

## บทที่ 6

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 สรุป

จากผลการประมวลค่าที่แสดงไว้ในบทที่ 5 จะเห็นได้ว่าในแต่ละกลุ่มของผู้บริโภค ปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคในแต่ละกลุ่ม จะประกอบไปด้วย ระดับรายได้ สถานะสมรส อายุ จำนวนสมาชิกที่ได้รับบริการจากรถยนต์ และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมการครอบครองรถยนต์แต่ละประเภทใน 4 ลักษณะ ที่ทำการศึกษานี้จะเห็นได้ว่ามี 3 กลุ่ม ที่จะมีผลทำให้ปริมาณรถยนต์ที่ถูกบริโภคเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ ผู้ซื้อรถยนต์ใหม่ ผู้ซื้อรถยนต์เพิ่ม และผู้ซื้อรถยนต์ใหม่และขายรถยนต์คันเก่า ซึ่งมีลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจพอสรุปได้ดังนี้

##### 6.1.1 ปัจจัยทางสังคม

ในกลุ่มผู้ซื้อรถยนต์ใหม่สถานะสมรสจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจทำการซื้อรถยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มบริโภคอื่นๆ นอกเหนือจากสถานะสมรสแล้ว ในกลุ่มที่สมรสแล้วมีแนวโน้มที่ผู้ครอบครองรถยนต์จะทำการรับส่งคู่สมรสด้วย หรือได้รับบริการจากรถยนต์ และถ้าผู้ครอบครองรถยนต์นั้นสมรสแล้ว และมีบุตรหรือธิดา ผู้บริโภคก็มีแนวโน้มที่จะรับส่งบุตรธิดาด้วยตนเองด้วยเช่นกันเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มซื้อใหม่และขายคันเก่าสองกลุ่มนี้จะมีลักษณะคล้ายคลึงกันในเรื่องของจำนวนสมาชิกที่ได้รับบริการจากรถยนต์ ยกเว้นในกลุ่มที่ซื้อเพิ่มจำนวนสมาชิกที่ได้รับบริการจากรถยนต์ จะไม่มีความสำคัญมากเท่ากับในสองกลุ่มแรกในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ ผลที่ได้มีลักษณะเช่นนี้ อาจมีผลมาจากการไม่ได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการขนส่งของรัฐ สำหรับคู่สมรสหรือบุตรธิดา แต่ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นจริงทุกกรณีไป อาจจะมีเหตุผลอื่นๆ ได้แก่ การห่วงหาอาทร หรือที่ทำงานของคู่สมรสอยู่บนเส้นทางเดียวกัน รวมถึงในการรับส่งบุตรธิดาด้วย ซึ่งในประเด็นนี้ แบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครอบคลุมไม่ถึงในประเด็นเหล่านี้ นอกจากนั้น การรับส่งคู่สมรสรวมทั้งบุตรและธิดา อาจจะเป็นผลจากความต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือในการนี้ของบุตรและธิดาที่จะต้องเดินทางไปโรงเรียน อาจเป็นไป

ที่ทางโรงเรียนไม่มีบริการรถรับส่ง หรือถ้ามีอาจจะไม่เป็นที่ไว้วางใจของผู้ปกครอง หรือทางโรงเรียนไม่สามารถให้บริการได้ทั่วถึงก็ได้

นอกจากนั้นแล้วปัจจัยระยะทางในการเดินทางไปประกอบธุรกิจก็มีส่วนสำคัญด้วยเช่นกันในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ เพราะนอกเหนือจากการรับส่งสมาชิกในครอบครัวแล้ว ระยะทางที่ผู้บริโภครู้จำเป็นต้องเดินทางไปประกอบธุรกิจอาจจะมีระยะทางที่ไกล หรือจำเป็นต้องพบกับลูกค้าหรือพบปะกับบุคคลต่าง ๆ ในหลาย ๆ ที่ในวัน ๆ หนึ่ง การใช้รถยนต์ส่วนตัวจะให้ความสะดวกสบายในการทำธุรกิจมากกว่าใช้บริการของรัฐ หรือในแง่ของค่าใช้จ่ายอาจจะประหยัดกว่าการใช้รถยนต์รับจ้าง หรือแท็กซี่ เป็นต้น ด้วยปัจจัยอันนี้จึงกระตุ้นให้ผู้บริโภคทำการซื้อรถยนต์ใหม่ แต่สำหรับกลุ่มซื้อรถยนต์ใหม่และชาวรถยนต์เก่ากับกลุ่มซื้อรถยนต์ใหม่จะไม่มีมีความสำคัญเท่ากับในกลุ่มซื้อรถยนต์ใหม่

#### 6.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

##### - รายได้

ผลจากการศึกษาพบว่ารายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญสำหรับทุกกลุ่มผู้บริโภค และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในกลุ่มที่ซื้อรถยนต์ใหม่ (ดูตารางที่ 5.2) แต่ถ้าพิจารณาในแง่ของจำนวนผู้ที่มียาได้ในครัวเรือนแล้วจะมีความสำคัญมากในกลุ่มที่ซื้อเพิ่ม และซื้อทดแทน ทั้งนี้คู่สมรสอาจจะมีส่วนช่วยในการซื้อรถยนต์คันนั้น ๆ เนื่องจากรายได้ของผู้ที่ซื้อรถยนต์อาจจะไม่พอเพียงในการผ่อนชำระ หรือวางเงินดาวน์

##### - มูลค่าของรถยนต์

ผลการประมาณค่าที่ได้ชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจในการซื้อรถยนต์ใหม่และชาวรถยนต์เก่า รวมทั้งซื้อเพิ่มนั้นมูลค่าของรถยนต์คันแรกจะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจทำการซื้อรถยนต์ใหม่ เนื่องจากรถยนต์คันแรกหรือคันที่ผู้บริโภครอครอบจะเริ่มมีสภาพเก่าลงประเด้นหนึ่ง และอีกประเด้นหนึ่งผู้บริโภครออาจจะเกรงว่าถ้าครอบครองรถยนต์คันนั้นต่อไปจะทำให้ตนเองประสบกับการขาดทุนถ้าทำการขายรถยนต์คันนั้นในอนาคต เนื่องจากมูลค่าของรถยนต์คันนั้นจะมีมูลค่าต่ำลง

ตามอายุของรถยนต์และนอกจากนี้การแนะนำรถยนต์รุ่นใหม่เข้าสู่ตลาด จะมีผลทำให้รถยนต์คันนั้น  
ตกทุนและมูลค่าต่ำลงไปอีกด้วย ซึ่งในประเด็นการถือครองรถยนต์จะมีลักษณะเหมือนการลงทุน  
อย่างหนึ่ง

#### - วิธีการในการซื้อรถยนต์

นอกเหนือจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อรถยนต์ดังกล่าว  
มาแล้วข้างต้น วิธีการในการซื้อรถยนต์ก็มีส่วนที่สำคัญในการทำการตัดสินใจซื้อด้วยเช่นกัน ซึ่งจะ  
เกี่ยวข้องกับวิธีการชำระหนี้ในการซื้อรถยนต์ และนอกจากนั้นจะเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขในการเข้า  
ซื้อ ถ้าผู้บริโภคเลือกการชำระค่ารถยนต์โดยการเข้าซื้อ รวมถึงระดับอัตราดอกเบี้ยด้วย แต่  
เนื่องจากข้อบกพร่องของแบบสอบถามที่ไม่ได้ครอบคลุมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าซื้ออันได้แก่  
อัตราดอกเบี้ยในการเข้าซื้อ และเงินดาวน์ ทำให้ขาดข้อมูลในส่วนนี้ในการพิจารณาถึงมาตรการ  
ที่เกี่ยวข้องของรัฐในการควบคุมการซื้อรถยนต์

แต่อย่างไรก็ตาม ผลจากการประมาณค่าก็สามารถที่จะกล่าวได้ว่าตัวแปรวิธี  
การซื้อรถยนต์นั้นได้สะท้อนถึงปัจจัยเหล่านี้แล้ว และนอกจากนั้นเมื่อนำสถานะการคลังของตลาดใน  
ปัจจุบันมาร่วมพิจารณาจะเห็นได้ว่า วิธีการในการดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มาทำการซื้อรถยนต์  
ของผู้ผลิตแต่ละยี่ห้อ นั้น ปัจจัยที่สำคัญจะอยู่ที่เงื่อนไขในการผ่อนชำระ ว่าผู้จำหน่ายแต่ละรายนั้น  
ผู้ใดสามารถให้ข้อเสนอที่เอื้ออำนวย หรือลดภาระในการผ่อนชำระที่ยาวนาน ควบคู่ไปกับอัตรา  
ดอกเบี้ยที่จัดเก็บจากผู้บริโภคในอัตราที่ต่ำควบคู่ไปด้วย

จากผลการประมาณค่าที่ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มที่บริโภคในกลุ่มซื้อรถยนต์ใหม่และ  
ซื้อเพิ่มจะนำปัจจัยนี้มารวมในการทำการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ยกเว้นในกลุ่มที่ซื้อรถคันใหม่และขาย  
คันเก่า ปัจจัยนี้จะไม่มีแนวโน้มในการกำหนดการตัดสินใจในการบริโภคเท่าไร

#### 6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาที่ได้สามารถนำมาใช้ในการวางแผนนโยบายในการแก้ปัญหาการจราจร  
ในกรุงเทพฯ ได้ ในการกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อลดความต้องการรถยนต์ในกรุงเทพฯ จะต้องคำนึง



ถึงปัจจัยที่กำหนดความต้องการรถยนต์ในกรุงเทพฯ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจ และเพิ่มทางเลือกในการเดินทางของประชาชนให้มากขึ้น

### 6.2.1 มาตรการระยะสั้น

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยทั้งหมดที่มีส่วนในการกำหนดความต้องการรถยนต์ในกรุงเทพฯ แล้วพบว่า การกำหนดมาตรการที่จะทำให้มีผลต่อปัจจัยทางสังคมเพื่อลดความต้องการรถยนต์อาจไม่ได้ผลมากนักเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ เช่นสถานะสมรส ( $X_2$ ) อายุหัวหน้าครัวเรือน ( $X_3$ ) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ( $X_4$ ) จำนวนสมาชิกที่มีรายได้ ( $X_5$ ) ไม่สามารถใช้มาตรการต่างๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงปัจจัยเหล่านี้ได้ มาตรการที่พอจะมีผลต่อปัจจัยทางสังคมคือ

- มาตรการรณรงค์ส่งเสริมรถจักรยาน และพนักงานเอกชน

จากการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ใหญ่ที่ให้บริการจากรถ ( $X_6$ ) และจำนวนเด็กที่ให้บริการจากรถ ( $X_7$ ) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่กำหนดความน่าจะเป็นในการซื้อรถ มาตรการรณรงค์ส่งเสริมพนักงานจะมีผลทำให้จำนวนผู้ใหญ่ที่ให้บริการจากรถ ( $X_6$ ) ลดลง ซึ่งจะมีผลทำให้ความน่าจะเป็นในการซื้อรถใหม่ลดลงด้วยโดยเฉพาะในกลุ่มที่ซื้อรถใหม่ อาจทำได้โดยการกำหนดมาตรการเพิ่มแรงจูงใจ อาจจะเป็นในรูปของการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล หรือในลักษณะอื่นๆ เพื่อในเอกชนจัดรถรับส่งพนักงานของตัวเอง นอกจากนี้มาตรการส่งเสริมรถรับส่งนักเรียนก็มีผลทำให้การลดความต้องการรถยนต์ลงได้ เนื่องจากจำนวนเด็กที่ให้บริการจากรถ ( $X_7$ ) เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อรถ ถ้าสามารถลดจำนวนเด็กที่ต้องการได้รับการบริการจากรถลงได้ ก็จะทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อรถลดลงตามด้วย ในการใช้มาตรการดังกล่าวมานี้อาจจะลดจำนวนและระยะทางในการเดินทางของรถยนต์ได้มาก และไม่ทำให้การเดินทางของผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์สับสนปนเป จากการศึกษาที่ต้องส่งบุตรในที่หนึ่ง ขณะที่ตนเองต้องทำงานในที่อีกแห่งหนึ่งและมีบ้านในที่อีกแห่งหนึ่ง

นอกเหนือจากปัจจัยทางสังคมแล้ว ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็เป็นตัวกำหนดความต้องการรถยนต์ด้วย มาตรการที่สามารถนำมาใช้เพื่อลดความต้องการรถยนต์คือ

- การกำหนดเงื่อนไขในการเช่าซื้อ

จากการศึกษาพบว่าวิธีการซื้อรถยนต์ ( $X_8$ ) โดยการเช่าซื้อเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อ

การกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อรถ ถ้าสามารถลดการซื้อรถยนต์โดยผ่านการเช่าซื้อ  
ได้ก็สามารถลดความต้องการรถยนต์ลงได้ แต่เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบันนั้นมีลักษณะลอยตัว  
หรือเป็นไปตามภาวะของตลาด ทำให้รัฐบาลไม่สามารถแทรกแซงได้อย่างในอดีต ดังนั้นเพื่อควบคุมการเติบโตของปริมาณรถยนต์ หรือจำกัดการขยายตัวของความต้องการแนวทางหนึ่งที่ทำ  
ได้แก่ การกำหนดเงื่อนไขในการเช่าซื้อ ในอดีตนั้นในการเช่าซื้อผู้ซื้ออาจจะใช้บุคคลใดก็ได้ใน  
การค้าประกันตามเงื่อนไขที่บริษัทเงินทุนได้กำหนด ทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้ซื้อและไม่ยุ่งยากใน  
การขาย ผู้ค้าประกัน แต่ในปัจจุบันจากที่ผู้เช่าซื้อไม่ยอมชำระหรือค้างค้างงวดเพิ่มสูงขึ้น ทำให้บริษัท  
เช่าซื้อรถกำหนดให้ผู้ค้าประกันต้องเป็นบุคคลที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร หรือมีบ้านที่สามารถ  
ใช้ค้ำประกันความเสี่ยงได้ในกรุงเทพฯ เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจให้สินเชื่อแก่ผู้ซื้อ มีผลให้จำนวน  
ผู้เช่าซื้อลดลงอย่างมาก ซึ่งมาตรการในลักษณะเช่นนี้รัฐบาลโดย ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถ  
นำมาใช้เป็นเครื่องมือแทรกแซงในการควบคุมกำเนิดรถยนต์ได้อีกทางหนึ่ง ควบคู่ไปกับมาตรการอื่น ๆ  
แต่ทั้งนี้การนำนโยบายนี้มาใช้จะต้องไม่ละล่อนสิทธิของผู้ที่มีความจำเป็นในการใช้รถยนต์จริงๆ แต่  
เป็นการควบคุมกลุ่มผู้ซื้อรถยนต์เพิ่ม จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มบริโภคในลักษณะนี้ ตัวแปร  
วิธีการในการซื้อจะมีส่วนในการตัดสินใจสูงมาก คล้ายคลึงกับกลุ่มที่ซื้อรถยนต์ใหม่และกลุ่มที่ซื้อทดแทน

#### 6.2.2 มาตรการระยะยาว

นอกเหนือจากสองมาตรการที่กล่าวถึงข้างต้นนั้น ซึ่งเป็นมาตรการในระยะ  
สั้นแล้ว ในระยะยาวยังมีความจำเป็นที่จะต้องผลักดันให้โครงการขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ต่าง ๆ  
ของรัฐดำเนินต่อไป และเริ่มดำเนินโครงการให้เร็วที่สุด จากการศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า  
ระยะทางในการเดินทางจะมีลักษณะสำคัญในการกำหนดการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ และจากสภาพ  
ความเป็นจริงที่ขนาดของกรุงเทพฯ จะมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น แหล่งที่พักอาศัยกับแหล่งในการ  
ประกอบธุรกิจก็จะมีระยะทางเพิ่มสูงขึ้น ถ้ารัฐยังไม่สามารถผลักดันให้โครงการขนาดใหญ่เหล่านี้  
นั้นเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ แนวโน้มความต้องการรถยนต์นั้นก็ยิ่งเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการไม่ได้  
รับความสะดวกสบายในการใช้บริการของรัฐประการหนึ่ง และนอกจากนั้นจะทำให้ความประเทศ  
เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้นไปอีก จากปัญหาจราจรติดขัด

มาตรการที่เสนอมาททั้งหมดนี้จะประสบความสำเร็จหรือลดความรุนแรงของปัญหา การจรรยาบรรณได้ นั้น จะต้องควบคู่กับมาตรการด้านอื่น ๆ ของรัฐบาลด้วยไม่ใช่ อาศัยแต่เพียงมาตรการเหล่านี้อย่างเดียว ซึ่งหน่วยงานของรัฐที่ดูแลในเรื่องนี้จะต้องนำลักษณะโครงสร้างด้านต่าง ๆ ของกรุงเทพฯมาอยู่ในกรอบของการแก้ปัญหาเพื่อให้ได้แนวทางในการแก้ไขปัญหามอบรอบด้าน เช่น ในกรณีที่มีการกำหนดให้ผู้ปกครองต้องนำบุตรและธิดาเรียนในโรงเรียนในเขตที่ตนอาศัยอยู่ มาตรการนี้ก็เป็นอีกมาตรการหนึ่งที่จะลดจำนวนเที่ยวในเขตที่ตนอาศัยอยู่ มาตรการนี้ก็เป็นอีกมาตรการหนึ่งที่จะลดจำนวนเที่ยวในการเดินทางลงในการรับส่งบุตรและธิดา ซึ่งในความเป็นจริงแล้วยังมี อีกหลายมาตรการที่อาจจะนำมาใช้ในการวางมาตรการแก้ไขปัญหามา แต่จากข้อจำกัดของระยะเวลาและข้อมูลในการศึกษา ทำให้แบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ไม่สามารถครอบคลุมได้ในหลาย ๆ ประเด็นด้วยกัน ซึ่งจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษากันต่อไปในอนาคต



ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย