

เศรษฐกิจ' ธรรมศาสตร์ ตลาดวิชา

มองมุมเศรษฐศาสตร์ต่อตลาดรถยนต์เกรย์

รศ.ดร.เกรียงไกร เตชกานนท์

ตลาดเกรย์ (Grey market) หรือ การนำเข้าแบบคู่ขนาน (Parallel import) เป็นวิธีการหากำไรทางธุรกิจ โดยการซื้อสินค้าจากแหล่งที่ราคาถูกมาขายในตลาดที่ยินดีจ่ายราคาสูงกว่า หากพิจารณาความหมายแล้วคำว่า การนำเข้าแบบคู่ขนานอาจจะทำให้เราเข้าใจได้ง่ายกว่า เพราะหมายความว่า มีผู้นำเข้าอิสระนำเข้าสินค้าที่เป็น "ของแท้" จากต่างประเทศเข้ามาขายในประเทศซึ่งมีตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการทำการตลาดอยู่แล้ว ที่เห็นชัดเจนน่าจะเป็นตลาด iPhone และ iPad ที่ "หิ้ว" มาจำหน่ายกัน ครีกโครมที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำกลางกรุง

นอกจากสินค้าไอทีแล้ว ยังมีสินค้าประเภทน้ำหอม เครื่องสำอาง กระเป๋าแบรนด์เนมจากฝรั่งเศส นาฬิกาหรูจากสวิส รวมถึงรถยนต์ราคาแพงด้วย เนื่องจากบทความนี้จะอธิบายถึงตลาดรถยนต์เป็นหลัก ผู้เขียนจึงเลือกใช้คำว่าตลาดเกรย์แทนเพราะสั้นกว่าและเป็นที่รู้จักในวงการรถยนต์ บทความนี้จะพยายามจะอธิบายกลไกตลาดรถยนต์เกรย์ว่าเหตุใดจึงเกิดขึ้นและเป็นที่นิยมมากขึ้นในช่วงสองปีที่ผ่านมา ส่วนแบ่งตลาดของรถเกรย์ และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อภาคส่วนต่างๆ ในทางเศรษฐศาสตร์พอสังเขป

จากบทความของ Duhan and Sheffet (1988) เขาได้อธิบายว่าเงื่อนไขจำเป็นสามประการที่จะทำให้เกิดตลาดเกรย์ได้ ประการแรก ผู้ประกอบการสามารถหาสินค้าจากต่างประเทศได้ ประการที่สอง อุปสรรคทางการค้าต่ำ เช่น อัตราภาษีอากรนำเข้าหรือต้นทุนการขนส่งต่ำ รวมถึง

ข้อกฎหมายในการดำเนินธุรกิจอื่นๆ ไม่ยุ่งยาก และประการสุดท้ายคือ การที่ราคาสินค้าแตกต่างกัน ซึ่งอาจจะเกิดจากผลของอัตราแลกเปลี่ยน เช่นเมื่อเงินบาทแข็งค่า ผู้บริโภคก็จะรู้สึกว่าราคาสินค้านำเข้าถูกลง หรืออาจจะเกิดจากการแบ่งแยกราคาขายโดยเจ้าของสินค้าที่คิดราคาแพงในตลาดที่อุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่ำ และคิดราคาถูกในตลาดที่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สูงกว่า



ผู้ประกอบการตลาดเกรย์ที่สามารถหาสินค้าที่ตลาดอื่นไม่ต้องการหรือมีราคาถูก มาขายในประเทศ ก็สามารถสร้างกำไรมหาศาล ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคเองก็มีทางเลือกมากขึ้น เมื่อสินค้านี้มีหลากหลายขึ้นและราคาถูกลง (ถูกกว่าราคาที่ตัวแทนจำหน่ายตั้ง) เราก็น่าจะกล่าวได้ว่าสังคมได้ประโยชน์จากการมีตลาดเกรย์ และเราน่าจะส่งเสริมตลาดนี้ให้มากขึ้นเพื่อจะลดอำนาจตลาดของตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ แต่ความจริงเป็นเช่นนั้น

หรือไม่? เราจำเป็นต้องพิจารณาหลายด้านประกอบกัน

ในตลาดเกรย์ เราอาจแบ่งผู้เล่นที่สำคัญออกเป็นสี่กลุ่มด้วยกันซึ่งแต่ละกลุ่มก็ต้องการแสวงหาประโยชน์ต่างกัน

กลุ่มแรกคือผู้ผลิตหรือเจ้าของตราสินค้า รวมถึงตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ที่ต้องการแสวงหากำไรจากการลงทุนในตราสินค้า การผลิต และการตลาด

กลุ่มที่สองผู้ประกอบการนำเข้าอิสระที่ต้องการแสวงหากำไรจากส่วนต่างราคา

กลุ่มที่สามคือผู้บริโภคต้องการความหลากหลายของสินค้า และ ต้องการซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าราคาของตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ และ

กลุ่มสุดท้ายคือรัฐบาลที่ต้องการรายได้จากภาษีอากรต่างๆ เช่น ภาษีนำเข้า ภาษีสรรพสามิต ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ฯลฯ

แม้ประเทศไทยผลิตรถยนต์ได้จำนวนมาก แต่ตลาดรถยนต์นำเข้าก็มีขนาดใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มรถหรูที่มักจะมีราคาสูงลิ่ว ในตลาดนี้เองที่ผู้นำเข้าอิสระได้รับความนิยมจากผู้ซื้อ มาก ผู้อ่านคงเคยได้ยินใช้ใหม่ครบว่ารถนำเข้าถูกเก็บภาษีสูงมากเป็น 2-300 เปอร์เซ็นต์ เช่น หากราคารถยี่ห้อดังที่ต้องสั่งซื้อจากยุโรปมีราคาประมาณหนึ่งล้านบาท เมื่อนำเข้ามาในราชอาณาจักรไทยก็ต้องเสียภาษีอากรนำเข้าร้อยละ 80 จากนั้นเสียภาษีสรรพสามิตอีกในอัตราร้อยละ 30-45 แล้วแต่ขนาดเครื่องยนต์และการใช้เชื้อเพลิง บวกภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งหากเราคิดด้วยอัตราภาษีสรรพสามิตร้อยละ 30 รวมเบ็ดเสร็จก็จะมีราคาเป็น 2.87 ล้านบาท ซึ่งไม่ได้รวมต้นทุนการขนส่ง ค่าบริการจัดหารถ กำไรของผู้ส่งออก ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย ฯลฯ ซึ่งอาจทำให้ราคาจำหน่ายสูงขึ้นอีก 20 เปอร์เซ็นต์เป็นอย่างน้อย ซึ่งจะทำให้ราคาจำหน่ายสูงขึ้นเป็น 3.5 ล้านบาทเลยทีเดียว หากราคานำเข้าสูงกว่านั้นท่านก็สามารถคิดได้ง่ายๆ ด้วยการคูณราคานำเข้าด้วย 3 หรือ 3.5 ก็จะได้เลขกลมๆ ของราคาขายปลีกที่ควรจะเป็น ตัวอย่างเช่น รถยนต์นิสสันคิวบ์ ราคาที่ญี่ปุ่นประมาณ 1.5 ล้านเยน (คิดค่าเงินวันนี้ก็ตกประมาณ 600,000 บาท) เมื่อมาขายในไทยก็จะมีราคาประมาณ 1.8 ล้านบาทเป็นต้น

เหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมซื้อรถยนต์จากเกรย์มาร์เก็ต ก็เพราะราคาถูกกว่าราคาตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ

ทางการค่อนข้างมาก และผู้ซื้อเชื่อว่าสินค้ามีความเหมือนกันทุกประการ

ผู้เขียนลองค้นข้อมูลเพื่อใช้เป็นตัวอย่างสักรุ่นหนึ่งคือ รถ Mercedes E250 CGI Cabriolet ราคาขายปลีกที่อังกฤษประมาณ 37,000 ปอนด์ คิดเป็นเงินไทยประมาณ



ที่มา: <http://www.carmagazine.co.uk>

1.8 ล้านบาท เมื่อนำมาเสียภาษีอากรนำเข้าและอื่นๆ ตามโครงสร้างภาษีที่อธิบายข้างต้นแล้ว ราคารถที่มาถึงเมืองไทยจะประมาณ 5.1 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อบริษัทค้ารถนำเข้ามาเอง เขาย่อมได้ราคาขายส่งซึ่งจะต่ำกว่าราคาขายปลีกที่อังกฤษ สมมติว่าต่ำกว่าประมาณ 10-15% ราคาที่ตัวแทนจำหน่ายในประเทศได้รับมาคือประมาณ 4.3-4.4 ล้านบาท ราคาขายปลีกประมาณ 5.1-5.4 ล้านบาท ดังนั้นจึงมีกำไรประมาณ 15% เกิดขึ้นจากการขายในประเทศไทย ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่าจะเป็นกำไรปกติที่เจ้าของตราสินค้าและตัวแทนจำหน่ายพึงได้จากการลงทุนสร้างเครือข่ายการขายและการซ่อมบำรุงแก่ลูกค้าในประเทศ

แต่รถรุ่นเดียวกันนี้ ตลาดเกรย์ในประเทศสามารถเสนอขายได้ในราคาต่ำกว่าตัวแทนจำหน่ายประมาณ 5-8 แสนบาท ทั้งๆ ที่ผู้นำเข้าอิสระเหล่านี้ไม่สามารถซื้อรถได้ในราคาขายส่งเช่นบริษัทเจ้าของตราสินค้า เมื่อราคาที่ซื้อจากต้นทางสูงกว่า ด้วยอัตราภาษีที่เหมือนกัน ราคาขายปลีกก็น่าจะสูงกว่าหรือไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ผู้ซื้อโดยทั่วไปมักจะได้คำอธิบายว่าค่ายรถคิดราคาแพงเกินจริง ซึ่งผู้เขียนไม่สามารถให้คำตอบได้ว่าสูงเกินจริงหรือไม่ เพราะในทางเศรษฐศาสตร์ เราจะถือว่าเจ้าของตราสินค้ามีอำนาจเหนือตลาด เพราะเขาได้ลงทุนสร้างชื่อเสียงมาโดยการลงทุนวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี มาต่อเนื่องยาวนาน เมื่อผู้ซื้อเห็นว่าสินค้าของ

เขาดี ก็ยอมยินดีจ่ายแพงกว่าปกติอยู่แล้ว ปัญหาคือ ผู้บริโภคอาจจะเทียบว่าราคาขายที่ต่างประเทศคิดเป็นเพียงหนึ่งในสามของราคาในประเทศ และไม่ได้สนใจว่าราคาที่แพงขึ้นนี้เป็นเพราะโครงสร้างภาษีของบ้านเรานั้นเอง และ เป็นไปได้ที่อาจจะมีการสำแดงราคานำเข้าต่ำเกินจริง

ตลาดรถเก๋มีมีความซับซ้อนพอสมควรเพราะไม่ได้มีแต่การนำเข้ารถใหม่เท่านั้น คนในแวดวงรถยนต์ที่ผู้เขียนมีโอกาสได้พูดคุยด้วยอธิบายว่ามีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งที่อาศัยช่องโหว่ทางกฎระเบียบในการนำเข้ารถเก่าเข้ามาขายในตลาดมือสอง หรือแม้แต่ในตลาดรถใหม่หลายท่านคงทราบกันดีว่าประเทศไทยมีข้อห้ามในการนำเข้ารถยนต์ใช้แล้วเพื่อปกป้องผู้บริโภคจากการนำเข้าสินค้าที่อาจจะมีความไม่แน่นอนด้านคุณภาพ แต่ก็มีระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการอนุญาตให้นำเข้ารถยนต์ที่ใช้แล้ว พ.ศ.๒๕๔๙ เพื่อใช้เฉพาะตัวให้สำหรับคนไทยที่พำนักต่างประเทศมากกว่าหนึ่งปีครึ่ง หรือชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยไม่น้อยกว่าหนึ่งปี ดังนั้นจึงมีการอาศัยสิทธิ์ผู้ที่ทำงานต่างประเทศ สวมใบอนุญาตนำรถเข้าเมื่อกลับจากทำงานในต่างประเทศ ซึ่งเชื่อกันว่ามีรถเก่าจำนวนมากไม่น้อยอาศัยช่องทางนี้

อีกทางหนึ่งที่เพิ่งเป็นที่นิยมเมื่อสองสามปีที่ผ่านมานี้คือ “รถจดทะเบียน” ที่นำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์แล้วนำมาประกอบใหม่ในประเทศไทย ซึ่งอัตราอากรนำเข้าจะคิดในอัตราร้อยละ 30 ซึ่งต่ำกว่าการนำเข้ารถยนต์ทั้งคัน ไม่ว่าจะ เป็นรถเก่าตามระเบียบกระทรวงพาณิชย์หรือรถใหม่ที่เก็บในอัตราร้อยละ 80 นอกจากนี้ การนำเข้ารถเก่ามานี้ยังมีช่องว่างที่สามารถผ่านการตรวจมาตรฐานที่เข้มงวดของสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) โดยนำรถเหล่านี้ไปติดแก๊ส ซึ่งเป็นพลังงานทดแทน และสามารถนำไปขอจดทะเบียนกับกรมการขนส่งในต่างจังหวัดก่อนจะย้ายเข้ามาในกรุงเทพมหานคร โดยบางครั้งก็มีการออกเล่มใหม่และยกเลิกข้อมูลว่าเป็นรถจดทะเบียนหรือเคยผ่านการติดแก๊สมาก่อน ซึ่งรถเหล่านี้ก็จะเข้าสู่ตลาดมือหนึ่งหรือมือสองอย่างถูกกฎหมายต่อไป

ประเด็นต่อมาคือ ตลาดเก๋มีขนาดเท่าใด? คำถามข้อนี้ตอบยาก

วิธีการง่าย ๆ ทำได้โดยการหาส่วนต่างระหว่างรถยนต์ใหม่ที่จดทะเบียนกับยอดขายรถที่เจ้าของยี่ห้อสามารถขายได้ในแต่ละปี ส่วนต่างก็คือขนาดของตลาดเก๋มีนั่นเอง ผู้เขียนมีโอกาสได้ศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อประเมินขนาดตลาดรถเก๋มีของไทยในปี 2554 โดยจำกัดการพิจารณาเพียงสี่ยี่ห้อคือ Mercedes Benz, BMW, Lexus และ Mini โดยเปรียบเทียบในช่วงปี 2551 จนถึงครึ่งปีแรกของปี 2554 ซึ่งข้อมูลบ่งชี้ว่าตลาดรถเก๋มีมีส่วนประมาณร้อยละ 13 ในช่วงปี 2551 ถึง 2553 โดยรถที่มีสัดส่วนสูงสุด



<http://www.thaiautosshop.com>

คือ Mini (27%) และ ต่ำสุดคือ BMW (6%) แต่เมื่อเทียบสัดส่วนครึ่งปีแรกของปี 2554 กับปี 2553 พบว่าตลาดเก๋มีเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 264% โดยตลาดเก๋มีของสี่ยี่ห้อนี้มีสัดส่วน 30% เมื่อเทียบรายยี่ห้อพบว่า Mini มีสัดส่วนสูงสุดคือ 65% รองลงมาคือ Benz (44.5%) Lexus (43.5%) และ BMW (5.1%)

สาเหตุที่การเติบโตเพิ่มสูงมากในปี 2554 นี้มีสองประการ

ประการแรกคือค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ และปอนด์อังกฤษ ทำให้ราคารถนำเข้าถูกลง และ

ประการที่สองคือการเพิ่มขึ้นของ “รถจดทะเบียน” ซึ่งเป็นช่องทางใหม่ที่ผู้ประกอบการจำนวนมากเริ่มรู้ว่ายังมีช่องว่างทางกฎหมายอยู่

ผลกระทบของตลาดเกเรย์ต่อภาคส่วนต่าง ๆ เป็นอย่างไร

ผู้เขียนขอเริ่มต้นจากผลต่อผู้บริโภคก่อน ในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อรถใหม่ แน่ใจว่าผู้บริโภคจะมีความพอใจมากขึ้นหากการรถที่ซื้อจากเกเรย์ถูกกว่าตัวแทนจำหน่าย แต่ก็มีความเสี่ยงที่ตีค่าเป็นตัวแทนได้ยากเช่นกัน กล่าวคือ ผู้ซื้อรถยนต์จากตลาดเกเรย์มีความเสี่ยงในเรื่องของการรับประกันจากเจ้าของตราสินค้า ในกรณีที่มีการเรียกคืนเมื่อพบว่ามีปัญหา ผู้ซื้อรถกลุ่มนี้จะไม่สามารถได้สิทธิ์เพราะไม่ได้ซื้อจากศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ ผู้ซื้อมีโอกาสถูกหลอกลวงจาก



ที่มา: <http://auto.sanook.com>

ผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต ที่นำเข้ารถเก่าแต่สภาพเหมือนใหม่ และ นำเข้ในฐานรถใหม่ ซึ่งเคยเกิดปัญหาเมื่อสองปีที่ผ่านมามีผู้บริโภคคนหนึ่งซื้อรถจากตลาดเกเรย์เครื่องยนต์เกิดระเบิดขึ้นขณะขับขึ้นทางด่วน โชคดีที่ไม่ได้ผู้ใดได้รับอันตรายถึงชีวิต ในกรณีนี้ เจ้าของค่ายรถที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยไม่สามารถให้การรับประกันใดๆ ได้ และ เมื่อสืบค้นแล้วก็พบว่ารถคันนั้นเป็นรถเก่าแต่ถูกย้อมแมวว่าเป็นรถใหม่ แม้จะไม่ระบุยี่ห้อหรือรุ่น แต่ผู้อ่านสามารถสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตได้ นี่คือการเสี่ยงประการหนึ่งที่ผู้บริโภคมองไม่เห็น คล้ายกับการเสี่ยงดวง ตาดีได้ ตาร้ายเสีย

นอกจากนี้ การเติบโตของ “รถจดทะเบียน” ที่เข้สู่ตลาดรถมือสอง ผู้ซื้อย่อมมีความเสี่ยงมากขึ้นอีก เพราะไม่ทราบประวัติรถที่เคยใช้ในต่างประเทศ และ ไม่อาจแน่ใจได้ว่ารถที่ซื้อนั้นได้ถูกถอดแยกชิ้นส่วนมาอย่างไร มีการปรับเลขไมล์หรือไม่ (เพราะเป็นดัชนีที่บ่งชี้ได้ชัดเจนเพียงตัวเดียวว่ารถถูกใช้มามากเพียงใดนอกจากปีที่ผลิต) ชิ้นส่วนใดถูกเปลี่ยน หรือ ถูกนำกลับมาประกอบเข้าไป

ใหม่ และ มาตรฐานการประกอบเป็นอย่างไร เป็นต้น ปัญหาคุณภาพที่ไม่อาจแน่ใจได้นี้ อาจส่งผลต่อการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินหากเกิดอุบัติเหตุขึ้น หรือ ลูกค้ายอมจ่ายเงินไปแล้วแต่ไม่สามารถนำรถไปจดทะเบียนกับกรมขนส่งทางบกได้ เมื่อถูกตรวจพบก็จะถูกยึดรถ เช่นข่าวของดาราที่ซื้อนิสสันพิกาโร รถสะสมรุ่นนิยมเกรงว่าจะถูกยึดรถเพราะมาทราบภายหลังว่าเป็นรถจดทะเบียนเป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มธุรกิจที่ย้อมแมวขายรถจดทะเบียนเป็นรถใหม่ด้วย เช่นข่าวหนังสือพิมพ์ว่า

“พ่อค้าย้อมแมวปอร์เช่-เฟอร์รารี”

(สยามธุรกิจวันที่ 21 พฤษภาคม 2554)

“ขนส่ง เต็มล้นมคอกรถหรู” ที่ลักไก่ “จดทะเบียน” สวมรอยอ้าง “ติดแก๊ส” เลี่ยงภาษี หนีตรวจสภาพ”

(เดลินิวส์ 4 กันยายน 2553)

สำหรับผลกระทบของตลาดเกเรย์ต่อตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการนั้น เราจะวิเคราะห์ว่าเหตุใดตลาดเกเรย์จึงถูกกว่ารถของตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการมาก? และ การที่ราคาต่างกันนี้มาจากสาเหตุใด? ใครได้ ใครเสียประโยชน์? แท้จริงแล้วผู้นำเข้ไอ้สระมีโอกาที่จะขายของได้ในราคาที่ต่ำกว่าตัวแทนจำหน่ายอยู่เพราะเขาไม่ต้องลงทุนในเรื่องการโฆษณา การสร้างแบรนด์ การสร้างและตกแต่งโชว์รูม การสร้างศูนย์บริการมาตรฐาน และ ระบบลูกค้าสัมพันธ์ บริการก่อนและหลังการขาย ฯลฯ ในทางเศรษฐศาสตร์เราเรียกว่าค่ายรถเกเรย์สามารถตีตัวฟรี (ปัญหา Free rider) จากความพยายามของเจ้าของตราสินค้าได้ เมื่อเสียหุ้การจัดการต่ำกว่าก็อาจจะตั้งราคาที่ต่ำกว่าได้ ด้วยข้อมูลบางส่วนที่ผู้เขียนมีโอกาสได้เห็นว่ามีข้อบ่งชี้ว่า ในหลายกรณีนั้นราคาขายเกเรย์ต่ำกว่าตัวแทนฯ เป็นผลมาจากการสำแดงราคานำเข้ที่ต่ำกว่าราคานำเข้ที่สำแดงโดยเจ้าของตราสินค้ามาก บางกรณีต่ำกว่าร้อยละ 50 ก็มี ดังนั้นผลกระทบนี้จึงจะโยงไปที่ภาครัฐด้วย ดังจะกล่าวถึงต่อไป

ตลาดเกเรย์จึงมีทั้งผลกระทบทางบวกและลบ ด้านบวกคือผู้บริโภคสามารถได้ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer surplus) สูงขึ้นจากราคาที่ถูกกว่าตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ แต่ด้านลบก็มี คือ ตัวแทนที่ดำเนินธุรกิจอย่าง

ถูกต้อง และมีการลงทุนโฆษณาและสร้างศูนย์บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสรถ ทดลองขับ รวมถึงบริการหลังการขาย ผู้ซื้อรถจากเกรย์ต้องตระหนักว่ารถยนต์ต้องมีการบำรุงรักษาตลอดอายุการใช้งาน และ ศูนย์บริการมาตรฐานกับศูนย์บริการทั่วไปก็เป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคต้องตัดสินใจใช้เวลาารถเข้ารับบริการ จึงไม่น่าแปลกใจที่ Mercedes Benz ตอบโต้โดยประกาศไม่รับทำ PDI (Pre-Delivery Inspection) ให้กับลูกค้าที่ซื้อรถเบนซ์ จากตลาดเกรย์ รวมถึงการคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า ซึ่ง “ค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลบังคับใช้กับรถยนต์เมอร์เซเดส-เบนซ์ ที่นำเข้ามาโดยผู้นำเข้าอิสระทุกรุ่นที่ระบุนวันผลิตหลังจากวันที่ 1 มกราคม 2554” โดยค่าแรกเข้าของรถแต่ละรุ่นแตกต่างกันไป ตั้งแต่ 1.5-5 แสนบาท และไม่สามารถเรียกคืนได้ (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2 กันยายน 2554)

เป็นที่น่าสนใจว่าปัญหาที่ตัวฟรีนี้ไม่ได้จำกัดแค่ตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ แต่ก็ลามถึงผู้นำเข้าอิสระและผู้ประกอบการเกรย์รายใหญ่บางรายที่ได้ลงทุนในศูนย์บริการแก่ลูกค้าด้วย เช่นบริษัท ทีเอสแอล ออโต้ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ประกาศงดให้บริการรถประเภท “จดประกอบ” เพราะพบว่ามียอดประเภทนี้เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัทจำนวนมาก โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2554 เป็นต้นไป การตอบโต้ของค่ายเกรย์เองจึงเป็นหลักฐานที่ชี้ชัดว่าช่องทาง “รถจดประกอบ” เป็นวิธีการที่นิยมมากขึ้นอย่างมากในช่วงสองปีที่ผ่านมา และสร้างภาระแก่ตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการและค่ายรถเกรย์ ซึ่งความสูญเสียที่เกิดกับค่ายรถจากการตีตัวฟรี (ในแง่นี้หมายความว่าการลงทุนโฆษณาสินค้าและศูนย์บริการ) มีมูลค่าประมาณ 480 ล้านบาทในปี 2554

ผู้บริโภคอาจได้ประโยชน์จากราคาขายที่ต่ำลง อาจจะไม่เป็นปัญหาหากเป็นเพียงการโอนส่วนเกินจากเจ้าของตราสินค้าหรือตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ไปสู่ผู้ประกอบการนำเข้าอิสระต่างๆ แต่กลไกนำเข้ารถยนต์เหล่านี้ยังมีปัญหาที่ผู้อ่านเคยได้ยินได้เห็นตามข่าวมาบ้าง คือ ภาครัฐเชื่อว่ามีการจงใจหลีกเลี่ยงภาษีนำเข้าโดยการสำแดงราคานำเข้าต่ำ ดังนั้นภาครัฐซึ่งเป็นองค์กรประกอบหนึ่งของสังคมก็ได้รับ

ความเสียหายจากกิจการนี้ด้วย คือภาครัฐสูญเสียรายได้ภาษีที่ควรจะได้รับเป็นจำนวนมหาศาล มีการประเมินว่าในปี 2554 ภาครัฐสูญเสียรายได้จากการสำแดงราคาต่ำเกินจริงในการนำเข้ารถสำเร็จรูปประมาณ 800 ล้านบาท และ ภาษีที่สูญเสียไปจากการนำเข้ารถประเภท “จดประกอบ” อีกมากกว่า 4 พันล้านบาท ซึ่งการคำนวณนี้อาศัยข้อมูลการนำเข้าและจดทะเบียนของรถยนต์สี่ล้อที่กล่าวถึงข้างต้นเท่านั้น



ที่มา: <http://www2.customs.go.th>

ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ทางค่ายรถหรูจึงให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น กรมศุลกากรเอาจริงเอาจังกับการสกัดกั้นนำเข้าที่สำแดงราคาต่ำเกินจริง และในที่สุด กรมศุลฯประเดิมขยับราคากลางคำนวณภาษีรถยนต์นำเข้ารายยี่ห้อ “เบนซ์” ปรับขึ้น 10% บีเอ็มช-เลกซ์ส 15% ส่งเจ้าหน้าที่ประกบบริษัทนำเข้าอิสระ ซึ่งอธิบดีกรมศุลกากรกล่าวไว้ว่า “ถ้าเทียบราคากับดีลเลอร์ ก็พบว่ามีความแตกต่างกัน 10-20% บางคันอาจถึง 30% ด้วยซ้ำ ก็ต้องปรับ สมมุติว่าถ้าราคาดีลเลอร์แจ้งอยู่ที่ 100 บาท ถ้าผู้นำที่เป็นเกรย์มาร์เก็ตแจ้ง 90 บาท ก็ยังพอไหว แต่ถ้าแจ้งมาแค่ 50 บาท กรมก็ต้องปฏิเสธที่จะรับราคา ...ถ้าเรามีหลักฐานว่าสำแดงไม่ถูกต้อง เขาก็ต้องขอใช้ แต่ถ้าตรวจแล้วไม่ผิดก็แล้วไป” (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 19 มีนาคม 2555) ดังนั้นราคาการรถยนต์นำเข้าเหล่านี้จะสูงขึ้นอย่างเลี่ยงไม่ได้

แน่นอนว่าโครงสร้างภาษีของเราทำให้ราคาการรถยนต์ในบ้านเราสูง และ ยิ่งเป็นรถนำเข้าก็ยิ่งสูงขึ้นไปมาก แต่เราก็คงต้องนึกย้อนกลับไปเช่นกันว่า การปล่อยให้ผู้ประกอบการบางรายเอาเปรียบตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการโดยการสำแดงราคาต่ำเพื่อเลี่ยงภาษี และ ผู้ประกอบการบางรายที่

นำเข้ารถจดทะเบียนแต่มาขายเป็นรถใหม่หรือรถมือสอง ก็สร้างภาระที่มองไม่เห็นกับผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ ตลาดเกเรย์อาจเป็นช่องทางในกิจกรรมผิดกฎหมาย ประเภทอื่นๆอีกด้วย เช่นการทุจริตในวงราชการ การฟอกเงิน และอื่นๆ ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อประเทศในระยะยาว

อย่างไรก็ดี ผู้เขียนเองไม่ค่อยเห็นด้วยกับมาตรการที่หน่วยงานรัฐตัดสินใจสกัดผู้ประกอบการที่อาศัยช่องโหว่ทางกฎหมาย โดยจะไม่รับจดทะเบียนรถจดทะเบียน (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 15 มีนาคม 2555) ทางออกหนึ่งที่เป็นไปได้คือ การกำหนดเงื่อนไขที่รัดกุมขึ้นสำหรับกลุ่มที่รักรถยนต์เก่า หรือ กลุ่มนักสะสมที่ต้องการนำเข้าโครงการรถ หรือตัวถังรถ มาเพื่อนำมาซ่อมแซมรถเก่าที่มีในประเทศ หรือ แม้แต่การนำมาสร้างชิ้นใหม่ เพราะส่วนนี้ก็คือว่าเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในด้านหนึ่ง แต่ทั้งนี้มาตรฐานการประกอบ และการทดสอบต้องเป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส ราคาไม่สูงจนเกินไป และสามารถตรวจสอบรับรองได้รวดเร็วด้วย หน่วยงานรัฐควรรับฟังความเห็นของผู้ประกอบการและปรับหลักเกณฑ์ที่จะเอื้อให้มีการดำเนินธุรกิจในตลาดรถเก่าเหล่านี้ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นหลัก และ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่มีผลต่อการแข่งขันกับตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ประกอบการเกเรย์โดยตรง

ผู้เขียนหวังว่าข้อมูลและการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ที่น่าเสนอในบทความนี้จะช่วยให้ผู้อ่านได้ตระหนักถึงมูลค่าความสูญเสียทางเศรษฐศาสตร์ โดยเฉพาะรายได้ภาษีที่สูญเสียไปจากการสำแดงราคาต่ำเกินจริงมีค่ามหาศาล และช่วยให้เข้าใจถึงกลไกการแข่งขันในตลาดรถหุ้ในบ้านเรา เหตุผลของความแตกต่างด้านราคา ระหว่างตัวแทนจำหน่ายและผู้ประกอบการเกเรย์มาร์เก็ต รวมถึงความแตกต่างด้านคุณภาพของสินค้าและบริการด้วย

รถในตลาดเกเรย์ที่สภาพภายนอกดูสวยงาม และราคาถูก อาจมีต้นทุนแฝงสูงแบบคาดไม่ถึงได้



คอลัมน์เศรษฐ'ธรรมศาสตร์

มีวัตถุประสงค์เผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์สู่สาธารณะ โดยได้รับการสนับสนุนจากหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ตีพิมพ์บทความทุก 4 สัปดาห์ ท่านที่สนใจอ่านบทความย้อนหลังได้ที่ www.econ.tu.ac.th

ประสานงานและดำเนินการโดย
คณะทำงานสัมมนาและเผยแพร่
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์
พระนคร กรุงเทพฯ 10200