

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุป

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษี โดยได้แบ่งตลาดรถยนต์ออกเป็น 2 ตลาด คือ ตลาดรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศและตลาดรถยนต์นำเข้า โดยจะศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีสรรพสามิตรถยนต์ในตลาดรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ และแบ่งขนาดรถยนต์ที่ศึกษาตามความจุระบอกสูบเป็น 3 ขนาด คือ 1. รถยนต์ขนาดต่ำกว่า 1600 ซีซี ซึ่งอัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 30 2. รถยนต์ขนาด 1601 – 2000 ซีซี ซึ่งอัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 30 เช่นกัน และ 3. รถยนต์ขนาด 2501 – 3000 ซีซี ซึ่งอัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 41 เป็นร้อยละ 40 ส่วนตลาดรถยนต์นำเข้าจะศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการสมมติให้อัตราภาษีศุลกากรลดลง 100% โดยจะแบ่งขนาดรถยนต์นำเข้าที่ศึกษาตามความจุระบอกสูบเป็น 2 ขนาด คือ รถยนต์ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 2400 ซีซี) และ รถยนต์ขนาดใหญ่ (มากกว่า 2400 ซีซี) และเนื่องจากข้อมูลที่จะต้องใช้ในการศึกษาอุปทานรถยนต์นั้น ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนของการผลิต ซึ่งมักไม่ได้รับการเปิดเผยจากผู้ผลิต จึงสมมติให้อุปทานรถยนต์มีความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับอนันต์

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ ได้แก่ ข้อมูลราคาและยอดจำหน่ายรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศและรถยนต์นำเข้า ซึ่งได้จากการรวบรวมของบริษัทสื่อสากล จำกัด ข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง คือ จำนวนผู้มีงานทำที่ได้จากการรวบรวมของสำนักงานสถิติแห่งชาติ อัตราภาษีที่ใช้ในการศึกษาได้จากการรวบรวมของกรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และรายได้ประชาชาติ (National Income) ได้จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อัตราแลกเปลี่ยน และ ราคาน้ำมันเบนซินได้จากสถิติเศรษฐกิจและการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย

ผลการศึกษาผลกระทบจากการลดอัตราภาษีสรรพสามิตที่เกิดบนเส้นอุปสงค์ที่ได้รับการชดเชยของรถยนต์แสดงให้เห็นว่า กรณีรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1600 ซีซี ซึ่งทำการศึกษาจากรถยนต์ 6 รุ่น ได้แก่ FORD LASER 1.6, HONDA CITY, MAZDA 323 1.6, MITSUBISHI LANCER 1.6, NISSAN SUNNY, TOYOTA SOLUNA พบว่า สมการอุปสงค์ต่อรถยนต์ของผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 – 39 ปี ผู้บริโภคจะได้รับส่วนเกินผู้บริโภคที่แท้จริง (Exact Consumer's Surplus) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 96,114,461 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีที่คิดบนเส้น Marshallian Demand 0.18% สำหรับส่วนที่มาจาก Recovery of The Deadweight Loss มีค่าเท่ากับ 5,692,836 บาท

ซึ่งลดลงจากกรณีเส้นอุปสงค์ปกติถึง 2.96% สำหรับสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไป กรณีเส้นอุปสงค์ที่ได้รับการชดเชย ส่วนเกินผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 30,100,253 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 0.19% สำหรับส่วนที่เป็น Recovery of The Deadweight Loss มีค่าเท่ากับ 1,784,378 บาท ซึ่งมีค่าลดลงจากกรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 3.1%

กรณีรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 1600 ซีซี สมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 - 39 ปี กับสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไป ให้ผลที่แตกต่างกันมากทั้งที่ค่าสัมประสิทธิ์ในแต่ละสมการแตกต่างกันไม่มากนัก โดยส่วนเกินผู้บริโภคของสมการผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 - 39 ปี มีค่ามากกว่าสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไป ประมาณ 3 เท่า ทั้งนี้เนื่องจากรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1600 ซีซี มีราคาถูกกว่ารถยนต์ขนาดอื่นค่อนข้างมาก ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่น่าจะนิยมใช้รถยนต์เล็กราคาไม่แพงจึงน่าจะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ที่อยู่ในวัยเริ่มต้นทำงาน

โดยสรุปแล้ว กรณีรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1600 ซีซี Hicksian Consumer's Surplus มีค่าเท่ากับ 126,214,714 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.71 ของยอดขายรถยนต์ประเภทนี้ในเดือนสิงหาคม 2547 ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 1,178 ล้านบาท ส่วนภาษีรถยนต์ที่โอนไปเป็นส่วนเกินผู้บริโภคมีค่าเท่ากับ 118,737,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.08 ของยอดขายในเดือนสิงหาคม

กรณีรถยนต์ขนาด 1601 - 2000 ซีซี ซึ่งทำการศึกษาจากรถยนต์ 9 รุ่น ได้แก่ BENZ C180, BENZ C200, BMW SERIES 3, HONDA CIVIC, MAZDA 323 1.8, MITSUBISHI LANCER 1.8, NISSAN CEFIRO 20, TOYOTA COROLLA 1.8 และ VOLVO S60 พบว่า กรณีรถยนต์ขนาด 1601 - 2000 ซีซี สมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 - 39 ปี กับสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไป ให้ผลที่แตกต่างกันมากทั้งที่ค่าสัมประสิทธิ์ในแต่ละสมการแตกต่างกันไม่มากนัก โดยส่วนเกินผู้บริโภคของสมการผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไปมีค่ามากกว่าสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 - 39 ปี เกือบ 2 เท่า แสดงว่าผลของการลดอัตราภาษีต่อกลุ่มผู้บริโภครถยนต์ขนาด 1601 - 2000 ซีซี ผลได้ต่อสวัสดิการผู้บริโภคตกเป็นของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าเป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคในวัย 40 - 60 ปีขึ้นไป มีกำลังซื้อในรถยนต์ประเภทนี้ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูงมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ผลได้จากการลดอัตราภาษีจึงตกเป็นของกลุ่มผู้บริโภคอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ โดยมีรายละเอียดใน Exact Consumer's Surplus ดังนี้

กรณีของผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 - 39 ปี พบว่า Hicksian Consumer's Surplus เพิ่มขึ้นเท่ากับ 34,264,477 บาท น้อยกว่า Marshallian Consumer's Surplus 0.14% และมีค่า

Recovery of The Deadweight Loss เพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติประมาณ 2.41% ส่วนรายได้รัฐที่โอนไปเป็นส่วนเกินของผู้บริโภคคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 32,277,861 บาท ในส่วนสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 – 60 ปีขึ้นไป Hicksian Consumer's Surplus เพิ่มขึ้นเท่ากับ 65,655,072 บาท น้อยกว่า Marshallian Consumer's Surplus 0.16% และมีค่า Recovery of The Deadweight Loss เพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติถึง 2.75% ส่วนรายได้รัฐที่โอนไปเป็นส่วนเกินของผู้บริโภคคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 61,917,471 บาท

เมื่อมองโดยภาพรวมแล้ว กรณีรถยนต์ขนาด 1601 - 2000 ซีซี Hicksian Consumer's Surplus มีค่าเท่ากับ 99,919,549 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.87 ของยอดขายรถยนต์ประเภทนี้ในเดือนสิงหาคม 2547 ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 2,583 ล้านบาท ส่วนภาษีรถยนต์ที่โอนไปเป็นส่วนเกินผู้บริโภคมีค่าเท่ากับ 94,195,332 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.65 ของยอดขายในเดือนสิงหาคม

กรณีรถยนต์ 2501 – 3000 ซีซี ทำการศึกษาจากรถยนต์ 4 รุ่น คือ BMW SERIES7, HONDA ACCORD 3.0, NISSAN CEFIRO 30, VOLVO S80 พบว่า กรณีของผู้มีงานทำอายุ 25 – 39 ปี พบว่า การเปลี่ยนแปลงบนเส้นอุปสงค์ที่ได้รับการชดเชย ผู้บริโภคจะได้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 330,333 บาท ลดลงจากกรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 0.16% ส่วนเกินที่เพิ่มขึ้นมาจากส่วนที่เคยเป็นรายได้จากภาษีรถยนต์ของรัฐ 327,058 บาท และส่วนที่เป็น Recovery of The Deadweight Loss 3,275 บาท ซึ่งมีค่าลดลงจากกรณีเป็นเส้นอุปสงค์ปกติ 0.14% และกรณีของผู้มีงานทำอายุ 40 – 60 ปีขึ้นไป การเปลี่ยนแปลงบนเส้นอุปสงค์ที่ได้รับการชดเชย ผู้บริโภคจะได้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 315,855 บาท ลดลงจากกรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 0.18% ส่วนเกินที่เพิ่มขึ้นมาจากส่วนที่เคยเป็นรายได้จากภาษีรถยนต์ของรัฐ 313,367 บาท และส่วนที่เป็น Recovery of The Deadweight Loss 2,488 บาท ซึ่งลดลงจากกรณีเป็นเส้นอุปสงค์ปกติ 18.24%

เมื่อมองโดยภาพรวม กรณีรถยนต์ขนาด 2501 – 3000 ซีซี Hicksian Consumer's Surplus มีค่าเท่ากับ 646,188 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.32 ของยอดขายรถยนต์ประเภทนี้ในเดือนสิงหาคม 2547 ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 204 ล้านบาท ส่วนภาษีรถยนต์ที่โอนไปเป็นส่วนเกินผู้บริโภคมีค่าเท่ากับ 640,425 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.31 ของยอดขายในเดือนสิงหาคม

เมื่อพิจารณาในส่วนผลกระทบจากการลดอัตราภาษีสรรพสามิตต่อสวัสดิการเศรษฐกิจ พบว่ากรณีรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1600 ซีซี และรถยนต์ขนาด 1601 – 2000 ซีซี ที่อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 30 เท่ากัน แต่กลับพบว่าผลกระทบต่อสวัสดิการทางเศรษฐกิจมีความแตกต่างกัน โดยในกรณีของรถยนต์นั่งขนาดไม่เกิน 1600 ซีซี จำนวนภาษีที่ลดลงไปเป็นส่วนเกิน

ของผู้บริโภคมีมูลค่ามากกว่ากรณีของรถยนต์นั่งขนาด 1601 - 2000 ซีซี ทั้งนี้เนื่องจากการบริโภครถยนต์ขนาดเล็กมากกว่ารถยนต์นั่งขนาดใหญ่

เมื่อเทียบเป็นผลการเปลี่ยนแปลงในสวัสดิการผู้บริโภคต่อการซื้อรถยนต์นั่ง 1 คัน พบว่าการที่ผู้บริโภคซื้อรถยนต์ 1 คัน ผู้บริโภคจะได้รับส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นมากที่สุดในการกรณีที่ซื้อรถยนต์ขนาด 1601 - 2000 ซีซี คือ 30,716 บาท รองลงมาคือกรณีรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1600 ซีซี 18,934 บาท และลำดับสุดท้าย คือ กรณีที่ซื้อรถยนต์ขนาด 2501 - 3000 ซีซี 7,514 บาท เมื่อนำผลดังกล่าวมาคิดเป็นสัดส่วน Exact Consumer's Surplus ต่อราคาเฉลี่ยของรถยนต์ในขนาดไม่เกิน 1600 ซีซี 1601 - 2000 ซีซี และ 2501 - 3000 ซีซี พบว่ามีค่าเท่ากับ 3.25%, 3.21% และ 0.26% ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีอำนาจซื้อน้อยกว่าหรือก็คือผู้ที่ซื้อรถยนต์ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 2000 ซีซี) มีสัดส่วนการได้ผลประโยชน์จากการลดภาษีใกล้เคียงกัน (3.25% กับ 3.21%) และได้ประโยชน์มากกว่าผู้บริโภครถยนต์ขนาดใหญ่ สัดส่วนการได้ประโยชน์ของผู้บริโภครถยนต์ขนาดเล็กมีค่ามากกว่าสัดส่วนการได้ประโยชน์ของผู้บริโภครถยนต์ขนาดใหญ่ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในการซื้อสูงกว่า มองในแง่แล้ว ภาษีให้ความเป็นธรรมโดยการเพิ่มสวัสดิการให้คนที่มียาได้น้อย¹ ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ในสังคมมากกว่าที่จะเพิ่มสวัสดิการให้คนที่มียาได้สูง

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาในส่วนของผลกระทบจากการลดอัตราภาษีสรรพสามิตต่อสวัสดิการเศรษฐกิจโดยเปรียบเทียบผลกระทบที่เกิดขึ้นระหว่างรถยนต์ขนาดใหญ่ (รถยนต์ขนาดเกินกว่า 2500 ซีซี) และรถยนต์ขนาดเล็ก (รถยนต์ขนาดไม่เกิน 2000 ซีซี) จะเห็นได้ว่า ในกรณีของรถยนต์ขนาดเล็กจะมีมูลค่ามากกว่ารถยนต์ขนาดใหญ่ โดยในตลาดรถยนต์ที่ผลิตในประเทศนี้หากสังเกตถึงอัตราภาษีและจำนวนภาษีที่รัฐบาลได้รับจากการเก็บภาษีบนอุตสาหกรรมรถยนต์ จะพบว่า ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษานั้น แม้ว่าอัตราภาษีที่เก็บบนรถยนต์ขนาดเล็กจะน้อยกว่ารถยนต์ขนาดใหญ่ก็ตาม แต่จำนวนภาษีที่เก็บได้จะมีมูลค่ามากกว่ารถยนต์ขนาดใหญ่ถึง 332 เท่า (ภาษีที่โอนไปเป็นส่วนเกินผู้บริโภคของรถยนต์ขนาดเล็กเท่ากับ 212,932,832 บาท ขณะที่ของรถยนต์ขนาดใหญ่มีค่าเท่ากับ 640,425 บาท) สำหรับส่วนเกินของผู้บริคนั้นพบว่า ในรถยนต์ขนาดเล็กจะมีมูลค่ามากกว่ารถยนต์ขนาดใหญ่ 332 เท่าเช่นกัน ซึ่งกล่าวได้ว่า การปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตรถยนต์ ผลได้ทางสวัสดิการ (Welfare Gain) ตกเป็นของผู้บริโภครถยนต์ขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากการบริโภครถยนต์ขนาดเล็กมากกว่ารถยนต์ขนาดใหญ่

¹ หมายถึงผู้ที่บริโภครถยนต์ขนาดเล็กซึ่งน่าจะเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อน้อยกว่า หรือมีความมั่งคั่งน้อยกว่าผู้บริโภครถยนต์ขนาดใหญ่

และรดยนต์ขนาดเล็กมีการเปลี่ยนแปลงในอัตราภาษีมากกว่าโดยอัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 30 ขณะที่รดยนต์ขนาดใหญ่อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 41 เป็นร้อยละ 40 ทำให้อัตราการรดยนต์ขนาดใหญ่เปลี่ยนแปลงน้อยมาก การบริโภคจึงน้อยกว่ารดยนต์นั่งขนาดเล็กหลายเท่า

สำหรับผลการศึกษาดผลกระทบจากการลดอัตราภาษีนำเข้าลง 100% (เดิมเก็บ 80%) แสดงให้เห็นว่า กรณีรดยนต์นำเข้าขนาดเล็กนี้ สมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 – 39 ปี ผู้บริโภคจะได้รับส่วนเกินผู้บริโภคที่แท้จริง (Exact Consumer's Surplus) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 24,884,746 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 12.3% สำหรับส่วนที่มาจาก Recovery of The Deadweight Loss มีค่าเท่ากับ 9,752,298 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 26.35% สำหรับสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไป พบว่า ส่วนเกินผู้บริโภคแท้จริงจะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 24,325,592 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 11.31% สำหรับส่วนที่เป็น Recovery of The Deadweight Loss มีค่าเท่ากับ 9,193,144 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 25.23%

กรณีรดยนต์นั่งนำเข้าขนาดใหญ่ สมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 – 39 ปี ผู้บริโภคจะได้รับส่วนเกินผู้บริโภคที่แท้จริง (Exact Consumer's Surplus) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 13,754,989 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 36% สำหรับส่วนที่มาจาก Recovery of The Deadweight Loss มีค่าเท่ากับ 9,831,610 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติถึง 44% สำหรับสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 - 60 ปีขึ้นไป พบว่า ส่วนเกินผู้บริโภคแท้จริงจะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 13,754,989 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 36.11% สำหรับส่วนที่เป็น Recovery of The Deadweight Loss มีค่าเท่ากับ 9,845,655 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่ากรณีเส้นอุปสงค์ปกติ 44.13%

ในภาพรวมเมื่อพิจารณาในส่วนของผลกระทบจากการลดอัตราภาษีศุลกากรต่อสวัสดิการเศรษฐกิจโดยเปรียบเทียบผลกระทบที่เกิดขึ้นระหว่างรดยนต์ขนาดใหญ่ และรดยนต์ขนาดเล็ก จะพบว่า ในกรณีของรดยนต์ขนาดเล็กจะมีมูลค่ามากกว่ารดยนต์ขนาดใหญ่ โดยภาษีที่โอนไปเป็นส่วนเกินผู้บริโภคในรดยนต์ขนาดเล็กมีมูลค่ามากกว่ารดยนต์ขนาดใหญ่ 4 เท่า และส่วนเกินผู้บริโภคของรดยนต์ขนาดเล็กมีค่ามากกว่ารดยนต์ขนาดใหญ่เกือบ 2 เท่า

ในสถานการณ์ที่ไม่มีการเก็บภาษีศุลกากร แม้ว่าอัตราการรดยนต์จะไม่ได้ลดลงเท่ากับอัตราภาษีศุลกากรที่ลดลง แต่ก็ทำให้อัตราการรดยนต์นั่งนำเข้ามีค่าใกล้เคียงกับอัตราการรดยนต์นั่งที่ผลิตใน

ประเทศบางรุ่น ซึ่งทำให้มีการบริโภครถยนต์นั่งนำเข้าเพิ่มขึ้นมาก ดังนั้น หากรัฐบาลมียังคงห่วงใยอุตสาหกรรมรถยนต์ภายในประเทศและไม่ต้องการให้มีการบริโภครถยนต์นั่งนำเข้าซึ่งมีราคาแพงมากเกินไปจนอาจทำให้เกิดปัญหาการขาดดุลการค้า ภาครัฐก็อาจใช้มาตรการภาษีในประเทศ หรือมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีเป็นเครื่องมือคุ้มครองอุตสาหกรรมรถยนต์ และกีดกันการนำเข้ารถยนต์นั่งนำเข้าต่อไป

นอกจากนี้ ผลการสร้างแบบจำลองเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ ซึ่งให้เห็นว่า ราคารถยนต์นั่งที่ผลิตภายในประเทศ ราคาน้ำมันเบนซิน และรายได้ประชาชาติ เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในกรณีรถยนต์ขนาดเล็กและกรณีรถยนต์ขนาดใหญ่ โดยค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าสูงกว่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ และเมื่อเปรียบเทียบค่าความยืดหยุ่นของรถยนต์ทั้ง 2 ขนาดพบว่า ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาและค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ของรถยนต์นั่งขนาดใหญ่จะมีค่าสูงกว่าของรถยนต์นั่งขนาดเล็ก

สำหรับแบบจำลองที่ศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของรถยนต์นำเข้า พบว่า กรณีรถยนต์นั่งขนาดเล็ก ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์อย่างมีนัยสำคัญ คือ ราคารถยนต์นำเข้า รายได้ประชาชาติ และราคาน้ำมันเบนซิน ขณะที่กรณีรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ พบว่า มีเพียงราคารถยนต์นำเข้า และรายได้ประชาชาติที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์อย่างมีนัยสำคัญ และทั้งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของรถยนต์ขนาดใหญ่จะมากกว่าของรถยนต์ขนาดเล็ก ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าราคาจำหน่ายรถยนต์นั่งที่มีขนาดใหญ่จะสูงกว่าราคาจำหน่ายรถยนต์นั่งขนาดเล็ก และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาค่อนข้างสูง ดังนั้น หากราคาจำหน่ายของรถยนต์นั่งที่มีขนาดใหญ่กว่าลดลงเพียงเล็กน้อย ผู้บริโภคน่าจะหันมาสนใจรถยนต์ที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น และเมื่อเปรียบเทียบค่าความยืดหยุ่นของราคากับค่าความยืดหยุ่นของรายได้ พบว่า ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาจะมีค่ามากกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้

6.2 ข้อเสนอแนะ

6.2.1 ด้านนโยบาย

1. จากผลการศึกษาผลกระทบจากการปรับภาษีสรรพสามิตรถยนต์ต่อรถยนต์นั่งที่ผลิตในประเทศจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า กรณีรถยนต์นั่งขนาดเล็ก (ไม่เกิน 2000 ซีซี) ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์มากขึ้นเนื่องจากอัตราภาษีลดลงอย่างชัดเจน (จากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 30) ส่วนรถยนต์ขนาดใหญ่ (2501 – 3000 ซีซี) ผู้บริโภคได้รับส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นก็จริงแต่ก็ได้ให้น้อย

กว่ากรณีรถยนต์นั่งขนาดเล็กมาก ซึ่งผู้ศึกษาคิดว่าการที่ผลได้ตกเป็นของผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ คือผู้บริโภคที่บริโภครถยนต์ขนาดเล็กเป็นเรื่องที่ดี ผู้ศึกษาจึงสนับสนุนการปรับลดอัตราภาษีในรถยนต์ขนาดเล็ก ส่วนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดใหญ่ (เกินกว่า 2500 ซีซี) จะใช้น้ำมันเกินความจำเป็น จึงควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาใช้รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์เล็กเพื่อช่วยประหยัดพลังงาน และผู้บริโภคก็จะได้ใช้รถยนต์ที่มีคุณภาพในราคาที่ถูกลง ส่วนรัฐก็จะได้รายได้ภาษีรถยนต์เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้การส่งเสริมให้มีการใช้รถยนต์ขนาดเล็กจะเป็นสิ่งที่ดี แต่ก็ต้องคำนึงถึงด้วยว่าการทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภครถยนต์ราคาถูกลงจะทำให้มีรถออกมาวิ่งกันเกลื่อนเต็มถนนหรือไม่ เพราะถ้าเป็นเช่นนั้นประเทศชาติก็ต้องบริโภคน้ำมันเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งไม่เหมาะสมกับภาวะการณ์ในปัจจุบันที่ทุกคนควรช่วยกันประหยัดพลังงาน ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ภาครัฐส่งเสริมให้คนหันมาใช้ระบบขนส่งมวลชน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นภาครัฐควรมีการปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ผู้บริโภคจะได้หันมาใช้ระบบขนส่งมวลชนทดแทนการใช้รถยนต์เพื่อเป็นการประหยัดพลังงานอย่างถาวร

2. วัตถุประสงค์ประการหนึ่งสำหรับการปรับโครงสร้างภาษีก็เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรถยนต์ของเอเชียหรือดีทรอยต์แห่งเอเชีย แต่จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์เรื่องสภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ปี 2548 (มกราคม - มิถุนายน) ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังการปรับโครงสร้างภาษีแล้ว พบว่า สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน ปี 2548 มีปริมาณการผลิตรถยนต์รวมทั้งสิ้น 517,829 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2547 (446,625 คัน) มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.94 ปริมาณการผลิต 517,829 คันนี้ แบ่งเป็นรถยนต์นั่ง จำนวน 131,881 คัน รถกระบะ 1 คัน 373,348 คัน และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน) จำนวน 12,600 คัน โดยประเภทรถยนต์ที่มีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน) มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 53.27 รถกระบะ 1 คัน มีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.79 ส่วนรถยนต์ที่มีอัตราการผลิตลดลง คือ รถยนต์นั่ง มีอัตราการผลิตลดลงร้อยละ 12.8 สำหรับยอดขายภายในประเทศพบว่ารถยนต์นั่งมียอดขายทั้งสิ้น 90,818 คัน คิดเป็นร้อยละ 68.86 ของยอดการผลิต ขณะที่รถกระบะมียอดขายในประเทศทั้งสิ้น 209,857 คัน คิดเป็นร้อยละ 56 ของยอดการผลิต ดังนั้นเราจะเห็นได้ว่าหากโครงสร้างภาษีต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรถยนต์ของเอเชีย รถยนต์กระบะจะเป็นกลุ่มรถยนต์ที่สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการส่งออกเพราะมีปริมาณการผลิตสูงกว่ารถยนต์นั่ง และมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นในการผลิตทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า

ผู้ประกอบการผลิตรถกระบะยังได้รับความคุ้มครองจากรัฐบาลโดยการกำหนดให้เสียภาษีในอัตราเดิม คือ ร้อยละ 3 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในอัตราภาษีเหมือนรถยนต์ประเภทอื่น

ในส่วนของรถยนต์นั่งจะสังเกตได้ว่ามีอัตราการผลิตลดลงและรถยนต์นั่งร้อยละ 68.86 ของยอดการผลิตเป็นการบริโภคภายในประเทศ ดังนั้น โครงสร้างภาษีหลังการเปลี่ยนแปลงแม้ในรถบางขนาดจะเสียภาษีในอัตราลดลงจากเดิมแต่ก็ยังไม่จูงใจให้มีการผลิตรถยนต์นั่งในปริมาณที่มากพอจะให้เป็นรถยนต์หลักที่สามารถส่งออกได้ โดยสรุปแล้ว ผลของการปรับโครงสร้างภาษีกลุ่มรถยนต์กระบะเป็นกลุ่มรถยนต์ที่ไทยน่าจะเป็นศูนย์กลางการส่งออกได้ในอนาคตซึ่งเดิมที่ภาครัฐก็มักจะทำให้การโอบอุ้มอุตสาหกรรมรถกระบะอยู่แล้ว โดยหวังว่าจะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางรถกระบะของเอเชีย (Detroit of Asia) แต่สำหรับรถยนต์นั่งแล้วการที่ปริมาณส่วนใหญ่ของการผลิตถูกบริโภคภายในประเทศก็จะทำให้มีปริมาณรถยนต์นั่งจำนวนน้อยที่สามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ดังนั้น ถ้ารัฐบาลต้องการให้ประเทศไทยเป็นดีทรอยต์แห่งเอเชียอย่างสมบูรณ์แบบก็น่าจะมีมาตรการส่งเสริมให้มีการผลิตรถยนต์นั่งให้ได้จำนวนมากจนสามารถส่งออกต่างประเทศและมีส่วนแบ่งการครองตลาดในอัตราที่สูงจึงจะเรียกได้ว่าเป็นศูนย์กลางการส่งออกรถยนต์อย่างแท้จริง

3. ผลการศึกษาผลกระทบจากการปรับลดอัตราภาษีศุลกากรลง 100% พบว่า ผลได้ของผู้บริโภคไม่ได้เกิดขึ้นเต็มเม็ดเต็มหน่วยเท่ากับอัตราภาษีที่ลดลง เนื่องจากรถยนต์นั่งนำเข้าเมื่อนำเข้าประเทศก็ต้องถูกเก็บภาษีภายในประเทศ เช่น ภาษีสรรพสามิต ภาษีมูลค่าเพิ่ม ถึงแม้สวัสดิการที่เพิ่มจะเกิดขึ้นไม่เต็มที่เพราะราคารถยนต์ไม่ได้ลดลงเท่ากับอัตราภาษีที่ลดลง แต่ก็ทำให้ราคารถนำเข้าลดลงเหลือใกล้เคียงกับราคารถที่ผลิตในประเทศ ซึ่งจะทำให้มีการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์มากขึ้น และผู้ผลิตในประเทศก็ต้องพยายามเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของตนเอง แต่การที่ราคารถยนต์นำเข้าลดลงเนื่องจากไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรก็ทำให้ยอดขายรถยนต์เพิ่มขึ้นจากเดิมหลายเท่า ดังนั้น หากภาครัฐไม่ต้องการให้เกิดการนำเข้ามากจนอาจทำให้เกิดปัญหาการขาดดุล ภาครัฐก็จำเป็นต้องใช้มาตรการภาษีในประเทศ หรือมาตรการอื่นที่ไม่ใช่ภาษีก็กีดกันการนำเข้า

โดยสรุปแล้ว การปรับลดอัตราภาษีศุลกากรจะเป็นการเพิ่มสวัสดิการให้แก่ผู้บริโภค และถ้าจะให้เกิดสวัสดิการเพิ่มมากขึ้นควรจะมีการลดอัตราภาษีที่เก็บภายในประเทศด้วย นอกจากนี้การลดอัตราภาษีศุลกากรหรือการเปิดเสรียังช่วยให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมประเภทนี้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้ผลิตในประเทศให้พัฒนาการผลิตของตนให้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม

การเปิดเสรีอาจทำให้มีการบริโภคสินค้านำเข้ามากขึ้น และเนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีราคาแพง การบริโภคในปริมาณมากอาจทำให้เกิดปัญหาการขาดดุลได้ในอนาคต ดังนั้น ในแง่นี้รัฐบาลมีความจำเป็นจะต้องเลือกกระหน่ำสวัสดิการของผู้บริโภคกับเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ หากรัฐบาลต้องการให้ผู้บริโภคได้รับสวัสดิการยิ่งขึ้น ก็ควรลดอัตราภาษีศุลกากรควบคู่กับการลดอัตราภาษีที่เก็บในประเทศ เช่น ภาษีสรรพสามิต แต่ถ้าต้องการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจหลังการเปิดเสรี ก็อาจต้องใช้มาตรการภาษีที่เก็บในประเทศ หรือมาตรการอื่นที่ไม่ใช่ภาษีควบคุมการบริโภคสินค้าประเภทนี้

6.2.2 ด้านข้อมูล

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้ข้อมูลเป็นรายเดือนตั้งแต่มกราคม 2544 – กันยายน 2547 ซึ่งข้อมูลที่ใช่แบ่งเป็น ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ ได้แก่ ข้อมูลราคาและยอดจำหน่ายรถยนต์ทั้งรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศและรถยนต์นำเข้า ข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง คือ ข้อมูลรายได้ประชาชาติ อัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมันเบนซิน จำนวนผู้มีงานทำที่มีอายุ 25 – 39 ปี และ 40 – 60 ปีขึ้นไป สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั้น ได้เลือกใช้เฉพาะรุ่นรถยนต์ที่มียอดขายสม่ำเสมออยู่ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้คาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

ส่วนข้อมูลรายได้ประชาชาตินั้น เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลเป็นรายเดือน แต่ข้อมูลรายได้ประชาชาติมีการจัดเก็บเป็นรายปี และมีเพียงของปีพ.ศ.2544 กับ พ.ศ.2545 จึงกำหนดให้รายได้ประชาชาติของปีพ.ศ.2546 และ พ.ศ.2547 มีค่าเท่ากับของปีพ.ศ.2545 หลังจากนั้นใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ที่จัดเก็บเป็นรายไตรมาสของปี 2544 – 2547 เฉลี่ยออกมาเป็นข้อมูลรายเดือน และเนื่องจากรายได้ประชาชาติมีค่าเป็น 70% ของ GDP จึงเอา 70% คูณกับ GDP ของแต่ละเดือนเพื่อให้ได้รายได้ประชาชาติเป็นรายเดือน ซึ่งวิธีนี้อาจทำให้ข้อมูลรายได้ประชาชาติรายเดือนที่คำนวณได้คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

นอกจากนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้มีงานทำที่มีการจัดเก็บโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติก็มีลักษณะเป็นรายไตรมาสเช่นกัน จึงได้นำข้อมูลจำนวนผู้มีงานทำรายไตรมาสมาเฉลี่ยเป็นรายเดือน ซึ่งวิธีนี้อาจทำให้ข้อมูลจำนวนผู้มีงานทำที่คำนวณได้คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

2. การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิและเป็นตัวแปรทางเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้แบบจำลองขาดข้อมูลปฐมภูมิและตัวแปรทางสังคม การหาสมการอุปสงค์ต่อรถยนต์ในการศึกษานี้จึงแบ่งออกเป็นสมการอุปสงค์ต่อรถยนต์ของผู้มีงานทำที่มี 25 – 39 ปี และ 40 – 60 ปีขึ้นไป โดยหวังว่า

อุปสงค์ของ 2 กลุ่มจะมีความแตกต่างกันบ้าง โดยสมการของผู้มีงานทำอายุ 25 – 39 ปี อาจเป็นลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ใหม่ที่เป็นรถยนต์คันแรกของผู้บริโภค และสมการของผู้มีงานทำที่มีอายุ 40 – 60 ปีขึ้นไปอาจเป็นอุปสงค์ต่อรถยนต์ที่ซื้อเพื่อทดแทนคันเก่าหรือเป็นรถยนต์ที่ซื้อเพิ่มจากเดิม แต่ผลการศึกษาพบว่าสมการทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันไม่มากนัก และในบางสมการมีค่า R^2 ไม่สูงมากนัก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ไม่ได้ใส่ปัจจัยทางสังคมบางตัวที่มีผลต่ออุปสงค์ของรถยนต์ลงไปแบบจำลอง เช่น อายุของผู้บริโภค อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ ระดับรายได้ของเจ้าของรถยนต์ ซึ่งตัวแปรเหล่านี้สามารถหามาได้จากการใช้แบบสอบถามสำรวจเพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมกรการบริโภค

นอกจากนี้ ยังมีตัวแปรบางตัวที่มีผลต่ออุปสงค์ของรถยนต์ยังไม่ได้ใส่ลงไปเนื่องจากยังไม่ มีหน่วยงานใดทำการรวบรวมข้อมูล เช่น ยอดจำหน่ายรถยนต์เก่า และราคารถยนต์เก่า ซึ่ง น่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่จะทำให้แบบจำลองมีความถูกต้องมากขึ้น ดังนั้น ในอนาคต จึงน่าจะมีการจัดทำข้อมูลในส่วนนี้ขึ้น เพื่อที่จะได้ใช้ในงานศึกษาต่าง ๆ ต่อไป

6.2.3 ด้านแนวทางการศึกษาในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะรถยนต์นั่งเท่านั้น ซึ่งรถยนต์ที่ได้รับผลกระทบจากการปรับภาษียังมีรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วย ซึ่งแม้ว่าการบริโภครถยนต์ประเภทนี้จะเป็นการบริโภคเฉพาะกลุ่มแต่ก็อาจมีข้อน่าสนใจในการศึกษา ดังนั้น จึงน่าจะมีการศึกษาถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมรถยนต์ดังกล่าวด้วย

2. เพื่อให้แบบจำลองวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคได้เหมาะสม และใกล้เคียงความจริงมากขึ้น อาจใส่ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ลงในแบบจำลองเพื่อให้สามารถอธิบายตัวแปรทางสังคมได้มากขึ้นซึ่งจะเหมาะกับลักษณะการปรับตัวของพฤติกรรมกรการบริโภคที่ไม่มีลักษณะของความต่อเนื่อง การใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามจะทำให้เราแบ่งประเภทอุปสงค์ต่อรถยนต์ได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น อุปสงค์ต่อรถยนต์ใหม่ อุปสงค์ต่อรถยนต์ที่ซื้อมาเพิ่มจากคันเก่า เป็นต้น

3. พฤติกรรมตลาดของผู้ประกอบการในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขอุปสงค์ ผู้ประกอบการจะมีทั้งพฤติกรรมด้านราคาและพฤติกรรมด้านไม่ใช้ราคาในการจูงใจผู้บริโภค แต่จากการศึกษาครั้งนี้มีเพียงตัวแปรราคาที่เป็นตัวแทนพฤติกรรมตลาดของผู้ประกอบการ ทำให้การประมาณการเปลี่ยนแปลงของรถยนต์ขึ้นอยู่กับราคารถยนต์เป็นหลัก แต่ในความเป็นจริงผู้ประกอบการมักใช้พฤติกรรมด้านไม่ใช้ราคาร่วมด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับ

รถของตน การโฆษณาเพื่อแสดงให้เห็นถึงสมรรถนะเครื่องยนต์ การให้บริการหลังการขาย
 อย่างดีแก่ผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้ล้วนจูงใจให้ผู้บริโภคมีความต้องการเป็นเจ้าของรถยนต์ได้ทั้งสิ้น
 ดังนั้น การที่จะกล่าวว่าเมื่อราคาเครื่องยนต์ลดลงจะทำให้มีการบริโภคเพิ่มขึ้นในปริมาณมาก
 อาจจะไม่จริงเสมอไป เพราะเมื่อราคาเครื่องยนต์ลดลงปริมาณการบริโภคอาจไม่เพิ่มมากขึ้น
 เหมือนกับการคาดการณ์ในสมการถดถอยในงานศึกษานี้ เพราะราคาที่ลดลงผู้บริโภคอาจกังวล
 ถึงบริการหลังการขายว่าจะดีหรือไม่ ประสิทธิภาพเครื่องยนต์จะลดลงหรือไม่ ทำให้ปริมาณความ
 ต้องการรถยนต์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเปลี่ยนแปลงในราคาเพียงอย่างเดียว ในทำนองเดียวกันการ
 ที่ภาษีรถยนต์ลดอัตราภาษีก็ไม่จำเป็นที่ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายรถยนต์จะต้องลดราคา
 ลงเท่ากับจำนวนภาษี ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่รถของตนและ
 จูงใจให้ผู้บริโภคมาซื้อรถของตนได้โดยการใช้นโยบายด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น
 การโฆษณา การสร้างจุดเด่นให้กับรถยนต์ของตัวเอง การกำหนดเงื่อนไขชำระเงิน การแจกของแถม
 การบริการหลังการขาย ปัจจัยเหล่านี้หากมีอยู่ในแบบจำลองก็จะทำให้การประมาณการใกล้เคียง
 กับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น

6.3 ข้อจำกัดของการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้ ไม่ได้มีการศึกษาทางด้านอุปทานของรถยนต์ เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ใน
 การศึกษาอุปทานของรถยนต์นั้น ไม่ได้รับการเปิดเผยจากผู้ผลิตเพราะส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลที่
 เกี่ยวกับต้นทุนการผลิต ดังนั้น จึงได้กำหนดให้อุปทานรถยนต์มีความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ
 อนันต์ หากมีการศึกษาถึงลักษณะของอุปทานรถยนต์นั้นแล้วนำมาใช้ในการศึกษา ก็จะสามารถ
 ทำให้ทราบผลกระทบที่เกิดขึ้นในตลาดรถยนต์ได้ถูกต้องมากขึ้น

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลรายเดือนของราคาและยอดจำหน่ายรถยนต์ที่แยก
 ตามรุ่นและยี่ห้อ ซึ่งสามารถหาได้เพียงแค่ 4 ปี คือ ปีพ.ศ.2544 - 2547 ซึ่งทำให้ครอบคลุม
 เฉพาะช่วงเวลาที่ข้อมูลเท่านั้น แต่การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีสรรพสามิตเพิ่งจะมีผลบังคับใช้
 เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2547 แต่การศึกษาครั้งนี้ศึกษาถึงเพียงข้อมูลเดือนกันยายน 2547 หากมี
 การศึกษาต่อไปอีกในช่วงระยะเวลาที่ยาวมากขึ้น ก็จะทำให้ผลการศึกษาที่ได้มีความถูกต้องมาก
 ขึ้น