หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

ในอดีตสภาพตลาดน้ำมันจะถูกรัฐบาลควบคุม เนื่องจากเกิดวิกฤติการณ์น้ำมัน ทำให้รัฐบาลเห็นว่าจำเป็นต้องควบคุมตลาดน้ำมันไว้ เพราะน้ำมันเป็นพลังงานที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ตั้งแต่ปีพ.ศ.2516 จึงมีพระราชบัญญัติที่ให้อำนาจแก่นายกรัฐมนตรี ในการดูแลน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างใกล้ชิด ราคาน้ำมันจึงเข้าไปมีผลต่อความมั่นคงของรัฐบาลในยุคต่างๆ มาก ทำให้การปรับเปลี่ยนราคาน้ำมันแต่ละครั้ง จะต้องมีการประชุมเพื่อปรับเปลี่ยนและใช้เวลานานมาก ราคาน้ำมันจึงเป็นราคาที่ไม่ได้สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง ตามที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกเปลี่ยนแปลงไป และมีผลให้การแข่งขันในตลาดน้อย เนื่องจากรัฐบาลจะกำหนดค่าการตลาดค่อนข้างคงที่ จึงไม่มีบริษัทใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันกันมากนัก

ในปีพ.ศ. 2534 รัฐบาลของนายกฯ อานันท์ ปันยารชุน ได้มีการยกเลิกการควบคุมราคาน้ำมัน โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก คือ การนำระบบราคาน้ำมัน"กึ่งลอยตัว"มาใช้ ขั้นตอนที่สอง คือ การนำระบบ"ลอยตัวเต็มที่"มาใช้ ระบบ"กึ่งลอยตัว" คือ ยกเลิกการควบคุมราคาขายปลีกและค่าการตลาด โดยรัฐบาลยังคงควบคุมราคาขายส่งหน้าโรงกลั่น การดำเนินการในส่วนนี้ เริ่มขึ้นด้วยการประกาศลดราคาหน้าโรงกลั่น เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2534 ซึ่งต่ำกว่าราคาเดิม 60 สตางค์ต่อลิตร สำหรับน้ำมันเบนซิน และ 50 สตางค์ต่อลิตร สำหรับน้ำมันดีเซล หลังจากนั้นผู้ค้าน้ำมันต่างๆ และปั๊มหลอดแก้วได้ทยอยลดราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงตามสถานีบริการของตน ซึ่งทำให้ราคาขายปลีกจริงอยู่ต่ำกว่า ราคาควบคุมของทางราชการ ดังนั้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2534 จึงได้มี การยกเลิกการประกาศราคาขายปลีกสูงสุดในเขตกรุงเทพมหานคร หลังจากนั้นจังหวัดต่างๆ ก็ได้ทยอยประกาศยกเลิกการควบคุมราคาขายปลีกในจังหวัดของตน

ในช่วงที่มีการใช้ ระบบ"กึ่งลอยตัว" ได้มีการประกาศราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นทุกสัปดาห์ โดยรัฐกำหนดให้ราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นเปลี่ยนแปลงไปตามราคาน้ำมันในตลาดสิงคโปร์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าน้ำมันที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคนี้ และเป็นแหล่งจัดซื้อน้ำมันสำเร็จรูปที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภค ผู้ค้าน้ำมัน และโรงกลั่นน้ำมันเริ่มเคยชินกับระบบราคาน้ำมันลอยตัว

หลังจากที่ได้มีการใช้ระบบ"กึ่งลอยตัว" เป็นเวลา 2 เดือน ปรากฏว่าการดำเนินการค่อนข้างราบรื่น ผู้ค้าน้ำมันได้รับค่าการตลาดเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยน้ำมันทั้ง 4 ประเภท(เบนซินไร้-สารตะกั่ว เบนซินซูเปอร์ เบนซินธรรมดา และดีเซลหมุนเร็ว) เท่ากับ 52 สตางค์ต่อลิตร ในช่วงก่อนใช้ระบบกึ่งลอยตัว เพิ่มเป็น 58 สตางค์ต่อลิตร ผู้ค้าน้ำมันจึงมีความพอใจ นอกจากนี้แล้ว ในช่วงที่มีการประกาศใช้ระบบ"กึ่งลอยตัว"เป็นช่วงที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกลดลงพอดี ทำให้ราคาขายปลีกที่ผู้ค้าน้ำมันประกาศสูงสุดหน้าสถานี กลับต่ำลงกว่าช่วงที่มีการควบคุมราคา จึงทำให้ประชาชนมีความพอใจกับการใช้ระบบนี้ นับเป็นการใช้นโยบายในช่วงจังหวะเวลาที่ดี ทำให้การดำเนินนโยบายเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่ได้รับการต่อต้านจากประชาชน รัฐบาลพิจารณาแล้วเห็นว่า ตลาดน้ำมันอยู่ในสภาพที่พร้อมต่อ การนำระบบ"ลอยตัวเต็มที่"มาใช้

ดังนั้นตั้งแต่วันที่ 19 สิงหาคม 2534 เป็นต้นมา จึงได้เริ่มใช้ระบบ"ลอยตัวเต็มที่" สำหรับน้ำมันเบนซิน ก๊าด ดีเซล และเตา โดยโรงกลั่นน้ำมันทั้ง 3 แห่งเป็นผู้ประกาศราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นเอง และได้มีการกำหนดค่า Surcharge ผลิตภัณฑ์น้ำมันที่นำเข้า(5.5 สตางค์/ลิตร สำหรับน้ำมันเบนซิน ก๊าด และดีเซล และ 3 สตางค์/ลิตร สำหรับน้ำมันเตา) เพื่อคุ้มครองโรงกลั่นในประเทศในระดับหนึ่ง (ค่า Surcharge นี้ ต่อมาได้โอนเข้าเป็นอากรขาเข้า) โดยการใช้นโยบายลอยตัวราคาน้ำมันนี้ ได้มีการหวังผลไว้ว่า ราคาน้ำมันจะสามารถปรับเปลี่ยนไปตามภาวะตลาดน้ำมันของโลก โดยหลุดพ้นจากการเมือง และตลาดน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศจะมีการแข่งขันกันมากขึ้น

การศึกษาเนื่องวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานของตลาดน้ำมัน ว่าได้บรรลุวัตถุประสงค์ของรัฐบาลที่ตั้งไว้หรือไม่ พบว่าราคาน้ำมันในปัจจุบันไม่ได้ขึ้นกับการตัดสินใจในทางการเมืองแล้ว เพราะในอดีตการเปลี่ยนแปลงทุกอย่างจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ หากไม่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ทำหน้าที่บริหารประเทศ ซึ่งมีขั้นตอนที่มากมายและใช้เวลามาก บางครั้งการปรับเปลี่ยนราคาน้ำมันขายปลีกต้องใช้เวลาถึง 1-2 ปี ในขณะที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับเปลี่ยนแทบทุกวัน แต่เมื่อใช้ระบบราคาน้ำมันลอยตัว บริษัทน้ำมันหรือโรงกลั่น สามารถกำหนดราคาขายได้ด้วยตนเอง มีความฉับไวในการปรับเปลี่ยนราคาให้ทันกับสถานการณ์ของโลก โดยหน่วยงานของรัฐที่เคยทำหน้าที่ควบคุมราคาขายไว้ก็ได้เปลี่ยนหน้าที่มาเป็น คอยติดตามดูแล เพื่อให้ราคาน้ำมันในประเทศเป็นไปโดยเหมาะสมไม่มีการตั้งราคาสูงเกินไป และดำเนินการตามกฎหมายหากมีผู้ฝ่าฝืน ทำให้ผู้ค้าน้ำมันสามารถหากำไรโดยการตั้งราคาได้เอง อย่างไรก็ตาม กลไกการแทรกแซงราคาก็ยังมีอยู่ แต่จะนำออกมาใช้เมื่อถึงคราวจำเป็น กลไกเหล่านี้ประกอบด้วย ภาษีน้ำมัน กองทุนน้ำมัน และค่าธรรมเนียมพิเศษ ซึ่งรัฐบาลเชื่อว่าการนำระบบราคาน้ำมันลอยตัวมาใช้ จะทำให้ราคาสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง โดยรัฐบาลไม่ต้องเข้าไปยุ่งเกี่ยว

สำหรับการวิเคราะห์ว่า ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศได้ ปรับเปลี่ยนไปตามราคาในตลาดโลกหรือไม่ พบว่า ราคาน้ำมันในประเทศไทยปรับขึ้นลงตามราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งเมื่อราคาน้ำมันในตลาดโลกเปลี่ยนแปลงไปแล้ว จะต้องมีความล่าช้าของเวลา ในการปรับตัวของราคาน้ำมันในประเทศประมาณ 3 สัปดาห์ เนื่องจากเมื่อซื้อน้ำมันดิบจากต่างประเทศจะใช้เวลา 1 สัปดาห์ในการขนส่งมาถึงโรงกลั่นในประเทศ และโรงกลั่นจะต้องมีการสำรองน้ำมันไว้ จึงต้องใช้น้ำมันที่สำรองไว้ให้หมดเสียก่อน ประมาณ 1 สัปดาห์ ก็จะสามารถขายน้ำมันในชุดใหม่ให้แก่บริษัทผู้ค้าน้ำมัน แต่บริษัทผู้ค้าน้ำมันก็ต้องมีการสำรองน้ำมันของตนเองไว้ ก็ต้องขายน้ำมันเก่าของตนให้หมดไปเสียก่อนจึงจะนำน้ำมันใหม่ และราคาใหม่มาขายได้ ซึ่งจะใช้เวลา 3-7 วัน แต่โดยส่วนใหญ่เวลาน้ำมันลดราคาจะใช้เวลาประมาณ 3 สัปดาห์ และเป็นการลดราคาอย่างค่อยเป็นค่อยไป จะไม่ลดลงฮวบฮาบ อาจทยอยประกาศลดราคาลงเป็นหลายช่วงเวลา แต่หากราคาน้ำมันในตลาดโลกสูงขึ้น ผู้ค้าน้ำมันจะมีพฤติกรรมการเก็งกำไร ว่าเมื่อต้นทุนตลาดโลกสูงขึ้น ราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศจะต้องปรับตัวสูงขึ้นตามอย่างรวดเร็ว หรือใช้เวลาไม่ถึง 3 สัปดาห์ เหมือนในช่วงที่ราคาตลาดโลกลดลง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เรียกว่า "ขึ้นเร็วลงช้า"และแม้ว่ารัฐบาลพยายามที่จะให้ ปตท.และบางจาก เป็นผู้นำในการปรับราคาให้เหมาะสมกับต้นทุนตลาดโลก แต่ก็ไม่อาจกล่าวได้ว่าการเป็นผู้นำในการปรับราคาอย่างรวดเร็วตามต้นทุนของบริษัทน้ำมันทั้งสองประสบความสำเร็จ เนื่องจากความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และความนิยมใน Brand name ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่อื่นๆ ทำให้ผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่อื่นๆ ตั้งราคาขายปลีกสูงกว่า ปตท.และมีการปรับราคาลดลงช้ากว่าในบางช่วงเวลา ทำให้กลไกในการปรับเปลี่ยนราคาน้ำมันในประเทศตามต้นทุนตลาดโลกจะมีความล่าช้าไปบ้าง ในช่วงการปรับราคาลดลง แต่โดยรวมก็ยังคงมีการปรับเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกันกับราคาในตลาดโลก

เมื่อมาพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันในตลาดน้ำมันเชื้อเพลิงของประเทศไทย จะพบว่านับตั้งแต่รัฐบาลได้ปล่อยให้การค้าน้ำมันอยู่ในระบบลอยตัว มาประมาณ 3 ปีแล้ว สภาพการแข่งขันในธุรกิจน้ำมันภายในประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เมื่อเทียบกับช่วงที่รัฐยังมีการควบคุมราคาน้ำมันไว้ ซึ่งในระยะเวลานั้น จะไม่มีการแข่งขันกันอย่างปัจจุบัน และส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันทางด้านบริการและอื่นๆเสียมากกว่า โดยจะนิยมวิธีการให้การบริการที่ดี การสร้างความเชื่อถือของผู้บริโภคในด้านคุณภาพ การดูแลสถานีบริการน้ำมันให้สะอาด เป็นต้น และการมีของแถม ของแจกหรือจัดรายการส่งเสริมการขายให้กับผู้บริโภคนั้นดูจะเป็นจุดขายที่สำคัญ

แต่สภาพการแข่งขันกันในปัจจุบัน ในยุคระบบการค้าแบบเสรี นับวันยิ่งจะก่อตัวทวีความรุนแรงขึ้นอย่างชนิดที่เรียกว่า พลิกกลยุทธ์ทางการตลาดกันไม่ทันทีเดียว แม้ว่าการแข่งขัน

จะไม่สมบูรณ์แบบนัก แต่ถือว่าเป็นเรื่องปกติเพราะเป็นเรื่องของการทำตลาด ซึ่งในเรื่องนี้บริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ อย่างการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) เชลล์ เอสโซ่ และคาลเท็กซ์ ต่างก็มีประสบการณ์กันดี เพราะจากเดิมที่มักจะรักษาระดับการขายของตนไม่ให้สูงหรือต่ำกว่าคู่แข่งขันหลักมากเกินไป อย่างเช่น ปตท.ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า ราคาจำหน่ายน้ำมันนั้นต่ำกว่าบริษัทคู่แข่งขันรายอื่นๆ ประมาณลิตรละ 4-5 สตางค์ ในขณะที่บริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดรองลงมาอย่างเชลล์ จะมีลักษณะการตั้งราคาที่สูงกว่าคู่แข่งประมาณลิตรละ 2-3 สตางค์ แต่นโยบายของบริษัทก็ถูกนโยบายการตัดราคาของบริษัทค้าน้ำมันรายใหม่ๆ ที่เริ่มเข้าสู่ตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตชานเมือง โดยถูกแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดไปเป็นจำนวนไม่น้อยทีเดียว ซึ่งในภาพรวมในกรุงเทพฯ อาจจะมองไม่เห็นความเด่นชัดนัก หรืออีกนัยหนึ่งชาวเมืองอาจจะไม่ให้ความสนใจเลยก็ได้ เพราะความแตกต่างของราคานั้น เป็นเพียงแค่หน่วยสตางค์ และผู้บริโภคยึดติดกับคุณภาพของบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ แต่ทว่าในต่างจังหวัดนั้นจะเห็นภาพของความแตกต่างที่ชัดเจน เพราะรูปแบบของสถานีบริการใหม่ๆจะมีรูปโฉมภายใต้เครื่องหมายการค้า หรือยี่ห้อใหม่ๆเกิดขึ้นอย่างมาก และหลังจากที่รัฐบาลปล่อยให้ราคาน้ำมันลอยตัว บริษัทผู้ค้าสามารถกำหนดราคาขายปลีก และค่าการตลาดของตนได้อย่างเสรี รวมทั้งการ ผ่อนคลายมาตรการต่างๆ ของรัฐบาล ทำให้ในช่วงปี 2536-37 มีบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหม่ๆ เข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดน้ำมันจากผู้ค้ารายเก่ามากขึ้น โดยจะเห็นได้ว่า อัตราการกระจุกตัวของบริษัทน้ำมันรายใหญ่ในน้ำมันทั้ง 4 ชนิด คือ เบนซินไร้สารตะกั่ว เบนซินซูเปอร์ เบนซินธรรมดา และดีเซลหมุนเร็ว เริ่มลดน้อยลง จากร้อยละ 89.74 ในปี 2534 เป็น 79.66 ในปี 2537 โดยเฉพาะในตลาดน้ำมันดีเซล ซึ่งผู้ค้ารายใหญ่ครองตลาดประมาณร้อยละ 70-80 เท่านั้น และหากจะพิจารณาความแตกต่างในขนาดเฉลี่ยของธุรกิจ(Size ratio) จะพบว่า ความแตกต่างในขนาดของบริษัทใหญ่และบริษัทเล็กเริ่มลดลง แม้จะไม่มากนัก แต่ก็แสดงว่า โอกาสที่ธุรกิจขนาดเล็กจะเข้ามาแข่งขันมีมากขึ้น

สถานีบริการน้ำมันใหม่ๆที่เกิดขึ้นมีทั้งในรูปแบบของสถานีบริการที่เรียกว่า สถานีบริการแบบมาตราฐาน (Formal) ที่มีการเก็บน้ำมันเพื่อจำหน่าย และก่อสร้างตามมาตราฐานของกรมโยธาธิการ มีใบอนุญาตประกอบกิจการตามมาตรา 6 ทวิ และมีถังเก็บน้ำมันฝังไว้ใต้ดิน กับสถานีที่ไม่ได้มาตราฐาน (Infomal) ซึ่งเป็นสถานีบริการขนาดเล็กมีการเก็บน้ำมันเบนซินเพื่อการจำหน่ายไม่เกิน 300 ลิตร น้ำมันดีเซลไม่เกิน 1,000 ลิตร หรือที่รู้จักกันดีในลักษณะ ปั๊มหลอดแก้วและปั๊มมือหมุน ดร.ปิยะสวัสดิ์ อัมระนันทน์ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ(สพช.) ได้เคยกล่าวไว้ว่า ในการแข่งขันธุรกิจค้าน้ำมันแล้ว ปั๊มหลอดแก้ว ที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นตัวการที่ทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้นด้วยกลยุทธ์ วิธีการ

จำหน่ายน้ำมันในลักษณะการตัดราคาขาย เพราะความเป็นปั๊มขนาดเล็ก จึงไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง อย่างเช่นสถานีบริการแบบมาตราฐาน โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสาน มีอัตราการเพิ่มของปั๊มประเภทหลอดแก้วนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งถ้าผู้ประกอบการมีเงินเพียง 150,000 บาท ก็สามารถลงทุนสร้างปั๊มได้ จึงทำให้ปั๊มประเภทนี้เกิดขึ้นมากในภาคอีสาน ที่เป็นเช่นนี้เพราะภาคอีสานมีพื้นที่มาก แต่มีรายได้ต่ำ โอกาสของปั๊มเหล่านี้จึงเติบโตได้มาก และการคมนาคมก็ยังเชื่อมต่อไปยังอินโดจีน ทำให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ไม่ว่าจะเป็น ปตท. เชลล์ เอสโซ่ หรือคาลเท็กซ์ ต่างก็ประสบปัญหาเดียวกัน คือ ต้องแข่งขันกับบริษัทรายใหม่ที่เพิ่งเข้ามาลงทุน เช่น นีที คอสโม ชัลโก้ และการลงทุนของปั๊มหลอดแก้ว ที่มีการตั้งราคาจำหน่ายน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว เพียงลิตรละ 6.90-6.99 บาท/ลิตร ในขณะที่สถานีบริการน้ำมันของผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่จะตั้งราคาขายที่ประมาณลิตรละ 7.60 ขึ้นไป

ความแตกต่างของการตั้งราคา ทำให้เกิดปัญหาถกเถียงกันว่าเกิดจากสาเหตุใด ผู้บริโภคจะกล่าวว่า เกิดจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันเอากำไร(ค่าการตลาด-Marketing Margin) สูงเกินไป ทางบริษัทผู้ค้าน้ำมัน และสนช.ได้พยายามอธิบายว่า ค่าการตลาดที่สูงขึ้นหลังจากใช้ระบบราคาน้ำมันลอยตัวนั้น เกิดจากสาเหตุดังนี้ คือ

- ค่าการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นทันทีเมื่อประกาศลอยตัวเกิดจาก รัฐบาลไม่ได้ปรับค่าการตลาดเลย ตั้งแต่ปี 2529 ดังนั้นเมื่อประกาศให้ราคาปรับได้ในปี 2534 ก็จะต้องคิดถึงอัตราเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นระหว่าง 6 ปี ถึง 37% ค่าการตลาดจึงควรเพิ่มจากการเกิดเงินเฟ้อถึง 20 สตางค์/ลิตร

- จากการที่เป็นผู้ค้าน้ำมันที่ถูกต้องตามมาตราฐาน ย่อมจะต้องทำตามกฎหมาย ที่ให้มีการเพิ่มการสำรองน้ำมัน จากร้อยละ3 (11 วัน) เป็นร้อยละ 5 (18 วัน) โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม 2536 เป็นต้นมา ทำให้ผู้ค้าน้ำมันต้องมีค่าใช้จ่าย ซึ่งเกิดจากการลงทุนในการสร้างถังสำรองและค่าดอกเบี้ยจาก การเก็บน้ำมัน โดยต้นทุนส่วนนี้ประมาณ 5 สตางค์ต่อลิตร

- กระทรวงพาณิชย์ได้ปรับปรุงคุณภาพน้ำมัน เพื่อลดปัญหามลภาวะทางอากาศ โดยได้กำหนดให้มีการเติมสารเติมแต่ง(Additive) ในน้ำมัน ผู้ค้าน้ำมันต้องรับภาระต้นทุนส่วนนี้ประมาณ 4-10 สตางค์/ลิตร ตามแต่ชนิดของสารเติมแต่งที่ผู้ค้าเติมลงไป

บริษัทผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 6 ใช้เหตุผลเหล่านี้ เพื่ออธิบายว่า ทำไมค่าการตลาดจึงสูงขึ้นมากเมื่อมีการใช้ระบบราคาน้ำมันลอยตัว แต่จากการศึกษากลับพบว่า ค่าการตลาดที่รัฐคาดว่าควรจะสูงขึ้นประมาณ 35 สตางค์/ลิตร แต่ในความเป็นจริงค่าการตลาดกลับปรับตัวสูงขึ้นถึงลิตรละกว่า 50 สตางค์ โดยการอ้างถึงต้นทุนสารเติมแต่ง และค่าใช้ในการลงทุนที่สูงขึ้นทั้งค่า

ที่ดินและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในขณะเดียวกันบริษัทผู้ค้าได้เกิดความสงสัยว่า การที่บริษัทผู้ค้ารายเล็กหรือปั๊มหลอดแก้วได้มีการนำน้ำมันเถื่อนมาขายทำให้มีต้นทุนที่ต่ำ จึงขายได้ในราคาถูกกว่า แต่ไม่สามารถพิสูจน์หรือชี้ชัดไปได้ว่าน้ำมันเหล่านี้จะเป็นน้ำมันเถื่อน อย่างไรก็ตาม การที่ปั๊มหลอดแก้วรับซื้อน้ำมันมาได้ในราคาต่ำนั้น อาจจะมีความเป็นไปได้ ที่น้ำมันอาจจะมาจากบริษัทน้ำมันรายใหญ่เองก็ได้ เนื่องจากการค้าน้ำมันของบริษัที่ขายให้กับผู้ค้าส่ง(jobber) หรือผู้ค้าปลีกจะมีการกำหนดพิเศษ หรือส่วนลดราคาให้กับผู้ค้าที่สามารถทำยอดจำหน่ายน้ำมันได้สูงสุด โดยการลดราคาน้ำมัน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบริษัทจะส่งผลให้ผู้ค้าส่งได้ประโยชน์จากการลดราคา และนำไปลดราคาให้กับ ปั๊มหลอดแก้ว ทำให้ตั้งราคาจำหน่ายน้ำมันได้ต่ำกว่าสถานีบริการมาตราฐานก็เป็นไปได้

การที่ปั๊มหลอดแก้วมีอัตราการเติบโตสูงมากนี้ เป็นเพราะค่าการตลาดหลังการใช้ระบบลอยตัวสูงกว่าก่อนปล่อยลอยตัว ทำให้เกิดการจูงใจ ให้เข้ามาลงทุน จึงต้องอาศัยกลยุทธ์การจำหน่ายน้ำมันในราคาที่ต่ำกว่าเพื่อสู้กับยักษ์ใหญ่ได้ หากว่าบริษัทยักษ์ใหญ่ที่ถูกแย่งตลาดไปนั้นจะให้ความสำคัญในจุดนี้ โดยยอมลดค่าการตลาดน้ำมันดีเซลก็จะไม่มีเหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้น แต่ว่าบริษัทใหญ่ห่วงแต่เรื่องต้นทุน กำไร และไม่ยอมทำตั้งแต่แรก ทิ้งช่วงเวลาให้เนิ่นนาน ทำให้ในตลาดน้ำมันดีเซล มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง

อย่างไรก็ตาม หากจะพิจารณาถึงโอกาสในการเข้ามาแข่งขันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหม่(Contestable) จะพบว่ารัฐได้มีการพยายามผ่อนคลายกฎเกณฑ์ต่างๆ มากมาย ทั้งในเรื่องการตั้งสถานีบริการขนาดเล็ก หรือระยะเวลาที่รวดเร็วขึ้น ในการดำเนินการอนุญาตสร้างสถานีบริการ ตลอดจนการยกเลิกโควต้าการนำเข้าน้ำมันสำเร็จรูป ทำให้โอกาสที่บริษัทผู้ค้ารายใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันในตลาดน้ำมันมีมากขึ้น แม้ค่าใช้จ่ายในการลงทุนต่างๆ ค่อนข้างสูง แต่เมื่อพิจารณาประกอบกับการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของความต้องการใช้น้ำมันภายในประเทศ ทำให้ธุรกิจน้ำมันยังคงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และมีโอกาสในการแข่งขันสำหรับนักลงทุนรายใหม่ๆ ตลาดน้ำมันในประเทศไทยมีการแข่งขันในภาพรวม ค่อนข้างมากขึ้น เมื่อมองรวมในน้ำมันทุกประเภท และตลาดทั้งประเทศ เนื่องจากตลาดน้ำมันดีเซลเป็นตลาดที่มีการแข่งขันเรื่องราคาค่อนข้างสูง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงนักจะพิจารณาบริโภคน้ำมัน จากราคาเป็นหลัก นอกจากนี้ในตลาดน้ำมันนี้มีบริษัทผู้แข่งรายใหม่ๆ เข้ามามาก ทำให้โอกาสในการเลือกบริโภคของประชาชนสูงขึ้นด้วย ในขณะที่น้ำมันเบนซิน ทั้ง 3 ประเภท จะมีผู้บริโภคที่อยู่ในกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ๆ ผู้บริโภคจะมีรายได้ปานกลางจนถึงสูง การเลือกซื้อจะดูจากคุณภาพน้ำมันเป็นหลัก โดยบริษัทผู้ค้าน้ำมัน จะต้องแข่งขันกันในด้านพฤติกรรมที่ไม่ใช่ราคากันมากใน น้ำมันประเภทนี้

กล่าวโดยสรุป การใช้นโยบายราคาน้ำมันลอยตัวนั้น มีวัตถุประสงค์ให้ ราคาน้ำมันหลุดพ้นจากอำนาจทางการเมือง ราคาน้ำมันเปลี่ยนแปลงไปตามต้นทุนที่แท้จริง คือ ราคาน้ำมันในตลาดโลก และมีการแข่งขันกันในตลาดน้ำมันมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นโยบายลอยตัวราคาน้ำมันที่ใช้นี้ได้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ทั้ง 3 ประการ คือ ราคาขายปลีกน้ำมันในปัจจุบันผู้แข่งขันในตลาด สามารถปรับเปลี่ยนไปตามต้นทุน(ราคาตลาดโลก)ที่เปลี่ยนแปลง โดยไม่ต้องผ่านขั้นตอนการอนุมัติจาก คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ราคาขายปลีกน้ำมันจึงได้หลุดพ้นจากอำนาจของกลุ่มผู้บริหารประเทศ ปรับเปลี่ยนไปตามกลไกของตลาดได้อย่างรวดเร็วเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์แรก ซึ่งทำให้ราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงสะท้อนถึงต้นทุนที่แท้จริงตามราคาตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไป แม้จะเกิดความล่าช้าจากการขนส่งและการเก็บสำรองน้ำมัน ตลอดจนพฤติกรรมการเก็งกำไรของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ที่เรียกว่า พฤติกรรม"ขึ้นเร็วลงช้า" แต่โดยรวมราคาในประเทศก็มีการแปรไปในทิศทางเดียวกับราคาน้ำมันตลาดโลก แม้จะมีความล่าช้าในการปรับราคาลงไปบ้าง ก็คือได้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่สองที่ตั้งไว้ในระดับหนึ่ง

ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่สาม คือ ให้มีการแข่งขันในตลาดน้ำมันมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าในระบบควบคุมราคาน้ำมัน ค่าการตลาดถูกควบคุมจากรัฐบาล ทำให้ไม่ดึงดูดผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาในตลาด การแข่งขันจะอยู่ในกลุ่มผู้ค้ารายใหญ่ 4 รายคือ ปตท. เชลล์ เอสโซ่ และคาลเท็กซ์ เพื่อพยายามเพิ่มหรือรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเท่านั้น การแข่งขันจะเป็นในรูปการแข่งขันในด้านอื่นๆที่ไม่ใช้ราคาเท่านั้น เช่น ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การแจกแถมของชำร่วยเล็กๆ น้อยๆ เป็นต้น เมื่อมีการใช้ระบบลอยตัวราคาน้ำมัน ค่าการตลาดสูงขึ้นจึงดึงดูดให้ผู้ค้าน้ำมันรายใหม่เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้น เช่น บางจาก (ซึ่งเดิมเป็นการขายในระดับการขายส่งเท่านั้น ได้ลงมาแข่งขันในตลาดขายปลีก), คูเวตออยล์(Q 8),โคโนโก้(เจ็ท) ฯลฯ การกระจุกตัวในปริมาณการขายน้ำมันของผู้ค้ารายใหญ่ทั้ง 4 ก็ลดลงทุกบริษัท ทั้งผู้ค้ารายใหญ่และผู้ค้ารายย่อยที่เข้ามาใหม่ต่าง ขยายจำนวนสถานีบริการน้ำมันของตนเพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดจากการที่รัฐบาลมีการผ่อนคลายกฎเกณฑ์การขออนุมัติตั้งสถานีบริการด้วย โอกาสการแข่งขันของผู้ค้ารายใหม่จึงมีมากขึ้น ถึงแม้ในตลาดน้ำมันเบนซิน ทั้ง 3 ประเภทยังคงเป็นตลาดที่ผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ครองตลาดส่วนใหญ่อยู่ แต่ก็ลดการครองตลาดไปเรื่อยๆ ในขณะที่ตลาดน้ำมันดีเซลมีการแข่งขันกันอย่างเห็นได้ชัด อย่างไรก็ตาม กลไกการกำหนดราคาของรัฐ ซึ่งได้เปลี่ยนจากการควบคุมราคา มาเป็นการชี้นำราคาโดยผ่านปตท.และบางจาก โดยหวังให้ปตท.และบางจาก เป็นผู้นำและรักษาความเป็นธรรมในการกำหนดราคา เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูปถึงจะสามารถใช้แทนกันได้ แต่มีลักษณะไม่เหมือนกันทีเดียวในแต่ละบริษัท ตามแต่ชนิด

ของสารเติมแต่ง ประกอบกับ Brand Royalty ของผู้บริโภค โดยเฉพาะน้ำมันเบนซิน ในเขตกรุงเทพฯและเมืองใหญ่ ที่ค่อนข้างนิยมผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันต่างชาติรายใหญ่ เช่น เชลล์ ทำให้บริษัทเหล่านี้สามารถ ตั้งราคาน้ำมันของตนให้สูงกว่าราคาของ ปตท.และบางจาก โดยยังสามารถมียอดขายที่ค่อนข้างสูงอยู่ ทำให้การแข่งขันทางด้านราคาในตลาดน้ำมันยังค่อนข้างน้อย แม้ว่า บริษัทผู้ค้ารายอื่นๆ จะคอยมองราคาของ ปตท.ก็เพียงใช้เป็นเกณฑ์ของช่วงเวลาในการปรับราคาขึ้นหรือลง เพื่อไม่ให้เสียเปรียบทางด้านการตลาด ซึ่งโดยปกติ ปตท.จะเป็นผู้นำในการลดราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง ขณะที่ผู้ค้ารายอื่นๆ จะทยอยลดราคาลงตามโดยอาจล่าช้ากว่า 2-3 วัน แต่ในทางกลับกัน เมื่อปรับราคาสูงขึ้น ผู้ค้ารายอื่นจะปรับราคาขึ้นก่อน ทำให้พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดน้ำมัน ยังคงไม่เห็นชัดนัก โดยส่วนใหญ่หลังจากใช้นโยบายลอยตัวราคาน้ำมันแล้ว ตลาดน้ำมันจะมีการแข่งขันกันมากขึ้น ซึ่งเป็นการแข่งขันในรูปแบบอื่นๆที่ไม่ใช่ราคามากกว่า จึงเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ข้อที่สามนี้ก็ได้สัมฤทธิ์ผลตามที่รัฐบาลได้ตั้งไว้

การที่นโยบายลอยตัวราคาน้ำมันได้สัมฤทธิ์ผล เนื่องมาจากสาเหตุพอสรุปได้ดังนี้

1) รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายเป็นขั้นตอน กล่าวคือ ในช่วงก่อนใช้นโยบายมีการผ่อนคลายกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อให้ตลาดมีการแข่งขันกันมากขึ้น ต่อมามีการนำระบบ"กึ่งลอยตัว"มาใช้ก่อน เมื่อเห็นว่าผู้บริโภค และผู้ค้าน้ำมัน สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพราคาน้ำมันในระบบกึ่งลอยตัวได้อย่างรวดเร็ว จึงมีการนำระบบ"ลอยตัวเต็มที่"มาใช้

2) ช่วงจังหวะในการใช้นโยบายลอยตัวราคาน้ำมัน เป็นช่วงที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกลดลง ทำให้ราคาขายปลีกที่ปล่อยให้ลอยตัวนั้น ต่ำกว่าราคาขณะที่มีการควบคุม ทำให้ไม่ได้รับการต่อต้านประชาชน

3) ในช่วงที่มีการใช้ระบบควบคุม ค่าการตลาดที่ผู้ค้าน้ำมันได้รับจะถูกกำหนดให้คงที่และไม่มีการปรับมาตั้งแต่ปี 2529 เมื่อมีการนำระบบ"ลอยตัวราคาน้ำมัน"มาใช้ ทำให้ผู้ค้าสามารถปรับค่าการตลาดของตนได้เอง ตามต้นทุนที่เกิดขึ้น ซึ่งค่าการตลาดหลังจากลอยตัวมีแนวโน้มสูงขึ้น จึงเป็นสิ่งจูงใจ ให้มีผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้น อันเป็นการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ สำหรับในการศึกษาตลาดน้ำมันนั้น ตลาดน้ำมันยังมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นอีกมาก พฤติกรรมการแข่งขันโดยไม่ใช่ราคาใหม่ๆ น่าจะปรากฏขึ้นอีก นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการแข่งขันของตลาดน้ำมันดีเซล มีความแตกต่างจากน้ำมันเบนซิน ทั้ง 3 ประเภท เป็นตลาดที่น่าสนใจ หากจะศึกษาลึกเข้าไปถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภค ผู้ค้าในปั๊มหลอดแก้ว และบริษัทผู้ค้าน้ำมันต่างๆ เหล่านี้เป็น สิ่งที่น่าจะศึกษาต่อไปในตลาดน้ำมันเชื้อเพลิงของไทย