

ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเมื่อสถานการณ์การประมูลต่างกัน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS AFFECTING PAY-TO-BID ONLINE AUCTION FINAL PRICES WHEN AUCTION
SITUATIONS ARE DIFFERENT



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Information Technology in Business

Common Course

Faculty of Commerce and Accountancy

Chulalongkorn University

Academic Year 2018

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลออนไลน์แบบมี

ค่าธรรมเนียมเมื่อสถานการณ์การประมูลต่างกัน

โดย

นายกุลภัทร์ ผาตินาวิน

สาขาวิชา

เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชพงศ์ ตั้งมณี

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี

(รองศาสตราจารย์ ดร.พสุ เดชะรินทร์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล อัสสระรัตน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชพงศ์ ตั้งมณี)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารทัศน์ โมกขมรรคกุล)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรวัฒน์ วิสูตรศักดิ์)

กุลภัทร์ ผาดีนาวิณ : ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเมื่อ
สถานการณ์การประมูลต่างกัน. (FACTORS AFFECTING PAY-TO-BID ONLINE AUCTION
FINAL PRICES WHEN AUCTION SITUATIONS ARE DIFFERENT) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ.
ดร.ชัชพงศ์ ตั้งมณี

การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเป็นรูปแบบที่ผู้ประมูลต้องเสียเงินที่ไม่สามารถขอคืนได้ก่อน
เข้าร่วมการประมูล เพื่อใช้ซื้อจำนวนครั้งการเสนอราคาหรือสิทธิสำหรับเข้าร่วมประมูลสินค้าที่ผู้ประมูลสนใจ ทุก
ครั้งที่มีการเสนอราคา ราคาสินค้า และเวลาของการประมูลจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนครั้งที่ ผู้ให้ประมูลและผู้ประมูล
ต่างให้ความสำคัญต่อราคาปิด การศึกษานี้วิเคราะห์ผลของตัวแปรจำนวนห้าตัว คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวน
ครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และตัวแปรมูลค่าจัดส่งสินค้า
ที่มีต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมในบริบทประเทศไทย และเปรียบเทียบผลดังกล่าว
ระหว่างสถานการณ์ที่ต่างกันในตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาในลักษณะของ
การสืบเสาะ พร้อมทั้งวิเคราะห์สืบเสาะผลของตัวแปรทั้งห้าต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์การประมูลเพิ่มเติมด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกรรมการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์จำนวน 254 ธุรกรรม
พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีผลต่อราคาปิดการ
ประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลเป็นตัวแปรเดียวที่มีผลต่อรายได้
เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความแตกต่างระหว่างสถานการณ์ในตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และการ
ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคามีส่วนทำให้ตัวแปรมีผลต่อราคาปิดการประมูล และรายได้เจ้าของเว็บไซต์ต่างกัน

นอกจากเป็นการต่อยอดความรู้ของสารสนเทศทางธุรกิจในบริบทการประมูลออนไลน์แล้ว ผู้ให้
ประมูลหรือเจ้าของเว็บไซต์จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้งสาม และสถานการณ์ทั้งสองสถานการณ์
เพื่อให้ราคาปิดการประมูลตามหวัง

สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2561 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5981505126 : MAJOR INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS

KEYWORD: Online auction, Pay-to-bid auction, Final price

Kullapat Phatinawin : FACTORS AFFECTING PAY-TO-BID ONLINE AUCTION FINAL PRICES WHEN AUCTION SITUATIONS ARE DIFFERENT . Advisor: Asst. Prof. Chatpong Tangmanee, Ph.D.

Pay-to-bid online auction is a type of auction where bidders first pay a certain non-refundable fee for bids before entering an auction. Every time a bidder places a bid, the auction price and bidding time raise. Both auctioneer and bidder consider the auction final price highly important. This study aims at examining the effects of five variables on final price of pay-to-bid auction. The five variables are number of bidders, number of bids, time duration, product price and shipping cost, then compare the variables affecting the final price in situations that bidders are and are not limited and those that bids rights are and are not given back to bidders. This study also explores the effects of five variables on auctioneer income.

254 bag and television products transactions of actual pay-to-bid auction were collected. The analysis results indicate that the effects of the number of bidders, the time duration and the product price on the final price are statistically significant at a 0.05 level. Only the product price affected auctioneer profit significantly. These variables affected the final price and auctioneer profit differently in both situations where bidders are and are not limited and those where bids rights are and are not given back to bidders.

In addition to extending insight into business information management in the context of online auctions, pay-to-bid auction sellers must focus on operating these three variables and two situations since they could affect a final price.

Field of Study:	Information Technology in Business	Student's Signature
Academic Year:	2018	Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัชพงศ์ ตั้งมณี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัย พร้อมทั้งมอบความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการต่างๆ ตั้งแต่เริ่มทำวิทยานิพนธ์จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ให้กับผู้วิจัยอย่างเต็มกำลังมาโดยตลอด และขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐพล อัสสระรัตน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธารัทศน์ โมกขมรรคกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวิทย์ วิสูตรศักดิ์ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่กรุณาสละเวลาในการชี้แนะแนวทาง ให้ข้อเสนอแนะและความรู้ เพื่อให้ผู้วิจัยนำไปปรับปรุงงานวิจัยให้มีคุณภาพทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ท้ายนี้ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และญาติพี่น้องที่มอบกำลังใจและทุนทรัพย์ คอยเป็นห่วงตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อนๆ หลักรัฐเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจทุกคน ที่คอยสอบถามถึงความก้าวหน้าและให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยเสมอมา รวมถึงทุกท่านที่ให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยที่อาจกล่าวไม่หมด ณ ที่นี้ จนนำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

กุลภัทร์ ผาตินาวิน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

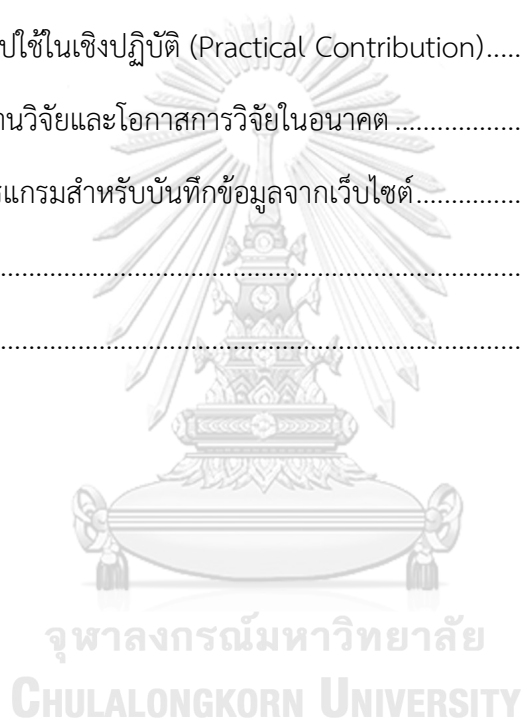
สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
1.3 ตัวแปรสำคัญที่ศึกษา	6
1.4 ศัพท์สำคัญที่เกี่ยวข้อง	8
1.5 ระเบียบวิธีวิจัยเบื้องต้น.....	8
1.6 ขอบเขตของการวิจัย	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย	10
1.7.1 ประโยชน์ทางทฤษฎี (Theoretical Contribution).....	10
1.7.2 ประโยชน์ทางปฏิบัติ (Practical Contribution).....	10
บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์	11
2.1 การประมวลออนไลน์.....	11
2.1.1 รูปแบบของการประมวลที่นิยม	11

2.1.2 รูปแบบของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม	14
2.1.3 ความแตกต่างระหว่างการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมและการประมูลออนไลน์ ทั่วไป.....	18
2.2 ตัวแปรที่มีผลกับราคาปิดในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม	20
2.2.1 จำนวนผู้ร่วมประมูล	20
2.2.2 จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	21
2.2.3 ระยะเวลาของการประมูล.....	21
2.2.4 มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	22
2.2.5 มูลค่าจัดส่งสินค้า.....	23
2.2.6 การจำกัดผู้ประมูลและการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา	23
2.3 บทสรุปบททวนวรรณกรรม.....	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	26
3.1 แนวทางการวิจัย	26
3.2 สมมติฐานงานวิจัย	27
3.3 ประชากรและจำนวนข้อมูล.....	29
3.4 การบันทึกข้อมูล.....	31
3.5 ประเด็นความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ.....	35
3.6 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล	37
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4.1 ความน่า.....	40
4.2 ลักษณะสำคัญของตัวอย่างธุรกรรมในงานนี้	40
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	42
4.4 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล	48
4.4.1 การวิเคราะห์ผลต่อราคาปิดการประมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ.....	49

4.4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลจำแนกตามประเภทสินค้า.....	50
4.5 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัด ผู้เข้าร่วมประมูลของตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล.....	52
4.6 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศ คืบสิทธิเสนอราคาของตัวแปรการประกาศคืบสิทธิเสนอราคา.....	58
4.7 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์	63
4.7.1 ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์	63
4.7.2 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์จำแนกตามประเภทสินค้า.....	64
4.7.3 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัด ผู้เข้าร่วมประมูล.....	65
4.7.4 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ ประกาศคืบสิทธิเสนอราคา.....	70
4.8 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	79
5.1 ความนำ.....	79
5.2 ลักษณะสำคัญของธุรกรรมการประมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์	79
5.3 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิด	80
5.3.1 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลโดยรวม.....	80
5.3.2 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า.....	81
5.3.3 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์.....	82
5.3.4 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูล : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่จำกัด และไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	84
5.3.5 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูล : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่ ประกาศและไม่ประกาศคืบสิทธิเสนอราคา.....	87
5.4 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์	89

5.4.1 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์โดยรวม.....	89
5.4.2 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	91
5.4.3 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา.....	93
5.5 การนำงานวิจัยไปใช้ (Contribution).....	95
5.5.1 การนำไปใช้ในเชิงทฤษฎี (Theoretical Contribution).....	95
5.5.2 การนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติ (Practical Contribution).....	97
5.6 ข้อจำกัดของงานวิจัยและโอกาสการวิจัยในอนาคต	98
ภาคผนวก ก โค้ดโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูลจากเว็บไซต์.....	100
บรรณานุกรม.....	105
ประวัติผู้เขียน.....	109



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ตัวอย่างการบันทึกข้อมูลหนึ่งธุรกรรมด้วยโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูล.....	33
ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างการบันทึกข้อมูลธุรกรรมด้วยโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูล.....	34
ตารางที่ 4.1 ความถี่จำแนกตามประเภทสินค้า และสถานการณ์การประมูลที่ต่างกัน.....	41
ตารางที่ 4.2 ความถี่จำแนกตามประเภทสินค้า ในตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และตัวแปรการประกาศ ค่านสิทธิเสนอราคา.....	42
ตารางที่ 4.3 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรศึกษา (n = 254).....	43
ตารางที่ 4.4 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้า.....	43
ตารางที่ 4.5 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามการจำกัดผู้ประมูล.....	44
ตารางที่ 4.6 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ ร่วมประมูล.....	45
ตารางที่ 4.7 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วม ประมูล.....	45
ตารางที่ 4.8 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามการประกาศค่านสิทธิเสนอราคา.....	46
ตารางที่ 4.9 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ประกาศ ค่านสิทธิเสนอราคา.....	47
ตารางที่ 4.10 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่ ประกาศค่านสิทธิเสนอราคา.....	47
ตารางที่ 4.11 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปร.....	49
ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล.....	50
ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า.....	51
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์.....	51
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัด ผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้).....	53

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล).....	66
ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้).....	67
ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้).....	68
ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้).....	68
ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้).....	69
ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา.....	70
ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา.....	71
ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา.....	72
ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา.....	72
ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา.....	73
4.41 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา.....	73
ตารางที่ 4.42 สรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลทั้งหมด.....	75
ตารางที่ 4.43 สรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลทั้งหมด.....	77

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 2.1 ภาพโฆษณาเชิญชวนของเว็บไซต์ bidryder.com	15
รูปที่ 2.2 ภาพการแสดงสินค้าที่ใกล้จะหมดเวลาของเว็บไซต์ bidryder.com	16
รูปที่ 2.3 ภาพประกาศการประมูลสินค้าของเว็บไซต์ bidryder.com	17
รูปที่ 3.1 ตัวอย่างการประมูลสินค้าบนเว็บไซต์ bidryder.com	27
รูปที่ 3.2 สืบอันดับประเภทสินค้าและบริการที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์	30
รูปที่ 3.3 ตำแหน่งสำหรับเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาจากส่วนประกาศการประมูลสินค้า	33
รูปที่ 3.4 ตำแหน่งบนเว็บไซต์ bidryder.com สำหรับเก็บตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา	35
รูปที่ 3.5 กรอบความคิดของวิทยานิพนธ์	38
รูปที่ 3.6 ตัวแบบสำหรับสถานการณ์การประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ และที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล	38
รูปที่ 3.7 ตัวแบบสำหรับสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล และที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล	39

บทที่ 1

บทนำ

วิทยานิพนธ์นี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อวิเคราะห์ผลของตัวแปรอันได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (Number of bidders) (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (Number of bids) (3) ระยะเวลาของการประมูล (Time duration) (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (Product price) (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า (Shipping cost) ต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม (Pay-to-bit auction) และเปรียบเทียบผลดังกล่าวระหว่างสถานการณ์ที่ต่างกัน (6) ตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล (Limit bidders) และ (7) ตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (Return bids) โดยบทนี้ นำเสนอ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของงานวิจัย ตัวแปรสำคัญที่ศึกษา ศัพท์สำคัญที่เกี่ยวข้อง ระเบียบวิธีวิจัยเบื้องต้น ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประมูล (Auction) เป็นวิธีการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยการแข่งกันเสนอราคา (Bid) ในเวลาที่กำหนด และขายสินค้าให้แก่ผู้ที่เสนอราคาสูงสุด การประมูลถือได้ว่าเป็นวิธีการค้าขายที่สำคัญของมนุษย์ คำว่า ประมูล จึงเป็นคำที่คุ้นเคย และเข้าใจตรงกันทั่วโลก เมื่อรูปแบบการประมูลแพร่หลายไปตามพื้นที่ต่างๆทั่วโลก จึงเกิดการปรับกฎระเบียบการประมูลให้เข้ากับความต้องการและความเคยชินของผู้ซื้อผู้ขาย (กิตติพิชญ์ ดีหนู, จักรกฤษณ์ อุทัยรัมย์ และเดชพล ถึงลาภ, 2554) ต่อมา การประมูลเริ่มใช้เทคโนโลยีช่วยในการประมูล ตัวอย่างเช่น การนำคอมพิวเตอร์ หรือ โทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ต มาใช้ทำให้การประมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

การประมูลออนไลน์ (Electronic auction : e-Auction) เป็นหนึ่งประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce : e-Commerce) ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับลักษณะของธุรกิจ การประมูลออนไลน์เพิ่มความง่ายและความสะดวกแก่ผู้ประมูล ช่วยลดต้นทุนและข้อจำกัดจากการประมูลเพื่อซื้อขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบดั้งเดิม ตัวอย่างเช่น การลดปัญหาการไม่สามารถทำการประมูลได้อย่างทั่วถึงจากความห่างไกลของสถานที่ประมูล การทราบข่าวการประมูลที่ไม่ทั่วถึง ถูกจำกัดอยู่เพียงกลุ่มคนบางกลุ่ม และค่าใช้จ่ายการจัดการประมูลที่สูง เป็นต้น (ภาณุ พฤกษ์ทยานนท์, 2550)

การประมูลสินค้าออนไลน์หนึ่งชิ้นสามารถจำแนกได้เป็นหลายรูปแบบ หนึ่งในนั้นคือ การประมูลแบบ All-pay auction ที่เกิดขึ้นจากการปรับปรุงพัฒนาต่อยอดจากทฤษฎีการประมูลและรูปแบบมาตรฐานของการประมูล การประมูลแบบ All-pay auction เป็นรูปแบบการประมูลที่ผู้เข้าร่วมการประมูลทั้งหมดต้องชำระค่าใช้จ่ายในการประมูล ผู้ชนะยังคงเป็นผู้เสนอราคาสูงสุด เช่นเดียวกับรูปแบบมาตรฐานของการประมูลอื่นๆ (Easley & Kleinberg, 2010; Zheng, Yong Goh, & Huang, 2011)

ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและความต้องการของผู้บริโภคออนไลน์ ทำให้เกิดวิธีการซื้อสินค้า และรูปแบบใหม่ของการประมูลสินค้า (Lien, Xu, & Zheng, 2017) การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม (Pay to bid auction หรือชื่อเรียกอื่นๆ เช่น การประมูลออนไลน์แบบ Penny auction การประมูลออนไลน์แบบ Bidding fee auction หรือ การประมูลออนไลน์แบบ Pay per bid auction) เป็นรูปแบบการประมูลที่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยการประยุกต์แนวคิดการประมูลแบบ All-pay auction (Kakhbod, 2013; Li, Guo, & Tso, 2016; Stix, 2012; Zaman, 2012) ปรากฏตัวให้เห็นครั้งแรกที่เยอรมันปี ค.ศ.2005

การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมแตกต่างจากการประมูลแบบ All-pay auction เริ่มตั้งแต่ผู้ประมูลจำเป็นต้องเสียเงินก่อนเข้าร่วมการประมูลเป็นค่าธรรมเนียมที่ไม่สามารถขอคืนได้ (Non-refundable fee) เพื่อใช้ซื้อจำนวนครั้งการเสนอราคา (สิทธิ) สำหรับการเสนอราคาแต่ละครั้งในสินค้าหรือบริการที่ผู้ประมูลสนใจเข้าร่วม (Kesavan & Ning, 2014; Zaman, 2012) ในแต่ละครั้งที่เสนอราคา ราคาสินค้า และเวลาของการประมูลจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนคงที่ โดยมีผู้จัดการประมูล (Auctioneer) เพียงผู้เดียวในที่นี้ คือ เจ้าของเว็บไซต์ (Reiner, Natter, & Skiera, 2014)

ถึงแม้การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมอาจไม่น่าสนใจ เพราะผู้บริโภคต้องเสียค่าธรรมเนียมการประมูล เมื่อแพ้การประมูลและไม่ได้รับค่าธรรมเนียมคืน (Kim, Brünner, Skiera, & Natter, 2014) แต่กระนั้นกระบวนการประมูลนี้สามารถช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากถึงร้อยละ 90 ของราคาขายปลีกของสินค้าที่ใช้ในการประมูลจึงทำให้รูปแบบการประมูลนี้ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคออนไลน์จำนวนมาก (Gonçalves & Fonseca, 2016; Ma, Kim, & Goh, 2014) หากเว็บไซต์ประมูลออนไลน์ยอมดัดแปลงอย่างอืดเยื้อ เป็นเว็บไซต์กลางในการเสนอซื้อ และเสนอขายสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับผู้บริโภคออนไลน์ที่ต้องการได้สินค้าและบริการในราคาที่ตนเองพอใจเช่นกัน

จากความแตกต่างระหว่างเว็บไซต์ประมูลออนไลน์ในลักษณะของอืดเยื้อ และเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม ทำให้ตัวแปรสำคัญ เช่น ประสิทธิภาพของผู้ขาย รูปภาพของสินค้า ราคาขั้นต่ำ (Reserve price) และราคาเริ่มต้น (Initial price) มีผลต่อราคาปิดแตกต่างกัน (Lai, Hsu, & Tu, 2014) โดยทั่วไปบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม เจ้าของเว็บไซต์ที่

เป็นผู้จัดการประมูลจะประกาศสินค้าให้ผู้ประมูลที่สนใจเข้าร่วมโดยนำเสนอรายละเอียดต่อไปนี้ (1) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (2) ค่าขนส่งสินค้า (3) ระยะเวลาที่เหลือของการประมูล (4) รายละเอียดสินค้า และ (5) รูปภาพของสินค้า โดยในระหว่างการประมูล ผู้ประมูลจะสามารถทราบข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ (ก) ราคาประมูล ณ เวลาปัจจุบัน (ข) ผู้เสนอราคาประมูล ณ เวลาปัจจุบัน และ (ค) ประวัติการเสนอราคาก่อนหน้านั้น

วรรณกรรมในอดีตได้พยายามวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดเว็บไซต์ประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม โดยตัวแปรที่อยู่ในความสนใจของนักวิจัยประกอบด้วย (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล และ (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (Byers, Mitzenmacher, & Zervas, 2010; Caldara, 2012; Gnutzmann, 2014; Kim, Br nner, Skiera, & Natter, 2014; Platt, Price, & Tappen, 2010; Wang & Xu, 2016; Zaman, 2012; Zheng, Yong Goh, & Huang, 2011)

จำนวนผู้ร่วมประมูลเป็นตัวแปรที่อยู่ในความสนใจของนักวิจัย โดย Byers, Mitzenmacher และ Zervas (2010) ได้สร้างแบบจำลองเชิงทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นเพื่อวิเคราะห์ความไม่สมมาตรของข้อมูล (Information asymmetry) ของผู้ประมูล พบว่า เมื่อผู้ประมูลประเมินจำนวนผู้ร่วมประมูลต่ำ จะส่งผลต่อราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ Zheng, Goh และ Huang (2011) กล่าวว่า จำนวนของผู้เข้าร่วมประมูลในเว็บไซต์ประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม มีความสำคัญอย่างมากต่อราคาปิดเมื่อเปรียบเทียบกับประมูลออนไลน์รูปแบบอื่นๆ โดยงานวิจัยในอดีตมักยืนยันว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาปิด Caldara (2012) ได้ศึกษาการประมูลรูปแบบมีค่าธรรมเนียมด้วยการทดลองในห้องปฏิบัติการ พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลต่อราคาปิด โดยราคาปิดของผู้เข้าร่วมการประมูลจำนวนสามคนต่ำกว่าของผู้เข้าร่วมการประมูลจำนวนห้าคน นอกจากนี้จำนวนผู้ร่วมประมูลยังมีนัยสำคัญต่อการเสนอราคาที่สูงเกินไป (Overbidding) ทำให้ราคาปิดการประมูลสูงขึ้นไปอีก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang และ Xu (2016) ได้วิเคราะห์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลต่อราคาปิดและรายได้โดยรวมของเว็บไซต์ประมูล และงานของ Li, Gou และ Tso (2016) ได้วิเคราะห์สินค้าสามประเภทบนการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางเดียวกันทั้งสามประเภทสินค้า

จำนวนครั้งของการเสนอราคาประมูลเป็นอีกตัวแปรที่อยู่ในความสนใจของนักวิจัย กล่าวคือ เมื่อผู้ประมูลเสนอราคาประมูลหลายครั้ง แสดงว่าผู้ประมูลสนใจในสินค้าที่ประมูล ทำให้ราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น ในทางกลับกัน ผู้ประมูลไม่เสนอราคาหรือเสนอราคาน้อยครั้ง หากสินค้าดูไม่น่าสนใจหรือไม่เป็นที่ต้องการส่งผลต่อให้ราคาปิดการประมูลต่ำลงได้ โดย Zaman (2012) พบว่า ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งของการเสนอราคามากกว่าจำนวนของผู้เข้าร่วมประมูล เนื่องจาก จำนวน

ครั้งการเสนอราคาประมูลของผู้ร่วมประมูลสองคนนั้นเพียงพอที่จะส่งผลต่อราคาปิดของการประมูลสินค้าได้

ระยะเวลาของการประมูลเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยต้องการตรวจสอบว่ามีผลต่อราคาปิดการประมูล กล่าวคือ ระยะเวลาของการประมูลที่ยาวนาน แสดงว่าเป็นการประมูลที่ผู้ประมูลมีความสนใจหรือสินค้าเป็นที่ต้องการมาก และระยะเวลาของการประมูลที่เพิ่มขึ้นทุกครั้งที่มีการเสนอราคาช่วยเพิ่มจำนวนผู้ร่วมประมูลและเพิ่มโอกาสให้ราคาปิดสูงขึ้นได้ นักวิจัยในอดีตพบผลลัพธ์ในทิศทางเดียวกัน งานวิจัยของ Byers, Mitzenmacher และ Zervas (2010) ที่ได้สร้างแบบจำลองเชิงทฤษฎีเพื่อวิเคราะห์ความไม่สมมาตรของข้อมูล (Information asymmetry) ของผู้ประมูล นอกจากพบว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลส่งผลต่อราคาปิดแล้ว ยังพบว่าความไม่สมมาตรเพียงเล็กน้อยในความเชื่อเรื่องระยะเวลาของการประมูลส่งผลต่อราคาปิดที่เพิ่มขึ้นด้วย เช่นเดียวกับ Caldara (2012) ที่ได้วิเคราะห์การประมูลรูปแบบมีค่าธรรมเนียม พบว่า ระยะเวลาของการประมูลเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อราคาปิด

มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลเป็นอีกตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล หรือ ราคาสินค้าที่เจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้ตั้งขึ้นเพื่อกำหนดราคาของสินค้าที่ประมูล ถูกใช้ในการพิจารณาการเข้าร่วมของผู้ประมูล หากมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลสูง ผู้ประมูลอาจเสนอราคาเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสชนะการประมูล ทั้งนี้มูลค่าที่แตกต่างกันของสินค้าในการประมูลจะทำให้ราคาปิดต่างกัน (Byers, Mitzenmacher, & Zervas, 2010) Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) พบว่า มูลค่าสินค้าในการประมูลมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อราคาปิด โดยผู้ประมูลจะเสนอราคาประมูลหลายครั้งมากขึ้นเมื่อมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลสูงขึ้น เช่นเดียวกับ Gnutzmann (2014) ที่พบว่า หากมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีราคาสูงจะส่งผลให้ราคาปิดเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลสูงขึ้นร้อยละ 1 เปอร์เซนต์ส่งผลให้ราคาปิดเพิ่มขึ้นถึง 0.33 เปอร์เซนต์

ทั้งนี้ยังมีอีกสามตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลต่อราคาปิดในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม ได้แก่ (1) มูลค่าจัดส่งสินค้า (2) การจำกัดผู้ประมูล และ (3) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

มูลค่าจัดส่งสินค้า (Shipping cost) ควรจะมีผลต่อราคาปิด เนื่องจากหากมูลค่าจัดส่งสินค้าที่ผู้จัดประมูลกำหนดขึ้นมีความไม่สมเหตุสมผล หรือ มูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไป อาจทำให้ผู้ประมูลต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและเลือกไม่เข้าร่วมการประมูล ราคาปิดจึงไม่สะท้อนถึงความต้องการสินค้า ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยในอดีตที่ศึกษามูลค่าจัดส่งสินค้าต่อราคาปิดบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม แต่ผู้วิจัยพบว่ามูลค่าจัดส่งสินค้านั้นมีนัยสำคัญต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ (Hou, 2007; Przepiorka, 2013; ชัชพงศ์ ตั้งมณี และ กังวาน ปุริมาณเสวี, 2551) ดังนั้นมูลค่าจัดส่งสินค้าจึงอาจมีผลต่อราคาปิดบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

เช่นกัน ชัชพงศ์ ตังมณี และกังวาน ปุริมาณเสวี (2551) พบว่า มูลค่าจัดส่งสินค้ามีนัยสำคัญทางบวกต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ เนื่องจากการประมูลจะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสมยอมรับได้ หากมูลค่าจัดส่งสินค้าแพงหรือไม่เหมาะสมสมรรถนะการประมูลนั้นคงไม่สำเร็จ ในขณะที่ Hou (2007) ได้เปรียบเทียบตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ ระหว่างประเทศจีน และสหรัฐอเมริกา พบว่า มูลค่าจัดส่งสินค้ามีนัยสำคัญทางลบต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา แต่ไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ประเทศจีน เนื่องจากมูลค่าจัดส่งสินค้าประเทศจีน (ร้อยละ 7.94) ต่ำกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 20.7) เช่นเดียวกับ Przepiorka (2013) ได้วิเคราะห์ตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิด พบว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ที่ลดลง

การจำกัดผู้ประมูลเป็นตัวแปรที่น่าจะมีผลต่อความแตกต่างของตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิด เนื่องจากสถานการณ์ประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้เป็นการประมูลที่ประกอบด้วยผู้มีประสบการณ์ และไม่มีประสบการณ์แข่งขันเสนอราคาพร้อมกัน แต่สถานการณ์ประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล เป็นสถานการณ์ใหม่ที่มีเฉพาะผู้ไม่มีประสบการณ์การประมูลเท่านั้น Stix (2012) กล่าวว่าสถานการณ์สำหรับผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลเป็นการพยายามให้ผู้ประมูลสัมผัสถึงการชนะการประมูล เพิ่มโอกาสให้ผู้ประมูลมุ่งมั่นที่จะชนะการประมูลเพิ่มขึ้นในครั้งต่อไป และสามารถช่วยดึงดูดผู้ที่ตัดสินใจไม่กลับมาเข้าร่วมได้อีก ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ได้วิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิด ระหว่างสองสถานการณ์อย่างชัดเจน แต่สถานการณ์ทั้งสองได้ถูกกล่าวถึงในหลายงานวิจัยในอดีต (Greenwald, Sodomka, Stix, Stix, & Storch, 2013; Lien, Xu, & Zheng, 2017; Narkiewicz, 2015; Stix, 2012; Zaman, 2012) โดย Wang และ Xu (2012) พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูล และรายได้ของการประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนผู้ร่วมประมูล และรายได้ของการประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้

การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา เป็นตัวแปรสุดท้ายของวิทยานิพนธ์ที่น่าจะมีผลต่อความแตกต่างของตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิด กล่าวคือ เมื่อผู้ประมูลรับทราบว่าการประมูลสินค้าได้ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา ผู้ประมูลอาจตัดสินใจที่จะเพิ่มจำนวนครั้งการเสนอราคา รวมถึงอาจตัดสินใจอย่างอื่นที่แตกต่างจากการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา เนื่องจากผู้ประมูลรับรู้ว่าการชนะหรือแพ้การประมูลจะได้รับสิทธิการเสนอราคาส่วนหนึ่งคืน ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่การศึกษาตัวแปรสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคามาในอดีต แต่ผู้วิจัยต้องการตรวจสอบผลของสถานการณ์จึงได้รวมตัวแปรนี้ในการศึกษาด้วย

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาและวิเคราะห์ผลของตัวแปรต่อราคาปิดการประมูล ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า (6) การจำกัดผู้ประมูล และ (7) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา บนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ผลของตัวแปรอื่นได้แก่ จำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้า ต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

2. เพื่อเปรียบเทียบผลของจำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้า ต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมระหว่างสถานการณ์ที่ต่างกันในการจำกัดผู้ประมูล ได้แก่ (1) สถานการณ์ประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วม และ (2) สถานการณ์ประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลสามารถเข้าร่วม

3. เพื่อเปรียบเทียบผลของจำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้า ต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมระหว่างสถานการณ์ที่ต่างกันในการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา ได้แก่ (1) สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา และ (2) สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล

1.3 ตัวแปรสำคัญที่ศึกษา

ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent variables) มีจำนวนเจ็ดตัวแปร ได้แก่

1. จำนวนผู้ร่วมประมูล (Number of bidders) คือ จำนวนผู้ประมูลที่เข้าร่วมการเสนอราคาในการประมูลสินค้าในธุรกรรมเดียวกัน (Wang & Xu, 2016) การประมูลที่สำเร็จหนึ่งธุรกรรมจำเป็นต้องมีผู้ประมูลเข้าร่วมอย่างน้อยหนึ่งราย สามารถวัดจากจำนวนผู้ร่วมประมูลทั้งหมดเมื่อสิ้นสุดการประมูล มีหน่วยเป็นคน และมีระดับการวัดเป็นระดับอัตราส่วน (Ratio scale)

2. จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (Number of bids) คือ จำนวนครั้งของการเสนอราคาของผู้เข้าร่วมการประมูลสินค้าในธุรกรรมเดียวกัน (Caldara, 2012) ผู้ประมูลหนึ่งรายสามารถเสนอ

ราคาได้หลายครั้ง สามารถวัดจากจำนวนครั้งการเสนอราคาทั้งหมดของผู้เข้าร่วมประมูลเมื่อสิ้นสุดการประมูล มีหน่วยเป็นครั้ง และมีระดับการวัดเป็นระดับอัตราส่วน (Ratio scale)

3. ระยะเวลาของการประมูล (Time duration) คือ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มการประมูลสินค้าจนถึงเวลาสิ้นสุดการประมูลในหนึ่งธุรกรรม (Caldara, 2012) สามารถคำนวณได้จากเวลาเมื่อเริ่มมีผู้ประมูลเสนอราคาครั้งแรกของการประมูลสินค้า และเวลาสิ้นสุดของการประมูล มีหน่วยเป็นนาที และมีระดับการวัดเป็นระดับอัตราส่วน (Ratio scale)

4. มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (Product price) คือ มูลค่าสินค้าที่ผู้จัดการประมูลกำหนดให้เป็นมูลค่าของสินค้าที่ประมูลในธุรกรรมนั้น (Gnutzmann, 2014; Kim, Brünner, Skiera, & Natter, 2014; Stix, 2012) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลสามารถสังเกตได้ตั้งแต่ผู้จัดการประมูลประกาศสินค้าให้ผู้ประมูลที่สนใจเข้าร่วม มีหน่วยเป็นบาท และมีระดับการวัดเป็นระดับอัตราส่วน (Ratio scale)

5. มูลค่าจัดส่งสินค้า (Shipping cost) คือ จำนวนเงินที่ผู้จัดการประมูลเป็นผู้กำหนดไว้สำหรับการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ชนะการประมูล (Hou, 2007) มูลค่าจัดส่งสินค้าจะถูกระบุไว้บนรายละเอียดสินค้าการประมูล (Zhang, 2006) มีหน่วยเป็นบาท และมีระดับการวัดเป็นระดับอัตราส่วน (Ratio scale)

6. การจำกัดผู้ประมูล (Limit bidders) คือ สถานการณ์ที่ผู้จัดการประมูลประกาศไว้เมื่อเริ่มต้นการประมูลเพื่อให้ผู้สนใจเข้าร่วมประมูลทราบว่าสามารถเข้าร่วมประมูลได้หรือไม่ โดยจำแนกค่าของตัวแปรได้สองค่าคือ (1) สถานการณ์ประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ (Regular auction) เป็นการประมูลที่ผู้ประมูลทุกลักษณะไม่ว่าเคยชนะหรือแพ้ ผู้ประมูลเก่าหรือผู้ประมูลรายใหม่ สามารถเข้าร่วมได้ทุกราย (Wang & Xu, 2012) แทนค่าด้วย 0 และ (2) สถานการณ์ประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล (Beginner auction) เป็นการประมูลเฉพาะสำหรับผู้ประมูลรายใหม่ โดยผู้ประมูลจะไม่สามารถเข้าร่วมการประมูลที่จำกัดผู้ร่วมประมูลได้อีกหากเคยชนะการประมูลแล้วหนึ่งครั้ง (Lien, Xu, & Zheng, 2017; Narkiewicz, 2015; Zaman, 2012) แทนค่าด้วย 1

7. การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (Return bids) คือ สถานการณ์ที่ผู้จัดการประมูลประกาศไว้เมื่อเริ่มต้นการประมูลเพื่อให้ผู้สนใจเข้าร่วมประมูลทราบว่าเมื่อสิ้นสุดการประมูลผู้เข้าร่วมการประมูลทั้งผู้ชนะและผู้แพ้การประมูลสามารถที่จะได้รับสิทธิหรือจำนวนครั้งที่เสียไปในจำนวนหนึ่งคืนหรือไม่ โดยจำแนกค่าของตัวแปรได้สองค่าคือ (1) สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (Return bids) แทนค่าด้วย 0 และ (2) สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (No return bids) แทนค่าด้วย 1

ตัวแปรตาม (Dependent variable) มีหนึ่งตัวแปร คือ

ราคาปิดการประมูล (Final price) คือ ราคาสุดท้ายของสินค้าที่ผู้ชนะการประมูลเป็นผู้เสนอราคาเมื่อการประมูลสิ้นสุดลง (Stix, 2012) ค่าที่เป็นไปได้เริ่มต้นที่ 0.25 บาท ที่เกิดขึ้นเมื่อมีผู้เสนอราคาประมูลสินค้าเพียงคนเดียว มีหน่วยเป็นบาท และมีระดับการวัดเป็นระดับอัตราส่วน (Ratio scale) โดยที่รายได้เจ้าของเว็บไซต์เป็นตัวแปรที่ขึ้นกับราคาปิดการประมูล กล่าวคือ รายได้เจ้าของเว็บไซต์ (Auctioneer income) เป็นฟังก์ชันของราคาปิด ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการสืบเสาะ (Explore) ตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์นี้ด้วย

1.4 ศัพท์สำคัญที่เกี่ยวข้อง

การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม (Pay to bid auction) คือ รูปแบบการประมูลออนไลน์ มีผู้จัดการประมูล (Auctioneer) เพียงผู้เดียวในที่นี้ คือ เจ้าของเว็บไซต์ (Reiner, Natter & Skiera, 2014) ผู้ประมูลที่สนใจเข้าร่วมการประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมต้องชำระเงินที่ไม่สามารถขอคืนได้ (Non-refundable fee) ก่อนเข้าร่วมการประมูล เพื่อใช้ซื้อจำนวนครั้งการเสนอราคา (สิทธิ) สำหรับการเสนอราคาแต่ละครั้งในสินค้าที่ผู้ประมูลสนใจเข้าร่วม (Kesavan & Ning, 2014; Zaman, 2012)

ในแต่ละครั้งที่มีการเสนอราคา ราคาสินค้าที่ประมูล และเวลาในการประมูลจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนคงที่ โดยผู้ชนะการประมูล คือ ผู้เสนอราคาคนสุดท้าย และผู้ชนะต้องจ่ายเงินจำนวนเท่ากับราคาปิดสำหรับซื้อสินค้า โดยค่าธรรมเนียม จำนวนเงิน และระยะเวลาที่จะเพิ่มขึ้น จะเปลี่ยนแปลงตามแต่เจ้าของเว็บไซต์แต่ละรายเป็นผู้กำหนด นอกจากนี้การประมูลรูปแบบมีค่าธรรมเนียมยังมีชื่อเรียกอื่นๆ เช่น การประมูลออนไลน์แบบ Penny auction เป็นต้น

ธุรกรรมการประมูลสินค้าหนึ่งธุรกรรมจะเริ่มต้นเมื่อเจ้าของเว็บไซต์ประกาศการประมูลสินค้าบนเว็บไซต์ ในวิทยานิพนธ์นี้ทุกธุรกรรมการประมูลจะเริ่มต้นที่ราคา 0 บาท และมีระยะเวลาจำกัดไว้ ผู้ประมูลที่สนใจเข้าร่วมประมูลสามารถเสนอราคาได้จนกว่าระยะเวลาการประมูลจะสิ้นสุด การเสนอราคาแต่ละครั้งจะเพิ่มระยะเวลาการประมูลเป็นจำนวนคงที่ เช่น เพิ่มระยะเวลา 10 วินาที และเพิ่มราคาสินค้าเป็นจำนวนคงที่ เช่น 0.25 บาท ธุรกรรมการประมูลจะสิ้นสุดเมื่อหมดระยะเวลาการประมูล ผู้ชนะการประมูลคือผู้ประมูลที่เสนอราคาคนสุดท้าย (Platt, Price, & Tappen, 2010)

1.5 ระเบียบวิธีวิจัยเบื้องต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยในอดีตและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดของวิทยานิพนธ์อันประกอบด้วยตัวแปรหลักจำนวนเจ็ดตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคา

ประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า (6) การจำกัดผู้ประมูล และ (7) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

2. พัฒนาโปรแกรมด้วยภาษาไพธอน (Python) เพื่อเก็บข้อมูลจากข้อมูลที่แสดงบนเว็บไซต์ การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ในส่วนของประกาศการประมูลสินค้า เริ่มจากการออกแบบโปรแกรม ให้สามารถบันทึกข้อมูลตัวแปรที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยจากธุรกรรมการประมูลได้ครบตามที่ต้องการ แล้วจึงทดลองการบันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมที่เขียนขึ้นมา

3. พิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภทสินค้าที่จะเก็บข้อมูลสินค้าจากสิบอันดับประเภท สินค้าหรือบริการที่มีการซื้อขายทางออนไลน์มากที่สุดจากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ประจำปี พ.ศ. 2560

4. ดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5. วิเคราะห์ผลของตัวแปรต่อราคาปิดห้าตัวแปร ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (Number of bidders) (2) จำนวนการเสนอราคาประมูล (Number of bids) (3) ระยะเวลาของการประมูล (Time duration) (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (Product price) และ (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า (Shipping cost) ที่มีผลต่อราคาปิด

6. วิเคราะห์และเปรียบเทียบผลของตัวแปรทั้งห้าตัวที่กล่าวไว้ข้างต้นต่อราคาปิด ระหว่างสองสถานการณ์ที่ต่างกันในตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล (Limit bidders) และตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (Return bids)

7. สืบเสาะ (Explore) ผลของตัวแปรต้นต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ด้วยการวิเคราะห์ลักษณะเดียวกันกับการวิเคราะห์ผลของตัวแปรต่อราคาปิดการประมูล

8. นำเสนอผลสรุป อภิปรายผลที่ค้นพบในการวิจัยชิ้นนี้ และเสนอข้อแนะนำต่องานวิจัยในอนาคต

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะบนเว็บไซต์ bidryder.com ที่เป็นเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมในบริบทของประเทศไทย โดยเลือกเก็บข้อมูลธุรกรรมการประมูลสินค้าจำนวนสองประเภท ได้แก่ ที่วี และกระเป่า (เหตุผลของการเลือกเว็บไซต์และประเภทสินค้าผู้วิจัยได้แสดงในบทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย) เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล (Final price) โดยพิจารณาเจ็ดตัวแปร ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (Number of bidders) (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (Number of bids) (3) ระยะเวลาของการประมูล (Time duration) (4)

มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (Product price) (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า (Shipping cost) (6) การจำกัดผู้ประมูล (Limit bidders) ที่แบ่งออกเป็นสองสถานการณ์ และ (7) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (Return bids) ที่แบ่งออกเป็นสองสถานการณ์ โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีเขียนโปรแกรมสกัดข้อมูลธุรกรรมการประมูลที่แสดงบนเว็บไซต์ประมูล ผู้วิจัยยังไม่พบการศึกษาตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล (Limit bidders) และตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (Return bids) ที่ตัวแปรประกอบด้วยอย่างละสองสถานการณ์ ผู้วิจัยจึงเลือกวิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสองสถานการณ์ของตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาเท่านั้น ไม่ได้ดูปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างสองตัวแปร

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

1.7.1 ประโยชน์ทางทฤษฎี (Theoretical Contribution)

1. เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ทางการศึกษาเกี่ยวกับการประมูลออนไลน์เพื่อนำไปพัฒนาต่อไป
2. เพื่อทราบตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อราคาปิดในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม
3. เปรียบเทียบผลของงานวิจัยในอดีตและงานวิจัยฉบับนี้ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร หากมีความแตกต่างกัน แตกต่างกันเพราะเหตุผลใด

1.7.2 ประโยชน์ทางปฏิบัติ (Practical Contribution)

1. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ให้ประมูลใช้พิจารณาตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ให้ประมูลในการพิจารณากำหนดสถานการณ์ที่เหมาะสมต่อสินค้าที่นำประมูลบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

บทที่ 2

วรรณกรรมปริทัศน์

เนื้อหาในบทนี้เป็นการกล่าวถึงวรรณกรรมในอดีต (Literature review) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเล่มนี้ เพื่อชี้ให้เห็นถึงการศึกษาที่เกี่ยวกับการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม การนำเสนอประกอบด้วย (1) การประมูลออนไลน์ (2) ตัวแปรที่มีผลกับราคาปิดการประมูล และ (3) บทสรุปบททวนวรรณกรรมและข้อจำกัดของการศึกษาที่ผ่านมา เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของงานวิจัยนี้

2.1 การประมูลออนไลน์

การประมูลเป็นวิธีซื้อขายที่ผู้ขายหรือผู้ซื้อไม่ทราบว่ารราคาของสินค้าขึ้นนั้นๆ ควรมีค่าเท่าใด จึงเลือกใช้การประมูลเข้ามาช่วยในการกำหนดราคาสินค้า นอกจากนี้การประมูลยังเป็นวิธีที่ยืดหยุ่นมากกว่าการกำหนดราคาสินค้าแบบคงที่ อีกทั้งยังใช้เวลาในการซื้อขายน้อยกว่าการเจรจาต่อรองราคาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในกรณีที่มีผู้ต้องการสินค้าหลายราย (ภาณุ พุกษัทยานนท์, 2550)

2.1.1 รูปแบบของการประมูลที่นิยม

การประมูลสินค้าหนึ่งชิ้นสามารถจำแนกได้เป็นหลายรูปแบบ โดยรูปแบบของการประมูลที่นิยมใช้ทั่วไปมีทั้งหมดสี่รูปแบบดังต่อไปนี้ (Beam & Segev, 1998; Easley & Kleinberg, 2010; Klemperer, 1999; Leung & Knottenbelt, 2011; K. Wang, Wang, & Tai, 2002)

1. การประมูลแบบ Ascending-bid auction หรือ English auction

เป็นรูปแบบการประมูลเปิดที่เก่าแก่ และแพร่หลายมากที่สุด ส่วนใหญ่ผู้จัดประมูลจะประกาศราคาเริ่มต้นในการเปิดประมูลเพื่อขายสินค้าค่อนข้างต่ำ ผู้ประมูลที่สนใจในสินค้าจะแข่งขันด้วยการเสนอราคาที่ตนพอใจที่จะจ่าย เพื่อแย่งชิงสิทธิการซื้อสินค้า ราคาเสนอจะมีการยกหรือเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในระหว่างดำเนินการประมูล ผู้ประมูลสามารถทราบถึงการเสนอราคาของผู้ประมูลรายอื่นได้โดยทั่วกัน การประมูลจะสิ้นสุดลงเมื่อเหลือผู้ประมูลเพียงรายเดียวโดยไม่มีผู้ประมูลรายอื่นเสนอราคาต่อ ผู้เสนอราคาสูงที่สุดจะเป็นผู้ชนะและสามารถซื้อสินค้าในราคาสุดท้ายที่เสนอ ข้อดีของการประมูลรูปแบบนี้ คือ ผู้ขายสามารถตั้งราคาขั้นต่ำ (Reserve price) หากราคาปิดประมูลไม่ถึงราคาที่ตั้งไว้ ผู้จัดประมูลสามารถยกเลิกการประมูลได้ ในขณะที่ผู้ประมูลสามารถเสนอราคาตามข้อมูลใหม่ได้จนกว่าเวลาจะหมด กระบวนการประมูลเป็นไปอย่างเปิดเผย และข้อเสีย คือ ผู้ประมูล

มักพบปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์ส (Winner's Curse) ที่ผู้ประมูลซื้อสินค้าในราคาสูงกว่ามูลค่าจริงของสินค้า และการเกิดการแย่งชิงการเสนอราคาช่วงวินาทีสุดท้าย (Sniping) ก่อนหมดเวลาประมูล

2 การประมูลแบบ Descending-bid auction หรือ Dutch auction

เป็นการประมูลรูปแบบเปิดที่จะดำเนินการในทางตรงกันข้ามกับการประมูลรูปแบบ English auction กล่าวคือ การประมูลจะเริ่มต้นด้วยราคาที่ค่อนข้างสูง โดยผู้ประมูลไม่สนใจซื้อสินค้าในราคานี้ จากนั้นผู้จัดประมูลจะประกาศลดราคาลงเรื่อยๆ โดยผู้ประมูลรายแรกที่เสนอราคาจะเป็นผู้ชนะการประมูล และสามารถซื้อสินค้าในราคานี้ได้ ข้อดีของการประมูลรูปแบบนี้ คือ การประมูลแต่ละรอบจะรวดเร็วไม่จำเป็นต้องรอเวลาปิด ผู้จัดประมูลได้ผลประโยชน์อย่างเต็มที่จากการเปิดประมูล และราคาที่ลดลงทำให้ผู้ประมูลสามารถเสนอราคาทันทีเมื่อถึงราคาที่ตนต้องการเสนอ ข้อเสีย คือ มีการเสนอราคาเพียงครั้งเดียวเท่านั้น ดังนั้นผู้ประมูลจำเป็นต้องเสนอราคาสูงสุดของตนเอง เพราะกังวลว่าสินค้าจะตกเป็นของผู้ประมูลรายอื่น ดังนั้นปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สจึงพบได้มากกว่ารูปแบบ English auction

3 การประมูลแบบ First-price sealed-bid auction

การประมูลรูปแบบนี้ผู้ประมูลทุกรายจะยื่นเสนอราคาพร้อมกันเพียงครั้งเดียว โดยเป็นการประมูลแบบปิดผนึก (Sealed bid) ที่ผู้ประมูลแต่ละรายจะไม่ทราบว่าผู้ประมูลรายอื่นๆเสนอราคาเท่าใด ผู้จัดการประมูลจะเป็นผู้เปิดผนึกตรวจสอบราคา และประกาศเพียงราคาที่ถูกลงเสนอสูงสุดให้ผู้ประมูลทุกรายทราบพร้อมกัน โดยผู้ประมูลที่เสนอราคาสูงสุดจะเป็นผู้ชนะ และซื้อสินค้าในราคานี้ได้ ส่วนใหญ่มักใช้กับการประมูลเพื่อการจ้างงานก่อสร้างหรือการจัดซื้อสินค้า-พัสดุนานาชาติ ในทางเศรษฐศาสตร์สันนิษฐานว่า ผู้ที่เสนอราคาสูงสุดที่สุด คือ ผู้ที่ต้องการสินค้ามากที่สุด การยื่นเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวนั้น ทำให้การรู้ข้อมูลการประเมินมูลค่าของผู้ประมูลรายอื่นมีความสำคัญอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าเป็นข้อดีของการประมูลรูปแบบนี้ ถูกสร้างขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประมูลเสนอราคาใกล้เคียงกับมูลค่าที่ตนประเมินตามจริงมากที่สุด เนื่องจากมีโอกาสเพียงครั้งเดียว หากผู้ประมูลมีความไม่แน่ใจหรือเสนอราคาสูงเกินไป สามารถถอนการเสนอราคาได้ก่อนเวลาปิดประมูล ข้อเสียที่มักพบในการประมูลรูปแบบนี้ คือ เกิดการรวมกลุ่มกันเพื่อตกลงราคาทีแต่ละคนจะเสนอ ทำให้สามารถชนะการประมูลได้ในราคาต่ำ หลังจากนั้นจึงนำสินค้าไปขายต่อในราคาตลาด สูงกว่าราคาที่ประมูลมา และนำผลกำไรมาแบ่งกันภายหลัง หรือ การสมรู้ร่วมคิดกับผู้จัดประมูล เนื่องจากการประมูลจะประกาศเฉพาะราคาถูกเสนอมาสูงสุดเท่านั้น

4 การประมูลแบบ Second-price sealed-bid auction หรือ Vickrey auction

การประมูลรูปแบบนี้จะคล้ายกับการประมูลรูปแบบ First-price sealed-bid auction กล่าวคือ การประมูลรูปแบบนี้ผู้ประมูลทุกรายจะยื่นการเสนอราคาพร้อมกันครั้งเดียว โดยเป็นการประมูลแบบปิดผนึก ผู้จัดการประมูลจะเป็นผู้เปิดผนึกตรวจสอบราคา และประกาศให้ผู้ประมูลทุก

รายทราบพร้อมกัน ผู้ประมูลที่เสนอราคาสูงที่สุดจะเป็นผู้ชนะ แต่ซื้อสินค้าในราคาเสนออันดับที่สอง แทนราคาเสนอของตนเอง ข้อดีของการประมูลรูปแบบนี้ คือ การใช้แนวคิดด้านจิตวิทยาที่ทำให้ผู้ประมูลเสนอราคาสูงที่สุด เพราะไม่ได้รับผลกระทบจากราคาที่ตนเองเสนอ กล่าวคือ หากชนะการประมูลก็จ่ายเพียงแค่ราคาที่ถูกเสนอสูงที่สุดเป็นลำดับที่สองเท่านั้น หากผู้ประมูลทุกรายเข้าใจแนวคิดนี้ ผู้ประมูลจะเสนอราคาสูงที่สุดตามมูลค่าที่ตนประเมินโดยไม่บิดเบือน เพราะผู้ชนะการประมูลจะจ่ายเงินน้อยกว่าราคาสูงที่สุดที่ได้เสนอไปอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องพิจารณาหรือสนใจการประเมินมูลค่าของผู้ประมูลรายอื่นว่าจะเสนอราคาเท่าใด แต่อย่างไรก็ตามการประมูลรูปแบบนี้ยังคงมีจุดอ่อนที่ทำให้ไม่เป็นที่นิยม คือ การซื้อสินค้าในราคาเสนออันดับสอง ทำให้เกิดช่องโหว่ที่ผู้ประมูลสามารถใช้หาผลประโยชน์ได้ รวมทั้งเสี่ยงต่อการสมรู้ร่วมคิดระหว่างผู้ประมูล เพื่อให้สามารถชนะการประมูลในราคาที่ต่ำ ส่งผลให้รายได้ของผู้จัดประมูลต่ำหรืออาจเท่ากับศูนย์ได้ งานของ Ausubel และ Milgrom (2006) ได้เสนอตัวอย่างการประมูลรูปแบบนี้ คือ สมมติให้มีการประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่สองใบให้กับผู้เสนอราคาสามราย ผู้ประมูลรายที่หนึ่งต้องการซื้อใบอนุญาตพร้อมกันสองใบ โดยยินดีที่จะจ่ายสองพันล้านเหรียญเท่านั้น ในขณะที่ผู้ประมูลรายที่สองและสามยินดีที่จะซื้อใบอนุญาตในราคาใบละสองพันล้านเหรียญ กลไกของการประมูลรูปแบบนี้จะทำให้ผู้ประมูลรายที่สองและสามเป็นผู้ชนะพร้อมจ่ายเงินราคาเสนออันดับที่สอง ในที่นี้คือ ศูนย์เหรียญ เนื่องจากผู้ประมูลรายที่หนึ่งไม่ได้เสนอราคาของใบอนุญาตในแต่ละใบไว้ ทำให้รายได้ของผู้จัดประมูลเท่ากับศูนย์เหรียญทั้งสองใบอนุญาต จุดอ่อนนี้จึงทำให้การประมูลรูปแบบนี้มักได้รับความสนใจในทางทฤษฎีมากกว่าการนำไปใช้จริง

การประมูลออนไลน์ (Electronic auction : e-Auction) เป็นหนึ่งประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce : e-Commerce) ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับลักษณะของธุรกิจ การประมูลออนไลน์เป็นการประมูลที่จัดขึ้นเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าการประมูลออนไลน์ยังคงใช้รูปแบบการประมูลที่นิยมตามที่น่าเสนอไว้ข้างต้น แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนบ้าง (Beam & Segev, 1998) โดยการนำองค์ประกอบของแต่ละรูปแบบมาประกอบหรือปรับปรุงเข้าด้วยกัน โดยขอบเขตและการเข้าร่วมการประมูลเหล่านี้ได้รับการผลักดันจากอินเทอร์เน็ตมาอยู่ในระดับที่เกินกว่าการคาดการณ์ไว้ เนื่องจากการประมูลออนไลน์ไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพของการประมูลแบบดั้งเดิม (Bapna, Goes, & Gupta, 2001) ตัวอย่างเช่น การประมูลรูปแบบ Ascending-bid auction ที่การสิ้นสุดการประมูลจะเปลี่ยนจากสิ้นสุดเมื่อเหลือผู้ประมูลเพียงรายเดียวไม่มีผู้ประมูลรายอื่นเสนอราคาต่อเป็นสิ้นสุดโดยขึ้นอยู่กับเวลาแทน กล่าวคือ ผู้จัดประมูลจะกำหนดเวลาสิ้นสุดการประมูล เช่น ห้าวัน หรือ หนึ่งสัปดาห์ ผู้ประมูลสามารถเสนอราคา

หรือปรับเปลี่ยนได้เรื่อยๆ จนกว่าจะถึงเวลาที่กำหนดไว้ แต่หากเมื่อถึงเวลาที่กำหนดการประมูลจะสิ้นสุดโดยไม่ค่านึงว่ามีผู้ประมูลรายใดต้องการเสนอราคาต่อไปหรือไม่

นอกจากรูปแบบการประมูลที่นิยมทั้งสี่รูปแบบข้างต้นแล้ว ยังมีรูปแบบการประมูลแบบอื่นๆ ที่ถูกนำมาใช้บนการประมูลออนไลน์ เช่น การประมูลรูปแบบ Reverse auction, การประมูลรูปแบบ Double auction และการประมูลแบบ All-pay auction ในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ผู้วิจัยจะขอกล่าวเพียงการประมูลแบบ All-pay auction เท่านั้น

การประมูลแบบ All-pay auction เป็นรูปแบบการประมูลที่ผู้เข้าร่วมการประมูลทั้งหมดทุกรายต้องเสียเงินในการเสนอราคาไม่ว่าจะเป็นผู้ชนะหรือผู้แพ้ก็ตาม โดยผู้ประมูลจะต้องชำระค่าใช้จ่ายตามจำนวนเงินที่ต้องการเสนอทุกครั้ง (ตัวอย่างเช่น นาย ก. ต้องการเสนอราคา 50 บาทเพื่อประมูลสินค้า นาย ก. จำเป็นต้องเสียเงิน 50 บาทในการเสนอราคานั้น หรือ นาย ข. ต้องการเสนอราคา 100 บาท ต่อจากนาย ก. นาย ข จำเป็นต้องเสียเงินในการเสนอราคาเช่นกัน) ราคาสินค้าจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนที่ผู้ประมูลเสนอ และผู้ประมูลทุกรายที่เข้าร่วมการประมูลจำเป็นต้องเสนอราคาทุกรอบ การประมูล หากไม่เสนอราคาจะถือว่ายอมแพ้และไม่สามารถกลับเข้าร่วมการประมูลได้อีก ผู้ที่ได้สินค้ายังคงเป็นผู้เสนอราคาสูงสุดเช่นเดียวกับรูปแบบมาตรฐานของการประมูลทั้งสี่ (Easley & Kleinberg, 2010; Zheng, Yong Goh, & Huang, 2011) ผู้ชนะประมูลจะได้รับผลประโยชน์เท่ากับจำนวนเงินที่ผู้แพ้เสียรวมกัน ในขณะที่ผู้แพ้จะไม่ได้รับอะไรเลย (Reiner, Natter, & Skiera, 2014) ส่วนใหญ่มักพบการประมูลรูปแบบนี้ในการลงทุนทางด้านการวิจัยและพัฒนา (Research & Development: R&D) และการการล็อบบี้ทางการเมือง (Political lobbying)

2.1.2 รูปแบบของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

รูปแบบการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม (Pay to bid auction หรือชื่อเรียกว่าอื่นๆ เช่น การประมูลออนไลน์แบบ Penny auction การประมูลออนไลน์แบบ Bidding fee auction หรือ การประมูลออนไลน์แบบ Pay per bid auction) เป็นรูปแบบการประมูลที่พัฒนาจากการประมูลรูปแบบ All-pay auction (Kakhbod, 2013; Li, Guo, & Tso, 2016; Stix, 2012; Zaman, 2012) การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมต่างจากการประมูลแบบ All-pay auction ในประเด็นต่อไปนี้ (1) ผู้ประมูลจำเป็นต้องเสียเงินก่อนเข้าร่วมการประมูลเป็นค่าธรรมเนียมที่ไม่สามารถขอคืนได้ (Non-refundable fee) เพื่อใช้ซื้อจำนวนครั้งการเสนอราคา (สิทธิ) สำหรับการเสนอราคาแต่ละครั้งในสินค้าที่ผู้ประมูลสนใจเข้าร่วม (Kesavan & Ning, 2014; Zaman, 2012) ในขณะที่การประมูลแบบ All-pay auction ผู้ประมูลต้องเสียค่าธรรมเนียมตามราคาที่ต้องการเสนอ (2) ผู้ชนะการประมูลมีโอกาสเสียเงินน้อยกว่าผู้แพ้เนื่องจากผู้ประมูลไม่จำเป็นต้องเสนอราคาในทุกๆรอบการประมูล ในขณะที่การประมูลแบบ All-pay auction ผู้ประมูลต้องเสนอราคาสินค้าทุกรอบหากไม่

เสนอราคาจะถือว่ายอมแพ้ และ (3) ในแต่ละครั้งของการเสนอราคา ราคาสินค้าที่ประมูล และเวลาของการประมูลจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนคงที่โดยค่าธรรมเนียม จำนวนเงิน และระยะเวลาที่เพิ่มขึ้น จะเปลี่ยนแปลงตามแต่เจ้าของเว็บไซต์แต่ละรายเป็นผู้กำหนด ในขณะที่การประมูลแบบ All-pay auction ราคาสินค้าที่ประมูลจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนที่ผู้ประมูลเสนอ ส่วนที่เหมือนกันของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมและการประมูลแบบ All-pay auction คือ ผู้ชนะการประมูลคือผู้เสนอราคาคนสุดท้าย และผู้ชนะต้องจ่ายเงินจำนวนเท่ากับราคาปิดสำหรับซื้อสินค้า ในขณะที่ผู้แพ้จะต้องเสียเงินตามจำนวนที่ได้เสนอราคาไป (Reiner, Natter, & Skiera, 2014)

การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมปรากฏให้เห็นครั้งแรกที่เยอรมันปี ค.ศ. 2005 โดยเว็บไซต์ชื่อ www.swoopo.com และเริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา ธุรกิจการประมูลสินค้าหนึ่งธุรกิจของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมจะเริ่มต้นเมื่อเจ้าของเว็บไซต์ประกาศการประมูลสินค้าบนเว็บไซต์ ทุกธุรกิจการประมูลจะเริ่มต้นที่ราคา 0 บาท และมีระยะเวลาของการประมูลกำกับไว้ ผู้ประมูลที่สนใจเข้าร่วมประมูลสามารถเสนอราคาได้จนกว่าระยะเวลาการประมูลจะสิ้นสุด การเสนอราคาแต่ละครั้งจะเพิ่มระยะเวลาการประมูลเป็นจำนวนคงที่ เช่น เพิ่มระยะเวลา 10 วินาที และเพิ่มราคาสินค้าเป็นจำนวนคงที่ เช่น 0.25 บาท ธุรกิจการประมูลจะสิ้นสุดเมื่อไม่มีการเสนอราคาเพิ่มและหมดระยะเวลาการประมูล ผู้ชนะการประมูลจะจ่ายเงินในราคาปิดสุดท้ายเพื่อซื้อสินค้า (Platt, Price, & Tappen, 2010; Zaman, 2012) การเพิ่มระยะเวลาจากการเสนอราคาเปิดโอกาสให้ผู้ประมูลรายอื่นสามารถเสนอราคาได้ ทำให้เหตุการณ์ที่มักพบในการประมูลออนไลน์ทั่วไป เช่น การแย่งชิงการเสนอราคาช่วงวินาทีสุดท้าย (Sniping) ก่อนหมดเวลา (Markou, 2014)

เว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมมักมีรายละเอียดเหมือนกับเว็บไซต์การประมูลแบบอื่นๆ โดยมีการแสดงข้อมูลเพื่อระบุว่าเป็นการประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ตัวอย่างของการแสดงข้อมูลจะเป็นภาพโฆษณา (Banner) ที่เชิญชวนผู้ประมูลว่าสามารถช่วยให้ผู้บริโภคสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ถึงร้อยละ 90 หรือมากกว่านั้นของราคาขายปลีก ดังรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 ภาพโฆษณาเชิญชวนของเว็บไซต์ bidryder.com

หน้าเว็บไซต์หลักของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมจะแสดงสินค้าที่ใกล้จะหมดเวลา หรือกำลังมีการแข่งขันเสนอราคาประมูลอยู่ มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าแต่ละชิ้นประกอบด้วย (1) รูปภาพ (2) ชื่อสินค้า (3) ระยะเวลาที่เหลือ (4) ผู้ชนะการประมูล ณ เวลาปัจจุบัน และ (5) มูลค่าของสินค้า ดังรูปที่ 2.2 โดยในรูปที่ 2.2 การประมูลคอมพิวเตอร์ด้านขวาสุดจะเหลือเวลา 00.07 นาที สำหรับการประมูลโดยราคาปัจจุบัน คือ 2,432.25 บาท

สินค้า	ราคาประมูลปัจจุบัน	มูลค่าของสินค้า
prada saffiano city calf paracigme	฿ 32.25	฿ 92,900.00
Apple MacBook Pro 15.4 5G	฿ 132.25	฿ 100,900.00
Apple iPhone 8 Plus 64GB - Gold เครื่องศูนย์ไทย	฿ 232.25	฿ 29,000.00
MSI GS65 8RE 093TH Stealth Thin	฿ 2,432.25	฿ 72,900.00

รูปที่ 2.2 ภาพการแสดงผลสินค้าที่ใกล้จะหมดเวลาของเว็บไซต์ bidryder.com

รูปที่ 2.3 เป็นหน้าประกาศการประมูลของสินค้าหนึ่งชิ้น ประกอบด้วยรายละเอียดต่อไปนี้ (1) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (ในรูปคือ 92,900 บาท) (2) ค่าขนส่งสินค้า (ในรูปคือ 150 บาท) (3) ระยะเวลาที่เหลือของการประมูล (ในรูปคือตำแหน่ง A) (4) รายละเอียดสินค้า (ในรูปคือตำแหน่ง B) และ (5) รูปภาพของสินค้า (ในรูปคือตำแหน่ง C) โดยในระหว่างการประมูล ผู้ประมูลสามารถทราบข้อมูลเพิ่มเติมได้แก่ (ก) ราคาประมูล ณ เวลาปัจจุบัน (ในรูปคือ 35.50 บาท) (ข) ผู้เสนอราคาประมูล ณ เวลาปัจจุบัน (ในรูปคือตำแหน่ง D) (ค) ประวัติการเสนอราคาก่อนหน้านั้นที่การนำเสนอแบบ Real time (ในรูปคือตำแหน่ง E)

สินค้ามูลค่า 92,900.00

฿ 35.50

OhmPeang

00:00:07

BID NOW

หรือซื้อทันที

เวลา	ผู้ประมูล	ประเภท
20:21:04	OhmPeang	Auto Bid
20:20:55	liberate	Auto Bid
20:20:46	OhmPeang	Auto Bid
20:20:37	liberate	Auto Bid
20:20:28	OhmPeang	Auto Bid
20:20:19	liberate	Auto Bid

หรือซื้อทันที

Bid ที่ใช้ไป	Bid ที่ใช้ไป
0 Bid	฿ 0

ซื้อเลย! จ่ายเพียง

฿ 0

BUY NOW

คุณสามารถซื้อสินค้าได้ระหว่างการประมูล หรือปิดประมูลไปแล้ว 1 วัน

B รายละเอียดสินค้า

Prada Paradigme Saffiano and calf leather bag
 Double leather handle
 Detachable leather shoulder strap
 Gold-plated hardware
 Metal lettering logo
 Snap closure on sides
 Two outside pockets with zipper closure
 Two inside pockets, including one with zipper closure
 Prada logo lining

รูปที่ 2.3 ภาพประกาศการประมูลสินค้าของเว็บไซต์ bidder.com

ถึงแม้การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมที่ผู้บริโภคมองต้องเสียค่าธรรมเนียมในการประมูล เมื่อแพ้การประมูลจะไม่ได้รับค่าธรรมเนียมคืน (Kim, Brünner, Skiera, & Natter, 2014) แต่กระนั้น กระบวนการประมูลแบบนี้สามารถช่วยให้ผู้ประมูลประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก ทำให้รูปแบบการประมูลนี้เป็นที่น่าสนใจและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคออนไลน์จำนวนมาก (Gonçalves & Fonseca, 2016; Ma, Kim, & Goh, 2014) สมมติให้มีการประมูล โทรศัพท์มือถือ ที่มีมูลค่าราคา 40,500 บาท นาย ก. เป็นผู้ชนะการประมูลที่ราคา 5,000 บาท โดย นาย ก. ได้ใช้สิทธิการเสนอราคาไปทั้งหมด 2,000 ครั้ง แต่แต่ละครั้งมีค่าธรรมเนียมเท่ากับ 3 บาท นาย ก. ใช้เงินทั้งหมดในการประมูลสินค้าเท่ากับ ราคาปิดการประมูลบวกค่าธรรมเนียมที่ใช้ซื้อสิทธิทั้งหมด คือ $5,000 + (2,000 \times 3)$ เท่ากับ 11,000 บาท จะเห็นว่า นาย ก. สามารถประหยัดเงินในการซื้อโทรศัพท์มือถือได้เกือบร้อยละ 73 ของราคา

ขายปลีกของสินค้า ในขณะที่ผู้จัดการประมูล (Auctioneer) หรือเจ้าของเว็บไซต์สามารถหารายได้จากสองวิธี คือ จำนวนเงินจากราคาปิดการประมูล และจำนวนเงินจากการซื้อสิทธิการเสนอราคา รายได้เจ้าของเว็บไซต์ครั้งนี้จะเท่ากับจำนวนเงินที่ได้จากราคาปิดการประมูลรวมกับจำนวนเงินที่ได้จากการซื้อสิทธิการเสนอราคาของผู้ประมูลและหักด้วยมูลค่าสินค้าของโทรศัพท์มือถือ ในที่นี้เกิดการเสนอราคาทั้งหมด 20,000 ครั้ง (สามารถคำนวณจากการนำราคาปิดการประมูลหารด้วยราคาที่เพิ่มขึ้นแต่ละครั้งคือ 0.25 บาทได้เช่นกัน) ดังนั้นในการประมูลโทรศัพท์มือถือครั้งนี้ รายได้เจ้าของเว็บไซต์จึงเท่ากับ $(5,000 + (20,000 \times 3) - 40,500)$ เท่ากับ 24,500 บาท นั้นหมายความว่าเจ้าของเว็บไซต์จะได้กำไรเกือบร้อยละ 60 ของราคาขายปลีกของสินค้าจากการประมูลนี้

สินค้าที่ถูกนำมาจัดประมูลบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมจะเป็นสินค้าใหม่ที่เจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้จัดหา แตกต่างจากเว็บไซต์การประมูลรูปแบบอื่นที่สามารถให้ผู้จัดประมูลนำสินค้าใหม่หรือสินค้ามือสองมาประกาศขายได้ การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมมีสินค้าหลากหลายประเภทคล้ายๆกับการประมูลรูปแบบอื่นๆ เช่น กระเป๋า เครื่องแต่งกาย น้ำหอม อุปกรณ์ไอที วิดีโอเกม เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ตัวเครื่องบินและที่พับ ไปจนถึงทองคำแท่ง (Byers, Mitzenmacher, & Zervas, 2010; Konkel, 2012)

อย่างไรก็ตามจากการสังเกตพบว่ามีสินค้าประเภท คูปองสิทธิการเสนอราคา (Voucher bids) ที่นำเสนอในการประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมที่แตกต่างจากการประมูลแบบอื่นๆ คูปองแลกสิทธิการเสนอราคาเป็นสินค้าพิเศษสำหรับเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมที่เจ้าของเว็บไซต์นำสิทธิการเสนอราคาที่พักติผู้ประมูลต้องเสียเงินซื้อจัดประมูลแทน คูปองแลกสิทธิการเสนอราคาจะถูกนำมาจัดประมูลในหลากหลายขนาด เช่น สิทธิการเสนอราคา 10 ครั้ง โดยสินค้าประเภทนี้สามารถทำให้ผู้ประมูลที่ไม่ต้องการเสียเงินในการซื้อสิทธิการเสนอราคาสามารถประมูลคูปองสิทธิการเสนอราคาได้ ทั้งนี้การประมูลคูปองแลกสิทธิการเสนอราคาจะแตกต่างจากการประมูลสินค้าทั่วไป กล่าวคือ ผู้ชนะการประมูลไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินซื้อสินค้าเมื่อจบการประมูล แต่เสียแค่สิทธิการเสนอราคาสำหรับร่วมการประมูลเท่านั้น (Greenwald, Sodomka, Stix, Stix, & Storch, 2013; Konkel, 2012; Stix, 2012)

2.1.3 ความแตกต่างระหว่างการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมและการประมูลออนไลน์ทั่วไป

ผู้วิจัยนำการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมมาเปรียบเทียบกับประมูลออนไลน์ทั่วไป เช่นการประมูลแบบ English auction ในประเด็นต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมได้ดียิ่งขึ้น หากเว็บไซต์การประมูลแบบ English auction เป็นเว็บไซต์

ตัวกลางในการเสนอซื้อ และเสนอขายสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับผู้บริโภคออนไลน์ที่ต้องการได้สินค้าในราคาที่ตนเองพอใจ

ข้อแตกต่างระหว่างการประมูลทั้งสองรูปแบบมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (Byers, Mitzenmacher, & Zervas, 2010; Konkel, 2012; Lai, Hsu, & Tu, 2014; Markou, 2014; Reiner, Natter, & Skiera, 2014; Zheng, Yong Goh, & Huang, 2011)

1. เว็บไซต์การประมูลแบบ English auction ผู้บริโภคสามารถเป็นได้ทั้งผู้จัดประมูลและผู้ประมูล ในขณะที่เว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมเจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้จัดประมูลแต่เพียงผู้เดียว และมีผู้บริโภคเป็นผู้ประมูล

2. เว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมจะมีราคาเริ่มต้น (Initial price) เท่ากับศูนย์ แต่เว็บไซต์การประมูลแบบ English auction ผู้จัดประมูลสามารถกำหนดราคาเริ่มต้นสินค้าได้ด้วยตนเอง

3. การเสนอราคาบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมแต่ละครั้งราคาสินค้าจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนคงที่ทุกครั้ง ผู้ประมูลต้องเสนอราคาเรื่อยๆ แต่เว็บไซต์การประมูลแบบ English auction ผู้ประมูลสามารถเลือกจำนวนเงินที่ต้องการเสนอได้ตลอดเวลา และสามารถเสนอราคาสูงสุดตามที่ตนเองพอใจจะจ่ายในครั้งเดียวได้

4. สินค้าที่ถูกนำมาประมูลบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมจะเป็นสินค้าใหม่ทั้งสิ้น ในขณะที่เว็บไซต์การประมูลแบบ English auction สินค้าที่นำมาประมูลเป็นได้ทั้งสินค้าใหม่และสินค้ามือสอง

5. เว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมจะมีระยะเวลาที่ยืดหยุ่น โดยระยะเวลาจะขยายเพิ่มขึ้นทุกครั้งที่มีผู้ประมูลเสนอราคา ในขณะที่เว็บไซต์การประมูลแบบ English auction เวลาสิ้นสุดการประมูลคงที่แน่นอน

6. หากเปรียบเทียบที่มาของรายได้ของผู้จัดประมูล ผู้จัดประมูลของเว็บไซต์การประมูลแบบ English auction จะได้กำไรจากการขายสินค้าที่ประกาศประมูลเท่านั้น ในขณะที่ผู้จัดประมูลของเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมจะได้กำไรจากการขายสินค้าที่ประกาศประมูล และจากเงินที่ผู้ประมูลเสียสำหรับซื้อสิทธิการเสนอราคา โดยจำนวนเงินจากการซื้อสิทธิการเสนอราคานั้นได้กำไรมากกว่าการขายสินค้า

7. เว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมส่วนใหญ่จะมีราคาปิดการประมูลต่ำกว่าราคาสินค้าขายปลีก (Retail price) ค่อนข้างมาก สำหรับสินค้าบางชิ้น หากมูลค่าสินค้าต่ำ ราคาปิดการประมูลอาจมีค่าไม่กี่บาทเท่านั้น ในขณะที่เว็บไซต์การประมูลแบบ English auction ราคาปิดมักจะใกล้เคียงกับราคาสินค้าขายปลีก

8. ผู้ชนะการประมูลบนเว็บไซต์การประมูลแบบ English auction จะเสียเงินค่าซื้อสินค้าที่เท่ากับราคาปิดเท่านั้น ในขณะที่ผู้แพ้ไม่เสียค่าใช้จ่ายอะไร แต่สำหรับเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ผู้ชนะการประมูลเสียเงินค่าซื้อสินค้า และเงินสำหรับสิทธิการเสนอราคา ในขณะที่ผู้แพ้ก็ต้องเสียเงินสำหรับสิทธิการเสนอราคาเช่นกัน

จากความแตกต่างระหว่างการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมและการประมูลออนไลน์แบบ English auction ทำให้ตัวแปรสำคัญ เช่น ประสิทธิภาพของผู้ขาย รูปภาพของสินค้า ราคาขั้นต่ำ (Reserve price) และราคาเริ่มต้น (Initial price) มีผลต่อราคาปิดแตกต่างกัน (Lai, Hsu, & Tu, 2014)

2.2 ตัวแปรที่มีผลกับราคาปิดในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

ราคาปิดการประมูลเป็นสิ่งที่ทั้งเว็บไซต์การประมูลและผู้ประมูลทุกรายให้ความสำคัญอย่างมาก ไม่ว่าจะในการประมูลรูปแบบใดๆ ดังนั้นราคาปิดการประมูลจึงเป็นเป้าหมายหลักของทั้งเว็บไซต์การประมูลและผู้ประมูล กล่าวคือ ราคาปิดเป็นราคาที่เว็บไซต์การประมูลยินดีที่จะขาย และผู้ประมูลยินดีที่จะจ่าย ดังนั้นจึงมีการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลจำนวนมาก การทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบว่า มีนักวิจัยจำนวนหนึ่งได้พยายามวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม โดยตัวแปรที่อยู่ในความสนใจของนักวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1 จำนวนผู้ร่วมประมูล

จำนวนผู้ประมูลที่เข้าร่วมการเสนอราคาในการประมูลสินค้าธุรกรรมเดียวกันเป็นตัวแปรที่อยู่ในความสนใจของนักวิจัยจำนวนมาก Byers, Mitzenmacher และ Zervas (2010) ได้สร้างแบบจำลองเชิงทฤษฎีและใช้ชุดข้อมูลตัวอย่างธุรกรรมการประมูล เพื่อวิเคราะห์ความไม่สมมาตรของข้อมูล (Information asymmetry) ในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม พบว่า ความไม่สมมาตรของข้อมูลเพียงชนิดเดียวในเรื่องจำนวนผู้ประมูลจะส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น

Zheng, Goh และ Huang (2011) กล่าวว่า จำนวนของผู้เข้าร่วมประมูลในเว็บไซต์ประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม มีความสำคัญต่อราคาปิดมากกว่าการประมูลออนไลน์รูปแบบอื่นๆ โดยผลการศึกษายืนยันเช่นเดียวกับงานวิจัยในอดีตว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาปิด นอกจากนี้เจ้าของเว็บไซต์ควรหาวิธีดึงดูดลูกค้าให้เข้าร่วมตลอดเวลา เพราะเว็บไซต์มีโอกาสดึงดูดทุนสูงหากผู้ประมูลมีจำนวนน้อย

Caldara (2012) ได้วิเคราะห์การประมูลรูปแบบมีค่าธรรมเนียมด้วยการทดลองในห้องปฏิบัติการ พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลจะมีผลต่อราคาปิดแตกต่างกัน โดยราคาปิดของกลุ่ม

ผู้เข้าร่วมการประมูลจำนวนสามคนมีค่าต่ำกว่าของกลุ่มผู้เข้าร่วมการประมูลจำนวนห้าคน เนื่องจากความแตกต่างของพฤติกรรมความกล้าในการเสนอราคาประมูล โดยกลุ่มผู้ประมูลจำนวนห้าคนจะมีความกล้าในการเสนอราคามากกว่า

Wang และ Xu (2016) ได้วิเคราะห์ชุดข้อมูลธุรกรรมการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม พบหลักฐานอย่างชัดเจนว่าราคาปิดการประมูลจะเพิ่มสูงขึ้นหากมีจำนวนผู้ร่วมประมูลเพิ่มขึ้น แตกต่างจากการพิสูจน์แบบจำลองเชิงทฤษฎีที่กล่าวว่า ราคาปิดการประมูลไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล เนื่องจากแบบจำลองเชิงทฤษฎีสมมติให้ผู้ประมูลตัดสินใจแบบมีเหตุผลและมีการรับรู้ความเสี่ยงแบบเป็นกลาง (Risk neutral) ไม่มีความกล้าได้กล้าเสียในการเสนอราคา

Li, Gou และ Tso (2016) ได้วิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทสินค้าบนการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม โดยแบ่งสินค้าออกเป็นสามประเภท ได้แก่ (1) สินค้าจำลอง (Virtual products) หรือสินค้าที่ไม่มีสินค้าจริง ๆ จับต้องไม่ได้ (2) สินค้าไอที เช่น โทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์ และ (3) สินค้าทั่วไป เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เสื้อผ้า เป็นต้น การวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยอย่างง่าย (Sample regression) พบว่า จำนวนผู้ประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงบวกต่อราคาปิดทั้งสามประเภทสินค้า

2.2.2 จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล

จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล หมายถึง จำนวนครั้งของการเสนอราคาทั้งหมดของผู้เข้าร่วมการประมูลสินค้าในธุรกรรมเดียวกัน จำนวนครั้งของการเสนอราคาประมูลที่มาก อาจหมายถึงการที่ผู้ประมูลสนใจในสินค้าประมูลมากส่งผลให้ราคาปิดสูง ในทางกลับกันผู้ประมูลอาจเสนอราคาจำนวนน้อยครั้งลงหากสินค้าดูไม่น่าสนใจหรือไม่เป็นที่ต้องการส่งผลต่อราคาปิดต่ำลงได้

Zaman (2012) ได้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ประมูลบนเว็บไซต์ประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม จากประวัติการประมูลของผู้ประมูลในระยะเวลาห้าเดือน พบว่า ราคาปิดของการประมูลขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งของการเสนอราคามากกว่าจำนวนของผู้เข้าร่วมประมูล เนื่องจากจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลของผู้ร่วมประมูลสองคนเพียงพอที่จะส่งผลต่อราคาปิดของการประมูลสินค้า

2.2.3 ระยะเวลาของการประมูล

ระยะเวลาของการประมูล หมายถึง ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มการประมูลสินค้าจนถึงเวลาสิ้นสุดการประมูลในหนึ่งธุรกรรม หากการสิ้นสุดการประมูลสามารถขยายเวลาได้เรื่อยๆ ทุกครั้งที่ผู้ประมูลเสนอราคาจะทำให้ราคาปิดการประมูลสูงขึ้น และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมการประมูลเสนอราคาส่งผล

ให้ราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น หากระยะเวลาของการประมูลยาวนาน แสดงว่าเป็นการประมูลที่ผู้ประมูลมีความสนใจและสินค้าเป็นที่ต้องการมาก

นักวิจัยในอดีตได้ศึกษาตัวแปรระยะเวลาของการประมูลและพบผลลัพธ์ไปในทิศทางเดียวกัน Byers, Mitzenmacher และ Zervas (2010) ได้สร้างแบบจำลองเชิงทฤษฎีเพื่อวิเคราะห์ความไม่สมมาตรของข้อมูล (Information asymmetry) ของผู้ประมูล นอกจากพบว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลส่งผลต่อราคาปิดแล้ว ยังพบว่าความไม่สมมาตรเพียงเล็กน้อยระหว่างผู้ประมูล เช่น การคาดการณ์เกี่ยวกับการเสนอราคาของผู้ประมูลรายอื่น การประเมินมูลค่าสินค้าและจำนวนเงินที่ผู้ประมูลยินดีที่จะจ่ายแตกต่างกัน สามารถเพิ่มระยะเวลาของการประมูลอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลต่อราคาปิดที่เพิ่มขึ้น

Caldara (2012) ที่ได้วิเคราะห์ตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม ในห้องปฏิบัติการ นอกจากพบว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลจะมีผลต่อราคาปิดแล้ว ยังพบว่าระยะเวลาของการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูล โดยระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นหรือขยายเวลาไปเรื่อยๆ ทำให้ผู้ประมูลมีเวลาในการตัดสินใจเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดสูงขึ้น

2.2.4 มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล

มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล หรือ ราคาสินค้าที่เจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้ตั้งขึ้นเพื่อกำหนดราคาของสินค้าที่ประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลถูกใช้ในการพิจารณาในการเข้าร่วมของผู้ประมูล หากมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลสูง ผู้ประมูลอาจเสนอราคาเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสชนะการประมูล ทั้งนี้มูลค่าที่แตกต่างกันของสินค้าในการประมูลจะทำให้ราคาปิดต่างกัน

Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) ได้วิเคราะห์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม พบว่า มูลค่าสินค้าในการประมูลมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อราคาปิดการประมูล โดยผู้ประมูลจะเสนอราคาประมูลหลายครั้งมากขึ้นเมื่อมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลสูง ส่งผลให้ราคาปิดการประมูลสูงขึ้นตาม นอกจากนี้ยังพบว่า มูลค่าสินค้าในการประมูลยังมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อจำนวนผู้ร่วมประมูล กล่าวคือ สินค้าที่มีมูลค่ามาก จำนวนผู้ร่วมประมูลก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน เช่นเดียวกับ Gnutzmann (2014) ได้ศึกษาตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม โดยวิเคราะห์จากข้อมูลธุรกรรมการประมูลมากกว่า 25,000 ธุรกรรม พบว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลที่มีราคาสูงส่งผลให้ราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น แต่ราคาปิดการประมูลจะค่อนข้างต่ำหากเป็นการประมูลสินค้าที่มูลค่าสินค้าไม่สูงนัก

2.2.5 มูลค่าจัดส่งสินค้า

มูลค่าจัดส่งสินค้า หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้จัดการประมูลเป็นผู้กำหนดไว้สำหรับการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ชนะการประมูล ผู้วิจัยคาดว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าควรมีผลต่อราคาปิดในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม เนื่องจากหากมูลค่าจัดส่งสินค้าที่ถูกผู้จัดประมูลกำหนดมีความไม่สมเหตุผล หรือ มูลค่าจัดส่งสินค้าที่สูงเกินไปอาจทำให้ผู้ประมูลต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและเลือกไม่เข้าร่วมการประมูล ราคาปิดจึงยังไม่สะท้อนถึงความต้องการสินค้า ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยในอดีตที่วิเคราะห์ผลของมูลค่าจัดส่งสินค้าต่อราคาปิดบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม แต่ผู้วิจัยพบว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีนัยสำคัญต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ (Hou, 2007; Przepiorka, 2013; ชัชพงศ์ ตั้งมณี และ กังวาน บุริมาณเสวี, 2551) มูลค่าจัดส่งสินค้าจึงควรมีผลต่อราคาปิดบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเช่นกัน

Hou (2007) วิเคราะห์ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ระหว่างประเทศจีน และสหรัฐอเมริกา และเปรียบเทียบผลของตัวแปรต่อราคาปิดระหว่างสองประเทศ พบว่ามูลค่าจัดส่งสินค้านั้นมีนัยสำคัญทางลบต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่ไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ประเทศจีน อาจเนื่องจากมูลค่าจัดส่งสินค้าของประเทศจีน (ร้อยละ 7.94 ของราคาปิดการประมูล) ต่ำกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 20.7) สามารถสรุปได้ว่า หากมูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปจะส่งผลทางลบต่อราคาปิดการประมูล แต่หากน้อยผู้ประมูลก็มักไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก

ทำนองเดียวกันกับงานวิจัยของ Przepiorka (2013) ที่ได้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ประมูลและผู้จัดประมูลบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์พบผลลัพธ์ในทางทิศเดียวกัน กล่าวคือ มูลค่าจัดส่งสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ที่ลดลง

ชัชพงศ์ ตั้งมณี และ กังวาน บุริมาณเสวี (2551) วิเคราะห์ผลของตัวแปรโดยใช้สินค้าบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ พบว่า มูลค่าจัดส่งสินค้านั้นมีนัยสำคัญทางบวกต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ เนื่องจากการเสนอราคาประมูลจะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสมยอมรับได้ หากมูลค่าจัดส่งสินค้าแพงหรือไม่เหมาะสม ธุรกรรมการประมูลนั้นคงไม่สำเร็จ

2.2.6 การจำกัดผู้ประมูลและการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

การจำกัดและไม่จำกัดผู้ประมูล และการประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา เป็นสถานการณ์ของการประมูลที่อาจมีผลต่อความแตกต่างของตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อราคาปิด เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ประมูลต้องใช้พิจารณาเพื่อตัดสินใจที่จะเข้าร่วมการประมูล การเสนอราคา การคาดการณ์ผู้

ประมูลรายอื่น วางแผนเพื่อให้ชนะการประมูล จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบว่าผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาผลของสถานการณ์ที่แตกต่างกันต่อราคาปิดบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

การจำกัดผู้ประมูล หมายถึง สถานการณ์ที่เว็บไซต์การประมูลได้ประกาศไว้เมื่อเริ่มต้นการประมูลเพื่อให้ผู้สนใจเข้าร่วมประมูลทราบว่าตนเองสามารถเข้าร่วมประมูลได้หรือไม่ โดยทั่วไปเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมจะจำแนกสถานการณ์ที่เกี่ยวกับผู้ประมูลออกเป็นสองสถานการณ์ ได้แก่ (1) สถานการณ์ประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ (Regular auction) เป็นการประมูลที่ผู้ประมูลทุกลักษณะไม่ว่าเคยชนะหรือแพ้ ผู้ประมูลเก่าหรือผู้ประมูลรายใหม่ สามารถเข้าร่วมได้ทุกสาย (2) สถานการณ์ประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล (Beginner auction) เป็นการประมูลเฉพาะสำหรับผู้ประมูลรายใหม่ โดยผู้ประมูลจะไม่สามารถเข้าร่วมการประมูลที่จำกัดผู้ร่วมประมูลได้อีกหากเคยชนะการประมูลแล้วหนึ่งครั้ง

การจำกัดผู้ประมูลทั้งสองสถานการณ์อาจมีผลต่อความแตกต่างของตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิด เนื่องจากสถานการณ์ประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วม เป็นการประมูลที่ประกอบด้วยผู้มีและไม่มีประสบการณ์มาเสนอราคาพร้อมกัน แต่สถานการณ์ประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลให้สามารถเข้าร่วม เป็นสถานการณ์ใหม่ที่มีเฉพาะผู้ไม่มีประสบการณ์เท่านั้น แม้ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ได้วิเคราะห์ผลของการจำกัดผู้ประมูลทั้งสองสถานการณ์อย่างชัดเจน แต่สถานการณ์เหล่านี้ได้ถูกกล่าวถึงในหลายงานวิจัยในอดีต ดังนั้นจึงน่าสนใจที่จะวิเคราะห์ผลของตัวแปรต่อราคาปิดว่าจะแตกต่างระหว่างสองสถานการณ์อย่างไร ทั้งนี้งานวิจัยในอดีตที่อ้างถึงสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูลเป็นดังนี้

Greenwald และคณะ (2013), Narkiewicz (2015) และ Zaman (2012) กล่าวถึงสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูลในทิศทางเดียวกันว่า สถานการณ์การประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล เป็นการประมูลสำหรับดึงดูดและส่งเสริมให้ผู้ประมูลรายใหม่กล้าประมูลสินค้ามากขึ้น ผู้ประมูลหนึ่งรายสามารถชนะการประมูลได้รายละ ครั้งเท่านั้น และยังเป็นประมูลชนะได้ง่าย เพราะสำหรับกลุ่มผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลเท่านั้น

Stix (2012) กล่าวว่า เว็บไซต์การประมูลมักประกาศการประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้ามูลค่าไม่แพงมากนัก เพื่อเพิ่มความคุ้นเคยในการประมูลแก่ผู้ประมูลรายใหม่ และสัมผัสถึงการชนะการประมูล เพิ่มโอกาสให้ผู้ประมูลมุ่งมั่นที่จะชนะการประมูลเพิ่มขึ้นในครั้งต่อไป และสามารถช่วยดึงดูดผู้ที่ตัดสินใจไม่กล้ากลับมาเข้าร่วมได้อีก

Wang และ Xu (2012) พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูล และรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของสถานการณ์ประมูลที่จำกัดผู้ร่วมประมูล มีจำนวนน้อยกว่าสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูล

Lien, Xu และ Zheng (2017) พบว่า มีการประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลถึงร้อยละ 26.72 ของการประมูลทั้งหมด หากแต่ราคาปิดของการประมูลค่อนข้างต่ำ เนื่องจากจำนวนผู้ร่วมประมูล และจำนวนการเสนอราคาที่น้อยกว่าการประมูลที่ทุกรายสามารถเข้าร่วมได้

ในทำนองเดียวกันการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาในการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม หมายถึง สถานการณ์ที่เว็บไซต์การประมูลได้ประกาศไว้เมื่อเริ่มต้นการประมูลเพื่อให้ผู้สนใจเข้าร่วมประมูลทราบว่า เมื่อสิ้นสุดการประมูล ผู้เข้าร่วมการประมูลทั้งผู้ชนะและผู้แพ้จะได้รับสิทธิหรือจำนวนครั้งที่เสียไปในจำนวนหนึ่งคืนหรือไม่ โดยทั่วไปบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม เว็บไซต์การประมูลจะจำแนกสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาออกเป็นสองสถานการณ์ ได้แก่ (1) สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล (Return bids) และ (2) สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล (No return bids)

การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาควรมีผลต่อความแตกต่างของตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาปิด กล่าวคือ เมื่อผู้เข้าร่วมการประมูลรับทราบว่าเว็บไซต์การประมูลสินค้าได้ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา ผู้ประมูลอาจตัดสินใจที่จะเพิ่มจำนวนครั้งของการเสนอราคา รวมถึงอาจตัดสินใจอย่างอื่นที่แตกต่างจากการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา เนื่องจากผู้ประมูลรับรู้ว่าการชนะหรือแพ้การประมูลจะได้รับสิทธิการเสนอราคาส่วนหนึ่งคืน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่การศึกษาตัวแปรสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคามาในอดีต

2.3 บทสรุปบททวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในบทนี้ เพื่อให้เข้าใจการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมได้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้นำเสนอถึงที่มาและข้อสังเกตของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมและการประมูลออนไลน์แบบ English auction และตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลจากการศึกษาในอดีต ผู้วิจัยพบว่ายังมีตัวแปรอีกหลายตัวที่คาดว่าจะมีผลต่อราคาปิดการประมูล และยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาในอดีต

ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของการวิเคราะห์ผลของตัวแปรต่อราคาปิด ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า (6) การจำกัดผู้ประมูล และ (7) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล บนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

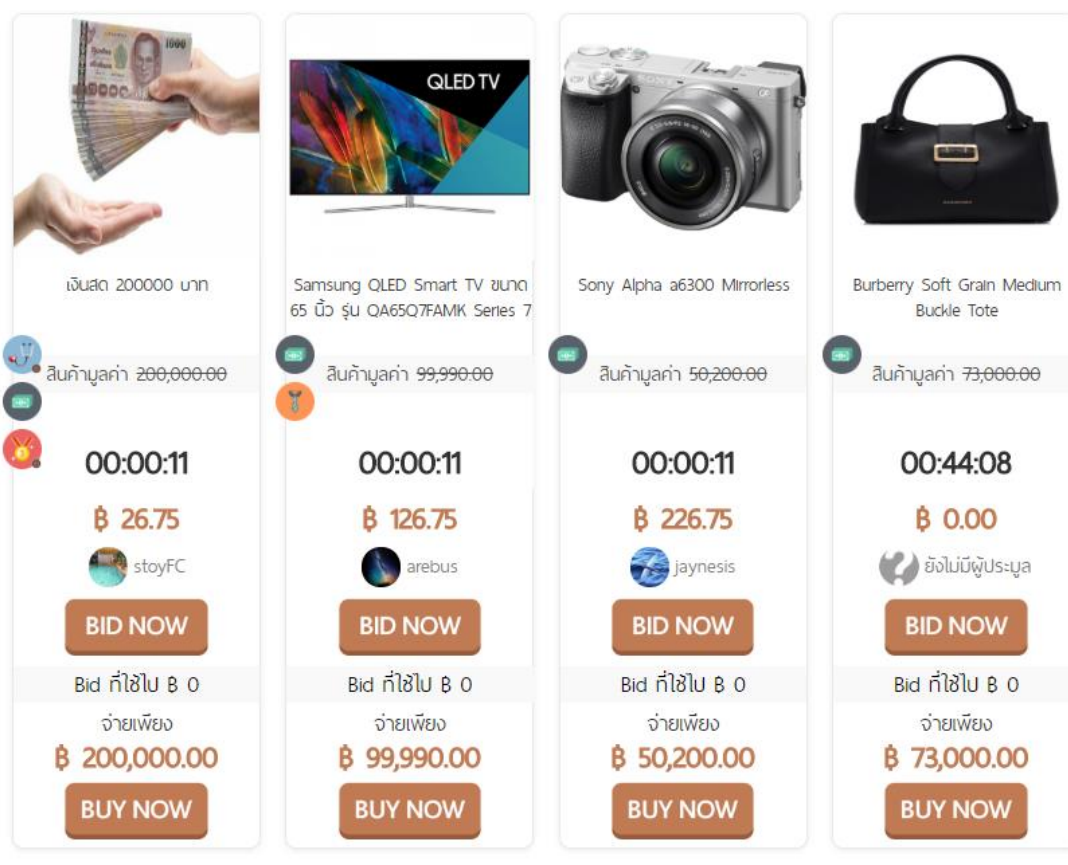
ในบทนี้ได้นำเสนอแนวทางดำเนินงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อของการวิจัย เนื้อหาหลักของบทประกอบด้วย แนวทางวิจัย สมมติฐานงานวิจัย (Hypotheses testing) ประชากร และจำนวนข้อมูล (Population or universe and sample) การบันทึกข้อมูล (Data recording) ประเด็นของความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ (Validity and reliability) และกรอบการวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis framework)

3.1 แนวทางการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยตรงจากข้อมูลที่ได้นำเสนอบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ในส่วนของประกาศการประมูลสินค้า ผู้วิจัยเลือกที่จะไม่ใช่แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลจากบุคคลที่ประมูล เพราะผู้ประมูลหนึ่งรายสามารถเข้าร่วมการประมูลได้มากกว่าหนึ่งธุรกรรม และอาจไม่สามารถจํารายละเอียดการประมูลได้ชัดเจน อาจส่งผลเสียต่อคุณภาพของข้อมูลที่เก็บได้ งานวิจัยนี้ต้องการวิเคราะห์ถึงผลของตัวแปรอิสระต่อราคาปิดการประมูล (Final price) โดยตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (Number of bidders) (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (Number of bids) (3) ระยะเวลาของการประมูล (Time duration) (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (Product price) (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า (Shipping cost) และต้องการเปรียบเทียบผลกระทบของตัวแปรอิสระดังกล่าวต่อราคาปิดการประมูลในสถานการณ์ที่แตกต่างได้แก่ (6) การจำกัดผู้ประมูล (Limit bidders) และ (7) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา (Return bids)

ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากสภาพแวดล้อมจริงที่ผลของการวิเคราะห์สามารถสะท้อนความเป็นจริงของการวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ โดยผู้วิจัยเลือกเว็บไซต์ในการศึกษาค้างนี้เป็นเว็บไซต์ที่มีอยู่แล้ว (Up and running) ไม่ใช่เว็บไซต์ที่เพิ่งพัฒนาใหม่ ผู้วิจัยได้เลือกเว็บไซต์ประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมชื่อ www.bidryder.com ที่เปิดให้บริการมาอย่างน้อยสองปี มีสินค้าประมูลหลายหมวดหมู่ เช่น โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป โทรทัศน์ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน น้ำหอม อุปกรณ์กีฬา และแพคเกจทัวร์ต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นเว็บไซต์ที่มีคุณสมบัติพร้อมสำหรับการศึกษา กล่าวคือ เว็บไซต์การประมูลออนไลน์นี้ประกอบด้วยสถานการณ์ที่ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์ อันได้แก่ สถานการณ์ที่จำกัดผู้ประมูล และสถานการณ์การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา โดยในช่วงที่ทำการศึกษาทั้งสองสถานการณ์มีจำนวนรวมกันเฉลี่ยร้อยละ 28.3 ของธุรกรรมการ

ประมูลทั้งหมดที่ผู้จัดประมูลประกาศในหนึ่งสัปดาห์ ตัวอย่างเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม bidryder.com ดังรูปที่ 3.1



รูปที่ 3.1 ตัวอย่างการประมูลสินค้าบนเว็บไซต์ bidryder.com

CHULALONGKORN UNIVERSITY

3.2 สมมติฐานงานวิจัย

ประเด็นหลักของวิทยานิพนธ์นี้คือต้องการวิเคราะห์ผลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม โดยตัวแปรต้นที่ผู้วิจัยสนใจมีจำนวนห้าตัว ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และ (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า และตัวแปรตาม คือ ราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม ทั้งนี้งานนี้ต้องการเปรียบเทียบผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นใน (6) การจำกัดผู้ที่แบ่งออกเป็นสองสถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ และสถานการณ์ประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล และ (7) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาที่จะแบ่งออกเป็นสองสถานการณ์ได้แก่ สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา และสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล โดยมีสมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์ผลของตัวแปรต้นทั้ง

ห้าที่มีต่อราคาปิดการประมูล ทั้งนี้สมการวิเคราะห์ความต่างของผลของตัวแปรต้นทั้งห้าต่อราคาปิดระหว่างสถานการณ์ที่แตกต่างของ (1) การจำกัดผู้ประมูล และ (2) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาจะกระทำในลักษณะของการสืบเสาะ (Explore)

การวิเคราะห์ผลของตัวแปรอิสระอันได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และ (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า ต่อตัวแปรตามอันได้แก่ ราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเป็นตามข้อค้นพบในการวิจัยที่ผ่านมาดังนี้

ข้อค้นพบในการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลสามารถมีผลหรือไม่มีผลต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์ (Caldara, 2012; Wang & Xu, 2016; Zaman, 2012; Zheng, Yong Goh, & Huang, 2011) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมีผลต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม (Zaman, 2012) ระยะเวลาของการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม (Byers, Mitzenmacher, & Zervas, 2010; Caldara, 2012) และ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญทางบวกต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเช่นกัน (Gnutzmann, 2014; Kim, Brünner, Skiera, & Natter, 2014) สำหรับมูลค่าจัดส่งสินค้า ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยในอดีตที่ศึกษามูลค่าจัดส่งสินค้าต่อราคาปิดบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม แต่บางงานวิจัยในอดีตพบว่ามูลค่าจัดส่งสินค้านั้นมีนัยสำคัญต่อราคาปิดบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อีเบย์ (Hou, 2007; Przepiorka, 2013; ชัชพงศ์ ตั้งมณี และ กังวาน ปุริมาณเสวี, 2551) ดังนั้นมูลค่าจัดส่งสินค้าจึงอาจมีผลต่อราคาปิดบนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมเช่นกัน

ข้อค้นพบของการวิจัยในอดีตทำให้การตั้งเป็นสมมติฐานเป็นดังนี้

H_0 : จำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้า ไม่มีผลต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

H_1 : มีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวแปรของจำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้า ที่มีผลต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม

นอกจากนี้ผู้วิจัยจะสืบเสาะ (Explore) ตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์เพิ่มเติม โดยจะใช้สมมติฐานการวิจัยเดียวกันกับการศึกษาตัวแปรราคาปิดการประมูล พร้อมทั้งวิเคราะห์ความต่างของผลของตัวแปรต้นทั้งห้าต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ ระหว่างสถานการณ์ที่แตกต่างของ (1) ตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และ (2) ตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาในลักษณะของการสืบเสาะ (Explore) เช่นกัน

3.3 ประชากรและจำนวนข้อมูล

ประชากร หมายถึง ทุกหน่วยในเรื่องที่สนใจศึกษา ประชากรอาจเป็น คน สิ่งของ เวลา หรือ สถานที่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลบนเว็บไซต์ประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ดังนั้นประชากรของงานวิจัยนี้จึงเป็นทุกธุรกรรมของการประมูลสินค้าบนเว็บไซต์ประมูลดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ส่วนหนึ่งของประชากรที่นำมาศึกษาและถือเป็นตัวแทนของประชากร เพื่ออ้างอิงถึงประชากรได้อย่างน่าเชื่อถือ ในทางปฏิบัตินักวิจัยจะเก็บข้อมูลเพียงส่วนหนึ่งของประชากร เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากทุกหน่วยประชากรนั้นเป็นไปได้ยาก ทั้งนี้จะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ในกรณีที่ประชากรมีขนาดใหญ่ นอกจากจะต้องใช้เวลานานในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ครบทุกหน่วยประชากรแล้ว อาจมีผลทำให้ข้อมูลที่เก็บมาได้ในช่วงแรกลำสมัย ดังนั้นนักวิจัยมักเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแทน โดยต้องเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร มีการเลือกตัวอย่างและขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) ในที่นี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ หนึ่งระเบียนข้อมูล (Data record) กล่าวคือ หนึ่งธุรกรรมการประมูลสินค้าบนเว็บไซต์ประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ที่ได้บันทึกข้อมูลตัวแปรทั้งเจ็ดตัวแปรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

แต่อย่างไรก็ตาม จากความหลากหลายของประเภทสินค้าที่ถูกประมูล ตลอดจนจำนวนธุรกรรมที่เกิดขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตของการศึกษา ให้จำกัดเฉพาะประเภทสินค้าบางประเภทเท่านั้น โดยพิจารณาจากสองส่วน ได้แก่ (1) การแบ่งประเภทสินค้าตามรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า สามอันดับประเภทสินค้าหรือบริการที่มีการซื้อขายทางออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ สินค้าประเภทแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย (ร้อยละ 44.0) สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม (ร้อยละ 33.7) และ สินค้าประเภทอุปกรณ์ไอที (ร้อยละ 26.5) ดังรูปที่ 3.2 และ (2) การแบ่งประเภทสินค้าโดยพิจารณาจากการจัดประเภทสินค้าของ Nelson (1970, 1974) ที่จำแนกสินค้าตามการค้นหาข้อมูล และประสบการณ์ เนื่องจากข้อมูลที่ได้โดยประเภทสินค้านี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า (Darby & Karni, 1973; Klein, 1998; Nelson, 1970, 1974)



คำนวณจากแบบสำรวจข้อ 20 ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา กับซื้อสินค้า/บริการออนไลน์ประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รูปที่ 3.2 สิบอันดับประเภทสินค้าและบริการที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์

Nelson (1970, 1974) ได้จัดระบบการจำแนกประเภทสินค้าตามการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคออกเป็นสองประเภทได้แก่ (1) สินค้าแบบค้นหา (Search goods) คือ สินค้าที่ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อผ่านทางข้อมูลรายละเอียดสินค้าและคุณลักษณะของสินค้าก่อนการซื้อสินค้าได้ และ (2) สินค้าแบบใช้ประสบการณ์ (Experience goods) คือ สินค้าที่ผู้บริโภคไม่สามารถตัดสินใจซื้อโดยอาศัยเพียงข้อมูลและคุณลักษณะสินค้าอย่างเดียวจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ผ่านการใช้งานหรือบริโภคก่อนเพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อ

จากสองส่วนที่ผู้วิจัยใช้พิจารณา จึงเลือกประเภทสินค้าสองประเภทได้แก่ (1) กระเป๋าสำหรับสินค้าประเภทแฟชั่นหรือเครื่องแต่งกายและสำหรับสินค้าแบบใช้ประสบการณ์ และ (2) โทรศัพท์สำหรับสินค้าประเภทไอทีและสำหรับสินค้าแบบค้นหา เหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกสินค้าสองประเภทนี้ คือ ความยากง่ายในการค้นหาข้อมูลสินค้าทั้งสองประเภทแตกต่างกัน กล่าวคือ กระเป๋าเป็นประเภทสินค้าที่มีข้อมูลจำกัดบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะกระเป๋าแบรนด์เนมเว็บไซต์ส่วนใหญ่มักนำเสนอเฉพาะภาพและรายละเอียดของสินค้าเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถประเมินมูลค่าของสินค้าได้ อาจจำเป็นต้องได้สัมผัสสินค้าหรือสอบถามที่ร้านจำหน่ายสินค้าเท่านั้น จึงเป็นข้อจำกัดที่อาจส่งผลให้ผู้ร่วมประมุขไม่มั่นใจในการประเมินราคาสินค้าทำให้ไม่กล้าเข้าร่วมการประมุข ในขณะที่การค้นหาข้อมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลราคาและรายละเอียดของสินค้าได้ง่ายกว่า รวมถึงมีเว็บไซต์ที่อำนวยความสะดวกในการเปรียบเทียบสินค้าที่มีคุณสมบัติใกล้เคียง ทำให้ผู้ประมุขสามารถประเมินมูลค่าของสินค้าได้ง่าย ความแตกต่างของความยากง่ายในการค้นหาข้อมูลของสินค้าสองประเภทนี้จึงอาจมีส่วนทำให้การตัดสินใจเข้าร่วมการประมุขของผู้ประมุขต่างกัน

งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยตรงจากข้อมูลที่แสดงบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมในส่วนของประกาศการประมูลสินค้า ข้อมูลในงานวิจัยทั่วไปมีวิธีการเลือกสุ่มแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ (1) การเลือกตัวอย่างตามความน่าจะเป็น (Probability sampling) และ (2) การเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability sampling) วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ดีคือการเลือกตัวอย่างตามความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยมีเงื่อนไขประกอบด้วย (1) ต้องทราบขนาดของประชากรว่ามีกี่หน่วย และ (2) ต้องมีกรอบตัวอย่าง (Sampling frame) คือรายชื่อของทุกหน่วยตัวอย่างในประชากรพร้อมรายละเอียด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนของทุกระบบการประมูลสินค้าบนเว็บไซต์ประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม เนื่องจากทุกระบบการประมูลมีเพิ่มมากขึ้นทุกวัน ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถสำรวจทุกระบบที่เป็นประชากรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้ ด้วยเหตุนี้จึงเลือกวิธีการสุ่มหน่วยตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability sampling) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่างข้อมูลสำหรับงานวิจัย โดยการจัดเก็บข้อมูลจะกระทำภายในเวลาสามเดือน เพื่อให้ได้จำนวนธุรกรรมของสินค้าทั้งสองประเภทสำหรับการวิเคราะห์ต่อไป

3.4 การบันทึกข้อมูล

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บธุรกรรมของการประมูลสำหรับตอบคำถามงานวิจัยประกอบด้วยโปรแกรมสองส่วนสำคัญ ได้แก่ โปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูลจากเว็บไซต์ และโปรแกรมจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดของแต่ละเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

1. โปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูลจากเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้พัฒนาโปรแกรมเฉพาะสำหรับบันทึกข้อมูลในงานนี้ ด้วยภาษาไพธอน (Python) เพื่อเก็บข้อมูลโดยตรงจากรายละเอียดที่นำเสนอบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมในส่วนของประกาศการประมูลสินค้า ให้สามารถบันทึกข้อมูลตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระอันได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และ (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า และตัวแปรตามอันได้แก่ ราคาปิดการประมูล ผู้วิจัยพัฒนาโปรแกรมภาษาไพธอนโดยใช้วิธีนำภาษา HTML (Hyper Text Markup Language) ที่เป็น ภาษาคอมพิวเตอร์สำหรับการแสดงผลของเอกสารบนเว็บไซต์ สกัด (Extract) เฉพาะข้อมูลที่ต้องการเท่านั้นโดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหาข้อมูลของเว็บไซต์แต่อย่างใด การทำงานของโปรแกรมเริ่มจากการระบุหมายเลขธุรกรรมการประมูลที่ผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลสามารถหาจากตัวชี้แหล่งในอินเทอร์เน็ต (Uniform resource locator หรือ URL) โดยที่หมายเลขแต่ละธุรกรรมจะแตกต่างกัน ทั้งนี้ตัวอย่างของโปรแกรมที่ใช้ได้ถูกรวมไว้แล้วในภาคผนวก ก

การเก็บข้อมูลตัวแปรจำนวนผู้ร่วมประมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการบันทึกชื่อบัญชีของผู้เข้าร่วมการประมูลในตำแหน่งที่ 1 ของรูปที่ 3.3 และใช้การกรอง (Filter) ชื่อบัญชีเพื่อนับจำนวนครั้งผู้เข้าร่วมการประมูล การบันทึกข้อมูลหนึ่งครั้ง คือ การเสนอราคาหนึ่งครั้ง ดังนั้น การบันทึกตัวแปรจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลจึงสามารถใช้วิธีการนับจำนวนครั้งการบันทึกได้เช่นกัน การเก็บตัวแปรระยะเวลาของการประมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการบันทึกข้อมูลในตำแหน่งที่ 2 ของรูปที่ 3.3 และจะนำไปคำนวณเป็นระยะเวลาของการประมูลภายหลัง การเก็บข้อมูลตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลจะบันทึกข้อมูลในตำแหน่งที่ 3 และตัวแปรมูลค่าจัดส่งสินค้าจะบันทึกข้อมูลในตำแหน่งที่ 4 ของรูปที่ 3.3 ในขณะที่ตัวแปรราคาปิดการประมูลจะบันทึกข้อมูลในตำแหน่งที่ 5 ของรูปที่ 3.3 โดยข้อมูลที่บันทึกได้ครั้งสุดท้ายคือราคาปิดการประมูล และตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์ จากตัวอย่างรูปที่ 3.3 ตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์มาจากการคำนวณดังนี้

รายได้เจ้าของเว็บไซต์ = ราคาปิดการประมูล + ((จำนวนสิทธิที่ผู้ชนะเสนอและจำนวนสิทธิผู้แพ้ที่เสนอ) × มูลค่าสิทธิการเสนอราคา) – มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล

หากการประมูลมีการประกาศคืนสิทธิเสนอราคา รายได้เจ้าของเว็บไซต์จำเป็นต้องหักจำนวนสิทธิที่ผู้ชนะเสนอและจำนวนสิทธิผู้แพ้ที่เสนอตามเปอร์เซ็นต์การคืนสิทธิแก่ผู้ชนะและผู้แพ้ก่อนจึงจะนำมาคำนวณรายได้เจ้าของเว็บไซต์ได้ และมูลค่าสิทธิการเสนอราคา คือ จำนวนเงินที่ผู้ประมูลเสียค่าธรรมเนียมสำหรับการเสนอราคาต่อหนึ่งสิทธิ ในวิทยานิพนธ์เล่มนี้คือ 3 บาทต่อหนึ่งสิทธิการเสนอราคา

3 สินค้ามูลค่า 195,000.00

5 **฿ 4,355.50**

1 PeepoClub

00:00:12

BID NOW

หรือซื้อทันที

Bid ที่ไฮไป Bid ที่ไฮไป

0 Bid **฿ 0**

ซื้อเลย จ่ายเพียง

฿ 0

BUY NOW

คุณสามารถซื้อสินค้าได้ระหว่างการประมูล หรือปิดประมูลไปแล้ว 1 วัน

เวลา	ผู้ประมูล	ประเภท
15:33:04	PeepoClub	Auto Bid
15:32:55	seabuff	Auto Bid
15:32:46	PeepoClub	Auto Bid
15:32:37	seabuff	Auto Bid
15:32:28	PeepoClub	Auto Bid
15:32:19	seabuff	Auto Bid

4 **฿ 200**

รูปที่ 3.3 ตำแหน่งสำหรับเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาจากส่วนประกาศการประมูลสินค้า

โปรแกรมจะบันทึกข้อมูลทุกครั้งที่มีผู้ประมูลมีการเสนอราคาใหม่ และจัดเก็บข้อมูลของตัวแปร ทั้งห้าตัวแปรบันทึกในรูปแบบ Excel Comma Separated values หรือ CSV ตัวอย่างการบันทึก ข้อมูลของสินค้าหมายเลข 7644 เป็นไปตามตารางที่ 3.1 เช่น นาย ก. เสนอราคาประมูลเวลา 4:00:09 ของวันที่ 6 มิถุนายน ปี 2018 ราคาประมูล ณ เวลานั้น 0.25 บาท ต่อมา นาย ข. เสนอ ราคาประมูลเวลา 4:00:18 ของวันที่ 6 มิถุนายน ปี 2018 ราคาประมูล ณ เวลานั้น 0.50 บาท

ตารางที่ 3.1 ตัวอย่างการบันทึกข้อมูลหนึ่งธุรกรรมด้วยโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูล

หมายเลข ธุรกรรม	เวลา	ราคาประมูล ณ เวลานั้น	ผู้เสนอราคา ประมูล	มูลค่าสินค้าที่ถูก นำมาประมูล	มูลค่าจัดส่ง สินค้า
7644	06-06-2018 4:00:09 PM	0.25	นาย ก.	8,790.00	100
7644	06-06-2018 4:00:18 PM	0.50	นาย ข.	8,790.00	100
7644	06-06-2018 4:00:27 PM	0.75	นาย ก.	8,790.00	100
.....
7644	06-06-2018 8:27:27 PM	445.75	นาย ก.	8,790.00	100

2. โปรแกรมจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ หลังจากใช้โปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของแต่ละธุรกรรมมาจัดเก็บบนตารางข้อมูลสำหรับงานวิจัย เพื่อวิเคราะห์สำหรับตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยตารางนี้จะประกอบด้วย (1) หมายเลขธุรกรรม (2) ประเภทสินค้า (3) ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระทั้งเจ็ดตัว (4) ตัวแปรตาม (5) ตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์ และ (6) รายละเอียดสินค้าของธุรกรรมที่ผู้วิจัยได้บันทึกเพิ่มอีกหนึ่งรายการ ตัวอย่างการบันทึกข้อมูลเป็นดังตารางที่ 3.2





ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างการบันทึกข้อมูลธุรกรรมด้วยโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูล

หมายเลขธุรกรรม	ประเภทสินค้า	จำนวนผู้ร่วมประมูล	จำนวนครั้งการเสนอราคา	ระยะเวลาของการประมูล	มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	มูลค่าจัดส่งสินค้า	การจำกัดผู้ประมูล	การประกาศคืนสิทธิ	ราคาปิดการประมูล	รายได้เจ้าของเว็บไซต์
7644	ทีวี	2	3,461	519.233	8,790.00	100	0	1	865.25	2,458.25
7645	กระเป๋า	2	7,012	1,051.667	9,500.00	100	0	1	1,753.00	13,289.00
7646	ทีวี	4	17,980	3,021.083	119,990.00	200	0	0	4,495.00	-90,865.00
7647	กระเป๋า	2	17,721	2,657.850	81,500.00	150	1	0	4,430.25	-58,478.15
.....

ภายในตารางข้อมูลสำหรับงานวิจัยตามตัวอย่างในตารางที่ 3.2 คอลัมน์ที่หนึ่ง คือ หมายเลขธุรกรรมเพื่อระบุว่าเป็นข้อมูลของธุรกรรมอะไร คอลัมน์ที่สอง คือ ประเภทสินค้าตามการกำหนดกลุ่มตัวอย่างสองประเภทได้แก่ (1) กระเป๋าสำหรับสินค้าประเภทแฟชั่นหรือเครื่องแต่งกาย และ (2) โทรทัศน์สำหรับสินค้าประเภทไอที

คอลัมน์สามถึงคอลัมน์ที่เก้า คือ ตัวแปรทั้งหมดในงานวิจัยนี้ โดยตัวแปรจำนวนผู้ร่วมประมูลมาจากการใช้วิธีการจองซื้อบัญชีเพื่อนับผู้เข้าร่วมการประมูล ตัวแปรจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลคำนวณจากจำนวนครั้งการเสนอราคาทั้งหมดภายในธุรกรรม ตัวแปรระยะเวลาของการประมูลหาจากการคำนวณโดยใช้เวลาสิ้นสุดการประมูลเป็นตัวตั้ง และลบด้วยเวลาเริ่มการเสนอราคาประมูลของธุรกรรมนั้นๆ มีหน่วยเป็นนาที ในขณะที่ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และตัวแปรมูลค่าจัดส่งสินค้าสามารถดึงจากการไฟล์ข้อมูลจากโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูลของแต่ละธุรกรรมตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา ผู้วิจัยบันทึกข้อมูลค่าของตัวแปรทั้งสองตัวลงบนตารางข้อมูลสำหรับงานวิจัย โดยตัวแปรการจำกัดผู้ประมูลสามารถสังเกตได้จากสัญลักษณ์ที่ระบุในตำแหน่งที่ 6 ของรูปที่ 3.4 และตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาสามารถสังเกตได้จากสัญลักษณ์ที่ระบุในตำแหน่งที่ 7 ของรูปที่ 3.4

ในขณะที่คอลัมน์ที่สิบ คือ ตัวแปรราคาปิดการประมูลได้มาจากการบันทึกข้อมูลครั้งสุดท้ายของไฟล์ข้อมูลจากโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูล และคอลัมน์ที่สิบเอ็ด คือ ตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์ มาจากการคำนวณตามสูตรที่ได้นำเสนอแล้ว ส่วนคอลัมน์ที่สิบสองผู้วิจัยได้บันทึกรายละเอียดสินค้าของธุรกรรมอีกหนึ่งรายการเพื่อระบุข้อมูลเฉพาะของสินค้าแต่ละธุรกรรมการประมูล

 <p>เงินสด 200000 บาท</p> <p>7</p> <p>สินค้านำเข้า 200,000.00</p> <p>ปิดประมูล</p> <p>฿ 2,160.75</p> <p>stoyFC</p> <p>SOLD</p> <p>Bid ที่ไฮโล ฿ 0</p> <p>จ่ายเพียง</p> <p>฿ 200,000.00</p> <p>BUY NOW</p>	 <p>Sony Alpha a6300 Mirrorless</p> <p>สินค้านำเข้า 50,200.00</p> <p>ปิดประมูล</p> <p>฿ 610.00</p> <p>jaynesis</p> <p>SOLD</p> <p>Bid ที่ไฮโล ฿ 0</p> <p>จ่ายเพียง</p> <p>฿ 50,200.00</p> <p>SOLD</p>	 <p>Burberry Soft Grain Medium Buckle Tote</p> <p>สินค้านำเข้า 73,000.00</p> <p>ปิดประมูล</p> <p>฿ 275.00</p> <p>katekate</p> <p>SOLD</p> <p>Bid ที่ไฮโล ฿ 0</p> <p>จ่ายเพียง</p> <p>฿ 73,000.00</p> <p>SOLD</p>	 <p>QLED TV</p> <p>Samsung QLED Smart TV ขนาด 65 นิ้ว รุ่น QA65Q7FAMK Series 7</p> <p>6</p> <p>สินค้านำเข้า 99,990.00</p> <p>ปิดประมูล</p> <p>฿ 267.75</p> <p>arebus</p> <p>SOLD</p> <p>Bid ที่ไฮโล ฿ 0</p> <p>จ่ายเพียง</p> <p>฿ 99,990.00</p> <p>SOLD</p>
---	---	---	---

รูปที่ 3.4 ตำแหน่งบนเว็บไซต์ bidryder.com สำหรับเก็บตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

3.5 ประเด็นความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ

ข้อมูลสำหรับการวิจัยต้องถูกต้องและเชื่อถือได้ ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะต้องทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง (Valid) กล่าวคือ เป็นข้อมูลที่มีค่าของตัวแปรตามที่ผู้วิจัยต้องการเก็บ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และข้อมูลจะต้องเชื่อถือได้ (Reliable) กล่าวคือ ข้อมูลมีค่าตรงกันทุกครั้งที่วัด หากเครื่องมือในการเก็บข้อมูลไม่มีความถูกต้อง และเชื่อถือได้ ย่อมทำให้งานวิจัยไม่มีคุณภาพ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยต้องการให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพสามารถสรุปผลได้อย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้เลือกปฏิบัติตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลเป็นตัวแปรสำคัญต่อความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยเลือกพัฒนาโปรแกรมในการบันทึกข้อมูลด้วยภาษาไพทอน (Python) ที่เหมาะสมกว่าการเก็บข้อมูลด้วยตัวผู้วิจัยเอง เนื่องจากการเก็บข้อมูลด้วยคนมักพบปัญหาที่เกิดจากความผิดพลาดของมนุษย์ (Human error) เช่น การพลั้งเผลอ (Slips) จากการกระทำผิดขั้นตอน หรือการลืมน (Lapses) จากการละเลยไม่ปฏิบัติตามขั้นตอน การพัฒนาโปรแกรมในการบันทึกข้อมูลสามารถช่วยเพิ่มความถูกต้องในการเก็บรวบรวมข้อมูลวัดค่าตัวแปรได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยการทำงานอย่างคงเส้นคงวา ทั้งนี้โปรแกรมที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นได้ถูกรวมไว้ในภาคผนวกแล้ว

2. การสุ่มตรวจข้อมูล และการตรวจสอบการทำงานของโปรแกรมบันทึกข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้อง และเชื่อถือในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทดสอบการทำงานของโปรแกรมบันทึกข้อมูลที่พัฒนาร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อปรับปรุงวิธีการเก็บข้อมูลรวมถึงการพัฒนาโปรแกรมบันทึกข้อมูล เพื่อที่จะได้นำข้อบกพร่องที่พบมาปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะเก็บข้อมูลจริง ให้สามารถบันทึกข้อมูลได้ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ

3. การบันทึกและการสอบทานค่าของตัวแปร ผู้วิจัยได้ตรวจสอบการคำนวณค่าของตัวแปรของชุดข้อมูลสำหรับงานวิจัยเพื่อความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ ตัวอย่างเช่น การบันทึกระยะเวลาของการประมูลที่ได้จากการคำนวณข้อมูลเวลาเริ่มการเสนอราคาประมูล และข้อมูลเวลาสิ้นสุดการประมูลต้องเป็นการคำนวณโดยใช้เวลาสิ้นสุดการประมูลเป็นตัวตั้ง และลบด้วยเวลาเริ่มการเสนอราคาประมูล นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สอบทานความหมายของตัวแปรให้ตรงกัน ตัวอย่างเช่น ตัวแปรระยะเวลาของการประมูลที่คำนวณจากข้อมูลเวลาสิ้นสุดการประมูล 12.30 น. เป็นตัวตั้ง และลบด้วยเวลาเริ่มการเสนอราคาประมูลเวลา 11.00 น. ควรมีความเท่ากับ 1.50 ที่มีความหมายว่า 1 ชั่วโมง 30 นาที ไม่ใช่ 1 ชั่วโมง 50 นาที

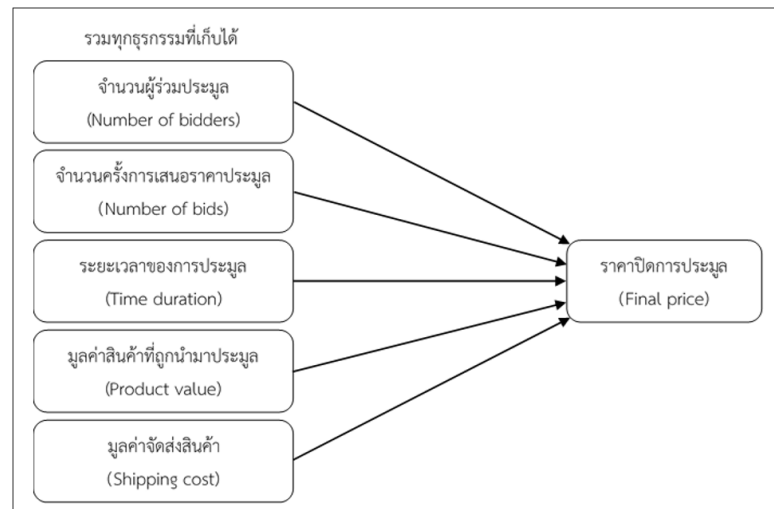
4. เว็บไซต์ที่เป็นสื่อกลางที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ต้องการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ที่มีอยู่แล้ว และถูกใช้งานจริง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยเลือกอย่างเป็นประจำ โดยเป็นเว็บไซต์ประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมชื่อ bidryder.com ที่เปิดให้บริการมาประมาณสองปี และมีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการศึกษา คือ เป็นเว็บไซต์ที่มีสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงที่ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์อันได้แก่ สถานการณ์การจำกัดผู้ประมูล และสถานการณ์การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

3.6 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ตอบวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อของการวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลจากธุรกรรมบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม เพื่อวิเคราะห์ผลของตัวแปรอันได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล (5) มูลค่าจัดส่งสินค้าต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม และตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์ และเปรียบเทียบถึงผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามทั้งสองในสถานการณ์ที่แตกต่างของตัวแปรอันได้แก่ (6) การจำกัดผู้ประมูล และ (7) การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา นอกจากการนำเสนอค่าสถิติเบื้องต้น (Descriptive statistics) ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงพรรณนาแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

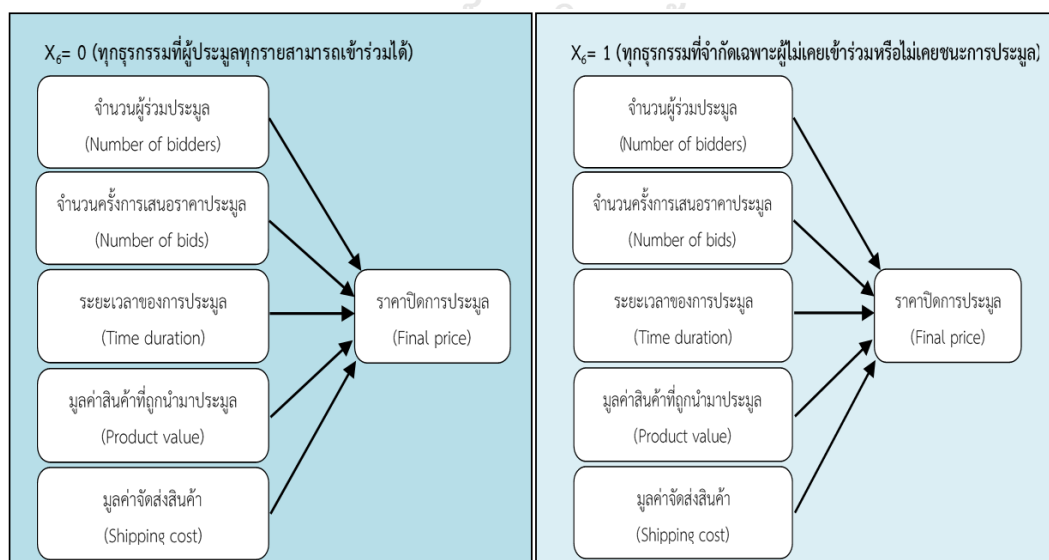
1. ตัวแบบสำหรับการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้แบ่งกลุ่มตัวแปรออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า และกลุ่มตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ราคาปิดการประมูล โดยผู้วิจัยจะลองสืบเสาะ (Explore) เพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์ด้วย ผู้วิจัยสนใจว่าตัวแปรต้นมีอิทธิพลอย่างไรต่อตัวแปรตาม และตัวแบบสำหรับการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่หนึ่งสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 3.5

การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่หนึ่ง เพื่อวิเคราะห์ผลของตัวแปรข้างต้นต่อราคาปิดของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม โดยการวิเคราะห์ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างไรจะกระทำด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression) เนื่องจากผู้วิจัยต้องการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรต้นหลายตัวแปรต่อตัวแปรตาม โดยรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามสามารถแทนด้วยสมการทางคณิตศาสตร์เชิงเส้น (Linear model) เพราะถือว่าตัวแปรต้นทุกตัวแปรมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จึงสามารถนำตัวแปรต้นทุกตัวแปรมาคำนวณในสมการพร้อมกันได้ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2542)



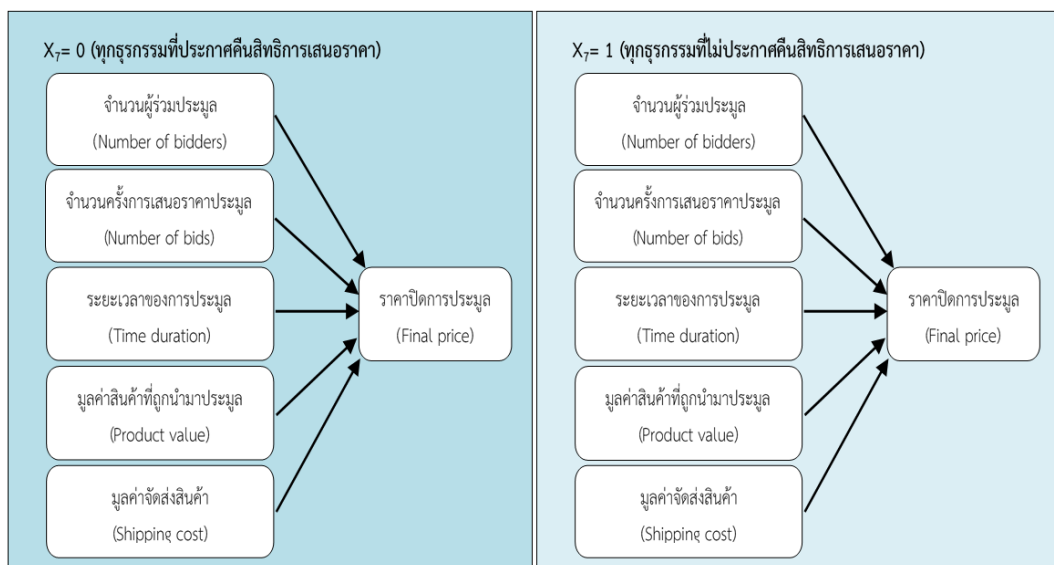
รูปที่ 3.5 กรอบความคิดของวิทยานิพนธ์

2. สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่สอง ผู้วิจัยได้จำแนกชุดข้อมูลสำหรับการตอบคำถามงานวิจัยโดยใช้ตัวแปรต้น คือ ตัวแปรการจำกัดผู้ประมูลเป็นเกณฑ์ โดยจำแนกกลุ่มตามค่าของตัวแปรที่มีสองค่า ได้แก่ (1) สถานการณ์ประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ และ (2) สถานการณ์ประมูลจำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล แล้วจึงวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณทำนองเดียวกับการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่หนึ่ง ทำให้ได้สมการความถดถอยสองสมการ หลังจากนั้นจึงตรวจสอบความเหมือน และความต่างของทั้งสองสมการ แล้วจึงสรุป พร้อมอภิปรายผลการวิจัย ตัวแบบสำหรับการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่สองสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 3.6



รูปที่ 3.6 ตัวแบบสำหรับสถานการณ์การประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ และที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่สาม จะกระทำคล้ายการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่สอง แต่ใช้ตัวแปรต้น คือ ตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาเป็นเกณฑ์โดยจำแนกกลุ่มตามค่าของตัวแปรสองค่า คือ (1) สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล และ (2) สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูลแทน ตัวแบบสำหรับการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่สามสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 3.7



รูปที่ 3.7 ตัวแบบสำหรับสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล และที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ความนำ

บทนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลที่ปรากฏบนเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ในส่วนของประกาศการประมูลสินค้า เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการวิเคราะห์ผลของ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และ (5) มูลค่าจัดส่งสินค้า ต่อราคาปิดการประมูล และเปรียบเทียบผลกระทบของตัวแปรดังกล่าวต่อราคาปิดการประมูลระหว่างสถานการณ์ที่ต่างกัน (6) ตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และ (7) ตัวแปรการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา นอกจากนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แบบสืบเสาะ (Explore) เพิ่มเติมเกี่ยวกับรายได้เจ้าของเว็บไซต์ด้วย

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมชื่อ www.bidryder.com เปิดให้บริการมากกว่าสองปี โดยเก็บข้อมูลธุรกรรมของการประมูลของสินค้าสองประเภทได้แก่ (1) กระเป๋าสำหรับสินค้าประเภทแฟชั่นหรือเครื่องแต่งกาย และ (2) โทรศัพท์สำหรับสินค้าประเภทไอที ภายในเวลาสามเดือน ในบทนี้จะประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

4.2 ลักษณะสำคัญของตัวอย่างธุรกรรมในงานนี้

หลังจากผู้วิจัยนำเสนอขั้นตอนการเก็บข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อบันทึกข้อมูลตัวแปรที่ใช้ศึกษา และโปรแกรมจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์สำหรับตอบวัตถุประสงค์การวิจัยตามที่ได้ระบุไว้ในบทที่สาม ผู้วิจัยสามารถเก็บตัวอย่างธุรกรรมการประมูลได้ทั้งสิ้นจำนวน 268 ธุรกรรม โดยเริ่มเก็บตัวอย่างข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 จากนั้นจึงตรวจสอบข้อมูลและพิจารณาค่าผิดปกติ (Outlier) ของตัวอย่างธุรกรรมด้วยวิธีการหาพิสัยควอไทล์ (Interquartile range หรือ IQR) ทั้งนี้ผู้วิจัยพบค่าสูงผิดปกติจำนวน 14 ธุรกรรม แต่ไม่มีค่าต่ำผิดปกติจึงได้พิจารณาตัดออกจนเหลือตัวอย่างจำนวน 254 ธุรกรรม ตารางที่ 4.1 ได้แสดงความถี่ของธุรกรรมจำแนกตามประเภทสินค้า และสถานการณ์การประมูลของตัวอย่างข้อมูล พบว่า (1) การจำแนกตัวอย่างข้อมูลตามประเภทสินค้าสองประเภทมีจำนวนใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ธุรกรรมของการประมูลบนสินค้าประเภทกระเป๋าที่มีจำนวน 124 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 48.8 และธุรกรรมของการประมูลบนสินค้าประเภทโทรศัพท์นั้นมีจำนวน 130 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 51.2 (2) การ

จำแนกตัวอย่างข้อมูลตามการจำกัดผู้ประมุข พบว่า ธุรกรรมของการประมุขเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมุข (ผู้ประมุขทุกรายสามารถเข้าร่วมได้) มีจำนวน 169 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 66.5 มากกว่าธุรกรรมของการประมุขเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมุข (จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยขณะการประมุข) มีจำนวน 85 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 33.5 และ (3) การจำแนกตัวอย่างข้อมูลตามการประกาศคืนสิทธิเสนาอราคมี่จำนวนใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ธุรกรรมของการประมุขเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนาอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมุขมีจำนวน 113 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 44.5 และ ธุรกรรมของการประมุขเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนาอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมุขมีจำนวน 141 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 55.5

ตารางที่ 4.1 ความถี่จำแนกตามประเภทสินค้า และสถานการณ์การประมุขที่ต่างกัน

การจำแนกตัวอย่างข้อมูล		ความถี่ (ธุรกรรม)	ร้อยละ
ประเภทสินค้า	กระเป่า	124	48.8
	โทรศัพท์	130	51.2
การจำกัดผู้ประมุข	สถานการณ์ที่ผู้ประมุขทุกรายสามารถเข้าร่วมได้	169	66.5
	สถานการณ์ที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยขณะการประมุข	85	33.5
การประกาศคืนสิทธิเสนาอราคา	สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนาอราคา	113	44.5
	สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนาอราคา	141	55.5
รวม		254	100

เมื่อจำแนกตัวอย่างธุรกรรมด้วยตัวแปรการจำกัดผู้ประมุข และตัวแปรการประกาศคืนสิทธิเสนาอราคา และจำแนกย่อยตามประเภทสินค้านี้ดังตารางที่ 4.2 พบว่าความถี่ของตัวอย่างธุรกรรมจำแนกตามตัวแปรการจำกัดผู้ประมุข สินค้าประเภทกระเป่ามีจำนวนน้อยกว่าสินค้าประเภทโทรศัพท์ในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมุข แต่มีจำนวนมากกว่าในสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมุข ในขณะที่ความถี่ของตัวอย่างธุรกรรมจำแนกตามตัวแปรการประกาศคืนสิทธิเสนาอราคา สินค้าประเภทกระเป่ามีจำนวนธุรกรรมมากกว่าสินค้าประเภทโทรศัพท์ในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนาอราคา แต่มีจำนวนน้อยกว่าในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนาอราคา

ตารางที่ 4.2 ความถี่จำแนกตามประเภทสินค้า ในตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล และตัวแปรการประกาศคินสิทธิเสนอราคา

การจำแนกตัวอย่างธุรกรรมตามประเภทสินค้าในการจำกัดผู้ประมูล		ความถี่ (ธุรกรรม)	ร้อยละ
สถานการณ์ที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ (ไม่จำกัดผู้ประมูล)	กระเป่า	72	42.6
	โทรศัพท์	97	57.4
	รวม	169	100
สถานการณ์ที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล (จำกัดผู้ประมูล)	กระเป่า	52	61.2
	โทรศัพท์	33	38.8
	รวม	85	100
การจำแนกตัวอย่างธุรกรรมตามประเภทสินค้าในการประกาศคินสิทธิเสนอราคา		ความถี่ (ธุรกรรม)	ร้อยละ
สถานการณ์ที่ประกาศคินสิทธิเสนอราคา	กระเป่า	70	61.9
	โทรศัพท์	43	38.1
	รวม	113	100
สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคินสิทธิเสนอราคา	กระเป่า	54	38.3
	โทรศัพท์	87	61.7
	รวม	141	100

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุดของตัวแปรที่ต้องการศึกษา นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามประเภทของสินค้า และสถานการณ์การประมูลทั้งสองสถานการณ์ โดยแสดงไว้ในตารางที่ 4.3 ถึงตารางที่ 4.10 ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระยะเวลาของการประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคา และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง โดยการประมูลหนึ่งธุรกรรมใช้เวลาโดยเฉลี่ย 1,049.64 นาที หรือประมาณ 17.49 ชั่วโมง จำนวนผู้ร่วมประมูลโดยเฉลี่ยต่อหนึ่งธุรกรรมมีจำนวน 2.83 หนึ่งธุรกรรมการประมูลมีมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลโดยเฉลี่ย 92,724.29 บาท และมูลค่าจัดส่งสินค้าโดยเฉลี่ย 146.02 บาท ราคาปิดการประมูลโดยเฉลี่ย 1,437.89 บาท ในขณะที่รายได้เจ้าของเว็บไซต์มีค่าโดยเฉลี่ยติดลบ ซึ่งถึงความเป็นไปได้ที่ตัวอย่างข้อมูลเป็นธุรกรรมการประมูลที่ไม่สามารถทำรายได้ให้แก่เจ้าของเว็บไซต์ได้

ตารางที่ 4.3 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรศึกษา (n = 254)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
จำนวนผู้ร่วมประมูล (คน)	2.83	0.84	1.00	6.00
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	5,751.57	6,508.80	1.00	30,767.00
ระยะเวลาของการประมูล (นาที)	1,049.64	1,134.34	0.23	5,855.05
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล (บาท)	92,724.29	75,692.19	5,900.00	260,000.00
มูลค่าจัดส่งสินค้า (บาท)	146.02	45.89	60.00	200.00
ราคาปิดการประมูล (บาท)	1,437.89	1,627.20	0.25	7,691.75
รายได้เจ้าของเว็บไซต์ (บาท)	-49,190.87	73,981.72	-256,215.85	90,850.50

เมื่อจำแนกตามสินค้าสองประเภทในตารางที่ 4.4 พบว่า ธุรกรรมของกระเป่ามีระยะเวลาของการประมูลโดยเฉลี่ย 1,146.93 นาที หรือ 19.16 ชั่วโมง มากกว่าธุรกรรมของโทรทัศน์ที่มีระยะเวลาของการประมูลโดยเฉลี่ย 956.84 หรือ 15.95 ชั่วโมง กระเป่าและโทรทัศน์มีจำนวนผู้ร่วมประมูลเฉลี่ยต่อหนึ่งธุรกรรมไม่แตกต่างกันมากนัก มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลของกระเป่าสูงกว่าโทรทัศน์ แต่มูลค่าจัดส่งสินค้าโทรทัศน์กลับสูงกว่ากระเป่า และนอกจากนี้ยังพบว่าราคาปิดของกระเป่าสูงมากกว่าโทรทัศน์ หากแต่รายได้เจ้าของเว็บไซต์ของสินค้าทั้งสองประเภทมีค่าโดยเฉลี่ยติดลบซึ่งถึงความเป็นไปได้ที่สินค้าทั้งสองประเภทไม่สามารถทำรายได้ให้เจ้าของเว็บไซต์ได้

ตารางที่ 4.4 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล (คน)	จำนวน ครั้งการ เสนอราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล (นาที)	มูลค่าสินค้า ที่ถูกนำมา ประมูล (บาท)	มูลค่า จัดส่ง สินค้า (บาท)	ราคาปิด การ ประมูล (บาท)	รายได้ เจ้าของ เว็บไซต์ (บาท)
กระเป่า (n = 124)	ค่าเฉลี่ย	2.84	6,471.04	1,146.93	107,591.94	117.42	1,617.76	-57,798.65
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.81	6,063.91	1,156.36	67,615.37	25.66	1,515.98	74,557.24
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	5,900.00	60.00	0.25	-256,215.85
	ค่าสูงสุด	6.00	30,767.00	5,855.05	260,000.00	150.00	7,691.75	56,959.50
โทรทัศน์ (n = 130)	ค่าเฉลี่ย	2.82	5,065.30	956.84	78,542.85	173.31	1,266.33	-40,980.37
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.87	6,859.60	1,109.42	80,387.83	44.35	1,714.90	72,767.13
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	7,750.00	60.00	0.25	-225,103.00
	ค่าสูงสุด	5.00	30,681.00	4,602.08	229,900.00	200.00	7,670.25	90,850.50

ค่าสถิติเบื้องต้นเมื่อจำแนกตามการจำกัดผู้ประมูลในตารางที่ 4.5 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าจัดส่งสินค้า และราคาปิดการประมูลไม่แตกต่างกัน แต่ค่าเฉลี่ยของมูลค่าสินค้าที่ถูกลำนำประมูลของการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูลมีค่าโดยเฉลี่ย 129,238.12 บาท มากกว่าค่าเฉลี่ยของการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูลมีค่าโดยเฉลี่ย 74,359.35 บาท ซึ่งให้เห็นว่าสินค้าที่ถูกลำนำประมูลในการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูลสินค้าส่วนใหญ่ทำให้เจ้าของเว็บไซต์ขาดทุนสูงกว่าการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูล

ตารางที่ 4.5 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามการจำกัดผู้ประมูล

การจำกัดผู้ประมูล		จำนวนผู้ร่วมประมูล (คน)	จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	ระยะเวลาของการประมูล (นาที)	มูลค่าสินค้าที่ถูกลำนำประมูล (บาท)	มูลค่าจัดส่งสินค้า (บาท)	ราคาปิดการประมูล (บาท)	รายได้เจ้าของเว็บไซต์ (บาท)
ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ (n = 169)	ค่าเฉลี่ย	2.83	5,645.48	1,020.04	74,359.35	144.62	1,411.37	-34,313.36
	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.85	6,329.48	1,145.43	68,748.30	47.06	1,582.37	60,273.26
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	5,900.00	60.00	0.25	-224,910.55
	ค่าสูงสุด	6.00	30,767.00	5,855.05	260,000.00	200.00	7,691.75	90,850.50
จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล (n = 85)	ค่าเฉลี่ย	2.81	5,962.49	1,108.49	129,238.12	148.82	1,490.62	-78,770.856
	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.82	6,885.16	1,116.34	75,998.56	43.63	1,721.29	88,817.80
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	14,500.00	100.00	0.25	-256,215.85
	ค่าสูงสุด	5.00	30,681.00	4,602.08	260,000.00	200.00	7,670.25	85,213.25

CHULALONGKORN UNIVERSITY

เมื่อจำแนกตัวอย่างสุกรมด้วยตัวแปรการจำกัดผู้ประมูลที่มีสองสถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูล และสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูล และจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าดังตารางที่ 4.6 และ 4.7 การวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคา ระยะเวลาประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำนำประมูล และราคาปิดการประมูลของสินค้าประเภทกระเป่ามีค่าเฉลี่ยสูงมากกว่าโทรทัศน์ในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูล แต่ค่าเฉลี่ยของห้าตัวแปรนี้ของสินค้าประเภทกระเป่าจะน้อยกว่าโทรทัศน์ในสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูล ส่วนค่าเฉลี่ยของมูลค่าจัดส่งสินค้าของกระเป่ามีค่าน้อยกว่าโทรทัศน์ทั้งสองสถานการณ์ ในขณะที่การประมูลกระเป่าในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูลทำให้เจ้าของเว็บไซต์ขาดทุนสูงกว่า

การประมูลโทรทัศน์ แต่การประมูลโทรทัศน์ในสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูลกลับทำให้เจ้าของเว็บไซต์ขาดทุนสูงกว่า

ตารางที่ 4.6 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูล

ประเภทสินค้า ในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ ประมูล		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล (คน)	จำนวน ครั้งการ เสนอราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล (นาที)	มูลค่าสินค้า ที่ถูกนำมา ประมูล (บาท)	มูลค่า จัดส่ง สินค้า (บาท)	ราคาปิด การ ประมูล (บาท)	รายได้ เจ้าของ เว็บไซต์ (บาท)
กระเป๋ (n = 72)	ค่าเฉลี่ย	2.90	7,022.61	1,261.39	97,170.83	116.11	1,755.65	-46,533.09
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.88	5,922.28	1,241.49	66,932.67	26.51	1,480.57	69,750.11
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	5,900.00	60.00	0.25	-224,910.55
	ค่าสูงสุด	6.00	30,767.00	5,855.05	260,000.00	150.00	7,691.75	26,273.00
โทรทัศน์ (n = 97)	ค่าเฉลี่ย	2.78	4,623.28	840.89	57,427.11	165.77	1,155.82	-25,243.05
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.83	6,456.88	1,039.22	65,404.86	47.89	1,614.22	50,638.58
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	7,750.00	60.00	0.25	-194,904.30
	ค่าสูงสุด	5.00	30,670.00	4,600.58	229,900.00	200.00	7,667.50	90,850.50

ตารางที่ 4.7 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่จำกัดผู้ร่วมประมูล

ประเภทสินค้า ในสถานการณ์ที่จำกัดผู้ ประมูล		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล (คน)	จำนวน ครั้งการ เสนอราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล (นาที)	มูลค่าสินค้า ที่ถูกนำมา ประมูล (บาท)	มูลค่า จัดส่ง สินค้า (บาท)	ราคาปิด การ ประมูล (บาท)	รายได้ เจ้าของ เว็บไซต์ (บาท)
กระเป๋ (n = 52)	ค่าเฉลี่ย	2.75	5,707.33	988.44	122,021.15	119.23	1,426.83	-73,397.11
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.71	6,231.46	1,017.41	66,511.33	24.56	1,557.86	78,779.87
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	38,000.00	100.00	0.25	-256,215.85
	ค่าสูงสุด	5.00	29,763.00	4,464.53	260,000.00	150.00	7,440.75	56,959.50
โทรทัศน์ (n = 33)	ค่าเฉลี่ย	2.91	6,364.58	1,297.67	140,610.30	195.45	1,591.14	-87,238.57
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.98	7,891.74	1,249.50	88,842.88	19.22	1,972.94	103,418.92
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	14,500.00	100.00	0.25	-225,103.00
	ค่าสูงสุด	5.00	30,681.00	4,602.08	229,900.00	200.00	7,670.25	85,213.25

ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่แสดงในตารางที่ 4.8 ที่จำแนกตามการประกาศคืนสิทธิเสนอราคา พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาของการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีค่าโดยเฉลี่ยมากกว่าการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาอย่างเห็นได้ชัด จากค่าสถิติที่มากกว่าของธุรกรรมการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาในหลายค่า อาจสรุปในข้างต้นได้ว่า ผู้ประมูลสนใจเข้าร่วมธุรกรรมการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาสูงกว่าธุรกรรมการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาได้ แต่สำหรับเจ้าของเว็บไซต์กลับขาดทุนในการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาสูงกว่าในการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ตารางที่ 4.8 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามการประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

การประกาศคืนสิทธิเสนอราคา		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล (คน)	จำนวน ครั้งการ เสนอราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล (นาที)	มูลค่าสินค้า ที่ถูกนำมา ประมูล (บาท)	มูลค่า จัดส่ง สินค้า (บาท)	ราคาปิด การ ประมูล (บาท)	รายได้ เจ้าของ เว็บไซต์ (บาท)
ประกาศคืน สิทธิเสนอราคา (n = 113)	ค่าเฉลี่ย	3.13	9,099.37	1,552.22	145,831.86	152.65	2,274.84	-89,401.11
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.82	7,119.17	1,202.23	69,141.10	41.64	1,779.79	85,242.61
	ค่าต่ำสุด	2.00	153.00	22.08	8,790.00	100.00	38.25	-256,215.85
	ค่าสูงสุด	6.00	30,767.00	5,855.05	260,000.00	200.00	7,691.75	21,148.50
ไม่ประกาศคืน สิทธิเสนอราคา (n = 141)	ค่าเฉลี่ย	2.58	3,068.57	646.86	50,162.91	140.71	767.14	-16,965.64
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.78	4,440.32	895.40	49,278.77	48.53	1,110.08	41,557.92
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	5,900.00	60.00	0.25	-215,691.00
	ค่าสูงสุด	5.00	30,681.00	5,233.00	240,000.00	200.00	7,670.25	90,850.50

เมื่อจำแนกตัวอย่างธุรกรรมด้วยตัวแปรการประกาศคืนสิทธิเสนอราคาที่มีสองสถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา และสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา และจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าดังตารางที่ 4.9 และ 4.10 การวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลของสินค้าประเภทกระเป๋ามีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าโทรทัศน์ทั้งสองสถานการณ์ ในขณะที่จำนวนครั้งการเสนอราคา ระยะเวลาประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และราคาปิดการประมูลของสินค้าประเภทกระเป๋ามีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าโทรทัศน์ในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่ค่าเฉลี่ยสี่ตัวแปรนี้ของสินค้าประเภทกระเป๋ากลับสูงกว่าโทรทัศน์ในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา ส่วนค่าเฉลี่ยของมูลค่าจัดส่งสินค้าของกระเป๋ามีค่าน้อยกว่าโทรทัศน์ทั้งสอง

สถานการณ์ ในขณะที่การประมูลกระเป่าในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาทำให้เจ้าของเว็บไซต์ขาดทุนน้อยกว่าการประมูลโทรทัศน์ แต่ในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคากลับทำให้เจ้าของเว็บไซต์ขาดทุนสูงกว่า

ตารางที่ 4.9 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ประเภทสินค้า ในสถานการณ์ที่ประกาศคืน สิทธิเสนอราคา		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล (คน)	จำนวน ครั้งการ เสนอราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล (นาที)	มูลค่าสินค้า ที่ถูกนำมา ประมูล (บาท)	มูลค่า จัดตั้ง สินค้า (บาท)	ราคาปิด การ ประมูล (บาท)	รายได้ เจ้าของ เว็บไซต์ (บาท)
กระเป่า (n = 70)	ค่าเฉลี่ย	3.09	8,418.60	1,469.77	137,141.43	125.00	2,104.65	-84,961.86
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.83	6,683.75	1,221.56	66,245.56	25.18	1,670.94	81,638.98
	ค่าต่ำสุด	2.00	1,444.00	216.57	41,000.00	100.00	361.00	-256,215.85
	ค่าสูงสุด	6.00	30,767.00	5,855.05	260,000.00	150.00	7,691.75	21,148.50
โทรทัศน์ (n = 43)	ค่าเฉลี่ย	3.21	10,207.60	1,686.43	159,979.07	197.67	2,551.90	-96,627.79
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.80	7,728.73	1,171.76	72,163.42	15.25	1,932.18	91,328.95
	ค่าต่ำสุด	2.00	153.00	22.08	8,790.00	100.00	38.25	-225,103.00
	ค่าสูงสุด	5.00	30,670.00	4,600.58	229,900.00	200.00	7,667.50	20,512.95

ตารางที่ 4.10 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ประเภทสินค้า ในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศ คืนสิทธิเสนอราคา		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล (คน)	จำนวน ครั้งการ เสนอราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล (นาที)	มูลค่าสินค้า ที่ถูกนำมา ประมูล (บาท)	มูลค่า จัดตั้ง สินค้า (บาท)	ราคาปิด การ ประมูล (บาท)	รายได้ เจ้าของ เว็บไซต์ (บาท)
กระเป่า (n = 54)	ค่าเฉลี่ย	2.52	3,946.43	728.42	69,287.04	107.59	986.61	-22,587.08
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.67	3,959.08	918.93	47,419.62	22.98	989.77	44,562.77
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	5,900.00	60.00	0.25	-190,730.00
	ค่าสูงสุด	4.00	17,526.00	5,233.00	240,000.00	150.00	4,381.50	56,959.50
โทรทัศน์ (n = 87)	ค่าเฉลี่ย	2.62	2,523.70	596.24	38,292.76	161.26	630.93	-13,476.48
	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.84	4,653.23	882.04	46,853.41	48.91	1,163.31	39,439.88
	ค่าต่ำสุด	1.00	1.00	0.23	7,750.00	60.00	0.25	-215,691.00
	ค่าสูงสุด	5.00	30,681.00	4,602.08	229,900.00	200.00	7,670.25	90,850.50

4.4 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล

ก่อนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของตัวแปรที่ต้องการศึกษา เพื่อลดปัญหาการเกิดสภาพสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับค่อนข้างสูง รวมถึงการเกิดสภาพสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัวขึ้นไป (Multicollinearity)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรได้แสดงในตารางที่ 4.11 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่สูงที่สุด คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลกับตัวแปรราคาปิดการประมูลมีค่าเท่ากับ 1.000 หมายถึง สหสัมพันธ์อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล ผู้วิจัยจึงไม่ได้นำตัวแปรจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมาร่วมวิเคราะห์ด้วย ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่สูงรองลงมา คือ ระหว่างตัวแปรระยะเวลาของการประมูลและตัวแปรจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมีค่าเท่ากับ 0.828 มากกว่า 0.800 แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้นำตัวแปรจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมาร่วมวิเคราะห์จึงถือว่าไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ราคาปิดการประมูล โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบโดยค่า Tolerance และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรในการวิเคราะห์อีกครั้งเพื่อยืนยันว่าไม่มีปัญหาของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 4.11 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	จำนวนครั้ง การเสนอ ราคาประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล	มูลค่าสินค้า ที่ถูกนำมา ประมูล	มูลค่า จัดส่ง สินค้า	ราคาปิด การ ประมูล	รายได้ เจ้าของ เว็บไซต์
จำนวนผู้ร่วมประมูล	0.217 (0.000)	0.333 (0.000)	0.297 (0.000)	0.137 (0.029)	0.217 (0.000)	-0.207 (0.026)
จำนวนครั้งการเสนอ ราคาประมูล		0.828 (0.000)	0.522 (0.000)	0.140 (0.025)	1.000 (0.000)	-0.358 (0.000)
ระยะเวลาของการ ประมูล			0.420 (0.000)	0.108 (0.086)	0.88 (0.000)	-0.306 (0.000)
มูลค่าสินค้าที่ถูก นำมาประมูล				0.284 (0.000)	0.522 (0.000)	-0.647 (0.000)
มูลค่าจัดส่งสินค้า					0.140 (0.025)	-0.162 (0.010)
ราคาปิดการประมูล						-0.358 (0.000)

หมายเหตุ : ในแต่ละช่องประกอบด้วยสองค่า ค่าบนคือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และค่าล่างในวงเล็บคือ ค่า P-Value

4.4.1 การวิเคราะห์ผลต่อราคาปิดการประมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยโปรแกรม SPSS และคัดเลือกตัวแปรโดยใช้วิธีแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) ระยะเวลาของการประมูล (3) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และ (4) มูลค่าจัดส่งสินค้า ปรากฏในตารางที่ 4.12 ทั้งนี้ประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	377.483		1.578	0.116		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-208.010	-0.107	-3.033	0.003	0.856	1.168
ระยะเวลาของการประมูล	1.100	0.767	20.615	0.000	0.775	1.290
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.005	0.230	6.066	0.000	0.746	1.341
มูลค่าจัดส่งสินค้า	0.243	0.007	0.200	0.841	0.916	1.092

โดยที่ $R = 0.856$, $R^2 = 0.733$, Adjusted $R^2 = 0.729$, $F = 170.860$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 1.547

จากตารางที่ 4.12 พบว่า มีสามตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.856$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 72.90 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ (Constant) ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $Sig = 0.116$) จึงหมายความว่า ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสามค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.605 มากกว่า 1.5 บ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ความถดถอยมีค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละอันเป็นอิสระต่อกัน โดยค่า Durbin-Watson ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555) จึงสามารถยืนยันได้ว่าไม่มีปัญหาที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ประกอบกับการตรวจสอบโดยพิจารณาค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF ของตัวแปรมีค่าต่ำกว่า 4.0 ตามเกณฑ์ที่อ้างอิงใน Hair, Black, Babin และ Anderson (2010)

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสามต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลกระทบต่ำสุดต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม

4.4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลจำแนกตามประเภทสินค้า

ผู้วิจัยได้จำแนกชุดตัวอย่างข้อมูลออกเป็นสองชุดตามการจำแนกประเภทสินค้าสองประเภท คือสินค้าประเภทกระเป๋า และประเภทโทรทัศน์ โดยวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณทำนองเดียวกันกับการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.13 และ 4.14 และมีประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	562.336		1.188	0.237		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-195.667	-0.105	-1.903	0.060	0.912	1.097
ระยะเวลาของการประมูล	0.934	0.712	12.490	0.000	0.847	1.180
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	0.006	0.280	4.049	0.000	0.575	1.740
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-1.163	-0.020	-0.302	0.763	0.650	1.539

โดยที่ $R = 0.820$, $R^2 = 0.672$, Adjusted $R^2 = 0.661$, $F = 60.977$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 1.355

จากตารางที่ 4.13 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.820$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 66.10 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $Sig. = 0.237$) จึงหมายความว่า ในสินค้าประเภทกระเป๋า ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.355 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF ของตัวแปรมีค่าต่ำกว่า 4.0 จึงสามารถยืนยันได้ว่าการวิเคราะห์ความถดถอยมีค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	310.847		0.886	0.377		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-251.394	-0.127	-2.818	0.006	0.798	1.253
ระยะเวลาของการประมูล	1.303	0.843	17.530	0.000	0.707	1.415
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	0.004	0.165	3.178	0.002	0.608	1.645
มูลค่าจัดส่งสินค้า	0.811	0.021	0.451	0.653	0.753	1.328

โดยที่ $R = 0.892$, $R^2 = 0.796$, Adjusted $R^2 = 0.789$, $F = 121.784$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 1.706

การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ตามตารางที่ 4.14 พบว่า มีสามตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.892$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 78.90 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.377) จึงหมายความว่า ในสินค้าประเภทโทรทัศน์ ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสามค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.706 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF ของตัวแปรมีค่าต่ำกว่า 4.0 จึงสามารถยืนยันได้ว่าการวิเคราะห์ความถดถอยมีค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสามต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลกระทบต่ำสุดต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม

4.5 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลของตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล

การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดของตัวแปรการจำกัดผู้ประมูล ผู้วิจัยจะกระทำในลักษณะเดียวกันกับการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทสินค้า หากแต่แตกต่างกันในส่วนของการจำแนก ผู้วิจัยได้จำแนกชุดตัวอย่างข้อมูลโดยใช้ตัวแปรการจำกัดผู้ประมูลเป็นเกณฑ์ ได้แก่ (1) สถานการณ์ที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ที่มีจำนวน 169 ธุรกิจ และ (2) สถานการณ์จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลที่มีจำนวน 85 ธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.15 และ 4.16 นอกจากนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลของทั้งสองสถานการณ์โดยจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าทั้งสองประเภทด้วย ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.17 ถึง 4.20 มีประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-168.147		-0.639	0.523		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-49.467	-0.027	-0.658	0.512	0.840	1.190
ระยะเวลาของการประมูล	0.890	0.644	13.808	0.000	0.630	1.588
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.008	0.339	7.361	0.000	0.648	1.544
มูลค่าจัดส่งสินค้า	1.604	0.048	1.245	0.215	0.934	1.070

โดยที่ $R = 0.880$, $R^2 = 0.775$, Adjusted $R^2 = 0.770$, $F = 141.343$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.636

จากตารางที่ 4.15 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.880$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 77.00 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.523) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.636 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1313.643		3.087	0.003		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-513.065	-0.246	-4.094	0.000	0.829	1.206
ระยะเวลาของการประมูล	1.292	0.838	14.834	0.000	0.935	1.069
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.006	0.243	3.887	0.000	0.764	1.309
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-3.515	-0.089	-1.519	0.133	0.867	1.153

โดยที่ $R = 0.873$, $R^2 = 0.761$, Adjusted $R^2 = 0.750$, $F = 63.873$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.283

จากตารางที่ 4.16 พบว่า มีสามตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.873$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 75.00

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.283 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสามต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่าระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลกระทบต่ำสุดต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.15 และ 4.16 จะเห็นว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลในกรณีที่สถานการณ์ที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล แต่ในกรณีที่สถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้ร่วมประมูลหรือผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ตัวแปรนี้จะไม่มีความสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลระหว่างสองสถานการณ์นี้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	533.773		0.860	0.393		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-103.672	-0.061	-0.816	0.418	0.882	1.133
ระยะเวลาของการประมูล	0.700	0.587	7.309	0.000	0.771	1.298
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	0.009	0.411	4.387	0.000	0.566	1.766
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-2.108	-0.038	-0.437	0.663	0.668	1.497

โดยที่ $R = 0.816$, $R^2 = 0.667$, Adjusted $R^2 = 0.647$, $F = 33.481$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.579

จากตารางที่ 4.17 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.816$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 64.70 กระนั้น ผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig =

0.393) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.579 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรซึ่งว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่าระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-293.167		-0.998	0.321		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-68.833	-0.035	-0.825	0.412	0.780	1.281
ระยะเวลาของการประมูล	1.171	0.754	14.281	0.000	0.518	1.930
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	0.006	0.235	4.354	0.000	0.495	2.019
มูลค่าจัดส่งสินค้า	1.944	0.058	1.314	0.192	0.751	1.332

โดยที่ $R = 0.931$, $R^2 = 0.867$, Adjusted $R^2 = 0.861$, $F = 150.036$, $Sig. = 0.002$, Durbin-Watson = 1.861

จากตารางที่ 4.18 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เมื่อสถานการณ์ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.931$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 86.10 กระนั้น ผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $Sig = 0.321$) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.861 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรซึ่งว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่าระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.17 และ 4.18 จะเห็นว่า คือ ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์ และโทรศัพท์ในกรณีที่สถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้) จึงสามารถอธิบายได้ว่า ในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล การประมูลสินค้าทั้งสองประเภทไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	281.881		0.429	0.670		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-359.063	-0.164	-2.221	0.031	0.890	1.123
ระยะเวลาของการประมูล	1.267	0.828	11.214	0.000	0.888	1.126
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.004	0.160	1.689	0.098	0.536	1.865
มูลค่าจัดส่งสินค้า	3.532	0.056	0.610	0.545	0.580	1.725

โดยที่ $R = 0.879$, $R^2 = 0.773$, Adjusted $R^2 = 0.753$, $F = 39.915$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.570

จากตารางที่ 4.19 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล และระยะเวลาของการประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.879$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 75.30 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.670) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.570 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน และจำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลกระทบต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศนเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	5,008.014		2.456	0.021		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-618.289	-0.307	-3.001	0.006	0.709	1.410
ระยะเวลาของการประมูล	1.236	0.783	7.614	0.000	0.703	1.422
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	0.007	0.321	3.212	0.003	0.745	1.342
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-21.605	-0.210	-2.006	0.055	0.675	1.482

โดยที่ $R = 0.890$, $R^2 = 0.792$, Adjusted $R^2 = 0.762$, $F = 26.660$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.775

จากตารางที่ 4.20 พบว่า มีสามตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศนเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.890$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้อย่างร้อยละ 76.20

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.775 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสามต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลกระทบต่ำสุดต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.19 และ 4.20 จะเห็นว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศนเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล แต่ในกรณีสินค้าประเภทกระเป๋าในสถานการณ์แบบเดียวกันตัวแปรนี้จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทในสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

4.6 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคินสิทธิเสนอราคาของตัวแปรการประกาศคินสิทธิเสนอราคา

การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคินสิทธิเสนอราคาจะกระทำในลักษณะเดียวกันกับสองการวิเคราะห์ที่ผ่านมา หากแต่ผู้วิจัยได้จำแนกชุดตัวอย่างข้อมูลโดยใช้ตัวแปรการประกาศคินสิทธิเสนอราคาเป็นเกณฑ์ ได้แก่ (1) สถานการณ์ที่ประกาศคินสิทธิการเสนอราคาที่มีจำนวน 113 ธุรกิจ และ (2) สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคินสิทธิการเสนอราคาที่มีจำนวน 141 ธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.21 และ 4.22 นอกจากนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลของทั้งสองสถานการณ์โดยจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าทั้งสองประเภทด้วย ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.23 ถึง 4.26 มีประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคินสิทธิเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	391.345		0.867	0.388		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-307.391	-0.141	-2.806	0.006	0.950	1.052
ระยะเวลาของการประมูล	1.230	0.831	16.349	0.000	0.934	1.071
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.003	0.130	2.370	0.020	0.807	1.238
มูลค่าจัดส่งสินค้า	2.953	0.069	1.294	0.198	0.846	1.182

โดยที่ $R = 0.860$, $R^2 = 0.740$, Adjusted $R^2 = 0.730$, $F = 76.673$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.892

จากตารางที่ 4.21 พบว่า มีสามตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคินสิทธิเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.860$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 73.00 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.388) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ประกาศคินสิทธิเสนอราคา ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสามค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.892 ประกอบกับการพิจารณา Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสามต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่าระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลกระทบต่ำสุดต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	391.650		1.434	0.154		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-114.423	-0.080	-1.353	0.178	0.904	1.106
ระยะเวลาของการประมูล	0.858	0.692	11.304	0.000	0.842	1.188
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	0.005	0.207	3.495	0.001	0.900	1.112
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-0.842	-0.037	-0.644	0.521	0.968	1.033

โดยที่ $R = 0.755$, $R^2 = 0.570$, Adjusted $R^2 = 0.558$, $F = 45.137$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.960

จากตารางที่ 4.22 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.755$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 55.80 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.154) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.960 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่าระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.21 และ 4.22 จะเห็นว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลในกรณีที่สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่ในกรณีที่สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาตัวแปรนี้จะไม่มีความสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลระหว่างสองสถานการณ์นี้

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	384.476		0.478	0.634		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-271.634	-0.135	-1.835	0.071	0.992	1.008
ระยะเวลาของการประมูล	1.048	0.766	9.863	0.000	0.888	1.126
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.004	0.158	1.691	0.096	0.614	1.629
มูลค่าจัดส่งสินค้า	3.778	0.057	0.611	0.543	0.617	1.621

โดยที่ $R = 0.807$, $R^2 = 0.650$, Adjusted $R^2 = 0.630$, $F = 30.433$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.725

จากตารางที่ 4.23 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.807$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 63.00 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.634) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับระยะเวลาของการประมูลค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.725 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เปรียบเทียบประสิทธิภาพของตัวแปรระยะเวลาของการประมูลต่อราคาปิดการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกันกับราคาปิดการประมูล

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	893.814		0.707	0.484		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-484.283	-0.201	-3.714	0.001	0.814	1.228
ระยะเวลาของการประมูล	1.618	0.981	18.464	0.000	0.848	1.180
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.002	0.087	1.599	0.118	0.818	1.223
มูลค่าจัดส่งสินค้า	0.569	0.004	0.085	0.933	0.862	1.160

โดยที่ $R = 0.953$, $R^2 = 0.909$, Adjusted $R^2 = 0.899$, $F = 94.897$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 2.027

จากตารางที่ 4.24 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภท โทรศัพท์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล และระยะเวลาของการประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.953$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 89.90 กระนั้น ผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.484) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.027 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน และจำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลกระทบต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.23 และ 4.24 จะเห็นว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่ในกรณีสินค้าประเภทโทรศัพท์ในสถานการณ์แบบเดียวกันตัวแปรนี้จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	142.361		0.227	0.821		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-30.405	-0.020	-0.209	0.835	0.809	1.236
ระยะเวลาของการประมูล	0.614	0.570	5.366	0.000	0.685	1.461
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	0.008	0.396	3.945	0.000	0.769	1.300
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-0.916	-0.021	-0.203	0.840	0.706	1.417

โดยที่ $R = 0.788$, $R^2 = 0.621$, Adjusted $R^2 = 0.590$, $F = 20.083$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.772

จากตารางที่ 4.25 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภท กระเป่าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.788$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 59.00 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.821) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าประเภทกระเป่าที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.772 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรทั้งสองต่อราคาปิดการประมูล จะพบว่า ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	255.943		0.677	0.500		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-151.665	-0.109	-1.438	0.154	0.906	1.104
ระยะเวลาของการประมูล	0.996	0.755	9.763	0.000	0.875	1.142
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	0.002	0.081	0.989	0.326	0.781	1.280
มูลค่าจัดส่งสินค้า	0.630	0.027	0.330	0.742	0.810	1.234

โดยที่ $R = 0.755$, $R^2 = 0.571$, Adjusted $R^2 = 0.501$, $F = 27.239$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.677

จากตารางที่ 4.26 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาของการประมูล โดยมีค่าความสัมพันธ์ของการพยากรณ์อยู่ในระดับที่สูง ($R = 0.755$) และสามารถอธิบายความผันแปรของราคาปิดประมูลรวมกันได้ร้อยละ 50.10 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.500) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับระยะเวลาของการประมูลค่อนข้างมาก

ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.677 ประกอบกับการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรบ่งชี้ว่าการวิเคราะห์ไม่มีปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง

เมื่อใช้ค่า Beta เปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรระยะเวลาของการประมูลต่อราคาปิดการประมูลมีผลกระทบสูงสุดในทิศทางเดียวกันกับราคาปิดการประมูล

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.25 และ 4.26 จะเห็นว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป่าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่ในกรณีสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือในสถานการณ์แบบเดียวกันตัวแปรนี้จะไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

4.7 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แบบสืบเสาะ (Explore) เกี่ยวกับรายได้เจ้าของเว็บไซต์ด้วยตัวแปรต้นทั้งห้าตัวที่ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล โดยวิเคราะห์ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยโปรแกรม SPSS และคัดเลือกตัวแปรโดยใช้วิธีแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมดเช่นเดียวกับการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล จากนั้นจะทำการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทสินค้า การจำกัดผู้ประมูล และการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันในตารางที่ 4.11 (คอลัมน์ขวาสุด) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งห้าและตัวแปรรายได้เจ้าของเว็บไซต์มีทิศทางตรงกันข้ามและไม่เกิดความความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ ผู้วิจัยจึงสามารถนำตัวแปรทั้งห้าตัวร่วมการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณได้

4.7.1 ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) จำนวนผู้ร่วมประมูล (2) จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล (3) ระยะเวลาของการประมูล (4) มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และ (5) มูลค่าจัดส่งสินค้าต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ ปรากฏในตารางที่ 4.27 ทั้งนี้ประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	7,235.991		0.449	0.654		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-580.076	-0.007	-0.124	0.902	0.826	1.211
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	0.203	0.018	0.191	0.849	0.267	3.745
ระยะเวลาของการประมูล	-3.437	-0.053	-0.584	0.560	0.286	3.491
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	-0.625	-0.639	-10.672	0.000	0.650	1.539
มูลค่าจัดส่งสินค้า	38.382	0.024	0.472	0.638	0.916	1.092

โดยที่ $R = 0.649$, $R^2 = 0.421$, Adjusted $R^2 = 0.410$, $F = 36.105$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 0.867

จากตารางที่ 4.27 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และสามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 41.00 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $Sig. = 0.654$) จึงหมายความว่า รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลค่อนข้างมาก

4.7.2 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์จำแนกตามประเภทสินค้า

ผู้วิจัยได้จำแนกชุดตัวอย่างข้อมูลออกเป็นสองชุดตามการจำแนกประเภทสินค้าสองประเภทคือสินค้าประเภทกระเป๋า และประเภทโทรทัศน์ โดยวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณทำนองเดียวกับการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.28 และ 4.29 และมีประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-7,048.857		-0.216	0.829		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	1586.883	0.017	0.222	0.825	0.885	1.130
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	0.148	0.012	0.095	0.925	0.328	3.050
ระยะเวลาของการประมูล	-5.093	-0.079	-0.654	0.514	0.367	2.728
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	-0.689	-0.624	-6.067	0.000	0.505	1.979
มูลค่าจัดส่งสินค้า	201.884	0.069	0.765	0.446	0.649	1.540

โดยที่ $R = 0.607$, $R^2 = 0.369$, Adjusted $R^2 = 0.342$, $F = 13.779$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 0.733

จากตารางที่ 4.28 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และสามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 34.20 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.829) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	4,392.270		0.181	0.857		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-3180.828	-0.038	-0.502	0.617	0.751	1.332
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-0.028	-0.003	-0.018	0.986	0.204	4.897
ระยะเวลาของการประมูล	0.327	0.005	0.034	0.973	0.204	4.894
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	-0.625	-0.690	-7.890	0.000	0.563	1.778
มูลค่าจัดส่งสินค้า	72.025	0.044	0.580	0.563	0.752	1.330

โดยที่ $R = 0.683$, $R^2 = 0.466$, Adjusted $R^2 = 0.445$, $F = 21.661$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.185

จากตารางที่ 4.29 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และสามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 44.50 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.857) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์ รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลค่อนข้างมาก

4.7.3 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

ผู้วิจัยได้แยกชุดตัวอย่างข้อมูลออกเป็นสองชุดโดยใช้ตัวแปรการจำกัดผู้ประมูลเป็นเกณฑ์ ได้แก่ (1) สถานการณ์การประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ที่มีจำนวน 169 ชุดกรรม และ (2) สถานการณ์การประมูลจำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลที่มีจำนวน 85 ชุดกรรม โดยวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณทำนองเดียวกับการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์โดยจำแนกตามประเภทสินค้า ทำให้ได้สมการความถดถอยสองสมการ ผลการ

วิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.30 และ 4.31 นอกจากนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของทั้งสองสถานการณ์โดยจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าทั้งสองประเภทด้วย ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.32 ถึง 4.35 มีประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-21,342.509		-1.315	0.190		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	8,463.052	0.119	1.823	0.070	0.838	1.193
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-0.804	-0.084	-0.668	0.505	0.225	4.447
ระยะเวลาของการประมูล	-9.557	-0.182	-1.635	0.104	0.291	3.435
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.435	-0.496	-5.771	0.000	0.487	2.055
มูลค่าจัดส่งสินค้า	66.752	0.052	0.836	0.404	0.925	1.081

โดยที่ $R = 0.644$, $R^2 = 0.414$, Adjusted $R^2 = 0.397$, $F = 23.077$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 0.820

จากตารางที่ 4.30 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และสามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 39.70 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.190) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	71,208.445		1.970	0.052		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	24,057.908	0.223	2.174	0.033	0.686	1.458
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-2.836	-0.220	-1.264	0.210	0.239	4.192
ระยะเวลาของการประมูล	19.617	0.247	1.449	0.151	0.249	4.011
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.606	-0.518	-4.888	0.000	0.643	1.556
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-59.844	-0.029	-0.318	0.752	0.843	1.187

โดยที่ $R = 0.655$, $R^2 = 0.429$, Adjusted $R^2 = 0.393$, $F = 11.895$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 0.561

จากตารางที่ 4.31 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 39.30 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.052) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.30 และ 4.31 จะเห็นว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ในกรณีสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล แต่ในกรณีสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลตัวแปรนี้จะไม่มีความสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลระหว่างสองสถานการณ์นี้

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-68,278.811		-1.810	0.075		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	16,908.963	0.212	2.190	0.052	0.874	1.145
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	0.095	0.008	0.051	0.959	0.333	2.999
ระยะเวลาของการประมูล	-12.485	-0.222	-1.608	0.113	0.429	2.332
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.707	-0.679	-4.973	0.000	0.440	2.273
มูลค่าจัดส่งสินค้า	486.257	0.185	1.667	0.100	0.666	1.501

โดยที่ $R = 0.678$, $R^2 = 0.459$, Adjusted $R^2 = 0.418$, $F = 11.218$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 0.661

จากตารางที่ 4.32 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 41.80 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.075) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ
สถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-9,190.165		-0.460	0.646		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	2,092.157	0.034	0.369	0.713	0.775	1.291
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-1.919	-0.245	-1.090	0.279	0.133	7.523
ระยะเวลาของการประมูล	-4.933	-0.101	-0.496	0.621	0.161	6.209
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.285	-0.368	-2.879	0.005	0.411	2.436
มูลค่าจัดส่งสินค้า	45.271	0.043	0.449	0.655	0.737	1.357

โดยที่ $R = 0.624$, $R^2 = 0.390$, Adjusted $R^2 = 0.356$, $F = 11.627$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 1.185

จากตารางที่ 4.32 และ 4.33 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์มือถือสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าพร้อมกันได้ร้อยละ 41.80 และโทรศัพท์มือถือร้อยละ 35.60 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ทั้งสองไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (สินค้าประเภทกระเป๋า ค่า $Sig = 0.075$ และโทรศัพท์มือถือ ค่า $Sig = 0.646$) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์จึงสามารถอธิบายได้ว่า ในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล การประมูลสินค้าทั้งสองประเภทไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อ
สถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	80,345.980		1.449	0.154		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	32,975.385	0.297	2.303	0.026	0.806	1.241
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-3.492	-0.276	-1.136	0.262	0.227	4.397
ระยะเวลาของการประมูล	19.205	0.248	1.052	0.298	0.242	4.138
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.507	-0.428	-2.626	0.012	0.506	1.978
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-2.091	-0.001	-0.004	0.997	0.575	1.738

โดยที่ $R = 0.618$, $R^2 = 0.382$, Adjusted $R^2 = 0.315$, $F = 5.688$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 0.705

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ สถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล (ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้)

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	178,057.432		0.952	0.350		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-12,956.904	-0.123	-0.657	0.517	0.537	1.863
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-2.678	-0.204	-0.681	0.502	0.208	4.809
ระยะเวลาของการประมูล	15.796	0.191	0.667	0.510	0.229	4.367
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.664	-0.570	-3.075	0.005	0.545	1.836
มูลค่าจัดส่งสินค้า	-704.673	-0.131	-0.735	0.469	0.590	1.695

โดยที่ $R = 0.703$, $R^2 = 0.494$, $Adjusted\ R^2 = 0.401$, $F = 5.280$, $Sig. = 0.002$, $Durbin-Watson = 0.590$

จากตารางที่ 4.34 และ 4.35 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 31.50 ในขณะที่ มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือสถานการณ์แบบเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และสามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 40.10 กระนั้นผลการวิเคราะห์ที่บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ทั้งสองไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (สินค้าประเภทกระเป๋า ค่า $Sig = 0.154$ และโทรศัพท์มือถือ ค่า $Sig = 0.350$) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทเมื่อสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์จะเห็นว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล แต่ในกรณีสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือในสถานการณ์แบบเดียวกันตัวแปรนี้จะไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทในสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

4.7.4 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคินสิทธิเสนอราคา

ผู้วิจัยได้แยกชุดตัวอย่างข้อมูลออกเป็นสองชุดโดยใช้ตัวแปรการประกาศคินสิทธิเสนอราคาเป็นเกณฑ์ ได้แก่ (1) สถานการณ์ที่ประกาศคินสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูลที่มีจำนวน 113 ธุรกิจ และ (2) สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคินสิทธิการเสนอราคาแก่ผู้เข้าร่วมการประมูลที่มีจำนวน 141 ธุรกิจ มีวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณทำนองเดียวกับสองการวิเคราะห์ก่อนหน้านี้ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.36 และ 4.37 นอกจากนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของทั้งสองสถานการณ์โดยจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าทั้งสองประเภทด้วย ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4.38 ถึง 4.41 มีประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคินสิทธิเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-18,696.321		-0.529	0.598		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	8,067.641	0.077	0.912	0.364	0.886	1.129
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-1.321	-0.110	-0.704	0.483	0.260	3.840
ระยะเวลาของการประมูล	-1.412	-0.020	-0.129	0.897	0.269	3.722
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	-0.658	-0.534	-5.853	0.000	0.768	1.303
มูลค่าจัดส่งสินค้า	93.325	0.046	0.520	0.604	0.833	1.201

โดยที่ $R = 0.562$, $R^2 = 0.316$, $Adjusted\ R^2 = 0.284$, $F = 9.899$, $Sig. = 0.000$, $Durbin-Watson = 0.631$

จากตารางที่ 4.36 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคินสิทธิเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และสามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 28.40 กระนั้น ผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.598) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่ประกาศคินสิทธิเสนอราคา รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	11,797.631		0.904	0.368		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-6,892.863	-0.129	-1.706	0.090	0.892	1.121
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	4.163	0.445	4.092	0.000	0.430	2.328
ระยะเวลาของการประมูล	-5.922	-0.128	-1.180	0.240	0.434	2.303
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.478	-0.567	-7.227	0.000	0.825	1.212
มูลค่าจัดส่งสินค้า	28.879	0.034	0.465	0.643	0.965	1.036

โดยที่ $R = 0.561$, $R^2 = 0.315$, Adjusted $R^2 = 0.289$, $F = 12.392$, $Sig. = 0.000$, Durbin-Watson = 0.945

จากตารางที่ 4.37 พบว่า มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 28.90 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig = 0.368) จึงหมายความว่า ในการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งสองค่อนข้างมาก

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.36 และ 4.37 จะเห็นว่า จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ในกรณีที่สถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่ในกรณีที่สถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาตัวแปรนี้จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลระหว่างสองสถานการณ์นี้

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-35,880.611		-0.653	0.516		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	9,899.253	0.101	0.957	0.342	0.943	1.060
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-0.229	-0.019	-0.108	0.914	0.348	2.873
ระยะเวลาของการประมูล	-3.989	-0.060	-0.349	0.728	0.356	2.811
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	-0.722	-0.586	-4.402	0.000	0.588	1.700
มูลค่าจัดส่งสินค้า	217.478	0.067	0.515	0.609	0.613	1.630

โดยที่ $R = 0.577$, $R^2 = 0.333$, Adjusted $R^2 = 0.281$, $F = 6.401$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 0.778

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-21,225.508		-0.126	0.900		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-1,102.253	-0.010	-0.055	0.957	0.597	1.674
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	-5.361	-0.454	-0.998	0.325	0.091	10.989
ระยะเวลาของการประมูล	22.354	0.287	0.610	0.546	0.085	11.765
มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล	-0.595	-0.470	-3.004	0.005	0.766	1.305
มูลค่าจัดส่งสินค้า	204.450	0.034	0.231	0.818	0.862	1.160

โดยที่ $R = 0.552$, $R^2 = 0.305$, Adjusted $R^2 = 0.211$, $F = 3.246$, Sig. = 0.016, Durbin-Watson = 0.642

จากตารางที่ 4.38 และ 4.39 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์มือถือสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า รวมทั้งได้ร้อยละ 28.10 และโทรศัพท์มือถือได้ร้อยละ 21.10 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ทั้งสองไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (สินค้าประเภทกระเป๋าค่า Sig = 0.075 และโทรศัพท์มือถือค่า Sig = 0.646) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์จึงสามารถอธิบายได้

ว่า ในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา การประมูลสินค้าทั้งสองประเภทไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	6,934.262		0.163	0.871		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-9,759.258	-0.146	-0.989	0.327	0.808	1.237
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	3.317	0.295	1.369	0.177	0.379	2.639
ระยะเวลาของการประมูล	-7.027	-0.145	-0.718	0.476	0.431	2.319
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.414	-0.441	-2.543	0.014	0.584	1.713
มูลค่าจัดส่งสินค้า	146.762	0.076	0.480	0.634	0.705	1.419

โดยที่ $R = 0.387$, $R^2 = 0.158$, Adjusted $R^2 = 0.070$, $F = 1.796$, Sig. = 0.031, Durbin-Watson = 0.532

4.41 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

ตัวแปร	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	6,518.965		0.441	0.661		
จำนวนผู้ร่วมประมูล	-5,311.238	-0.113	-1.274	0.206	0.883	1.132
จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล	4.248	0.501	3.942	0.000	0.429	2.329
ระยะเวลาของการประมูล	-4.976	-0.111	-0.850	0.398	0.405	2.470
มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล	-0.518	-0.616	-6.494	0.000	0.772	1.295
มูลค่าจัดส่งสินค้า	37.331	0.046	0.500	0.619	0.809	1.236

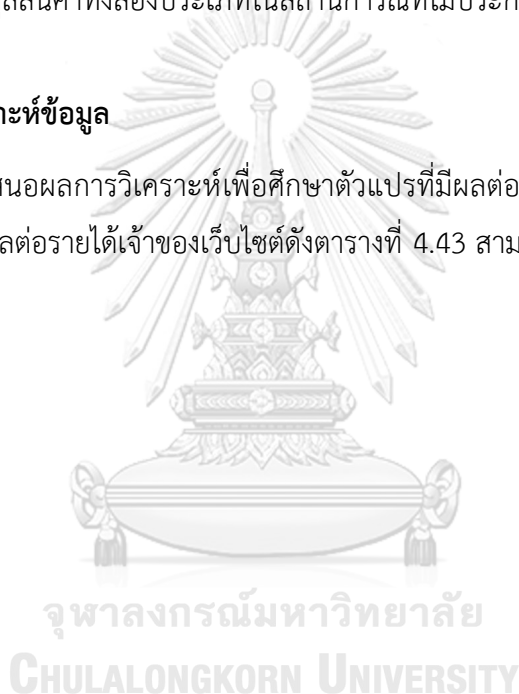
โดยที่ $R = 0.662$, $R^2 = 0.438$, Adjusted $R^2 = 0.403$, $F = 12.614$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.060

จากตารางที่ 4.40 และ 4.41 พบว่า มีตัวแปรตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 7.00 ในขณะที่มีสองตัวแปรที่สามารถพยากรณ์รายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเมื่อสถานการณ์แบบเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล

และ จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล สามารถอธิบายความผันแปรของรายได้เจ้าของเว็บไซต์รวมกันได้ร้อยละ 40.30 กระนั้นผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า ค่าคงที่ของการพยากรณ์หรือความถดถอยนี้ทั้งสองไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (สินค้าประเภทกระเป๋า ค่า Sig = 0.871 และโทรทัศน์ค่า Sig = 0.661) จึงหมายความว่า ในการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา รายได้เจ้าของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์จะเห็นว่า จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลจะเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรทัศน์เมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา แต่ในกรณีสินค้าประเภทกระเป๋าในสถานการณ์แบบเดียวกันตัวแปรนี้จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงถือเป็นความแตกต่างของการประมูลสินค้าทั้งสองประเภทในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา

4.8 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลดังตารางที่ 4.42 และตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ดังตารางที่ 4.43 สามารถนำมาสรุปได้ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 4.42 สรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลทั้งหมด

การจำแนก		ตัวแปรอิสระ					
		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล	จำนวน ครั้งการ เสนอ ราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล	มูลค่า สินค้าที่ ถูกนำมา ประมูล	มูลค่า จัดส่ง สินค้า	
โดยรวม		√	*	√	√	-	
ประเภท สินค้า	กระบะเป่า	-	*	√	√	-	
	โทรทัศน์	√	*	√	√	-	
การจำกัดผู้ ประมูล	ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	-	*	√	√	-	
	จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	√	*	√	√	-	
	ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	กระบะเป่า	-	*	√	√	-
		โทรทัศน์	-	*	√	√	-
	จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	กระบะเป่า	√	*	√	-	-
		โทรทัศน์	√	*	√	√	-
การ ประกาศ คืนสิทธิ เสนอราคา	ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	√	*	√	√	-	
	ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	-	*	√	-	-	
	ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	กระบะเป่า	-	*	√	-	-
		โทรทัศน์	√	*	√	-	-
	ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	กระบะเป่า	-	*	√	√	-
		โทรทัศน์	-	*	√	-	-

หมายเหตุ : เครื่องหมาย “ √ ” แทน มีนัยสำคัญทางสถิติ เครื่องหมาย “ - ” แทน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเครื่องหมาย “ * ” แทน สหสัมพันธ์อย่างสมบูรณ์

1. การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล

ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีสามตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล การวิเคราะห์เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้า พบว่า ตัวแปรระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าทั้งสองประเภท ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ แต่ไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดสินค้าประเภทกระบะเป่า

2. การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างระหว่างสองสถานการณ์ กล่าวคือ ตัวแปรระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลในกรณีสถานการณ์ที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล แต่ไม่มีนัยสำคัญในกรณีสถานการณ์ที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้

เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ไม่มีความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้า กล่าวคือ ตัวแปรระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์เหมือนกัน ในขณะที่เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล พบความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้า กล่าวคือ ตัวแปรจำนวนผู้ร่วมประมูล และระยะเวลาของการประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าทั้งสองประเภท แต่มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เท่านั้น

3. การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างระหว่างสองสถานการณ์ กล่าวคือ ตัวแปรระยะเวลาของการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประมูลเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลในกรณีสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่ไม่มีนัยสำคัญในกรณีสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา พบความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้า กล่าวคือ ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์เหมือนกัน แต่จำนวนผู้ร่วมประมูลจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เท่านั้น ในขณะที่เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา พบความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้าเช่นกัน กล่าวคือ ตัวแปรระยะเวลาของการประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าทั้งสองประเภท แต่มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเท่านั้น

ตารางที่ 4.43 สรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลทั้งหมด

การจำแนก		ตัวแปรอิสระ					
		จำนวนผู้ ร่วม ประมูล	จำนวน ครั้งการ เสนอ ราคา ประมูล	ระยะเวลา ของการ ประมูล	มูลค่า สินค้าที่ ถูกนำมา ประมูล	มูลค่า จัดส่ง สินค้า	
โดยรวม		-	-	-	√	-	
ประเภท สินค้า	กระบะเป่า	-	-	-	√	-	
	โทรทัศน์	-	-	-	√	-	
การจำกัดผู้ ประมูล	ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	-	-	-	√	-	
	จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	√	-	-	√	-	
	ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	กระบะเป่า	-	-	-	√	-
		โทรทัศน์	-	-	-	√	-
	จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล	กระบะเป่า	√	-	-	√	-
		โทรทัศน์	√	-	-	√	-
การ ประกาศ คืนสิทธิ เสนอราคา	ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	-	-	-	√	-	
	ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	-	√	-	√	-	
	ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	กระบะเป่า	-	-	-	√	-
		โทรทัศน์	-	-	-	√	-
	ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา	กระบะเป่า	-	-	-	√	-
		โทรทัศน์	-	√	-	√	-

หมายเหตุ : เครื่องหมาย “ √ ” แทน มีนัยสำคัญทางสถิติ เครื่องหมาย “ - ” แทน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีตัวแปรหนึ่งตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ คือ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทสินค้า พบว่า ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลเป็นตัวแปรเดียวที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าทั้งสองประเภทเช่นกัน

5. การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างระหว่างสองสถานการณ์ กล่าวคือ ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประเมินมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประเมินจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ในกรณีสถานการณ์ที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล แต่ไม่มีนัยสำคัญในกรณีสถานการณ์ที่ผู้ประเมินทุกรายสามารถเข้าร่วมได้

เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ไม่มีความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้า กล่าวคือ ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประเมินมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์เหมือนกัน ในขณะที่เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล พบความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้า กล่าวคือ ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประเมินมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าทั้งสองประเภท แต่จำนวนผู้ร่วมประเมินจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋าเท่านั้น

6. การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างระหว่างสองสถานการณ์ กล่าวคือ ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประเมินมีนัยสำคัญทางสถิติสำหรับรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ ในขณะที่จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติสำหรับรายได้เจ้าของเว็บไซต์ในกรณีสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่ไม่มีนัยสำคัญในกรณีสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา ไม่พบความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้า กล่าวคือ ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประเมินมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์เหมือนกัน ในขณะที่เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสินค้าในสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา พบความแตกต่างระหว่างสองประเภทสินค้าเช่นกัน กล่าวคือ ตัวแปรมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประเมินมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าทั้งสองประเภท แต่จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลจะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ประเภทโทรศัพท์เท่านั้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 ความนำ

ในบทนี้นำเสนอถึงผลสรุปการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยการอภิปรายถึงประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในงานวิจัย การนำผลของงานวิจัยนี้ไปใช้ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงประยุกต์ ตลอดจนข้อจำกัดและข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อในอนาคต

5.2 ลักษณะสำคัญของธุรกรรมการประมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลที่แสดงบนประกาศการประมูลสินค้าของเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมชื่อ www.bidryder.com ที่เปิดให้บริการมากกว่าสองปี เป็นเว็บไซต์ที่มีสถานการณ์การประมูลที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา อันได้แก่ สถานการณ์การจำกัดผู้ประมูล และสถานการณ์การประกาศคืนสิทธิเสนอราคา ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ โดยพิจารณาจาก (1) การแบ่งประเภทสินค้าตามรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 มีสามอันดับแรกของประเภทสินค้าที่มีการซื้อขายทางออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ สินค้าแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย สินค้าสุขภาพและความงาม และสินค้าอุปกรณ์ไอทีตามลำดับ และ (2) การจำแนกประเภทสินค้าตาม Nelson (1970, 1974) ที่แบ่งเป็นสองประเภท ได้แก่ สินค้าแบบค้นหา (Search goods) และสินค้าแบบใช้ประสบการณ์ (Experience goods) หลังจากเก็บข้อมูลภายในเวลาสามเดือนผู้วิจัยได้ตัวอย่างจำนวน 268 ธุรกรรม เมื่อตรวจสอบข้อมูลและหาค่าผิดปกติ (Outlier) มีธุรกรรมสำหรับการวิเคราะห์จำนวน 254 ธุรกรรม

การวิเคราะห์ลักษณะของตัวอย่างข้อมูลเบื้องต้นพบว่า (1) เมื่อจำแนกตัวอย่างข้อมูลตามการจัดประเภทสินค้าของ Nelson (1970, 1974) ธุรกรรมของสินค้าทั้งสองประเภทมีจำนวนใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ธุรกรรมของการประมูลกระเป๋ามีจำนวน 124 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 48.8 และธุรกรรมของการประมูลโทรศัพท์มีจำนวน 130 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 51.2 (2) เมื่อการจำแนกตัวอย่างข้อมูลตามการจำกัดผู้ประมูล พบว่า ธุรกรรมของการประมูลเมื่อสถานการณ์การประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ (ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูล) มีจำนวน 169 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 66.5 มากกว่าธุรกรรมของการประมูลเมื่อสถานการณ์การประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูล (จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูล) มีจำนวน 85 ธุรกรรม คิดเป็นร้อยละ 33.5 มีจำนวนใกล้เคียงกับตัวอย่างในงานของ Lien, Xu และ Zheng (2017) ที่พบว่าธุรกรรมของการประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูลมีร้อยละ 26.7 ของธุรกรรมทั้งหมดสำหรับงานวิจัย และ (3) เมื่อจำแนก

ตัวอย่างข้อมูลตามการประกาศคืนสิทธิเสนอราคา พบว่า ชُرกรรมของทั้งสองสถานการณ์มีจำนวนใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ชُرกรรมของการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา มีจำนวน 113 ชُرกรรม คิดเป็นร้อยละ 44.5 และชُرกรรมของการประมูลเมื่อสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิการเสนอราคา มีจำนวน 141 ชُرกรรม คิดเป็นร้อยละ 55.5 โดยผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาการประกาศคืนสิทธิเสนอราคาในอดีตจึงยังไม่สามารถระบุความเหมาะสมของข้อค้นพบในประเด็นนี้

อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์ลักษณะของตัวอย่างข้อมูลข้างต้นยังคงสามารถสรุปได้ว่า ตัวอย่างข้อมูลของงานวิจัยนี้ มีลักษณะที่สำคัญครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และตรงตามกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ดังนั้นตัวอย่างข้อมูลจึงสามารถเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และผลการวิจัยสามารถสรุปอ้างอิงไปสู่ประชากรได้

5.3 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิด

5.3.1 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลโดยรวม

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่หนึ่งชี้ว่า มีสามในห้าตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล ในขณะที่มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมีความสัมพันธ์อย่างสมบูรณ์กับราคาปิดการประมูลจึงไม่ถูกใช้ในการวิเคราะห์ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสูงที่สุดเรียงลำดับคือ ระยะเวลาการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูล

ในเบื้องต้นผู้วิจัยคาดว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลที่มากขึ้นจะทำให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน แต่ผลการวิเคราะห์พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม ไม่สอดคล้องกับงานในอดีต ที่พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาปิดการประมูล (Zheng, Goh & Huang, 2011; Wang & Xu, 2016) เป็นที่คาดกันโดยทั่วไปว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลที่มากขึ้นน่าจะทำให้ราคาปิดการประมูลสูงกว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลเพียงไม่กี่คน ทว่าข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ไม่สามารถยืนยันการคาดคะเนนี้

คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ เมื่อผู้ประมูลเห็นว่าชُرกรรมการประมูลมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก โอกาสในการชนะการประมูลจึงมีน้อยลง ทำให้ผู้ประมูลแต่ละรายเสนอราคาจำนวนน้อยลงเช่นกัน ส่งผลให้ราคาปิดการประมูลต่ำ ในขณะที่ชُرกรรมการประมูลที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนน้อย โอกาสในการชนะการประมูลของผู้ประมูลสูงกว่า ทำให้ผู้ประมูลเสนอราคาเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น

ระยะเวลาการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Byers, Mitzenmacher และ Zervas (2010) และของ Caldara (2012) ที่พบว่า ระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นหรือขยายเวลาไปเรื่อยๆ ทำให้ผู้ประมูลมีเวลาในการตัดสินใจเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น

มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) และของ Gnutzmann (2014) ที่พบว่า มูลค่าสินค้าในการประมูลมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อราคาปิดการประมูล โดยผู้ประมูลจะเสนอราคาประมูลหลายครั้งมากขึ้นเมื่อมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลสูง ส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้นตาม

อย่างไรก็ตามมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูล ในเบื้องต้นผู้วิจัยคาดว่าหากมูลค่าจัดส่งสินค้าที่ถูกกำหนดสูงเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อราคาปิดที่ลดลง ตามงานของ Hou (2007) ที่พบว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าของการประมูลบนเว็บไซต์ประมูลออนไลน์อียิปต์ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีนัยสำคัญทางลบต่อราคาปิด เนื่องจากมูลค่าจัดส่งสินค้ามีราคาโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 20.7 ของราคาปิดการประมูล อีกทั้งงานของ Przepiorka (2013) พบว่า เมื่อมูลค่าจัดส่งสินค้าเพิ่มขึ้น 1 ยูโร (EUR) ส่งผลให้ราคาปิดการประมูลลดลงร้อยละ 8 ทว่าข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ไม่ยืนยันประเด็นนี้

คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้ คือ ผู้ประมูลไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อย แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.3.2 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยธรรมาการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าชี้ว่า มีสองในตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ระยะเวลาการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสูงสุดที่สุดคือ ระยะเวลาการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล ตามลำดับ

ในเบื้องต้นผู้วิจัยคาดว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าในทิศทางเดียวกันเช่นเดียวกับที่คาดไว้ในการวิเคราะห์อื่นๆ หากแต่ผลการวิจัยพบว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูล ไม่สอดคล้องกับงานในอดีต ที่พบว่า จำนวน

ผู้ร่วมประมูลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาปิดการประมูล (Byers, Mitzenmacher & Zervas, 2010; Zheng, Goh & Huang, 2011; Wang & Xu, 2016)

คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ ราคาปิดสินค้าประเภทกระเป๋าไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล กล่าวคือ ผู้ประมูลอาจไม่ได้สนใจเกี่ยวกับผู้ประมูลรายอื่นหรือการแข่งขันเสนอราคาที่จะเกิดขึ้น แต่ผู้ประมูลเสนอราคาตามการประเมินราคาปิดการประมูลที่ตนคาดไว้ หากประเมินราคาปิดการประมูลไว้สูงจำนวนการเสนอราคาก็จะเพิ่มขึ้น คำอธิบายนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Platt, Price และ Tappen (2013) และ Augenblick (2015) ที่พบว่า ธุรกรรมการประมูลของผู้ประมูลที่ตัดสินใจอย่างมีเหตุผล และไม่ให้ความสำคัญหรือเฉยเมยต่อการแข่งขันเสนอราคา ราคาปิดการประมูลจะใกล้เคียงกับการประเมินมูลค่าสินค้าของผู้ประมูล และไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล

ระยะเวลาการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าในทิศทางเดียวกันสอดคล้องกับงานในอดีต (Byers, Mitzenmacher & Zervas, 2010; Caldara, 2012) ส่วนมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานในอดีตเช่นกัน (Kim, Brünner, Skiera & Natter, 2014; Gnutzmann, 2014)

มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า ในขั้นแรกผู้วิจัยคาดว่าหากมูลค่าจัดส่งสินค้าที่ถูกกำหนดสูงเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อราคาปิดที่ลดลง เป็นไปตามข้อค้นพบของ Hou (2007) และ Przepiorka (2013) ที่พบว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลลดลง ทว่าข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ไม่ยืนยันประเด็นนี้ คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้ คือ ผู้ประมูลไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อย แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ

5.3.3 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยธุรกรรมการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์ชี้ว่า มีสามในตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ จำนวนผู้ร่วมประมูล ระยะเวลาการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล ในขณะที่มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสูงที่สุดคือ ระยะเวลาการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูล ตามลำดับ

จำนวนผู้ร่วมประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์ในทิศทางตรงกันข้ามเหมือนผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลโดยรวม ไม่สอดคล้องกับงานใน

อดีต ที่พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาปิดการประมูล (Zheng, Goh & Huang, 2011; Wang & Xu, 2016)

คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ เมื่อผู้ประมูลเห็นว่าธุรกรรมการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก โอกาสในการชนะการประมูลจึงมีน้อยลง ทำให้ผู้ประมูลแต่ละรายเสนอราคาจำนวนน้อยลงเช่นกันส่งผลให้ราคาปิดการประมูลต่ำ ในขณะที่ธุรกรรมการประมูลที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนน้อย โอกาสในการชนะการประมูลของผู้ประมูลสูงกว่า ทำให้ผู้ประมูลเสนอราคาเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น

ระยะเวลาการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าในทิศทางเดียวกันสอดคล้องกับงานในอดีต (Byers, Mitzenmacher & Zervas, 2010; Caldara, 2012) ส่วนมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานในอดีตเช่นกัน (Kim, Brünner, Skiera & Natter, 2014; Gnutzmann, 2014)

มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเช่นกัน ไม่สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Hou (2007) และ Przepiorka (2013) ที่พบว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลลดลง คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้ คือ ผู้ประมูลไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อย แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ

เมื่อเปรียบเทียบกับผลการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์มือถือในเว็บไซด์ bidryder.com จะเห็นได้ว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน ในขณะที่ระยะเวลาการประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้ามีผลต่อราคาปิดการประมูลไม่แตกต่างกัน จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า แต่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเป็นประเด็นที่ต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม เมื่อพิจารณาค่าสถิติในตารางที่ 4.4 พบว่า ค่าสถิติของจำนวนผู้ร่วมประมูลสินค้าทั้งสองประเภทไม่แตกต่างกันนัก คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ สินค้าประเภทกระเป๋าที่เป็นตัวแทนสินค้าแบบใช้ประสบการณ์ (Experience goods) และโทรศัพท์มือถือที่เป็นตัวแทนสินค้าแบบค้นหา (Search goods) ผู้ประมูลสินค้าทั้งสองประเภทมีพฤติกรรมประมูลที่แตกต่างกัน เพราะกระเป๋าเป็นประเภทสินค้าที่มีข้อมูลจำกัดบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะกระเป๋าแบรนด์เนมเว็บไซด์ส่วนใหญ่มักนำเสนอเฉพาะภาพและรายละเอียดของสินค้าเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถประเมินมูลค่าของสินค้าได้ อาจจำเป็นต้องได้สัมผัสสินค้าหรือสอบถามที่ร้านจำหน่ายสินค้า ส่วนสินค้าประเภทโทรศัพท์

เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลราคาและรายละเอียดของสินค้าได้ง่ายกว่า รวมถึงมีเว็บไซต์ที่อำนวยความสะดวกในการเปรียบเทียบสินค้าที่มีคุณสมบัติใกล้เคียง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินมูลค่าของสินค้าได้ง่าย ทั้งนี้งานวิจัยในอนาคตจะช่วยยืนยันคำอธิบายนี้

5.3.4 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูล : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

การวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่สอง พบความแตกต่างระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล กล่าวคือ ตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูล เมื่อไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลมีจำนวนสองตัวแปร ในขณะที่เมื่อจำกัดผู้เข้าร่วมประมูลมีตัวแปรจำนวนสามตัว โดยระยะเวลาการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสูงที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่งและสองในทั้งสองกรณี จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล แต่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อจำกัดผู้เข้าร่วมประมูล เป็นอันดับที่สาม โดยมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสองกรณี

สถานการณ์ทั้งสองมีผลให้ความมีนัยสำคัญของจำนวนผู้ร่วมประมูลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน กล่าวคือ จำนวนของผู้ประมูลในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลไม่มีผลให้ราคาปิดการประมูลที่เพิ่มขึ้น แต่จำนวนของผู้ประมูลในการประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ได้วิเคราะห์ความเหมือนและความต่างของจำนวนผู้ร่วมประมูลต่อราคาปิดในสถานการณ์ทั้งสองอย่างชัดเจน เมื่อพิจารณาค่าสถิติในตารางที่ 4.4 จะพบว่าค่าเฉลี่ยของจำนวนผู้ร่วมประมูลทั้งสองสถานการณ์ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ การประมูลเมื่อไม่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 คนในขณะที่เมื่อจำกัดผู้เข้าร่วมการประมูลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 คน

คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้สำหรับความแตกต่างของจำนวนผู้ร่วมประมูลในสองสถานการณ์นี้คือ สองสถานการณ์อาจมีผู้ประมูลที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล เป็นการประมูลที่ทั้งผู้ประมูลรายเก่าและรายใหม่เสนอราคาพร้อมกันได้ ในขณะที่การประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล เป็นการประมูลที่มีแต่ผู้ประมูลรายใหม่เท่านั้น ผู้ประมูลรายเก่าในที่นี้คือ ผู้ประมูลที่มีประสบการณ์ในการเสนอราคาหรือเคยชนะการประมูลมาก่อน มีความคุ้นเคยและมีความรู้ในการประมูลสินค้า ทำให้ตระหนักว่าควรดำเนินการอย่างไรจึงจะชนะการประมูล ในขณะที่ผู้ประมูลรายใหม่ คือ ผู้ที่ไม่เคยเสนอราคาหรือไม่เคยชนะการประมูล มักไม่คุ้นเคยกับการประมูลสินค้า Goodman (2012) ได้พบว่า ผู้ประมูลที่มีประสบการณ์จะทราบถึงวิธีการที่ทำให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น รู้ว่าควรเสนอราคาเท่าไร รู้จักการหลีกเลี่ยงการเสนอราคาที่สูงเกินไป และมีจำนวนการเสนอ

ราคาประมูลที่มากกว่า ในขณะที่ผู้ประมูลรายใหม่จะไม่ทราบว่าการเสนอราคาแบบใดที่ทำให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด และเสนอราคาเพียงไม่กี่ครั้งเท่านั้น โดยบางครั้งเป็นการเสนอราคาที่สูงเกินไป เมื่อเทียบผลการวิเคราะห์กับลักษณะของผู้ประมูลในสองสถานการณ์ การประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล มีแต่ผู้ประมูลรายเก่าที่มีประสบการณ์ จึงอาจไม่ได้สนใจเกี่ยวกับผู้ประมูลรายอื่นหรือการแข่งขันเสนอราคาที่เกิดขึ้น แต่เสนอราคาตามราคาปิดที่ตนประเมินไว้ ราคาปิดการประมูลจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล หากแต่ขึ้นอยู่กับการประเมินมูลค่าสินค้าของผู้ประมูลมากกว่า และไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล (Platt, Price & Tappen, 2013; Augenblick, 2015) แตกต่างจากการประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ที่ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล เพราะมีผู้ประมูลที่ไม่มีประสบการณ์บางรายเสนอราคาเพียงไม่กี่ครั้งเท่านั้น แต่เมื่อผู้ประมูลเห็นว่าธุรกรรมการประมูลมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก โอกาสในการชนะการประมูลจึงมีน้อยลง ทำให้ผู้ประมูลแต่ละรายเสนอราคาจำนวนน้อยลงเช่นกันส่งผลให้ราคาปิดการประมูลต่ำ ในขณะที่ธุรกรรมการประมูลที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนน้อย โอกาสในการชนะการประมูลของผู้ประมูลสูงกว่า ทำให้ผู้ประมูลเสนอราคาเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น

ระยะเวลาการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ นั้นหมายความว่า การประมูลที่จำกัดหรือไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลไม่ทำให้ความมีนัยสำคัญของระยะเวลาการประมูลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ได้วิเคราะห์ความเหมือนและความต่างของระยะเวลาการประมูลต่อราคาปิดในสถานการณ์ทั้งสองอย่างชัดเจน แต่ผลการวิเคราะห์ทั้งสองสถานการณ์ สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Byers, Mitzenmacher และ Zervas (2010) และของ Caldara (2012) ที่พบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูล โดยระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นหรือขยายเวลาไปเรื่อยๆ ทำให้ผู้ประมูลมีเวลาในการตัดสินใจเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น จึงหมายความว่า ระยะเวลาการประมูลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น ทั้งการประมูลที่จำกัดหรือไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ หมายความว่า การประมูลที่จำกัดหรือไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลไม่ทำให้ความมีนัยสำคัญของมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ทั้งสองสถานการณ์ เป็นไปตามข้อค้นพบของ Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) และของ Gnutzmann (2014) ที่พบว่า มูลค่าสินค้าในการประมูลมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อราคาปิดการประมูล จึงหมายความว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น ทั้งการประมูลที่จำกัดหรือไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ ไม่สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Hou (2007) และ Przepiorka (2013) ที่พบว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคา

ปิดการประมูลลดลง คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้ คือ ผู้ประมูลที่เข้าร่วมการประมูลในสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูล ไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อยหรือไม่ แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ

นอกจากการเปรียบเทียบผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป่า และโทรทัศน์ภายในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ มีสองตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลของสินค้าทั้งสองประเภท ได้แก่ ระยะเวลาการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล เหมือนการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลเมื่อไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลโดยรวม

ในขณะที่ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลของสินค้าประเภทกระเป่า และโทรทัศน์ภายในการประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ มีสองตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป่า แต่มีสามตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ โดยระยะเวลาการประมูล และจำนวนผู้ร่วมประมูลเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองประเภทสินค้า ในขณะที่มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลไม่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป่า แต่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ ที่แตกต่างจากการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลเมื่อจำกัดผู้เข้าร่วมประมูลโดยรวม คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ การประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลหรือการประมูลที่มีแต่ผู้ประมูลรายใหม่ ที่ไม่เคยเสนอราคาหรือไม่เคยชนะการประมูล มักไม่คุ้นเคยกับการประมูลสินค้าในการประมูลสินค้าประเภทกระเป่า ผู้ประมูลไม่สามารถหาข้อมูลสินค้าประเภทกระเป่าได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากกระเป่าเป็นประเภทสินค้าที่มีข้อมูลจำกัดบนอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มักนำเสนอเฉพาะภาพและรายละเอียดของสินค้าเท่านั้น ทำให้ผู้ประมูลรายใหม่ไม่สามารถประเมินมูลค่าของสินค้าได้ ดังนั้นการเสนอราคาของผู้ประมูลจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลสินค้าประเภทกระเป่า ทำให้ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป่าไม่ได้ขึ้นกับมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลเมื่อจำกัดผู้เข้าร่วมการประมูล ในขณะที่สินค้าประเภทโทรทัศน์เป็นสินค้าที่ผู้ประมูลสามารถค้นหาข้อมูลราคาและรายละเอียดของสินค้าได้ง่ายกว่า รวมถึงมีเว็บไซต์ที่อำนวยความสะดวกในการเปรียบเทียบสินค้าที่มีคุณสมบัติใกล้เคียง ทำให้ผู้ประมูลสามารถประเมินมูลค่าของสินค้าได้ง่าย มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลจึงมีผลต่อราคาปิดการประมูลที่เพิ่มสูงขึ้น

5.3.5 ผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูล : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

การวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่สาม พบความแตกต่างระหว่างสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา โดยตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีจำนวนสามตัวแปร ในขณะที่มีสองตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา โดยระยะเวลาการประมูล และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสูงที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่งและสองในทั้งสองกรณี จำนวนผู้ร่วมประมูลที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลเมื่อประกาศคืนสิทธิเสนอราคาเป็นอันดับที่สาม แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา ผู้วิจัยยังไม่พบงานที่ศึกษาสถานการณ์ทั้งสองในอดีต จึงไม่มีหลักฐานที่จะช่วยยืนยันข้อค้นพบของงานวิจัยนี้

สถานการณ์ทั้งสองมีผลให้ความมีนัยสำคัญของจำนวนผู้ร่วมประมูลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน กล่าวคือ จำนวนของผู้ประมูลในการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีผลต่อราคาปิดการประมูลในทิศทางตรงกันข้าม แต่จำนวนของผู้ประมูลในการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่มีผลทำให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้สำหรับผลการวิเคราะห์นี้คือ ในการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาสามารถดึงดูดความสนใจผู้ประมูลได้จำนวนมาก เมื่อจำนวนผู้ร่วมประมูลเพิ่มขึ้น การแข่งขันระหว่างผู้ประมูลจึงมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่การประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีผู้ประมูลจำนวนน้อยกว่า การแข่งขันเสนอราคาระหว่างผู้ประมูลไม่รุนแรงเท่าไรนัก เมื่อพิจารณาจากค่าสถิติในตารางที่ 4.8 จะพบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลเมื่อประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 คนสูงกว่าเมื่อไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 คน จึงอาจกล่าวได้ว่า การคืนสิทธิเสนอราคาส่วนหนึ่งเมื่อสิ้นสุดการประมูลสามารถดึงดูดผู้ประมูลและทำให้เกิดการแข่งขันเสนอราคาที่สูงกว่าการไม่คืนสิทธิเสนอราคาสามารถส่งผลให้ราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น

จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลเมื่อประกาศคืนสิทธิเสนอราคา แต่มีผลอย่างมีนัยสำคัญในทิศทางตรงกันข้าม อาจเป็นเพราะเมื่อผู้ประมูลเห็นว่าธุรกรรมการประมูลมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก โอกาสในการชนะการประมูลจึงมีน้อยลง ทำให้ผู้ประมูลแต่ละรายเสนอราคาจำนวนน้อยลงเช่นกันส่งผลให้ราคาปิดการประมูลต่ำ ในขณะที่ธุรกรรมการประมูลที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนน้อย โอกาสในการชนะการประมูลของผู้ประมูลสูงกว่า ทำให้ผู้ประมูลเสนอราคาเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น ในการประมูลเมื่อไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีจำนวนผู้ประมูลน้อยกว่า ผู้ประมูลที่เข้าร่วมประมูลต่างต้องการชนะการประมูล โดยไม่สนใจผู้เข้าร่วมประมูลรายอื่น ทำให้จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูล

ระยะเวลาการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ นั้นหมายความว่า การประมูลที่ประกาศหรือไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่ทำให้ความมีนัยสำคัญของระยะเวลาการประมูลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ได้วิเคราะห์ความเหมือนและความต่างของระยะเวลาการประมูลต่อราคาปิดในสถานการณ์ทั้งสองอย่างชัดเจน แต่ผลการวิเคราะห์ทั้งสองสถานการณ์สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Byers, Mitzenmacher และ Zervas (2010) และของ Caldara (2012) ที่พบว่า ระยะเวลาของการประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูล โดยระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นหรือขยายเวลาไปเรื่อยๆ ทำให้ผู้ประมูลมีเวลาในการตัดสินใจเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดเพิ่มสูงขึ้น จึงหมายความว่า ระยะเวลาการประมูลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลสูงขึ้นทั้งการประมูลที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ หมายความว่า การประมูลที่ประกาศหรือไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่ทำให้ความมีนัยสำคัญของมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ทั้งสองสถานการณ์เป็นไปตามข้อค้นพบของ Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) และของ Gnutzmann (2014) ที่พบว่า มูลค่าสินค้าในการประมูลมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อราคาปิดการประมูล จึงหมายความว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้นทั้งการประมูลที่จำกัดหรือไม่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูล

ประเด็นสุดท้าย มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองสถานการณ์ คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้ คือ ผู้ประมูลที่เข้าร่วมการประมูลในสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อย แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วมการประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ

นอกจากการเปรียบเทียบผลของตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลระหว่างสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ภายในการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีความแตกต่างกัน และแตกต่างจากการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีต่อราคาปิดการประมูลเมื่อประกาศคืนสิทธิเสนอราคาโดยรวมด้วย กล่าวคือ มีตัวแปรเดียวที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลของสินค้าประเภทกระเป๋า แต่มีสองตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ โดยระยะเวลาการประมูลเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองประเภทสินค้า ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า แต่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ เป็นประเด็นที่เหมือนกันการวิเคราะห์ผลของตัวแปรที่มีต่อ

ราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ ในหัวข้อ 5.3.2 และ 5.3.3 กล่าวคือ การประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าที่ประกาศคืนสิทธิ์เสนอราคา ราคาปิดการประมูลไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล เพราะผู้ประมูลอาจไม่ได้สนใจเกี่ยวกับผู้ประมูลรายอื่นหรือการแข่งขันเสนอราคาที่จะเกิดขึ้น แต่ผู้ประมูลเสนอราคาตามการประเมินราคาปิดการประมูลที่ตนคาดไว้ การไม่ให้ความสำคัญหรือเฉยเมยต่อการแข่งขันเสนอราคา ราคาปิดการประมูลจะใกล้เคียงกับการประเมินมูลค่าสินค้าของผู้ประมูล และไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล (Platt, Price & Tappen, 2013; Augenblick, 2015) ในขณะการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ที่ประกาศคืนสิทธิ์เสนอราคา ราคาปิดการประมูลขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล แต่เมื่อผู้ประมูลเห็นว่าธุรกรรมการประมูลมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก โอกาสในการชนะการประมูลจะน้อย ทำให้ผู้ประมูลแต่ละรายเสนอราคาจำนวนน้อยลงส่งผลให้ราคาปิดการประมูลต่ำ ในขณะที่ธุรกรรมการประมูลที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนน้อย โอกาสในการชนะการประมูลของผู้ประมูลสูงกว่า ทำให้ผู้ประมูลเสนอราคาเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น

ในขณะที่ตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลของสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ภายในการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิ์เสนอราคามีความแตกต่างกันเช่นกัน กล่าวคือ มีสองตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า แต่มีตัวแปรเดียวที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ โดยระยะเวลาการประมูลเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลทั้งสองประเภทสินค้า ในขณะที่มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า แต่ไม่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ การประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าเมื่อไม่ประกาศคืนสิทธิ์เสนอราคา สอดคล้องกับ ข้อค้นพบของ Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) และของ Gnutzmann (2014) ที่พบว่า มูลค่าสินค้าในการประมูลมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อราคาปิดการประมูล ในขณะที่การประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์เมื่อไม่ประกาศคืนสิทธิ์เสนอราคา ผู้ประมูลไม่ได้ให้ความสำคัญกับมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล กล่าวคือ ผู้ประมูลยินดีที่จะเข้าร่วมโดยไม่คำนึงถึงมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูล เนื่องจากผู้ประมูลต้องการหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับผู้ประมูลรายอื่น รวมถึงมองเห็นโอกาสที่อาจจะสามารถชนะการประมูลได้ในราคาปิดการประมูลที่ต่ำลง

5.4 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

5.4.1 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์โดยรวม

ผลการสืบเสาะ (Explore) ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณชี้ว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลเป็นตัวแปรเดียวที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประมูล จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาการประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มี

นัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีอิทธิพลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ในทิศทางตรงกันข้าม นั่นหมายความว่ามูลค่าสินค้ายิ่งสูงยิ่งทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์ลดลง เมื่อจำแนกตัวอย่างข้อมูลตามสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์ ผู้วิจัยยังคงพบว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลเป็นตัวแปรเดียวที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ กล่าวคือ จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่ส่งผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มขึ้น ผู้วิจัยพบว่า งานของ Wang และ Xu (2016) เป็นงานวิจัยแรกที่ศึกษาอิทธิพลของจำนวนผู้ร่วมประมูลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ พบว่า จำนวนผู้ร่วมประมูลที่เพิ่มขึ้นมีผลทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์เพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการประมูลที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลหลายคนมีผลทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ประมูลมีความรุนแรงขึ้น รายได้เจ้าของเว็บไซต์จึงเพิ่มสูงขึ้น Wang และ Xu (2016) กล่าวว่า เพราะผู้ประมูลประเมินความรุนแรงของการแข่งขันต่ำไป เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลที่แน่นอน และมีการเสนอราคาแบบไม่มีเหตุผล หากผู้ประมูลเสนอราคาแบบมีเหตุผลรายได้เจ้าของเว็บไซต์จะเป็นไปตามแบบจำลองการประมูลแบบมีเหตุผลของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม คือ รายได้เจ้าของเว็บไซต์ไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมประมูล

ข้อค้นพบของการวิเคราะห์นี้ไม่สอดคล้องกับงานของ Wang และ Xu (2016) คำอธิบายที่เป็นไปได้คือ ผู้ประมูลในตัวอย่างข้อมูลงานวิจัยนี้ เมื่อเข้าร่วมการประมูลมีการเสนอราคาแข่งขันที่ไม่เข้มข้นเท่าไรนัก หรืออาจเป็นเพราะจำนวนผู้ร่วมประมูลของงานวิจัยนี้มีจำนวนน้อยกว่างานในอดีต จึงทำให้การเสนอราคาระหว่างผู้ประมูลมีไม่มากพอที่จะส่งผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ จากข้อมูลสถิติในตารางที่ 4.3 พบว่า งานวิจัยนี้มีจำนวนผู้ร่วมประมูลเฉลี่ย 2.83 คนและมีจำนวนผู้ร่วมประมูลสูงสุดคือ 6 คน น้อยกว่างานของ Wang และ Xu (2016) ที่เก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน ปี ค.ศ. 2009 ถึง เดือนตุลาคม ปี ค.ศ. 2010 มีจำนวนผู้ร่วมประมูลเฉลี่ย 22.62 คนและมีจำนวนผู้ร่วมประมูลสูงสุดคือ 728 คน

จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล และระยะเวลาการประมูลไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ ถึงแม้ว่าจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลจะเป็นค่าที่ใช้คำนวณรายได้เจ้าของเว็บไซต์ และระยะเวลาการประมูลที่เพิ่มขึ้นนั้นเกิดจากการเสนอราคาของผู้ประมูล แต่ตัวแปรทั้งสองนั้นไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ศึกษาตัวแปรทั้งสองตัวนี้ต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ การเพิ่มขึ้นของมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์น้อยลง ผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับงานของ Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) ที่พบว่า ถึงแม้มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลที่ค่าสูงขึ้นจะมีผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้นจริง แต่กลับมีส่วนทำให้ผู้

ขณะการประมูลสามารถซื้อสินค้าในราคาที่ประหยัดขึ้นเช่นกัน ดังนั้นการที่ผู้ประมูลซื้อสินค้าได้ประหยัดเท่าไร รายได้เจ้าของเว็บไซต์ก็จะลดลงตาม ทำให้เจ้าของเว็บไซต์มีรายได้ลดลง

ในประเด็นสุดท้ายมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ กล่าวคือ มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้น คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ ผู้ประมูลไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อย แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มมากขึ้น

5.4.2 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล

ผลการสืบเสาะ (Explore) พบความแตกต่างระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลเป็นตัวแปรเดียวที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสองสถานการณ์เหมือนกัน จำนวนผู้ร่วมประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติเฉพาะสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลเท่านั้น ในขณะที่จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล ระยะเวลาการประมูล และมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ศึกษาสถานการณ์ทั้งสองจึงไม่มีหลักฐานที่จะช่วยยืนยันข้อค้นพบของงานวิจัยนี้

สถานการณ์ทั้งสองมีผลให้ความมีนัยสำคัญของจำนวนผู้ร่วมประมูลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน กล่าวคือ ในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล เป็นการประมูลที่ทั้งผู้ประมูลรายเก่าและรายใหม่เสนอราคาพร้อมกันได้ ในขณะที่การประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล เป็นการประมูลที่มีแต่ผู้ประมูลรายใหม่เท่านั้น ผู้ประมูลรายเก่าในที่นี้คือ ผู้ประมูลที่มีประสบการณ์ในการเสนอราคาหรือเคยชนะการประมูลมาก่อน มีความคุ้นเคยและมีความรู้ในการประมูลสินค้า ทำให้ตระหนักว่าควรดำเนินการอย่างไรจึงจะชนะการประมูล ในขณะที่ผู้ประมูลรายใหม่ คือ ผู้ที่ไม่เคยเสนอราคาหรือไม่เคยชนะการประมูล มักไม่คุ้นเคยกับการประมูลสินค้า เมื่อเทียบผลการวิเคราะห์กับลักษณะของผู้ประมูลในสองสถานการณ์ การประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล มีแต่ผู้ประมูลรายเก่าที่มีประสบการณ์ จึงอาจไม่ได้สนใจเกี่ยวกับผู้ประมูลรายอื่นหรือการแข่งขันเสนอราคาที่เกิดขึ้น การแข่งขันเสนอราคาระหว่างผู้ประมูลจึงไม่รุนแรงนัก ในขณะที่การประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลที่มีแต่ผู้ประมูลรายใหม่ ยังไม่คุ้นเคยกับการเสนอราคามากนัก จึงเสนอราคาเพิ่มมากขึ้นเหมือนมีการแข่งขันระหว่างผู้ประมูลที่รุนแรงขึ้น สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Wang และ Xu (2016) ที่พบว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลที่เพิ่มขึ้นทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการประมูลที่มีจำนวน

ผู้เข้าร่วมการประมูลหลายคนมีผลทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ประมูลมีความรุนแรงขึ้น รายได้เจ้าของเว็บไซต์จึงเพิ่มสูงขึ้น

จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูล และระยะเวลาการประมูลไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ไม่ต่างกัน นั่นหมายความว่า การประมูลที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูลไม่ทำให้ผลของตัวแปรทั้งสองมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลจะเป็นค่าที่ใช้คำนวณรายได้เจ้าของเว็บไซต์ และระยะเวลาการประมูลที่เพิ่มขึ้นนั้นเกิดจากการเสนอราคาของผู้ประมูล แต่ตัวแปรทั้งสองนั้นไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งสองสถานการณ์ ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ศึกษาตัวแปรทั้งสองตัวนี้ต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ไม่ต่างกัน นั่นหมายความว่า การประมูลที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูลไม่ทำให้ผลของมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ทั้งสองสถานการณ์ พบว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลที่เพิ่มขึ้นทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์น้อยลง สอดคล้องกับงานของ Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) ที่พบว่า ถึงแม้มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลที่ค่าสูงขึ้นจะมีผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้นจริง แต่กลับมีส่วนทำให้ผู้ชนะการประมูลสามารถซื้อสินค้าในราคาที่ประหยัดขึ้นเช่นกัน ดังนั้นการที่ผู้ประมูลซื้อสินค้าได้ประหยัดเท่าไร รายได้เจ้าของเว็บไซต์ก็จะลดลงตาม ทำให้เจ้าของเว็บไซต์ขาดทุนเพิ่มมากขึ้น

ในประเด็นสุดท้ายมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ กล่าวคือ มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่ส่งผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งสองสถานการณ์ คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ ผู้ประมูลไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อยหรือไม่ แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ ดังนั้นจึงไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มมากขึ้น

นอกจากการเปรียบเทียบผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ระหว่างสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ภายในการประมูลที่ไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ มีตัวแปรเดียวที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของสินค้าทั้งสองประเภท ได้แก่ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล เหมือนการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลโดยรวม

ในขณะที่ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรศัพท์มือถือ ในการประมูลที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ มีสองตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า แต่มีตัวแปรเดียวที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ โดยมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองประเภทสินค้า ในขณะที่จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ แต่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า ที่แตกต่างจากการวิเคราะห์ที่ตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อจำกัดผู้เข้าร่วมประมูลโดยรวม คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ ในการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋าที่จำกัดผู้เข้าร่วมการประมูลที่มีแต่ผู้ประมูลรายใหม่ ยังไม่คุ้นเคยกับการเสนอราคามากนัก รวมถึงข้อจำกัดในการหาข้อมูลกระเป๋าบนอินเทอร์เน็ตที่ทำได้ยาก จึงอาจเพิ่มความท้าทายของผู้ประมูลรายใหม่ ให้เสนอราคาเพิ่มมากขึ้นเมื่อมีการแข่งขันระหว่างผู้ประมูลที่รุนแรงขึ้น สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Wang และ Xu (2016) ที่พบว่าจำนวนผู้ร่วมประมูลที่เพิ่มขึ้นทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการประมูลที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลหลายคนมีผลทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ประมูลมีความรุนแรงขึ้น รายได้เจ้าของเว็บไซต์จึงเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่การประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ ถึงแม้ผู้ประมูลจะเป็นผู้ประมูลรายใหม่เช่นกัน หากแต่การหาข้อมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือบนอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้ง่ายกว่า รวมถึงสามารถเปรียบเทียบสินค้าที่มีราคาใกล้เคียงได้ ผู้ประมูลจึงพอที่จะประมาณจำนวนการเสนอราคาที่เหมาะสมได้ การแข่งขันระหว่างผู้ประมูลจึงไม่รุนแรงมากนัก จำนวนผู้ร่วมประมูลสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือในสถานการณ์ที่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลจึงไม่ส่งผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น

5.4.3 ผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ : การเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา

ผลการสืบเสาะ (Explore) พบความแตกต่างระหว่างสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลเป็นตัวแปรเดียวที่มีนัยสำคัญทางสถิติในทั้งสองสถานการณ์ ในขณะที่จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมีนัยสำคัญทางสถิติเฉพาะสถานการณ์ที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาเท่านั้น ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ศึกษาสถานการณ์ทั้งสองจึงไม่มีหลักฐานที่จะช่วยยืนยันข้อค้นพบของงานวิจัยนี้เช่นกัน

สถานการณ์ทั้งสองไม่มีผลให้ความมีนัยสำคัญของจำนวนผู้ร่วมประมูลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน กล่าวคือ จำนวนของผู้ประมูลในการประมูลที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่มีผลทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์เพิ่มขึ้น คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้สำหรับผลการ

วิเคราะห์นี้คือ ในการประมูลทั้งสองสถานการณ์เมื่อจำนวนผู้ร่วมประมูลเพิ่มขึ้นแต่การแข่งขันระหว่างผู้ประมูลอาจไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากผู้ประมูลแต่ละรายเสนอราคาอย่างมเหตุมีผล จำนวนผู้ร่วมประมูลจึงไม่ทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์เพิ่มสูงขึ้น เพราะหากการประมูลมีจำนวนผู้ร่วมประมูลหลายคนและการแข่งขันระหว่างผู้ประมูลมีความรุนแรง รายได้เจ้าของเว็บไซต์จะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อจำนวนผู้ร่วมประมูลที่เพิ่มขึ้น (Wang & Xu, 2016)

สถานการณ์ทั้งสองมีผลให้ความมีนัยสำคัญของจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน กล่าวคือ ในสถานการณ์ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ แต่ในสถานการณ์ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาจำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ศึกษาตัวแปรนี้ต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ ในสถานการณ์ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาเมื่อสิ้นสุดการประมูลเจ้าของเว็บไซต์จำเป็นต้องคืนสิทธิการเสนอราคาจำนวนหนึ่งแก่ผู้ชนะและผู้แพ้ประมูล จึงทำให้จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลไม่สามารถทำให้เห็นถึงความแตกต่างของรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้นได้ ในขณะที่สถานการณ์ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาเจ้าของเว็บไซต์ไม่จำเป็นต้องคืนการเสนอราคา จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลที่เพิ่มขึ้น จึงหมายถึงรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้น

ระยะเวลาการประมูลไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ไม่ต่างกัน นั้นหมายความว่า การประมูลที่ประกาศหรือไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่ทำให้ผลของระยะเวลาการประมูลมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าระยะเวลาการประมูลที่เพิ่มขึ้นนั้นเกิดจากการเสนอราคาของผู้ประมูล แต่ตัวแปรนี้ไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งสองสถานการณ์ ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ศึกษาตัวแปรทั้งสองตัวนี้ต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์

มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ไม่ต่างกัน นั้นหมายความว่า การประมูลที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่ทำให้ผลของมูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ทั้งสองสถานการณ์ พบว่า มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลที่เพิ่มขึ้นทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์น้อยลง สอดคล้องกับงานของ Kim, Brünner, Skiera และ Natter (2014) ที่พบว่า ถึงแม้มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลที่ค่าสูงจะมีผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้นจริง แต่กลับมีส่วนทำให้ผู้ประมูลชนะการประมูลซื้อสินค้าประหยัดขึ้นเช่นกัน ดังนั้นการที่ผู้ประมูลซื้อสินค้าได้ประหยัดเท่าไร รายได้เจ้าของเว็บไซต์ก็จะลดลงตาม ทำให้เจ้าของเว็บไซต์ขาดทุนเพิ่มมากขึ้น

ในประเด็นสุดท้ายมูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองสถานการณ์ กล่าวคือ ผู้ประมูลไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อยหรือไม่ แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้

ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ ดังนั้นจึงไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มมากขึ้น

นอกจากการเปรียบเทียบผลของตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ระหว่างสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศค่านิสิตีเสนอราคาแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ภายในการประมูลที่ประกาศค่านิสิตีเสนอราคาไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ มีตัวแปรเดียวที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของสินค้าทั้งสองประเภท ได้แก่ มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูล เหมือนการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์เมื่อประกาศค่านิสิตีเสนอราคาโดยรวม

ในขณะที่ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ของสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ภายในการประมูลที่ไม่ประกาศค่านิสิตีเสนอราคามีความแตกต่างกัน กล่าวคือ มีตัวแปรเดียวที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทกระเป๋า แต่มีสองตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์สินค้าประเภทโทรทัศน์ โดยมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ทั้งสองประเภทสินค้า ในขณะที่จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลไม่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทกระเป๋า แต่มีอิทธิพลต่อราคาปิดการประมูลสินค้าประเภทโทรทัศน์ คำอธิบายที่อาจเป็นไปได้คือ จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลของสินค้าประเภทกระเป๋าที่เพิ่มสูงขึ้นไม่สามารถทำให้เห็นถึงความแตกต่างของรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีค่ามาก แตกต่างจากสินค้าประเภทโทรทัศน์จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลที่เพิ่มขึ้นทำให้รายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้น จากข้อมูลสถิติในตารางที่ 4.10 พบว่า จำนวนครั้งการเสนอราคา และมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลของกระเป๋าที่มีค่าโดยเฉลี่ย 728.42 ครั้ง และ 69,287.04 บาทสูงกว่าโทรทัศน์ที่มีค่าโดยเฉลี่ย 594.64 ครั้ง และ 38,292.76 บาท ด้วยความแตกต่าง

5.5 การนำงานวิจัยไปใช้ (Contribution)

5.5.1 การนำไปใช้ในเชิงทฤษฎี (Theoretical Contribution)

ผู้วิจัยไม่พบงานในอดีตของการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมในบริบทของประเทศไทย จึงยังไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ของตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลหรือต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ รวมถึงการเปรียบเทียบผลกระทบของตัวแปรอิสระกับราคาปิดระหว่าง สถานการณ์ที่จำกัดหรือไม่จำกัด และการประกาศหรือไม่ประกาศค่านิสิตีเสนอราคา ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงอาจเป็นงานที่ต่อยอด

การศึกษาการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมในบริบทของประเทศไทย ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้เป็นการยืนยันเชิงประจักษ์ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อผู้ประมูลเห็นว่าธุรกรรมการประมูลมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก โอกาสในการชนะการประมูลจึงมีน้อยลง ทำให้ผู้ประมูลแต่ละรายเสนอราคาจำนวนน้อยลงเช่นกันส่งผลให้ราคาปิดการประมูลต่ำ ในขณะที่ธุรกรรมการประมูลที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนน้อย โอกาสในการชนะการประมูลของผู้ประมูลสูงกว่า ทำให้ผู้ประมูลเสนอราคาเพิ่มขึ้นส่งผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล และสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีส่วนทำให้จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลของต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน

2. ระยะเวลาของการประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยระยะเวลาการประมูลเพิ่มขึ้นหรือขยายเวลาเรื่อยๆ ทำให้ผู้ประมูลมีเวลาในการตัดสินใจเพิ่มขึ้นมีผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น (Byers, Mitzenmacher & Zervas, 2010; Caldara, 2012) ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล และสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่มีส่วนทำให้ระยะเวลาของการประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน

3. มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลแบบมีค่าธรรมเนียมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลที่เพิ่มขึ้นมีผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้น (Kim, Brünner, Skiera & Natter, 2014; Gnutzmann, 2014) ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล และสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีส่วนทำให้มูลค่าสินค้าที่ถูกนำมาประมูลมีผลต่อราคาปิดการประมูลแตกต่างกัน

4. จำนวนผู้ร่วมประมูลไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลมีส่วนทำให้จำนวนผู้ร่วมประมูลมีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน แต่สถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่มีส่วนทำให้แตกต่างกัน

5. จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูลไม่มีส่วนทำให้จำนวนครั้งการเสนอราคาประมูลมีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน แต่สถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคามีส่วนทำให้มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน

6. ระยะเวลาการประมูลไม่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล และสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่มีส่วนทำให้ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน

6. มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลที่ค่าสูงขึ้นจะมีผลให้ราคาปิดการประมูลเพิ่มสูงขึ้นจริง แต่กลับมีส่วนทำให้ผู้ประมูลชนะการประมูลซื้อสินค้าประหยัดขึ้นเช่นกัน ดังนั้นการที่ผู้ประมูลซื้อสินค้าได้ประหยัดเท่าไร รายได้เจ้าของเว็บไซต์ก็จะลดลงตาม (Kim, Brünner, Skiera & Natter, 2014) ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล และสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่มีส่วนทำให้มูลค่าสินค้าที่ถูกลำมาประมูลมีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน

7. มูลค่าจัดส่งสินค้าไม่มีผลต่อราคาปิดการประมูล และรายได้เจ้าของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ประมูลไม่ได้สนใจว่ามูลค่าจัดส่งสินค้ามีค่ามากหรือน้อยหรือไม่ แต่ผู้ประมูลเห็นแล้วว่า มูลค่าจัดส่งสินค้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หากผู้ประมูลเห็นว่ามูลค่าจัดส่งสินค้าสูงเกินไปผู้ประมูลอาจไม่เข้าร่วม การประมูลคงถูกยกเลิกหรือไม่สำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทกระเป๋า และโทรทัศน์ตลอดจนสถานการณ์ที่จำกัดและไม่จำกัดผู้เข้าร่วมประมูล และสถานการณ์ที่ประกาศและไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาไม่มีส่วนทำให้มูลค่าจัดส่งสินค้ามีผลต่อราคาปิดการประมูล และรายได้เจ้าของเว็บไซต์แตกต่างกัน

5.5.2 การนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติ (Practical Contribution)

ผู้ประกอบการหรือเจ้าของเว็บไซต์การประมูลแบบมีค่าธรรมเนียม ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) สามารถประยุกต์ข้อค้นพบของการศึกษานี้ ได้ดังนี้

1. การที่ราคาปิดประมูลขึ้นกับจำนวนผู้ร่วมประมูล บ่งชี้ว่าเจ้าของเว็บไซต์ควรให้ความสำคัญอย่างมากในการดึงดูดผู้ประมูลรายใหม่และรักษาผู้ประมูลรายเก่าไว้ หรือเลือกเพิ่มระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นเมื่อผู้ประมูลเสนอราคาให้นานขึ้น อย่างไรก็ตามการที่ราคาปิดขึ้นกับมูลค่าสินค้าที่นำมาประมูล การเพิ่มสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้นอีก เพื่อเพิ่มราคาปิดการประมูลอาจไม่ใช่ทางออกที่ดีนัก เพราะรายได้เจ้าของเว็บไซต์กับมูลค่าสินค้าที่นำมาประมูลผกผันกัน

2. เจ้าของเว็บไซต์อาจเลือกปรับลดมูลค่าสินค้าที่นำมาประมูลในธุรกรรมการประมูลที่จำกัดผู้ร่วมประมูล เนื่องจากผู้เล่นใหม่ที่ไม่มีประสบการณ์มักเสนอราคาไม่สูงมากนัก และลดจำนวนธุรกรรมการประมูลที่ผู้ประมูลทุกรายสามารถเข้าร่วมได้ เพื่อให้ผู้ประมูลที่มีประสบการณ์จับกลุ่ม

ประมูลเพิ่มการแข่งขันให้เข้มข้นสูงขึ้น เจ้าของเว็บไซต์อาจเลือกที่จะลดจำนวนธุรกรรมการประมูลหรือลดมูลค่าสินค้าที่นำมาประมูลในธุรกรรมการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคา เนื่องจากทำให้ขาดทุนสูง แตกต่างจากธุรกรรมการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาที่ขาดทุนน้อยกว่า

3. สำหรับผู้ประมูลควรเลือกเข้าร่วมการประมูลที่จำกัดเฉพาะผู้ไม่เคยเข้าร่วมหรือไม่เคยชนะการประมูลเป็นลำดับแรก เนื่องจากการเพิ่มประสบการณ์ และมีโอกาสชนะการประมูลสูง เนื่องจากทุกคนเป็นผู้ประมูลรายใหม่ ผู้ประมูลอาจเลือกเข้าร่วมการประมูลที่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาแม้ว่าจะไม่ชนะการประมูลก็จะสามารถได้รับสิทธิคืนส่วนหนึ่ง แต่ก็ต้องแลกกับการพบผู้ประมูลจำนวนมากขึ้น จึงต้องเพิ่มจำนวนการเสนอราคาเช่นกัน หรือผู้ประมูลอาจเลือกเข้าร่วมการประมูลที่ไม่ประกาศคืนสิทธิเสนอราคาเพื่อหลีกเลี่ยงผู้ประมูลรายอื่นๆ มีโอกาสชนะการประมูลในราคาปิดที่ต่ำได้

5.6 ข้อจำกัดของงานวิจัยและโอกาสการวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยนี้เป็นงานแรกที่ได้อิงวิเคราะห์บนเว็บไซต์การประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียมในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบนเว็บไซต์ชื่อ www.bidryder.com เพียงเว็บไซต์เดียวเท่านั้น ผลของการวิเคราะห์อาจไม่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้ได้กับทุกเว็บไซต์ นอกจากนี้ผู้วิจัยเลือกเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างระหว่างสองสถานการณ์ของการจำกัดผู้ประมูล และสองสถานการณ์ของการประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาเท่านั้น ไม่ได้พิจารณาถึงปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างสองสถานการณ์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังไม่พบงานในอดีตที่ศึกษาสถานการณ์การจำกัดผู้ประมูล และสถานการณ์การประกาศคืนสิทธิการเสนอราคาจึงยังไม่มีหลักฐานที่จะช่วยยืนยันข้อค้นพบของงานวิจัยนี้

2. การที่งานวิจัยนี้ศึกษาโดยเลือกเก็บตัวอย่างข้อมูลจากสินค้าเพียงสองประเภทเท่านั้น คือ สินค้าประเภททีวี และกระเป๋า ทั้งสองสินค้าอาจจะไม่ได้เป็นตัวแทนที่เหมาะสมที่สุดสำหรับสินค้าประเภทแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย และสินค้าประเภทอุปกรณ์ไอที การนำผลการศึกษาไปใช้จึงค่อนข้างจำกัดและอาจไม่ครอบคลุม ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้อาจไม่สามารถนำไปใช้สรุปการประมูลในสินค้าประเภทอื่นๆ ได้

3. งานวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม และได้ทดลองสืบเสาะ (Explore) ผลที่มีต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ด้วยตัวแปรตัวเดียวกัน ผลการศึกษารายได้เจ้าของเว็บไซต์จึงค่อนข้างมีข้อจำกัด ตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์อาจไม่ใช่ตัวเดียวกันกับตัวแปรที่มีผลต่อราคาปิดการประมูล ดังนั้นจึงเป็นโอกาสการศึกษาค้นคว้าตัวแปรที่มีผลต่อรายได้เจ้าของเว็บไซต์ด้วยตัวแปรอื่นในอนาคต

4. ผู้วิจัยคาดว่าสำหรับเจ้าของเว็บไซต์ หากทราบว่ามีวันหรือช่วงเวลาใดมีผลต่อราคาปิดหรือรายได้เจ้าของเว็บไซต์ที่แตกต่างกันหรือไม่ และการศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เข้าร่วมประมูล ที่น่าจะช่วยให้เจ้าของเว็บไซต์สามารถมองเห็นโอกาส และเข้าใจถึงการดำเนินการประมูลออนไลน์แบบมีค่าธรรมเนียม ทำให้สามารถนำไปปรับใช้กับเว็บไซต์การประมูลของตนเองได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสการศึกษาในอนาคต





โค้ดโปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูลจากเว็บไซต์

```
#!/usr/bin/python
# -*- coding: utf-8 -*-
import time
import datetime
import csv
import requests
from bs4 import BeautifulSoup
from urllib import request
import sys
item = input("auc_id : ")
filepath = r"auc"+item+".csv"
my_url = 'http://www.bidryder.com/index.php?content=AuctionView&auction='+item
timeUnix = time.time();
def csv_write(X1=0,X2=0,X3=0,X4=0,X5=0,X6=0,X7=0,X8=0,X9=0,X10=0):
    with open(filepath, 'a', encoding='utf-8', newline='') as csvfile:
        spamwriter = csv.writer(csvfile, quoting=csv.QUOTE_MINIMAL)
        spamwriter.writerow([X1,X2,X3,X4,X5,X6,X7,X8,X9,X10])
        print ("writed")
last_bid_his = 0
old_now_price = 0
old_final_price = 0
while True:
    try:
        res = requests.get(my_url)
    except Exception as e:
        print(e)
        time.sleep(1)
        print("error")
        continue
    soup = BeautifulSoup(res.content, 'html.parser')
```

```

try:
    now_price = soup.find('small', {'name':'display_price_'+item}).text
    now_price = now_price.split( )[1]
    if now_price is None:
        continue
    if now_price != "":
        time.sleep(1)
        if old_now_price != now_price:
            last_bid_his = soup.find('b', {'name':'display_last_bid_'+item}).text
            last_bid_his = last_bid_his.strip()
            if last_bid_his == 'ยังไม่มีผู้ประมูล':
                time.sleep(3)
                continue
            title = soup.find('div', {'class':"products-detail-topic"}).text
            title = title.strip()
            product_value = soup.find('div', {'class':"head-price"}).text
            product_value = product_value.split( )[1]
            shipping_cost = soup.find('div', {'class':"delivery-rate"}).text
            shipping_cost = shipping_cost.split( )[1]
            last_bid_time = soup.find('input', {'id':'auc_last_time_'+item})['value']
            old_now_price = now_price
            bid_type = soup.find('div', {'class':"products-show-bid"})
            bid_type = str(bid_type)
            bid_type = bid_type.split("<div class= \"products-show-bid\">")[1]
            bid_type = bid_type.split('<span>เวลา</span><strong>ผู้ประมูล</strong><span>ประเภท</span>')[1]
            bid_type = bid_type.split('<big>')[2]
            bid_type = bid_type.split('</big>')[0]
            last_bid_time = soup.find('div', {'class':"products-show-bid"})
            last_bid_time = str(last_bid_time)
            last_bid_time = last_bid_time.split("<div class= \"products-show-bid\">")[1]

```

```

last_bid_time = last_bid_time.split('<span>เวลา</span><strong>ผู้ประมูล
</strong><span>ประเภท</span>')[1]
last_bid_time = last_bid_time.split('<big>')[1]
last_bid_time = last_bid_time.split('</big>')[0]
auc_start_time = soup.find('input', {'id': 'auc_start_'+item})['value']
auc_start_time = auc_start_time.split("+")[0]
auc_start_time = auc_start_time.strip()
auc_end_time = soup.find('input', {'id': 'auc_until_'+item})['value']
auc_end_time = auc_end_time.split("+")[0]
auc_end_time = auc_end_time.strip()

csv_write(X1=item,X2=title,X3=product_value,X4=shipping_cost,X5=now_price,X6=last_bid_his,X7=bid_type,X8=last_bid_time,X9=auc_start_time,X10=auc_end_time)

except:
    final_price = soup.find('div', {'class':"products-show-time"}).text
    final_price = final_price.split( )[3]
    if final_price is None:
        continue
    if final_price != "":
        if old_final_price != final_price:
            title = soup.find('div', {'class':"products-detail-topic"}).text
            title = title.strip()
            title = title.split(" ")[0]
            product_value = soup.find('div', {'class':"head-price"}).text
            product_value = product_value.split( )[1]
            shipping_cost = soup.find('div', {'class':"delivery-rate"}).text
            shipping_cost = shipping_cost.split( )[1]
            old_final_price = final_price

winner_bidder = soup.find('div', {'class':"show-name-pic2"}).text

```

```

winner_bidder = winner_bidder.strip()
bid_type = soup.find('div', {'class':"products-show-bid"})
bid_type = str(bid_type)
bid_type = bid_type.split("<div class=\"products-show-bid\">")[1]
bid_type = bid_type.split('<span>เวลา</span><strong>ผู้ประมูล
</strong><span>ประเภท</span>')[1]
bid_type = bid_type.split('<big>')[2]
bid_type = bid_type.split('</big>')[0]
last_bid_time = soup.find('div', {'class':"products-show-bid"})
last_bid_time = str(last_bid_time)
last_bid_time = last_bid_time.split("<div class=\"products-show-bid\">")[1]
last_bid_time = last_bid_time.split('<span>เวลา</span><strong>ผู้ประมูล
</strong><span>ประเภท</span>')[1]
last_bid_time = last_bid_time.split('<big>')[1]
last_bid_time = last_bid_time.split('</big>')[0]
auc_start_time = soup.find('input', {'id':"auc_start_"+item})['value']
auc_start_time = auc_start_time.split("+")[0]
auc_start_time = auc_start_time.strip()
auc_end_time = soup.find('input', {'id':"auc_until_"+item})['value']
auc_end_time = auc_end_time.split("+")[0]
auc_end_time = auc_end_time.strip()

```

```

csv_write(X1=item,X2=title,X3=product_value,X4=shipping_cost,X5=final_price,X6=winner_bidder,X7=bid_type,X8=last_bid_time,X9=auc_start_time,X10=auc_end_time)

```

else :

```

print('FINISH AUC'+item+' & Exit Crawler')

```

```

sys.exit()

```

บรรณานุกรม

- Augenblick, N. (2015). The sunk-cost fallacy in penny auctions. *The Review of Economic Studies*, 83(1), 58-86.
- Ausubel, L. M., & Milgrom, P. (2006). The lovely but lonely Vickrey auction. *Combinatorial auctions*, 17, 22-26.
- Bapna, R., Goes, P., & Gupta, A. (2001). Insights and analyses of online auctions. *Commun. ACM*, 44(11), 42-50.
- Beam, C., & Segev, A. (1998). Auctions on the Internet: A field study. *Fisher Center for Management and Information Technology Working paper WP-I032*.
- Byers, J. W., Mitzenmacher, M., & Zervas, G. (2010). *Information asymmetries in pay-per-bid auctions*. Paper presented at the Proceedings of the 11th ACM conference on Electronic commerce.
- Caldara, M. (2012). Bidding behavior in pay-to-bid auctions: An experimental study. *UC Irvine: Irvine, CA*.
- Darby, M. R., & Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. *The Journal of law and economics*, 16(1), 67-88.
- Easley, D., & Kleinberg, J. (2010). Auctions. In *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World* (pp. 225-246). Cambridge: Cambridge University Press.
- Gnutzmann, H. (2014). Of Pennies and Prospects: Understanding Behaviour in Penny Auctions.
- Gonçalves, R., & Fonseca, M. A. (2016). Learning through simultaneous play: evidence from penny auctions. *Journal of Economics & Management Strategy*, 25(4), 1040-1059.
- Goodman, J. (2012). Reputations in bidding fee auctions.
- Greenwald, A., Sodomka, E., Stix, E., Stix, J., & Storch, D. (2013). *Empirical Analysis of Auctioneer Profitability in QuiBids Penny Auctions*. Paper presented at the AAAI Workshop: Trading Agent Design and Analysis.
- Hair Jr, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2010). SEM: An introduction.

- Multivariate data analysis: A global perspective*, 629-686.
- Hou, J. (2007). Price determinants in online auctions: A comparative study of eBay China and US. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(3).
- Kakhbod, A. (2013). Pay-to-bid auctions: To bid or not to bid. *Operations Research Letters*, 41(5), 462-467. doi:<https://doi.org/10.1016/j.orl.2013.05.010>
- Kesavan, R., & Ning, W. (2014). Sustainability of E-Commerce: The Case of Penny Auctions. *International Management Review*, 10(2), 49.
- Kim, J.-Y., Brünner, T., Skiera, B., & Natter, M. (2014). A comparison of different pay-per-bid auction formats. *International Journal of Research in Marketing*, 31(4), 368-379.
- Klein, L. R. (1998). Evaluating the potential of interactive media through a new lens: Search versus experience goods. *Journal of business research*, 41(3), 195-203.
- Klemperer, P. (1999). Auction theory: A guide to the literature. *Journal of economic surveys*, 13(3), 227-286.
- Konkel, D. R. (2012). Costing a Pretty Penny: Online Penny Auctions Revive the Pestilence of Unregulated Lotteries. *Seattle UL Rev.*, 36, 1967.
- Lai, H., Hsu, J. S.-C., & Tu, H.-M. (2014). *Exploring the Effect of Bidding Mechanisms in Online Penny Auction*. Paper presented at the Joint International Conference on Group Decision and Negotiation.
- Leung, T., & Knottenbelt, W. J. (2011). *Global B2C and C2C Online Auction Models*. Paper presented at the Annual Conference on Innovations in Business & Management.
- Li, J., Guo, Z., & Tso, G. K. F. (2016). *An Economic Analysis of Consumer Learning for Online Entertainment Shopping*. Paper presented at the Proceedings of the 20th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS).
- Lien, J. W., Xu, M., & Zheng, J. (2017). *What Brings a Consumer Back for More? Evidence from Quantifiable Gain and Loss Experiences in Penny Auctions*. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3002907>
- Ma, X., Kim, K., & Goh, K. Y. (2014). An Empirical Study of Consumer Behavior in Online Pay-to-Bid Auctions.
- Markou, C. (2014). Online penny auctions and the protection of the consumer under EU

- law. *Computer Law & Security Review*, 30(5), 540-559.
- Narkiewicz, A. (2015). Pay-to-Bid Auctions.
- Nelson, P. (1970). Information and consumer behavior. *Journal of political economy*, 78(2), 311-329.
- Nelson, P. (1974). Advertising as information. *Journal of political economy*, 82(4), 729-754.
- Platt, B. C., Price, J., & Tappen, H. (2010). *Pay-to-bid auctions*. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w15695>
- Przepiorka, W. (2013). Buyers pay for and sellers invest in a good reputation: More evidence from eBay. *The Journal of Socio-Economics*, 42, 31-42.
- Reiner, J., Natter, M., & Skiera, B. (2014). The impact of buy-now features in pay-per-bid auctions. *Journal of Management Information Systems*, 31(2), 77-104.
- Stix, E. (2012). *An Empirical Study of Online Penny Auctions*.
- Wang, K., Wang, E. T., & Tai, C.-F. (2002). A study of online auction sites in Taiwan: product, auction rule, and trading type. *International Journal of Information Management*, 22(2), 127-142.
- Wang, Z., & Xu, M. (2012). Learning and strategic sophistication in games: The case of penny auctions on the internet. *Unpublished manuscript*. Available at [http://www.economics.neu.edu/zwang/Penny% 20auction. pdf](http://www.economics.neu.edu/zwang/Penny%20auction.pdf).
- Wang, Z., & Xu, M. (2016). Empirical Evidence on Competition and Revenue in an All-Pay Contest. *Review of Industrial Organization*, 49(3), 429-448.
- Zaman, A. (2012). The Behavior of QuiBids and Its Users.
- Zhang, J. (2006). The roles of players and reputation: evidence from eBay online auctions. *Decision Support Systems*, 42(3), 1800-1818.
- Zheng, H., Yong Goh, K., & Huang, K.-W. (2011). *Evaluating the Impacts of Auction Bidding Restrictions on Consumer Surplus and Behaviors - An Empirical Study of Penny Auctions* (Vol. 5).
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2555). การใช้ *SPSS for windows* ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 20.
กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติพิชญ์ ดีหนู, จักรกฤษณ์ อุทัยรัมย์ และ เดชพล ถึงลาภ. (2554). ระบบประมวลสินค้าออนไลน์.
(ปริญญาานิพนธ์), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ภาควิชา
วิศวกรรมคอมพิวเตอร์, Retrieved from
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/1465/127083.pdf?sequence=1>

จักรกฤษณ์ สำราญใจ. (2544). การกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อการวิจัย.

ซัชพงศ์ ตั้งมณี และ กังวาน ปุริมาณเสวี. (2551). ตัวแปรที่ใช้พยากรณ์ราคาปิดของการประมวลสินค้าบน
เว็บไซต์อีเบย์. จุฬาลงกรณ์วารสาร. ปีที่ 21 ฉบับที่ 81 (ต.ค.-ธ.ค. 2551) หน้า 28-44.

ภาณุ พฤกษ์ทยานนท์. (2550). การตัดสินใจเข้าร่วมและปรากฏการณ์วินเนอร์เคิร์สในการประมูล
ออนไลน์: การวิเคราะห์เชิงประจักษ์บนอีเบย์และยาฮูเจแปน. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต),
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, Retrieved from
<http://search.lib.cmu.ac.th/search/?searchtype=&searcharg=b1416445> ,
<http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/21970>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2560). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรม
ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย ปี 2560 Retrieved from
<https://www.etda.or.th/download-publishing/85/>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายกุลภัทร์ ผาตินาวิน
วัน เดือน ปี เกิด	15 มิถุนายน 2536
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขา วิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสารและอิเล็กทรอนิกส์ ภาควิชาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และโทรคมนาคม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และเข้าศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2559

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY