้นอยู่กับสภาพตลาด และลูกค้าแต่ละครั้งที่เข้ามาประมูล”</p> <p>“ก็ต้องดูช่วงเวลา แล้วแต่กรณีนะ อยู่ที่ตอนนั้นว่าสินค้ามีมากน้อยแค่ไหน ถ้าเกิดตอนนั้นไม่มีของเลย ที่อื่นก็ไม่มีเลย เขาก็คงได้ราคาเยอะนะ เหมือนกับตอนที่ราคาขึ้นเยอะๆ ตอนนั้นก็ไม่ใช่ว่าไม่มีข้าวนะ แต่อยู่ที่ว่าเราจะขายเท่าไร เพราะลูกค้าเค้าจะเอาถูก ถ้าอย่างแอฟริกา บางทีถ้าพอกินได้เค้าก็โอเคแล้ว ยิ่งตอนที่ราคาแพงๆ ลูกค้าแอฟริกาไม่สนใจที่จะซื้อเลย”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“การเสนอราคาของผู้ซื้อที่เข้าร่วมประมูลแต่ละรายนั้น เกิดจากแรงกระตุ้นจากความรู้สึกของตัวเองที่เห็นว่าราคาประมูลนั้นยังมีความเหมาะสมและสามารถเสนอแข่งขันเพิ่มได้อีก โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 86.60%”</p> <p>“การประมูลออนไลน์ (E-auction) สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม เนื่องจากกระบวนการในการเสนอราคาแข่งขันมีความเหมาะสมและน่าเชื่อถือ จึงทำให้ราคามีการเพิ่มระดับอย่างเหมาะสม โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 80.00%”</p>

ตารางที่ 5.15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างกลไกราคาของระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) (ต่อ)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย สามารถสร้างกลไกราคาและเพิ่มระดับราคาการซื้อ-ขายอย่างไร</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>การสร้างกลไกราคาของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายที่มีต่อกระบวนการซื้อ-ขายข้าวไม่ว่าจะด้วยวิธีการซื้อ-ขายในช่องทางปกติหรือการซื้อ-ขายด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) เกิดจากความแตกต่างที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ความแตกต่างของการกำหนดราคาไว้ในใจของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละราย (Inherent หรือ Private Value) เกิดจากแรงกระตุ้นจากความรู้สึกของตัวเองที่เห็นว่าราคาประมูลนั้นยังมีความเหมาะสมและสามารถเสนอแข่งขันเพิ่มได้อีก ทำให้ราคามีการเพิ่มยกระดับอย่างเหมาะสม และความแตกต่างของราคากลางที่มีการซื้อ-ขายอยู่ในตลาดค้าข้าวจริง (True หรือ Common Value) ซึ่งผู้ซื้อต่างประเทศจะนำมาอิงราคาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ และเปรียบเทียบกับราคาที่ตนเองตั้งไว้ในใจกับราคาที่ผู้ซื้อแต่ละรายเสนอเข้ามาในระหว่างการประมูลว่าราคาดังกล่าวยังอยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือไม่ เพื่อตัดสินใจเสนอราคาแข่งขันต่อไปหรือยุติการเสนอราคา เนื่องจากราคาที่ทำการประมูลถือเป็นต้นทุนที่มีผลกระทบต่อผลตอบแทนหรือกำไรที่จะได้รับเมื่อนำข้าวที่ประมูลได้ไปจำหน่ายต่อในตลาดค้าข้าวของตนเอง นอกจากนี้ การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยควรพิจารณาถึงภาวะของตลาดค้าข้าวเป็นสำคัญ หากตลาดเป็นของผู้ขายก็สามารถสร้างกลไกราคาได้มากกว่าช่วงที่ตลาดเป็นของผู้ซื้อต่างประเทศ</p>

จากการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัยกระบวนการที่ 3 ดังที่กล่าวไว้ทั้งหมดข้างต้นนี้ สามารถนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 3 และ 4 ได้ว่า

A3 : การประมูลออนไลน์ (E-auction) แบบ English Auction ที่มีการกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยใช้ลักษณะการเสนอราคาแบบทันที (Real Time) แข่งขันกันแบบ Sequential game และ Non-cooperative game สามารถสร้างความโปร่งใสให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อได้

A4 : การประมูลออนไลน์ (E-auction) แบบ English Auction ที่มีการกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยใช้การแข่งขันแบบ Repeated game ซึ่งผู้ซื้อต่างประเทศสามารถเสนอราคาแข่งขันได้มากกว่าหนึ่งครั้งภายใต้ระยะเวลาการประมูลที่กำหนดไว้ สามารถช่วยให้กลไกราคาในการซื้อ-ขายข้าวเพิ่มระดับขึ้นได้

5.2.3 การสร้างการยอมรับในการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้งาน

การวิเคราะห์ผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัยกระบวนการที่ 4 ได้แก่ กระบวนการสิ้นสุดการประมูล (Phase 4 : End of Auction) เป็นการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ได้หลังจากสิ้นสุดเวลาของการประมูล โดยข้อมูลดังกล่าวจะนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 5 ที่กล่าวไว้ว่า

Q5 : รูปแบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่มีความเหมาะสมนั้นสามารถช่วยให้ระดับราคาในการซื้อ-ขายข้าวเป็นราคายุติธรรม และเป็นที่ยอมรับของผู้ขายและผู้ซื้อได้อย่างไร

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีเกม ซึ่งปัจจัยที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจ คือ ราคาสุดท้ายที่เป็นราคาชนะการประมูล

ราคาสุดท้ายที่เป็นราคาชนะการประมูล

ในด้านราคาสุดท้ายที่เป็นราคาชนะการประมูล จะวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 6 ประเด็น ซึ่งประกอบด้วยประเด็นแรก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มช่องทางและโอกาสในการส่งออกข้าวให้แก่ผู้ส่งออกไทยของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ประเด็นที่สอง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกับเวียดนามที่ใช้กลยุทธ์เจาะตลาดด้วยราคาต่ำของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ประเด็นที่สาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในเรื่องราคาของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ประเด็นที่สี่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูล ซึ่งบางครั้งอาจไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ประเด็นที่ห้า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างการยอมรับของระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม และประเด็นที่หก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อต่างประเทศในลักษณะ win-win ของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มช่องทางและโอกาสในการส่งออกข้าวให้แก่ผู้ส่งออกไทยของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความเห็นว่า สามารถเพิ่มช่องทางและโอกาสให้แก่ผู้ส่งออกไทยได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อต่างประเทศรายเล็กๆ ที่เป็นกลุ่มผู้ซื้อรายใหม่ๆ และไม่เคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน รายละเอียดดังตารางที่ 5.16

ตารางที่ 5.16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มช่องทางให้ผู้ส่งออกของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย สามารถเพิ่มช่องทางและโอกาสให้แก่ผู้ส่งออกไทยได้อย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“หนึ่งก็คือ ได้ลูกค้าที่เราไม่รู้จัก อย่างน้อยก็ได้ฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น เพราะว่าเราก็ต้องมากำหนดคุณสมบัติของผู้ซื้อก่อน ก็คือเราได้รู้จักเขาแน่ๆ ถ้าเขายอมทำตาม เพราะต้องมีการตรวจสอบลูกค้าก่อน”</p> <p>“การประมูลออนไลน์ (E-auction) น่าจะเป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้ค้า และผู้ซื้อรายใหม่ๆ เข้ามาในตลาดได้ง่ายขึ้น”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทยนั้น สามารถเพิ่มช่องทางและโอกาสในการซื้อข้าวของตนเองได้มากขึ้น โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ในระดับที่ 70.00% รองลงมา ได้แก่ การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวของไทยนั้น สามารถเพิ่มช่องทางและโอกาสในการส่งออกข้าวของไทยได้มากขึ้น และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ซื้อต่างประเทศหันมาซื้อข้าวกับผู้ส่งออกไทย 63.40%”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยสามารถเพิ่มช่องทางและโอกาสให้แก่ผู้ส่งออกไทยได้ โดยเป็นวิธีการซื้อ-ขายแบบใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ส่งออกรายใดดำเนินการมาก่อน ซึ่งการซื้อ-ขายผ่านการประมูลออนไลน์ (E-auction) จะสามารถขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อต่างประเทศรายเล็กๆ ที่เป็นกลุ่มผู้ซื้อรายใหม่ๆ และไม่เคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันกับเวียดนามที่ใช้กลยุทธ์เจาะตลาดด้วยราคาต่ำของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทยไม่สามารถสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันกับเวียดนามที่ใช้กลยุทธ์เจาะตลาดด้วยราคาต่ำได้ เนื่องจากตลาดส่งออกข้าวไทยกับเวียดนามเป็นคนละตลาดกัน ทั้งนี้ หากระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ซื้อ-ขายข้าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้จริง และทำให้ราคาในการซื้อ-ขายข้าวเป็นไปอย่างเหมาะสมจะช่วยให้ผู้ส่งออกไทยสามารถแข่งขันกับเวียดนามได้ด้วยการขยายฐานลูกค้าในตลาดค้าข้าวคุณภาพสูงของตนเองให้เพิ่มมากขึ้น รายละเอียดดังตารางที่ 5.17

ตารางที่ 5.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันกับเวียดนามของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction)

คำถาม	การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม จะสามารถสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันกับเวียดนามที่ใช้กลยุทธ์เจาะตลาดด้วยราคาต่ำได้อย่างไร
ผู้ส่งออก	<p>“ไม่ได้ครับ เพราะว่าทุกวันนี้ผู้ซื้อที่รู้อยู่แล้วว่าราคาเวียดนามถูกกว่า คุณภาพแยกว่า แต่ผู้ซื้อก็ยังเอาข้าวเวียดนามอยู่ดี เพราะทุกคนรู้อยู่แล้วว่าราคานี้คุณภาพนี้เป็นข้าวเวียดนาม ราคานี้คุณภาพนี้เป็นข้าวไทย มันก็คงไม่ได้จะไปเจาะราคาเวียดนามอะไรได้มากมาย มันเป็นคนละตลาด เป็นคนละชนิด ไม่เกี่ยวกับข้าวเวียดนาม”</p> <p>“เราทำอะไรไม่ได้ เพราะรัฐบาลแทรกแซงอยู่ ค้ำประกันราคาข้าว ทำให้เราจะซื้อข้าวได้ต้องไปแย่งกับรัฐบาล จะซื้อได้ก็ต้องให้ราคาสูง เวียดนามเขาไม่ได้ค้ำประกันราคา”</p> <p>“ข้าว มันคือ Price War เลยนะ ใครถูกก็ซื้อคนนั้น...ตลาดโดยส่วนใหญ่คนซื้อไม่ได้สนใจคุณภาพมากเท่าไร เพราะตลาดใหญ่ก็คือตลาดแถบแอฟริกาที่คนกินข้าวกันเยอะๆ เอเชียก็จะดูราคาเป็นหลัก ถ้าคุณภาพก็จะเป็นตลาดยุโรป ซึ่งเป็นตลาดเล็กมากและที่ยอมซื้อกับบริษัท เพราะเชื่อว่าเราส่งข้าวแน่นอน คุณภาพดี ราคาแพงหน่อย ไม่เป็นไรรับได้ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่มาก เพราะฉะนั้นที่คิดว่า E-auction ไม่ได้ช่วยในการดึงลูกค้ากลับมา แต่ว่าจะเป็น การช่วยในอีกช่องทางหนึ่งที่ให้คนมาหาเรา แล้วก็เห็นว่าราคาเราแล้วรับได้หรือไม่มากกว่า”</p>

ตารางที่ 5.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกับเวียดนาม
ของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) (ต่อ)

คำถาม	การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม จะสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกับเวียดนามที่ใช้กลยุทธ์เจาะตลาดด้วยราคาต่ำได้อย่างไร
ผู้ซื้อต่างประเทศ	“การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวจะสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกับเวียดนามที่ใช้กลยุทธ์การขายข้าวในราคาต่ำ ด้วยการใช้กลยุทธ์ที่แสดงให้เห็นว่าราคาซื้อ-ขายข้าวของไทยเป็นราคายุติธรรมที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพข้าว โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 66.60%”
ผลการวิจัย	กระบวนการซื้อ-ขายข้าวที่ก่อให้เกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรมไม่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกับเวียดนามที่ใช้กลยุทธ์เจาะตลาดด้วยราคาต่ำได้ เนื่องจากตลาดส่งออกข้าวไทยกับเวียดนามเป็นคนละตลาดกัน กล่าวคือ ตลาดข้าวไทยเป็นตลาดข้าวคุณภาพปานกลางถึงคุณภาพสูง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ซื้อต่างประเทศในแถบยุโรป เนื่องจากกระบวนการผลิตข้าวมีความยุ่งยากและซับซ้อน ต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีระบบควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้ได้ข้าวที่มีคุณภาพสูงตามที่ต้องการ ทำให้มีต้นทุนในการผลิตที่สูง ส่งผลให้ราคาซื้อ-ขายข้าวอยู่ในเกณฑ์ที่สูงตามไปด้วย ในขณะที่ตลาดข้าวเวียดนามเป็นตลาดข้าวคุณภาพต่ำ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ซื้อต่างประเทศในแถบแอฟริกา กระบวนการผลิตข้าวประเภทนี้มีความง่ายและไม่ซับซ้อน ทำให้มีต้นทุนในการผลิตข้าวที่ต่ำ จึงสามารถขายข้าวได้ในราคาที่ต่ำกว่าข้าวคุณภาพสูงมากๆ เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้อที่ต้องการบริโภคข้าวคุณภาพต่ำจะให้ความสำคัญในเรื่องของราคามากที่สุดและไม่ค่อยให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ โดยถือว่าแค่บริโภคได้ก็เพียงพอแล้ว จึงทำให้ราคาซื้อ-ขายข้าวระหว่างผู้ส่งออกไทยกับเวียดนามมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่มาก ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีในกลุ่มผู้ซื้อต่างประเทศ นอกจากนี้ สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนส่งออกข้าวของผู้ส่งออกไทยสูงกว่าเวียดนาม ก็เพราะว่ารัฐบาลไทยมีนโยบายแทรกแซงด้วยการค้ำประกันราคาข้าว ทำให้ผู้ส่งออกไทยต้องซื้อข้าวเพื่อการส่งออกในราคาที่สูง อย่างไรก็ตาม หากระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ซื้อ-ขายข้าวสามารถนำมาใช้งานได้จริง และทำให้ราคาในการซื้อ-ขายข้าวเป็นไปอย่างเหมาะสมก็จะช่วยให้ผู้ส่งออกไทยสามารถแข่งขันกับเวียดนามได้ในเรื่องของการขายยารฐานลูกค้าในตลาดค้าข้าวคุณภาพสูงของตนเองให้เพิ่มมากขึ้น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในเรื่องราคาของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า กระบวนการซื้อ-ขายข้าวด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) สามารถสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องของราคาได้ เนื่องจากราคาซื้อ-ขายข้าวที่เกิดขึ้นในระหว่างการประมูลเป็นการเสนอราคาแข่งขันระหว่างผู้ซื้อ โดยสามารถเสนอราคาได้มากกว่าหนึ่งครั้งภายใต้ระยะเวลาการประมูลที่กำหนดไว้ จึงทำให้เกิดการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ และสามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของราคาข้าว ส่งผลให้ไม่ต้องซื้อข้าวในราคาที่แพงเกินจริง รายละเอียดดังตารางที่ 5.18

ตารางที่ 5.18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศในเรื่องราคาของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทยจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศในเรื่องของราคาได้อย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“แน่นอน เพราะเวลาที่ผู้ซื้อๆ ข้าว เขาต้องรู้สึกว่าเขายอมรับราคานั้นได้อยู่แล้ว มันอาจจะไม่ได้เกี่ยวกับตัวระบบว่าเป็น E-auction หรือเข้ามาซื้อโดยตรง ไม่ว่าจะเข้ามาปิดด้วยระบบ E-auction หรือซื้อ-ขายปกติ เขาก็จะมีเกณฑ์ตัดสินใจของเขาอยู่แล้ว”</p> <p>“ถ้ามองในแง่ผู้ซื้อก็อาจจะเข้ามาเป็นส่วนเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ หมายถึง ราคาแต่ละคนที่เสนอเข้ามาน่าจะเป็นแรงกระตุ้นของผู้ซื้อรายอื่นได้ และในมุมมองของผู้ขายก็อาจจะเป็นโอกาสของคนขายที่ว่ามันสามารถจะเพิ่มกำไรที่มากขึ้น เพราะว่าผู้ซื้อเข้ามาปิดแข่งกัน เพื่อที่จะประมูลของไป”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“การประมูลออนไลน์ (E-auction) สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม เนื่องจากเป็นการเสนอราคาแข่งขันกันระหว่างผู้ซื้อ ทำให้ ราคามีการเพิ่มระดับอย่างเหมาะสม โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 83.40%”</p> <p>“การประมูลออนไลน์ (E-auction) สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม เนื่องจากเป็นการเสนอราคาแข่งขันสามารถทำได้มากกว่าหนึ่งครั้งภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 76.60%”</p>

ตารางที่ 5.18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศในเรื่องราคา
ของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) (ต่อ)

คำถาม	การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทยจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศในเรื่องของราคาได้อย่างไร
ผู้ซื้อ ต่างประเทศ	<p>“การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อ การส่งออกของไทย ก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ เนื่องจากผู้ซื้อที่เข้าร่วมประมูล สามารถแข่งขันการเสนอราคาได้ โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 75.00%”</p> <p>“การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อ การส่งออกของไทย สามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของข้าว ทำให้ไม่ต้องซื้อข้าวในราคา ที่แพงเกินปกติ อีกทั้ง สามารถลดค่าใช้จ่ายในเรื่องค่านายหน้า ทำให้ราคาซื้อ-ขายมีความ เหมาะสมมากขึ้น โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 70.00%”</p>
ผลการวิจัย	<p>กระบวนการซื้อ-ขายข้าวด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) สามารถสร้างความ น่าเชื่อถือในเรื่องของราคาได้ เนื่องจากราคาซื้อ-ขายข้าวที่เกิดขึ้นในระหว่างการประมูล เป็นการเสนอราคาแข่งขันระหว่างผู้ซื้อ โดยสามารถเสนอราคาได้มากกว่าหนึ่งครั้งภายใต้ ระยะเวลาการประมูลที่กำหนดไว้ จึงทำให้เกิดการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ และสามารถ สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของราคาข้าว ส่งผลให้ไม่ต้องซื้อข้าวในราคาที่สูงเกินจริง อีกทั้ง การประมูลซื้อ-ขายข้าวเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศสามารถเข้ามาซื้อ-ขาย กับผู้ส่งออกได้โดยตรงไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อรายเก่าหรือรายใหม่ แต่หากเป็นผู้ซื้อรายใหม่ การประมูลออนไลน์ (E-auction) จะช่วยลดต้นทุนค่านายหน้าแก่ผู้ซื้อต่างประเทศราย ใหม่ได้ เนื่องจากการซื้อ-ขายในช่องทางปกติ หากเป็นผู้ซื้อรายใหม่บางครั้งอาจจะต้องผ่าน นายหน้าคนกลางเพื่อให้ช่วยแนะนำกับผู้ส่งออกซึ่งมีค่าธรรมเนียมในการดำเนินการ แต่ สำหรับการประมูลออนไลน์ (E-auction) ผู้ซื้อต่างประเทศสามารถเข้ามาประมูลได้ โดยตรงกับผู้ส่งออก ซึ่งไม่ต้องเสียค่านายหน้าใดๆ ทั้งสิ้น</p>

ความคิดเห็นต่อระดับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูล ซึ่งบางครั้ง อาจไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้นั้น ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า สามารถ ยอมรับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูลได้ไม่ว่าระดับราคาดังกล่าวจะสูงกว่าหรือต่ำกว่า ราคาที่คาดหวังไว้ โดยทางผู้ซื้อต่างประเทศเห็นว่าราคาสุดท้ายเป็นผลที่เกิดจากการแข่งขันเสนอ

ราคาของผู้ซื้อต่างประเทศในระหว่างการประมูล นอกจากนี้ การประมูลดังกล่าวได้มีการกำหนดราคาขั้นต่ำในการเปิดประมูล เพื่อประกันความเสี่ยงในเรื่องของผลตอบแทนที่ผู้ส่งออกจะได้รับ ซึ่งเป็นระดับราคาที่ผู้ส่งออกสามารถยอมรับได้เช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 5.19

ตารางที่ 5.19 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูล

<p>คำถาม</p>	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับระดับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูล ซึ่งบางครั้งอาจสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ และท่านมีแนวทางอย่างไรเพื่อให้สามารถยอมรับระดับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูล</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“รับได้ เพราะคือกำไรส่วนเกินแล้ว”</p> <p>“ได้อยู่แล้ว เพราะว่าเราเป็นคนตั้งเองแล้วราคาที่ได้ก็สูงกว่าราคาที่ตั้งอยู่แล้ว คือ เราต้องรับก่อนนะ ไม่งั้นเราก็ทำแบบนี้ไม่ได้”</p> <p>“คิดว่าได้ อย่างที่บอกว่าบางครั้งมันอาจจะได้มากกว่าหรือได้น้อยกว่า ก็บอกไม่ได้ คือว่าผู้ส่งออกก็ยอมรับในความเสี่ยงตรงนี้อยู่แล้ว”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“สาเหตุที่ทำให้ราคาสุดท้ายที่ชนะการประมูลมีมูลค่าสูงกว่าที่คาดหวังไว้ เกิดจากการแข่งขันกันเสนอราคาของผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายในการประมูล ซึ่งสามารถยอมรับราคาดังกล่าวได้ โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 95.75%”</p> <p>“หากระดับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูลสูงกว่าที่คาดหวังไว้ นั่นก็ สามารถยอมรับได้และยินดีที่จะจ่ายเงิน โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 63.40%”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>ทางด้านของผู้ส่งออกสามารถยอมรับได้หากระดับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูลต่ำกว่าหรือสูงกว่าราคาที่คาดหวังไว้ เนื่องจากว่าระดับราคาขั้นต่ำที่กำหนดไว้สำหรับเปิดประมูล เป็นราคาที่คำนวณจากต้นทุนและบวกกำไรในส่วนที่พอใจแล้ว ดังนั้นไม่ว่าระดับราคาสุดท้ายจะสูงกว่าเพียงเล็กน้อยหรือเท่ากับระดับราคาขั้นต่ำที่กำหนดไว้ก็สามารถยอมรับได้เพราะถือว่าเป็นกำไรส่วนเกินแล้ว สำหรับด้านของผู้ซื้อต่างประเทศก็สามารถยอมรับราคาสุดท้ายที่เป็นราคาที่ชนะการประมูลได้เช่นกัน โดยเห็นว่าการที่ระดับราคาสุดท้ายไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ นั่นเป็นผลมาจากการแข่งขันการเสนอราคา ระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูล</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างการยอมรับของระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า สามารถสร้างการยอมรับให้แก่ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศได้ในระดับหนึ่ง แต่ทว่าการชูประเด็นเรื่องราคายุติธรรม ซึ่งเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพข้าวนั้น อาจจะไม่ใช่ว่าสิ่งจูงใจที่ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศเข้ามาใช้บริการประมูลออนไลน์ (E-auction) แทนการซื้อขายในช่องทางปกติ เพราะเป็นที่ทราบกันดีในตลาดค้าข้าวของโลกว่าคุณภาพข้าวของไทยที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นข้าวที่มีคุณภาพสูง และเป็นไปตามมาตรฐานการส่งออกข้าวของไทยที่กำหนดไว้ รายละเอียดดังตารางที่ 5.20

ตารางที่ 5.20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่ทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม

คำถาม	การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม จะสามารถสร้างการยอมรับให้แก่ท่านและผู้ซื้อต่างประเทศได้อย่างไร
ผู้ส่งออก	<p>“ถ้าผู้ซื้อเห็นว่ากระบวนการราคาทำการประมูลกันมันโอเคกับเขาๆ ก็ยอมรับได้เองโดยอัตโนมัติ”</p> <p>“ก็น่าจะได้นะ ถ้าผู้ซื้อคิดว่าได้สินค้าที่ราคาเหมาะสม เขาก็น่าจะยอมรับวิธีนี้”</p> <p>“ถึงแม้ราคาต่ำ แต่ว่าคุณภาพมันก็ต้องอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานไทย...คือ ผู้ซื้อที่อยู่แล้วว่าคุณภาพมาตรฐานข้าวไทยเป็นอย่างไร เขาไม่ได้มองว่าถ้าจ่ายเพิ่มขึ้นอีกเล็กน้อยแล้วคุณภาพมันจะดีขึ้น ก็เลยจะลำบากหากจะมองแบบนั้น เพราะเขาไม่ได้คิดแบบนั้น คือเขาซื้อราคาต่ำ แต่คุณภาพก็ต้องได้มาตรฐานด้วย เขาไม่ได้เห็นใจเราว่าเขาซื้อราคาต่ำนั้นคุณภาพหย่อนลงมาหน่อยก็ได้ เพราะฉะนั้นการที่บอกว่ามาเข้าระบบนี้แล้วที่บอกว่าราคาเป็นธรรมเนีย เขาอาจจะไม่สนราคาเป็นธรรม เขาสนใจแต่ของถูก นี่คือความจริงในการค้าขาย...ราคาเป็นธรรม แล้วได้ของคุณภาพดี คิดว่าตรงนี้ไม่ใช่จุดขายของตลาดข้าวที่ทำให้คนอยากเข้ามาในระบบ”</p>
ผู้ซื้อต่างประเทศ	<p>“การนำระบบประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าว เพื่อการส่งออกของไทย สามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของข้าว ทำให้ราคาซื้อ-ขายข้าวเป็นราคาที่ยุติธรรม คือ มีความเหมาะสมกับคุณภาพข้าว โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 79.25%”</p>

ตารางที่ 5.20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่ทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม

<p>คำถาม</p>	<p>การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม จะสามารถสร้างการยอมรับให้แก่ท่านและผู้ซื้อต่างประเทศได้อย่างไร</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>กระบวนการซื้อ-ขายข้าวด้วยวิธีการประมูลออนไลน์ (E-auction) ทำให้ราคาข้าวเป็นราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม สามารถสร้างการยอมรับให้แก่ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศได้ในระดับหนึ่งซึ่งจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของทั้งสองฝ่ายที่จะทำสัญญาซื้อ-ขายข้าวเป็นสำคัญ เนื่องจากทั้งสองฝ่ายต่างก็สามารถเห็นกระบวนการเสนอราคาในระหว่างการประมูลได้ตลอดเวลาจนถึงสิ้นสุดเวลาการประมูล ซึ่งถ้าผู้ซื้อต่างประเทศเห็นว่าราคาดังกล่าวเหมาะสม และสามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของข้าวได้ ทำให้ไม่ต้องซื้อข้าวในราคาที่แพงเกินปกติก็จะเกิดการยอมรับโดยอัตโนมัติ ทั้งนี้ การชูประเด็นเรื่องราคายุติธรรม ซึ่งเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพข้าว นั้น อาจไม่ใช่สิ่งจูงใจที่ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศเข้ามาใช้บริการประมูลออนไลน์ (E-auction) แทนการซื้อขายในช่องทางปกติ เนื่องจากผู้ซื้อต่างประเทศไม่ได้มองว่าการจ่ายเงินที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ได้รับข้าวที่มีคุณภาพสูงขึ้น การซื้อข้าวได้ในราคาต่ำ ไม่ได้หมายความว่าคุณภาพข้าวที่ได้จะต่ำตามไปด้วย ซึ่งคุณภาพข้าวที่ผู้ซื้อต่างประเทศได้รับก็ต้องเป็นไปตามมาตรฐานการส่งออกข้าวของไทยที่กำหนดไว้</p>

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อต่างประเทศ ในลักษณะ win-win ของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) ผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศแสดงความคิดเห็นว่า ผลลัพธ์สุดท้ายหลังจากเวลาประมูลสิ้นสุดลงจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ระหว่างผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศ จะเกิดขึ้นในลักษณะแบบ win-win โดยผู้ส่งออกมีความยินดีที่จะขายข้าวให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศที่ชนะการประมูลไม่ว่าราคาสุดท้ายที่ชนะการประมูลจะอยู่ในระดับใดก็ตาม ในขณะที่ผู้ซื้อต่างประเทศก็สามารถยอมรับราคาที่ชนะการประมูลและยินดีจ่ายเงินตามราคาที่ประมูลได้เช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 5.21

ตารางที่ 5.21 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างผลประโยชน์ในลักษณะ win-win
ของระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction)

<p>คำถาม</p>	<p>การประมูลออนไลน์ (E-auction) ที่สามารถทำให้กระบวนการซื้อ-ขายข้าวเกิดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม สามารถสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ในลักษณะ win-win ได้อย่างไร</p>
<p>ผู้ส่งออก</p>	<p>“การประมูลต้องเป็นลักษณะ win-win อยู่แล้ว เพราะว่าเราเสนอราคานี้ แล้วคุณรับได้ คือ ราคานี้เราขายได้ ราคานี้คุณซื้อได้ เพราะฉะนั้นถ้าเขาไม่โอเคเขาก็จะไม่เข้ามา”</p> <p>“ถ้า win-win มันก็อยู่ในตอนที่ตลาดเป็นของผู้ขาย คือเราได้ขายของ ผู้ซื้อก็ได้ของไป”</p> <p>“ก็อย่างที่บอกถ้าเกิดตอนที่เราเป็นเจ้าของที่มีสินค้าพอที่จะส่งให้ลูกค้าได้ ช่วงนั้นน่าจะดีกับทั้ง 2 ฝ่าย เพราะลูกค้าก็ต้องการสินค้าก็จะยอม Bid ราคาที่สูง ส่วนเราก็อยากขายราคาสูงก็ต้องเป็นช่วงนั้นแหละ”</p>
<p>ผู้ซื้อต่างประเทศ</p>	<p>“การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย สามารถสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อต่างประเทศ ในลักษณะ win-win ได้ โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 73.40%”</p> <p>“การนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย สามารถสร้างผลประโยชน์ระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศ ในลักษณะ win-lose โดยให้ค่าความสำคัญอยู่ที่ 72.33%”</p>
<p>ผลการวิจัย</p>	<p>ผลลัพธ์สุดท้ายหลังจากเวลาประมูลสิ้นสุดลงจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ 2 ด้าน ได้แก่ (1) ระหว่างผู้ส่งออกและผู้ซื้อต่างประเทศ ซึ่งเป็นลักษณะแบบ win-win โดยผู้ส่งออกมีความยินดีที่จะขายข้าวให้แก่ผู้ซื้อต่างประเทศที่ชนะการประมูลไม่ว่าราคาสุดท้ายที่ชนะการประมูลจะอยู่ในระดับใดก็ตาม เพราะถือว่า ณ ระดับราคาดังกล่าว เป็นราคาที่มีกำไรส่วนเกินบวกไว้อยู่แล้ว ซึ่งสามารถซื้อ-ขายได้จริงในตลาดค้าข้าวโลก ในขณะที่ผู้ซื้อต่างประเทศก็สามารถยอมรับราคาที่ชนะการประมูลและยินดีจ่ายเงินตามราคาที่ประมูลได้เช่นกัน โดยเห็นว่าราคาดังกล่าวมีความเหมาะสมกับคุณภาพข้าวที่ตนเองซื้อ (2) ระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศที่เข้าร่วมประมูล ซึ่งเป็นลักษณะแบบ win-lose ซึ่งการนำระบบการประมูลออนไลน์ (E-auction) เข้ามาใช้ในกระบวนการซื้อ-ขายข้าวเพื่อการส่งออกของไทย ก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ เนื่องจากเปิดให้มีการแข่งขันด้วยการเสนอราคาประมูล ทำให้ราคาที่เสนอในแต่ละครั้งสามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของสินค้าได้ ดังนั้น ไม่ว่าจะตนเองจะเป็นผู้ชนะหรือผู้แพ้การประมูล ผู้ซื้อต่างประเทศแต่ละรายที่เข้าร่วมประมูลก็เห็นว่าเกิดจากการแข่งขันในระหว่างการประมูลทั้งสิ้น ซึ่งเมื่อใดก็ตามที่ผู้ซื้อต่างประเทศเห็นว่าราคาดังกล่าวไม่มีความเหมาะสม ผู้ซื้อต่างประเทศก็จะทำการหยุดเสนอราคาทันที</p>

จากการวิเคราะห์ผลตามแบบจำลองการวิจัยกระบวนการที่ 4 ดังที่กล่าวไว้ทั้งหมดข้างต้นนี้ สามารถนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 5 ดังนี้

A5 : การประมูลออนไลน์ (E-auction) แบบ English Auction ที่มีการกำหนดราคาขั้นต่ำ ก่อให้เกิดผลลัพธ์ 2 ด้าน ได้แก่ win-win และ win-lose ซึ่งสามารถช่วยให้ระดับราคาในการซื้อ-ขายข้าวเป็นราคายุติธรรม และเป็นที่ยอมรับของผู้ขายและผู้ซื้อได้