

การนำนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการสาธารณะ
ของประเทศไทยในอนาคต

โดย

นางจันทิรา บุรุษพัฒน์
รองอธิบดีกรมการขนส่งทางบก
กรมการขนส่งทางบก

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 62
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2562 - 2563

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “การนำนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการสาธารณะของประเทศไทยในอนาคต” ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ของ นางจันทิรา บุรุษพัฒน์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 62 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2562 - 2563

พลโท

(พิสิทธิ์ ปฐมเอม)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง การนำนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการรถสาธารณะของประเทศไทยในอนาคต
ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี
ผู้วิจัย นางจันทิรา บุรุษพัฒน์ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** 62

รถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน (รถแท็กซี่) ถือเป็นระบบขนส่งที่สาธารณะระบบหนึ่งที่ทำให้บริการแก่ผู้ใช้บริการด้วยความสะดวกและรวดเร็ว จึงเป็นบริการสาธารณะที่สำคัญสำหรับการเดินทางในเขตเมืองเพิ่มมากขึ้นอย่างมาก แต่การให้บริการก็มีปัญหาเรื่องคุณภาพการให้บริการอยู่มากประกอบกับในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาได้เกิดการพัฒนาระบบการให้บริการขนส่งผู้โดยสารรูปแบบใหม่ โดยการนำรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการแบบรถแท็กซี่ผ่านระบบแอปพลิเคชันอันเป็นทางเลือกรูปแบบการบริการใหม่ซึ่งใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อความต้องการการเดินทาง ถือเป็นสินค้าทดแทนที่ใกล้เคียงกับการให้บริการของรถแท็กซี่เป็นอย่างมาก จึงส่งผลกระทบต่อตลาดรถแท็กซี่เดิมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการนำระบบแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัย และมีประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะมาใช้ในการกำกับ ดูแล และบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยในการให้บริการรถแท็กซี่และรถจักรยานยนต์สาธารณะของประเทศไทย โดยเน้นการศึกษาแนวคิด หรือหลักการระดับนโยบาย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เช่น ผู้บริหารกรมการขนส่งทางบก ผู้ประกอบการหรือผู้ขับรถแท็กซี่ผู้โดยสาร เป็นต้น ผลการวิจัยทำให้สามารถกำหนดแนวทางในการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในการให้บริการรถสาธารณะโดยมุ่งเน้นให้เกิดความสมดุลระหว่างการกำกับดูแลของภาครัฐ การรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภค ความยืดหยุ่นต่อภาคธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางในการธุรกิจ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

Abstract

Title Innovation for the future of public transport in Thailand
Field Science and Technology
Name Mrs. JANTIRA BURUSPAT **Course** NDC **Class** 62

Taxi services are part of the collective public transport chain, which provide fast and convenient services and are an integral element of the multimodal public transport chain in particular urban areas. However, recently, there has been a transport disruption through innovation, using private motorcycles or cars as taxis with mobile applications for transport operators. This innovation plays an important role in the transport industry, while a service quality of taxis is poor. Consequently, a traditional taxi industry is affected by innovative technology in transport unavoidably.

Therefore, the aim of this study was to examine the use of applications for taxi service safely and effectively in order to improve the quality and safety of public transport in Thailand. The opinion regarding the use of applications of the policy decision-makers of the Department of Land Transport, transport service providers, or taxi drivers was focused. The findings of the study offer the direction of using the application innovation to improve the quality of public transport operated by the government, while to maintain benefits for the customers, and to be flexible for the continuous development of transport economics and innovation.

คำนำ

งานวิจัยเรื่องการนำนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการรถสาธารณะของประเทศไทย ในอนาคต เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ผู้วิจัยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการนำระบบแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัย และมีประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะมาใช้ในการกำกับ ดูแล และบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยในการให้บริการรถแท็กซี่และรถจักรยานยนต์สาธารณะของประเทศไทย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการพัฒนาประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในเชิงดิจิทัล และผลักดันให้ประเทศไทยเข้าสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ หรือ New Economy ซึ่งจะถูกขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

(นางจันทิรา บุรุษพัฒน์)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 62

ผู้วิจัย

กิติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้เพราะได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากพลตรี กิติชาติ นิลขำ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก พันเอก รพีพัฒน์ สุทธิวงศ์ และพันเอกหญิง อัจฉริย์กุล อำไพ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ คุณจิรุตม์ วิศาลจิตร อธิบดีกรมการขนส่งทางบก คุณวิฑูรย์ แนวพานิช ประธานเครือข่ายสหกรณ์แท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร รศ.ดร.เอกชัย สุมาลี ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยเมืองอัจฉริยะ (Smart City Research Center) และนักวิจัยชำนาญการด้านระบบขนส่ง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) ผู้ประกอบการและพนักงานขับรถแท็กซี่ รวมถึงข้าราชการกรมการขนส่งทางบกที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลอันเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ขอแสดงความขอบพระคุณครอบครัวอันเป็นที่รัก อาจารย์ที่เคารพ ตลอดจนเพื่อนนักศึกษาทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงได้ด้วยดี

(นางจันทิรา บุรุษพัฒน์)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 62

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ฉ
คำอธิบายคำย่อ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
วิธีดำเนินการวิจัย	6
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดนโยบายสาธารณะ (Public Policy)	9
แนวคิด หลักการในการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศและประเทศไทย	10
การเปรียบเทียบการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในประเทศต่าง ๆ	15
แนวทางการกำหนดอัตราค่าโดยสาร	19
แนวคิด Structure Conduct Performance (SCP)	20
แนวคิดทฤษฎีการตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติ (Price Discrimination)	21
แนวคิดการตั้งราคาแบบพลวัต (Dynamic Pricing หรือ Surge Pricing)	21
การเปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารในต่างประเทศกับประเทศไทย	22
ภาพรวมกฎหมายและองค์กรที่กำกับดูแลบริการรถแท็กซี่	24
แนวคิดการบริโภคร่วมกัน (Collaborative Consumption)	25
แนวคิดเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy)	26
และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information and Communication Technology)	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
อุปสงค์ อุปทานการเดินทางของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	27
แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพของตลาด และการปรับตัวเข้าสู่ตลาด	28
ทฤษฎีการให้อำนาจ (Empowerment Theory)	29

	ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information Success Model)	30
	บทวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม	31
	การเลือกใช้บริการรถเรียกแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้โดยสาร	
	กรอบแนวคิดของการวิจัย	32
	สรุป	33
บทที่ 3	รูปแบบและการกำกับดูแลการให้บริการรถสาธารณะ	34
	ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคม	34
	ยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบก	38
	ภาพรวมการบริหารจัดการรถสาธารณะในประเทศไทย	40
	โครงสร้างการตลาด รูปแบบการประกอบการ ความต้องการใช้บริการ	42
	การกำกับดูแลตลาดการให้บริการ	45
	กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแล	46
	วิเคราะห์ประเด็นปัญหาในการควบคุม กำกับ ดูแลคุณภาพการให้บริการ	52
	แนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับการนำรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล	53
	มาให้บริการแบบรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในต่างประเทศ	
	แนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับการนำรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล	55
	มาให้บริการแบบรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในประเทศไทย	
	สรุป	57
บทที่ 4	การพัฒนาในรูปแบบการให้บริการรถสาธารณะ	58
	กระบวนการในการนำนวัตกรรมมาใช้	58
	แนวทางในการกำกับ ควบคุม และดูแลของหน่วยงานภาครัฐ	60
	แนวทางการประชาสัมพันธ์	62
	บทวิเคราะห์ผู้ประกอบการและผู้ขับรถแท็กซี่	64
	ต่อการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้	
	สรุป	66

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	67
	สรุป	67
	ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม		72
ภาคผนวก		76
ประวัติย่อผู้วิจัย		81

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1 - 1	ประเด็นข้อร้องเรียนรถแท็กซี่ที่มีการร้องเรียนมากที่สุด 5 อันดับแรก	1
1 - 2	ค่าใช้จ่ายทั่วไปของผู้ประกอบการรถแท็กซี่ (ประเทศไทย)	3
2 - 1	เปรียบเทียบการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ	16
2 - 2	เปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารในต่างประเทศกับประเทศไทย	23
2 - 3	ภาพรวมของกฎหมายและองค์การการกำกับดูแล	24
3 - 1	เปรียบเทียบใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ และใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ	47

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2 – 1 ภาพรวมของโครงสร้างการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ	14
2 – 2 Structure-Conduct-Performance (S-C-P)	20
2 – 3 การบริการทดแทนครั้งล่าสุด หากไม่มีรถแท็กซี่หรือรถอูเบอร์และแกร็บคาร์ให้บริการ	28
2 – 4 โมเดลความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ที่ได้รับการปรับปรุงของดีโลน และแมคลีน (DeLone & McLean, 2003)	30
3 – 1 แนวคิดในการพัฒนาระบบคมนาคมในอนาคต	35
3 – 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)	37
3 – 3 แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)	40
3 – 4 จำนวนผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง	41
3 – 5 มาตรฐานการให้บริการแท็กซี่ของกรมการขนส่งทางบก ภายใต้โครงการ TAXI OK	42
3 – 6 โครงสร้างการประกอบการของรถแท็กซี่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล	43
3 – 7 ปัจจัยหรือเหตุผลของการเลือกใช้บริการ	44
3 – 8 การบริการทดแทนครั้งล่าสุด	44
4 – 1 แผนการประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางบก	64

ญ

คำอธิบายคำย่อ

ภาษาต่างประเทศ

TNC

ย่อมาจาก

Transport Network Companies

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขยายตัวของระบบการคมนาคมขนส่งทางถนนและการเพิ่มขึ้นของจำนวนยานพาหนะอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โครงสร้างเมืองและการผังเมือง พฤติกรรม การเดินทางของคนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการให้บริการรถโดยสารประจำทางที่มีอย่างไม่ทั่วถึง และไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ทำให้ความต้องการในการใช้บริการรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน (รถแท็กซี่) ซึ่งถือว่าเป็นระบบขนส่งสาธารณะระบบหนึ่งที่ทำให้บริการแก่ผู้ใช้บริการด้วยความสะดวกและรวดเร็ว แตกต่างจากรถโดยสารประจำทางที่ให้บริการรับ-ส่งในเส้นทางที่มีการกำหนด และจอดเพื่อรับ-ส่งผู้ใช้บริการตามป้ายรถประจำทาง (เพทาย ทองดี, 2552) จึงเป็นบริการสาธารณะที่สำคัญสำหรับการเดินทางในเขตเมืองเพิ่มมากขึ้นอย่างมาก ดังนั้น รถแท็กซี่จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เป็นที่นิยมกับผู้ที่ต้องใช้บริการรถสาธารณะเพื่อเดินทางสัญจรในกรุงเทพมหานคร แต่การให้บริการของรถแท็กซี่ก็มีปัญหาเรื่องคุณภาพการให้บริการอยู่มาก ดังที่พบจากข้อมูลการร้องเรียนการให้บริการจากศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารสาธารณะ (1584) ของกรมการขนส่งทางบกโดยเฉพาะในส่วนกลางที่มีการร้องเรียนการให้บริการของรถแท็กซี่ในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 (ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562) สูงถึง 51,214 ราย โดยส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาเรื่องของคุณภาพการให้บริการ เช่น การปฏิเสธผู้โดยสาร แสดงกิริยาไม่สุภาพ ขับรถประมาทหวาดเสียว เป็นต้น ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 1 – 1

ตารางที่ 1 – 1 ประเด็นข้อร้องเรียนรถแท็กซี่ที่มีการร้องเรียนมากที่สุด 5 อันดับแรก

ประเด็นข้อร้องเรียน	จำนวน	ร้อยละ
1. ปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร	20,922	40.85
2. แสดงกิริยาไม่สุภาพ	8,218	16.05
3. ขับรถประมาทหวาดเสียว	6,674	13.03
4. ไม่โฆษณาตราค่าโดยสาร	3,847	7.51
5. ไม่ส่งผู้โดยสารตามที่ตกลง	3,766	7.35
6. อื่น ๆ	7,787	15.20
รวม	51,214	100.00

ที่มา : ศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารและรับเรื่องร้องเรียน กรมการขนส่งทางบก., 2562

ผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมากไม่สามารถเรียกใช้บริการรถแท็กซี่ได้โดยตรง เนื่องจากที่พักอาศัยอยู่ในตรอก ซอย หรือหมู่บ้านที่ไม่ค่อยมีรถแท็กซี่วิ่งผ่าน ทั้งนี้ ผู้โดยสารสามารถเรียกรถแท็กซี่ผ่านช่องทางอื่น เช่น การเรียกรถแท็กซี่ผ่านศูนย์วิทยุแท็กซี่ ซึ่งผู้ขับรถแท็กซี่จะได้รับค่าธรรมเนียมเพิ่มจากค่าโดยสารปกติ จำนวน 20 บาท แต่ก็ยังพบว่าบ่อยครั้งที่ไม่มีผู้ขับรถแท็กซี่ตอบรับเพื่อให้

บริการกับผู้โดยสาร โดยจากผลการศึกษาของสิทธิโชค นัทรพงศ์วิภาส (2552) พบว่าศูนย์แท็กซี่ต้องแจ้งยกเลิกผู้โดยสารในช่วงเวลาเร่งด่วนถึงร้อยละ 20 โดยสาเหตุหลักของการยกเลิกดังกล่าวเกิดจากไม่มีแท็กซี่ตอบรับงานเพื่อเข้าไปรับผู้โดยสารถึงร้อยละ 80 ของการแจ้งยกเลิก ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าค่าธรรมเนียมพิเศษ 20 บาท ที่เพิ่มขึ้นนั้นยังไม่คุ้มค่าในการให้บริการเมื่อเทียบกับเวลาที่ต้องสูญเสียไปเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาการจราจรและค่าใช้จ่ายในการขับรถเปล่าเข้าไปรับผู้โดยสาร

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาได้เกิดการพัฒนารูปแบบการให้บริการขนส่งผู้โดยสารรูปแบบใหม่ โดยการนำรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการแบบรถแท็กซี่ผ่านระบบแอปพลิเคชัน (Ride-Hailing Application หรือ Transport Network Companies : TNC) เช่น อุเบอร์ (Uber) แกรบคาร์ (Grabcar) แกรบไบค์ (Grabbike) เป็นต้น อันเป็นทางเลือกรูปแบบการบริการใหม่ซึ่งใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อความต้องการการเดินทาง และพัฒนารูปแบบการให้บริการไปจากเดิม ได้แก่ ความหลากหลายช่องทางการเข้าถึงบริการ รูปแบบการให้บริการพิเศษที่สามารถนัดหมายหรือกำหนดระยะเวลาในการเดินทางได้ ความสะดวกสบายในการเรียกใช้บริการหรือคุณภาพการบริการที่ได้รับ การเรียกแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันยังช่วยแก้ปัญหาการปฏิเสธผู้โดยสาร อันเกิดจากความต้องการที่ไม่สอดคล้องกันระหว่างผู้ขับรถแท็กซี่กับผู้โดยสาร กล่าวคือ การใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันเป็นการสื่อสารกันโดยตรงระหว่างผู้โดยสารและคนขับรถแท็กซี่ โดยใช้แอปพลิเคชันเป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างกัน ทำให้การเรียกแท็กซี่สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาเร่งด่วนที่การจราจรติดขัด ซึ่งผู้โดยสารสามารถจอดรถแท็กซี่มารอรับยังจุดหมายที่ได้ตกลงกับผู้ขับรถแท็กซี่ไว้ รวมถึงยังสามารถแสดงความคิดเห็นหลังใช้บริการเพื่อประเมินผู้ขับรถแท็กซี่ต่อไปได้ (L.Peng et al., 2557) ดังนั้น การให้บริการขนส่งผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TNC) ถือเป็นสินค้าทดแทนที่ใกล้เคียงกับการให้บริการของรถแท็กซี่เป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลกระทบต่อตลาดรถแท็กซี่เดิมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ ประเด็นปัญหาเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้นยังเกิดขึ้นในประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกอีกด้วย โดยเฉพาะในต่างประเทศที่ต้นทุนใบอนุญาตประกอบการแท็กซี่ (Taxi Medallion) มีราคาสูงมาก ทำให้การแข่งขันระหว่างรถแท็กซี่กับการให้บริการรูปแบบดังกล่าวมีความไม่เป็นธรรม อีกทั้งยังเป็นประเด็นที่มีการถกเถียงกันทั่วโลก เนื่องจากบริษัทที่ให้บริการขนส่งผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TNC) ฝ่าฝืนกฎหมายในเกือบทุก ๆ ประเทศ และมีความขัดแย้งกับการกำกับดูแล จึงทำให้มีประเด็นทั้งในเรื่องของราคา และความปลอดภัยของผู้โดยสาร ความรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุ การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านอื่น ๆ การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมต่อผู้โดยสาร รวมถึงความปลอดภัยด้านข้อมูลของผู้โดยสารและผู้ขับขี่

จากข้อมูลเบื้องต้นของโครงการศึกษาการพัฒนาเพื่อความปลอดภัยและคุณภาพการให้บริการของรถแท็กซี่ โดยพิจารณาโครงสร้างต้นทุนและการประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการรถแท็กซี่มากกว่าร้อยละ 84.85 เห็นว่าการเข้ามาของการให้บริการรถยนต์ส่วนบุคคลผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TNC) ทำให้เกิดส่วนแบ่งทางรายได้ การแย่งผู้โดยสาร ตลอดจนพนักงานขับรถแท็กซี่ เนื่องจากอุเบอร์หรือแกรบคาร์มีต้นทุนที่ต่ำกว่า เพราะกฎระเบียบของกรมการขนส่งทางบกกำหนดให้รถแท็กซี่ต้องมีมาตรฐานด้านต่าง ๆ เช่น ตัวรถ พนักงานขับรถ การตรวจสภาพรถ การประกันภัย เป็นต้น ทำให้มีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบ ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 1 – 2

ตารางที่ 1 – 2 ค่าใช้จ่ายทั่วไปของผู้ประกอบการรถแท็กซี่ (ประเทศไทย)

ประเภทของรายจ่าย	บาท/คัน
ค่าจดทะเบียนรถ (ครั้งเดียว)	4,755
ค่าตรวจมิเตอร์โดยสาร (ปีละ 1 ครั้ง)	2,415
ค่าภาษีนิติบุคคล (เฉลี่ยต่อเดือน)	1,500
ค่าภาษีรถประจำปี (ปีละ 1 ครั้ง)	600
ค่าประกันภัยและกรมธรรม์ฯ (ปีละ 1 ครั้ง)	10,437
ค่าธรรมเนียมศูนย์วิทยุฯ (ปีละ 1 ครั้ง ถ้ามี)	3,725
ค่าเอกสารในการติดต่อราชการ (เฉลี่ยต่อปี)	3,057
ค่าตรวจสภาพรถยนต์ที่ใช้ก๊าซธรรมชาติอัดเป็นเชื้อเพลิง (เฉลี่ยต่อ 6 เดือน)	371
ค่าเช่าที่ดิน/ค่าเช่าจอดรถ/ค่าเช่าอาคาร (เฉลี่ยต่อเดือน ถ้ามี)	7,917

ที่มา : TDRI., 2561 : 3-12

นอกจากนี้ ร้อยละ 17.86 เห็นว่าอุเบอร์เป็นรถผิดกฎหมายและอยู่นอกระบบมีส่วนในการทำลายระบบขนส่งสาธารณะและทำลายภาพลักษณ์ของระบบรถแท็กซี่ในประเทศไทย โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ให้บริการแท็กซี่แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ เจ้าของรถแท็กซี่ส่วนบุคคล เจ้าของกิจการให้บริการรถแท็กซี่ (ผู้เช่ารถแท็กซี่) และเจ้าของรถแท็กซี่ตามระบบ Grab Taxi Uber หรือ Allthai Taxi ซึ่งสามารถแบ่งช่องทางการให้บริการออกเป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ การเรียกรถตามข้างทาง การเรียกรถแท็กซี่ผ่านศูนย์วิทยุแท็กซี่ และการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน (TNC) โดยในปัจจุบันการให้บริการขนส่งผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TNC) ยังไม่มีการรองรับและควบคุมโดยกฎหมาย จึงยังขาดการกำกับดูแลที่เหมาะสมจากหน่วยงานภาครัฐ

ดังนั้น กระทรวงคมนาคม โดยกรมการขนส่งทางบกซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้กำกับดูแลการให้บริการการขนส่งสาธารณะทุกประเภท นอกจากจะต้องพิจารณาดำเนินการเพื่อพัฒนาการกำกับดูแลการให้บริการขนส่งผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TNC) แล้ว ยังมีหน้าที่พัฒนามาตรฐานและยกระดับการให้บริการ รวมถึงรูปแบบทางธุรกิจของรถแท็กซี่ ซึ่งในปัจจุบันมีสถิติการจดทะเบียนสะสมในเขตกรุงเทพมหานครมากถึง 81,542 คัน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2562) เพื่อให้เกิดสภาพการแข่งขันที่เหมาะสม และเกิดประโยชน์ต่อประชาชนในการเดินทางได้อย่างสะดวก ปลอดภัย การให้บริการที่มีคุณภาพดีในอัตราค่าโดยสารที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อประชาชน กรมการขนส่งทางบกจำเป็นต้องมีการศึกษาในเชิงลึก การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลทั้งในแง่ของความต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการที่ให้บริการ เทคโนโลยีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการและการบริหารจัดการ รวมถึงการกำกับดูแลของภาครัฐที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาเป็นนโยบายในการกำกับดูแลและส่งเสริมให้รถแท็กซี่มีคุณภาพในการให้บริการต่อไป จึงขอเสนอดำเนินการศึกษาแนวทางการพัฒนา หรือการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยในการให้บริการรถแท็กซี่ โดยทำการศึกษา ในเชิงลึก ทั้งในแง่ของปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนั้น ยังทำการศึกษาและกำหนดนโยบายเพื่อรองรับการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีในลักษณะต่าง ๆ รวมถึงจัดทำข้อเสนอการปรับปรุงโครงสร้างของการกำกับดูแลที่เหมาะสม ซึ่งเทคโนโลยี

สารสนเทศได้สร้างช่องทางในการให้บริการ รวมถึงเพิ่มช่องทางในการควบคุมคุณภาพ และการกำกับดูแลผ่านระบบสื่อสารและการจัดเก็บข้อมูลจากอุปกรณ์บนรถ จากเดิมที่มีเพียงกลไกทางกฎหมาย ทั้งนี้จะมีการศึกษาและประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ให้บริการ เทคโนโลยีที่จะนำมาประยุกต์ในการให้บริการและการบริหารจัดการ รวมถึงประสิทธิภาพในการกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนวัตกรรมดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้โดยสาร ตลาดแรงงาน และเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีในการระบุตำแหน่ง และการคำนวณอัตราค่าโดยสารที่สะท้อนอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ในตลาด ทำให้การจับคู่ระหว่างผู้ผลิต (คนขับรถ) และผู้บริโภค (ผู้โดยสาร) มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งยังลดต้นทุนการดำเนินการ และเพิ่มการแข่งขันในตลาดการขนส่งเชิงพาณิชย์

การศึกษานี้จะเป็นการดำเนินการโดยมุ่งสู่เป้าหมายสำคัญเพื่อให้ภาครัฐสามารถกำกับดูแลบริหารจัดการระบบรถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์สาธารณะ หรือรถสาธารณะประเภทอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันในมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการแข่งขันของระบบต่าง ๆ รวมถึงความเป็นธรรมกับผู้โดยสารในการได้รับบริการที่มีคุณภาพดี เดินทางได้อย่างสะดวก ปลอดภัย อัตราค่าโดยสารที่เหมาะสม และเป็นธรรมทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์แนวทางการนำนวัตกรรมการจับคู่ระหว่างเจ้าของรถแท็กซี่หรือรถจักรยานยนต์สาธารณะ และผู้โดยสารมาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยในการให้บริการรถแท็กซี่และรถจักรยานยนต์สาธารณะ
2. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์แนวทางการกำหนดนโยบายในการกำกับ ดูแล และบริหารจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้การให้บริการผ่านระบบแอปพลิเคชันมีความปลอดภัย และมีประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาหัวข้อเรื่อง การนำนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการรถสาธารณะของประเทศไทยในอนาคต ได้มีการนำทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดนโยบายสาธารณะ (Public Policy)
2. แนวคิด หลักการในการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ และประเทศไทย
3. แนวทางการกำหนดอัตราค่าโดยสาร เช่น แนวคิด Structure Conduct Performance (SCP) แนวคิดทฤษฎีการตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติ (Price Discrimination) แนวคิดการคำนวณอัตราค่าโดยสารแบบพลวัตร (Dynamic pricing หรือ Surge pricing) เป็นต้น
4. ภาพรวมกฎหมายและองค์กรที่กำกับดูแลบริการรถแท็กซี่
5. อุปสงค์ อุปทานการเดินทางของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์ กระบวนการ และรูปแบบการนำนวัตกรรมมาใช้ในการเรียกรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน (รถแท็กซี่) เท่านั้น

1.2 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวคิด/หลักการระดับนโยบาย จะไม่ลงลึกในรายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติ หรือการดำเนินการแต่อย่างใด

1.3 การวิจัยนี้จะเน้นเฉพาะหลักการหรือการกำหนดนโยบายที่สามารถเปิดเผยได้เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้ขับรถแท็กซี่ และผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตารางและเอกสารต่าง ๆ

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่าง ๆ

3. การนำเสนอข้อมูล นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบปัญหา อุปสรรคในการให้บริการรถสาธารณะของประเทศไทยในปัจจุบัน

2. ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และสามารถกำหนดแนวทางในการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในการให้บริการรถสาธารณะของประเทศไทย

3. ทำให้เกิดนวัตกรรม และรูปแบบการให้บริการรถสาธารณะที่เหมาะสมกับประเทศไทย

คำจำกัดความ

รถโดยสารสาธารณะประจำทาง

	หมายถึง	รถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง หรือที่นิยมเรียกกันว่า รถเมล์ เป็นระบบขนส่งมวลชนระบบหนึ่ง ที่ให้บริการบนถนน มีลักษณะเป็นรถขนาดใหญ่ที่บรรทุกผู้โดยสารเป็นจำนวนมาก โดยกำหนดเส้นทางการเดินรถ และส่วนใหญ่อ้างอิงชื่อเส้นทางเป็นตัวเลข เช่น สาย 1 สาย 2 และมีเก็บค่าโดยสารโดยวิธีต่าง ๆ กันไป
รถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน	หมายถึง	รถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง หรือที่นิยมเรียกกันว่า แท็กซี่ เป็นระบบขนส่งมวลชนระบบหนึ่ง ที่ให้บริการบนถนน มีลักษณะเป็นรถยนต์สำหรับบรรทุกผู้โดยสารเพียงคนเดียว หรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ โดยมีได้มีการกำหนดเส้นทางการเดินรถที่ชัดเจน ขึ้นอยู่กับจุดหมายของผู้โดยสาร
รถจักรยานยนต์สาธารณะ	หมายถึง	รถจักรยานยนต์ที่ใช้รับจ้างบรรทุกคนโดยสารแต่ไม่หมายรวมถึงรถจักรยานยนต์ที่มีพ่วงข้างและรถจักรยานที่ติดเครื่องยนต์
ใบอนุญาตประกอบการขนส่ง	หมายถึง	หลักฐานแสดงการอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบการขนส่งคน, สัตว์ หรือสิ่งของได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระเบียบการใช้รถ ตามพระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 27 ใบอนุญาตประกอบการขนส่ง มี 4 ประเภท คือ ใบอนุญาตประกอบการขนส่งประจำทาง ใบอนุญาตประกอบการขนส่งไม่ประจำทาง ใบอนุญาตประกอบการขนส่งโดยรถขนาดเล็ก และใบอนุญาตประกอบการขนส่งส่วนบุคคล
อุปสงค์ (Demand)	หมายถึง	ความต้องการสินค้าและบริการ โดยอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึงจำนวนต่างๆของสินค้าและบริการชนิดนั้น ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาใด ระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าและบริการชนิดนั้น
อุปทาน (Supply)	หมายถึง	ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ผู้ขายต้องการจะเสนอขาย ณ ระดับราคาต่าง ๆ ในช่วงเวลาใด ระยะเวลาหนึ่ง
นวัตกรรม	หมายถึง	ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาที่ดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น

แอปพลิเคชัน	หมายถึง	โปรแกรมประยุกต์ที่ถูกออกแบบให้รองรับการทำงานหรือกิจกรรมหลายด้านเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้ โดยถูกออกแบบมาสำหรับใช้ในอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ (Mobile) แท็บเล็ต (Tablet) เป็นต้น
อูเบอร์ (UBER)	หมายถึง	บริษัทเครือข่ายคมนาคมขนาดใหญ่ มีสำนักงานใหญ่ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งให้บริการรับค่าขอโดยสารแล้วส่งค่าขอเหล่านั้นไปยังคนขับของตนผ่านโปรแกรมประยุกต์สมาร์ทโฟน โดยลูกค้าสามารถใช้แอปพลิเคชันเพื่อขอโดยสารและติดตามตำแหน่งของพาหนะนั้นได้
แกร็บ (Grab)	หมายถึง	บริษัทเทคโนโลยีสัญชาติสิงคโปร์ ที่ให้บริการเรียกรถ, แท็กซี่, วินมอเตอร์ไซด์, ส่งพัสดุ และสั่งอาหาร ผ่านทางแอปพลิเคชันบนมือถือ ซึ่งให้บริการในพื้นที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะของประเทศไทย ในอนาคต ได้มีการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎี บทวิเคราะห์ การเปรียบเทียบความแตกต่างของการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการกำกับดูแล การให้บริการขนส่งผ่านระบบแอปพลิเคชัน (Transport Network Companies : TNC) ดังนี้

1. แนวคิดนโยบายสาธารณะ (Public Policy)
2. แนวคิด หลักการในการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ และประเทศไทย
3. การเปรียบเทียบการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในประเทศต่าง ๆ
4. แนวทางการกำหนดอัตราค่าโดยสาร
5. แนวคิด Structure Conduct Performance (SCP)
6. แนวคิดทฤษฎีการตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติ (Price Discrimination)
7. แนวคิดการคำนวณอัตราค่าโดยสารแบบพลวัต (Dynamic pricing หรือ Surge pricing)
8. การเปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารในต่างประเทศกับประเทศไทย
9. ภาพรวมกฎหมายและองค์กรที่กำกับดูแลบริการรถแท็กซี่
10. แนวคิดการบริโภคร่วมกัน (Collaborative Consumption)
11. แนวคิดเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information and Communication Technology)
12. อุปสงค์ อุปทานการเดินทางของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
13. แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพของตลาด และการปรับตัวเข้าสู่ตลาด
14. ทฤษฎีการให้อำนาจ (Empowerment Theory)
15. ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information Success Model)
16. บทวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการรถเรียกแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้โดยสาร

แนวคิดนโยบายสาธารณะ (Public Policy)

นโยบายสาธารณะถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารประเทศ ความก้าวหน้าของแต่ละประเทศ ส่วนใหญ่เกิดจากการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศของรัฐบาลในประเทศนั้น ๆ โดยจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งในด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ

ด้านความมั่นคง ด้านสาธารณสุข ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่านโยบายสาธารณะมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากการประมวลเนื้อหาความหมายของนโยบายสาธารณะจากแนวคิดของนักคิดนักวิชาการทั่วโลกในแง่มุมต่าง ๆ ก็พบว่าได้ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะไว้ค่อนข้างหลากหลายในเชิงเนื้อหา แต่ก็มีนัยไปในทิศทางเดียวกัน ดังจะได้นำเสนอทัศนะของนักวิชาการเหล่านั้นที่ได้นิยามคำว่า “นโยบายสาธารณะ” ต่อไปนี้

David Easton (1953 : 19-20) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ตัดสินใจนโยบายกับประชาชนในสังคมว่า การตัดสินใจนโยบายใด ๆ ของรัฐบาลจะต้องคำนึงถึงค่านิยมและระบบความเชื่อของประชาชนในสังคมเป็นสำคัญ โดยให้นิยามว่านโยบายสาธารณะ หมายถึง การจัดสรรผลประโยชน์หรือคุณค่าแก่สังคม ซึ่งจะกระทำโดยบุคคลผู้มีอำนาจสั่งการ (รัฐบาล) และการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำเป็นผลมาจาก “การจัดสรรค่านิยมของสังคม”

Ira Sharkansky (1970 : 1) ให้นิยามว่านโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาล ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล อาทิเช่น การจัดการศึกษา การจัดสวัสดิการ และการก่อสร้างทางหลวงโดยรัฐ รวมทั้งข้อกำหนดและระเบียบในการควบคุมและกำกับกับการดำเนินกิจกรรมของปัจเจกบุคคลและนิติบุคคลทั้งหมด ตลอดจนการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ อาทิ เช่น การรักษาความสงบเรียบร้อยของตำรวจ การตรวจสอบราคาสินค้า การควบคุมการจำหน่ายยาและอาหาร เป็นต้น

James E. Anderson (1970 : 1) ได้ให้คำนิยามไว้ว่านโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางการปฏิบัติของรัฐที่มีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างและติดตามด้วยผู้กระทำ หรือการปฏิบัติ ซึ่งอาจจะปฏิบัติโดยคน ๆ เดียว หรือคณะบุคคลก็ได้ ในการทำงานที่แก้ปัญหาคือเกี่ยวข้องกับมืองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ต้องมีวัตถุประสงค์
2. เป็นแนวทางปฏิบัติ
3. การปฏิบัติจะต้องเกิดขึ้นจริง
4. การปฏิบัติจะเป็นไปในเชิงบวก หรือเชิงลบก็ได้

Clarke Cochran and others (1982 : 4) ได้กำหนดความหมายของนโยบายสาธารณะว่า หมายถึง ขั้นตอนการปฏิบัติที่เกิดขึ้นโดยเจตนาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานหรือบุคลากรของรัฐในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุข

กุลธน ธนาพงศธร (2535 : 9) ได้สรุปความหมายนโยบายสาธารณะว่า เป็นแนวทางกว้าง ๆ ที่รัฐบาลของประเทศหนึ่ง ๆ ได้กำหนดขึ้นเป็นโครงการ แผนการ หรือกำหนดการเอาไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นหนทางชี้แนะให้มีการปฏิบัติต่าง ๆ ตามมาทั้งเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

หากจะพิจารณาถึงความหมายของนโยบายสาธารณะอย่างสั้น กระชับ และได้ใจความมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่าคงต้องพิจารณาตามมุมมองของ Clarke Cochran and others ที่ว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง ขั้นตอนการปฏิบัติที่เกิดขึ้นโดยเจตนาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานหรือบุคลากรของรัฐในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุข ซึ่งเป็นการพิจารณาในแง่ที่ว่า รัฐบาลจึงต้องดำเนินการนโยบายนั้น และนโยบายนั้นจะสร้างความแตกต่างอะไร

ความสำคัญของนโยบายสาธารณะ สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1. ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีบุคคลที่เกี่ยวข้อง 4 ฝ่าย ได้แก่ ประชาชน นักการเมือง นักบริหาร และนักวิชาการ
2. ความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ จำนวน 5 ด้านหลัก ได้แก่ การสร้างเศรษฐกิจพอเพียง การสร้างสังคมไทยที่พึงประสงค์ การสร้างความมั่นคงแห่งชาติ การต่างประเทศและอำนวยความสะดวก การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ และการพัฒนาสังคม การแก้ไขปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิต

แนวคิด หลักการในการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศและประเทศไทย

1. ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป

ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปเกือบทั้งหมดได้ออกแบบโครงสร้างการควบคุมการเข้าสู่ตลาดการให้บริการรถแท็กซี่จากระดับประเทศ โดยกำหนดให้ผู้ที่มีความประสงค์จะให้บริการจำเป็นต้องถือครองใบอนุญาต 2 ประเภท ดังนี้

1.1 ใบอนุญาตรถแท็กซี่ ซึ่งรวมถึงการกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ สำหรับรถยนต์ที่ต้องการขอใบอนุญาตเพื่อนำรถยนต์ดังกล่าวมาใช้ประกอบการเดินรถแท็กซี่ และใบอนุญาตดังกล่าวเป็นใบอนุญาตส่วนบุคคล ไม่สามารถโอนสิทธิ์ให้ผู้อื่นต่อไปได้ โดยบุคคลธรรมดาสามารถขอใบอนุญาตรถแท็กซี่ได้เพียงรายละ 1 คันเท่านั้น

1.2 ใบอนุญาตขับขีรถแท็กซี่ ซึ่งรวมถึงการกำหนดคุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้ขับขี่ที่ต้องการขอใบอนุญาตขับขีรถแท็กซี่ มีเกณฑ์หลัก 4 ประการ คือ

1.2.1 เกณฑ์ความสามารถในการขับขี่ แบ่งเป็นการทดสอบด้านความรู้ (สำหรับบางประเทศผู้ขับขี่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับเส้นทางจราจรโดยปราศจากแผนที่และอุปกรณ์นำทางทุกประเภท) และการทดสอบด้านการขับขี่

1.2.2 เกณฑ์อายุ

1.2.3 เกณฑ์สมรรถภาพ

1.2.4 เกณฑ์ความปลอดภัยสาธารณะ

อย่างไรก็ตาม ผู้มีอำนาจในแต่ละเขตพื้นที่สามารถออกกฎระเบียบเพิ่มเติมบางประการเพื่อบังคับใช้เป็นการเฉพาะในเขตพื้นที่นั้น ๆ ได้ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงประเทศเบลเยียมที่ไม่ได้ออกแบบโครงสร้างการควบคุมการเข้าสู่ตลาดการให้บริการรถแท็กซี่จากระดับประเทศ แต่กำหนดให้แต่ละภูมิภาคของประเทศเป็นผู้กำหนดหลักเกณฑ์ทั้งหมดด้วยตนเอง และเมืองลอนดอน สหราชอาณาจักรที่เป็นผู้กำหนดหลักเกณฑ์ทั้งหมดด้วยตนเองเช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปหลายประเทศกำหนดให้มีการควบคุมการเข้าสู่ตลาดอีกชั้นหนึ่ง คือ การควบคุมปริมาณใบอนุญาตที่มีอยู่ในตลาด โดยให้เป็นดุลพินิจของแต่ละเขตพื้นที่ การกำหนดปริมาณดังกล่าวเกิดขึ้นจากความต้องการที่จะกำหนดปริมาณรถแท็กซี่ให้ใกล้เคียงกับปริมาณความต้องการของผู้ใช้บริการ (Matching Demand and Supply in Service Market) โดยปกติการกำหนดปริมาณใบอนุญาตรถแท็กซี่สามารถทำให้เป้าหมายดังกล่าวบรรลุผลได้ ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดปริมาณใบอนุญาตผู้ขับขีรถแท็กซี่ด้วยแต่อย่างใด ด้วยเหตุผล

ดังกล่าวจึงทำให้เกือบทุกประเทศมีจำนวนใบอนุญาตรถแท็กซี่น้อยกว่าจำนวนใบอนุญาตขับซึ่รถแท็กซี่ยกเว้นประเทศอิตาลีที่ใบอนุญาตทั้งสองประเภทมีจำนวนเท่ากัน

2. ประเทศเนเธอร์แลนด์

แนวความคิดการขยายการกำกับดูแลในช่วงแรกเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 โดยมีกฎหมายควบคุมการขนส่งผู้โดยสาร ที่ยกเลิกนโยบายกำหนดด้านปริมาณของรถโดยสาร ต่อมาการแก้ไขของฝ่ายนิติบัญญัติในปี ค.ศ. 2011 ได้ให้อำนาจแก่เทศบาลในการกำหนดเพื่อเพิ่มมาตรฐานในการกำกับดูแลคุณภาพได้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังไม่มีเทศบาลใดใช้อำนาจดังกล่าว แม้ว่าจะมีการเตรียมความพร้อมกำกับดูแลไว้แล้วก็ตาม (Rebel, 2014)

ในประเทศเนเธอร์แลนด์ รถแท็กซี่จะได้รับอนุญาตให้สามารถบริการขนส่งผู้โดยสารได้อย่างครอบคลุมทุกพื้นที่ มีเพียง 3 เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดใหญ่ที่สุดอีกด้วย (Rebel, 2014) เช่น นอร์ทบราแบนต์ (North Brabant) หรือเขตเทศบาล 7 เป็นต้นที่ได้รับอนุมัติในการกำหนดการกำกับดูแลรถแท็กซี่ตัวเอง ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนด “การอนุญาตกำกับดูแลในรถแท็กซี่ (Toegelaten Taxi-Organisation : TTO)” ซึ่งมีผลบังคับใช้กับบริษัทต่าง ๆ และผู้ขับขี่ที่ต้องการให้บริการขนส่งด้วยรถแท็กซี่ ซึ่งแต่ละเทศบาลก็จะมีเงื่อนไขข้อกำหนดที่เป็นไปตาม TTO ที่แตกต่างกัน เช่น ต้องเป็นผู้มีถิ่นฐานภายในเขตเทศบาล เป็นต้น โดยการกำหนดการกำกับดูแลในรูปแบบดังกล่าว ถือว่าเป็นกลไกที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพและปริมาณผู้โดยสาร ถ้าชื่อเสียงในการบริการดี กลุ่มผู้โดยสารที่ใช้บริการก็จะมากขึ้นตามไปด้วย แต่ถ้าชื่อเสียงในการบริการไม่ดี กลุ่มผู้โดยสารที่ใช้บริการก็จะลดน้อยลง อย่างไรก็ตาม กลไกดังกล่าวไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่เนื่องจากตลาดรถแท็กซี่ในเมืองใหญ่มีรูปแบบการประกอบการด้วย “ผู้ขับขี่ หรือเจ้าของธุรกิจ” เป็นจำนวนมาก และมีความเป็นไปได้ที่ผู้ขับขี่เหล่านี้มีโอกาสน้อยมากที่จะพบเจอกับผู้โดยสารกลุ่มเดิมที่เคยให้บริการไปแล้ว นอกจากนี้ ยังมีข้อยกเว้นในการประกอบการขนส่ง ดังเช่นกรณีของสนามบินนานาชาติอัมสเตอร์ดัม สคิปโฮล (Amsterdam Airport Schiphol) เนื่องจากมีการแยกรถแท็กซี่ส่วนบุคคลที่ได้รับสัมปทานผ่านการประมูลออกจากเงื่อนไขในการกำกับดูแล

จากกระบวนการกำกับดูแลตามหลักการและเงื่อนไขของ TTO ข้างต้น ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ ซึ่งมีเพียงข้อมูลพื้นฐานของนโยบาย ที่กำกับดูแลในเชิงปริมาณ คุณภาพ และอัตราค่าโดยสาร โดยมีรัฐบาลท้องถิ่นทำหน้าที่ในการกำกับดูแลเท่านั้น

3. สหราชอาณาจักร

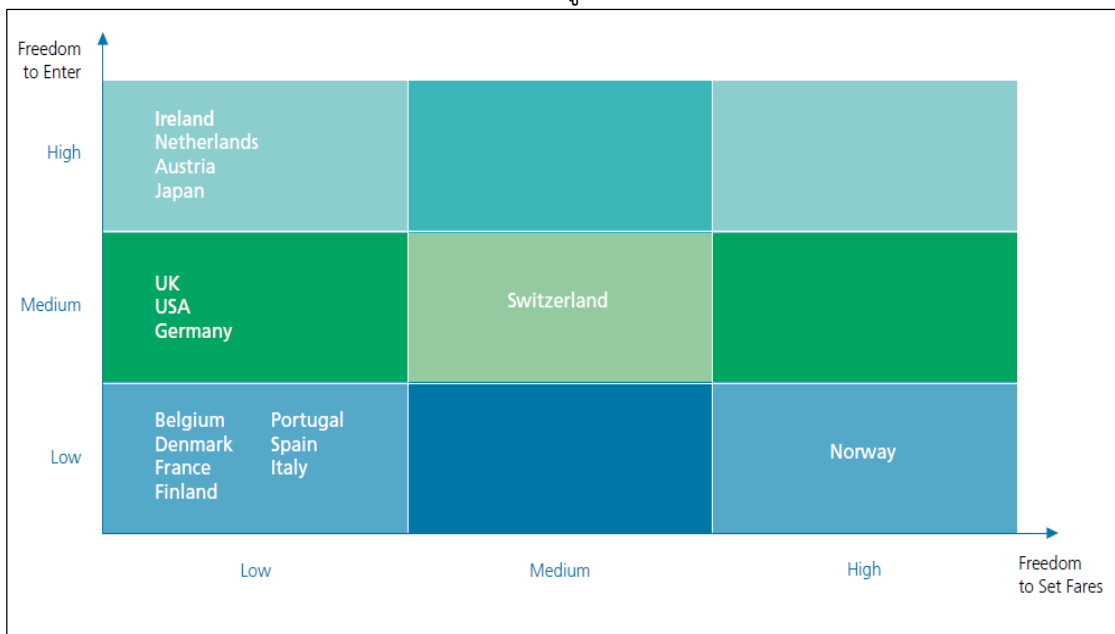
สหราชอาณาจักรมีประชากรทั้งสิ้นประมาณ 70,000,000 คน แต่มีรถแท็กซี่ประมาณ 70,000 คัน ดังนั้น ความหนาแน่นของรถแท็กซี่ในสหราชอาณาจักรจึงค่อนข้างต่ำเท่ากับรถแท็กซี่ 1 คันต่อผู้อาศัย 1,000 คนเท่านั้น ส่วนความหนาแน่นของรถแท็กซี่ในเมืองลอนดอนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2.5 คันต่อผู้อาศัย 1,000 คน และการเติบโตของความจุผู้โดยสารมีความเป็นไปได้สูงมาก นอกจากนี้ จำนวนใบอนุญาตขับรถแท็กซี่ในสหราชอาณาจักรระหว่างปี 1995 ถึงปี 2000 เพิ่มขึ้นจาก 60,000 ฉบับ เป็น 70,000 ฉบับ หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 17

การบริการรถแท็กซี่ในสหราชอาณาจักรนั้นมีกฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลที่เข้มงวด เช่น การตรวจความจุของผู้โดยสาร การควบคุมอัตราค่าโดยสาร การระบุขอบเขตเส้นทางการเดินทาง

ขนส่งโดยสาร (Transport Zones) เป็นต้น ซึ่งการกำหนดอัตราค่าโดยสารสูงสุดแทนการกำหนดอัตราค่าโดยสารคงที่ ทำให้มีขอบเขตสำหรับการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาด

ทั้งนี้ ภาคการขนส่งรถแท็กซี่ในเมืองลอนดอนมีการกำกับดูแลที่เข้มงวดมากกว่าที่อื่น ๆ ในสหราชอาณาจักร และยังมีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดในการควบคุมแบบยานพาหนะ และการกวดขันความรู้เกี่ยวกับถนนในเมืองลอนดอน อย่างไรก็ตาม การพัฒนานโยบายของภาคการขนส่งรถแท็กซี่ในเมืองลอนดอนยังไม่ได้มีการพิจารณาแนวทางการผ่อนคลายการกำกับดูแล (Deregulation) หรือนโยบายการอุดหนุนให้ด้วยการบัญญัติกฎหมายเพื่อสร้างสภาพการแข่งขันที่เท่าเทียมสำหรับผู้จัดสรรบริการรถยนต์รับจ้างประเภทต่าง ๆ แต่ในแง่ของคุณภาพการบริการของรถแท็กซี่ในลอนดอนผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นทางบวก โดยพิจารณาจากจำนวนการร้องเรียนซึ่งมีสัดส่วนที่ต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเที่ยวในการเดินทาง

แผนภาพที่ 2 – 1 ภาพรวมของโครงสร้างการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ



ที่มา : Goodbody Economic Consultants, 2009

4. ประเทศไทย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับรถแท็กซี่ในประเทศไทยมีหลายฉบับ โดยมีกฎหมายหลัก คือ พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 ระบุว่า รถแท็กซี่หรือรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน จัดเป็นรถยนต์สาธารณะ โดยผู้ให้บริการประกอบด้วย นิติบุคคล และบุคคลธรรมดา นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายลำดับรองที่ออกโดยอาศัยอำนาจจากพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 ในรูปแบบของกฎกระทรวงคมนาคมและประกาศกรมการขนส่งทางบกอีกจำนวนหนึ่ง โดยได้กำหนดถึง

4.1 การกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับรถ เช่น การจดทะเบียนรถ สีและเครื่องหมายของรถ รวมถึงน้ำหนักบรรทุกและจำนวนคนโดยสารขั้นสูงสุด เป็นต้น

4.2 การกำกับดูแลด้านคนขับ เช่น การให้ใบอนุญาตขับขี้อรถยนต์สาธารณะ กำหนดการปฏิบัติตนขณะที่ขับรถแท็กซี่ รวมถึงการกำหนดการแต่งกาย เครื่องหมาย ประวัติคนขับรถ บัตรประจำตัวคนขับรถ และการแสดงบัตรประจำตัวคนขับ เป็นต้น

4.3 การกำหนดอัตราค่าจ้างบรรทุกคนโดยสารหรือค่าบริการอื่น สามารถแบ่งได้ 4 กรณี คือ อัตราค่าโดยสารในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล อัตราค่าโดยสารในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต อัตราค่าโดยสารในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และอัตราค่าโดยสารในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ซึ่งจะมีความแตกต่างโดยพิจารณาจากความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ทั้งในส่วนของอัตราค่าโดยสารเริ่มต้น อัตราค่าโดยสารตามระยะทาง อัตราค่าโดยสารเมื่อรถไม่สามารถเคลื่อนที่ และค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม ในกรณีการเรียกรถในพื้นที่พิเศษ

อย่างไรก็ดี ยังมีพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 ที่ได้กำหนดข้อห้ามในการให้บริการรถแท็กซี่ไว้เช่นกัน เช่น ห้ามปฏิเสธไม่รับจ้างบรรทุกคนโดยสาร เว้นแต่การบรรทุกนั้นน่าจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ตน หรือคนโดยสาร ห้ามเรียกเก็บค่าโดยสารเกินอัตราที่ปรากฏจากมาตรแท็กซี่ เป็นต้น

ทั้งนี้ ประเทศไทยยังมีการกำหนดอายุการใช้งานของรถแท็กซี่ โดยจะต้องมีระยะเวลาการใช้งานไม่เกิน 9 ปี นับแต่วันจดทะเบียนครั้งแรก เพื่อให้สภาพรถมีความมั่นคงแข็งแรง พร้อมนำมาให้บริการประชาชนอย่างปลอดภัย และเพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิและเพิ่มความมั่นใจ ความปลอดภัยในการใช้บริการรถแท็กซี่

การเปรียบเทียบการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในประเทศต่าง ๆ

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการกำกับดูแลรถแท็กซี่ด้านต่าง ๆ เช่น ประเภทใบอนุญาต ระยะเวลาของใบอนุญาตแต่ละประเภท การกำหนดและควบคุมปริมาณรถ คุณภาพของตัวรถ การกำหนดขอบเขตเส้นทางการเดินทาง การโอนกรรมสิทธิ์ อัตราค่าโดยสาร เป็นต้น ของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป จำนวน 13 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรีย เบลเยียม บัลแกเรีย ไซปรัส สาธารณรัฐเช็ก เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี โปแลนด์ โรมาเนีย และสหราชอาณาจักร เพื่อสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลและประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางการกำกับดูแลรถแท็กซี่ของประเทศไทยได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวทางการกำกับดูแลของแต่ละประเทศอาจจะแตกต่างกันออกไป ในรายละเอียด แต่สิ่งที่คล้ายคลึงกันของแต่ละประเทศ คือ

1. ประเภทใบอนุญาต ได้แก่ ใบอนุญาตรถแท็กซี่ และใบอนุญาตขับรถแท็กซี่
2. การห้ามมิให้มีการโอนกรรมสิทธิ์รถแท็กซี่ให้กับบุคคลอื่น
3. การจำกัดปริมาณรถแท็กซี่

ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 2 – 1

ตารางที่ 2 – 1 เปรียบเทียบการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ

ประเทศ	ใบอนุญาต	ระยะเวลา	จำกัดปริมาณ	Remark	คุณภาพตัวรถ	ขอบเขตเส้นทาง	Remark	สนามบิน	โอนสิทธิ์	อัตราค่าโดยสาร
Austria	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (Concession) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	5 ปี	✗		กำหนดในระดับประเทศ	✓	ราคาต่างกันในแต่ละเขต	แยกส่วน	✗	ราคาคงที่
Belgium	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	5 ปี	✓	Brussel 1 คัน/1,200 คน Wallonia 1 คัน/2,500 คน	กำหนดในแต่ละพื้นที่	✓		แยกส่วน (แยกป้ายทะเบียน)	✗	เพดานราคา
Bulgaria	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	1 ปี	✓	เทศบาลมีอำนาจกำหนดปริมาณ ยกเว้นเมือง Sofia ไม่มีการกำหนดปริมาณ		✓		แยกส่วน (มีรถแท็กซี่ของตนเอง)	✗	ราคาขั้นต่ำและเพดานราคา กำหนดโดยคณะกรรมการในพื้นที่
Cyprus	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	5 ปี	✓	ไม่มีการออกเพิ่มตั้งแต่ปี 2010		✓	แบ่งตามเขต	ไม่แยกส่วน	✓	ราคาขั้นต่ำ
Czech Republic	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	5 ปี	✗	เริ่มมีการเสนอให้กำหนดปริมาณในเมือง Prague	กำหนดในระดับประเทศ	✗			✗	เพดานราคา

ตารางที่ 2 – 1 เปรียบเทียบการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ (ต่อ)

Denmark	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License)		✓			✓	สามารถรับนอกพื้นที่ได้ ถ้า		✗	เพดานราคา
---------	-----------------------------	--	---	--	--	---	----------------------------	--	---	-----------

ประเทศ	ใบอนุญาต	ระยะเวลา	จำกัดปริมาณ	Remark	คุณภาพตัวรถ	ขอบเขตเส้นทาง	Remark	สนทมนบิน	โอนสิทธิ์	อัตราค่าโดยสาร
	ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	สูงสุด 10 ปี					ปลายทางอยู่ในเขตที่อนุญาต			
Finland	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่		✓	กำหนดปีต่อปี โดยเจ้าหน้าที่ในภูมิภาคนั้น ๆ		✗	วิ่งได้ทั่วประเทศ แต่ต้องกลับมาที่เทศบาล		✗	เพดานราคา
France	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	5 ปี	✓	กำหนดโดยเจ้าหน้าที่ อาศัยหลักเกณฑ์สังคม - เศรษฐกิจ	กำหนดในระดับประเทศ & แต่ละพื้นที่	✓		ไม่แยกส่วน	License ก่อนปี 2016 โอนได้	เพดานราคา คงที่ใน Paris สำหรับไป-กลับสนามบิน
Germany	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (Concession) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	2 ปี 5 ปี	✓	กำหนดทุกเมือง เว้น Berlin & Hamburg	กำหนดในระดับประเทศ	✓	แบ่งเขตการอนุญาต และราคาโดยสาร		✗	ราคาคงที่
Italy			✓	กำหนดโดยเจ้าหน้าที่ อาศัยหลักเกณฑ์สังคม - เศรษฐกิจ		✓		ไม่แยกส่วน	✗	เพดานราคา

ตารางที่ 2 – 1 เปรียบเทียบการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในต่างประเทศ (ต่อ)

Poland	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	2 - 5 ปี	✗		กำหนดในระดับประเทศ	✓	สามารถรับนอกพื้นที่ได้ ถ้าปลายทาง	ไม่แยกส่วน	✗	เพดานราคา
--------	---	----------	---	--	--------------------	---	-----------------------------------	------------	---	-----------

		(แล้วแต่ผู้ขอ)					อยู่ในเขตที่ อนุญาต			
Romania	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่		✓	1 คัน/4,000 คน	กำหนด ในระดับประเทศ	✓		แยกส่วน (เว้นเมืองที่มีรถ ต่ำกว่า 1,000 คัน)	✗	เพดานราคา
France	ใบอนุญาตรถแท็กซี่ (License) ใบอนุญาตขับรถแท็กซี่	3 ปี	✓	ยกเว้น London	กำหนด ในระดับประเทศ & แต่ละพื้นที่	✓		ไม่แยกส่วน	✗	เพดานราคา

ที่มา : European Commission (2016) อ้างถึงใน TDRI, 2561 : 6-10 และ 6-11

แนวทางการกำหนดอัตราค่าโดยสาร

การกำหนดอัตราค่าบริการของประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะถูกกำหนดให้เป็นอำนาจของคณะกรรมการของแต่ละเขตพื้นที่ในการคำนวณหาอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับพื้นที่นั้น ๆ เว้นแต่ในกรณีที่ประเทศดังกล่าวไม่มีการแบ่งเขตพื้นที่ โดยการกำหนดอัตราค่าบริการจะถูกกำหนดขึ้นโดยคณะกรรมการในระดับประเทศเพียงอย่างเดียว โดยวิธีการกำหนดอัตราค่าบริการจะแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. การกำหนดในขั้นต้น แบ่งเป็น 4 วิธีหลัก คือ

1.1 กำหนดเพดานราคา หมายถึง การกำหนดราคาขั้นสูง โดยผู้ให้บริการรถแท็กซี่สามารถคิดอัตราค่าบริการเท่าใดก็ได้ แต่ไม่เกินกรอบเพดานราคาที่ถูกระบุไว้

1.2 กำหนดราคาขั้นต่ำ หมายถึง การกำหนดให้ผู้ให้บริการรถแท็กซี่คิดอัตราค่าบริการเท่าใดก็ได้ แต่ไม่ต่ำกว่าอัตราค่าบริการขั้นต่ำที่ถูกระบุไว้ อย่างไรก็ตาม การกำหนดราคาขั้นต่ำนี้มักจะถูกกำหนดขึ้นพร้อมกันกับการกำหนดเพดานราคา ส่งผลให้ผู้ให้บริการรถแท็กซี่สามารถคิดอัตราค่าบริการตามที่ถูกระบุไว้ในช่วงราคา

1.3 กำหนดราคาคงที่ เกิดขึ้นในการเดินทางจากสนามบินเข้าสู่จุดหมายใดจุดหมายหนึ่งที่ถูกกำหนดขึ้น เช่น จากสนามบินเข้าสู่ระบบขนส่งสาธารณะที่อยู่ในเมือง หรือการเดินทางจากระบบขนส่งสาธารณะในเมืองเพื่อไปยังสนามบิน เป็นต้น

1.4 ไม่มีการกำหนดราคา ผู้โดยสารและผู้ให้บริการรถแท็กซี่สามารถต่อรองราคากันได้ตามที่แต่ละฝ่ายเห็นสมควร

2. การกำหนดในขั้นรอง เป็นการกำหนดรายละเอียดของอัตราค่าบริการ เช่น

2.1 การกำหนดช่วงเวลา การคิดอัตราค่าบริการจะแตกต่างกันตามช่วงเวลาของวัน โดยปกติจะแยกเป็นช่วงกลางวันและกลางคืน

2.2 การกำหนดค่าบริการเริ่มต้น (Flag Down/Initial Charge) โดยปกติการคิดค่าบริการเริ่มต้นเมื่อขึ้นรถแท็กซี่นั้นจะรวมถึงการไม่คิดอัตราค่าโดยสารของระยะทางจำนวนหนึ่งด้วย เช่น อัตราค่าบริการเริ่มต้น 3 ยูโร และจะไม่คิดค่าโดยสารเพิ่มเติมในช่วง 1 กิโลเมตรแรก

2.3 การคิดค่าโดยสารตามระยะทาง

2.4 การคิดค่าโดยสารในกรณีที่รถไม่สามารถวิ่งได้ตามความเร็วปกติ เป็นการคิดอัตราค่าบริการอันเนื่องมาจากรถแท็กซี่จำเป็นต้องจอดรอ หรือไม่สามารถวิ่งได้ในความเร็วขั้นต่ำที่ถูกระบุไว้

2.5 การคิดค่าโดยสารเพิ่มเติมกรณีที่ผู้โดยสารมีสัมภาระ

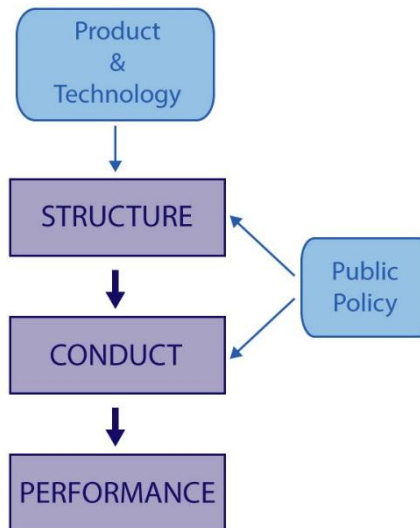
2.6 การคิดค่าโดยสารเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้โดยสารเกินจำนวนที่กำหนด

แนวคิด Structure Conduct Performance (SCP)

ในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันที่เกิดขึ้นในแต่ละอุตสาหกรรมนั้น ทฤษฎีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ ทฤษฎีหน่วยผลิต (Theory of the Firm) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ

โครงสร้างการตลาด พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของตลาด (Structure Conduct Performance : SCP Approach) โดยจะวิเคราะห์ว่าผลการดำเนินงานของตลาดขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของหน่วยผลิต และโครงสร้างตลาด ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่มีส่วนในการส่งเสริม และควบคุมกำกับดูแล เพื่อให้ผลการดำเนินงานของตลาดเป็นไปตามความเหมาะสม (สุภาสิณี ตันติศรีสุข, 2545)

แผนภาพที่ 2 – 2 Structure-Conduct-Performance (S-C-P)



ที่มา : Structure, conduct, performance paradigm, 2020

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างการตลาด - พฤติกรรมของหน่วยผลิต - ผลของการดำเนินงานของตลาด สามารถให้คำอธิบายได้ว่ารูปแบบการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เป็นอยู่นั้นมีสภาพเป็นเช่นไร มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดระดับความเข้มข้นของการแข่งขัน (Degree of Competition) และผลของการดำเนินงาน (Market Performance) ในระดับของกำไร ประสิทธิภาพในการผลิต และการจัดสรรทรัพยากรเป็นเช่นไร ส่วนจะเหมาะสมหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจว่าบทบาทของนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ที่นำมาใช้แทรกแซงการทำงานของ ตลาดควรจะเป็นเช่นไร เช่น ถ้าหากการศึกษาพบว่าลักษณะโครงสร้างตลาดมีลักษณะของการมีอำนาจ ในการผูกขาดที่ค่อนข้างสูง ในกรณีเช่นนี้ ผู้ผลิตอาจสามารถตั้งราคาสูงเกินกว่าที่ควร (ราคาแข่งขัน) อันเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ดังนั้น เพื่อส่งเสริมให้มีการแข่งขันมากขึ้น นโยบายสาธารณะในรูปของ กฎหมายป้องกันการผูกขาดก็สามารถเข้ามามีบทบาทที่สำคัญได้

แนวคิดทฤษฎีการตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติ (Price Discrimination)

เป็นกลยุทธ์ในการกำหนดราคาขายสินค้าเดียวกัน ในราคาที่แตกต่างกันตั้งแต่ 2 ราคาขึ้นไป โดยอาจขายให้คนเดียวกันหรือคนละกลุ่มก็ได้ ทั้งนี้ ความแตกต่างของราคามีได้เกิดจากความแตกต่างด้านต้นทุน แต่มาจากความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น การตั้งราคาตั๋วหนังราคานักเรียน การตั้งราคาบัตรเข้าชมสวนสนุกสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ เป็นต้น

เนื่องจากผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่าย (Willing to Pay) แตกต่างกัน โดยระดับของการเลือกปฏิบัติมีทั้งสิ้น 3 ชั้น คือ

1. การเลือกปฏิบัติขั้นที่ 1 (1st Degree Price Discrimination) คือ การกำหนดราคาสินค้าให้ลูกค้าแต่ละคนแตกต่างกันตามระดับราคาสูงสุดที่ผู้บริโภคเต็มใจจะจ่าย
2. การเลือกปฏิบัติขั้นที่ 2 (2nd Degree Price Discrimination) คือ การกำหนดราคาสินค้าตามช่วงของปริมาณการผลิต ราคาสินค้าที่อยู่ในช่วงของการผลิตที่เพิ่มขึ้นจะถูกกลง เช่น ราคาการผลิตเสื้อยืดจำนวน 100 ตัว กับราคาการผลิตเสื้อยืดจำนวน 1,000 ตัว เป็นต้น
3. การเลือกปฏิบัติขั้นที่ 3 (3rd Degree Price Discrimination) คือ การแบ่งผู้บริโภคเป็นกลุ่ม ๆ ตามความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ สินค้าที่ขายในกลุ่มผู้บริโภคเดียวกัน จะขายในราคาเดียวกัน แต่ราคาแตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้บริโภคต่าง ๆ โดยที่กลุ่มที่มีความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่ำกว่า จะถูกคิดราคาสูงกว่า เช่น ราคาตั๋วเครื่องบินชั้นหนึ่งกับชั้นประหยัด เป็นต้น (พิจิตรา ประภัสสรมนู, ออนไลน์, 2562)

ทฤษฎีการตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติมีประโยชน์ต่องานวิจัยในการวิเคราะห์ถึงปัญหาและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถแท็กซี่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีศึกษา วิเคราะห์ที่มาของปัญหาเพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการให้บริการรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันต่อไป

แนวคิดการตั้งราคาแบบพลวัตร (Dynamic Pricing หรือ Surge Pricing)

การตั้งราคาแบบพลวัตร คือ การตั้งราคาตามระดับความต้องการของสินค้าในแต่ละช่วงเวลา จะพบได้บ่อยในธุรกิจบริการที่ในแต่ละช่วงเวลาต้องรับลูกค้าจำนวนที่ต่างกัน โดยการตั้งราคาดังกล่าวเกิดจาก 2 สาเหตุใหญ่ ๆ คือ ลูกค้ามีความต้องการสินค้ามากเกินกำลังผลิต (Demand ส่วนเกิน) และสินค้าที่ผลิตมีมากเกินความต้องการของลูกค้า (Supply ส่วนเกิน) เช่น การตั้งราคาโรงแรมที่พักในช่วง High Season เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาการไม่สามารถรองรับลูกค้าทั้งหมดได้ หรือการให้บริการหย่อนประสิทธิภาพ จึงทำการเพิ่มราคาของสินค้าหรือบริการเป็นการชั่วคราวเพื่อลดจำนวนลูกค้าลง ตามหลักอุปสงค์ (Demand) ที่ถ้าหากราคาสินค้าเพิ่มขึ้น ความต้องการก็จะลดลง ในทางกลับกัน การตั้งราคาโรงแรมที่พักในช่วง Low Season เนื่องจากความต้องการใช้บริการน้อยลง ไม่สามารถทำกำไรได้ในขณะที่ต้นทุนยังเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำการลดราคาเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น ตามหลักอุปทาน (Supply) ที่เมื่อราคาสินค้าลดลง ความต้องการก็จะเพิ่มขึ้น (Greedisgoods, online, 2019) การตั้งราคาแบบนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่เพราะใช้ในอุตสาหกรรมบริการ โดยสายการบิน American Airlines มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 อีกทั้งยังถูกพยากรณ์ว่าจะ “ขยายไปสู่อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการบริการ” ในไม่ช้า เพราะแนวทางการตั้งราคานี้ช่วยสร้างยอดขายสูงขึ้นให้แก่องค์กรได้ทันตา (เอกก์ ภัทรธนกุล, 2558)

การเปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารในต่างประเทศกับประเทศไทย

เพื่อให้เข้าใจถึงแนวโน้มและทิศทางของการกำหนดอัตราค่าโดยสารของต่างประเทศ และไม่ให้ปัจจัยในการกำหนดอัตราค่าโดยสารแตกต่างกันจนมากเกินไป ผู้วิจัยจึงเลือกเมืองที่มีดัชนีอัตราค่าครองชีพใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร โดยเบื้องต้นพบว่าแต่ละประเทศต่างก็มีรายละเอียดหลักเกณฑ์ และวิธีการกำหนดอัตราค่าโดยสารที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม แม้จะพบว่ามีความแตกต่างกันอยู่บ้างในรายละเอียด แต่ในส่วนของหลักการในการกำหนดอัตราค่าโดยสารนั้นทุกประเทศก็ได้กำหนดไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน โดยเริ่มกำหนดอัตราค่าโดยสารเริ่มต้น (Flag Fall/Flag Down) โดยจะเริ่มคิดเมื่อเริ่มต้นการเดินทางจนถึงระยะทางระยะหนึ่ง เช่น กรุงเทพฯ กำหนดให้อัตราค่าโดยสารเริ่มต้นอยู่ที่ 35 บาท เริ่มต้นจากระยะทางที่ 0 - 1 กิโลเมตร สำหรับสิงคโปร์ กำหนดให้อัตราค่าโดยสารเริ่มต้นอยู่ที่ 3.2 ดอลลาร์สิงคโปร์ หรือประมาณ 77.34 บาท โดยเริ่มต้นจากระยะทางที่ 0 - 1 กิโลเมตร เช่นเดียวกับกรุงเทพฯ ในส่วนของกรุงมะนิลา กำหนดให้อัตราค่าโดยสารเริ่มต้นอยู่ที่ 40 เปโซ หรือประมาณ 24.41 บาท โดยเริ่มต้นจากระยะทางที่ 0 - 500 เมตรเท่านั้น เมื่อสิ้นสุดระยะทางเริ่มต้นแล้วแต่ละประเทศต่างก็มีวิธีการขึ้นอัตราค่าโดยสารในระยะทางต่อ ๆ ไปที่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 2 - 2

ทั้งนี้ จากตารางที่ 2 - 2 สามารถสรุปได้ว่า ในทางหลักการแล้วสิงคโปร์ ลอนดอน และกรุงเทพฯ ต่างก็กำหนดอัตราค่าโดยสารเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นเมื่อเดินทางในระยะทางไกล ส่วนกัวลาลัมเปอร์ และวอร์ซอว์กำหนดให้อัตราค่าโดยสารเริ่มต้นคล้ายคลึงกับกรุงเทพฯ แต่เมื่อพ้นระยะทางเริ่มต้นอัตราค่าโดยสารกลับเป็นอัตราคงที่ ในส่วนของโตเกียว และมะนิลา กำหนดอัตราค่าโดยสารแบบคงที่ อย่างไรก็ตาม ฮองกงกำหนดอัตราค่าโดยสารเป็นอัตราถดถอย กล่าวคือ ในระยะทางไกลอัตราค่าโดยสารจะลดลงหนึ่งระดับ

ตารางที่ 2 – 2 เปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารในต่างประเทศกับประเทศไทย

	กรุงเทพฯ ไทย	สิงคโปร์	มะนิลา ฟิลิปปินส์	กัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย	ฮ่องกง	โตเกียว ญี่ปุ่น	วอร์ซอว์ โปแลนด์	ลอนดอน อังกฤษ
ปรับปรุง ค่าโดยสาร	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2558		พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2559	
ค่าโดยสาร เริ่มต้น	0 – 1 กม. 35 บาท	0 – 1 กม. 77.34 บาท	0 – 500 ม. 24.41 บาท	0 – 1 กม. 24.45 บาท	0 – 2 กม. 96.97 บาท	0 – 1.059 กม. 122.21 บาท	0 – 1 กม. 76.65 บาท	0 – 234.8 ม. 115.84 บาท
ค่าโดยสาร	กม. ที่ 1 – 10 5.5 บาท/1 กม.	กม. ที่ 1 – 10 5.32 บาท/400 ม.	500 ม. ขึ้นไป กม. ละ 8.24 บาท	กม. ที่ 1 ขึ้นไป 2.04 บาท /200 ม.	กม. ที่ 2 ขึ้นไป 6.87 บาท /200 ม.	กม. ที่ 1 ขึ้นไป 23.84 บาท/237 ม.	กม. ที่ 1 ขึ้นไป 28.37 บาท/1 กม.	234.8 ม. – 9.6561 กม. 8.91 บาท/117.4 ม.
	กม. ที่ 10 – 20 6.5 บาท/1 กม.	10 กม. ขึ้นไป 5.32 บาท/350 ม.			ราคาถึง 337 บาท 4.85 บาท/200 ม.			กม. ที่ 9.651 ขึ้นไป 8.91 บาท/86.9 ม.
	กม. ที่ 20 – 40 7.5 บาท/1 กม.							
	กม. ที่ 40 – 60 8 บาท/1 กม.							
	กม. ที่ 60 – 80 9 บาท/1 กม.							
	กม. ที่ 80 ขึ้นไป 10.5 บาท/1 กม.							
	รถติด	2 บาท/1 นาที	5.32 บาท/45 วินาที	1.22 บาท/1 นาที	1.22 บาท/36 วินาที	6.87 บาท/1 นาที	23.84 บาท/1.30 นาที	6.30 บาท/1 นาที
					ราคาถึง 337 บาท 4.85 บาท/1 นาที	23.00 – 05.00 น. ค่าโดยสารเพิ่ม 20%		กม. ที่ 9.651 ขึ้นไป 8.91 บาท/18.7 วินาที

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย,2563

ภาพรวมกฎหมายและองค์กรที่กำกับดูแลบริการรถแท็กซี่

การทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้จะทำการทบทวนภาพรวมของกฎหมายและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลรถแท็กซี่ในแต่ละประเทศ เพื่อเห็นลักษณะทั่วไปของตลาด หน่วยงานที่กำกับดูแล เพื่อให้มีความเข้าใจภาพรวมของอุตสาหกรรมรถแท็กซี่และนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยต่อไป ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 2 – 3

ตารางที่ 2 – 3 ภาพรวมของกฎหมายและองค์กรการกำกับดูแล

	ออสเตรเลีย (รัฐนิวเซาท์เวลส์)	สหรัฐอเมริกา (เมืองชิคาโก)	สิงคโปร์	มาเลเซีย
กฎหมายหลัก	– Point to Point Transport (Taxi and Hire Vehicles) Act 2016 – Point to Point Transport (Taxi and Hire Vehicles) Regulation 2017	Municipal Code of Chicago, Chapter 9-112 Taxicabs	Road traffic Act (Chapter 276)	– Land Public Transport Act 2010 – Commercial Vehicles Licensing Board Act 1987
หน่วยงานกำกับดูแล	Point to Point Transport Commissioner	City of Chicago แผนก Business Affair and Consumer Protection (BACP)	- Land Transport Authority (LTA) - Public Transport Council (PTC)	Land Public Transport Commission (SPAD)
รูปแบบการประกอบการ	รูปแบบผสม (ส่วนบุคคล/นิติบุคคล)	รูปแบบผสม (ส่วนบุคคล/นิติบุคคล)	รูปแบบนิติบุคคล	รูปแบบผสม (ส่วนบุคคล/นิติบุคคล/สหกรณ์)
ประเภทรถ	Taxi Hire vehicle	Standard taxi	Standard taxi Premium taxi	Taxi budget Taxi executive
การจำกัดจำนวนรถ	ระบบ Medallion	ระบบ Medallion	ระบบใบอนุญาต	ไม่มี

ที่มา : TDRI, 2561 : 7-11

แนวคิดการบริโภคร่วมกัน (Collaborative Consumption)

แนวคิดการบริโภคร่วมกันได้รับการกล่าวถึงครั้งแรกตั้งแต่ปี 1978 ในบทความเชิงวิชาการเรื่อง “Community Structure and Collaborative Consumption” โดย Marcus Felson

และ Joe Spaeth ทั้งนี้ หนังสือชื่อ “What’s Mine is Yours (2010)” โดย Bachel Botsman เสนอความคิดในเรื่องการบริโภคชนิดร่วมมือกัน (Collaborative Consumption) ซึ่งหมายถึงการแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยน ตั้งแต่รถยนต์ ห้องในโรงแรม แก้วอีรับแขก ฯ อย่างหลากหลายลักษณะในระดับกว้างขวางอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ซึ่งทั้งหมดเป็นไปได้ก็เพราะเทคโนโลยีสมัยใหม่ ปัจจุบัน แนวคิดนี้สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างรายได้ที่มาจากการแลกเปลี่ยนการบริโภคสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจจากทรัพยากรที่ไม่ได้ใช้แล้วระหว่างบุคคลและกลุ่มคนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มรูปแบบต่าง ๆ โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับมากขึ้นมาจาก 2 ปัจจัย คือ

1. สภาพเศรษฐกิจที่อ่อนแอภายหลังจากวิกฤติการเงินโลกในปี 2008 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มืออัตรการว่างงานสูง

2. การเข้าถึงข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์และการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้เข้าถึงข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดีขึ้น

ทั้งนี้ ธุรกิจสามารถใช้เทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลในการจับคู่ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการสามารถจัดสรรช่วงเวลาเพื่อแบ่งปันสินค้าหรือการบริการนั้น ๆ ขณะที่ผู้บริโภคก็สามารถเลือกและเข้าถึงสินค้าหรือการบริการดังกล่าวโดยไม่จำเป็นต้องเสียเงินซื้อเป็นเจ้าของ ข้อดีที่สำคัญของแนวคิดนี้ คือ 1. ลดค่าใช้จ่ายแทนการซื้อสินทรัพย์ หรือการเช่าสินทรัพย์จากผู้ให้เช่าในรูปแบบเดิม และ 2. ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการคำนึงถึงความคุ้มค่า และการจัดสรรทรัพยากรที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในกรณีที่จะต้องตัดสินใจซื้อสินค้าที่สามารถแบ่งปันกันได้หรือสินค้าที่มีราคาสูง โดยงานวิจัยของ Ernst & Young ในปี 2015 ประเมินมูลค่าของสินค้าที่สามารถแบ่งปันได้ เช่น ยานพาหนะ อุปกรณ์เจาะ เครื่องตัดหญ้า คิดเป็น 20 - 30% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครัวเรือน และจากผลสำรวจของ Harvard Business Review พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะยอมแบ่งปันทรัพยากร ถ้าสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างน้อย 25% ของราคาสินทรัพย์นั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยมักจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของแนวคิดนี้ คือ ก่อให้เกิดวัฒนธรรมการบริโภคแบบชั่วคราว โดยผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เน้นความสะดวกและราคา มากกว่าคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและกลุ่มธุรกิจ เพราะส่วนใหญ่จะใช้บริการสินค้าหรือบริการนั้นๆ เพียงครั้งเดียว นอกจากนี้ แนวคิดดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อมาตรฐานและตลาดแรงงาน รวมถึงอาจมีกลุ่มคนทำงานบางส่วนเปลี่ยนมาหารายได้จากการปล่อยเช่าสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มากขึ้นแทนการทำงานประจำ ซึ่งจะทำให้ลดแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะการทำงานเฉพาะ ซึ่งนั่นอาจจะก่อให้เกิดปัญหาความไม่สอดคล้องของการศึกษาต่อตลาดแรงงาน (กันทิมา วงศ์สถาปัตย์, ออนไลน์, 2559)

แนวคิดเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information and Communication Technology)

แนวคิดเศรษฐกิจแบบแบ่งปันเป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยน การขาย หรือให้เช่า โดยเป็นบริการที่ให้เข้าถึงความเป็นเจ้าของ ไม่ใช่แค่เพียงบริโภคทรัพยากรที่มีอยู่ให้หมดไป แต่เป็นการนำมาบริโภคให้เกิดประโยชน์สูงสุด คุ่มค่า และเท่าเทียมที่สุด โดยรูปแบบของธุรกิจนั้นมี 3 รูปแบบ คือ ธุรกิจสู่ผู้บริโภค (Business to Customer : B2C) บุคคลสู่บุคคล (People to People : P2P) และ ธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business : B2B) (Botsman, 2013)

การรับ การให้ หรือการแบ่งปันการเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านการประสานงานโดยการใช้บริการออนไลน์ การเติบโตของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันถูกเติมเต็มด้วยอินเทอร์เน็ต และสื่อกลางทางสังคม เป็นการดำเนินงานในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิม โดยใช้รูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคได้พบกัน ตัวต่อตัวเพื่อที่จะแจกจ่ายความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรของผู้อื่นได้ (Tussyadiah, 2015) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ เป็นกุญแจของกิจกรรมที่เกิดขึ้นร่วมกัน (Morgan and Hunt, 1994 : 20-38) โดยเน้นไปที่กระบวนการผสมผสานดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาใช้อย่างต่อเนื่องในโครงสร้างทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Daunoriene et al., 2015; Botsman & Roger, 2010; Martin, 2016) เทคโนโลยีสารสนเทศระดับเครือข่าย และการบริการบนระบบการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) เปิดโอกาสให้ผู้คนได้เข้าถึงทรัพยากรที่พวกเขาต้องการ และเชื่อมโยงให้คนเข้ากับทรัพยากรให้ง่ายและสะดวกขึ้นผ่านการคลิกเพียงครั้งเดียว (Posen, 2015 : 406-433) กิจกรรมการได้รับ การให้ และการแบ่งปันในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นกับรูปแบบบุคคลสู่บุคคล เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสารกันบนบริการออนไลน์ (Hamari et al., 2015) โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นสื่อกลางของเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน ที่มุ่งให้ความสนใจไปที่การหาวิธีในการเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ให้ง่ายและรวดเร็วขึ้น (Kapoor, 2014) กล่าวคือระบบนี้ทำให้กลุ่มคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้เท่าที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เทคโนโลยีนี้ยังถูกนำไปประยุกต์ใช้โดยผู้ค้าและเครือข่ายชุมชนระดับท้องถิ่นหรือคนทั่วไป เพื่อที่ใช้ในการเสาะแสวงหาการได้มาซึ่งความต้องการที่แตกต่างกัน (Martin et al., 2015) ครอบคลุม 4 กลุ่มนวัตกรรม คือ ระบบการแบ่งปันการจัดหาที่อยู่ การแบ่งปันการขับขี่หรือพาหนะ ตลาดการจ้างงานแบบบุคคลสู่บุคคล และการหมุนเวียนทรัพยากรแบบบุคคลสู่บุคคล

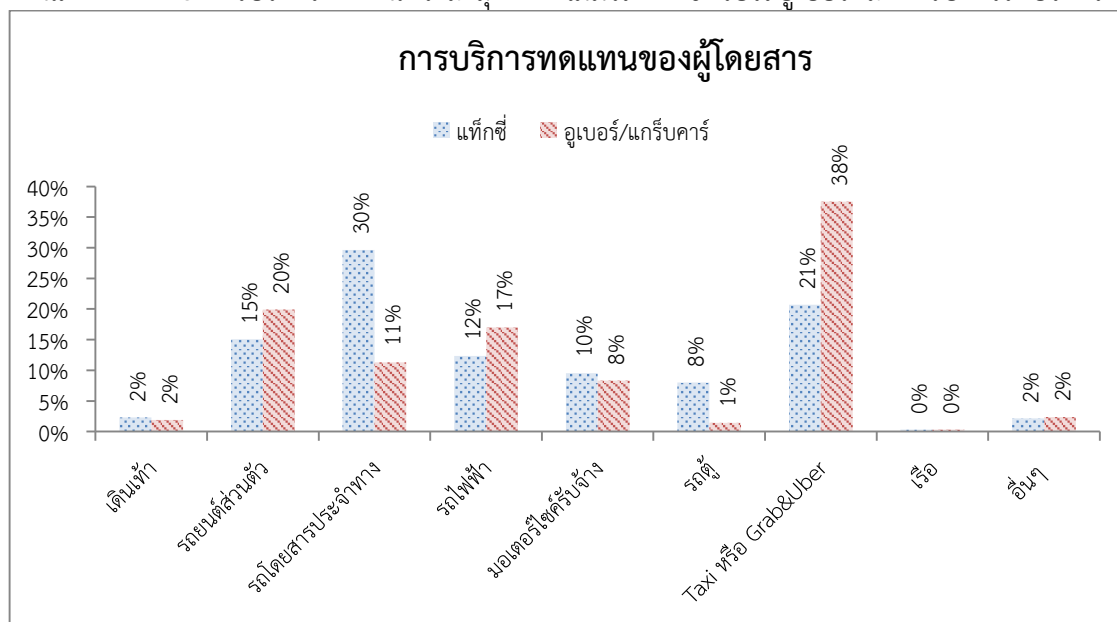
ความแพร่หลายของการใช้ Mobile Technology ยังสนับสนุนกิจกรรมทางการบริโภค โดยการดูแลพฤติกรรมผู้คนแบบอัตโนมัติ และแนะนำแนวทางการปรับปรุงที่เป็นไปได้ ความคิดนี้เป็นระบบที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความเคลื่อนไหว เพื่อช่วยในการวิเคราะห์หาโอกาสสำหรับการแบ่งปันรถ หรือการขับขี่ อีกทั้งยังแสดงถึงความเป็นไปได้ หรือแนวทางในการลดประเด็นที่เกี่ยวข้องด้านการจราจร (Bicocchi & Mamei, 2014 : 83-94) ดังนั้น ผู้ทำการวิจัยได้ยกเอากรณีของแอปพลิเคชันอูเบอร์ หรือแกรบ ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตที่เข้ามาช่วยเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่มีความต้องการบริโภคร่วมกัน 2 กลุ่มให้เกิดความกระตือรือร้นในการแบ่งปันทรัพยากรซึ่งกันและกัน (Matzler, Veider, & Kathan, 2015 : 70-76) มาใช้เป็นกรณีศึกษา และเป็นแนวทางในการพัฒนาการนำนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการสาธารณะของประเทศไทยในอนาคต

อุปสงค์ อุปทานการเดินทางของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการสำรวจข้อมูลแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารของ TDRI (2561 : 3-22 ถึง 3-29) สามารถสรุปได้ว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มักใช้ระยะเวลาเฉลี่ยสำหรับการเดินทางประมาณ 15 - 45 นาที โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางอยู่ในช่วงตั้งแต่ 50 บาทถึง 150 บาท ส่วนอัตราบรรทุกผู้โดยสาร (Load Factor: LF) ในการเดินทางแต่ละครั้งอยู่ที่ 1 ถึง 2 คน ต่อเที่ยว รูปแบบการใช้บริการของผู้โดยสารทั้งรถแท็กซี่ อุเบอร์ และแกร็บคาร์ส่วนใหญ่ชอบเรียกใช้บริการแบบทันที ไม่มีการจองล่วงหน้า และนิยมใช้บริการช่วงเวลากลางวัน ตั้งแต่ 09.00 ถึง 16.00 น. กล่าวคือ มักใช้บริการในช่วงเวลาไม่เร่งด่วน อีกทั้งระยะเวลาในการรอรถส่วนใหญ่ไม่ได้นานมากนัก (น้อยกว่า 15 นาที) ส่วนช่องทางที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่ชอบเรียกใช้บริการมี 2 ช่องทางคือ การโบกขางทางและการเรียกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร คือ ความสะดวกสบายและรวดเร็วของการเดินทาง ปัจจัยรองลงมาสำหรับกรณีผู้โดยสารรถอุเบอร์และแกร็บคาร์ คือ ผู้โดยสารสามารถทราบค่าเดินทางได้ล่วงหน้า ส่วนการใช้บริการทดแทนของผู้ใช้บริการทั้ง 2 รูปแบบ คือ

1. สำหรับผู้ใช้บริการรถแท็กซี่ มักจะเลือกใช้รถโดยสารประจำทางเป็นอันดับแรก ถ้าหากไม่มีรถโดยสารประจำทาง จึงค่อยเลือกใช้บริการรถอุเบอร์และแกร็บคาร์เป็นทางเลือกที่สอง
2. ผู้ใช้บริการรถอุเบอร์และแกร็บคาร์ มักจะเลือกใช้บริการรถแท็กซี่เป็นอันดับแรก และรถยนต์ส่วนตัวจะเป็นทางเลือกที่สองของการเดินทาง รายละเอียดตามแผนภาพที่ 2-3

แผนภาพที่ 2 - 3 การบริการทดแทนครั้งล่าสุด หากไม่มีรถแท็กซี่หรือรถอุเบอร์และแกร็บคาร์ให้บริการ



ที่มา : TDRI, 2561 : 3-24

แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพของตลาด และการปรับตัวเข้าสู่ตลาด

อุปสงค์ (Demand) สำหรับสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่ง ๆ หมายถึง ปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคมีความประสงค์จะซื้อในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ส่วนอุปทาน (Supply) ของสินค้าหรือบริการชนิดใด ๆ หมายถึง ปริมาณของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ๆ ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีความประสงค์หรือยินดีที่จะผลิตออกขายในช่วงเวลาหนึ่งที่ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น และดุลยภาพของตลาด (Market Equilibrium) หมายถึง ภาวะที่ตลาดเกิดความสมดุลหรือพอดีกันระหว่างอุปสงค์และอุปทาน หรือปริมาณซื้อและปริมาณขายที่ระดับราคาหนึ่ง ๆ โดยทั้งผู้ซื้อและผู้ขายไม่มีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนความต้องการซื้อและความต้องการขายของตนอีก ราคาที่ทำให้อุปสงค์เท่ากับอุปทาน หรือปริมาณซื้อเท่ากับปริมาณขาย เรียกว่า ราคาตลาด (Market Price) หรือราคาดุลยภาพ (Equilibrium Price) ส่วนปริมาณที่เท่ากัน คือ ปริมาณที่ตกลงซื้อขายกันเรียกว่า ปริมาณดุลยภาพ (Equilibrium Quantity) ทั้งนี้ เมื่อปริมาณซื้อไม่เท่ากับปริมาณขาย หากปริมาณขายมากกว่าปริมาณซื้อ หรือเกิดภาวะที่เรียกว่า อุปทานส่วนเกิน (Excess Supply) หรือเรียกกันทั่วไปว่า สินค้าล้นตลาด หรือของเหลือ (Surplus) ภาวะเช่นนี้จะเป็แรงผลักดันให้ราคามีแนวโน้มลดลง และผู้ผลิตจะปรับลดปริมาณขายลง ในทางตรงกันข้าม หากราคาต่ำกว่าราคาดุลยภาพทำให้ปริมาณซื้อมากกว่าปริมาณขาย หรือเกิดภาวะที่เรียกว่า อุปทานส่วนเกิน (Excess Demand) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า สินค้าขาดตลาด หรือ ขาดแคลนสินค้า (Shortage) ภาวะดังกล่าวจะผลักดันให้ราคาสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ กลไกราคาจะเป็นสัญญาณให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตปรับปริมาณการซื้อขายจนทำให้ตลาดเข้าสู่ดุลยภาพ (ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2556)

ทฤษฎีการให้อำนาจ (Empowerment Theory)

ทฤษฎีการให้อำนาจอธิบายถึงกระบวนการของการเกิดความเปลี่ยนแปลง (Cornell Empowerment Group, 1989) พัฒนาความสามารถในการตัดสินใจ และแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง เกิดความนับถือเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ทั้งนี้ มีผู้ให้ความหมายของการให้อำนาจไว้ ดังนี้

Rappaport (1987) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การให้อำนาจนั้นถ่ายทอดไปยังการรับรู้เกี่ยวกับการควบคุม หรือการมีอิทธิพลต่อตนเอง อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับอิทธิพลทางสังคมที่เป็นอยู่ พลังทางการเมือง และสิทธิ

Wallerstein & Bernstein (1988) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกระบวนการทางสังคมที่ส่งเสริมให้บุคคล องค์กร และชุมชน สามารถควบคุมตนเอง หรือมีความสามารถในการเลือก และกำหนดอนาคตของตนเอง ชุมชน และสังคม

Minkler (1990) กล่าวว่า เป็นกระบวนการที่บุคคลและชุมชนสามารถรับเอาอำนาจ และแสดงออกในการเปลี่ยนแปลงชีวิต และสิ่งแวดล้อมของพวกเขาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Zimmerman (2000) กล่าวว่า การให้อำนาจนั้นเป็นการที่แต่ละบุคคลและองค์กร มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันเพื่อที่จะเติมเต็มความต้องการและความกังวลพื้นฐานผ่านสังคมการเมือง และกลไกความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทั้งนี้ เพื่อตอบรับกับสิ่งที่คุกคามและมีผลต่อคุณภาพชีวิต

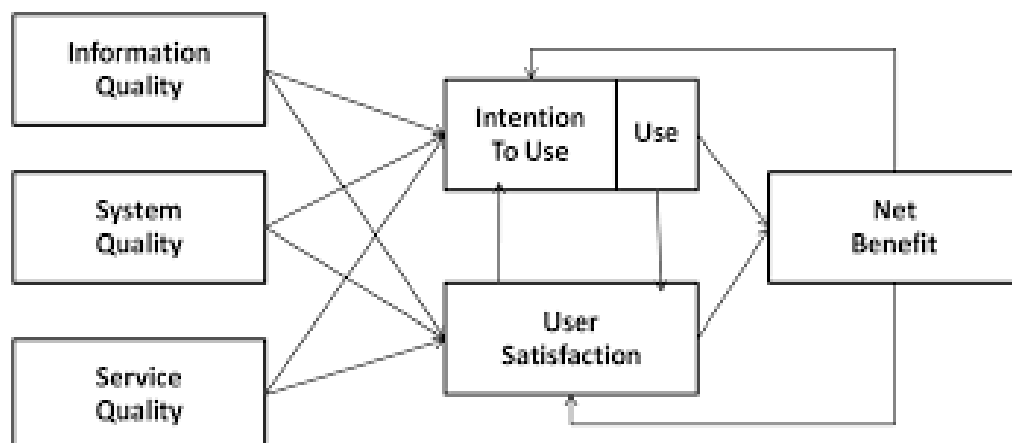
จากการทบทวนความหมายของการให้อำนาจ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปที่การให้อำนาจระดับชุมชน จากคำกล่าวของ Rappaport (1987) ว่า การให้อำนาจนั้นเป็นกระบวนการ กล่าวคือ เป็นกลไกที่ผู้คน องค์กร และชุมชนได้รับอำนาจในการควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยการวัดผลลัพธ์ที่ได้จากการให้อำนาจสามารถวัดได้ตามเกณฑ์อ้างอิงจาก Reininger (1994) ดังนี้

1. การเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานชุมชนที่แข็งแรง ซึ่งต้องประกอบไปด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งในด้านระบบการคมนาคม สุขภาพ การศึกษา สันทนาการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นทั้งในด้านอุปกรณ์ และการบริการ
2. การตอบสนองความต้องการและเข้าถึงการบริการ โดยการบริการต่าง ๆ จะถูกส่งต่ออย่างเป็นรูปแบบ ส่งเสริมการมีอำนาจต่อคนในชุมชน และต้องทำให้แน่ใจว่าได้รับการบริการที่ต้องการอย่างถูกต้องเหมาะสม และเติมเต็มความต้องการของแต่ละคนเพื่อที่จะสร้างคุณค่าให้กับตนเอง
3. ความรู้สึกปลอดภัย หากชุมชนได้รับการให้อำนาจเรื่องความปลอดภัย บุคคล กลุ่มหรือองค์กรจะมีความอิสระ มีความกล้าในการทำกิจกรรม การงานต่าง ๆ ร่วมกับผู้อื่นภายในชุมชน และชุมชนจะสามารถขยายหรือเติบโตขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การจัดการทรัพยากร ถึงแม้ว่าชุมชนจะเข้าถึงเป้าหมายแล้ว ทรัพยากรและการเมืองยังจะเป็นส่วนสำคัญทั้งกับกระบวนการและผลลัพธ์ของการให้อำนาจ

ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information Success Model)

งานวิจัยที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ คือ งานวิจัยของ DeLone และ McLean (2003) ซึ่งกล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง 6 มิติที่สำคัญที่สุดที่ทำให้กระบวนการของระบบสารสนเทศประสบความสำเร็จ หรือที่เรียกว่า DeLone and McLean IS Success Model ที่ปรากฏตามแผนภาพที่ 2 – 4 โดยได้แบ่งคุณภาพออกเป็น 3 มิติ คือ คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) คุณภาพระบบ (System Quality) และคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ซึ่งแต่ละตัวแปรควรแยกการวัดผลออกจากกัน เนื่องจากตัวแปรแต่ละตัวต่างก็ส่งผลต่อการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน กล่าวคือ มิติกระบวนการ (Process Sense) การใช้งานจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ส่วนมิติความเป็นเหตุเป็นผล (Causal Sense) ประสบการณ์จากการใช้งานในเชิงบวกจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งโดยทั่วไป ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นย่อมนำไปสู่ความตั้งใจและการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น ผลลัพธ์จากการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานจะก่อให้เกิดประโยชน์สุทธิ (Net Benefit)

แผนภาพที่ 2 – 4 โมเดลความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ได้รับการปรับปรุงของ ดีโลน และแมคคลีน (DeLone & McLean, 2003)



ที่มา : DeLone, W. H., & McLean, 2003 : 9-30

ทั้งนี้ คุณภาพทั้ง 3 มิติดังกล่าวมีผลมาจาก

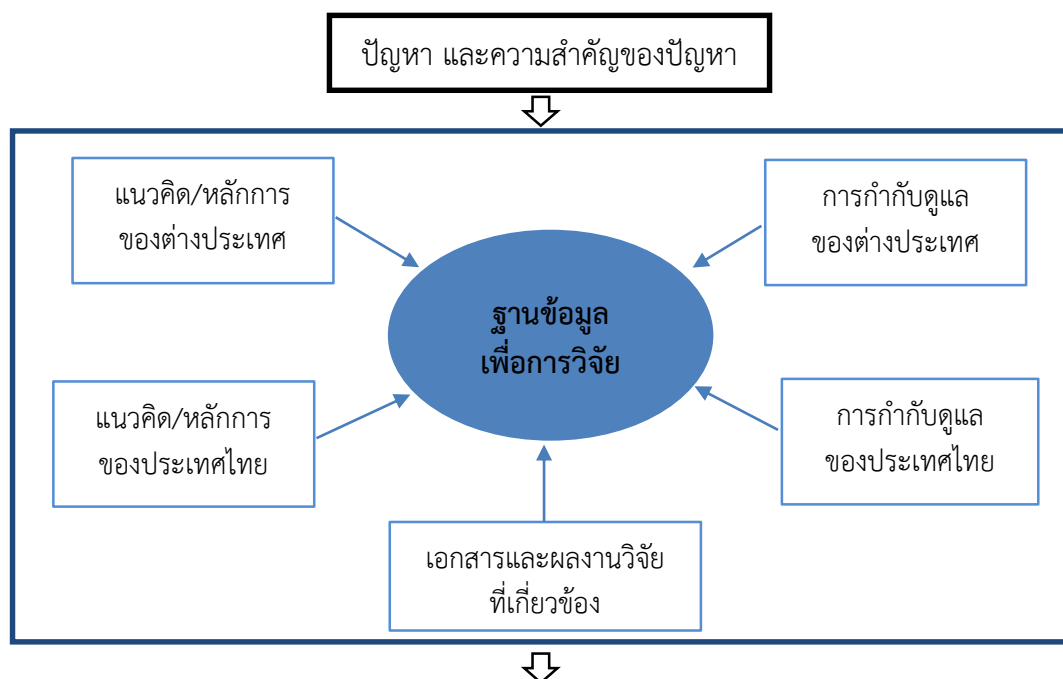
1. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) คือ การวัดคุณภาพของสารสนเทศที่ได้รับจากระบบสารสนเทศ (Output) ซึ่งมีขอบเขตของการวัดผล เช่น ความถูกต้อง ความแม่นยำ ความทันสมัย ความทันต่อเวลา ความสมบูรณ์ ความสั้นกระชับ ความสอดคล้องสัมพันธ์ เป็นต้น
2. คุณภาพของระบบ (System Quality) คือ การวัดผลกระบวนการทำงานของระบบสารสนเทศ ซึ่งมีขอบเขตของการวัดผล เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงระบบ ความยืดหยุ่นของระบบ การบูรณาการระบบ ระยะเวลาในการตอบสนอง การตระหนักในความคาดหวังของผู้ใช้งาน ความมีเสถียรภาพของระบบ เป็นต้น
3. คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของระบบสารสนเทศทั้งหมด ซึ่งมีขอบเขตของการวัดผล เช่น ความเชื่อถือไว้วางใจ ความรวดเร็วในการตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นต้น

บทวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถเรียกแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้โดยสาร

งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้โดยสาร ได้แก่ Rayle et al. (2557), Seesan et al. (2555) และสุธินี เชษฐพิณิต และธีรวัฒน์ จันทิก (2559) จากการเปรียบเทียบงานวิจัยทั้ง 3 ฉบับ ปรากฏว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการศึกษาโดยงานของ Rayle et al. (2557) จะศึกษาพฤติกรรมและลักษณะการเดินทาง สาเหตุและแรงจูงใจของผู้ใช้บริการรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน (Ride-sourcing) ส่วน Seesan et al. (2555) จะศึกษาถึงพฤติกรรมและปัญหาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันแท็กซี่เฟรนด์ (Taxi friend) ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ และสุธินี เชษฐพิณิต และธีรวัฒน์ จันทิก (2559) จะศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรม รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทั้ง 3 งานวิจัย มีวิธีการศึกษาที่เหมือนกัน โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการตอบแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกแท็กซี่ โดย Seesan et al. (2555) และ สุธินี เขมฐฐพินิต และธีรวัฒน์ จันทิก (2559) จะศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเหมือนกัน ส่วนงานของ Rayle et al. (2557) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาอยู่ในเมือง San Francisco ทั้งนี้ ข้อค้นพบในการศึกษาของงานวิจัยทั้ง 3 ฉบับนั้น มีข้อค้นพบที่แตกต่างกัน ดังนี้ งานวิจัยของ Rayle et al. (2557) พบว่า ผู้ใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน เลือกใช้บริการช่วงเวลาเร่งด่วน และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมือง ส่วนเหตุผลสำหรับการใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน ได้แก่ ใช้เวลาในการเรียกรถไม่นาน ไม่ต้องเรียกรถแท็กซี่จากข้างทาง และมีความแน่นอนกว่า รวมถึงสามารถเข้ามาแก้ไขข้อบกพร่องในระบบขนส่งสาธารณะและถือเป็นคู่แข่งทางการตลาดสำหรับรถแท็กซี่ทั่วไป ด้านงานวิจัยของสุธินี เขมฐฐพินิต และธีรวัฒน์ จันทิก (2559) พบว่า ความสะดวกสบายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ คือ ช่องทางการให้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ดาวน์โหลดได้ง่าย ขณะที่ Seesan et al. (2555) พบว่า ผู้โดยสารมีความต้องการด้านความปลอดภัย โดยคำนึงถึงการแจ้งเหตุฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็ว สามารถตรวจสอบค่าโดยสารและรายงานพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับผู้ขับรถแท็กซี่ได้ พร้อมทั้งมีการบันทึกข้อมูลการเดินทาง ประวัติผู้ขับ และการบอกตำแหน่ง รวมถึงการกำหนดเส้นทางเพื่อไปยังจุดหมาย ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้มีจุดที่น่าสนใจ คือ งานวิจัยนี้ได้ศึกษาในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งในขณะนั้น ประเทศไทยยังไม่มีบริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน (Ride-sharing Applications) แต่ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการในการใช้แอปพลิเคชันเรียกแท็กซี่ที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าปัญหาการให้บริการแท็กซี่แบบดั้งเดิมเป็นปัญหาที่สะสมและการให้บริการแอปพลิเคชันเรียกแท็กซี่จึงอาจเป็นหนึ่งในการแก้ไขปัญหาการให้บริการของแท็กซี่แบบดั้งเดิมได้

กรอบแนวคิดของการวิจัย





สรุป

แนวทางการพัฒนา/ปรับปรุง/กำหนดนโยบาย

ผู้วิจัยเห็นว่าการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการสาธารณะของประเทศไทยจะต้องพิจารณา “นโยบายสาธารณะ” เป็นสำคัญ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานหรือบุคลากรของรัฐในการแก้ไขปัญหาและสร้างความแตกต่างให้กับสังคมส่วนรวม ทั้งนี้ การกำหนดองค์กรหรือหน่วยงาน หลักการในการกำกับดูแล การกำหนดอัตราค่าโดยสาร อุปสงค์ อุปทาน และการปรับตัวเข้าสู่ตลาด รวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้กับรถแท็กซี่ของแต่ละประเทศ ก็นำมาจากทฤษฎี หรือแนวคิดที่แตกต่างกันไป จะมากหรือน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับสถานะแวดล้อมทางสังคมเป็นตัวกำหนดที่สำคัญ

ปัจจุบัน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเปิดโอกาสและ การวิเคราะห์ปัญหา ช่วยในการเชื่อมโยงให้ผู้คนได้เข้าถึงทรัพยากรที่ต้องการ ได้โดยง่าย และสะดวกขึ้น

ซึ่งกรอบแนวคิดทฤษฎีตัวแบบ DeLone and McLean IS Success Model สามารถอธิบายแนวคิดคุณภาพต่าง ๆ ที่แอปพลิเคชันจะสามารถพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของการของผู้ใช้งานได้มากขึ้น โดยเฉพาะแอปพลิเคชันสำหรับการเดินทางแบบแบ่งปัน หรือการให้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน (Ride-sharing Applications)

บทที่ 3

รูปแบบและการกำกับดูแลการให้บริการรถสาธารณะ

กรมการขนส่งทางบกเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำหนดรูปแบบและการกำกับดูแลการให้บริการรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งหมายถึง รถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง ประกอบด้วย รถโดยสารประจำทางหมวด 1 กทม. (ให้บริการในเส้นทางซึ่งมีระยะทางส่วนใหญ่อยู่ภายในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดที่มีเส้นทางต่อเนื่อง) รถโดยสารประจำทางหมวด 4 กทม. (ให้บริการในเส้นทางสายหลัก และเส้นทางสายย่อยระหว่างจุดต้นทางและปลายทางอยู่รอบเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมถึงรถเมล์เล็กในซอยหรือรถสองแถวด้วย) รถโดยสารประจำทางหมวด 2 (ให้บริการในเส้นทางที่มีจุดเริ่มต้นหรือปลายทางระหว่างกรุงเทพมหานครไปจังหวัดหรืออำเภอต่างๆ) รถโดยสารประจำทางหมวด 3 (ให้บริการในเส้นทางที่มีจุดเริ่มต้นในจังหวัดหนึ่งและไปสิ้นสุดเส้นทางในอีกจังหวัดหนึ่งในส่วนภูมิภาค) รถโดยสารประจำทางหมวด 1 ภูมิภาค (ให้บริการในเส้นทางซึ่งมีระยะทางส่วนใหญ่อยู่ภายในเขตเทศบาลใดเทศบาลหนึ่ง) รถโดยสารประจำทางหมวด 4 ภูมิภาค (ให้บริการในเส้นทางที่มีจุดต้นทางปลายทางอยู่ระหว่างจังหวัดกับอำเภอในจังหวัดเดียวกันหรือระหว่างอำเภอกับอำเภอภายในจังหวัดเดียวกัน) รถแท็กซี่ (รถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคน) และรถจักรยานยนต์สาธารณะ (รถจักรยานยนต์ซึ่งใช้รับจ้างบรรทุกคนโดยสาร แต่ไม่รวมถึงรถจักรยานยนต์ที่มีพ่วงข้างและรถจักรยานที่ติดเครื่องยนต์)

ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารจัดการ กำกับ ดูแล ตลอดจนส่งเสริมการขนส่งคนโดยสารด้วยรถสาธารณะ (โดยเฉพาะรถแท็กซี่) เป็นไปอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน จึงต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและการกำกับดูแลการให้บริการรถสาธารณะของประเทศไทย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาแนวทางการนำนวัตกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะของประเทศไทย ในอนาคต

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคม

การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทยมุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต พฤติกรรมการเดินทางของผู้คนและรูปแบบในการทำธุรกิจ และความต้องการในการเดินทาง การกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น และบริบทการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง จะต้องสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการ มีความทันสมัย และรองรับการเจริญเติบโตในอนาคต ตลอดจนยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ดังนั้น ในการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งจึงต้องคำนึงถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การขนส่งที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green and Safe Transport) มุ่งเน้นการจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่ปลอดภัยได้มาตรฐาน สนับสนุนการคมนาคมที่ไม่ใช้เครื่องยนต์ พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะหรือขนส่งมวลชนโดยเฉพาะการขนส่งทางน้ำและทางราง พัฒนา

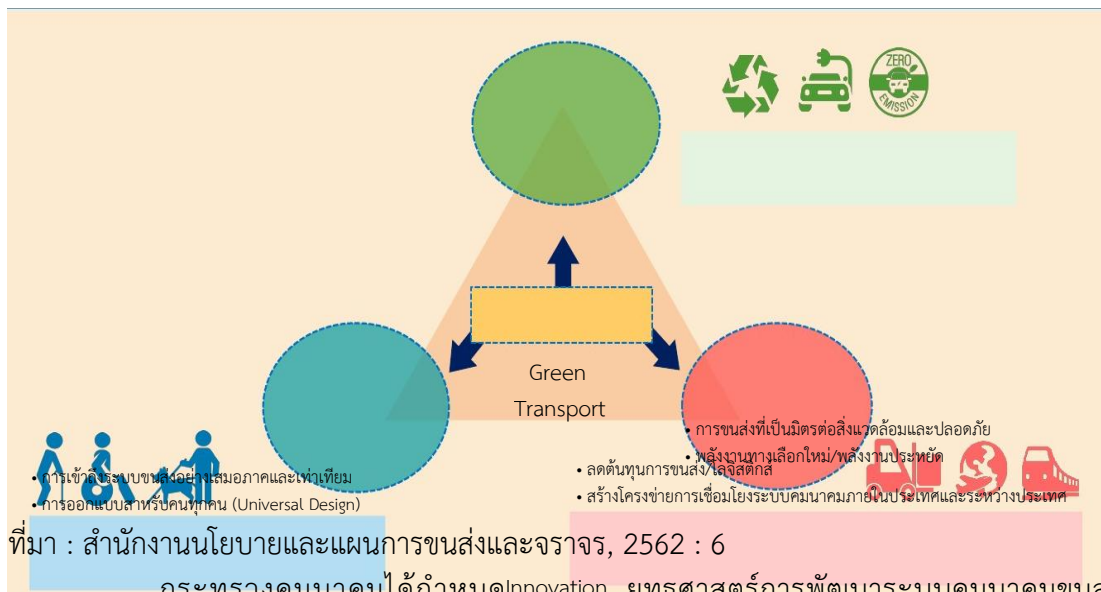
สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมการลดใช้รถยนต์ส่วนบุคคล และให้มีการปรับเปลี่ยนมาใช้พลังงานสะอาดหรือพลังงานทางเลือก และเทคโนโลยีด้านการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ (Transport Efficiency) โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เชื่อมโยงฐานการผลิต แหล่งเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ประตูการค้าและสถานที่ท่องเที่ยว เชื่อมต่อรูปแบบการขนส่งต่าง ๆ และเชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักในภูมิภาค นอกจากนี้ พัฒนาแนวทางการใช้ระบบขนส่งอัจฉริยะ (Intelligent Transport Systems: ITS) และเทคโนโลยีในการยกระดับการให้บริการขนส่งและบริหารจัดการระบบคมนาคมขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3. ระบบคมนาคมขนส่งที่เข้าถึงได้อย่างเสมอภาคและเท่าเทียม (Inclusive Transport) ต้องรองรับผู้ใช้งานได้ทุกกลุ่ม (Transport for All) เพื่อให้สามารถเข้าถึงการบริการขนส่งได้อย่างสะดวก (Accessibility) มีค่าโดยสารที่เหมาะสม (Affordability) และมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ แนวคิดในการพัฒนาระบบคมนาคมทั้ง 3 ประเด็น ตามแผนภาพที่ 3 - 1 จะต้องส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาในการนำเครื่องมือด้านนวัตกรรมและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งและการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในทุกขั้นตอน

แผนภาพที่ 3 - 1 แนวคิดในการพัฒนาระบบคมนาคมในอนาคต



กระทรวงคมนาคมได้กำหนดInnovation ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทยระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) และ Inclusive Transport แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ตลอดจนการก้าวสู่การเป็น ประเทศไทย 4.0 โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการระบบคมนาคมขนส่ง (Integrated Transport Systems)

(1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การขนส่ง และการบริการทุกรูปแบบ โดยบูรณาการแผนงาน/โครงการกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(2) การบริหารจัดการ (Management) ระบบคมนาคมขนส่ง โดยเฉพาะการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริการของภาคคมนาคมขนส่ง (Transport Services)

(1) การขนส่งสินค้า การยกระดับการให้บริการ และการบริหารจัดการในการอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

(2) การขนส่งผู้โดยสาร การจัดให้มีบริการภาคคมนาคมขนส่งเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางของประชาชนทั้งปริมาณและคุณภาพ ได้มาตรฐานสากล และสามารถให้บริการแก่ประชาชนทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึง เพียงพอ มีค่าโดยสารที่เหมาะสม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนา ปรับปรุงกฎหมาย กำกับดูแล และปฏิรูปองค์กร (Regulations and Institution)

(1) การปรับโครงสร้างองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านคมนาคมขนส่งให้มีบทบาทที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานในแต่ละด้านมีความชัดเจน มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานสากล

(2) กฎหมายและการบังคับใช้ เป็นเครื่องมือสำคัญในการควบคุม กำกับ และส่งเสริมการดำเนินงานด้านคมนาคมขนส่ง เพื่อให้กฎหมายมีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ สังคม บริบทการค้าการลงทุนที่เปลี่ยนแปลงไป

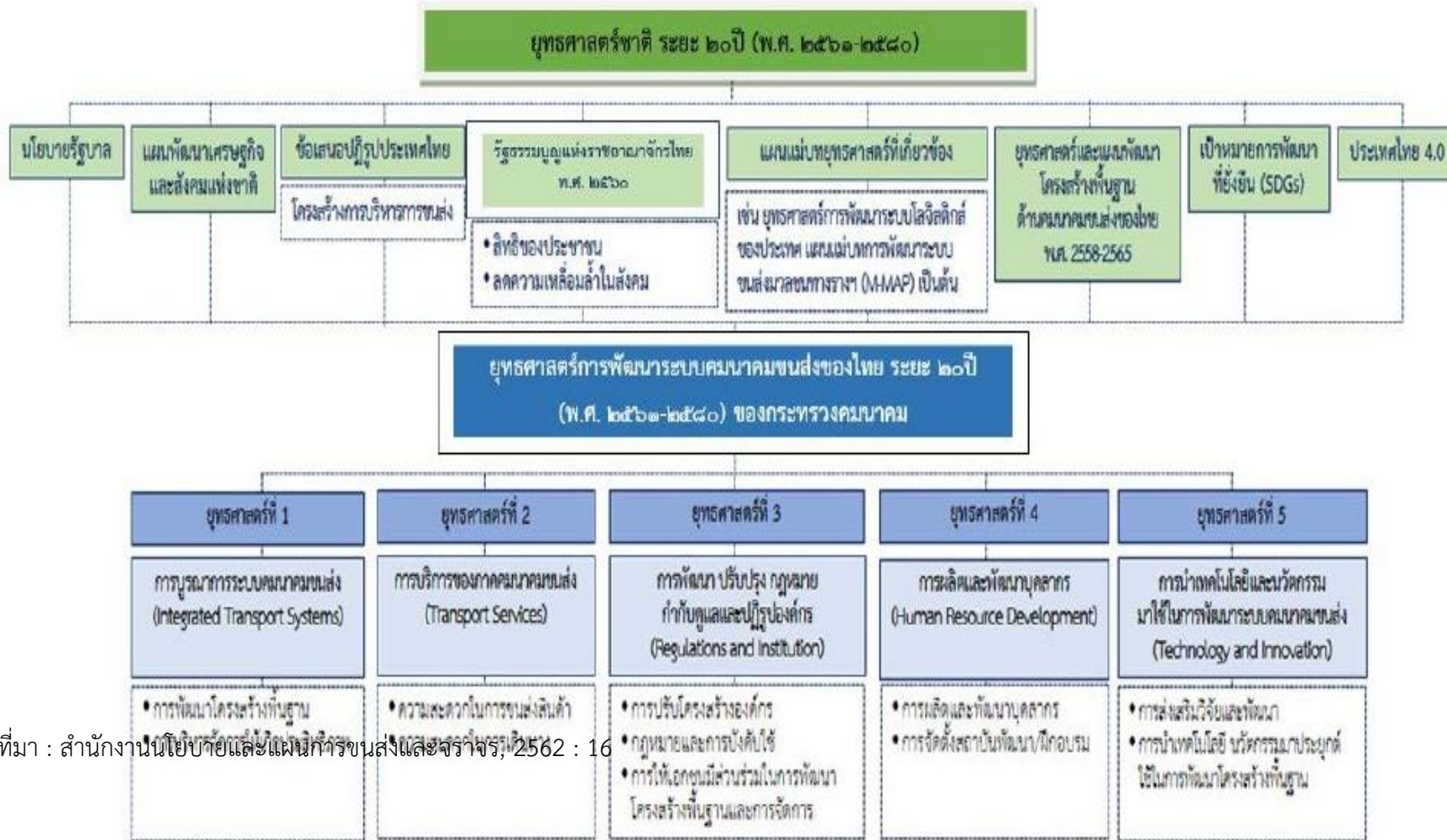
(3) การเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริหารจัดการด้านคมนาคมขนส่ง (Public Private Partnership: PPP)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การผลิตและพัฒนาบุคลากร (Human Resource Development)
เพื่อให้มีบุคลากรด้านการคมนาคมขนส่งที่มีคุณภาพ เพียงพอ รองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมด้านคมนาคมขนส่งทั้งภายในประเทศและในระดับภูมิภาค อีกทั้งยังเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง (Technology and Innovation)

ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และระบบเทคโนโลยีอัจฉริยะต่าง ๆ มาปรับใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และบริหารจัดการด้านคมนาคมขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ตามรายละเอียดที่ปรากฏในแผนภาพที่ 3 – 2

แผนภาพที่ 3 – 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทยระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)

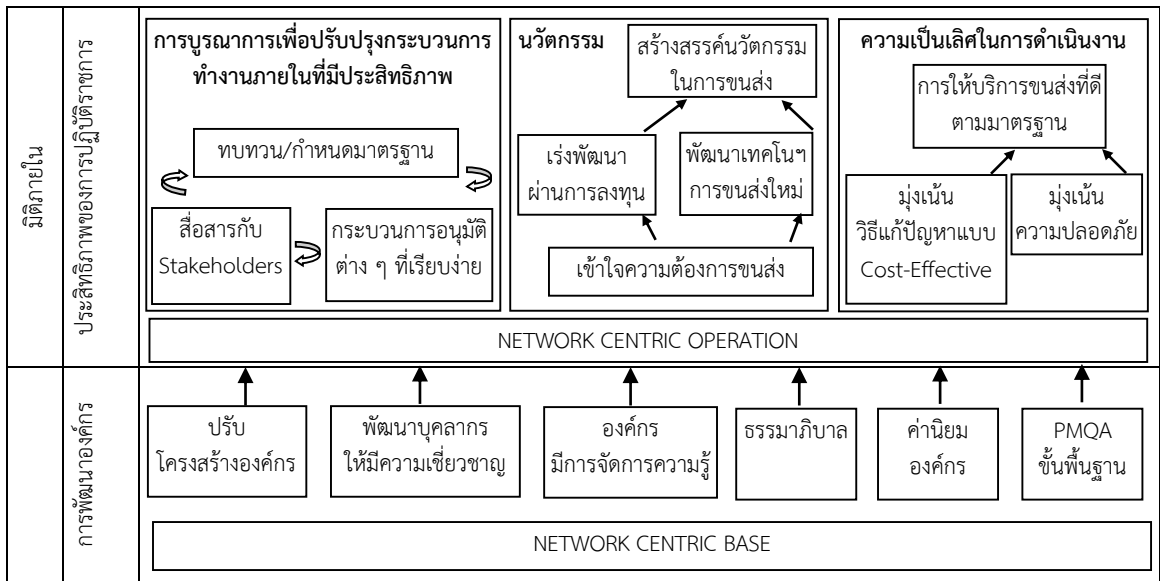


ที่มา : สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2562 : 16

ยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบก

การขนส่งทางถนนเป็นการขนส่งหลักของประเทศมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 80 จึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวันของคนไทยทุกคนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และอื่น ๆ เนื่องจากการขนส่งทางถนนสามารถเข้าถึงได้ทุกที่หรือที่เรียกว่า Door to Door และการลงทุนในการขนส่งใช้เงินลงทุนไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับ การขนส่งประเภทอื่น รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีความสะดวกและมีประสิทธิภาพในการขับขี่อย่างไม่หยุดยั้ง แต่การขนส่งทางถนนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาทั้งปัญหาอุบัติเหตุ มลพิษจากการใช้รถ การใช้พลังงานในภาคการขนส่ง จึงอาจก่อให้เกิดความไม่มีประสิทธิภาพและส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ ดังนั้น แผนยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบก พ.ศ. 2559 - 2564 จึงมุ่งเน้นบทบาทของกรมการขนส่งทางบกในการเป็นหน่วยงานควบคุม กำกับดูแลการขนส่งทางถนน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการขนส่งทางถนนที่มีความสมดุล แต่ยังคงจุดแข็งในเรื่องการบริการที่เป็นเลิศด้วยนวัตกรรมและธรรมาภิบาล โดยมีหลักการของแผนยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบกฉบับใหม่ ดังนี้

1. น้อมนำยุทธศาสตร์พระราชทาน “เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา” และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ความมีเหตุผล พอประมาณ การมีภูมิคุ้มกัน” มาใช้เป็นพื้นฐานในการปฏิบัติราชการ
 2. วิสัยทัศน์ประเทศไทยปี พ.ศ. 2558 - 2563 “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”
 3. แนวทางการปฏิบัติงานของนโยบายรัฐบาล “ทำก่อน ทำจริง ทำทันที เกิดผลสัมฤทธิ์ และยั่งยืน”
 4. ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564)
 5. นโยบายกระทรวงคมนาคมในการทำงานเป็นเครือข่าย Network Centric Base/ Operation และอยู่บนหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และยึดผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก
 6. ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) และแผนยุทธศาสตร์กระทรวงคมนาคม พ.ศ. 2560 - 2564
 7. หลักการใช้ตัวชี้วัดเป็นเครื่องมือในการประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อการพัฒนา โดยให้มีการพัฒนาตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Performance Indicators) ให้ครอบคลุมทุกมิติของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 8. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้เป้าประสงค์ในอีก 5 ปี บรรลุผล
- แผนยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบก พ.ศ. 2559 – 2564 (ฉบับทบทวนปี พ.ศ. 2562) กำหนดให้
- วิสัยทัศน์ คือ “เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในการควบคุม กำกับ ดูแล ระบบการขนส่งทางถนน ให้มีคุณภาพและปลอดภัย พ.ศ. 2559 - 2564” โดยคำอธิบายวิสัยทัศน์มี 3 องค์ประกอบ ดังนี้
- องค์ประกอบที่ 1 ระบบการขนส่งทางถนนให้มีความปลอดภัย



ที่มา : กรมการขนส่งทางบก, 2560 : 5

ภาพรวมการบริหารจัดการรถสาธารณะในประเทศไทย

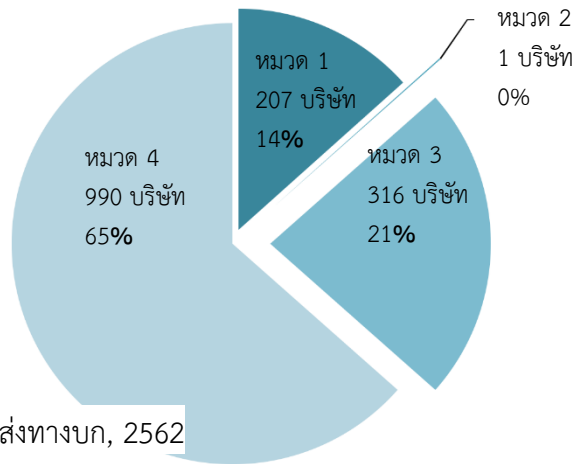
การขนส่งรถโดยสารสาธารณะในการกำกับดูแลของกรมการขนส่งทางบกพบว่า ถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

รถโดยสารประจำทาง หมายถึง “รถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารเพื่อสินจ้างตามเส้นทางที่กำหนด” ซึ่งเป็นกลุ่มที่กรมการขนส่งทางบกกำกับดูแลทั้งในด้านเส้นทาง มาตรฐานรถ จำนวนรถ จำนวนผู้ประกอบการ การออกใบอนุญาต และค่าโดยสาร เป็นต้น

รถโดยสารไม่ประจำทาง หมายถึง “รถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารเพื่อสินจ้างโดยไม่จำกัดเส้นทาง” ซึ่งเป็นกลุ่มที่กรมการขนส่งทางบกไม่มีอำนาจในการเข้าไปกำกับดูแลในประเด็นต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกับรถโดยสารประจำทาง เพียงแต่มีหน้าที่ในการออกใบอนุญาต ควบคุมมาตรฐานรถ และควบคุมการดำเนินงานของผู้ประกอบการ มิให้กระทำการขนส่งอันมีลักษณะเช่นเดียวหรือคล้ายกับผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งประจำทาง หรือมีลักษณะเป็นการแย่งผลประโยชน์กับผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งประจำทางในเส้นทางเดียวกัน

ประเทศไทยมีผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางรวมกว่า 1,515 ราย ในเส้นทางเดินรถครอบคลุมทั่วประเทศ โดยผู้ให้บริการประกอบไปด้วยผู้ให้บริการหมวด 4 (เส้นทางภายในเขตจังหวัด) จำนวน 990 บริษัท รองลงมาด้วยหมวด 3 (เส้นทางระหว่างจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่กรุงเทพมหานคร) จำนวน 316 บริษัท หมวด 1 (ภายในเขตกรุงเทพมหานคร เทศบาล สุขาภิบาล เมือง และเส้นทางต่อเนื่อง) จำนวน 207 บริษัท และหมวด 2 (เส้นทางที่มีจุดเริ่มต้นจากกรุงเทพมหานครไปยังส่วนภูมิภาค) จำนวน 1 บริษัท (บริษัท ขนส่ง จำกัด) ดังแสดงในแผนภาพที่ 3 – 4

แผนภาพที่ 3 – 4 จำนวนผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง (บริษัท,%)



ที่มา : สถิติกรมการขนส่งทางบก, 2562

กรมการขนส่งทางบกมีการกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินการในด้านต่าง ๆ เพื่อการบริหารจัดการรถโดยสารสาธารณะให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงคมนาคม เช่น การรับรองมาตรฐานรถโดยสารสาธารณะ (Qualified Public Bus : Q-Bus) เพื่อส่งเสริมความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน โดยการยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยที่สูงกว่ามาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดอย่างเป็นระบบและยั่งยืน สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสารที่มาใช้บริการครอบคลุมรถโดยสารสาธารณะทั้งประเภทประจำทางและไม่ประจำทาง ทั้งยังคัดกรองผู้ประกอบการที่ให้บริการไม่ปลอดภัยออกจากระบบ

การติดตั้ง GPS Tracking พร้อมเครื่องแสดงตัวผู้ขับรถ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 เริ่มกำหนดให้รถโดยสารสาธารณะทุกคันต้องติดตั้ง GPS Tracking พร้อมเครื่องแสดงตัวผู้ขับรถ โดยมีเป้าหมายให้รถโดยสารสาธารณะที่วิ่งให้บริการบนท้องถนนมีความปลอดภัยและลดปัจจัยเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยการควบคุม กำกับ ติดตามพฤติกรรมกรรมการใช้รถใช้ถนนทั้งในเรื่องความเร็ว ชั่วโมงการขับรถ การใช้ใบอนุญาตขับรถที่ถูกต้อง ประชาชนยังสามารถติดตามตรวจสอบการเดินทางทุกคันผ่านแอปพลิเคชัน DLT GPS

ทั้งนี้ กรมการขนส่งทางบกยังมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการรถแท็กซี่ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการเดินรถแท็กซี่ เพื่อเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชน และเพิ่มช่องทางการทราขายได้ให้กับผู้ให้บริการแท็กซี่ โดยการกำหนดให้รถแท็กซี่ที่จดทะเบียนใหม่ทุกคันติดตั้งเครื่องบันทึกการเดินทางของรถ ประกอบด้วยอุปกรณ์ GPS Tracking ซึ่งเป็นระบบติดตามรถแบบ Real Time พร้อมอุปกรณ์แสดงตัวผู้ขับที่ใช้กับใบอนุญาตขับรถสาธารณะที่กรมการขนส่งทางบกออกให้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งนี้ จะต้องสามารถส่งข้อมูลระยะทาง เวลา พิกัดตำแหน่งรถ เส้นทางการเดินทาง ความเร็วรถ ค่าโดยสารจากมิเตอร์ และระบบตรวจสอบความผิดปกติของค่าโดยสาร มีระบบกล้องถ่ายภาพภายในรถแบบ Snap Shot เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้ผู้ขับรถและผู้โดยสาร รวมถึงมีปุ่มฉุกเฉินหรือปุ่ม Emergency สำหรับผู้โดยสารที่สามารถส่งข้อมูลมายังศูนย์ให้บริการรถแท็กซี่และกรมการขนส่งทางบกเพื่อขอความช่วยเหลือได้แบบทันที โดยมีอุปกรณ์ปรากฏในแผนภาพที่ 3 – 5

แผนภาพที่ 3 – 5 มาตรฐานการให้บริการแท็กซี่ของกรมการขนส่งทางบกภายใต้โครงการ TAXI OK



ที่มา : กรมการขนส่งทางบก, 2560

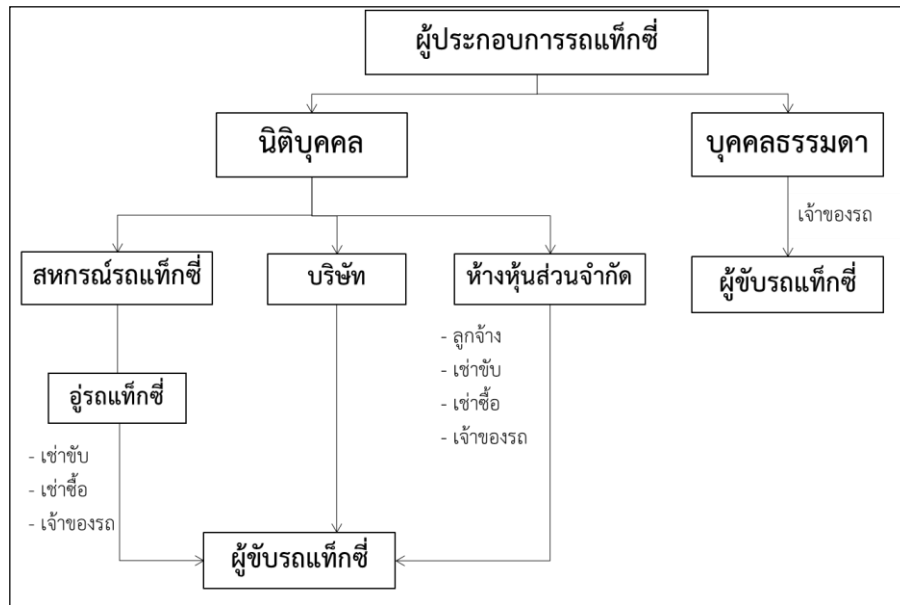
โครงสร้างการตลาด รูปแบบการประกอบการ ความต้องการใช้บริการ

ปัจจุบันรถแท็กซี่เป็นรูปแบบการให้บริการขนส่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงตามหัวเมืองใหญ่ในจังหวัดอื่นๆ เพราะมีความสะดวกสบาย สามารถเรียกใช้บริการได้จากบริเวณข้างทาง และรับ-ส่งถึงจุดหมายปลายทางได้ หากพิจารณาจากโครงสร้างการประกอบการรถแท็กซี่ตั้งแผนภาพที่ 3 - 6 ผู้ประกอบการรถแท็กซี่สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 คือ

1. นิติบุคคลหรือองค์กรธุรกิจ ได้แก่ การประกอบธุรกิจในรูปแบบของบริษัทจำกัด (บจก.) ห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.) และสหกรณ์รถแท็กซี่

2. บุคคลธรรมดาหรือการให้บริการในนามส่วนบุคคล
โดยทั้งสองรูปแบบถือเป็นการประกอบการอย่างเป็นทางการตามที่กฎหมายกำหนด

แผนภาพที่ 3 - 6 โครงสร้างการประกอบการของรถแท็กซี่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล



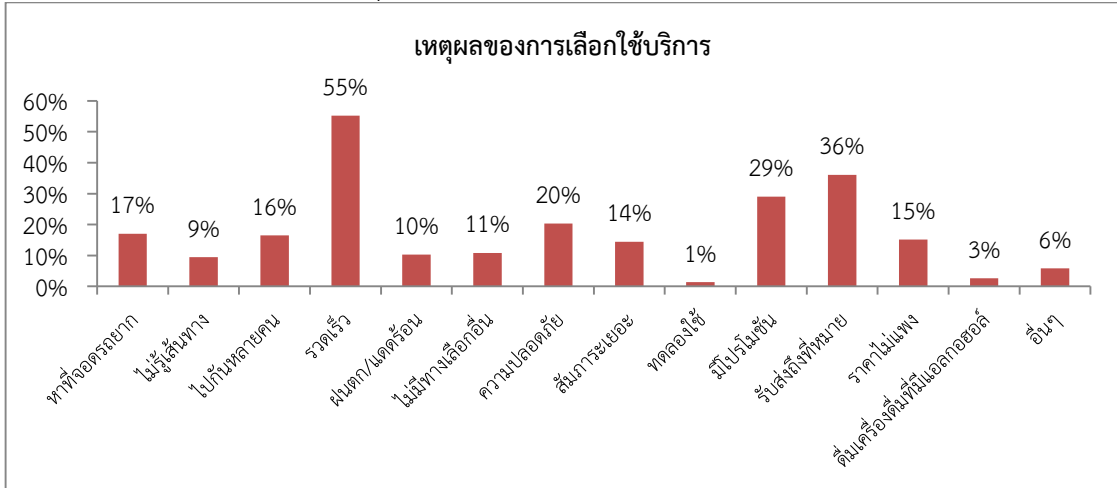
ที่มา: TDRI, 2561 : 5-3

รูปแบบการประกอบการของรถแท็กซี่หลัก ๆ มี 2 รูปแบบ คือ นิติบุคคล ในรูปสหกรณ์รถแท็กซี่ และบุคคลธรรมดา โดยพนักงานขับรถแท็กซี่ของสหกรณ์มักจะเช่าขับ ไม่ได้เป็นเจ้าของรถ ส่วนแท็กซี่ส่วนบุคคล (เที่ยว-เหลือเอง) ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของรถเองแต่ยังมีภาระที่ต้องผ่อนรถ จากผลการสำรวจข้อมูลของ TDRI (2561) พบว่า ค่าใช้จ่ายหลักของพนักงานขับรถแท็กซี่ ได้แก่ ค่าผ่อนรถ หรือค่าเช่ารถ ค่าเชื้อเพลิง และค่าซ่อมบำรุง ขณะที่รายได้จะมาจากค่าโดยสารเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้รายได้สุทธิของพนักงานขับรถแท็กซี่บางประเภทยังอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะประเภทเจ้าของรถ และมีภาระผ่อนรถ กับประเภทเช่าขับ ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้มีภาระการผ่อนหรือค่าเช่ารถค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม พนักงานขับรถแท็กซี่จะชอบให้บริการในระยะทางไกลและให้บริการนอกเขตเมือง เนื่องจากมีโอกาสที่จะได้รายได้ต่อเที่ยวค่อนข้างสูงและสภาพจราจรไม่ติดขัดจึงไม่สิ้นเปลืองเชื้อเพลิงมากนัก อีกทั้งมีประเด็นเรื่องโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เอื้ออำนวย คือ ในเขตเมืองสถานีแก๊สยังมีกระจายไม่ทั่วถึง

ช่องทางการให้บริการของพนักงานขับรถแท็กซี่จะมี 2 ช่องทาง คือ การรับผู้โดยสารจากการโบกข้างถนน (Hailing) และการรับผู้โดยสารผ่านทางแอปพลิเคชัน ซึ่งส่วนใหญ่มักจะให้บริการผ่านช่องทางแรกมากกว่า ในส่วนของรูปแบบการให้บริการของผู้โดยสารส่วนใหญ่มีทั้งรถแท็กซี่ อุเบอร์ และแกร็บคาร์ ซึ่งผู้โดยสารในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลชอบความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการเดินทาง เนื่องจากรถเหล่านี้สามารถรับ-ส่งถึงที่หมาย โดยที่ไม่จำเป็นต้องต่อรถ ดังแผนภาพที่ 3 – 7 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทาง คือ สภาพของรถ ความสุภาพของพนักงานขับรถ ระยะเวลาในการรอรถ และการทราบอัตราค่าโดยสารล่วงหน้า (กรณีที่เรียกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน หรือศูนย์วิทยุ) สำหรับการเลือกรูปแบบการเดินทางทดแทน ผู้โดยสารจะใช้บริการรถโดยสารประจำทางหรือใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ดังแผนภาพที่ 3 – 8 ส่วนคุณภาพของการให้บริการผู้โดยสารเห็นว่าประเด็นที่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้โดยสารได้ คือ ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์

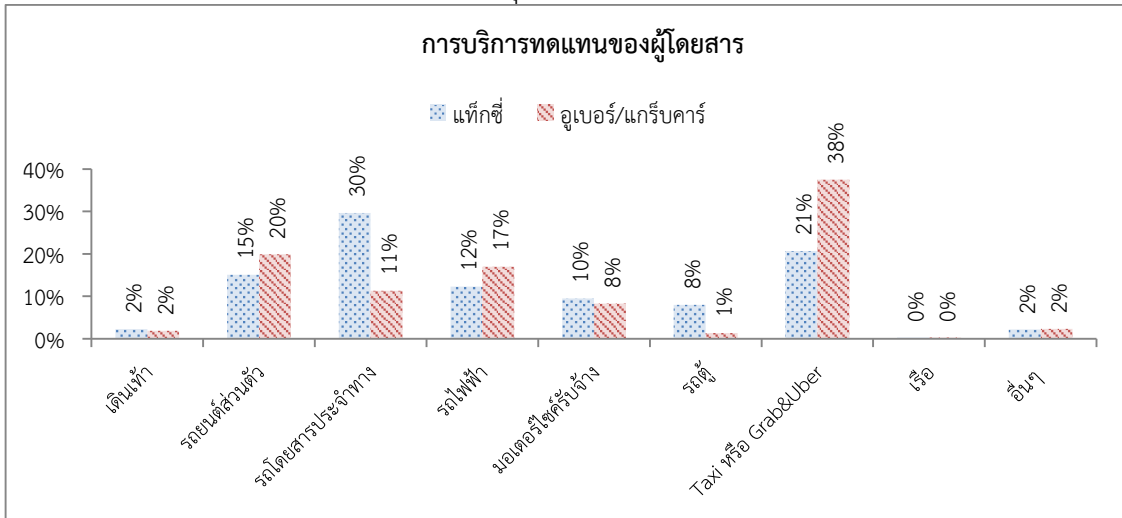
ของพนักงานขับรถ ระยะเวลาในการรอรถ และอัตราค่าโดยสาร ซึ่งในการให้บริการบางรูปแบบยังมีอัตราในระดับที่สูงเกินไป

แผนภาพที่ 3 – 7 : ปัจจัยหรือเหตุผลของการเลือกใช้บริการ



ที่มา: TDRI, 2561 : 3-23

แผนภาพที่ 3 – 8 : การบริการทดแทนครั้งล่าสุด



ที่มา: TDRI, 2561 : 3-24

การกำกับดูแลตลาดการให้บริการ

ประเทศไทยเคยกำหนดเงื่อนไขการเข้าสู่ตลาด จำกัดปริมาณรถแท็กซี่ในระบบ และอนุญาตให้มีการซื้อขายทะเบียนรถแท็กซี่ แต่ปัจจุบันประเทศไทยเปลี่ยนมาใช้ระบบเปิดเสรี โดยกฎหมายกำกับดูแลจำนวนรถแท็กซี่เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2517 มีกฎกระทรวงกำหนดเงื่อนไขในการประกอบกิจการ (การเข้าสู่ตลาด) เช่น ทุนจดทะเบียนและจำนวนรถยนต์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2519 มีการแก้ไขกฎกระทรวงโดยผ่อนผันกฎเกณฑ์ลงเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรวมตัวกันได้ง่ายขึ้น ทำให้ในช่วงเวลาดังกล่าวเกิดผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบมากขึ้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 เกิดปัญหาราคา

ป้ายทะเบียนที่สูงขึ้นเป็นอย่างมากก่อให้เกิดต้นทุนที่สูง ประกอบกับการไม่มีกฎหมายมิเตอร์บังคับใช้ ทำให้เกิดปัญหาการคิดราคาค่าโดยสารที่ไม่มีมาตรฐาน รัฐบาลจึงได้เข้ามาศึกษาปัญหา และระบุว่า ปริมาณรถแท็กซี่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้โดยสาร รัฐบาลจึงแก้ปัญหาโดยการออกกฎหมายกระทรวง เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2535 เปลี่ยนนโยบายเป็นการจดทะเบียนรถแท็กซี่แบบเสรี และกำหนดให้ “กรมการขนส่งทางบก” เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการจดทะเบียนรถแท็กซี่โดยตรง

ทั้งนี้ ตลาดการให้บริการรถแท็กซี่ในประเทศไทยปัจจุบันสามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ รถแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และรถแท็กซี่ในส่วนภูมิภาค โดยกรณีตลาดรถแท็กซี่ในเขตกรุงเทพฯ จะเน้นไปที่บริการรับผู้โดยสารจากการโบกข้างถนน (Street Hail) และการให้บริการผ่านระบบจอง (Dispatch) โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการ นอกจากนี้ กฎระเบียบยังกำหนดให้รถแท็กซี่ทุกคันต้องสังกัดศูนย์วิทยุเพื่อให้สามารถให้บริการแบบ Dispatch ได้

รูปแบบของการให้บริการรถแท็กซี่ที่แตกต่างกัน ลักษณะของผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันไป ลักษณะการกำกับดูแลก็จะแตกต่างกัน ดังนั้น จึงมีการแบ่งประเภทของการให้บริการรถแท็กซี่เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ตลาดและการออกกฎหมายกำกับการดูแล โดยประเภทของการให้บริการรถแท็กซี่แบ่งได้ เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การบริการตามจุดจอดรถแท็กซี่ (Rank) ผู้ขับรถแท็กซี่จะไปรอให้บริการตามจุดจอด (Taxi Rank) ซึ่งมักจะเป็นบริเวณที่มีความหนาแน่นของประชากรและมีความต้องการรถแท็กซี่สูง เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ทำให้ต้นทุนในการให้บริการต่ำ เนื่องจากสามารถรับผู้โดยสารได้ ณ จุดจอดได้เลยไม่ต้องขับรถวนหาผู้โดยสาร

2. การบริการผ่านการเรียกบนถนน (Street Hail) ผู้ขับรถแท็กซี่จะขับรถวนหาผู้โดยสารตามท้องถนนและจะจอดรับผู้โดยสารที่โบกเรียกรถ ทั้งนี้ ผู้โดยสารมักจะใช้บริการรถแท็กซี่ที่มารับรายแรก

3. การให้บริการผ่านระบบจอง (Dispatch หรือ Pre Book) คือ การจองรถแท็กซี่ผ่านระบบการจอง เช่น ศูนย์สื่อสาร เป็นต้น เพื่อติดต่อรถแท็กซี่มารับในสถานที่และเวลาตามที่ตกลงกัน ซึ่งเหมาะกับกลุ่มผู้โดยสารซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งรถแท็กซี่เข้าไม่ถึง หรือมีสัมภาระเยอะ หรือต้องการระบุเวลาการเดินทางที่ชัดเจน

นโยบายการกำกับการเข้าสู่ตลาด โดยทั่วไปจะแบ่งการพิจารณาระหว่างการเรียกผ่านระบบจอง และจุดจอดรถแท็กซี่กับการเรียกบนถนน (Walk up Market) เนื่องจากในระบบการจองจะมีการแข่งขันตามระบบตลาด คือ ผู้โดยสารสามารถเลือกใช้บริการระหว่างผู้ประกอบการที่แตกต่างได้จากความชอบและประสบการณ์ ผู้ประกอบการจึงต้องแข่งขันกันโดยพยายามให้บริการที่ดีและดูแลรถยนต์ให้มีคุณภาพดีเพื่อดึงดูดให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการใหม่ ดังนั้น ผู้ประกอบการและคนขับรถแท็กซี่จะต้องร่วมมือกันเพื่อผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย (Mutual Benefit) เพราะคนขับรถแท็กซี่ต้องหาผู้โดยสารจากศูนย์วิทยุ และศูนย์วิทยุต้องพึ่งพาการให้บริการที่ดีของคนขับเพื่อให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการ ในทางตรงข้ามการให้บริการในรูปแบบ Walk up Market จะไม่เกิดการแข่งขัน (Competitive Dynamic) ผู้โดยสารมักจะใช้บริการรถแท็กซี่ที่พบเร็วที่สุดในจุดจอด หรือบนถนน (Schaller, 2007)

กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแล

ประเทศไทยมีหน่วยงานหลักที่มีอำนาจกำกับดูแลการประกอบการรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคน (รถแท็กซี่) คือ กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการให้บริการรถแท็กซี่มีหลายฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 ซึ่งถือเป็นกฎหมายหลัก นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายลำดับรองซึ่งออกโดยอาศัยอำนาจจากพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวในรูปแบบของกฎกระทรวง และประกาศกรมการขนส่งทางบกอีกด้วย โดยกฎกระทรวงและประกาศกรมการขนส่งทางบกจะกำหนดรายละเอียดของกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างกฎหมายที่กำหนดสิทธิ หน้าที่ และมาตรฐานการให้บริการขององค์ประกอบพื้นฐานในการกำกับดูแลรถแท็กซี่ ดังนี้

1. ผู้ขับรถแท็กซี่ (Driver)

ผู้ที่มีความประสงค์จะขับรถแท็กซี่ในประเทศไทย จะต้องเป็นผู้จะต้องได้รับใบอนุญาตประเภทใดประเภทหนึ่ง ใน 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1.1 ใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ ตามมาตรา 43 (4) พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522

1.2 ใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ ตามมาตรา 94 (1) พระราชบัญญัติขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 โดยประเภทที่ 1 เป็นใบอนุญาตเพื่อการขับรถยนต์สาธารณะโดยตรง ในขณะที่ประเภทที่ 2 กฎหมายกำหนดให้ผู้ถือใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถตามพระราชบัญญัติขนส่งทางบกนี้สามารถใช้แทนใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะตามพระราชบัญญัติรถยนต์ได้ โดยใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถมี 4 ชนิด คือ

ชนิดที่ 1 สำหรับรถที่มีน้ำหนักบรรทุกและน้ำหนักบรรทุกรวมกันไม่เกิน 3,500 กิโลกรัม ที่มีได้ใช้ในการขนส่งผู้โดยสาร หรือสำหรับรถขนส่งผู้โดยสารไม่เกิน 20 คน

ชนิดที่ 2 สำหรับรถที่มีน้ำหนักบรรทุกและน้ำหนักบรรทุกรวมกันเกินกว่า 3,500 กิโลกรัม ที่มีได้ใช้ในการขนส่งผู้โดยสาร หรือสำหรับรถขนส่งผู้โดยสารเกินกว่า 20 คน

ชนิดที่ 3 สำหรับรถที่ใช้สภาพใช้สำหรับลากจูงรถอื่นหรือล้อเลื่อนที่บรรทุกสิ่งใด ๆ บนล้อเลื่อนนั้น

ชนิดที่ 4 สำหรับรถที่ใช้ขนส่งวัตถุอันตรายตามประเภทหรือชนิดและลักษณะการบรรทุกตามที่อธิบดีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ถือใบอนุญาตทั้งสองประเภทยังคงต้องเข้ารับการอบรมเพิ่มเติมตามระเบียบกรมการขนส่งทางบกด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการอบรมและทดสอบผู้ขอรับใบอนุญาตขับรถ ผู้ขอต่อใบอนุญาตขับรถ และผู้ขอรับบัตรประจำตัวคนขับรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ พ.ศ. 2554 เพื่อขอรับบัตรประจำตัวคนขับรถยนต์สาธารณะอีกใบหนึ่งด้วย

จากการที่ผู้วิจัยศึกษาคุณสมบัติ หลักเกณฑ์ การอบรม และการทดสอบเพื่อขอรับใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ หรือใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ จากพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 – 1 เปรียบเทียบใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ และใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ

	ใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ	ใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ
--	--------------------------	----------------------

	(พ.ร.บ.รถยนต์ พ.ศ. 2522)	(พ.ร.บ. การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522)
สัญชาติ	ไทย	ไทย
อายุ	ไม่ต่ำกว่า 22 ปีบริบูรณ์	ชนิดที่ 1- 3 : ไม่ต่ำกว่า 22 ปีบริบูรณ์ ชนิดที่ 4 : ไม่ต่ำกว่า 25 ปีบริบูรณ์
ประเภทใบอนุญาต ขับรถที่ต้องมีก่อน	ต้องมีใบอนุญาตขับรถ ซึ่งได้รับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี	-
สมรรถภาพ ทางร่างกาย	1. ไม่เป็นผู้มีร่างกายพิการจนเป็นที่เห็นได้ว่าไม่สามารถขับรถได้ 2. ไม่มีโรคประจำตัวที่ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมเห็นว่าอาจเป็นอันตรายขณะขับรถ	ต้องไม่เป็นผู้มีร่างกายพิการจนเป็นที่เห็นได้ว่าไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ด้วยความสะดวก

ตารางที่ 3 – 1 เปรียบเทียบใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ และใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ (ต่อ)

	ใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ (พ.ร.บ.รถยนต์ พ.ศ. 2522)	ใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ (พ.ร.บ. การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522)
สุขภาพ และจิตใจ	1. ไม่เป็นผู้วิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ 2. ไม่เป็นผู้มีโรคติดต่ออันเป็นที่รังเกียจ 3. ไม่เป็นผู้ติดสุรายาเมาหรือยาเสพติดให้โทษ	1. ไม่เป็นผู้วิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ 2. ไม่เป็นผู้มีโรคติดต่ออันเป็นที่รังเกียจ 3. ไม่เป็นผู้ติดสุรายาเมาหรือยาเสพติดให้โทษ
ประวัติการขับขี่	ไม่เป็นผู้อยู่ในระหว่างถูกพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถเว้นแต่การเพิกถอนนั้นพ้นกำหนดสามปีแล้วนับแต่วันที่มีคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาต	ไม่เป็นผู้อยู่ในระหว่างถูกพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถเว้นแต่การเพิกถอนนั้นพ้นกำหนดสามปีแล้วนับแต่วันที่มีคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาต
ประวัติ อาชญากรรม	ตรวจสอบประวัติอาชญากรรมโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ	ตรวจสอบประวัติอาชญากรรมโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
ความรู้ ด้านภูมิศาสตร์	รู้จักถนนและทางหลวงในจังหวัดที่ขอรับใบอนุญาตพอสมควร	ไม่จำเป็นต้องมี
การอบรม	ประมาณ 5 ชั่วโมง	ชนิดที่ 1 – 2 : 12 ชั่วโมง ชนิดที่ 3 : 3 ชั่วโมง (ต้องมีชนิดที่ 2 ก่อน) ชนิดที่ 4 : 6 ชั่วโมง (ต้องมีชนิดที่ 3 ก่อน)
การทดสอบความรู้ ด้านการจราจร	สอบข้อเขียน (ได้คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60)	สอบข้อเขียน (ได้คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60)
การทดสอบ ความสามารถ	ผ่านการสอบขับรถ	ผ่านการสอบขับรถ

ระยะเวลา การขอรับใบอนุญาต	ประมาณ 35 วัน (ไม่นับรวม ระยะเวลาในการขอใบรับรอง ประวัติอาชญากรรม)	ประมาณ 35 วัน (ไม่นับรวมระยะเวลา ในการขอใบรับรองประวัติ อาชญากรรม)
------------------------------	--	--

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย,2563

2. ศูนย์วิทยุหรือศูนย์สื่อสาร (Dispatch)

ปี พ.ศ. 2550 ได้มีการกำหนดให้มีการติดตั้งเครื่องมือสื่อสารวิทยุเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก โดยปัจจุบันกฎกระทรวงว่าด้วยรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคน พ.ศ. 2560 ได้มีการระบุเงื่อนไขเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ดังนี้

ข้อ 7 รถยนต์รับจ้างต้องมีและใช้เครื่องอุปกรณ์ ดังต่อไปนี้

(๒) เครื่องสื่อสารตามกฎหมายว่าด้วยวิทยุคมนาคมตามแบบหรือชนิดที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือเครื่องสื่อสารประเภทอื่นที่อธิบดีให้ความเห็นชอบ

(๓) เครื่องบันทึกข้อมูลการเดินทางของรถที่มีผู้ให้บริการระบบติดตามรถที่กรมการขนส่งทางบก รับรอง

คุณลักษณะ ระบบการทำงาน การติดตั้ง และการรับรองเครื่องบันทึกข้อมูลการเดินทางของรถ และการรับรองผู้ให้บริการระบบติดตามรถตาม (๓) ให้เป็นไปตามที่อธิบดีประกาศกำหนด

ในกรณีที่เครื่องบันทึกข้อมูลการเดินทางของรถตาม (๓) มีระบบการทำงานที่ทำให้สามารถสื่อสารระหว่างผู้ขับรถกับผู้ให้บริการระบบติดตามรถได้ ให้ถือว่าเครื่องบันทึกข้อมูลการเดินทางของรถนั้นเป็นเครื่องสื่อสารตาม (๒) ด้วย

ที่มา: กฎกระทรวงว่าด้วยรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคน พ.ศ. 2560

อย่างไรก็ดี กรมการขนส่งทางบกได้ออกประกาศ เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการให้ความเห็นชอบการจัดตั้งศูนย์บริการสื่อสารรถยนต์รับจ้าง พ.ศ. 2561 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาการให้บริการรถยนต์รับจ้าง (รถแท็กซี่) ที่กำหนดให้รถยนต์ติดตั้งอุปกรณ์ส่วนควบต่าง ๆ เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลคนขับ รถยนต์ และผู้โดยสาร โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. ศูนย์บริการสื่อสารรถยนต์รับจ้าง (รถแท็กซี่) หมายถึง นิติบุคคลที่กรมการขนส่งทางบกให้ความเห็นชอบเป็นผู้ควบคุมกำกับดูแลการให้บริการรถยนต์รับจ้าง (แท็กซี่) ของสมาชิกในสังกัด

2. คุณสมบัติ เอกสารหลักฐานของผู้ขอความเห็นชอบจัดตั้งศูนย์บริการสื่อสารรถยนต์รับจ้าง (รถแท็กซี่) เช่น เป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนตามกฎหมายไทย เป็นผู้ได้รับอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม ไม่เป็นผู้ถูกเพิกถอน

การให้ความเห็นชอบแล้วแต่ได้พ้นกำหนดมาแล้ว 3 ปี นับแต่วันที่ถูกเพิกถอนฯ ภาพถ่ายใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมที่ยังไม่สิ้นอายุ แผนการดำเนินงานของศูนย์ฯ เป็นต้น

จากข้างต้นมีข้อสังเกตว่ากฎหมายมีแนวโน้มที่จะกำหนดให้นิติบุคคลผู้ขออนุญาตต้องมีกรรมการหรือหุ้นส่วนที่เป็นผู้มีอำนาจควบคุมนิติบุคคลมีสัญชาติไทยมากกว่าผู้ถือหุ้นสัญชาติอื่น

3. เงื่อนไขการทำงานของระบบ เช่น สามารถเชื่อมต่อข้อมูล, แสดงพิกัดตำแหน่งรถ, ตรวจจับและส่งข้อมูลค่าโดยสารผิดปกติ, แสดงความเร็วของรถแบบ Real Time เป็นต้น

4. หน้าที่ตามกฎหมายของศูนย์ฯ สามารถแจกแจงได้เป็นหน้าที่ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการจัดการบริการ ด้านบริหารจัดการข้อมูล ด้านการตรวจสอบและจัดส่งข้อมูลให้แก่กรมการขนส่งทางบก ด้านสมาชิก เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การจัดตั้งศูนย์บริการสื่อสารรถยนต์รับจ้าง (รถแท็กซี่) เป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม ผู้ขอความเห็นชอบจัดตั้งศูนย์ฯ จะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดยในปัจจุบันกฎหมายที่ใช้กำกับดูแลที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 45 ให้คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมมีอำนาจกำกับกิจการโทรคมนาคม

2. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 มาตรา 7 8 และ 9 กำหนดให้ผู้ประสงค์จะประกอบกิจการโทรคมนาคมตามลักษณะ และประเภทของกิจการโทรคมนาคมดังกล่าวต้องได้รับใบอนุญาต

3. ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมสำหรับรถยนต์รับจ้าง พ.ศ. 2552

3. รถยนต์ (Vehicle)

การกำหนดคุณสมบัติของรถยนต์ที่จะให้บริการและจดทะเบียน เป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแล ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการควบคุมการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการ (Market entry) การกำหนดมาตรฐานของการให้บริการ (Quality service) และกำกับดูแลด้านความปลอดภัย (Public safety) โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 ระเบียบกรมการขนส่งทางบกว่าด้วยการรับจดทะเบียนรถยนต์รับจ้างบรรทุกโดยสารไม่เกินเจ็ดคน พ.ศ. 2560 กฎกระทรวง ว่าด้วยรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคนที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๕๐ เป็นต้น โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. รถที่นำมาจดทะเบียนต้องเป็นรถใหม่ หรือเป็นรถที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 2 ปี นับแต่วันจดทะเบียนครั้งแรก และใช้งานมาแล้วเป็นระยะทางไม่เกิน 20,000 กม. และมีอายุการใช้งานได้ไม่เกิน 9 ปี นับแต่วันจดทะเบียนครั้งแรก

2. ลักษณะรถต้องเป็นรถเก๋งสองตอน รถเก๋งสองตอนแวน รถเก๋งสามตอน รถเก๋งสามตอนแวน รถยนต์นั่งสองตอน รถยนต์นั่งสองตอนแวน รถยนต์นั่งสามตอน รถยนต์นั่งสามตอนแวน โดยเครื่องยนต์ต้องมีความจุของกระบอกสูบรวมกันไม่ต่ำกว่า 1,500 ซีซี ห้ามติดเซ็นทรัลล็อก และฟิล์มกรองแสง

3. สีรถ กำหนดขึ้นเพื่อ “จำแนกประเภท” โดยให้รถยนต์รับจ้างของบุคคลธรรมดา ใช้สีเขียวและสีเหลือง รถยนต์รับจ้างของนิติบุคคลให้ใช้สีเหลืองเป็นสีของตัวรถ และสีน้ำเงินเป็นสีของข้อความ และเครื่องหมายต่างๆ

4. ต้องมีและใช้มาตราค่าโดยสารตามแบบหรือชนิดที่ได้รับความเห็นชอบจากกรมการขนส่งทางบกไว้ด้านซ้ายของผู้ขับรถ

5. ต้องมีและใช้เครื่องสื่อสาร ตามแบบหรือชนิดที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือเครื่องสื่อสารประเภทอื่นที่กรมการขนส่งทางบกให้ความเห็นชอบ

6. ต้องมีเครื่องหมายเป็นอักษรโรมัน "TAXI-METER" ขนาดสูงไม่น้อยกว่า 7 ซม. เส้นหน้าของตัวอักษร 1.2 ซม. ภายใน กรอบขนาดไม่น้อยกว่า 60x15 ซม. ติดตั้งไว้ในแนวนอนบนหลังการรถและให้มีแสงไฟพร้อมด้วยกรอบที่บังคับแสง ให้เห็นเครื่องหมายได้ชัดเจนในเวลากลางวัน

7. ต้องมีเครื่องหมายอักษร "ว่าง" เมื่อไม่มีผู้โดยสารโดยติดตั้งไว้ด้านซ้ายของคนขับ ซึ่งสามารถมองเห็นได้ชัดเจนจากภายนอก ทั้งเวลากลางวันและกลางคืน และต้องแสดงเครื่องหมาย "งดรับจ้าง" ที่มีพื้นสีขาวกรอบสีแดงขนาดไม่น้อยกว่า 10x22 ซม. เส้นกรอบหนา 0.5 ซม. ตัวอักษรคำว่า "งดรับจ้าง" ให้มีสีแดงขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 ซม. เส้นตัวอักษรหนาไม่น้อยกว่า 0.6 ซม.

8. ต้องจัดให้มีกรอบสำหรับติดบัตรประจำตัวผู้ขับรถไว้ด้านหน้ารถในลักษณะที่ผู้โดยสารสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

9. ต้องมีเครื่องหมายเป็นหมายเลขทะเบียน พื้นสีเหลือง ตัวอักษรสีดำ ทำด้วยโลหะ ติดไว้ที่แนวกึ่งกลางประตูรถตอนหลังด้านใน ได้ขอบกระจกทั้งสองข้าง และต้องมีเครื่องหมายเป็นข้อความ "แท็กซี่บุคคล" หรือ "ซีอนิติบุคคล" หมายเลขทะเบียนรถ และข้อความ "ร้องเรียนแท็กซี่ โทร. 1584" ไว้ที่ประตูตอนหน้าด้านนอกทั้งสองข้าง โดยต้องใช้สีที่ติดกับสีของตัวรถให้เห็นได้ชัดเจน

โดยในส่วนขั้นตอนการจดทะเบียนนั้น จะต้องยื่นขอรับความเห็นชอบการจดทะเบียนรถยนต์รับจ้าง ทั้งนี้ กฎหมายกำหนดให้เอกสารหลักฐานแตกต่างกันไปตามประเภทของผู้ที่ยื่นขอรับความเห็นชอบ และเมื่อได้รับความเห็นชอบแล้ว จะต้องนำรถยนต์มาจดทะเบียนกับเจ้าหน้าที่พร้อมทั้งยื่นหลักฐานตามที่กฎหมายกำหนด โดยผู้ที่จดทะเบียนรถยนต์มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมายอย่างเคร่งครัด เช่น การไม่ค้างชำระภาษีประจำปี การคืนแผ่นป้ายทะเบียนและคู่มือจดทะเบียนรถยนต์ต่อนายทะเบียน การห้ามบุคคลที่ไม่มีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์สาธารณะมาขับขี่รถยนต์ที่จดทะเบียน การต้องรายงานตัวต่อนายทะเบียนตามกำหนดระยะเวลา เป็นต้น นอกจากนี้ กฎหมายได้กำหนดวิธีการแจ้งเหตุไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ และหากฝ่าฝืนนายทะเบียนก็มีอำนาจตามกฎหมายในการเพิกถอนการจดทะเบียนนั้น

จากข้อมูลการร้องเรียนการให้บริการจากศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารสาธารณะ (1584) ของกรมการขนส่งทางบกโดยเฉพาะในส่วนกลางที่มีการร้องเรียนการให้บริการของรถแท็กซี่ในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 (ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562) ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาเรื่องของคุณภาพการให้บริการ เช่น การปฏิเสธผู้โดยสาร แสดงกิริยาไม่สุภาพ ขับรถประมาทหวาดเสียว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กรมการขนส่งทางบกได้มีการกำหนดอัตราค่าปรับตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 ไว้แล้วดังนี้

1. การปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 มาตรา 57 จัตุวา ประกอบมาตรา 66/2 ฐานในขณะที่อยู่ในระหว่างการรับจ้างบรรทุกทุกคนโดยสาร ผู้ขับรถยนต์สาธารณะหรือรถจักรยานยนต์สาธารณะจะปฏิเสธไม่รับจ้างบรรทุกทุกคนโดยสารมิได้ เว้นแต่การบรรทุกนั้นน่าจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ตนหรือแก่คนโดยสาร ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 1,000 บาท
2. การแสดงกิริยาวาจาไม่สุภาพ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 มาตรา 57 ฉ (2) ประกอบมาตรา 66/2 ฐานในขณะที่ขับรถผู้ขับรถยนต์สาธารณะหรือรถจักรยานยนต์สาธารณะต้องไม่กล่าววาจาไม่สุภาพ เสียดสี ดูหมิ่น ก้าวร้าวหรือแสดงกิริยาในลักษณะดังกล่าวต่อคนโดยสาร ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 1,000 บาท
3. การขับรถประมาทหวาดเสียว เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 มาตรา 5 (15/1) ประกอบมาตรา 58/1 ฐานขับรถโดยฝ่าฝืนกฎกระทรวงว่าด้วยความปลอดภัยในการรับจ้างบรรทุกทุกคนโดยสาร ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 5,000 บาท
4. การขับรถโดยไม่ใช้มาตราค่าโดยสาร (มิเตอร์) เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 มาตรา 5(2) ประกอบมาตรา 58 ฐานขับรถโดยไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงกำหนดส่วนควบและเครื่องอุปกรณ์สำหรับรถ ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 1,000 บาท
5. การไม่ส่งผู้โดยสารตามที่ตกลงกัน เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 มาตรา 57 เบญจ ประกอบมาตรา 66/2 ฐานผู้ขับรถยนต์สาธารณะหรือรถจักรยานยนต์สาธารณะต้องส่งคนโดยสาร ณ สถานที่ตามที่ตกลงกันไว้ และห้ามมิให้ผู้ขับรถพาคนโดยสารไปทอดทิ้งระหว่างทางไม่ว่าด้วยประการใด ๆ ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 1,000 บาท

วิเคราะห์ประเด็นปัญหาในการควบคุม กำกับ ดูแลคุณภาพการให้บริการ

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลผลการสำรวจความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการข้อบกพร่องในการควบคุม กำกับ ดูแลคุณภาพการให้บริการที่เกิดขึ้นในปัจจุบันในมุมมองของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาแนวทางแก้ไขปัญหามาตรฐานที่กึ่งซีในเชียงใหม่ที่มีการร้องเรียนกันมานาน ทั้งในเรื่องของพฤติกรรมคนขับ การปฏิเสธผู้โดยสาร หรือปัญหาเกี่ยวกับการโกงมิเตอร์ มีการปรับแก้ค่าโดยสารขึ้นเร็วผิดปกติ พนักงานพูดจาไม่สุภาพ ขับรถโดยประมาท และการบริการด้วยรถที่มีสภาพต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ปัญหาเหล่านี้นอกจากจะยังไม่ได้รับการแก้ไขแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งอาจจะทำให้เป็นปัญหาระดับชาติได้ โดยสามารถสรุปประเด็นปัญหาในการควบคุม กำกับ ดูแลคุณภาพการให้บริการได้ ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาที่เกิดจากผู้ประกอบการ คนขับรถ หรือตัวรถแท็กซี่

จากข้อมูลการร้องเรียนการให้บริการจากศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารสาธารณะ (1584) ของกรมการขนส่งทางบกโดยเฉพาะในส่วนกลางที่มีการร้องเรียนการให้บริการของรถแท็กซี่ในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 (ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562) สูงถึง 51,214 ราย โดยส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาเรื่องของคุณภาพการให้บริการ เช่น การปฏิเสธผู้โดยสาร แสดงกิริยาไม่สุภาพ ขับรถประมาทหวาดเสียว เป็นต้น ตามที่เคยอ้างถึงไว้ในตารางที่ 1 – 1

นอกจากนี้ จากการสำรวจของเว็บไซต์ ปีซีไทย ในปี พ.ศ. 2559 จากประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้งหมด 1,250 ตัวอย่าง ผลการสำรวจพบว่าผู้ให้บริการ

รถแท็กซี่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 75.51 ระบุว่าเคยพบปัญหาการใช้บริการ และอีกร้อยละ 24.49 บอกว่าไม่เคยพบปัญหา โดยในส่วนผู้ที่เคยพบปัญหา ร้อยละ 82.50 ระบุว่าปัญหาใหญ่ที่พบ คือ การปฏิเสธผู้โดยสาร การทำแบบสอบถามดังกล่าวยังพบอีกว่าปัญหาคุณภาพของการให้บริการรถแท็กซี่ร้อยละ 29.99 คือ สภาพรถแท็กซี่ ส่วนอีกร้อยละ 25.64 ระบุว่าผู้ขับขี้นักจู้ดจาไม่สุภาพ มีกิริยาไม่ดีกับผู้โดยสารหรือผู้ใช้รถใช้ถนน จากผลการทำแบบสอบถามข้างต้นสอดคล้องกับแบบสำรวจเกี่ยวกับปัญหาการใช้บริการรถแท็กซี่ของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หรือ “นิด้าโพล” โดยสำรวจจากประชาชนที่ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ รถแท็กซี่มิเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,257 ตัวอย่าง ปรากฏข้อมูลว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 34.12 คิดว่าปัญหาของการให้บริการรถแท็กซี่ คือ การปฏิเสธและการเลือกผู้โดยสาร ร้อยละ 12.72 เป็นปัญหาการขับรถไม่ถูกกฎจราจร ร้อยละ 11.98 ระบุว่า คนขับรถแท็กซี่พูดจาหรือมีพฤติกรรมไม่สุภาพกับผู้โดยสาร หรือผู้ใช้รถใช้ถนนอื่น ๆ เป็นต้น

โดยสรุปแล้วผู้ใช้บริการรถแท็กซี่ส่วนมากจะพบเจอปัญหาจากการใช้บริการรถแท็กซี่ และสามารถสะท้อนได้ว่าในปัจจุบันผู้ใช้บริการรถแท็กซี่ส่วนใหญ่มองการให้บริการรถแท็กซี่ในด้านลบมากกว่าด้านบวก

2. ปัญหาที่เกิดจากหน่วยงานภาครัฐ

จากผลการสำรวจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของรถแท็กซี่ของหน่วยงานต่าง ๆ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 54.51 เห็นว่าควรมีการคัดกรอง อบรม มอบใบอนุญาตที่เป็นลักษณะวิชาชีพเฉพาะกลุ่มอย่างเคร่งครัด และร้อยละ 43.03 เห็นว่าควรมีหน่วยงานสุ่มตรวจคุณภาพการให้บริการรถแท็กซี่อยู่เป็นประจำ และจากผลการประเมินคุณภาพบริการรถโดยสารสาธารณะของกรมการขนส่งทางบก (2560 : 45) จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างประทับใจและเคยใช้บริการการเรียกใช้แท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในสมาร์โฟนของ ออลไทยแท็กซี่ เนื่องจากค่อนข้างสะดวก และยินยอมที่จะจ่ายค่าบริการเพิ่มขึ้น เพื่อการบริการที่ดี สะดวก รวมไปถึงสภาพรถที่สะอาด แต่ปรากฏว่ารถกลุ่มดังกล่าวมีจำนวนไม่มากนัก จึงไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชน ผลการประเมินคุณภาพบริการรถโดยสารสาธารณะของกรมการขนส่งทางบก (2562 : 58) ควรมีแอปพลิเคชันที่แสดงตัวตนของแท็กซี่ในพื้นที่ก่อนเพื่อการเรียกใช้บริการได้ดีขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นควรมีการศึกษา และกำหนดแนวทางการให้บริการเรียกใช้แท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในสมาร์โฟนที่ควบคุมโดยหน่วยงานภาครัฐ เพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแลทั้งด้านพนักงานขับรถ ด้านตัวรถ และด้านการให้บริการซึ่งเป็นประเด็นได้รับความสนใจอย่างมากจากสาธารณชน การกำกับดูแลดังกล่าวจะทำให้การประกอบการมีระบบการบริหารและการจัดการที่มีคุณภาพ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส และมีผลการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพ และสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

แนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับการนำรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล มาให้บริการแบบรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในต่างประเทศ

ในต่างประเทศมีคำเรียก “การนำรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการแบบแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน” หลายรูปแบบ ได้แก่ Ride Sharing Ride Sourcing Transportation Network Companies (TNCs) Peer to Peer Transport เป็นต้น โดยแต่ละประเทศได้ให้คำนิยามบริการรูปแบบนี้ไว้แตกต่างกันในรายละเอียด ซึ่งสืบเนื่องมาจากโครงสร้างกฎหมายเกี่ยวกับการขนส่งทางบกที่มีอยู่ก่อน หรือแม้กระทั่งสภาพทางภูมิศาสตร์ก็สามารถเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกรอบนโยบายกำกับดูแลได้ ดังตัวอย่างเช่น

ประเทศสิงคโปร์ จัดประเภทรถยนต์ขนส่งสาธารณะที่สามารถให้บริการประเภทนี้ว่าเป็น “รถรับจ้างส่วนบุคคล (Private Hire)” มีลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ 1. เป็นรถยนต์ซึ่งไม่ได้เดินทางเพื่อรับจ้างขนส่งบนถนนใด ๆ และ 2. มีการรับจ้างหรือเตรียมเพื่อให้จ้างภายใต้สัญญาโดยชัดแจ้งหรือปริยาย โดยข้อนี้เพื่อจุดประสงค์ในการขนส่งบุคคลหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งคนในรถ หรือโดยผู้ว่าจ้างหรือบุคคลอื่นใดที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างในสัญญาเพื่อขับขีรถยนต์ให้กับตน และนิยามการให้บริการขนส่งผ่านการจองว่า “Ride Sourcing Service” ซึ่งมีลักษณะ 1. ผู้โดยสารทำการจองการเดินทางทั้งหมดหรือบางส่วนภายในสิงคโปร์ผ่านผู้ให้บริการจองรถยนต์รับจ้างส่วนบุคคล 2. ผู้ให้บริการจองรถยนต์รับจ้างส่วนบุคคลทำการสื่อสารการจองของผู้โดยสารให้แก่ผู้ขับขีรถยนต์ที่ทำการจองสำเร็จ 3. ผู้ขับขีรถยนต์ทำการขนส่งตามการจองโดยใช้รถที่พร้อมให้บริการ

รัฐอิลลินอยส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา นิยามการให้บริการขนส่งสาธารณะประเภทดังกล่าวว่าเป็น “การให้บริการเครือข่ายขนส่ง (Transportation Network Service)” โดยกฎหมายนิยามว่าคือ 1. การจัดเตรียมการให้บริการขนส่งไว้ล่วงหน้าโดยการเสนอหรือจัดหาเพื่อค่าตอบแทน 2. การใช้แอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตหรือแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเชื่อมต่อผู้โดยสารที่อาจใช้บริการกับผู้ขับขีรถยนต์ในเครือข่ายขนส่ง (Transportation Network Drivers)

ประเทศมาเลเซีย ได้แกกกฎหมายระดับพระราชบัญญัติเพื่อรองรับ Ride Sourcing Service โดยเรียกว่า e-Hailing Service และอธิบายหลักการของลักษณะบริการไว้ว่า 1. เป็นรถโดยสารตั้งแต่ 4 ที่นั่ง แต่ไม่เกิน 11 ที่นั่ง 2. เป็นบริการเพื่อการขนส่งผู้โดยสาร 3. รวม หรือแยกการชำระค่าโดยสารระหว่างผู้โดยสารก็ได้ 4. มีการกำหนดการจองหรือการทำธุรกรรม รวมถึงการชำระค่าโดยสารผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่บริษัทประสานงานกลางได้จัดไว้ให้

ประเทศฟิลิปปินส์ ได้แกกกฎหมายลำดับรองเพื่อรองรับการให้บริการลักษณะนี้ เรียกว่า Transportation Network Vehicle Service และอธิบายองค์ประกอบของบริการดังกล่าวไว้ดังนี้ 1. เป็นการให้บริการโดยสารด้วยระบบออนไลน์เพื่อประสานระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ 2. สามารถรับผู้โดยสารได้ไม่เกิน 7 คน 3. เป็นการขนส่งไม่ประจำทาง 4. มีการเตรียมการก่อนล่วงหน้า (Pre Arrange) 5. เชื่อมโยงผู้ให้บริการและผู้โดยสารโดยใช้ระบบออนไลน์ 6. สามารถกำหนดราคาได้เอง เว้นแต่จะมีเหตุจำเป็นอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม เมื่อได้พิจารณานิยามของประเทศตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่านิยามของแต่ละประเทศมีองค์ประกอบร่วมกันดังนี้

1. เป็นบริการขนส่งเพื่อวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไร
2. มีการให้บริการโดยพึ่งพาแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมต่อผู้โดยสารกับผู้ขับขีรถยนต์ในเครือข่ายขนส่ง

3. มีการตกลงการให้บริการไว้ก่อนหน้าที่มีการให้บริการจริง โดยจะไม่มี การรับผู้โดยสารระหว่างทาง

จากสถิติข้อมูลการให้บริการเครือข่ายการขนส่ง (TNC) ปรากฏว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกมีอยู่ 2 แห่ง ได้แก่ อุเบอร์ (Uber) และลิฟท์ (Lyft) โดยเมื่อเดือนมิถุนายน 2558 อุเบอร์ได้ให้บริการใน 311 เมืองและมีผู้ขับขี่ (Partner) มากกว่า 162,000 ราย ส่วนลิฟท์ได้มีการให้บริการใน 60 เมืองและมีผู้ขับขี่มากกว่า 100,000 คน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประมาณร้อยละ 80 ของจำนวนรถแท็กซี่และรถลีมูซีนทั้งหมดในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นการให้บริการของอุเบอร์และลิฟท์ โดยที่พนักงานขับรถให้บริการขนส่งรูปแบบนี้ส่วนใหญ่จะทำงานแบบไม่เต็มเวลา นอกจากนี้ การเจริญเติบโตของบริษัทที่ให้บริการลักษณะดังกล่าวได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เห็นได้จากจำนวนยานพาหนะของอุเบอร์ในรัฐนิวยอร์กเพิ่มขึ้นเกือบเท่ากับจำนวนรถแท็กซี่ที่ได้รับใบอนุญาตให้บริการรับส่งผู้โดยสาร (Medallion Taxis) ที่มีอยู่เดิม ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้ประกอบการรายหลักที่ให้บริการขนส่งด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลผ่านระบบแอปพลิเคชัน ได้แก่ แกร็บ (Grab) จากประเทศมาเลเซีย ซึ่งให้บริการในประเทศอาเซียนทั้งหมด 8 ประเทศในปัจจุบัน คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม พม่า และกัมพูชา โดยให้บริการใน 154 เมืองทั่วภูมิภาค

บริษัทเครือข่ายการขนส่งจะมีลักษณะการให้บริการใกล้เคียงกับบริการรถแท็กซี่แบบเดิม กล่าวคือ ผู้โดยสารเรียกรถและจ่ายค่าโดยสารแก่ผู้ขับรถที่ให้บริการ แตกต่างกันเพียงผู้ที่ต้องการจะใช้บริการดังกล่าวจะต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต และลงทะเบียนบัตรเครดิตเพื่อชำระค่าโดยสาร ระบบจะเก็บข้อมูลของผู้โดยสารและผู้ขับรถ โดยเฉพาะข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ และตำแหน่งที่ผู้โดยสารต้องการเดินทางเพื่อช่วยจับคู่ระหว่างผู้ขับรถและผู้โดยสาร นอกจากนี้ระบบจะนำข้อมูลการเรียกรถของผู้โดยสาร และจำนวนผู้ขับรถที่อยู่ในระบบมาพิจารณาเพื่อคำนวณอัตราค่าโดยสารตามอุปสงค์และอุปทานที่มีอยู่ในขณะนั้น หรือที่เรียกว่า “วิธีการคำนวณแบบพลวัต (Dynamic Pricing หรือ Surge Pricing)”

แนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับการนำรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล มาให้บริการแบบรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในประเทศไทย

เมื่อปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีผู้ประกอบการบริษัทเครือข่ายขนส่งรายใหญ่มีอยู่ 2 ราย ได้แก่

1. บริษัทอุเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยบริการขนส่งแบบจุดถึงจุดโดยรถยนต์ของอุเบอร์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการใช้รถที่จดทะเบียนเป็นรถยนต์ส่วนบุคคลในการให้บริการ ซึ่งเป็นการใช้รถยนต์ผิดประเภทตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 มีเพียง Uber Taxi ที่ใช้รถแท็กซี่ในการให้บริการจึงไม่ถือว่าเป็นการใช้รถยนต์ผิดประเภท แต่การคิดอัตราค่าโดยสารแบบพลวัตเช่นเดียวกับในต่างประเทศไม่คิดอัตราค่าโดยสารตามมิเตอร์ก็ยังถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายอยู่ดี

2. บริษัท แกร็บ (ประเทศไทย) จำกัด มีการแบ่งการบริการโดยรถยนต์ ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

2.1 Grab Taxi คือ บริการเรียกรถแท็กซี่ด้วยแอปพลิเคชันและคิดค่าโดยสารตามมิเตอร์เช่นเดียวกับรถแท็กซี่ทั่วไป แต่มีการบวกกับค่าเรียกรถขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่และเวลาที่เรียก

2.2 Grab Car คือ บริการขนส่งด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลที่เรียกผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดค่าโดยสารเอง โดสามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) Grab Car (Economy) ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลขนาดเล็ก และมีค่าโดยสารถูกใกล้เคียงกับรถแท็กซี่ 2) Grab Car Plus (Premium) ใช้รถยนต์ที่มีขนาดใหญ่กว่า มีความหรูหราสะดวกสบายมากกว่า และมีค่าโดยสารที่แพงกว่า

2.3 Grab XL ให้บริการด้วยรถตู้ส่วนบุคคลที่รองรับผู้โดยสารได้ 12 คน

2.4 Just Grab ระบบจะเลือกรถยนต์ที่อยู่ใกล้จุดที่ผู้โดยสารเรียกมากที่สุดไปให้บริการ โดยใช้อัตราค่าโดยสารเดียวกับ Grab Car (Economy)

บริการ Grab Car และ Grab XL ไม่ได้ใช้รถยนต์สาธารณะตามที่กำหนดในกฎหมายรถยนต์ จึงถือเป็นการใช้รถผิดประเภทและผิดกฎหมายเช่นเดียวกับบริการของอูเบอร์ ส่วน Just Grab มีการคิดอัตราค่าโดยสารแบบกึ่งพล ไม่คิดอัตราค่าโดยสารตามมิเตอร์ก็ยังถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายอยู่ดี

อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2561 อูเบอร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประกาศการบรรลุข้อตกลงในการควบรวมกิจการ (Consolidation) กับแกร็บ (Grab Inc.,) แลกกับการถือหุ้นร้อยละ 27.5 โดยเหตุผลของการควบรวมกิจการว่า มาจากการแข่งขันและจำนวนคู่แข่งที่มากเกินไปในหลาย ๆ พื้นที่ และต้องการมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับตลาดหลักที่อูเบอร์ให้บริการอยู่ โดยบริการของอูเบอร์ในประเทศไทยได้หยุดให้บริการตั้งแต่วันที่ 8 เมษายน 2561 และผู้ขับรถรวมทั้งผู้โดยสารต้องทำการลงทะเบียนใหม่เพื่อเปลี่ยนไปใช้บริการแอปพลิเคชันของแกร็บ ทำให้ปัจจุบันผู้ประกอบการบริษัทเครือข่ายขนส่งรายใหญ่ในประเทศไทยมีเพียงรายเดียว คือ บริษัทแกร็บ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งทำให้ตลาดของบริการดังกล่าวเป็นตลาดผูกขาด (Monopoly Market) ทั้งนี้ ในส่วนของรายได้ที่ผู้ขับรถจะได้รับประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ 1. ค่าโดยสารเบื้องต้นตามราคามาตรฐาน และ 2. ค่าแรงจูงใจ (Incentives) ได้แก่ ค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามตัวคูณ (Surge Price) รางวัลตอบแทนความขยันตามจำนวนเที่ยวที่ให้บริการภายในระยะเวลาที่กำหนด และแรงจูงใจอื่นๆ ที่แตกต่างกันไปในแต่ละสัปดาห์ โดยรายได้ค่าโดยสารต่อเที่ยวจะนำมาหักลบด้วยค่าดำเนินการของบริษัทที่คิดเป็นร้อยละ 20 ของค่าโดยสาร

สรุป

จากการพิจารณายุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทยระยะ 20 ปี ตลอดจนประเด็นยุทธศาสตร์ของกรมการขนส่งทางบกจะเห็นได้ว่า การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งจะดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคมนาคมขนส่ง (Efficiency) ให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงระบบคมนาคมขนส่งได้อย่างสะดวกทั่วถึง (Inclusive Transport) และปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green and Safe Transport) ตลอดจนการนำนวัตกรรม เทคโนโลยี และการบริหารจัดการมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง ตลอดจนแนวโน้มการเจริญเติบโตของบริษัทเครือข่ายการขนส่งทั้งในต่างประเทศและประเทศไทยได้รับการตอบสนองและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ปรากฏว่ายังไม่มีการกำกับดูแลที่เหมาะสมจากหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษา และนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือ

ในการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในประเด็นการเข้าสู่ตลาด คุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย การกำหนดอัตราค่าโดยสาร การเก็บภาษีจากผู้ประกอบการ ความคุ้มครองด้านสวัสดิการของผู้ขับรถ และการแข่งขันกับบริการรถยนต์สาธารณะประเภทอื่น ๆ อย่างเป็นธรรม

บทที่ 4

การพัฒนาารูปแบบการให้บริการรถสาธารณะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและผู้วิจัยได้ดำเนินการสืบค้น หรือการสอบถามผู้ประกอบการหรือผู้ขับรถแท็กซี่ และผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปได้ว่า นอกจากสภาพเศรษฐกิจ การเมือง ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ อีกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ผู้ประกอบการ ก็คือ “การให้บริการรถยนต์ส่วนบุคคลผ่านระบบแอปพลิเคชัน” ซึ่งส่งผลกระทบต่อตลาดรถแท็กซี่เดิม โดยร้อยละ 84.85 มองว่าการให้บริการรูปแบบดังกล่าวมีต้นทุนที่ต่ำกว่า เนื่องจากกรมการขนส่งทางบกได้มีการกำหนดกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานรถแท็กซี่ ทั้งในส่วนของตัวรถ คนขับ การตรวจสอบสภาพ การประกันภัยฯ ทำให้ต้นทุนสูงกว่ารถยนต์ส่วนบุคคลและร้อยละ 17.86 มองว่ามีความขัดแย้งกับการกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐ ทำลายระบบขนส่งสาธารณะ และทำลายภาพลักษณ์ของระบบรถแท็กซี่ในประเทศทั้งประเด็นในเรื่องของราคา และความปลอดภัยของผู้โดยสาร

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยในฐานะข้าราชการของกรมการขนส่งทางบกซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในควบคุม กำกับ ดูแลการให้บริการรถแท็กซี่โดยตรง เห็นว่าการให้บริการโดยการอาศัยนวัตกรรมของระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปันหรือการบริโภคร่วมกัน (Collaborative Consumption) ของ TNC มีประโยชน์และสามารถนำมาปรับใช้กับระบบรถแท็กซี่ในปัจจุบันของประเทศไทย ประกอบกับกระทรวงคมนาคมได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทยระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) โดยเฉพาะในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง (Technology and Innovation) ดังนั้น จึงเห็นควรศึกษา และพัฒนารูปแบบการให้บริการรถสาธารณะโดยเทียบเคียงกับแอปพลิเคชันที่ใช้เรียกรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการแบบรถแท็กซี่

กระบวนการในการนำนวัตกรรมมาใช้

การเลือกนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นไปได้ในการนำมาประยุกต์ใช้ จะต้องมีการปฏิบัติที่ไม่ยากจนเกินไป และตรงกับความต้องการของลูกค้า กรมการขนส่งทางบกจะต้องมีการพัฒนาทีมงานให้มีแนวคิดและศักยภาพในการสร้างและพัฒนานวัตกรรม โดยมี 5 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การศึกษาเอกสารแนวคิดและหลักการ โดยจะต้องสำรวจข้อมูลในเชิงวิชาการ โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือศึกษาจากเอกสารงานวิจัยและประสบการณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องว่าประเทศอื่น ๆ ที่มีปัญหาการเข้ามาของการให้บริการรถยนต์ส่วนบุคคลผ่านระบบแอปพลิเคชัน (Transport Network Companies : TNC) ซึ่งเป็นการดำเนินการที่ฝ่าฝืนกฎหมายในเกือบทุก ๆ ประเทศ และมีความขัดแย้งกับการกำกับดูแล ทั้งในเรื่องของราคา และความปลอดภัยของผู้โดยสาร เป็นต้น มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างไร เพื่อหากรอบแนวคิดหรือแนวทางที่จะนำมาแก้ปัญหาของประเทศไทยต่อไป

2. การพัฒนาแนวคิด คือการเลือกกรอบแนวคิดมาทำการวางแผนสร้างนวัตกรรม โดยจะต้องพิจารณาเลือกนวัตกรรมที่ตรงกับความต้องการและจำเป็น มีความน่าเชื่อถือและเป็นไปได้สูงที่จะสามารถแก้ปัญหา สามารถนำมาใช้ได้จริง ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการให้บริการรถยนต์ส่วนบุคคลผ่านระบบแอปพลิเคชันมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จึงควรนำรูปแบบการให้บริการซึ่งใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อความต้องการการเดินทางดังกล่าวมาปรับใช้กับการให้บริการรถแท็กซี่ของประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในการควบคุม กำกับ ดูแลของหน่วยงาน

3. การสร้างและพัฒนานวัตกรรม โดยจะต้องศึกษารายละเอียดของนวัตกรรมที่จะสร้างหรือนำมาใช้ มีขั้นตอนการดำเนินการ เช่น วิเคราะห์จุดประสงค์ กำหนดและออกแบบ ลงมือทำ ตรวจสอบคุณภาพ ทดลองใช้ระยะสั้นเพื่อปรับปรุง และนำไปใช้เพื่อแก้ปัญหาหรือการพัฒนาการเรียนรู้

4. การพัฒนาต้นแบบ คือการหาประสิทธิภาพของนวัตกรรมเพื่อพิสูจน์ว่านวัตกรรมที่สร้างหรือพัฒนาขึ้นนั้น จะใช้ได้ผลตามที่ต้องการหรือไม่ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้จริงหรือไม่

5. การปรับปรุงนวัตกรรม โดยการนำความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่ได้จากการหาประสิทธิภาพของนวัตกรรมนั้นมาปรับปรุงให้มีคุณภาพ ตลอดจนมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ เมื่อกรมการขนส่งทางบกได้พัฒนานวัตกรรม “การให้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน” เพื่อเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อความต้องการระหว่างผู้โดยสารกับผู้ขับรถแท็กซี่เรียบร้อยแล้ว ประเด็นสำคัญที่จะต้องพิจารณาอีกประเด็นคือ การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยระบบ KPI และ Competency ซึ่งจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานกระบวนการความต่อเนื่องตั้งแต่

1. การวางแผนการปฏิบัติงาน จะต้องทำให้ชัดเจน และสอดคล้องกับทิศทางตามยุทธศาสตร์ของกรมการขนส่งทางบก

2. การติดตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้บังคับบัญชากำกับ ดูแล ให้คำปรึกษาแก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

3. การพัฒนาผลการปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ดียิ่งขึ้น

4. การประเมินผลการปฏิบัติราชการเพื่อวัดความสำเร็จของงาน โดยเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่แรก

5. การนำผลที่ได้จากการประเมินไปประกอบการพิจารณาตอบแทนความดีความชอบแก่ผู้ปฏิบัติงาน

โดยการวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงานในการผลักดันผลการปฏิบัติราชการให้สูงขึ้น และสอดคล้องกับทิศทาง เป้าหมาย ผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของส่วนราชการ โดยการเชื่อมโยงเป้าหมายผลการปฏิบัติราชการในระดับองค์กร หน่วยงาน และระดับบุคคลเข้าด้วยกัน

แนวทางในการกำกับ ควบคุม และดูแลของหน่วยงานภาครัฐ

การให้บริการรถยนต์ส่วนบุคคลผ่านระบบแอปพลิเคชันได้สร้างผลกระทบต่อระบบกฎหมายและการกำกับดูแลบริการขนส่งสาธารณะเดิมอย่างรถแท็กซี่อย่างมาก เช่น ผู้ประกอบการที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชันมีได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกฎหมายขนส่งสาธารณะ รถยนต์

ส่วนบุคคลและผู้ขับขี่ไม่ผ่านขั้นตอนการจดทะเบียนและคัดเลือกตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันเป็นการส่งเสริมบริการขนส่งสาธารณะให้ตอบโจทย์ผู้ใช้งานมากขึ้น ประชาชนมีสิทธิเลือกรูปแบบบริการที่ต้องการ โดยต้องอยู่ภายใต้การควบคุมกำกับ ดูแลความปลอดภัยจากภาครัฐด้วย โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ ได้แก่

1. เพื่อให้ประชาชนผู้รับบริการได้รับประโยชน์จากการบริการสูงสุด โดยการกำกับดูแลบริษัทที่ให้บริการแอปพลิเคชันและแอปพลิเคชัน
2. เพื่อคุ้มครองประโยชน์การให้บริการสาธารณะ โดยการคุ้มครองแรงงานเพื่อให้ผู้ขับรถแท็กซี่ได้รับการดูแลเสมือนลูกจ้างของบริษัทที่ให้บริการแอปพลิเคชัน หรือการหาแนวทางเก็บภาษีที่เหมาะสมจากบริษัทที่ให้บริการแอปพลิเคชัน
3. เพื่อสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยลดการควบคุมราคาค่าธรรมเนียม แต่กำหนดให้ต้องแจ้งราคาและวิธีการคิดราคาแก่ผู้โดยสารให้ชัดเจนก่อนให้บริการทุกครั้ง

จากการที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกรณีการนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะของประเทศไทยในอนาคต โดยนายจิรุตม์ วิศาลจิตร อธิบดีกรมการขนส่งทางบก ได้ให้ความเห็นว่า “แอปพลิเคชันจะเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนการเดินทางของพนักงานขับรถแท็กซี่ โดยการลดค่าเสียเวลาในการตามหาผู้โดยสาร และช่วยผู้โดยสารในการวางแผนการเดินทาง โดยผู้โดยสารไม่จำเป็นต้องยื่นรอเรียกแท็กซี่อีกต่อไป” นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์นายวิฑูรย์ แนวพานิช ประธานเครือข่ายสหกรณ์แท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนายวิฑูรย์ฯ ได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะโดยสามารถสรุปได้ว่า “เห็นด้วยที่กรมการขนส่งทางบกจะนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ แต่สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณา คือ จะต้องมีความยุติธรรม เพราะไม่เช่นนั้นก็จะกลายเป็นการนำเทคโนโลยีมาทำร้ายผู้ประกอบการเดิม” รศ.ดร.เอกชัย สุมาลี ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยเมืองอัจฉริยะ (Smart City Research Center) และนักวิจัยชำนาญการด้านระบบขนส่งสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) กล่าวว่า “เห็นด้วยกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภค แต่ภาครัฐควรมีการปรับโครงสร้างการกำกับดูแล และควรหามาตรการป้องกันไม่ให้เกิดการผูกขาดในตลาดใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้นนี้” ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าหากกรมการขนส่งทางบกจะนำนวัตกรรม “การให้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน” มาใช้ จะต้องกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบและกลไกการกำกับ ดูแลการให้บริการของรถแท็กซี่ ดังนี้

1. การบังคับใช้กฎหมายของรถแท็กซี่แบบดั้งเดิม (การเรียกบนถนน) และรถแท็กซี่ที่สามารถเรียกผ่านแอปพลิเคชันจะต้องเท่าเทียมและอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน เช่น การจดทะเบียนการใช้ใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ การคำนวณอัตราค่าโดยสาร เป็นต้น ทั้งนี้ อาจมีค่าธรรมเนียมการเรียกใช้บริการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวิธีการและระดับของการให้บริการ ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างทางเลือกที่เพิ่มขึ้นให้กับประชาชนผู้ใช้บริการ และวิธีการแบ่งประเภทของรถแท็กซี่ข้างต้น อาจมีส่วนช่วยให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมมากขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้ามาดูแลและวางมาตรการให้เกิดความเป็นธรรม เพื่อช่วยลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มแท็กซี่ดั้งเดิมกับกลุ่มแท็กซี่ที่เรียกผ่านแอปพลิเคชัน

2. จัดให้มีระบบลงทะเบียนสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ขับรถแท็กซี่ รวมถึงประชาชนที่ประสงค์จะให้บริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน โดยกรมการขนส่งทางบกเป็นผู้ควบคุมศูนย์ข้อมูล เช่น

ชื่อ-สกุลผู้ขับรถและผู้ให้บริการ ต้นทาง-ปลายทางในแต่ละเที่ยว จำนวนผู้ให้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เป็นต้น ซึ่งประโยชน์จากการจัดระบบการลงทะเบียนแบบนี้ คือ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการใช้บริการรถแท็กซี่ในแต่ละช่วงเวลาหรือสถานที่ รวมถึงจะสามารถป้องกันปัญหาอาชญากรรมและการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลได้

ทั้งนี้ กรมการขนส่งทางบกจะต้องกำหนดแนวทางการออกกฎหมายควบคุม กำกับ ดูแล การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการของผู้ให้บริการแอปพลิเคชันในการเรียกรถแท็กซี่เพิ่มเติม โดยมีหลักการสำคัญเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการผูกขาดให้แก่บริษัทเพียงบริษัทเดียว แต่เป็นการเปิดโอกาสให้แก่นิติบุคคลสัญชาติไทยที่มีการเสียภาษีอย่างถูกต้องสามารถขออนุญาตเป็นผู้ให้บริการกับกรมการขนส่งทางบก และเพื่อให้สามารถสร้างสมดุลระหว่างคุณภาพการให้บริการและความปลอดภัยของประชาชน การกำกับดูแลด้านราคา ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องออกข้อกำหนดเพิ่มเติมเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฉวยโอกาสและเอาเปรียบผู้โดยสาร นอกจากนี้ การกำกับดูแลที่ดีควรเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการ มาตรการใด ๆ ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดขึ้นจึงไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ควรคำนึงถึงเป้าหมายทางสังคมควบคู่กันไปด้วย เช่น การวางมาตรการที่สามารถสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันเพื่อลดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการดั้งเดิมและกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ เป็นต้น มาตรการที่กำหนดขึ้นก็ต้องไม่เข้มงวดเกินไปจนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ที่สามารถนำมาช่วยในการขับเคลื่อนและพัฒนาระบบการขนส่งของไทยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนสามารถแสดงความคิดเห็นเพื่อรับฟังมุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถแข่งขันกันได้อย่างเท่าเทียมและยุติธรรม

อย่างไรก็ดี ข้อมูล (Data) ที่ได้จากระบบลงทะเบียนเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่ผู้วิจัยเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาและสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับผู้บริโภค โดยอาจนำข้อมูลมาใช้เพื่อวางแผนพัฒนาระบบโครงสร้างการคมนาคมขนส่งและปรับปรุงการวางผังเมือง หรือพัฒนาระบบการจัดการคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการแชร์ข้อมูลด้านความปลอดภัยของผู้ให้บริการก็ช่วยให้ภาครัฐสามารถวางแผนเพื่อกำหนดมาตรการในการลดอุบัติเหตุต่าง ๆ ได้

แนวทางการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์องค์กรมีภารกิจเพื่อการสื่อสารข้อเท็จจริง สารสนเทศ และข่าวสารขององค์กรไปสู่บุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ การยอมรับ รวมถึงความรู้ความเข้าใจในตัวองค์กร โดยกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่จะแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารหรือผลิตภัณฑ์ออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ซึ่งวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย โดยต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่แน่นอน มีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด เทคนิคในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้จะต้องคิดถึงแนวโน้ม ทิศทาง วิสัยทัศน์ กระแสสังคมซึ่งในที่นี่หมายถึง สังคมวิทยา จิตวิทยา เพื่อ

ช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีความราบรื่น ตอบสนองความพึงพอใจตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนั้น เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดีกรรมการขนส่งทางบกจึงควรเริ่มจาก

1. การวางแผนการสื่อสาร เพื่อกำหนดวิธีการ และแนวทางปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่เพื่อให้การสื่อสารดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ จะต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน สถานการณ์ของโอกาส ปัญหาที่เป็นอุปสรรค เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

2. ความรู้และความเข้าใจเทคโนโลยีการสื่อสาร (Technology Literacy) โดยจะต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นฐาน (Knowledge Based Society) เพื่อปรับตัว รับมือ และสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็วเป็นเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์

3. การประชาสัมพันธ์ผ่านแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication) โดยจะต้องใช้ทุกกลยุทธ์และเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสม สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้ผลด้านการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพพจน์ขององค์กร และจงใจผู้มีส่วนได้เสียเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (One Voice)

4. การบริหารจัดการความรู้ เพื่อสร้างแนวคิดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์ โดยผู้มีส่วนรับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ต้องจัดการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ พัฒนา และเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ดี สื่อประชาสัมพันธ์หรือช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณา เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ทั้งนี้ สื่อประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

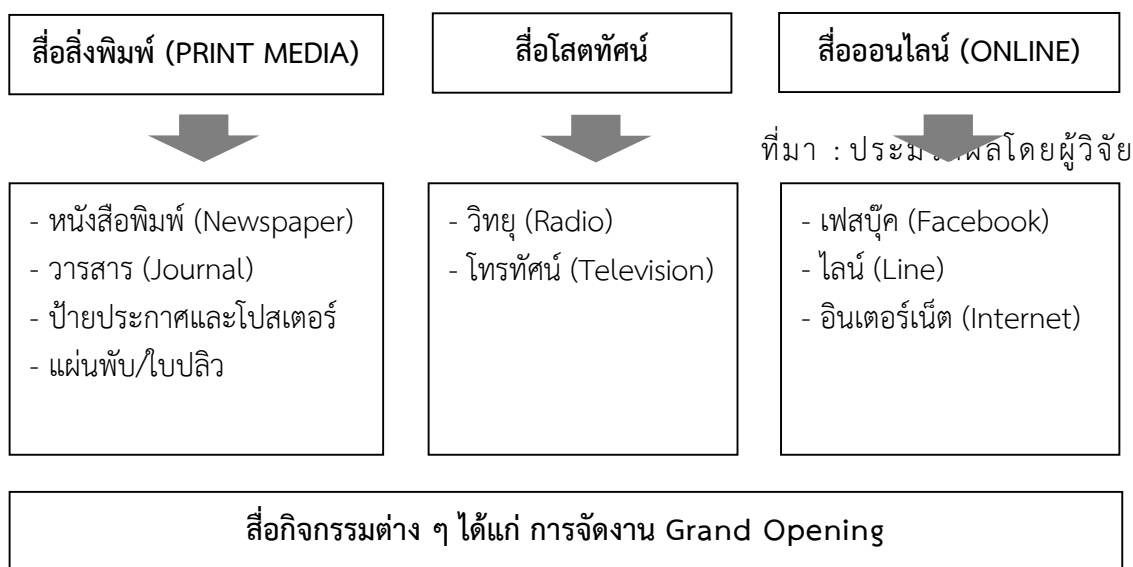
1. สื่อที่ควบคุมได้ เช่น ใบปลิว (Leaflet) ใช้เพื่อแจ้งเรื่องราวให้ทราบ และชักชวนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) เป็นเอกสารที่มีความยาวพอสมควร ใส่รายละเอียดเป็นข้อความและภาพ เพื่ออธิบายคุณภาพของสินค้า โปสเตอร์ (Poster) ใช้เพื่อติดบอร์ดหรือฝาผนัง ใช้ภาษาสั้น ๆ ง่าย ๆ ได้ใจความ

2. สื่อที่ควบคุมไม่ได้ หมายถึง สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ หรือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลส่งผลต่อรูปแบบและวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กรรมการขนส่งทางบกจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อีกทั้งการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือที่เรียกกันว่าสื่อ “New Media” เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่องค์กรสามารถเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปยังบุคคลภายนอกได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและวัดผลได้ นอกจากนี้ การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ จะต้องพิจารณากำหนดแผนและนโยบาย แนวทางการใช้งานที่ชัดเจนรวมถึงการตรวจสอบเนื้อหา ก่อนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกยังบุคคลภายนอก เพื่อเป็นการขับเคลื่อนการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้กับงานประชาสัมพันธ์องค์กรให้บรรลุผลสำเร็จตามศักยภาพที่เครื่องมือเหล่านี้มีอยู่ ทั้งนี้ การเลือกสื่อ

ประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด อีกทั้งควรเป็นสื่อที่ควบคุมได้เพื่อให้ได้ข้อความที่เราต้องการสื่อออกไปมีความถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนี้กรรมการขนส่งทางบกจะต้องจัดให้มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ผ่านการจัดงานเปิดตัวนวัตกรรมหรือแอปพลิเคชันดังกล่าว (Grand Opening) และการให้สัมภาษณ์หรือแถลงข่าวโดยผู้บริหารของกรรมการขนส่งทางบก เพื่อชี้แจงประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนง โดยการใช้สื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการย้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ (Repeating) มีความต่อเนื่อง และความหลากหลาย เพื่อจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจและคงทนถาวรมากขึ้น ตลอดจนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการรับรู้ให้กว้างขวางขึ้น ตามแผนภาพที่ 4 – 1

แผนภาพที่ 4 – 1 : แผนการประชาสัมพันธ์ของกรรมการขนส่งทางบก



,2563

บทวิเคราะห์ผู้ประกอบการและผู้ขับรถแท็กซี่ต่อการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 ราย แบ่งเป็นพนักงานขับรถแท็กซี่ที่สมัครเข้าเป็น Partner กับแกร็บ จำนวน 10 ราย และผู้ประกอบการรถแท็กซี่ จำนวน 2 ราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์อำนาจของแอปพลิเคชันที่มีต่อผู้ใช้งาน และแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการเดินทางแบบแบ่งปันให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานให้มากขึ้น ปรากฏว่าการได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันในเรื่องราวต่าง ๆ ทำให้ผู้ขับรถตัดสินใจที่จะนำรถเข้ามาขับกับแกร็บ ผู้ขับคนที่ 2 บอกว่า “รู้จักแกร็บผ่านทางสื่อ รวมทั้งมีเพื่อนแนะนำมา” ผู้ขับคนที่ 5 รู้จักกับแกร็บเพราะ “น้องที่รู้จักแนะนำ เพราะเห็นว่าขับรถดี” ผู้ขับคนที่ 8 บอกว่า “ผมมีรถแท็กซี่อยู่แล้วทำให้ตัดสินใจง่ายขึ้น และอยากเพิ่มรายได้” ความมั่นใจในแอปพลิเคชันก็เป็นสิ่งหนึ่งที่พนักงานขับรถคำนึงถึง โดยผู้ขับคนที่ 4 กล่าวว่า “ค่อนข้างมั่นใจกับ

แอปพลิเคชันที่มาจากต่างประเทศ และมี Navigator ช่วยนำทางไปยังปลายทางต่าง ๆ ได้” ฟังก์ชันการทำงานด้านต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันเป็นตัวช่วยในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานให้สามารถเข้าถึงได้มากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ขับรถคนที่ 1 กล่าวว่า “ไม่ต้องไปคอยวิ่งตามหาลูกค้า ลูกค้าจะมาหาเราเอง” ผู้ขับรถคนที่ 3 บอกว่า “แอปพลิเคชันสามารถหาผู้โดยสารที่อยู่ใกล้เคียงให้ได้เลย โดยไม่ต้องเสียเวลารอคอยผู้โดยสาร” และผู้ขับรถคนที่ 10 ให้ข้อมูลว่า “แค่ดูการแจ้งเตือนจากแอปพลิเคชันสามารถทราบงานได้โดยไม่ต้องไปคอยวิ่งหาลูกค้าเหมือนปกติ” ฟังก์ชันการให้คะแนนในแอปพลิเคชันแสดงถึงคะแนนการบริการที่สะท้อนถึงคุณภาพในการให้บริการของผู้ขับรถ ผู้ขับรถคนที่ 6 กล่าวว่า “ทำให้เกิดความเชื่อถือความมั่นใจสะท้อนการบริการของเรา” และผู้ขับรถคนที่ 7 กล่าวว่า “การที่ผู้โดยสารสามารถให้คะแนนเราได้ เป็นเหมือนการเตือนให้บริการดี ๆ” และผู้ขับรถคนที่ 9 ยังกล่าวอีกว่า “เป็นการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงานขับรถ” ในส่วนของผู้ประกอบการรถแท็กซี่ จำนวน 2 ราย ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้คล้ายคลึงกันโดยสามารถสรุปได้ว่า “การให้บริการของ TNC ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถแท็กซี่ เนื่องจากมีลักษณะการให้บริการที่ใกล้เคียงกันและทดแทนกันได้ ซึ่งผลดีคือ มีแรงกระตุ้นในการพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น ส่วนผลเสียคือ การบริการประเภทนี้ยังไม่ได้รับการกำกับดูแล ทำให้มีต้นทุนต่ำกว่าอาจทำลายอุตสาหกรรมรถแท็กซี่ได้ ดังนั้น หากกรมการขนส่งทางบกจะมีนโยบายการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้กับรถแท็กซี่ พวกตนก็เห็นด้วยและยินดีที่จะสนับสนุนอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมแท็กซี่ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น”

จากการสัมภาษณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ความคิดเห็นและนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันของกรมการขนส่งทางบกให้มีประสิทธิภาพ และมีความยั่งยืนได้โดยการให้พนักงานขับรถแท็กซี่และผู้โดยสารเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้แอปพลิเคชันสามารถตอบสนองความต้องการ และประโยชน์ในด้านอื่น ๆ มากที่สุด ฟังก์ชันการทำงานที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งาน เช่น ผู้ขับรถได้รับความสะดวกในการพบลูกค้าหรือหารายได้ ผู้โดยสารได้รับความสะดวกสบายและบริการที่ดี เป็นต้น นอกจากนี้ แอปพลิเคชันจะต้องสามารถเลือกที่จะเปิดหรือปิดได้เพื่อช่วยให้พนักงานขับรถสามารถจัดสรรเวลาและยังสามารถดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นหรือต้องทำเป็นประจำได้ และในมุมมองของผู้โดยสารแอปพลิเคชันจะต้องสามารถทำให้พวกเขาสามารถตรวจสอบเวลาในการมาถึงของรถ เพื่อให้สามารถจัดการเวลา ทำกิจกรรมอย่างอื่นระหว่างคอยได้ ทั้งนี้ ความมั่นใจ ความไว้วางใจและความปลอดภัยในการตัดสินใจใช้บริการเป็นสิ่งที่สำคัญมากเช่นกัน ทั้งพนักงานขับรถและผู้โดยสารจะต้องรู้สึกมีความรู้สึกอุ่นใจ และมั่นใจเหมือนได้ร่วมเดินทางกับคนใกล้ตัว เช่นนี้เองพนักงานและผู้โดยสารจะเกิดความเชื่อใจกัน ก็จะนำไปสู่การแนะนำ หรือบอกต่อให้ผู้อื่นทราบและเข้าใช้งานแอปพลิเคชันของกรมการขนส่งทางบกอย่างต่อเนื่อง

สรุป

การบริการประชาชนเป็นการให้บริการสาธารณะประเภทหนึ่ง โดยลักษณะที่สำคัญที่สุดคือ เป็นกิจการที่จัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการสว่นรวมของประชาชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณะประโยชน์ โดยความต้องการสว่นรวมของประชาชนอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่อย่างสุขสบาย และความต้องการที่จะอยู่อย่างปลอดภัย ทั้งนี้ หลักเกณฑ์ในการจัดให้มี หรือการพัฒนาารูปแบบบริการสาธารณะที่กรมการขนส่งทางบกจะต้องพิจารณาประกอบด้วย

1. หลักว่าด้วยความเสมอภาค (The Principle of Equality) คือ กรมการขนส่งทางบกจะต้องไม่มีจุดมุ่งหมายในการจัดทำบริการดังกล่าวขึ้นเพื่อประโยชน์ของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ ดังนั้น ผู้ประกอบการ พนักงานขับรถแท็กซี่ และผู้โดยสารจะต้องมีสิทธิได้รับการปฏิบัติหรือได้รับผลประโยชน์จากบริการสาธารณะอย่างเสมอภาคกัน

2. หลักว่าด้วยความต่อเนื่อง (The Principle of Continuity) เนื่องจากการบริการสาธารณะเป็นกิจการที่มีความจำเป็นสำหรับประชาชน ดังนั้น หากบริการสาธารณะหยุดชะงักประชาชนผู้ใช้บริการย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายได้ แต่ความต่อเนื่องดังกล่าวไม่มีมาตรฐานที่แน่นอนตายตัวว่าจะต้องมีลักษณะอย่างไร ทั้งนี้ กรมการขนส่งทางบกจึงควรเปิดโอกาสให้มีผู้ให้บริการแอปพลิเคชันในการเรียกรถแท็กซี่เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการให้บริการแก่ประชาชน

3. หลักว่าด้วยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง (The Principle of Improvement) กรมการขนส่งทางบกจะต้องมีความพร้อมในการดำเนินการเพื่อปรับปรุงแก้ไขการให้บริการตลอดเวลาเพื่อให้เหมาะสมกับเหตุการณ์และความจำเป็น เพื่อจะรักษาประโยชน์สาธารณะรวมทั้งปรับปรุงให้เข้ากับวิวัฒนาการของความต้องการสว่นรวมของประชาชนด้วย

ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้จะต้องพิจารณาประกอบด้วย

1. ประสิทธิภาพ (Efficiency) โดยต้องพิจารณาในแง่ของเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ ความประหยัดหรือคุ้มค่า (ต้นทุน ทรัพยากร และเวลา) ความทันเวลา และมีคุณภาพ (ทั้งกระบวนการ ได้แก่ Input Process และ Output)

2. ประสิทธิภาพ (Productivity) โดยต้องพิจารณาว่านวัตกรรมประเภทใดที่จะนำมาใช้ และสามารถทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างเต็มความสามารถ (Full Energy) และเกิดความพอใจ (Satisfaction) ที่ได้ใช้นวัตกรรมนั้น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะของประเทศไทยในอนาคต โดยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกในทุกระดับชั้น ร่วมกับใช้การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้บริหารของกรมการขนส่งทางบก เครือข่ายสหกรณ์แท็กซี่ และนักวิจัยที่เชี่ยวชาญด้านระบบขนส่ง

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้ การให้บริการของผู้ขับรถแท็กซี่ในประเทศไทยเกิดปัญหาหลายประการ ทั้งการปฏิเสธผู้โดยสาร การคิดอัตราค่ารับจ้างที่เกินจากมาตรฐาน รวมถึงการแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว จากปัญหานี้ปัจจุบันจึงเกิดธุรกิจการพัฒนาระบบการให้บริการขนส่งผู้โดยสารรูปแบบใหม่ โดยการนำรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการแบบรถแท็กซี่ผ่านระบบแอปพลิเคชัน (Transport Network Companies : TNC) เป็นการให้บริการที่ทับซ้อนการให้บริการแท็กซี่ในแบบดั้งเดิม ถึงแม้ว่าการให้บริการของ TNC จะมีข้อดีในเรื่องความสะดวกสบาย และลดปัญหาการปฏิเสธผู้โดยสาร ทำให้สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ดีกว่าการให้บริการในลักษณะเดิม แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจของ TNC ยังไม่มีกฎหมายที่รองรับการให้บริการ และรถที่นำมาให้บริการเป็นรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลซึ่งเป็นยานพาหนะที่ไม่ได้ใช้ในเชิงพาณิชย์สำหรับการขนส่งสาธารณะ รวมถึงผู้ขับรถไม่มีใบขับขี่สาธารณะ ซึ่งปัญหาเหล่านี้นำมาซึ่งความไม่เท่าเทียมกันในการประกอบอาชีพ แต่การให้บริการของ TNC ในประเทศไทยยังส่งผลกระทบต่อเชิงลบที่ยังไม่รุนแรงเท่ากับในบางประเทศ เนื่องจากการให้บริการดังกล่าวเป็นที่นิยมจากผู้ใช้บริการเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ผู้โดยสารส่วนใหญ่ยังนิยมเรียกใช้บริการแท็กซี่ในรูปแบบเดิม แต่การให้บริการของ TNC สามารถเข้ามาแก้ไขในข้อบกพร่องในระบบขนส่งสาธารณะ สร้างทางเลือกในการเดินทาง และสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร ดังนั้น ทางภาครัฐหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลอุตสาหกรรม การให้บริการแท็กซี่ ควรศึกษาแนวทางการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการรถสาธารณะ โดยการนำเอาเทคโนโลยีมาเป็นสื่อกลางในการให้บริการระหว่างผู้ขับขี่ และผู้บริการ ตลอดจนเพิ่มกฎ ระเบียบ ข้อบังคับให้สอดคล้องกับรูปแบบการให้บริการดังกล่าว เพื่อให้สามารถเลือกใช้บริการได้ตามตัวเลือกที่มีมากขึ้น ตามที่ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้นโยบายหลักของรัฐบาลประการหนึ่ง คือ การเพิ่มขีดความสามารถในเชิงดิจิทัลและผลักดันให้ประเทศไทยเข้าสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ หรือ New Economy ซึ่งจะถูกขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เพื่อให้คนไทยทุกคนก้าวทันยุคดิจิทัลโดยไม่มีใครถูกทิ้งไว้ข้างหลัง โดยจะต้องกำหนดแนวทางหรือนโยบายเพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างการกำกับดูแลของภาครัฐ การรักษาผลประโยชน์ของ

ผู้บริโภค ความยืดหยุ่นต่อภาคธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางในการธุรกิจและการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น

1. การกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในด้านความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ อาทิ การใช้เทคโนโลยีการยืนยันตัวตนของคนขับหรือผู้โดยสารด้วยภาพถ่ายซึ่งช่วยป้องกันอาชญากรรมได้ นวัตกรรมเหล่านี้มีส่วนช่วยยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในด้านการเดินทางในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้นให้กับประชาชน

2. ส่งเสริมให้มีการแข่งขันอย่างเท่าเทียมของทั้งผู้ประกอบการแท็กซี่ในระบบดั้งเดิมและผู้ให้บริการ Ride-hailing สิ่งสำคัญที่ควรพิจารณา คือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ทั้งสองระบบสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกันได้โดยตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้ใช้บริการ

3. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและฐานข้อมูลในระบบแก้ไขปัญหาคือปัญหาต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อส่งเสริมให้ภาคการคมนาคมขนส่งของไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนระบบคมนาคมขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรหนาแน่น และมลพิษทางอากาศลงได้

ข้อเสนอแนะ

จากสรุปผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับทางการนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการให้บริการผู้โดยสารของประเทศไทยในอนาคตทั้งในเชิงนโยบาย ระดับปฏิบัติการ และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะที่จะมีประสิทธิภาพสูงสุดจะต้องเริ่มจากการมีนโยบายที่ดีในการดำเนินงาน ซึ่งผู้บริหารกรมการขนส่งทางบกจะมีส่วนอย่างมากในการนำองค์กรไปสู่จุดนั้นได้ โดยผู้บริหารจะต้องมีความเข้าใจ และสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมากำหนดเป็นนโยบายในการดำเนินการที่เหมาะสม สอดคล้องกับสถานะในปัจจุบัน ทั้งนี้ จะต้องมีการวางแผนการดำเนินการทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว รวมถึงกำหนดแนวทางการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

กรมการขนส่งทางบกควรกำหนดให้มีหน่วยงานหลักเพื่อเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการนำนวัตกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะ รวมถึงควรเปิดให้มีการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทำงานที่สร้างสรรค์ และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นควรให้มีการจัดทำระบบเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานโดยต้องมีหลักเกณฑ์ และตัวชี้วัดที่ชัดเจน

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การนำรถยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการในรูปแบบแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทยควรมีการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการรูปแบบดังกล่าว โดยผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1 การจดทะเบียนรถยนต์ เนื่องจากประเทศไทยยังไม่ได้กำหนดการจดทะเบียนรับรองรถส่วนบุคคลที่ให้บริการ TNC เป็นการเฉพาะ ดังนั้น จึงควรพิจารณาว่ารถยนต์ที่จะให้บริการดังกล่าว ควรจดทะเบียนเป็นรถลักษณะใด มีขั้นตอนและมาตรฐานเหมือน หรือแตกต่างจากรถยนต์ส่วนบุคคลทั่วไปหรือรถแท็กซี่อย่างไร

3.2 ใบอนุญาตขับรถ ปัจจุบันยังไม่มีแนวทางการขอใบอนุญาตขับรถสำหรับผู้ให้บริการ TNC ดังนั้น จึงควรศึกษาแนวทางจากประเทศอื่น ๆ ในเบื้องต้นว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ให้บริการ TNC จะต้องสมัครใบขับขี่สาธารณะหรือใบขับรถประเภทเฉพาะตามกฎหมายที่มีอยู่แล้ว หรือควรสร้างใบอนุญาตขับรถใหม่สำหรับ TNC โดยเฉพาะ

3.3 ใบอนุญาตประกอบการ ผู้วิจัยพบว่าในบางประเทศผู้ประกอบการที่ให้บริการ TNC ต้องมีการจดทะเบียนหรือได้รับใบอนุญาตเป็นการเฉพาะ แต่ในบางประเทศก็ใช้การกำกับดูแลภายใต้กฎหมายเดิมที่เป็นผู้ประกอบการรถแท็กซี่ หรือรถยนต์บริการประเภทอื่น ๆ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยจึงควรศึกษาแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบการและการกำกับดูแล ที่เหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง

3.4 ภาษี ประเด็นที่จะต้องพิจารณา คือ ประเภทภาษีที่ผู้ประกอบการ TNC ต้องชำระ โดยอาจเหมือนกับรถแท็กซี่หรือเพิ่มเติมจากรถแท็กซี่ก็ได้ โดยปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจรถแท็กซี่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีรถประจำปี

3.5 การจัดทำประกันภัย ควรมีการกำหนดให้รถยนต์ที่ให้บริการ TNC ต้องมีประกันภัยในระดับที่สูงกว่ารถยนต์ส่วนบุคคล และอาจต้องเทียบเท่าประกันภัยที่ใช้ในรถแท็กซี่

3.6 การคุ้มครองแรงงาน สถานะของคนขับรถ TNC คือ ไม่ได้เป็นลูกจ้างขององค์กรแต่มีความสัมพันธ์ในเชิงคู่สัญญา (Contract/Partner) ดังนั้น การกำกับดูแลหรือการคุ้มครองสถานะควรจะทำในลักษณะของแรงงานนอกระบบ หรือผู้รับงานอิสระ (Independent Contractor) เช่นเดียวกับการคุ้มครองผู้ขับรถแท็กซี่ของไทยในปัจจุบัน

3.7 การกำหนดอัตราค่าโดยสาร ประเทศไทยควรมีการกำกับดูแลด้านราคา เช่น กำหนดให้แสดงราคาที่ชัดเจนให้กับผู้โดยสาร และกำหนดเพดานขั้นสูงของการคำนวณราคาโดยสารแบบพลวัต

3.8 การกำกับให้มีการแข่งขัน ปัจจุบันกฎหมายของประเทศไทยยังไม่รองรับสถานะของรถยนต์ส่วนบุคคลที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้รูปแบบ TNC อาจดำเนินการให้บริการภายใต้ความเสี่ยงที่จะถูกเจ้าหน้าที่ลงโทษ นอกจากนี้ ประเทศไทยไม่มีหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการรถแท็กซี่กับผู้ประกอบการ TNC หรือระหว่างผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน ดังนั้น เรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องพิจารณาก่อนกำหนดให้มีการนำรถยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการแบบรถแท็กซี่

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กุลธน ธนาพงศธร. เอกสารการสอนชุดวิชานโยบายสาธารณะและการวางแผน. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2535.
ภราดร ปรีดาศักดิ์. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556.

วารสาร และหนังสือพิมพ์

การขนส่งทางบก, กรม. “แผนยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบก พ.ศ. 2559 - 2564”. สิงหาคม 2560.
หน้า 6

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารการวิจัย

เพทาย ทองดี. “การใช้ก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV) และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ขับขี่แท็กซี่”. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.
ศูนย์ความเป็นเลิศด้านโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. “รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาแนวทางและมาตรการในการนำเทคโนโลยีระบบการกำหนดตำแหน่งบนโลก (GPS) มาติดตั้งในรถสาธารณะ”. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2556.
สุภาสินี นาคเงินทอง. “ผลกระทบของการให้บริการแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันต่ออุตสาหกรรมแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร”. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.
สุธินี เขมฐิตินิตและนายธีระวัฒน์ จันทิก. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมของผู้บริโภคแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่ผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในเขต กรุงเทพมหานคร”. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559.
สุภาสินี ตันตศรีสุข. “ประมวลสาระชุดวิชาเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยที่ 1 – 8”. บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.

กฎหมาย

“กฎกระทรวงว่าด้วยรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคน พ.ศ. 2560”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 81 ก, 11 สิงหาคม 2560, หน้า 9.

“กฎกระทรวงว่าด้วยรถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคนทีจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2560”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 76 ก, 1 พฤศจิกายน 2560, หน้า 6.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

กรมการขนส่งทางบก. “ประกาศกรมการขนส่งทางบก เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข การให้ความเห็นชอบการจัดตั้งศูนย์บริการสื่อสารรถยนต์รับจ้าง (แท็กซี่) พ.ศ. 2561”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://elaw.dlt.go.th/ElawUpload/LAWUPLOAD/360.pdf?time=05:35:31>, 2561.

กรมการขนส่งทางบก. “ผลการประเมินคุณภาพบริการรถโดยสารสาธารณะ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.dlt.go.th/th/announce/view.php?_did=1813, 2560.

กรมการขนส่งทางบก. “ผลการประเมินคุณภาพบริการรถโดยสารสาธารณะ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.dlt.go.th/th/announce/view.php?_did=2436, 2562.

กันทิมา วงศ์สถาปัตย์. “นิตยสารการเงินธนาคาร investigating topic” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2831>, 2016.

พิจิตรา ประภัสสรมนู. “ตลาดผลผลิต (ตลาดผูกขาด)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://econ.tu.ac.th/class/archan/Pichittra/EC%20311%201_62/311%20week%207_1.pdf,

เอกก์ ภทรธนกุล. “คอลัมน์: การตลาดอัจฉริยะ 3.0 Brand Buffet” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.brandbuffet.in.th/2015/01/4-tips-setup-price-product/>, 2558.

Greedisgoods. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://greedisgoods.com/dynamic-pricing-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>, 2019.

“Sharing economy” และ “Collaborative consumption”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/notes/sunantawadee-joy-outayo/sharing-economy-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0-collaborative-consumption/10151903900938330>, 2013.

ภาษาต่างประเทศ

Books

Clarke Cochran and other. American Public Policy: An Introduction. New York : St. Martin’s Press, 1982.

Cornell Empowerment Group. Empowerment and family support. Networking Bulletin, 1989.

David Easton. The Political System: An inquiry into the state of political science, New York : Alfred A. Knoff, 1953.

Goodbody Economic Consultants. Economic Review of the Small Public Service Vehicle Industry. Dublin : the Taxi Regulator/Commission for Taxi Regulation, 2009.

Ira Sharkansky. Policy Analysis in Political Science, Chicago : Markham, 1970.

James E. Anderson. Politics and Economic Policy-Making. Reading, MA. : Addison-Wesley, 1970.

Zimmerman. Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), Handbook of Community Psychology. New York: Plenum Publishers, 2000.

Journals and Newspapers

DeLone, W. H., & McLean, E. R. “The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update”. Journal of Management Information Systems, Spring 2003 (19), p.9-30.

Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. “Adapting to the Sharing Economy”. MIT Sloan Management Review, 56 (2), p.70-76.

Morgan R, & Hunt D. “The commitment-trust theory of relationship marketing”, Journal of Marketing, 1994 (58), p.20–38.

Wallerstein, N., & Bernstein, E. “Empowerment Education: Freire's Idea Adapted to Health Education”. Health Education Quarterly, 15 (4), 1988, p.379-394.

Research, Report and Thesis

Botsman, R., & Rogers, R. “What's mine is yours: the rise of collaborative consumption”. Harper Business, New York, 2010.

Minkler, M. “Improving Health Through Community Organization”. In Glans, Lewis, & Rimer (Eds.), Health Behavior and Health Education: Theory, Research and Practice. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers. 1990.

Reininger, B. M. “Advancing The Theory of Collective Empowerment: A Qualitative Study”. Doctor of Public Health, The University of Texas Health Science Center at Houston, Houston, Texas. 1994.

Electronics Data Base

- Botsman, R. "The Sharing Economy Lacks A Shared Definition". (Online). Available : <http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>, 2013.
- Kapoor R. "Lessons from the Sharing Economy". (Online). Available : <http://techcrunch.com/2014/08/30/critical-lessons-from-thesharing-economy>, 2014.
- Schaller, Bruce. "Entry controls in Taxi regulation". (Online). Available : <http://www.schallerconsult.com/taxi/entrycontrol.pdf>, 2007.
- "Structure, conduct, performance paradigm". (Online). Available : <https://policonomics.com/structure-conduct-performance-paradigm>, 2020.

ภาคผนวก

บันทึกผลการสัมภาษณ์พนักงานขับรถแท็กซี่ ที่สมัครเข้าเป็น Partner กับแกร็บ

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

พนักงานขับรถ	เพศ	ระยะเวลาในการเข้าเป็น Partner กับแกร็บ
คนที่ 1	หญิง	3-4 เดือน
คนที่ 2	ชาย	เกือบ ๆ 1 ปี
คนที่ 3	ชาย	1 เดือน
คนที่ 4	ชาย	ประมาณ 1 ปี
คนที่ 5	หญิง	5-6 เดือน
คนที่ 6	ชาย	เกือบ ๆ 1 ปี
คนที่ 7	ชาย	ประมาณ 1 ปี
คนที่ 8	ชาย	3-4 เดือน
คนที่ 9	ชาย	ประมาณ 2 ปี
คนที่ 10	ชาย	ประมาณ 1 ปี

ตารางที่ 2 มุมมองความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน

	คุณรู้จัก Grab ได้อย่างไร	เหตุผล ในการสมัครขับรถ กับ Grab คืออะไร	คุณมีความมั่นใจ ในแอปพลิเคชัน Grab มากน้อยแค่ไหน เพราะอะไร	แอปพลิเคชัน ช่วยให้ความสะดวก ในการหาลูกค้า หรือไม่ อย่างไร	คุณคิดว่าฟังก์ชัน การให้คะแนน การให้คะแนน ดีหรือไม่ อย่างไร	หากกรรมการขนส่งทางบกจะมีแอปพลิเคชันลักษณะดังกล่าว คิดว่าจะ เข้าร่วมหรือไม่ และอยากให้มีการ พัฒนาฟังก์ชันอะไรเพิ่มเติมบ้าง
พนักงานขับรถคนที่ 1	รู้จักผ่านสื่อ	หารายได้พิเศษ	ค่อนข้างมาก / มีระบบที่ดี	ไม่ต้องวิ่งตามหาลูกค้า ลูกค้าจะมาหาเราเอง	ทำให้เราตั้งใจ บริการมากขึ้น	เข้าร่วม / ฟังก์ชันการทำงานโอเค อยู่แล้ว
พนักงานขับรถคนที่ 2	รู้จักผ่านสื่อ และ เพื่อนแนะนำ	อยากรู้ว่ารายได้ ที่โฆษณาไว้ จะทำได้จริงหรือไม่	มั่นใจ / น่าจะหารายได้เพิ่ม ให้เราได้	แอปพลิเคชันหาลูกค้าให้ โดยไม่ต้องคอยขับรถหา	เหมือนเป็น คะแนนความ ประพฤติ	เข้าร่วม / ระบุสิริรถ เพื่อให้สะดวก ต่อการหาของลูกค้า
พนักงานขับรถคนที่ 3	รู้จักผ่านเฟซบุ๊ก	เห็นเพื่อนที่ทำ ได้เงินเยอะ	เพิ่งเริ่มขับ แต่เท่าที่ศึกษา ข้อมูลมาก็มั่นใจพอสมควร	แอปหาผู้โดยสาร ที่อยู่ใกล้เคียงให้ได้เลย ไม่ต้องเสียเวลารอคอย	ช่วยให้เรารู้ว่า เราบริการดีไหม	เข้าร่วม / เพิ่มช่องทาง การติดต่อ
พนักงานขับรถคนที่ 4	รู้จักผ่านโฆษณา	มีรถและต้องการ หารายได้เพิ่ม	ค่อนข้างมั่นใจ เพราะมาจาก ต่างประเทศ และมี Navigator ช่วย นำทางไปยังปลายทางต่าง ๆ	แอปสามารถ จับคู่ผู้โดยสาร ที่อยู่ใกล้เคียงให้ได้เลย	คอยเตือนว่า เราต้องรักษา มาตรฐานให้ดี	เข้าร่วม / ฟังก์ชันโอเคแล้ว
พนักงานขับรถคนที่ 5	น้องที่รู้จักแนะนำ เพราะเห็นว่า ขับรถดี	หารายได้พิเศษ	ปานกลาง / มีเรื่องแผนที่ ที่ผิดพลาดอยู่บ้าง	ง่าย เพราะแอปมันจับคู่ ลูกค้าให้เลย	ช่วยในเรื่องทำให้ เราดูน่าเชื่อถือ	เข้าร่วม / อัปเดตเรื่องแผนที่

ตารางที่ 2 มุมมองความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน (ต่อ)

	คุณรู้จัก Grab	เหตุผล	คุณมีความมั่นใจ ในแอปพลิเคชัน Grab	แอปพลิเคชัน ช่วยให้ความสะดวก	คุณคิดว่าฟังก์ชัน การให้คะแนน	หากกรรมการขนส่งทางบกจะมีแอปพลิเคชันลักษณะดังกล่าว คิดว่าจะ
--	----------------	--------	------------------------------------	------------------------------	-------------------------------	--

	ได้อย่างไร	ในการสมัครขับรถกับ Grab คืออะไร	อย่างน้อยแค่ไหน เพราะอะไร	ในการหาลูกค้า หรือไม่ อย่างไร	ดีหรือไม่ อย่างไร	เข้าร่วมหรือไม่ และอยากให้มีการพัฒนาฟังก์ชันอะไรเพิ่มเติมบ้าง
พนักงานขับรถคนที่ 6	ได้ยืนเพื่อน ๆ คุยกัน เลย สนใจ	มีรถอยู่แล้ว และยังต้องผ่อนอยู่เลย ต้องการหารายได้เพิ่ม	ปานกลาง / การคำนวณค่าโดยสารไม่ค่อยแม่นยำ	ช่วยได้มาก เพราะไม่ต้องเสียเวลาจอดรถเหมือนแท็กซี่ปกติ	ทำให้เกิดความเชื่อถือ ความมั่นใจ สะท้อนการบริการของเรา	เข้าร่วม / ระบุสิทธิ์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถหารถได้ง่าย ๆ
พนักงานขับรถคนที่ 7	รู้จักผ่านโฆษณา	รักการขับรถ	ค่อนข้างมาก / แอปมาจากต่างประเทศ	โอเค เมื่อเทียบกับการขับแท็กซี่ปกติ เพราะแอป สามารถตรวจสอบได้ จึงมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย	การที่ผู้โดยสารสามารถให้คะแนนเหมือนการเตือนให้บริการดี ๆ	เข้าร่วม / ฟังก์ชันเหมาะสมแล้ว
พนักงานขับรถคนที่ 8	รู้จักผ่านเฟสบุ๊ค	มีรถแท็กซี่อยู่แล้วเลย ตัดสินใจง่ายขึ้น และอยากหารายได้เพิ่มขึ้น	มั่นใจ / แอปพลิเคชันจากต่างประเทศน่าจะมีระบบดี	ดีมาก เพราะมีลูกค้าตลอดเลย	ทำให้เกิดความเชื่อถือ ความมั่นใจเพิ่มขึ้น	เข้าร่วม / ฟังก์ชันครบถ้วนแล้ว

ตารางที่ 2 มุมมองความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน (ต่อ)

คุณรู้จัก Grab ได้อย่างไร	เหตุผลในการสมัครขับรถกับ Grab คืออะไร	คุณมีความมั่นใจในแอปพลิเคชัน Grab มากน้อยแค่ไหน เพราะอะไร	แอปพลิเคชันช่วยให้ความสะดวกในการหาลูกค้า หรือไม่ อย่างไร	คุณคิดว่าฟังก์ชันการให้คะแนนดีหรือไม่ อย่างไร	หากกรมการขนส่งทางบกจะมีแอปพลิเคชันลักษณะดังกล่าว คิดว่าจะเข้าร่วมหรือไม่ และอยากให้มีการพัฒนาฟังก์ชันอะไรเพิ่มเติมบ้าง
---------------------------	---------------------------------------	---	--	---	--

พนักงานขับ รถคนที่ 9	คนรู้จักแนะนำ	ต้องการรายได้เสริม	ค่อนข้างมาก / มีระบบที่ดี	ลูกค้าสามารถเรียกเราผ่านแอปได้เลย โดยที่เราไม่ต้องไปคอยหา	เป็นการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงานขับรถ	เข้าร่วม / ฟังก์ชันครบถ้วนแล้ว
พนักงานขับ รถคนที่ 10	ได้ยินเพื่อน ๆ คุยกัน	มีเวลาว่าง มีรถ	มั่นใจมาก / ภาพลักษณ์ดี	แค่ดูการแจ้งการเตือนสามารถรับงานได้ไม่ต้องไปคอยวิ่งหาลูกค้าเหมือนปกติ	เป็นการเรียกเรทตั้ง เหมือนเป็นคะแนนจิตพิสัย	เข้าร่วม / ฟังก์ชันโอเคแล้ว

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางจันทิรา บุรุษพัฒน์
วัน เดือน ปีเกิด	14 ตุลาคม 2506
การศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเกษตร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา) มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ประวัติการทำงานโดยย่อ	ปี พ.ศ. 2555 เลขานุการกรม สำนักงานเลขานุการกรม ปี พ.ศ. 2557 ผู้ตรวจราชการกรม งานตรวจราชการกรม ปี พ.ศ. 2559 ผู้อำนวยการสำนักงานขนส่งกรุงเทพมหานครพื้นที่ 5 ปี พ.ศ. 2562 รองอธิบดีกรมการขนส่งทางบก
ตำแหน่งปัจจุบัน	รองอธิบดีกรมการขนส่งทางบก

ต้องรับผิดชอบ นอกจากนี้ ร้อยละ 17.86 เห็นว่าอุเบอร์เป็นรถผิดกฎหมายและอยู่นอกระบบ มีส่วนในการทำลายระบบขนส่งสาธารณะและทำลายภาพลักษณ์ของระบบรถแท็กซี่ในประเทศไทย

ดังนั้น กระทรวงคมนาคม โดยกรมการขนส่งทางบกซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้กำกับดูแลการให้บริการการขนส่งสาธารณะทุกประเภท นอกจากจะต้องพิจารณาดำเนินการเพื่อพัฒนาการกำกับดูแลการให้บริการขนส่งผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TNC) แล้ว ยังมีหน้าที่พัฒนามาตรฐานและยกระดับการให้บริการ รวมถึงรูปแบบทางธุรกิจของรถแท็กซี่เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เหมาะสม และเกิดประโยชน์ต่อประชาชนในการเดินทางได้อย่างสะดวก ปลอดภัย การให้บริการที่มีคุณภาพดีในอัตราค่าโดยสารที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อประชาชน ผู้วิจัยในฐานะข้าราชการในสังกัดกรมการขนส่งทางบกจึงขอเสนอดำเนินการศึกษาแนวทางการพัฒนา หรือการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยในการให้บริการรถแท็กซี่ การศึกษานี้จะเป็นการดำเนินการโดยมุ่งสู่เป้าหมายสำคัญเพื่อให้ภาครัฐสามารถกำกับดูแลบริหารจัดการระบบรถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์สาธารณะ หรือรถสาธารณะประเภทอื่น ๆ โดยผ่านแอปพลิเคชันในมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการแข่งขันของระบบต่าง ๆ รวมถึงความเป็นธรรมกับผู้โดยสารในการได้รับบริการที่มีคุณภาพดี เดินทางได้อย่างสะดวก ปลอดภัย อัตราค่าโดยสารที่เหมาะสม และเป็นธรรมทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์แนวทางการนำนวัตกรรมการจับคู่ระหว่างเจ้าของรถแท็กซี่หรือรถจักรยานยนต์สาธารณะ และผู้โดยสารมาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยในการให้บริการรถแท็กซี่และรถจักรยานยนต์สาธารณะ
2. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์แนวทางการกำหนดนโยบายในการกำกับ ดูแล และบริหารจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้การให้บริการผ่านระบบแอปพลิเคชันมีความปลอดภัย และมีประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์ กระบวนการ และรูปแบบการนำนวัตกรรมมาใช้ในการเรียกรถยนต์รับจ้างบรรทุกทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน (รถแท็กซี่) เท่านั้น
- 1.2 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวคิด/หลักการระดับนโยบาย จะไม่ลงลึกในรายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติ หรือการดำเนินการแต่อย่างใด
- 1.3 การวิจัยนี้จะเน้นเฉพาะหลักการหรือการกำหนดนโยบายที่สามารถเปิดเผยได้ เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้ขับรถแท็กซี่ และผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตารางและเอกสารต่าง ๆ
 - 1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่าง ๆ
3. การนำเสนอข้อมูล นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะของประเทศไทยในอนาคต โดยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกในทุกระดับชั้น ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้บริหารของกรมการขนส่งทางบก เครือข่ายสหกรณ์แท็กซี่ และนักวิจัยที่เชี่ยวชาญด้านระบบขนส่ง

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้ ภาครัฐหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลอุตสาหกรรมการให้บริการแท็กซี่ ควรศึกษาแนวทางการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการรถสาธารณะ เพื่อเป็นสื่อกลางในการให้บริการระหว่างผู้ขับขี่ และผู้ใช้บริการ ตลอดจนปรับปรุงกฎ ระเบียบ ข้อบังคับให้สอดคล้องกับรูปแบบการให้บริการดังกล่าว สามารถควบคุมการให้บริการรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันได้อย่างทั่วถึง เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่เป็นธรรม โดยคำนึงถึงการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสำคัญ และเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้ตามรูปแบบการให้บริการที่มีมากขึ้น โดยจะต้องกำหนดแนวทางหรือนโยบายเพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างการกำกับดูแลของภาครัฐ การรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภค ความยืดหยุ่นต่อภาคธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางในการธุรกิจและการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น

1. การกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในด้านความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ อาทิ การใช้เทคโนโลยีการยืนยันตัวตนของคนขับหรือผู้โดยสารด้วยภาพถ่ายซึ่งช่วยป้องกันอาชญากรรมได้ นวัตกรรมเหล่านี้มีส่วนช่วยยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในด้านการเดินทางในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้นให้กับประชาชน

2. ส่งเสริมให้มีการแข่งขันอย่างเท่าเทียมของทั้งผู้ประกอบการแท็กซี่ในระบบดั้งเดิมและผู้ให้บริการ Ride-hailing สิ่งสำคัญที่ควรพิจารณา คือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ทั้งสองระบบสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกันได้โดยตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้ใช้บริการ

3. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและฐานข้อมูลในระบบแก้ไขปัญหาคือ ปัญหาต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อส่งเสริมให้ภาคการคมนาคมขนส่งของไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนระบบคมนาคมขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรหนาแน่น และมลพิษทางอากาศลงได้

ข้อเสนอแนะ

จากสรุปผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับทางการนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการให้บริการผู้โดยสารของประเทศในอนาคตทั้งในเชิงนโยบาย ระดับปฏิบัติการ และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะที่จะมีประสิทธิภาพสูงสุดจะต้องเริ่มจากการมีนโยบายที่ดีในการดำเนินงาน ซึ่งผู้บริหารกรรมการขนส่งทางบกจะมีส่วนอย่างมากในการนำองค์กรไปสู่จุดนั้นได้ โดยผู้บริหารจะต้องมีความเข้าใจ และสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมากำหนดเป็นนโยบายในการดำเนินการที่เหมาะสม สอดคล้องกับสถานะในปัจจุบัน ทั้งนี้ จะต้องมีการวางแผนการดำเนินการทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว รวมถึงกำหนดแนวทางการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

กรรมการขนส่งทางบกควรกำหนดให้มีหน่วยงานหลักเพื่อเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการนำนวัตกรรมกรรมมาใช้ในการเรียกรถสาธารณะ รวมถึงควรเปิดให้มีการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทำงานที่สร้างสรรค์ และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นควรให้มีการจัดทำระบบเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานโดยต้องมีหลักเกณฑ์ และตัวชี้วัดที่ชัดเจน

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การนำรถยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการในรูปแบบแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทยควรมีการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการรูปแบบดังกล่าว โดยผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1 การจดทะเบียนรถยนต์ พิจารณาว่าควรจดทะเบียนเป็นรถลักษณะใด มีขั้นตอนและมาตรฐานอย่างไรบ้าง

3.2 ใบอนุญาตขับรถ พิจารณาว่าควรต้องสมัครใบขับขี่สาธารณะหรือใบขับรถประเภทเฉพาะตามกฎหมายที่มีอยู่แล้ว หรือควรสร้างใบอนุญาตขับรถใหม่สำหรับ TNC โดยเฉพาะ

3.3 ใบอนุญาตประกอบการ ควรศึกษาแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบการและการกำกับดูแลที่เหมาะสม

3.4 ภาษี พิจารณาว่าภาษีที่ผู้ประกอบการ TNC จะต้องชำระ อาจเหมือนกับรถแท็กซี่ หรือเพิ่มเติมจากรถแท็กซี่ก็ได้ โดยปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจรถแท็กซี่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามประมวลรัษฎากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีรถประจำปี

3.5 การจัดทำประกันภัย ควรกำหนดให้รถยนต์ที่ให้บริการ TNC ต้องมีประกันภัย ในระดับที่สูงกว่ารถยนต์ส่วนบุคคล และอาจต้องเทียบเท่าประกันภัยที่ใช้ในรถแท็กซี่

3.6 การคุ้มครองแรงงาน พิจารณาว่าการกำกับดูแลหรือการคุ้มครองสถานะควรจะทำในลักษณะของแรงงานนอกระบบ หรือผู้รับงานอิสระ (Independent Contractor) เช่นเดียวกับการคุ้มครองผู้ขับรถแท็กซี่ของไทยในปัจจุบัน

3.7 การกำหนดอัตราค่าโดยสาร เช่น กำหนดให้แสดงราคาที่ชัดเจนให้กับผู้โดยสาร และกำหนดเพดานขั้นสูงของการคำนวณราคาโดยสารแบบพลวัต

3.8 การกำกับให้มีการแข่งขัน พิจารณากฎหมายการรองรับสถานะของรถยนต์ที่ให้บริการ แบบ TNC และกำหนดหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการรถแท็กซี่ กับผู้ประกอบการ TNC หรือระหว่างผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน