



วิธีการศึกษา

เพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้จึงแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสภาพตลาดรถแท็กซี่ทั้งก่อนและหลังการใช้นโยบายแท็กซี่เสรีว่าในตลาดแต่ละระดับมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือไม่ ส่วนที่สองเป็นการศึกษาเพื่อประเมินผลนโยบายแท็กซี่เสรี ดังต่อไปนี้

เพื่อศึกษาสภาพตลาดรถแท็กซี่ทั้งก่อนและหลังการใช้นโยบายแท็กซี่เสรี

เพื่อให้เห็นสภาพตลาดรถแท็กซี่ชัดเจน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงแบ่งตลาดรถแท็กซี่ออกเป็น 2 ระดับคือ

ก. ตลาดระดับขายส่ง (WHOLESALE MARKET)

ข. ตลาดระดับขายปลีก (RETAILING MARKET)

ตลาดทั้ง 2 ระดับมีความเกี่ยวพันกันแต่กิจกรรมการตลาด ผู้ประกอบการและผู้บริโภคของตลาดแต่ละระดับนั้นแตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาสภาพตลาดในแต่ละระดับว่ามีการแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือไม่นั้นต้องอาศัยตัวบ่งชี้ที่แตกต่างกัน ดังนี้

ก. ตลาดระดับขายส่ง

การศึกษาว່ผลของนโยบายแท็กซี่เสรี ส่งผลให้ตลาดระดับขายส่งมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือไม่ จะศึกษาจากจำนวน และประเภทของผู้ประกอบการ ส่วนแบ่งการตลาด อัตราการขยายตัวของผู้ประกอบการ การระจุดตัวของผู้ประกอบการ พฤติกรรมการแข่งขัน

ในด้านราคา พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของผู้ประกอบการ และภาวะตลาดระดับชายฝั่งว่าเอื้ออำนวยให้เกิดการแข่งขันหรือไม่

1. จำนวน ประเภทของผู้ประกอบการรถแท็กซี่ และส่วนแบ่งการตลาด (MARKET SHARE)

เมื่อรัฐบาลประกาศใช้นโยบายแท็กซี่เสรีเป็นการเปิดโอกาสให้ ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาจดทะเบียน เพื่อประกอบธุรกิจรถแท็กซี่ในตลาดได้อย่างไม่จำกัดจำนวน ฉะนั้นหลังจากใช้นโยบายนี้แล้วมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้นเพียงใด และเมื่อมีการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ประกอบการแต่ละประเภทได้มีการเปลี่ยนแปลงไปได้หรือไม่ โดยพิจารณาจากจำนวนรถแท็กซี่ในครอบครองของผู้ประกอบการแต่ละประเภทว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

2. อัตราการขยายตัวของผู้ประกอบการรถแท็กซี่มีเตอร์

วัดจากอัตราการขึ้นจดทะเบียนของผู้ประกอบการรถแท็กซี่มีเตอร์ที่ได้รับอนุมัติจากกรมการขนส่งทางบก หลังใช้นโยบายแท็กซี่เสรี ซึ่งให้เห็นศักยภาพของการขยายตัว และแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจแท็กซี่มีเตอร์ โดยคำนวณได้ดังนี้

$$G = \frac{X_t - X_{t-1}}{X_{t-1}} * 100$$

โดยที่

G = อัตราการขยายตัวของผู้ประกอบการรถแท็กซี่มีเตอร์

X_t = ปริมาณการขึ้นจดทะเบียนของผู้ประกอบการในเดือนที่ t

X_{t-1} = ปริมาณการขึ้นจดทะเบียนของผู้ประกอบการในเดือนที่ t-1

3. การกระจุกตัวของผู้ขาย หรือผู้ประกอบการ (SELLER CONCENTRATION)

การวัดการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรถแท็กซี่ ซึ่งจะแสดงขนาดการกระจุกตัว และการมีส่วนแบ่งในตลาดบริการรถแท็กซี่ (แสดงให้เห็นถึงการรวมตัวกันของผู้ประกอบการและ

ขนาดของธุรกิจ) โดยพิจารณาจากจำนวนรถแท็กซี่ในครอบครองของผู้ประกอบการ สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของผู้ประกอบการแต่ละราย ที่มีต่อการซื้อขายแลกเปลี่ยนในตลาด โดยใช้ CONCENTRATION RATIO ควบคู่กับ SIZE RATIO

CONCENTRATION RATIO แสดงถึงอัตราส่วนแบ่งการครองตลาดของหน่วยธุรกิจรายใหญ่จำนวนหนึ่ง (4, 8, 12, ... แห่ง) ซึ่งเรียงลำดับจากขนาดการผลิตใหญ่ที่สุด เปรียบเทียบกับส่วนแบ่งของผู้ประกอบการแท็กซี่ทั้งหมดในตลาดระดับชายฝั่ง และรองลงมา) เพื่อให้ทราบว่าธุรกิจนั้น ๆ มีส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมดเท่าใด ซึ่งมีสูตรในการคำนวณคือ

$$C = \frac{\sum_{i=1}^t x^i}{\sum_{i=1}^n x^i} \times 100$$

โดยกำหนดให้

c = อัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

x^i = จำนวนรถแท็กซี่ของหน่วยธุรกิจที่ i

n = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

t = จำนวนหน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

ในการศึกษา^๕จะวัดอัตราการกระจุกตัวของ 4 หน่วยธุรกิจใหญ่ที่สุดตามมาตรฐานที่ใช้ในสหรัฐอเมริกา โดยใช้หลักเกณฑ์การแบ่งอุตสาหกรรม หรือตลาดของ EVELY และ LITTLE ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมดังนี้คือ

ก. ประเภทอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวสูง คือ อุตสาหกรรมที่มี 4 ธุรกิจใหญ่ที่สุดมีส่วนแบ่งผลผลิตเท่ากับหรือมากกว่านั้น 67 % ของตลาดอุตสาหกรรมประเภทนั้นจะมีอำนาจผูกขาดในตลาดอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง

ข. ประเภทอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวปานกลาง คือ อุตสาหกรรมที่มี 4 ธุรกิจใหญ่สุด มีส่วนแบ่งผลผลิตเท่ากับหรือต่ำกว่า 34-66% อุตสาหกรรมประเภทนี้มีลักษณะตลาดแบบผู้ขายน้อยราย

ค. ประเภทอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวต่ำ คือ อุตสาหกรรมที่มี 4 ธุรกิจใหญ่สุด มีส่วนแบ่งของผลผลิตเท่ากับหรือต่ำกว่า 33 % อุตสาหกรรมประเภทนี้จะมีการแข่งขันมากกว่าประเภทอื่น ๆ

$$\text{SIZE RATIO} = \frac{\text{ขนาดเฉลี่ยของหน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด}}{\text{ขนาดเฉลี่ยของหน่วยธุรกิจที่เหลือ}}$$

$$C = E_4 / E$$

$$\text{ขนาดเฉลี่ยของหน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด} = C/4$$

$$\text{ขนาดเฉลี่ยของหน่วยธุรกิจที่เหลือ} = (1-C)/(U-4)$$

$$W = \frac{C/4}{(1-C)/(U-4)}$$

กำหนดให้

C = CONCENTRATION RATIO

E = ปริมาณรวมทั้งทั้งหมด

E_4 = ปริมาณรวมทั้งใน 4 บริษัทที่ใหญ่ที่สุด

U = จำนวนบริษัททั้งหมด

W = SIZE RATIO

ในการศึกษาครั้งนี้สามารถบอกได้ว่า ธุรกิจที่กักขังมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือไม่ โดยเปรียบเทียบค่า CONCENTRATION RATIO และค่า SIZE RATIO ของช่วงก่อนใช้นโยบายแท็กซี่เสรี กับช่วงหลังใช้นโยบายแท็กซี่เสรี คือถ้า CONCENTRATION RATIO และค่า SIZE RATIO ของช่วงหลังจากใช้นโยบายแท็กซี่เสรีต่ำกว่าช่วงก่อนใช้นโยบาย แสดงว่า โครงสร้างตลาดรถแท็กซี่หลังจากใช้นโยบายแท็กซี่เสรีมีการแข่งขันสูงขึ้น

4. พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ประกอบการ เป็น 2 ประเภท ตามลักษณะการดำเนินการของผู้ประกอบการเองได้แก่

- ผู้ประกอบการที่ดำเนินการในลักษณะให้เข้าซื้อ
- ผู้ประกอบการที่ดำเนินการในลักษณะให้เข้าจับ

ฉะนั้นตัวบ่งชี้ที่จะแสดงถึงการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละประเภท จึงแตกต่างกันโดยจะพิจารณาเป็นลำดับดังนี้

ก. เงินคาวนและการผ่อนชำระค่างวด ว่ารถแท็กซี่รุ่นเดียวกัน ยี่ห้อเดียวกันของผู้ประกอบการแต่ละรายให้วางเงินคาวนและผ่อนชำระค่างวดต่างกันอย่างไร

ข. อัตราค่าเช่ารถแท็กซี่มีเตอร์ ว่ารถแท็กซี่รุ่นเดียวกัน ยี่ห้อเดียวกันของผู้ประกอบการแต่ละรายแตกต่างกันหรือไม่

เนื่องจากตลาดระดับชายฝั่งเป็นตลาดระหว่างผู้ประกอบการ และผู้ขับขี่รถแท็กซี่รัฐบาลไม่ได้เข้ามาควบคุมค่าเช่าหรือเงินคาวน และการผ่อนชำระค่างวด รัฐบาลปล่อยให้ไปตามกลไกตลาด จาก ทฤษฎีตลาดแข่งขันสมบูรณ์ อัตราค่าเช่า หรือ เงินคาวน และเงินผ่อนชำระค่างวดของผู้ประกอบการแต่ละรายควรจะเป็นราคาเดียวกัน (ONE PRICE)

การศึกษาครั้งนี้ทำโดยเปรียบเทียบความแตกต่างของอัตราค่าเช่าของผู้ประกอบการแต่ละราย ทั้งก่อน และหลังการใช้นโยบายแท็กซี่เสรี กล่าวคือ ถ้าความแตกต่างของอัตราค่าเช่าของผู้ประกอบการแต่ละรายในช่วงหลังของการใช้นโยบายแท็กซี่เสรี แตกต่างกันมากกว่าช่วงก่อนใช้นโยบายแท็กซี่เสรี แสดงว่าหลังจากใช้นโยบายแท็กซี่เสรีแล้วผู้ประกอบการในตลาดระดับชายฝั่งมีการแข่งขันกันลดลง (หรือมีอำนาจในการกำหนดราคาในตลาดมากขึ้น) แต่ถ้าความแตกต่างของอัตราค่าเช่าของผู้ประกอบการแต่ละราย ในช่วงก่อนใช้นโยบายมีความแตกต่างกันมากกว่า หลังใช้นโยบายแสดงว่าผู้ประกอบการแต่ละรายในตลาดระดับชายฝั่งมีการแข่งขันสูงขึ้น (หรืออำนาจในการกำหนดราคาในตลาดลดลง)

ส่วนเงินคาวน และการผ่อนชำระค่างวดนั้น ช่วงก่อนใช้นโยบายแท็กซี่เสรีไม่มีข้อมูล ดังนั้นจึงเป็นการนำข้อมูลช่วงหลังจากใช้นโยบายแท็กซี่เสรีของผู้ประกอบการแต่ละรายมาเปรียบเทียบกัน คือถ้าสภาพตลาดระดับชายฝั่งมีการแข่งขันสูง เงินคาวน และการผ่อนชำระค่างวดของรถแท็กซี่รุ่นเดียวกัน ยี่ห้อเดียวกันของผู้ประกอบการแต่ละรายจะไม่แตกต่างกันมากนัก

5. พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของผู้ประกอบการ (NON-PRICE COMPETITION)

นอกจากการแข่งขันทางด้านราคาแล้ว ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญกับการแข่งขันที่ไม่ได้มาในรูปราคา เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้โดยสาร หรือเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ พิจารณาพฤติกรรมต่างๆตามประเภทของผู้ประกอบการได้จาก

ก. พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT COMPETITION)

พิจารณาพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละราย ว่ามีการออกผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่เข้ามาแข่งขันกันหรือไม่ ในรูปลักษณะใดบ้าง จะพิจารณาทั้งด้านตัวรถ และตัวบริการของผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท

ข. พฤติกรรมการแข่งขันทางการส่งเสริมการขาย (PROMOTION COMPETITION)

พิจารณาจากนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการรถแท็กซี่ทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ นโยบายการลด แลก แจก แถมของส่วนบุคคล

ค. พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาในลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ การรวมตัวของผู้ประกอบการ โดยศึกษาว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภทมีการรวมตัวเพื่อตกลงร่วมมือกันในการกำหนดราคา หรือลดราคาทั้งราคาค่าเช่ารถแท็กซี่และราคาซื้อ-ขายรถแท็กซี่ (เงินสดาว์น และเงินผ่อนชำระค่างวด)

6. ศึกษาภาวะตลาดของตลาดระดับชายฝั่ง ว่าเอื้ออำนวยให้เกิดการแข่งขันหรือไม่ของผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท โดยอาศัยตัวบ่งชี้ดังนี้

ก. พิจารณาในกรอบของกฎระเบียบต่าง ๆ ว่ามีอุปสรรคในการเข้า และออกจากตลาดรถแท็กซี่ในระดับชายฝั่งมากหรือไม่

ข. อุปสรรคอื่น ๆ ในการเข้า-ออกจากตลาดระดับชายฝั่งของผู้ประกอบการรถแท็กซี่มีเตอร์ ซึ่งจะแสดงถึงศักยภาพในการแข่งขัน เพราะถ้ามีอุปสรรคในการเข้าตลาดน้อย มีถ้าไรเป็นสิ่งที่จูงใจ ก็จะทำให้มีผู้เข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้น แต่ถ้ามีอุปสรรคมาก ตลาดจะมีการผูกขาดเกิดขึ้น โดยจะพิจารณาว่ามีอุปสรรคในการเข้า และออกจากตลาดรถแท็กซี่ระดับชายฝั่ง หรือไม่

ค. พิจารณาลักษณะของรถแท็กซี่ที่เหมือน หรือแตกต่างกัน หรือไม่ ในสายตาของผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือน คือถ้าตลาดระดับขายส่งมีการแข่งขันแล้ว ผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือน จะเห็นว่ารถแท็กซี่ที่เหมือนของผู้ประกอบการแต่ละรายมีคุณภาพใกล้เคียงกัน และเงื่อนไขในการขาย หรือให้เช่าของผู้ประกอบการแต่ละรายมีลักษณะใกล้เคียงกัน และคุณภาพใกล้เคียงกัน (HOMOGENOUS PRODUCT) หรือในสายตาของผู้ขับขีแล้วรถแท็กซี่ที่เหมือน และเงื่อนไขในการขาย หรือให้เช่าของผู้ประกอบการแต่ละรายนั้นจะไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าแตกต่างกัน แสดงว่าตลาดระดับขายส่ง มีแนวโน้มเข้าสู่ตลาดผูกขาด

ข. ตลาดระดับขายปลีก

การศึกษาว่าผลของนโยบายแท็กซี่เสรี ส่งผลให้ตลาดระดับขายปลีกมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือไม่ จะศึกษาจากจำนวน และประเภทของผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือน พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือน และภาวะตลาดระดับขายปลีกเอื้ออำนวยให้เกิดการแข่งขันหรือไม่

1. จำนวน และประเภทของผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือน

เมื่อรัฐบาลประกาศใช้นโยบายแท็กซี่เสรี ประกอบกับการค้าในระดับค้าปลีกเปิดโอกาสให้คนทั่วไป เข้าไปประกอบการได้ง่ายกว่าการค้าในลักษณะอื่น ดังนั้นหลังจากใช้นโยบายนี้แล้ว น่าจะมีผู้ขับขีรถแท็กซี่รายใหม่เข้ามามากขึ้นกว่าช่วงก่อนใช้นโยบายแท็กซี่เสรีและพิจารณาประเภทของผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือนในตลาดระดับขายปลีกว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร

2. พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือน

ตลาดระดับขายปลีกนี้ไม่สามารถแข่งขันกันในด้านราคาได้ เพราะรัฐบาลเป็นผู้กำหนดโครงสร้างอัตราการค้าโดยสาร ฉะนั้นจึงพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของผู้ขับขี เพื่อเป็นการแข่งขัน หรือรักษาส่วนแบ่งการตลาดของผู้ขับขีแต่ละรายไว้โดยพิจารณาจาก

ก. พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT COMPETITION)

พิจารณาพฤติกรรมของผู้ขับขีรถแท็กซี่ที่เหมือนแต่ละราย ว่ามีการออกผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เข้ามาแข่งขันกันหรือไม่ ในรูปลักษณะใดบ้าง จะพิจารณาทั้งทางด้านตัวรถ

และบริการของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์

๒. พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านส่งเสริมการขาย (PROMOTION COMPETITION)

พิจารณาจากนโยบาย และมาตรการต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อส่งเสริมการขายของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์ ได้แก่ นโยบายลด แลก แจก แถมของสมาคมสำหรับผู้โดยสาร

ค. พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาในลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ การรวมตัวของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์ มีการรวมตัวเพื่อตกลงร่วมมือในการกำหนดราคาหรือลดราคาค่าโดยสาร

3. ศึกษาภาวะตลาดระดับชายปลีกว่าเอื้ออำนวยให้เกิดการแข่งขันหรือไม่ โดยอาศัยตัวบ่งชี้ดังต่อไปนี้

ก. พิจารณาในกรอบของกฎระเบียบต่าง ๆ ว่ามีอุปสรรคในการเข้า และออกจากตลาดรถแท็กซี่ในตลาดระดับชายปลีกหรือไม่

ข. อุปสรรคอื่น ๆ ในการเข้า และออกจากตลาดระดับชายปลีกของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์ ซึ่งจะแสดงศักยภาพในการแข่งขัน โดยพิจารณาว่ามีอุปสรรคในการเข้า และออกจากตลาดรถแท็กซี่ระดับชายปลีกหรือไม่ เพราะถ้ามีอุปสรรคในการเข้า-ออกจากตลาดน้อย จะทำให้มีผู้เข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้น แต่ถ้ามีอุปสรรคในการเข้า-ออกจากตลาดมากตลาดจะมีการผูกขาดเกิดขึ้น โดยพิจารณาอุปสรรคในการเข้า-ออกจากตลาดระดับชายปลีกว่ามี หรือไม่มี

ค. พิจารณาจากลักษณะของรถแท็กซี่มิเตอร์ และบริการของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์ที่แตกต่างกันหรือไม่ในสายตาของผู้โดยสาร กล่าวคือ ถ้าเป็นตลาดที่มีการแข่งขัน สินค้าในตลาดนั้น ๆ จะมีลักษณะ และคุณภาพใกล้เคียงกันมาก (HOMOGENOUS PRODUCT) หรือในสายตาของผู้โดยสารแต่ละรายเห็นว่ารถแท็กซี่มิเตอร์ และบริการของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์แต่ละรายไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าในสายตาของผู้โดยสารเห็นว่ารถแท็กซี่มิเตอร์ และบริการของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์แต่ละรายแตกต่างกันแล้ว แสดงว่าตลาดระดับชายปลีกมีแนวโน้มเข้าสู่ตลาดผูกขาด

เพื่อประเมินผลนโยบายแท็กซี่เสรีต่อประชาชน

เพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้องค์การศึกษาดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาว่ามีรถแท็กซี่เพียงพอต่อความต้องการใช้ของประชาชนหรือไม่

การมีรถแท็กซี่เพียงพอต่อความต้องการใช้ของประชาชน หมายถึงประชาชนสามารถเรียกใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ (ไม่ว่าจะโดยวิธีใดก็ตาม) ได้สะดวก และรวดเร็วขึ้น ฉะนั้นจะศึกษาว่าประชาชนได้รับความสะดวก และรวดเร็วขึ้นหรือไม่ในการเรียกใช้บริการ คือ

1. ความรวดเร็ว ศึกษาโดยการเปรียบเทียบระยะเวลาในการรอคอยเรียกรถแท็กซี่ทั้งในช่วงเวลาเร่งรีบ และช่วงเวลาอื่น เปรียบเทียบทั้งช่วงก่อน และหลังใช้นโยบายแท็กซี่เสรี คือถ้ามีรถแท็กซี่เพียงพอต่อความต้องการประชาชนจะต้องใช้เวลาในการคอยรอน้อยกว่า ก่อนใช้นโยบายแท็กซี่เสรี หรือใช้เวลาในการคอยรอน้อยที่สุด (หรือเท่ากับศูนย์) ทั้งในช่วงเวลาเร่งรีบ และช่วงเวลาอื่น ๆ

2. ความสะดวก คือ เรียกรถคันแรกแล้วสามารถขึ้นรถได้เลย หรือต้องรอคันต่อไปโดยเปรียบเทียบทั้งก่อนและหลังใช้นโยบายแท็กซี่เสรี

ข้อมูลก่อนใช้นโยบายแท็กซี่เสรีได้จากรายงานการศึกษาของกรมการขนส่งทางบก ส่วนข้อมูลหลังใช้นโยบายแท็กซี่เสรีได้จาก การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม

2. เพื่อศึกษาว่าประชาชนได้รับความเป็นธรรมในราคาค่าโดยสารหรือไม่

ประชาชนได้รับความเป็นธรรมในราคาค่าโดยสาร หมายถึงประชาชนทั้งในฐานะผู้บริโภค (ผู้โดยสาร) และผู้ขับรถแท็กซี่มิเตอร์อยู่ในสถานการณ์ที่ชัดเจน คือผู้โดยสารยอมรับว่าราคาค่าโดยสารลดลง และถ้ามองในแง่ของการกระจายรายได้ของผู้ขับรถแท็กซี่มิเตอร์ควรจะได้รายได้สุทธิต่อกะอย่างน้อยมากกว่า หรือเท่ากับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในเขตกรุงเทพฯ และมากกว่า หรือเท่ากับค่าจ้างแรงงานประเภทอื่นในสาขาบริการ

ประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับราคาค่าโดยสาร คือผู้ใช้บริการ (ผู้โดยสาร) และผู้ขับ จะนั้นจะพิจารณาความเป็นธรรมในราคาค่าโดยสารตามผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่

ก. ผู้ให้บริการ พิจารณาในแง่ "การยอมรับของประชาชน" แม้ว่า การยอมรับของประชาชนในตัวเองไม่ได้บ่งบอกถึง "ความถูกต้อง หรือความสมเหตุสมผลของราคา" (คือราคาค่าโดยสารควรจะน้อยกว่า หรือเท่ากับระยะทาง และเวลาที่ผู้โดยสารใช้ไปในการเดินทาง) แต่ถ้าการยอมรับของประชาชนยิ่งกว้างขวางมากเท่าใด ก็ยิ่งสื่อความถูกต้อง (หรือความสมเหตุสมผลของราคา) มากเท่านั้น¹

กรณีนี้จะศึกษาโดยการสำรวจจากแบบสอบถาม และนำเสนอข้อมูลที่เก็บได้ในรูปร้อยละของประชาชนที่เห็นว่าราคาค่าโดยสารเป็นธรรม หรือไม่เป็นธรรม

ข. ผู้ขับที่ ราคาค่าโดยสาร คือ รายได้ของผู้ขับที่ ซึ่งได้มาจากการใช้เวลาที่จำกัด และความพยายามในการตระเวนหาผู้โดยสาร ซึ่งเป็นต้นทุนของผู้ขับที่ ดังนั้นผลตอบแทนที่เขาจะได้รับน่าจะมากกว่า หรือเท่ากับต้นทุนค่าเสียโอกาส (OPPORTUNITY COST) เมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพอื่นๆ ในสาขาเดียวกัน

การจะศึกษาว่าผู้ขับที่ได้รับความเป็นธรรมในราคาค่าโดยสารหรือไม่โดย

ก. เปรียบเทียบรายได้สุทธิเฉลี่ย/กะของผู้ขับที่รถแท็กซี่มีเตอร์ กับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ² ถึงแม้ว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำจะไม่ได้สะท้อนประสิทธิภาพในการทำงานของแรงงาน แต่อัตราค่าจ้างขั้นต่ำก็เป็นหลักประกันแรกสำหรับแรงงานในการดำรงชีพ และผู้ขับที่รถแท็กซี่ควรจะได้รายได้สูงกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ เพราะแรงงานที่จะเข้ามาประกอบอาชีพขับรถแท็กซี่ต้องเป็นแรงงานประเภทที่มีความชำนาญ (SKILLED LABOUR)

ศึกษาโดยนำข้อมูลรายได้สุทธิเฉลี่ย/กะ เปรียบเทียบกับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่องอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 22) ที่ใช้ในท้องที่กรุงเทพมหานคร เป็นเงินร้อยละ 132 บาท³ กล่าวคือรายได้สุทธิเฉลี่ย/กะ ควรจะมากกว่า หรือเท่ากับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ

¹ ไกรยุทธ ชีตธาตันท์ "แนวการจัดเก็บภาษีรถยนต์ : กรอบวิเคราะห์ และข้อวิจารณ์" การลดภาษีรถยนต์, วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์, 10 (2 : มิย. 2535) : 98

² ตามแนวคิดของอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ ในบทที่ 3

³ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 10 ตอนที่ 31 วันที่ 18 มีนาคม 2536

ข. เปรียบเทียบรายได้สุทธิเฉลี่ย/กะของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์ กับรายได้ออกกะของพนักงานประเภทอื่นในสาขาเดียวกัน กล่าวคือคนงานที่ทำงานประเภทเดียวกันควรได้รับค่าจ้างในอัตราเดียวกัน ฉะนั้นผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์จึงจะได้รับความเป็นธรรมในราคาค่าโดยสารที่มาในรูปรายได้ออกกะของผู้ขับขีรถแท็กซี่ ซึ่งควรจะได้ใกล้เคียงกับค่าจ้างแรงงานในสาขาเดียวกันได้แก่ ค่าจ้างของพนักงานขับรถไมโครบัส พนักงานขับรถประจำทางในเขตกรุงเทพมหานคร รถในการเปรียบเทียบนั้นจำนวนชั่วโมงต่อกะ และจำนวนชั่วโมงในการทำงานต่อวันต้องเท่ากัน

การพิจารณารายได้สุทธิต่อกะของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์ที่ซื้อรถเป็นของตนเอง ใช้แนวทางการวิเคราะห์โดยมีการปรับค่าของเวลา เนื่องจากกรมการขนส่งกำหนดอายุการใช้งานของรถแท็กซี่มิเตอร์ไว้ 7 ปี ต้นทุนส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนคงที่จะเกิดขึ้นในช่วงปีแรก ๆ ของการลงทุนได้แก่ รถแท็กซี่มิเตอร์ และต้นทุนส่วนที่เปลี่ยนแปลงได้จะเกิดขึ้นเรื่อยไปทุก ๆ ปีตลอด 7 ปี ขณะเดียวกันรายได้ออกกะจากการขับขีรถแท็กซี่ก็เกิดขึ้นตั้งแต่วางปีแรกของการลงทุน และมีลักษณะเป็นกระแสของผลได้เรื่อยไปทุก ๆ ปีจนครบ 7 ปี ฉะนั้นเมื่อจะพิจารณารายได้สุทธิเฉลี่ยต่อกะของผู้ขับขีรถแท็กซี่มิเตอร์ที่ซื้อรถเป็นของตนเองจึงใช้วิธีมูลค่าปัจจุบัน (PRESENT-VALUE-METHOD)^{*}

$$NPV_x = \frac{PVB - PVC}{DAY} * \frac{1}{k} * 8 \text{ บาท/กะ}$$

$$PVB = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{B_n}{(1+i)^n}$$

* รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ข

$$\sum_{n=0}^k \frac{B_n}{(1+i)^n} = B_0 + \frac{B_1}{(1+i)} + \frac{B_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{B_k}{(1+i)^k}$$

$$PVC = \sum_{n=0}^k \frac{C_n}{(1+i)^n}$$

$$\sum_{n=0}^k \frac{C_n}{(1+i)^n} = C_0 + \frac{C_1}{(1+i)} + \frac{C_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{C_k}{(1+i)^k}$$

โดยกำหนดให้

- NPV_r = รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อกะที่เป็นตัวเงินของผู้ขับที่รถแท็กซี่มีเตอร์ บาท/กะ
- PVB = มูลค่าปัจจุบันของรายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในปีที่ n
- PVC = มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่เป็นตัวเงินของการลงทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในปีที่ n
- B_n = รายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในปีที่ n
- C_n = ต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดจากการลงทุนในปีที่ n
- i = อัตราดอกเบี้ยของตลาด
- k = อายุการลงทุนที่คาดไว้ล่วงหน้า
- A = จำนวนชั่วโมงต่อกะของผู้ขับที่รถแท็กซี่แต่ละคน
- DAY = จำนวนวันที่คาดว่าผู้ขับที่ออกไปตระเวนหาผู้โดยสารตลอดระยะเวลา 7 ปี

3. เพื่อศึกษาว่าประชาชนได้รับบริการในระดับที่คุณภาพดีขึ้นหรือไม่

การศึกษาว่าประชาชน (ผู้ใช้บริการ) ได้รับบริการในระดับที่มีคุณภาพดีขึ้นหรือไม่โดย

ก. พิจารณาในแง่การยอมรับของประชาชน แม้ว่าการยอมรับของประชาชนในตัวมันเองไม่ได้บ่งบอกถึง ความถูกต้องหรือความสมเหตุสมผลของคุณภาพของบริการ แต่ถ้า

การยอมรับของประชาชนยิ่งกว้างขวางมากเท่าใดก็ยิ่งสื่อความถูกต้อง หรือความสมเหตุสมผล ของราคามากเท่านั้น⁴

ศึกษาโดยการสำรวจจากแบบสอบถาม นำเสนอข้อมูลในรูปร้อยละเพื่อนำไป วิเคราะห์เชิงพรรณนา

ข. พิจารณาคคุณภาพของบริการที่ดีขึ้น คือ ผู้ใช้บริการมีความปลอดภัยมากขึ้น⁵ ซึ่งสามารถประเมินได้จาก

- พิจารณาในรอบของกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของผู้ใช้ บริการเปรียบเทียบทั้งก่อนใช้ และหลังใช้นโยบายแท็กซี่เสรี ด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดย วิเคราะห์จากพระราชบัญญัติ กฎกระทรวง และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับรถแท็กซี่



⁴ ไกรยุทธ ธีรตยาสินนท์, "ทฤษฎีความล้มเหลวของภาครัฐ", บทความอภิปราย ฉบับที่ 3107 ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (พฤศจิกายน 2531).

⁵ ประจักษ์ สักนตะลักษณะ, เศรษฐศาสตร์การขนส่ง (กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด พนอศิริเพรส, 2529), หน้า 290.