



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

อุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมในประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในหลาย ๆ อุตสาหกรรมของประเทศที่สามารถอำนวยความสะดวกให้เกิดแก่เศรษฐกิจของประเทศได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แร่ยิปซัม ซึ่งเป็นแร่ธาตุที่มีอยู่มากมายในประเทศ อีกทั้งยังส่งเสริมให้มีการใช้แรงงานภายในประเทศไม่เฉพาะแต่แรงงานในอุตสาหกรรมนี้เท่านั้น ยังส่งผลต่อเนื่องถึงแรงงานในเมืองแร่ยิปซัม แรงงานในอุตสาหกรรมกระดาษที่ใช้กับแผ่นยิปซัม และแรงงานที่ถูกรว้างในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ตลอดจนการประกอบกิจการการขนส่ง การขาย การรับเหมาก่อสร้าง ฯลฯ อีกทั้งแผ่นยิปซัมยังเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถผลิตได้โดยใช้วัตถุดิบหลักจากที่มีอยู่ในประเทศ นอกจากนี้คุณสมบัติของแผ่นยิปซัมยังมีประโยชน์ในการช่วยส่งเสริมนโยบายการประหยัดพลังงานแห่งชาติ โดยการลดค่าใช้จ่ายของกระแสไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง เนื่องจากแผ่นยิปซัมเป็นวัสดุที่ช่วยป้องกันความร้อนให้กับอาคารบ้านเรือนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้อยู่อาศัยไม่ต้องใช้พลังงานไฟฟ้าในการระบายความร้อนภายในอาคารบ้านเรือนมากเกินไป จากความสำคัญดังกล่าวจึงเป็นเหตุจูงใจให้ทำการศึกษาถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมประเภทนี้เพื่อให้ทราบถึงประวัติความเป็นมา กลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมของบริษัทผู้ผลิต ภาวะการแข่งขัน หรือการกระจุกตัวของผู้ขาย การศึกษาโครงสร้างตลาด และการศึกษาวิเคราะห์อุปสงค์ตลอดจนการพยากรณ์แนวโน้มในอนาคตของอุปสงค์แผ่นยิปซัมในประเทศไทย ซึ่งหากได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ย่อมถูกต้องแล้วก็น่าจะเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมในประเทศให้สามารถขยายอัตราการเจริญเติบโตได้ต่อไป

ผลการศึกษาวิเคราะห์อุปสงค์หรือปริมาณการบริโภคแผ่นยิปซัมในประเทศไทย จากแบบจำลองที่กำหนดขึ้น พบว่าปริมาณการบริโภคแผ่นยิปซัมในประเทศไทย ถูกกำหนดจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ระดับรายได้ของประเทศ ราคาขายส่งแผ่นยิปซัมในประเทศ อัตราเงินเฟ้อหรือในที่นี้ถือเป็นตัวแทนของข้อมูลราคาสินค้าชนิดอื่นโดยทั่วไปด้วย และจำนวนประชากร โดยปัจจัยทั้งสิ้น สามารถอธิบายแบบจำลองดังกล่าวได้ในเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือประมาณ 99.90

เปอร์เซ็นต์ สำหรับความสัมพันธ์และบทบาทของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อปริมาณการบริโภคฯ จากข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 - 2540 รวม 16 ปี สรุปได้ดังนี้

1). ระดับรายได้ของประเทศ (ชื่อย่อตัวแปร : GDP) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการบริโภคฯ และมีบทบาทต่อการกำหนดอัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคฯ (ความยืดหยุ่นฯ) เท่ากับ 0.18 หรือหมายความว่า เมื่อระดับรายได้ฯ มีการเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้ปริมาณการบริโภคฯ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน 0.18 เปอร์เซ็นต์ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยหรือตัวแปรอื่นคงที่ จากผลการศึกษาวิจัยที่ปรากฏ ทำให้ทราบว่าแผ่นยิปซัมมีลักษณะเป็นสินค้าปกติ (normal goods) กล่าวโดยย่อคือเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจะหันมาเลือกซื้อหรือเลือกใช่มากขึ้นเมื่อมีรายได้สูงขึ้น และจะซื้อน้อยลงเมื่อมีรายได้ลดลง ทั้งนี้ เพราะแผ่นยิปซัมถือเป็นวัสดุที่ใช้ตกแต่งฝา ฝ้าเพดาน ยาคารบ้านเรือนที่เข้ามาทดแทนวัสดุที่ใช้ตกแต่งฝา ฝ้าเพดานรุ่นก่อน อาทิ แผ่นไม้อัด หรือกระเบื้องแผ่นเรียบ ฯลฯ โดยที่แผ่นยิปซัมจะมีความสวยงามกว่าและมีคุณสมบัติในการป้องกันเสียง ป้องกันความร้อน ป้องกันไฟ ได้ดีกว่า แต่ในขณะเดียวกันก็จะมีราคาสูงกว่า ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคมีรายได้สูงขึ้นจึงย่อมที่จะมีความเป็นไปได้ที่จะหันมาเลือกใช้แผ่นยิปซามากขึ้น

2). ราคาขายส่งแผ่นยิปซัมในประเทศ (ชื่อย่อตัวแปร : PG) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการบริโภคฯ และมีบทบาทต่อการกำหนดอัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคฯ (ความยืดหยุ่นฯ) เท่ากับ -3.74 หรือหมายความว่า เมื่อระดับราคาฯ เปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้ปริมาณการบริโภคฯ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามถึง 3.74 เปอร์เซ็นต์ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยหรือตัวแปรอื่นคงที่ จากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาที่ได้มาอาจกล่าวได้ว่า แผ่นยิปซัมถือเป็นสินค้าที่มีความอ่อนไหวต่อระดับราคาค่อนข้างมาก (price sensitive) โดยหากมีการเปลี่ยนแปลงราคาสูงขึ้นแล้ว จะทำให้ปริมาณการบริโภคฯ ลดต่ำลงมากในทันที ผลการศึกษาในหัวข้อนี้จึงน่าจะเป็นข้อพึงระวังสำหรับบริษัทผู้ผลิต หากจะมีการปรับราคาขายให้สูงขึ้นมากหรือบ่อยครั้งจนเกินไป โดยไม่มีมาตรการใดๆ มารองรับหรือป้องกันไว้ ก็อาจจะต้องประสบกับปัญหายอดขายตกต่ำก็เป็นได้

3). อัตราเงินเฟ้อหรือระดับราคาสินค้าอื่น ๆ โดยทั่วไป (ชื่อย่อตัวแปร : INF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการบริโภคฯ และมีบทบาทต่อการกำหนดอัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคฯ (ความยืดหยุ่นฯ) เท่ากับ 0.33 หรือหมายความว่า เมื่อระดับอัตราเงินเฟ้อหรือระดับราคาสินค้าอื่น ๆ โดยทั่วไปซึ่งอาจจะหมายรวมถึงสินค้าที่สามารถใช้แทนแผ่นยิปซัมได้ อาทิ แผ่นไม้อัด กระเบื้องแผ่นเรียบ ฯลฯ มีการเปลี่ยนแปลงราคาไป 1

เปอร์เซ็นต์ จะทำให้ปริมาณการบริโภคฯ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน 0.33 เปอร์เซ็นต์ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยหรือตัวแปรอื่นคงที่ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือหากราคาสินค้าอื่น ๆ ที่สามารถใช้ทดแทนแผ่นยิปซัมได้มีราคาสูงขึ้นผู้บริโภคก็จะหันมาเลือกซื้อแผ่นยิปซัมมากขึ้นนั่นเอง

4). จำนวนประชากรในประเทศ (ชื่อย่อตัวแปร : POP) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการบริโภคฯ และมีบทบาทต่อการกำหนดอัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคฯ (ความยืดหยุ่น) เท่ากับ 16.40 หรือหมายความว่า เมื่อจำนวนประชากรมีอัตราเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้ปริมาณการบริโภคฯ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันถึง 16.40 เปอร์เซ็นต์ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยหรือตัวแปรอื่นคงที่

นอกจากการศึกษาครั้งนี้จะได้ทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์แผ่นยิปซัมในประเทศแล้ว ผลต่อเนื่องของการศึกษาในหัวข้อนี้ยังได้ทำให้ทราบถึงแนวโน้มในอนาคตของอุปสงค์ฯ อีกด้วย โดยการแทนค่าแนวโน้มของตัวแปรอิสระทั้งสี่เข้าในสมการอุปสงค์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการพยากรณ์เป็นเวลา 4 ปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2544 ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับตัวเลขทางเศรษฐกิจของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 โดยผลที่ได้จากการคำนวณคือ ค่าอุปสงค์หรือปริมาณการบริโภคแผ่นยิปซัมในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 จะมีประมาณ 159,456 ตัน (ลดลงจากปี พ.ศ. 2540 ประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์) เนื่องจากภาวะตกต่ำทางเศรษฐกิจของประเทศทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อลดลงประกอบกับผู้ผลิตแผ่นยิปซัมทั้ง 2 รายได้พร้อมใจกันขึ้นราคาอีกถึงประมาณ 26 เปอร์เซ็นต์ จึงเป็นเหตุให้ปริมาณการบริโภคฯ โดยรวมจึงลดต่ำลงค่อนข้างมากในปีนั้น และในปีต่อๆ มา คือปี พ.ศ. 2542 2543 และ 2544 จึงจะเริ่มมีอัตราการเติบโตในเกณฑ์บวก คือปี พ.ศ. 2542 จะมีปริมาณการบริโภคฯ ประมาณ 159,970 ตัน (+0.3 เปอร์เซ็นต์จากปีก่อน) ปี พ.ศ. 2543 จะมีปริมาณการบริโภคฯ ประมาณ 193,899 ตัน (+21 เปอร์เซ็นต์จากปีก่อน) ปี พ.ศ. 2544 จะมีปริมาณการบริโภคฯ ประมาณ 227,386 ตัน (+17 เปอร์เซ็นต์จากปีก่อน)

นอกจากการศึกษาถึงการวิเคราะห์แบบจำลองอุปสงค์แผ่นยิปซัมในประเทศไทยและการพยากรณ์ตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว การวัดการกระจุกตัวของผู้ขาย นับเป็นอีกหัวข้อหนึ่งที่ได้ทำการศึกษา เพื่อจะให้เห็นภาพที่ชัดเจนของโครงสร้างอุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยการวัดการกระจุกตัวของผู้ขาย จะวัดจากข้อมูลยอดขายของบริษัทผู้ผลิตที่มี

อยู่ทั้งหมดในอุตสาหกรรมฯ จำนวน 2 ราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ถึง พ.ศ. 2540 เป็นเวลา 10 ปี จากวิธีการวัด 2 วิธี คือ

- 1). วัดจากเส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์และสัมประสิทธิ์จีนี้ (GC.) และ
 - 2). วัดจากดัชนีเชอร์ร็อกอันดับที่ 2 (Shorrocks order two index) (I_2)
- ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1). เส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์และสัมประสิทธิ์จีนี้ (GC.) พบว่า เส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์ เคลื่อนตัวออกห่างเส้นการกระจายที่เท่าเทียมมากที่สุดในปี พ.ศ. 2535 (มีการกระจุกตัวมากที่สุด) และเข้าใกล้เส้นการกระจายที่เท่าเทียมน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2533 (มีการกระจุกตัวน้อยที่สุด) แต่ระดับความห่างระหว่างเส้นการกระจายที่เท่าเทียมกับเส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์ สำหรับทั้ง 10 ปี ที่ทำการศึกษา นับได้ว่าไม่ไกลกันมากนัก และเส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์ ทั้ง 10 เส้นอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยไม่มีเส้นใดตัดกัน ย่อมแสดงว่าอุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมในประเทศไทย หากพิจารณาจากเส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์ แล้วมีระดับการกระจุกตัวของผู้ขายไม่สูงมากนัก หรือมีการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตในเกณฑ์ที่ค่อนข้างสูง ตลอดทั้ง 10 ปีที่ผ่านมา ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์จีนี้ จะได้ค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธิ์จีนี้ เท่ากับ 0.1406 โดยค่าที่ได้มีมากที่สุดในปี พ.ศ. 2535 (เท่ากับ 0.184) และน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2533 (เท่ากับ 0.114) ซึ่งนับว่าค่าที่ได้อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ ($0 \leq GC \leq 1$) ซึ่งแสดงถึงการกระจุกตัวที่ค่อนข้างต่ำ หรือมีการแข่งขันกันระหว่างผู้ขายในเกณฑ์ค่อนข้างสูงซึ่งสอดคล้องกับการพิจารณาจากเส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์

2). ดัชนีเชอร์ร็อกอันดับที่ 2 (Shorrocks order two index) (I_2) จากการคำนวณพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ทำการศึกษา การวัดการกระจุกตัวของผู้ขาย โดยใช้ดัชนี ชนิดนี้ได้ค่าเฉลี่ย I_2 เท่ากับ 0.0401 โดยมีค่ามากที่สุดในปี พ.ศ. 2535 (เท่ากับ 0.0674) และน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2533 (เท่ากับ 0.0258) ซึ่งนับว่าค่าที่ได้อยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ ($0 \leq I_2 \leq (N-1)/2$ หรือ $0 \leq I_2 \leq 0.5$) ซึ่งแสดงถึงการกระจุกตัวที่ค่อนข้างต่ำ หรือมีการแข่งขันระหว่างผู้ขายในเกณฑ์ค่อนข้างสูง โดยค่าที่ได้จากดัชนีเชอร์ร็อกฯ นับว่าสอดคล้องกับค่าที่ได้จากเส้นการกระจุกตัวลอเรนซ์และสัมประสิทธิ์จีนี้

ถึงแม้จะมีบริษัทผู้ผลิตเพียง 2 ราย (SG และ TG) การที่อุตสาหกรรมชนิดนี้มีการกระจุกตัวของผู้ขายในเกณฑ์ต่ำหรือมีการแข่งขันกันสูงระหว่างบริษัทผู้ผลิต อาจอธิบายได้ด้วยสาเหตุ ดังต่อไปนี้

1). การมีกำลังการผลิตที่ใกล้เคียงกัน โดยจากข้อมูลกำลังการผลิตของทั้ง 2 บริษัท ในปี พ.ศ. 2540 ที่ทั้ง 2 บริษัท มีกำลังการผลิตรวมกันถึงประมาณ 820,000 ตัน แบ่งเป็น กำลังการผลิตของ SG 500,000 ตัน (60 เปอร์เซ็นต์) และ TG 320,000 ตัน (40 เปอร์เซ็นต์) โดยความต้องการบริโภคภายในประเทศในปี พ.ศ. 2540 มีประมาณ 320,000 ตัน หรือคิดเป็นประมาณ 39 เปอร์เซ็นต์ ของกำลังการผลิตรวม ดังนั้น ทั้ง 2 บริษัท จึงต้องทำการแข่งขันกันอย่างสูง เพื่อจำหน่ายสินค้า ของตนเองให้ได้มากที่สุดเพื่อรองรับกำลังการผลิตที่มีมากกว่าปริมาณการบริโภคในประเทศ จึงเป็นเหตุให้การกระจุกตัวของผู้ขาย ในอุตสาหกรรมนี้ มีไม่สูงมากนัก

2). ลักษณะสินค้าไม่มีความแตกต่าง จากแนวคิดของ Bain¹ ที่ว่า การทำให้สินค้าแตกต่างกันเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนกำหนดโครงสร้างตลาดให้มีการกระจุกตัวได้โดยเฉพาะผู้ผลิตที่ประสบผลสำเร็จในการทำให้สินค้าแตกต่างกันจะสามารถโน้มน้าวจิตใจของผู้บริโภคให้หันมาซื้อสินค้าของตนมากขึ้น แต่ในสินค้าแผ่นยิปซัมของบริษัทผู้ผลิตทั้ง 2 บริษัท ที่มีอยู่ในประเทศไทย ล้วนมีสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันทุกประการ ไม่ว่าจะเป็นคุณสมบัติของสินค้า การนำไปใช้งาน รูปลักษณ์ภายนอกหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ จะแตกต่างกันก็เพียงแต่ตราหรือยี่ห้อของสินค้าเท่านั้น ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ผลิตทั้งสองรายในอุตสาหกรรมแผ่นยิปซัม มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง

3). การวางระดับราคาที่ไม่ต่างกันมากนัก โดยจากข้อมูลทางด้านราคาของแผ่นยิปซัม (รายละเอียด จากบทที่ 2 ภาคการตลาด) ที่บริษัทผู้ผลิตทั้งสองกำหนดไว้ คือ หากเป็นการขายเข้าตลาดงานโครงการ อาทิ อาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียม โรงงาน ฯลฯ แล้วทั้ง 2 บริษัท จะกำหนดระดับราคาที่แข่งขันกันคือ ให้ส่วนลดถึงผู้ซื้อเท่าเทียมกัน แต่หากเป็นการขายเข้าตลาดชาวบ้าน หรือผู้บริโภครายย่อยแล้ว SG จะตั้งระดับราคาสูงกว่า TG ประมาณ 1-2 เปอร์เซ็นต์ หรือประมาณ 1.50 - 3.00 บาทต่อแผ่น (เป็นระดับราคาในปี พ.ศ. 2540) ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่ไม่ต่างกันมากนัก ดังนั้นปัจจัยทางด้านระดับราคาจึงถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่บริษัทผู้ผลิตทั้งสองนำมาใช้ในการแข่งขันทางการตลาดอย่างรุนแรงในปัจจุบัน

4). ช่องทางการจำหน่าย การที่ทั้งสองบริษัทผู้ผลิตมีช่องทางการจำหน่าย หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่กระจายได้ทั่วประเทศเช่นเดียวกัน และมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน โดย SG เน้นการกระจายผ่านร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่เป็นตัวแทนของเครือซิเมนต์ไทย ในขณะที่ TG เน้นการ

¹ Bain , Barrier to New Competition , p.236.

กระจายเข้าสู่ร้านค้าอลูมิเนียม ร้านค้าไม้อัดที่มีอยู่อย่างมากมายทั่วประเทศทำให้ทั้ง 2 บริษัท มีจุดแข็งเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันกันได้อย่างไม่มีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเสียเปรียบหรือได้เปรียบกัน อย่างชัดเจน

5). การมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง โดยหากพิจารณาจากสถานะสินทรัพย์ของทั้ง 2 บริษัท ในปี พ.ศ. 2539 แล้วมีดังนี้ SG มีสินทรัพย์รวมประมาณ 3,000 ล้านบาท และ TG มีสินทรัพย์รวมประมาณ 4,000 ล้านบาท ซึ่งการมีสินทรัพย์รวมเป็นจำนวนมากของแต่ละบริษัท จึงพอจะเป็นปัจจัยบ่งชี้ถึงการมีขีดความสามารถในการที่จะกำหนดแผนการตลาดใดๆ ที่จำเป็นต้องใช้เงินเข้ามามีส่วนช่วยในการแข่งขันได้อย่างที่ไม่มีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเสียเปรียบ

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าผลการศึกษาในเรื่องภาวะการกระจุกตัวของผู้ชาย จะได้ชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมมีภาวะการกระจุกตัวของผู้ชายต่ำ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตสูง แต่มีได้หมายความว่าโครงสร้างตลาดแผ่นยิปซัมในประเทศไทย จะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันแบบสมบูรณ์ แต่ตรงกันข้าม จากการศึกษาในเรื่องโครงสร้างตลาดแผ่นยิปซัมในประเทศไทยกลับพบว่า โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมในประเทศไทย นับเป็นตลาดที่มีการผูกขาดจากผู้ผลิตที่มีอยู่ทั้ง 2 รายค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในเรื่องการกำหนดราคาขายในประเทศ ที่จากการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมามีผู้ผลิตได้พร้อมใจกันกำหนดราคาขายในระดับที่สูงมากกว่าระดับที่ควรจะเป็นในตลาดผูกขาดและตลาดแข่งขันสมบูรณ์ นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า จากการที่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าติดลบถึง -3.74 (elastic) และการที่ระดับราคาขายในปัจจุบันอยู่ในระดับที่สูงมากเกินไปนั้น หากผู้ผลิตทำการลดระดับราคาลงมาจากระดับที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ก็จะทำให้ผู้ผลิตสามารถขายสินค้าได้มากขึ้นจนถึงระดับที่ทำให้ได้รายรับและผลกำไรโดยรวมมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจะเป็นผลดีต่อทั้งผู้ผลิต และผู้บริโภคที่จะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง นอกจากนี้หากระดับราคาที่สามารถลดลงมาได้ นี้ อยู่ในระดับที่แข่งขันในตลาดระหว่างประเทศได้ด้วยแล้ว ก็ที่ยังนับเป็นผลดีต่อผู้ผลิตมากขึ้น และยังถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อีกทางหนึ่งด้วย

ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าข้อจำกัดหรือข้อบกพร่องของการศึกษาอยู่บางประเด็นคือ

1). ข้อจำกัดทางด้านข้อมูล ทั้งในด้านของจำนวนข้อมูล และความแม่นยำของข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาเป็นรายปี ทำการศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2540 จำนวนข้อมูลจึงมีไม่มาก และข้อมูลบางตัว อาทิ ข้อมูลราคาขายส่งแผ่นยิปซัม เป็นข้อมูลที่ผู้ทำการวิจัยใช้คำนวณจากหลักการถ่วงน้ำหนักตามส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตทั้ง 2 ราย โดยใช้ราคาจากแผ่นยิปซัมชนิดธรรมดาขนาด 120 x 240 ซม. ความหนา 0.9 ซม. ซึ่งเป็นชนิดที่นิยมใช้มากที่สุดในปัจจุบันเป็นฐานในการคำนวณ แต่จากความเป็นจริงแล้ว แผ่นยิปซัมที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีหลากหลายชนิดและขนาด อาทิ แผ่นยิปซัมชนิดธรรมดา ขนาด 120 x 240 ซม. ความหนา 1.2 และ 1.5 ซม. แผ่นยิปซัมชนิดอลูมิเนียมฟอยล์ ขนาด 120 x 240 ซม. ความหนา 0.9 , 1.2 และ 1.5 ซม. ฯลฯ ซึ่งแต่ละชนิดแต่ละขนาดล้วนมีระดับราคาที่แตกต่างกันออกไป เมื่อข้อมูลมีความไม่สมบูรณ์ และมีจำนวนน้อยดังกล่าว จึงอาจจะมีผลทำให้การประมาณค่าทางสถิติมีความแม่นยำถูกต้องน้อยลง และส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์ ในสมการอุปสงค์ที่ต้องการหาขาดความแม่นยำไปด้วย

2). ในการประมาณค่าสมการออกมาตามแบบจำลองอาจมีตัวแปรอิสระบางตัวที่มีผลต่อตัวแปรตามในสมการ แต่ละเลย ไม่ได้นำมาพิจารณาร่วมด้วย เนื่องจากความยากลำบากในการหาข้อมูล หรือข้อมูลมีจำนวนไม่มากพอ อาทิ ราคาของสินค้าอื่นที่สามารถใช้ทดแทนแผ่นยิปซัมได้ เช่นราคาขายส่งกระเบื้องแผ่นเรียบ ราคาขายส่งแผ่นไม้อัด ฯลฯ อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ตลอดจนสภาพตลาดวัตถุดิบ เป็นต้น ซึ่งด้วยเหตุนี้จะมีส่งผลให้ค่าของสมการที่ได้ อาจจะไม่สะท้อนภาพความเป็นจริงเท่าที่ควร

3). ข้อมูลบางประการเป็นข้อมูลความลับของบริษัทผู้ผลิต อาทิ ข้อมูลยอดขาย ข้อมูลต้นทุนในการผลิต ข้อมูลแผนการตลาด ฯลฯ ซึ่งหากมีการเผยแพร่อาจส่งผลกระทบต่อการวางแผน หรือการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิต ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับจึงอาจไม่ตรงกับข้อมูลที่แท้จริง อย่างสมบูรณ์ทุกประการ

ข้อเสนอแนะสำหรับอุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมในประเทศไทย

จากการศึกษาทางด้านโครงสร้างตลาดที่ชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะความเป็นตลาดผูกขาดในเกณฑ์สูง ดังนั้นการเพิ่มการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะก่อให้เกิดผลดีโดยรวมต่อผู้บริโภค ทั้งในแง่ราคาสินค้าที่อาจจะถูกลงได้ หรือ คุณภาพสินค้าที่อาจจะพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนการพัฒนาเทคนิคการผลิตต่างๆ ซึ่งคงจะต้องขึ้นอยู่กับภาครัฐบาลที่จะต้องมีการดำเนินการที่เป็นการส่งเสริมการเข้ามาใน

อุตสาหกรรมนี้ของผู้ผลิตรายใหม่ (new comers) เช่น การให้เงื่อนไขที่เป็นประโยชน์ในด้านการส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน คือ อาจมีการลดภาษีเครื่องจักรลงให้มากกว่านี้ หรืออาจมีมาตรการอื่นเข้ามาเสริม เช่น

1). รัฐบาลควรมีมาตรการด้านการส่งเสริมการลงทุน โดยการปรับปรุงสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุนให้เกื้อหนุนแก่ผู้ผลิตรายใหม่มากยิ่งขึ้น เช่นการยืดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แต่เดิมเป็น 8 ปี ให้มีระยะเวลานานขึ้น การยืดระยะเวลาการได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ หรือวัสดุเพื่อการส่งออก (แต่เดิม 5 ปี) หรือยืดระยะเวลาลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 ของอัตรากปกติ (แต่เดิม 5 ปี)

2). ในด้านของมาตรการส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากรจะต้องมีการปรับปรุงวิธีการและขั้นตอนในการส่งสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศ ให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในการขนส่งสินค้าไทยออกไปขายยังต่างประเทศนั้นจะต้องเสียเวลาในการผ่านพิธีการศุลกากรมาก คือประมาณ 2 สัปดาห์ ในขณะที่ต่างประเทศ เช่น ประเทศสิงคโปร์นั้นขั้นตอนนี้ใช้เวลาเพียง 2 วัน นับเป็นสิ่งที่ประเทศไทยยังต้องปรับปรุงให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

3). รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือทางด้านสินเชื่อ โดยอาจจัดสรรเงินกู้เพื่อให้สินเชื่อแก่ผู้ที่ต้องการจะเข้ามาทำการผลิตในอุตสาหกรรม หรือแก่ผู้ผลิตเดิมที่ต้องการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ทั้งนี้อาจให้อยู่ในการดูแลของ ธนาคารแห่งประเทศไทย และบริษัทเงินทุน อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยมีเจ้าหน้าที่สินเชื่อติดตามและประเมินผล ทั้งนี้ต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์การให้สินเชื่อที่ชัดเจน เช่น อายุเครื่องจักร เทคโนโลยีที่ใช้ ประเภทกิจการ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายการผลิต เป็นต้น รวมทั้งธนาคารแห่งประเทศไทยควรพิจารณาขยายระยะเวลาการให้สินเชื่อเพื่อการส่งออกเกินกว่า 120 วัน และควรจัดตั้งสถาบันการเงินเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

4). ควรให้การส่งเสริมการพัฒนาทางเทคโนโลยี อุตสาหกรรมแผ่นยิปซัมเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูง จึงควรมีมาตรการในการส่งเสริมการพัฒนาทางเทคโนโลยีสำหรับผู้ผลิตรายใหม่ด้วย เช่น สนับสนุนและกระตุ้นให้มีการใช้และพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง โดยส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ส่งเสริมการศึกษาวิจัย เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีโดยให้ทุนวิจัย และให้บริษัทเอกชนที่มีการวิจัยค้นคว้าสามารถนำค่าใช้จ่ายในการวิจัยไปหักจากภาษีกำไรนิติบุคคลได้เต็มที่ รวมทั้งสนับสนุนให้มีการจัดตั้งสถาบันบริการทางอุตสาหกรรม โดยขอความช่วยเหลือของสถาบันคือ

- เป็นแหล่งที่มาของเทคโนโลยี
- เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดและการจัดการ
- ตรวจสอบมาตรฐานสินค้าและใบรับรอง
- ฝึกอบรมหัวหน้าคองงานระดับสูง
- เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่รัฐบาลให้แก่อุตสาหกรรม และช่วยกระตุ้นให้มีการใช้ประโยชน์จากสิ่งทีรัฐบาลให้
- ให้คำปรึกษาทางด้านการบริหาร การจัดการ การตลาด และเทคโนโลยี

สำหรับในส่วนของผู้ผลิตเดิมที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมแล้ว หากต้องการที่จะขยายอัตรา การเจริญเติบโตในการบริโภคแผ่นยิปซัมในประเทศ ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องแล้ว ควรจะมีความ ระมัดระวังเป็นกรณีพิเศษกับนโยบายราคา ทั้งนี้จากผลการศึกษาที่ได้ ได้แสดงไว้อย่างชัดเจนว่า ระดับราคามีค่าความยืดหยุ่นในเชิงลบต่อปริมาณการบริโภคที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นหากจะมีการ ขึ้นราคาแผ่นยิปซัมด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ควรจะพิจารณาขึ้นในอัตราที่ไม่สูงมากนัก โดยจำ เป็นจะต้องพิจารณาประกอบปัจจัยอื่น ๆ อาทิ อัตราการเพิ่มประชากร ระดับรายได้ของประชา กร ฯลฯ ด้วย และในกรณีเดียวกันเมื่อระดับราคา มีค่าความยืดหยุ่นในเชิงลบค่อนข้างสูง หาก ผู้ผลิตสามารถลดราคาแผ่นยิปซัมลงมาได้ โดยมีผลกระทบต่อระดับต้นทุนการผลิตไม่มากแล้ว การลดราคา จะช่วยทำให้ระดับการบริโภคแผ่นยิปซัมในประเทศ เพิ่มขึ้นสูง จนถึงระดับที่ทำให้ รายรับและผลกำไรโดยรวมมีมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งก็นับว่าน่าจะเป็นผลดีต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามถึงแม้การศึกษาในครั้งนี้ อาจจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนด นโยบายราคาให้กับผู้ผลิตได้ แต่ก็ยังไม่สามารถบอกถึงไปถึงระดับราคาที่จะทำให้ผู้ผลิตได้รับ กำไรสูงสุดว่าจะอยู่ตรงจุดไหน เท่าไร เพื่อจะทำให้มีกำไรมากขึ้นเป็นจำนวนเงินมากน้อยเพียง ไร ทั้งนี้ก็เพราะว่าในการศึกษานี้ได้สมมติให้ต้นทุนการผลิตเป็นค่าคงที่ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ต้นทุนการผลิตจะไม่ใช้ค่าคงที่ ดังนั้นหากได้มีการศึกษาทางด้านต้นทุนการผลิตและทฤษฎีราคา ปัจจัยการผลิต เข้ามาเพิ่มเติมแล้วจะทำให้งานการศึกษานี้มีความสมบูรณ์ และมีประโยชน์ มากยิ่งขึ้น