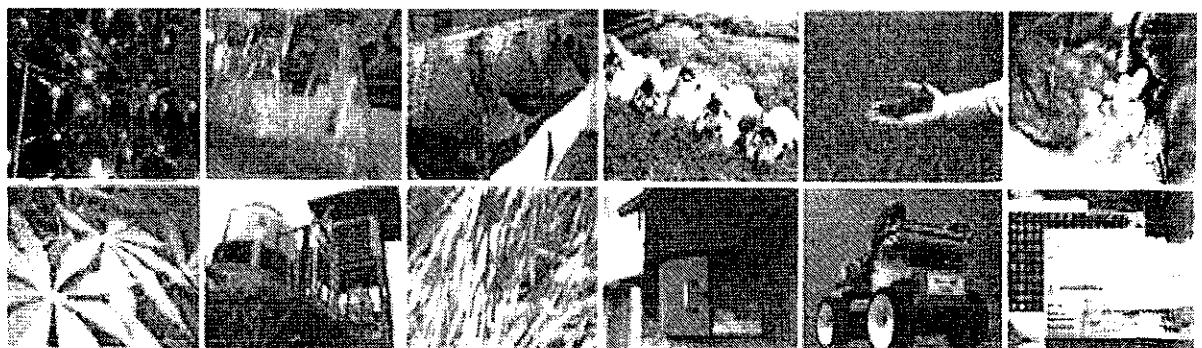
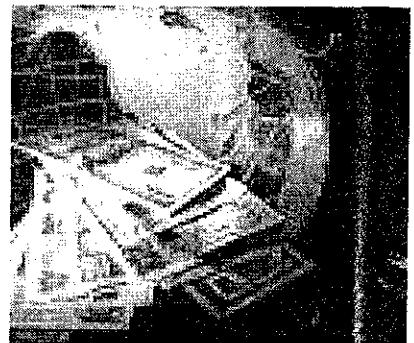


# เศรษฐศาสตร์จุลภาค : Microeconomics

รหัสรายวิชา : 205104



โดย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขาว



มหาวิทยาลัยสุรานารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรานารี SURANAREE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

## คำนำ

เอกสารคำสอนรายวิชาเศรษฐศาสตร์ชุดภาคบังคับชั้นปีที่ 1 ประกอบด้วยเนื้อหาที่ครอบคลุมตามรายละเอียดของวิชาตามหลักสูตรที่ได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชาการ และสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยประกอบด้วย 10 บท ได้แก่ แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ ต้นทุนค่าเสียโอกาสและความเป็นไปได้ในการผลิต อุปสงค์และอุปทานตลาด การนำอุปสงค์และอุปทานไปประยุกต์ใช้ ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน พฤติกรรมของผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิตและต้นทุน ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดผูกขาด ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด และตลาดผู้ขายน้อยราย ซึ่งในแต่ละบทจะมีแบบฝึกหัดให้นักศึกษาทดลองทำเพื่อทบทวนความรู้และความเข้าใจในบทเรียน

ผู้เขียนขออนุญาตสำเนาเอกสารนี้ไว้ใช้เป็นเอกสารประกอบการเรียนรายวิชาเศรษฐศาสตร์ชุดภาคบังคับชั้นปีที่ 1 ประกอบด้วยเนื้อหาที่ครอบคลุมตามรายละเอียดของวิชาตามหลักสูตรที่ได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชาการ และสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยประกอบด้วย 10 บท ได้แก่ แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ ต้นทุนค่าเสียโอกาสและความเป็นไปได้ในการผลิต อุปสงค์และอุปทานตลาด การนำอุปสงค์และอุปทานไปประยุกต์ใช้ ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน พฤติกรรมของผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิตและต้นทุน ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดผูกขาด ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด และตลาดผู้ขายน้อยราย ซึ่งในแต่ละบทจะมีแบบฝึกหัดให้นักศึกษาทดลองทำเพื่อทบทวนความรู้และความเข้าใจในบทเรียน

ขวัญกมล ดอนขوا

พฤษภาคม 2549

## สารบัญ

บทที่		หน้า
<b>1</b>	<b>แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์.....</b>	<b>1</b>
1.1	ความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์.....	1
1.2	ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์.....	2
1.3	ปัจจัยพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์.....	3
1.4	เศรษฐศาสตร์จุลภาค และเศรษฐกิจเพื่อมภาค.....	4
1.5	วิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์.....	4
1.6	แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์.....	5
1.7	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์.....	6
1.8	สรุป.....	7
1.9	แบบฝึกหัด.....	8
<b>2</b>	<b>ต้นทุนค่าเสียโอกาส และความเป็นไปได้ในการผลิต.....</b>	<b>13</b>
2.1	ความหมายของต้นทุนค่าเสียโอกาส.....	13
2.2	ทรัพยากร เทคโนโลยี และความเป็นไปได้ในการผลิต.....	14
2.3	กฎการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าเสียโอกาส.....	16
2.4	ประสิทธิภาพในการผลิต.....	18
2.5	อัตราความจำเริญเดิน โครงการเศรษฐกิจกับสัมแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต....	20
2.6	การนำหลักการไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติ.....	22
2.7	สรุป.....	24
2.8	แบบฝึกหัด.....	25
<b>3</b>	<b>อุปสงค์ และอุปทานตลาด.....</b>	<b>33</b>
3.1	ความหมายและจุดมุ่งหมายของตลาด.....	33
3.2	ความหมายของอุปสงค์ และกฎของอุปสงค์.....	34
3.3	อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ตลาด.....	37
3.4	การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์.....	38
3.5	ความหมายของอุปทาน และกฎของอุปทาน.....	42
3.6	อุปทานส่วนบุคคล และอุปทานตลาด.....	45
3.7	การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานและการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน.....	47
3.8	ดุลยภาพของตลาด.....	49
3.9	การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด.....	50
3.10	สรุป.....	55
3.11	แบบฝึกหัด.....	56

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
<b>4</b>	<b>ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ และอุปทาน.....</b>	<b>70</b>
4.1	ความหมายของค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์.....	70
4.2	ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา.....	70
4.3	ปัจจัยกำหนดค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา.....	79
4.4	การใช้ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคายากรณ์การเปลี่ยนแปลงรายได้รวม และค่าใช้จ่ายรวม.....	80
4.5	ความยึดหยุ่นของอุปทานต่อรายได้.....	82
4.6	ความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้.....	83
4.7	ความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคา.....	85
4.8	ปัจจัยกำหนดค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคา.....	91
4.9	สรุป.....	92
4.10	แบบฝึกหัด.....	93
<b>5</b>	<b>อุปสงค์ และอุปทาน : การวิเคราะห์และการนำไปใช้.....</b>	<b>110</b>
5.1	นโยบายการกำหนดราคา.....	110
5.2	นโยบายภาษี.....	113
5.3	ความล้มเหลวของตลาด เมื่อจากการขาดการแข่งขัน.....	115
5.4	ความล้มเหลวของตลาด เมื่อจากผลกระทบภายนอก.....	116
5.5	สรุป.....	119
5.6	แบบฝึกหัด.....	120
<b>6</b>	<b>พฤษติกรรมผู้บริโภค.....</b>	<b>126</b>
6.1	ผลกระทบประโภชน์ และอุปสงค์.....	126
6.1.1	ทางเลือกการบริโภคของครัวเรือน.....	126
6.1.2	การพยากรณ์ทฤษฎีอրรถประโภชน์เพิ่มและเส้นอุปสงค์.....	136
6.1.3	การนำทฤษฎีอรรถประโภชน์เพิ่มไปใช้กรณีส่วนเกินของผู้บริโภค.....	139
6.2	ความเป็นไปได้ ความชอบ และทางเลือกของผู้บริโภค.....	141
6.2.1	ความเป็นไปได้ในการบริโภค.....	141
6.2.2	ความชอบของผู้บริโภค.....	146
6.2.3	ทางเลือกของผู้บริโภค.....	150
6.2.4	ผลกระทบของราคา รายได้ และการทดแทนกัน.....	151
6.3	สรุป.....	156
6.4	แบบฝึกหัด.....	157

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>7 ทฤษฎีการผลิต และต้นทุน</b>	<b>176</b>
7.1 ฟังก์ชันการผลิต.....	176
7.2 การผลิตในระเบียบสั้นและการผลิตในระเบียบยาว.....	179
7.3 เส้นผลผลิตเท่ากัน และเส้นต้นทุนเท่ากัน.....	183
7.4 ส่วนผสมของปัจจัยการผลิตที่เสียต้นทุนต่ำที่สุด.....	189
7.5 ต้นทุนการผลิต.....	190
7.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิต และต้นทุนการผลิตในระเบียบสั้น.....	192
7.7 ต้นทุนการผลิตในระเบียบยาว.....	194
7.8 สรุป.....	198
7.9 แบบฝึกหัด.....	199
<b>8 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์</b>	<b>214</b>
8.1 โครงสร้างของตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	214
8.2 การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	215
8.3 คุณภาพในระเบียบสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	218
8.4 คุณภาพในระเบียบยาวของตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	224
8.5 เส้นอุปทานของผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	225
8.6 ความมีประสิทธิภาพในตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	227
8.7 สรุป.....	228
8.8 แบบฝึกหัด.....	229
<b>9 ตลาดผูกขาด</b>	<b>241</b>
9.1 โครงสร้างของตลาดผูกขาด.....	241
9.2 การกำหนดราคาในตลาดผูกขาด.....	242
9.2.1 อุปสงค์ และรายรับ.....	242
9.2.2 รายได้ และค่าความยึดหยุ่น.....	245
9.2.3 การกำหนดราคาและปริมาณ.....	245

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	9.3 การกำหนดราคาที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด.....	247
	9.3.1 การกำหนดราคาที่แตกต่างกัน และรายได้รวม.....	247
	9.3.2 การกำหนดราคาที่แตกต่างกันและส่วนเกินของผู้บริโภค.....	249
	9.3.3 การกำหนดราคา และปริมาณการขาย เมื่อมีการกำหนดราคาที่แตกต่างกัน.	249
	9.4 การเปรียบเทียบความมีประสิทธิภาพในตลาดผู้ขายและตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	250
	9.4.1 การกำหนดราคา และปริมาณในตลาดผู้ขาย และตลาดแข่งขันสมบูรณ์...	250
	9.4.2 ประสิทธิภาพของการจัดสรรทรัพยากรในตลาดผู้ขาย และตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	251
	9.5 สรุป.....	254
	9.6 แบบฝึกหัด.....	255
10	ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขาย และตลาดผู้ขายน้อยราย.....	265
	10.1 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขาย.....	265
	10.1.1 โครงสร้างของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขาย.....	265
	10.1.2 การกำหนดราคา และปริมาณผลผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขาย.....	266
	10.1.3 ผลิตภาพส่วนเกินในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขาย.....	268
	10.1.4 ประสิทธิภาพในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขาย.....	268
	10.1.5 ผลของการโฆษณาในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขาย.....	272
	10.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย.....	273
	10.2.1 โครงสร้างของตลาดผู้ขายน้อยราย.....	273
	10.2.2 แบบจำลองเส้นอุปสงค์หักออก.....	273
	10.3 สรุป.....	276
	10.4 แบบฝึกหัด.....	277
	รายการอ้างอิง.....	285

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงส่วนผสมของผลผลิตอาหารและเครื่องนุ่งห่มที่เป็นไปได้.....	15
2.2 แสดงค่านิยมค่าเสียโอกาสของการเพิ่มปริมาณผลผลิต เครื่องนุ่งห่มขึ้นครึ่งละ 10,000 ตัน.....	16
3.1 แสดงอุปสงค์ของผู้ซื้อ ไปไก่ ณ ตลาดแห่งหนึ่ง.....	35
3.2 แสดงอุปทานของผู้ขาย ไก่ ณ ระดับราคาต่างๆ.....	43
3.3 แสดงอุปสงค์และอุปทานของตลาดปลาในประเทศไทย.....	49
4.1 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากับรายได้รวมหรือค่าใช้จ่ายรวม.....	82
6.1 แสดงความเป็นไปได้การบริโภคโขดา และการซื้อกาแฟญี่ปุ่นครึ่งของริสา.....	127
6.2 แสดงผลกระทบของโขชันรวมจากการซื้อกาแฟญี่ปุ่นครึ่งของริสา.....	130
6.3 แสดงผลกระทบของโขชันสูงที่สุดจากการบริโภคสินค้า 2 ชนิด คือกาแฟญี่ปุ่นโขดา โดยไม่ได้นำราคางานสินค้ามาพิจารณา.....	134
6.4 แสดงผลกระทบของโขชันสูงสุด โดยใช้หลักผลกระทบของโขชันเพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐ.....	134
6.5 แสดงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคากับผลกระทบของกาแฟญี่ปุ่น ที่มีผลกระทบต่อทางเลือกของการบริโภคของริสา.....	137
6.6 แสดงการเปลี่ยนแปลงทางเลือกของการซื้อกาแฟญี่ปุ่นครึ่งของริสา โดยรายได้เพิ่มขึ้นจาก 30 เหรียญสหรัฐ เป็น 42 เหรียญต่เดือน โดยราคากับผลกระทบของโขดาไม่เปลี่ยนแปลง.....	139
7.1 แสดงผลผลิตรวม ผลผลิตเพิ่มต่อหน่วย และผลผลิตเฉลี่ยของโรงงานผลิตเสื้อยืด.....	180
7.2 แสดงการใช้ปัจจัยทุนและแรงงานในการผลิตเสื้อยืด 150 ตัวต่อวัน จาก 3 วิชี.....	184
7.3 แสดงปริมาณการผลิตและต้นทุนการผลิตของโรงงานผลิตรองเท้า.....	192
7.4 แสดงขนาดของโรงงานและต้นทุนการผลิตของโรงงานผลิตเสื้อยืด.....	195
8.1 แสดงอุปสงค์ของการผลิตเสื้อยืดกับรายรับเฉลี่ยและรายรับเพิ่มต่อหน่วย.....	217
8.2 แสดงรายรับรวม ต้นทุนรวม และกำไร ของโรงงานผลิตเสื้อยืด.....	218
9.1 แสดงอุปสงค์ต่อราคางานการตัดผ้า รายรับรวมและรายรับเพิ่มต่อหน่วย ในประเทศไทย.....	243

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกระบวนการของการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์แบบวิทยาศาสตร์.....	5
2.1 แสดงเส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของสินค้า 2 ชนิด คืออาหารและเครื่องนุ่งห่ม.....	15
2.2 แสดงต้นทุนค่าใช้โอกาสของการผลิตเครื่องนุ่งห่มที่เพิ่มขึ้น.....	17
2.3 แสดงประสิทธิภาพในการผลิตกับเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต.....	19
2.4 แสดงความจำาริญเดินทางเศรษฐกิจกับเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต.....	21
2.5 แสดงความเป็นไปได้ในการผลิตสินค้า 2 กลุ่ม.....	23
3.1 แสดงเส้นอุปสงค์ไข่ไก่.....	36
3.2 แสดงอุปสงค์ส่วนบุคคล และอุปสงค์ตลาด.....	38
3.3 แสดงการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ของสัมภิเวชหวาน เมื่อราคากองสัมภิเวชหวานเปลี่ยนแปลงไป.....	40
3.4 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ของสัมภิเวชหวาน เมื่อราคากองสัมภิเวชหวานคงที่ แต่รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนไป.....	41
3.5 แสดงเส้นอุปทานของไข่ไก่.....	44
3.6 แสดงอุปทานส่วนบุคคล และอุปทานตลาด.....	46
3.7 แสดงการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานของลำไยเมื่อราคากำไรเปลี่ยนแปลงไป.....	47
3.8 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทานของลำไย เมื่อราคากำไรคงที่ แต่เทคโนโลยีการปลูกกำไรเปลี่ยนแปลง.....	48
3.9 แสดงดุษลภาพในตลาดปลา.....	50
3.10 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์เพิ่มขึ้น อุปทานคงเดิม.....	51
3.11 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ลดลง อุปทานคงเดิม.....	51
3.12 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทานเพิ่มขึ้น อุปสงค์คงเดิม.....	52
3.13 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทานลดลง อุปสงค์คงเดิม.....	53
3.14 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์และอุปทานในตลาดแรงงาน.....	54
4.1 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเท่ากับอนันต์ ( $E_{dp} = \infty$ ).....	72
4.2 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่ามาก ( $1 < E_{dp} < \infty$ ).....	73
4.3 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าน้อย ( $E_{dp} = 1$ ).....	74
4.4 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าน้อย ( $0 < E_{dp} < 1$ ).....	75
4.5 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าzeroที่สุด หรือไม่มีค่าความยึดหยุ่นเลย ( $E_{dp} = 0$ ).....	76

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.6 แสดงรายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวม.....	80
4.7 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าเท่ากับอินฟินิตี้ ( $E_{sp} = \infty$ ).....	86
4.8 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่ามาก ( $1 < E_{sp} < \infty$ ).....	87
4.9 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าเท่ากับ 1 ( $E_{sp} = 1$ ).....	88
4.10 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าน้อย ( $0 < E_{sp} < 1$ ).....	89
4.11 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าน้อยที่สุด หรือ ไม่มีค่าความยึดหยุ่นเลย ( $E_{sp} = 0$ ).....	90
5.1 แสดงการกำหนดราคากันสูง.....	111
5.2 แสดงการกำหนดราคากันต่ำ.....	112
5.3 แสดงผลของนโยบายการเก็บภาษีสินค้าฟื้นเพื่อย.....	113
5.4 แสดงนโยบายการเก็บภาษีสินค้าจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต.....	114
5.5 แสดงคุณภาพที่ไม่มีประสิทธิภาพเนื่องจากขาดการแข่งขัน.....	116
5.6 แสดงความล้มเหลวของตลาดอันเนื่องมาจากการผลกระทบภายนอกเป็นลบ.....	117
5.7 แสดงความล้มเหลวของตลาดอันเนื่องมาจากการผลกระทบภายนอกเป็นบวก.....	118
6.1 แสดงความเป็นไปได้ในการบริโภคโภคฯ และการซื้อกาแฟญี่รุ่ง.....	128
6.2 (a) แสดงผลกระทบประโยชน์รวมและผลกระทบประโยชน์เพิ่มต่อหน่วย.....	130
6.2 (b) แสดงผลกระทบประโยชน์เพิ่มต่อครั้งของการซื้อกาแฟญี่รุ่ง.....	131
6.3 แสดงหลักการผลกระทบประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐ ของการซื้อกาแฟญี่รุ่ง และต่ำโภคฯ.....	135
6.4 แสดงเดือนอุปสงค์ของการซื้อกาแฟญี่รุ่ง.....	138
6.5 แสดงส่วนเกินของผู้บริโภคจากการซื้อกาแฟญี่รุ่ง.....	140
6.6 แสดงเดือนงบประมาณเปลี่ยนแปลงเนื่องจากราคาน้ำเปลี่ยนแปลง.....	144
6.7 แสดงเดือนงบประมาณเปลี่ยนแปลงเนื่องจากรายได้เปลี่ยนแปลง.....	145
6.8 แสดงอัตราการทดแทนกันของสินค้าหรือค่าความชันที่ไม่เท่ากัน บนเส้น $IC_1$ เส้นเดียวกัน.....	147
6.9 แสดงคุณสมบัติของเส้นความพอดีกัน กรณีทดสอบกันได้อย่างสมบูรณ์และ ต้องใช้ประกอบกันเท่านั้น.....	148
6.10 แสดงคุณสมบัติของเส้นความพอดีกัน.....	149
6.11 แสดงจุดหมายสมที่ดีที่สุดของทางเลือกผู้บริโภค.....	150
6.12 แสดงผลกระทบของราคากันเส้นอุปสงค์.....	152

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
6.13 แสดงผลกราฟของรายได้.....	154
6.14 แสดงผลกราฟทางด้านการทดสอบ.....	155
7.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง TP MP และ AP กับปัจจัยแรงงาน.....	181
7.2 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน.....	184
7.3 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน 3 ลักษณะ ซึ่งแสดงถึงอัตราการทดสอบกันของปัจจัย.....	185
7.4 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน I และ I <sub>1</sub> I <sub>2</sub> .....	186
7.5 แสดงเส้นต้นทุนเท่ากันของผลิตเสื้อยืด 150 ตัวต่อวัน.....	187
7.6 แสดงคุณสมบัติของเส้นต้นทุนเท่ากัน.....	188
7.7 แสดงจุดหมายของส่วนผสมของปัจจัยการผลิตที่เสียต้นทุนต่ำที่สุด.....	190
7.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนชนิดต่างๆ ในระยะสั้น ของโรงงานผลิตรองเท้า.....	193
7.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนเฉลี่ย ในระยะสั้น (SRAC) กับเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว(LRAC).....	197
8.1 แสดงเส้นอุปสงค์ของผู้ขายแต่ละรายในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์.....	216
8.2 แสดงรายรับรวม ต้นทุนรวม กำไร และขาดทุน.....	219
8.3 แสดงคุณภาพระยะสั้นของตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ (กรณีได้กำไรเกินปกติ).....	221
8.4 แสดงคุณภาพระยะสั้นของตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ (กรณีขาดทุนน้อยที่สุด).....	222
8.5 แสดงคุณภาพระยะสั้นของตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ (กรณีต้องล้มเลิกกิจการ).....	223
8.6 แสดงคุณภาพระยะยาวของตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ ซึ่งจะได้รับเพียงกำไรปกติ (normal profit).....	224
8.7 แสดงที่มาของเส้นอุปทานของผู้ผลิตหรือผู้ขาย.....	226
9.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเส้นอุปสงค์ และเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย.....	244
9.2 แสดงคุณภาพในตลาดผูกขาด และกำหนดราคาและปริมาณสินค้าในตลาดผูกขาด.....	246
9.3 แสดงการกำหนดราคาที่แตกต่างกันกับรายรับรวม.....	248
9.4 แสดงการเปรียบเทียบการกำหนดราคาและปริมาณการขายในตลาดผูกขาด และตลาดแบ่งขันสมบูรณ์.....	251
9.5 แสดงการจัดสรรทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพในตลาดผูกขาด.....	252
10.1 แสดงคุณภาพในระยะสั้นและระยะยาวของตลาดกึ่งแบ่งขันกึ่งผูกขาด (กรณีที่ 1)...	267
10.2 แสดงคุณภาพในระยะสั้นและระยะยาวของตลาดกึ่งแบ่งขันกึ่งผูกขาด (กรณีที่ 2) ...	270

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
10.3 แสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้寡头 และตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	271
10.4 แสดงการโฆษณาในสื่อทุกรูปแบบ ทำให้ต้นทุนเคลื่อนย้าย และต้นทุนเพิ่มต่อหน่วยเพิ่มขึ้น.....	272
10.5 แบบจำลองเส้นอุปสงค์หักออก.....	275

# บทที่ 1

## แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์เป็นหลักการที่สำคัญที่ได้เข้ามานเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์โดยใช้หลักการทางเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพ ตลอดจนการบริหารจัดการในระดับประเทศโดยการใช้นโยบายต่างๆ นั้นต้องใช้แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ทั้งสิ้น ดังนั้น ในบทนี้จะได้อธิบายถึงความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ ปัญหาทางด้านเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและเศรษฐศาสตร์ทั่วไป วิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ แบบจำลองทางด้านเศรษฐศาสตร์ และประโยชน์ของการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งจะได้กล่าวถึงตามลำดับต่อไป

### 1.1 ความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ (The Meaning of Economics)

เศรษฐศาสตร์ คือ วิชาที่ศึกษาถึงทางเดี๋ยวก่อนของสังคมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ หรือปัจจัยการผลิตที่หาได้ยาก และมีอยู่อย่างจำกัด นำไปผลิตสินค้าและบริการตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด

จากความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็น ต้องใช้กลไกการจัดสรรเกี่ยวกับการใช้แรงงาน ที่ดิน เงินทุน อุปกรณ์ต่างๆ และทรัพยากรธรรมชาติซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด เพื่อไปผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคม ดังนั้นจึงสามารถจำแนกประเด็นสำคัญจากความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ได้เป็น 2 ส่วน คือ ทรัพยากรธรรมชาติหรือปัจจัยการผลิตมีอยู่อย่างจำกัด และความต้องการของมนุษย์ในสังคมมีอยู่อย่างไม่จำกัด โดยที่ประเด็นทั้งสองส่วนไม่สอดคล้องกัน ดังนั้น ความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์คือ วิชาที่ศึกษาถึงแนวทางในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติหรือปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างไร ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อผลิตสินค้าและบริการตอบสนองต่อความต้องการอันมีอยู่อย่างไม่จำกัดนั่นเอง (Hyman, 1992)

สำหรับความขาดแคลนในทางเศรษฐศาสตร์นั้นเกิดจากความต้องการของมนุษย์ที่จะอุดหนุน และบริโภคมากกว่าปริมาณที่มีอยู่จริงที่สามารถผลิตได้หรือให้บริการได้ในสังคมโดยเฉพาะในปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม และยาการ์มาโรค ความต้องการที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ในกรุงเทพมหานคร มีที่ดินซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติอยู่อย่างจำกัด แต่ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรมีมากกว่า ดังนั้น การจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยของคนในกรุงเทพมหานคร จึงต้องการเปลี่ยนรูปแบบเป็นอาคารห้องชุด หรือแฟลตเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนด้านที่อยู่อาศัย เป็นต้น

## 1.2 ปัญหาทางด้านเศรษฐศาสตร์ (The Problems of Economics)

แนวความคิดเรื่องความขาดแคลน (Scarcity) มีความสำคัญต่อความเข้าใจการทำงานของระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากความขาดแคลนเป็นสาเหตุทำให้ความสามารถในการผลิตในสินค้าและบริการมีจำกัด ในขณะที่มีความต้องการสินค้าชนิดนั้นอย่างไม่จำกัด จึงเกิดปัญหาทางด้านเศรษฐศาสตร์ขึ้นในระบบเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ซึ่งปัญหาทางด้านเศรษฐกิจดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

### 1.2.1 จะผลิตอะไร (What?)

ระบบเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ไม่สามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกอย่าง เพราะทรัพยากรมีจำกัด และการใช้ทรัพยากรไปเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งก็จะไม่สามารถนำไปใช้ผลิตสินค้าและบริการชนิดอื่นได้อีก ดังนั้นการผลิตสินค้าหรือให้บริการอย่างใด ก็ต้องพิจารณาถึงคนในสังคมว่าต้องการบริโภคหรือใช้สินค้าชนิดใด สินค้าที่ผลิตต้องเป็นสินค้าที่มีความต้องการ และมูลค่าสูง นั่นคือดูว่าราคาหรือบริการดังกล่าวมีราคาเป็นอย่างไร ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจำเป็นต้องออกไปทำงานเพื่อหารายได้มาเลี้ยงตนเองและครอบครัว ไม่มีเวลาพักผ่อนโดยการไปชมภาพยนตร์ ณ โรงภาพยนตร์โดยทั่วไป ทำให้ผู้ผลิตนำเสนอสินค้า ซึ่งคือภาพยนตร์ และเครื่องเล่นวีดีโอ (VCD) เข้าสู่ตลาดเป็นต้น

### 1.2.2 จะผลิตอย่างไร (How?)

เมื่อระบบเศรษฐกิจสามารถเลือกได้แล้วว่าจะผลิตสินค้าหรือให้บริการอะไร จากนั้นก็ต้องมาพิจารณาว่าจะผลิตสินค้าหรือบริการดังกล่าวอย่างไร นั่นหมายถึงกรรมวิธีในการผลิตหรือให้บริการนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งอาจจะมีอยู่หลายวิธี ระบบเศรษฐกิจจะต้องเลือกวิธีการผลิตที่เหมาะสมที่สุดและประหยัดที่สุดมาใช้ในการผลิต โดยคุณว่าปัจจัยการผลิตตามกรรมวิธีการผลิตต่างๆ นั้นมีราคาหรือต้นทุนเป็นอย่างไร ตัวอย่างเช่น การผลิตผ้าใหม่ของขายในตลาดจะใช้กรรมวิธีการผลิตเน้นการใช้ปัจจัยแรงงานคน (labour intensive) หรือเน้นการใช้เครื่องจักร (capital intensive) นั้น ต้องพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตของทั้งสองวิธีว่าวิธีใดเสียต้นทุนต่ำที่สุด โดยมีคุณภาพเท่าเทียมกัน

### 1.2.3 จะผลิตจำนวนเท่าไร (How many?)

จากรายละเอียดในหัวข้อ 1.2.1 และ 1.2.2 ทำให้ทราบว่าระบบเศรษฐกิจจะผลิตสินค้าหรือให้บริการอะไร และด้วยกรรมวิธีอย่างไรแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือต้องพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการดังกล่าวจะผลิตออกมากในจำนวนมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งจากปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ถ้านำไปผลิตสินค้าชนิดใดมากขึ้นก็ต้องผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งลดลง นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงเป้าหมาย หรือจุดมุ่งหมายของหน่วยธุรกิจด้วยว่าต้องการผลิตเพื่อให้ได้รับกำไรสูงสุด หรือต้องการขายในปริมาณมากที่สุด หรือต้องการผลิตจำนวนเท่าไรจึงเสียต้นทุนต่อหน่วยต่ำที่สุด ตัวอย่างเช่น ถ้าธุรกิจต้องการผลิตผ้าใหม่โดยเน้นการใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่ ก็ต้องพิจารณาว่าจะซื้อคนงานจำนวนเท่าไร จึงทำให้ต้นทุนค่าแรงงานต่อผ้าไหร่ 1 เมตร หรือต้นทุนต่ำที่สุด เพื่อเป็นที่คุ้มค่ากับหนดจำนวนการผลิตผ้าใหม่กี่เมตร เป็นต้น

### 1.2.4 จะผลิตเพื่อใคร (For whom ?)

การที่ธุรกิจได้วิเคราะห์แล้วจะผลิตสินค้าหรือให้บริการอะไร วิธีการผลิตหรือเทคโนโลยีการผลิตเป็นอย่างไร และปริมาณการผลิตหรือให้บริการมีจำนวนมากน้อยเพียงใดแล้ว สิ่งสำคัญที่สุด คือกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปขายคือกลุ่มใด เพราะเนื่องจากผู้ผลิตในระบบเศรษฐกิจต้องการมีรายได้สูงที่สุด หรือได้กำไรต่อหน่วยสูงที่สุด ตัวอย่างเช่น ผ้าไหมที่ผลิตโดยเน้นการใช้แรงงานเป็นสำคัญ และคุณภาพดีเยี่ยม กลุ่มผู้ซื้อ เป้าหมายคือ กลุ่มคนที่มีรายได้สูง ซึ่งมีความสามารถในการซื้อผ้าไหม ดังนั้น สถานที่ที่ควรวางจำหน่ายผ้าไหม ก็คือ ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ทั่วไป

### 1.3 ปัจจัยพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ (The Basic of Economics)

การที่จะผลิตสินค้าหรือให้บริการขึ้นมาได้นั้น จำเป็นต้องใช้ปัจจัยหลายประเกตด้วยกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้อาจเรียกว่าเป็นทรัพยากรหรือปัจจัยผลิตที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการ โดยปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุน ปัจจัยการผลิตพื้นฐานดังกล่าว ถูกนำมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าหรือให้บริการ โดยผู้ประกอบการ ซึ่งปัจจัยพื้นฐานและผู้ประกอบการมีรายละเอียดที่เป็นประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1.3.1 ที่ดิน (land) เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งหมายรวมถึงสิ่งที่ได้มาจากการธรรมชาติ ได้แก่ อากาศ แม่ดิน แสงแดด แม่น้ำ ลำคลอง และดินไม้ เป็นต้น

1.3.2 แรงงาน (labour) เป็นปัจจัยแรงงานที่รวมถึงกำลังกาย และกำลังความคิดที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการ ตัวอย่างเช่น นักวิชาการหรือนักวิจัย ใช้กำลังมันสมองในการคิด ค้นคว้าและหาเหตุผล เพื่อออกแบบและพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนภายในประเทศ ส่วนแรงงานที่ใช้กำลังกายในการรับจ้างแบบของโดยทั่วไปก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่ง

1.3.3 ทุน (capital) เป็นปัจจัยการผลิตที่รวมถึงสินค้าทุน (capital goods) และเงินลงทุน (financial capital) ที่ใช้สำหรับผลิตสินค้าและให้บริการ โดยที่สินค้าทุนและเงินลงทุนมีความหมายต่างกัน ดังต่อไปนี้

(1) สินค้าทุน ได้แก่ โรงงาน เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้สำหรับผลิตสินค้าหรือให้บริการ

(2) เงินลงทุน ได้แก่ เงินที่ใช้สำหรับซื้อสินค้าทุน จ้างคนงาน เช่าที่ดิน

1.3.4 ผู้ประกอบการ (entrepreneurship) เป็นผู้ที่ดำเนินการนำปัจจัยการผลิต ได้แก่ ที่ดิน ทุน และแรงงาน ตลอดจนวัสดุคงตัว เช่น กระบวนการผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อแสวงหาผลกำไร และเมื่อมีการนำปัจจัยการผลิตดังกล่าวมาใช้ในกระบวนการผลิตแล้ว จะเป็นต้องจัดสรรงบประมาณ ได้จากการขายสินค้าหรือให้บริการดังกล่าวกลับคืนสู่ปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ที่ดิน : ผลตอบแทนที่ต้องจ่ายคืนแก่เจ้าของปัจจัยที่ดินคือ ค่าเช่า (rent) ซึ่ง อาจอยู่ในรูปของเงินสด หรือผลผลิตที่ได้ตอกลังกันไว้ก่อนแต่วางหน้า แต่โดยทั่วไปไม่ใช่ค่าเช่ามีเงินสด

**ทุน** : ผลตอบแทนที่จ่ายคืนแก่เจ้าของปัจจัยทุน คือ อัตราดอกเบี้ย หรือดอกเบี้ย (interest) นั่นเอง โดยเจ้าของปัจจัยทุน คือ นายทุนเงินกู้ หรือสถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ทั่วไป เป็นต้น

**แรงงาน** : ผลตอบแทนที่ต้องจ่ายคืนแก่เจ้าของปัจจัยแรงงาน คือ ค่าจ้างหรือเงินเดือน (wages or salaries ) ที่จ่ายให้แรงงานสำหรับตอบแทน กำลังกาย หรือ กำลังความคิดในการผลิตสินค้า หรือให้บริการ

#### 1.4 เศรษฐศาสตร์จุลภาค และเศรษฐศาสตร์มหภาค (Microeconomics and Macroeconomics)

จากความหมายของเศรษฐศาสตร์ที่มุ่งศึกษาถึงวิธีการที่สังคมเลือกวิธีการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดนำไปผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีอยู่อย่างไม่จำกัดนั้น วิชาเศรษฐศาสตร์จำแนกได้เป็น 2 สาขา ดังต่อไปนี้

1.4.1 เศรษฐศาสตร์จุลภาค (microeconomics) คือเศรษฐศาสตร์ที่มุ่งศึกษาถึงการตัดสินใจของส่วนย่อยในระบบเศรษฐกิจ โดยผู้ผลิตหรือผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง ครัวเรือนใดครัวเรือนหนึ่ง ธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง อุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตคนหนึ่งตัดสินใจจะกำหนดปริมาณการผลิตของตนเองและตั้งราคาขายเพื่อให้ได้รับกำไรสูงที่สุด หรือเสียต้นทุนการผลิตต่ำน้ำหนักที่สุด หรือผู้บริโภคแต่ละคนใช้จ่ายรายได้ของตนไปในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงที่สุด

1.4.2 เศรษฐศาสตร์มหภาค (macroeconomics) คือเศรษฐศาสตร์ที่มุ่งศึกษาถึงส่วนรวมหรือภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเป็นการศึกษาถึงการตัดสินใจในระดับที่กว้างกว่าหรือขอบเขตมากกว่าเศรษฐศาสตร์จุลภาค โดยศึกษาถึงพฤติกรรมของระบบเศรษฐกิจทั้งระบบว่าประกอบด้วยส่วนต่างๆ อะไรบ้าง ตัวอย่างเช่น การศึกษาเรื่องรายได้ประชาชาติ การจ้างงาน นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การออมและการลงทุนของระบบเศรษฐกิจ เป็นต้น

เพื่อความเข้าใจถึงความแตกต่างของเศรษฐศาสตร์จุลภาค และเศรษฐศาสตร์มหภาคมากยิ่งขึ้น จึงยกตัวอย่างกรณีการกำหนดราคาในแต่ละตลาดว่ามีวิธีการตัดสินใจอย่างไร เป็นการศึกษาเศรษฐศาสตร์จุลภาค แต่การตัดสินใจกำหนดราคาของระบบตลาดในระดับประเทศทั้งหมดเป็นเศรษฐศาสตร์มหภาค

#### 1.5 วิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ (The Methodology of Economics' Studying)

ในการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์นั้น จะต้องมีการสร้างกฎเกณฑ์หรือทฤษฎีขึ้นมาจากการทดสอบสมมติฐานกับเหตุการณ์ทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งถ้าสมมุติฐานสอดคล้องกับปรากฏการณ์ทางด้านเศรษฐกิจโดยจะต้องมีการรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง (fact finding) และมีความเป็นเหตุผลซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ ทฤษฎีนั้นจะเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปและสามารถนำไปแก้ไขปัญหาหรือปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น เรียกอีกชื่อหนึ่งว่าเป็นเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (applied economics) หรือเศรษฐศาสตร์เชิงนโยบาย (policy economics) ซึ่งเป็นสำหรับการพัฒนาประเทศ

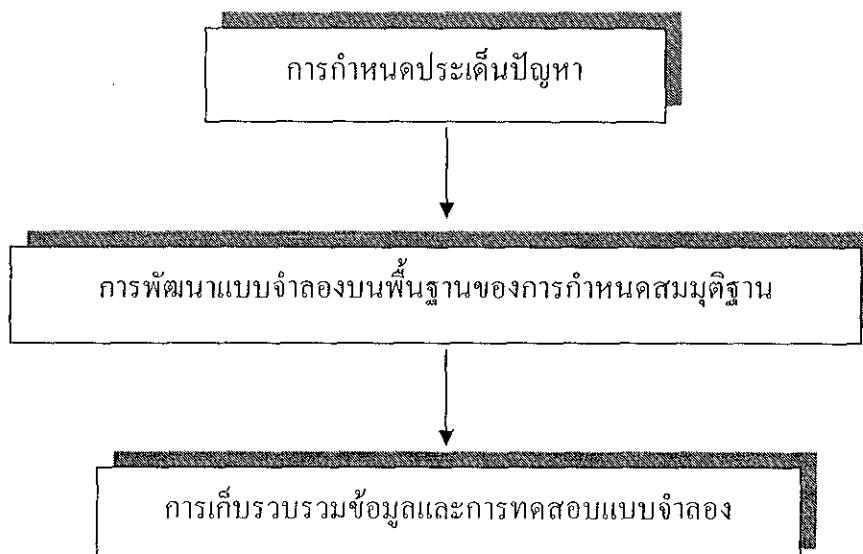
วิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์เพื่อขอรับยลังพุติกรรมของมนุษย์ว่าเป็นจริงหรือควรจะเป็นสามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี ได้แก่

1. Positive economics เป็นวิธีการศึกษาที่มุ่งขอรับยลังพุติกรรมของมนุษย์อย่างมีเหตุผล เป็นเศรษฐศาสตร์ที่เป็นจริง สามารถทำการพิสูจน์และทดสอบได้ มักอยู่ในรูปคำถามว่า What is? How things are? เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ราคากองคำรูปพรรณต่อ 15 กรัม (หนัก 1 บาท) มีราคาสูงมาก ดังนั้นความต้องการซื้อทองคำรูปพรรณเจ้มีจำนวนที่ลดลง พุติกรรมของมนุษย์ตามตัวอย่างดังกล่าว เป็นเหตุและผล สามารถพิสูจน์และทดสอบได้

2. Normative economics เป็นวิธีการศึกษาที่มุ่งขอรับยลังพุติกรรมของมนุษย์อย่างมีเหตุผล เช่นเดียวกับ positive economics แต่แตกต่างกันตรงที่เป็นเศรษฐศาสตร์ที่ควรจะเป็น โดยใช้ value judgement ได้แก่ เศรษฐศาสตร์ในเชิงนโยบาย ไม่สามารถพิสูจน์ได้ มักอยู่ในรูปคำถามว่า What ought to be? หรือ How things ought to be? ตัวอย่างเช่น เพื่อปกป้องอุดสาಹกรรมภายในประเทศ รัฐบาลจึงกำหนดเป็นนโยบายเพิ่มภาษีการนำเข้าสินค้าบางรายการ และคาดว่าผลของนโยบายดังกล่าวจะทำให้ปริมาณการนำเข้าลดลง ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะไม่ลดลง เพราะผลประโยชน์จากการนำเข้าถึงแม้ว่าจะมีการเพิ่มภาษีเพิ่มขึ้นก็ยังสูง และคุ้มค่าอยู่

### 1.6 แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ (The Economics Model)

การศึกษาเศรษฐศาสตร์เป็นกระบวนการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์ กล่าวคือ การศึกษาต้องเริ่มต้นจากการกำหนดประเด็นของปัญหาที่เกิดขึ้นจริง (problem identification) การพัฒนาแบบจำลอง (model development) และการทดสอบแบบจำลองตามทฤษฎี (testing a theory) โดยที่จุดมุ่งหมายของแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์นั้นจะมุ่งพยากรณ์หรือทำนายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ในกระบวนการตั้งกล่าวเดงได้ ดังภาพที่ 1.1



รูปภาพที่ 1.1 แห่งหัจกรรมทางการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์แบบวิทยาศาสตร์

ตัวอย่างของการศึกษาเศรษฐศาสตร์ตามรูปแบบที่ 1.1 ดังกล่าวที่เห็นอย่างชัดเจน คือ การที่ราคาหน้ามันเชื้อเพลิงมีราคาสูงขึ้น มีผลกระทบต่อต้นทุนการขนส่งน้ำมัน จะต้องกำหนดเป็นประเด็นของปัญหาโดยอาศัยการวิจัยเชิงสำรวจ pragmatics ที่เกิดขึ้นจริง (survey research) และถ้าแบบจำลองกำหนดว่า ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเปลี่ยนแปลงไปทำให้ต้นทุนการขนส่งสินค้าเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันแล้ว จำเป็นต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือ pragmatics ที่เกิดขึ้นและทำการทดสอบ pragmatics ดังกล่าว ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริง เป็นต้น

### 1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์ (The Benefits of Economics' Studying)

จากความรู้และความเข้าใจความหมายของเศรษฐศาสตร์ ปัญหาพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ วิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ ตลอดจนแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ ดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความสำคัญหรือประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับจากการศึกษารายวิชาเศรษฐศาสตร์ ได้ดังต่อไปนี้ (ขวัญกุมล กลินครีสุข, 2539, หน้า 9)

1. ช่วยให้ผู้ศึกษาได้ตระหนักและเข้าใจปัญหาเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน ได้อย่างถูกต้อง และชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อจะได้ช่วยในการปรับตัวหรือตัดสินปัญหาเศรษฐกิจต่างๆ ที่เผชิญอยู่ได้อย่างถูกต้อง ด้วย เช่น เมื่อทราบว่าตอนนี้มีรายได้น้อย ก็จับจ่ายใช้สอยสำหรับอุปโภคและบริโภคในสัดส่วนน้อยลง ไปด้วย หรือการตัดสินใจในการซื้อสินค้าว่าเมื่อไรจึงควรซื้อและขายสินค้า การเลือกประกอบอาชีพที่ดีที่มีอนาคต หรือการมองหาวิธีการออมทรัพย์การลงทุนที่มีความมั่นคงและให้ผลตอบแทนสูง และถ้าเกิดปัญหาเงินเพื่อในระบบเศรษฐกิจของประเทศการทำอย่างไร เป็นต้น

2. เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ หรือช่วยในการเตรียมสร้างอาชีพ กล่าวคือเศรษฐศาสตร์ จะเป็นความรู้พื้นฐานให้กับประชาชนทุกสาขาอาชีพ เพราะจะทำให้ผู้ประกอบอาชีพต่างๆ สามารถตัดสินใจ ได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังทำให้ผู้มีอาชีพต่างๆ สามารถเข้าใจปัญหาและวางแผนนโยบายได้ดียิ่งขึ้น อาชีพต่างๆ ดังกล่าวได้แก่ อาชีพทางการบริการ นักธุรกิจ นักหนังสือพิมพ์ นักกฎหมาย วิศวกร นักการเมือง นักปกครอง เกษตรกร ข้าราชการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ด้วย เช่น นักธุรกิจต้องการดำเนินธุรกิจของตนเอง ให้ได้รับกำไรสูงสุด ควรตัดสินใจว่าจะผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคในจำนวนเท่าไร หรือถ้ามีการโฆษณา สินค้าของตน แล้วมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจะยังคงมีกำไรอยู่หรือไม่ เป็นต้น

3. ช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจบทบาทของสังคมและรัฐบาล ได้อย่างถูกต้องและชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ประชาชนหรือเอกชนจะต้องเรียนรู้เรื่องปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น การอพยพแรงงาน การเปลี่ยนแปลงจากอาชีพเกษตรกรรมมาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม การเก็บภาษี การใช้จ่ายงบประมาณของรัฐบาล การตัดงบประมาณรายจ่ายของรัฐบาล นอกจากนี้ นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลจะมีผลกระทบต่อบุคคลในระบบเศรษฐกิจ

### 1.8 สรุป (Conclusion)

แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ เป็นแนวความคิดที่เริ่มต้นจากความหมายทางด้านเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ หรือปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัด นำไปผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการอันมีอยู่อย่างไม่จำกัดของคนในระบบเศรษฐกิจ จึงต้องมีการนำประสิทธิภาพของการใช้ปัจจัยในการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นจึงต้องเผชิญกับปัญหาว่าจะผลิตสินค้าอะไร จะผลิตอย่างไร จะผลิตจำนวนเท่าไร และจะผลิตเพื่อใคร โดยมีปัจจัยที่นำมาใช้ในการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน ซึ่งผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่นำปัจจัยสำคัญดังกล่าวมาสู่กระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจดังกล่าวมุ่งศึกษาทั้งการตัดสินใจส่วนบุคคลหรือส่วนรวมในระบบเศรษฐกิจและเกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษาทั้ง positive และ normative นอกจากนี้บางครั้งยังต้องมีการนำแบบจำลองทางด้านเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการแก้ปัญหาอีกด้วย จนทำให้เกิดความรู้และความเข้าใจปัญหาเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน การนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ และเข้าใจบทบาทของสังคมและของรัฐบาล ได้ดียิ่งขึ้น

### 1.9 แบบฝึกหัด

1. จงอธิบายความหมายของเศรษฐศาสตร์
2. จงอธิบายความหมายของความขาดแคลนในทางเศรษฐศาสตร์ และผลที่เกิดขึ้น
3. จงอธิบายว่าเศรษฐศาสตร์มุลกาว่ามีความแตกต่างจากเศรษฐศาสตร์มหภาคอย่างไร  
พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
4. จงอธิบายความแตกต่างของวิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ ระหว่างการศึกษาแบบ positive และ normative พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
5. จงอธิบายแนวความคิดพื้นฐานของแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
6. จงอธิบายถึงปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ
7. จงอธิบายถึงประโยชน์หรือความสำคัญของการศึกษารายวิชาทางด้านเศรษฐศาสตร์

**รายวิชา 205104 เศรษฐศาสตร์จุลภาค  
(Microeconomics)**

○

โดย

ผศ.ดร.ชัยยุทธ ดอนข่าว

สาขาวิชนาคมโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

**บทที่ 1**

**แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์**



2

**1.1 ความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์**

**(The Meaning of Economics)**



**เศรษฐศาสตร์** ก็คือ วิชาที่ศึกษาถึงทางเลือกของสังคม  
ในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ หรือปัจจัยการผลิตที่หาได้ยาก  
และมีอยู่จำกัด นำไปผลิตสินค้าและบริการตอบสนองต่อ  
ความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่จำกัด

3

**1.2 ปัญหาทางด้านเศรษฐศาสตร์**  
**(The Problems of Economics)**

- 1.2.1 จะผลิตอะไร (What?)
- 1.2.2 จะผลิตอย่างไร (How?)
- 1.2.3 จะผลิตจำนวนเท่าไร (How many?)
- 1.2.4 จะผลิตเพื่อใคร (For whom?)




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**1.3 ปัจจัยพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์**  
**(The Basic of Economics)**

- 1.3.1 ที่ดิน (land)  $\longrightarrow$  ค่าเช่า (rent)
- 1.3.2 แรงงาน (labour)  $\longrightarrow$  ค่าจ้างหรือเงินเดือน  
 (wages or salaries)
- 1.3.3 ทุน (capital)  $\longrightarrow$  ดอกเบี้ย (interest)
- 1.3.4 ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)  $\longrightarrow$  กำไร (Profit)  
 หรือขาดทุน (Loss)

5

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**1.4 เศรษฐศาสตร์ชุมชน และเศรษฐศาสตร์มหภาค**  
**(Microeconomics and Macroeconomics)**

**เศรษฐศาสตร์ชุมชน (Microeconomics)**

ก่อเศรษฐศาสตร์ที่บุคคลภายในครอบครอง โดยผู้ผลิตหรือซื้อรับไว้ก็ต้องได้กำไรหนึ่ง กล่าวว่าได้กำไรหนึ่ง หนึ่ง ชุมชนได้กำไรหนึ่ง อุดสาหกรรมใดอุดสาหกรรมหนึ่ง เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตคนหนึ่งได้กำไรหนึ่ง หรือผู้ประกอบการหนึ่ง หรือผู้บริโภคหนึ่ง แต่ต้องมีการผลิตของคนอื่นและต้องใช้เวลาทำงานเป็นจำนวนมาก ในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด

6

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### เศรษฐศาสตร์宏觀經濟學 (Macroeconomics)

คือเศรษฐศาสตร์ที่มุ่งศึกษาเรื่องส่วนรวมเรื่องภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเป็นการศึกษาเรื่องการตัดสินใจในระดับที่กว้างกว่าเรื่องของเด tam กว่าเศรษฐศาสตร์อุดมภาค โดยศึกษาถึงพฤติกรรมของระบบเศรษฐกิจทั้งระบบที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ อย่างเช่น ตัวอย่างเช่น การศึกษาเรื่องรายได้ประชาชาติ การซื้อขาย นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การออมและการลงทุนของระบบเศรษฐกิจ เป็นต้น



### 1.5 วิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ (The Methodology of Economics' Studying)

เศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (applied economics)

เศรษฐศาสตร์เชิงนโยบาย (policy economics)

➡ Positive and Normative Economics



### 1.5 วิธีการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ (The Methodology of Economics' Studying)

Positive economics

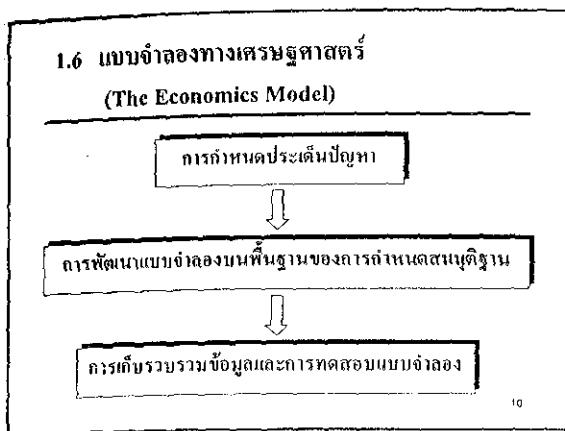
(What is? / How things are ? )



Normative economics

(What ought to be? / How things ought to be ? )

(value judgement)




---



---



---



---



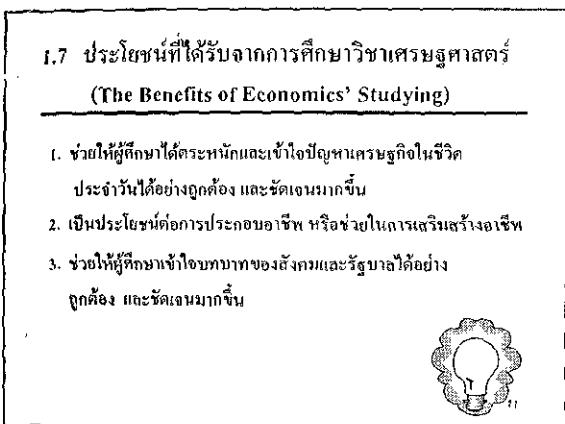
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---

## บทที่ 2

### ต้นทุนค่าเสียโอกาส และความเป็นไปได้ในการผลิต

ในบทที่ 1 ได้เรียนรู้ถึงปัญหาพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ว่าจะผลิตสินค้าอะไร จะผลิตอย่างไร จะผลิตจำนวนเท่าไร และผลิตสินค้าหรือบริการดังกล่าวเพื่อขายหรือให้บริการใคร ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญ โดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงการตัดสินใจทางเลือกต่างๆ ซึ่งการตัดสินใจเลือกทางเลือกทางเลือกหนึ่งจำเป็นจะต้องสูญเสียโอกาสในอีกทางเลือกหนึ่งไป จึงเกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสของทางเลือกที่ต้องตัดสินใจสำหรับความเป็นไปได้ในการผลิต ดังนั้นในบทที่ 2 จึงเกี่ยวข้องกับความหมายของต้นทุนค่าเสียโอกาส หลักการวิเคราะห์ส่วนเพิ่มกับต้นทุนค่าเสียโอกาส ทรัพยากร เทคโนโลยีและความเป็นไปได้ในการผลิต กว่าการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าเสียโอกาส ประสิทธิภาพในการผลิต อัตราความจำเร็วเดิบ โตกทางเศรษฐกิจ และการนำหลักการดังกล่าวไปใช้ในทางปฏิบัติ ซึ่งจะกล่าวถึงเป็นลำดับต่อไป

#### 2.1 ความหมายของต้นทุนค่าเสียโอกาส

##### (The Meaning of Opportunities Cost)

จากปัญหาความขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติในระบบเศรษฐกิจ ทำให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ ในระดับครัวเรือน ระดับธุรกิจ รัฐบาล และสังคมของประเทศตามมาเป็นลำดับ ดังนี้ จึงให้แนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) แสดงถึงการตัดสินใจบนพื้นฐานของความขาดแคลนทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจ

เมื่อกำเนิดถึงปัญหาความขาดแคลนกับต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้นเมื่อต้องมีการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ต้องจ่ายเงินสำหรับซื้อสินค้าและบริการ หากผู้บริโภcmีรายได้เป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคก็สามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้มาก เมื่อถ้าเลือกซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งมาก ก็สามารถซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งลดน้อยลง ไม่ว่าคนจนหรือคนรวยย่อมต้องเผชิญกับปัญหาการเลือกทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นจึงต้องเกี่ยวข้องกับต้นทุนค่าเสียโอกาส ซึ่งหมายถึงทางเลือกที่ดีที่สุดที่ต้องเสียสละ ไปสำหรับการเลือกอีกทางเลือกหนึ่ง เช่น การที่นักเรียนจบชั้นมัธยมปลายและมาเรียนในระดับปริญญาตรี จะมีต้นทุนค่าเสียโอกาสคือ รายได้ที่เกิดจากไปทำงานหลังจากจบชั้นมัธยมปลาย เป็นต้น เพื่อให้เข้าใจต้นทุนค่าเสียโอกาสมากยิ่งขึ้น จึงขอยกตัวอย่าง นายบุญชูช่วย กับนายบุญมี จบชั้นมัธยมปีที่ 6 พร้อมกัน นายบุญชูช่วยไปทำงานในบริษัทแห่งหนึ่ง ได้เงินเดือน 4,500 บาท แต่นายบุญมีได้เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ดังนั้นต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการไม่ได้ไปทำงานกับนายบุญช่วยเท่ากับ 4,500 บาท เป็นต้น

## 2.2 ทรัพยากร เทคโนโลยีและความเป็นไปได้ในการผลิต

### (Resource, Technology, and Production Possibilities)

การผลิตคือ กระบวนการของการใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ ในการผลิตสินค้าและบริการ หรือ อาจจะเรียกว่า ผลผลิต (Output)

ปัจจัยการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ (input) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ แรงงาน ทุน ทรัพยากรธรรมชาติ และผู้ประกอบการ ซึ่งได้อธิบายรายละเอียดในบทที่ 1 สำหรับ เทคโนโลยี (technology) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับวิธีการผลิตสินค้าและบริการ การพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้จำนวนมากขึ้น เมื่อกำหนดรัฐพยากรธรรมชาติหรือปัจจัยการผลิต จำนวนหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ผลของการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเกษตร ทำให้ได้ผลผลิตเกษตรเพิ่มขึ้น ร้อยละ 50 หรือการนำโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์มาใช้ในการกระบวนการผลิต ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต เป็นต้น

ความเป็นไปได้ในการผลิต (production possibilities) เป็นแบบจำลองง่ายๆ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตสินค้าและบริการกับการใช้ทรัพยากรเป็นปัจจัยในการผลิต โดยอยู่ภายใต้ข้อสมมุติฐานดังต่อไปนี้ (Hyman, 1992, pp. 42-44)

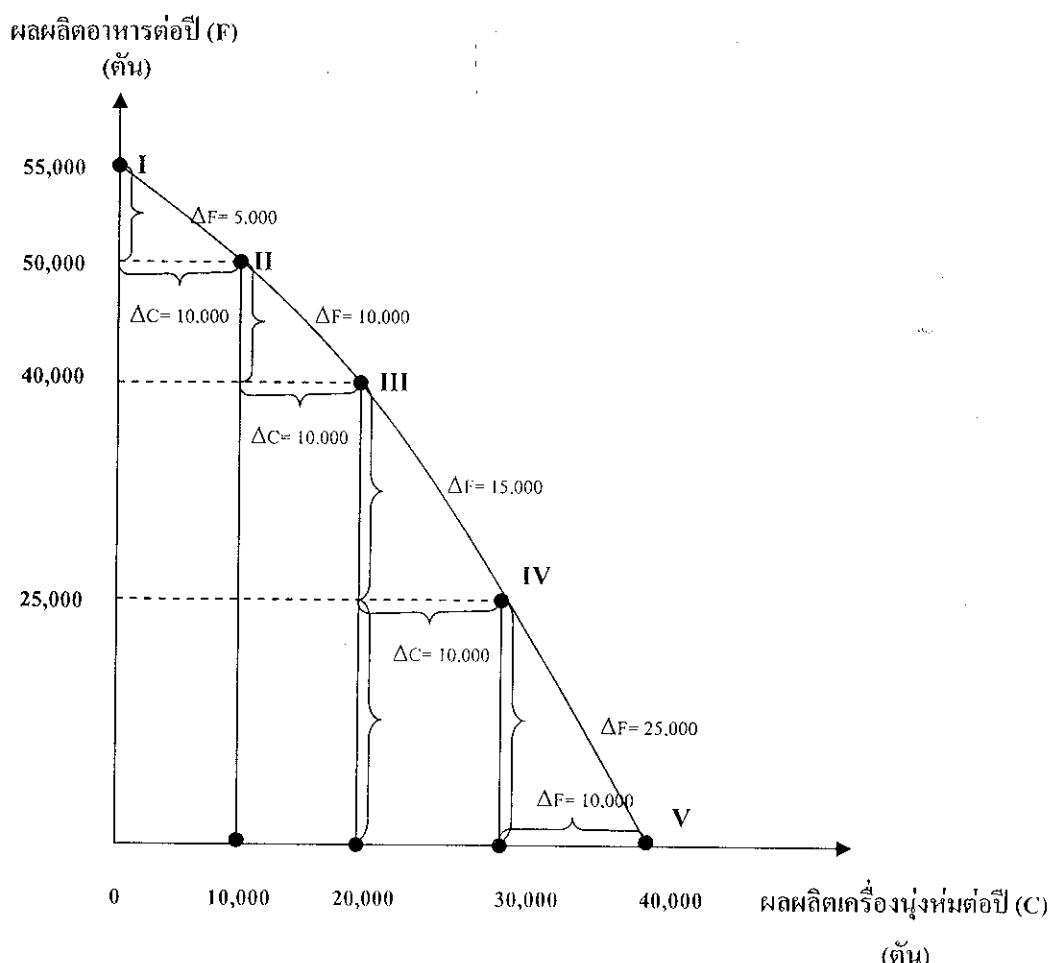
1. ปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรปัจจัยการผลิตในแต่ละปีคงที่ ได้แก่ แรงงาน ทุน ทรัพยากรธรรมชาติหรือที่ดิน และความสามารถของผู้ประกอบการ
2. จากปัจจัยการผลิตคงที่จำนวนหนึ่งนำไปผลิตสินค้า 2 ชนิด คือ อาหาร และเครื่องนุ่งห่ม
3. ปัจจัยการผลิตสามารถใช้ในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิด คือ อาหารและเครื่องนุ่งห่ม และมี การทำงานเดียวที่
4. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในแต่ละปี

แบบจำลองความเป็นไปได้ในการผลิตดังกล่าวภายใต้ข้อสมมุติทั้ง 4 ประดิ่นข้างต้น สามารถ อธิบาย โดยเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต (production possibilities curve) ซึ่งเป็นเส้นที่แสดงถึง ส่วนผสมของผลผลิต 2 ชนิด คือ อาหารและเครื่องนุ่งห่ม สูงที่สุดที่ระบบเศรษฐกิจสามารถผลิต ได้เมื่อ กำหนดให้มีทรัพยากร และเทคโนโลยีระดับหนึ่งดัง ตารางที่ 2.1 และภาพที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงส่วนผสมของผลผลิตอาหารและเครื่องนุ่งห่มที่เป็นไปได้

ส่วนผสมความเป็นไปได้ในการผลิต	ผลผลิตอาหารต่อปี (ตัน)	ผลผลิตเครื่องนุ่งห่มต่อปี (ตัน)
I	55,000	0
II	50,000	10,000
III	40,000	20,000
IV	25,000	30,000
V	0	40,000

ที่มา : Hyman, 1992, p. 44



รูปภาพที่ 2.1 แสดงเส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของสินค้า 2 ชนิด คืออาหารและเครื่องนุ่งห่ม

ที่มา : จากตารางที่ 2.1

จากตารางที่ 2.1 และรูปภาพที่ 2.1 พบว่าการนำทรัพยากรปัจจัยการผลิตจำนวนหนึ่งซึ่งมีปริมาณจำกัดไปผลิตสินค้าสองชนิด ได้แก่ อาหารและเครื่องนุ่งห่มซึ่งมีหน่วยเป็นตัน โดยการเพิ่มปริมาณผลผลิตเครื่องนุ่งห่มขึ้น ครั้งละ 10,000 ตัน นั้น จำเป็นต้องลดปริมาณการผลิตอาหารลง ดังแสดงให้จากส่วนผสมความเป็นไปได้ในการผลิต ณ ชุด I II III IV และ V บนเส้นความเป็นไปได้ในการผลิตเส้นเดียวกัน

### 2.3 กฎการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าเสียโอกาส (Law of Increasing Opportunity Costs)

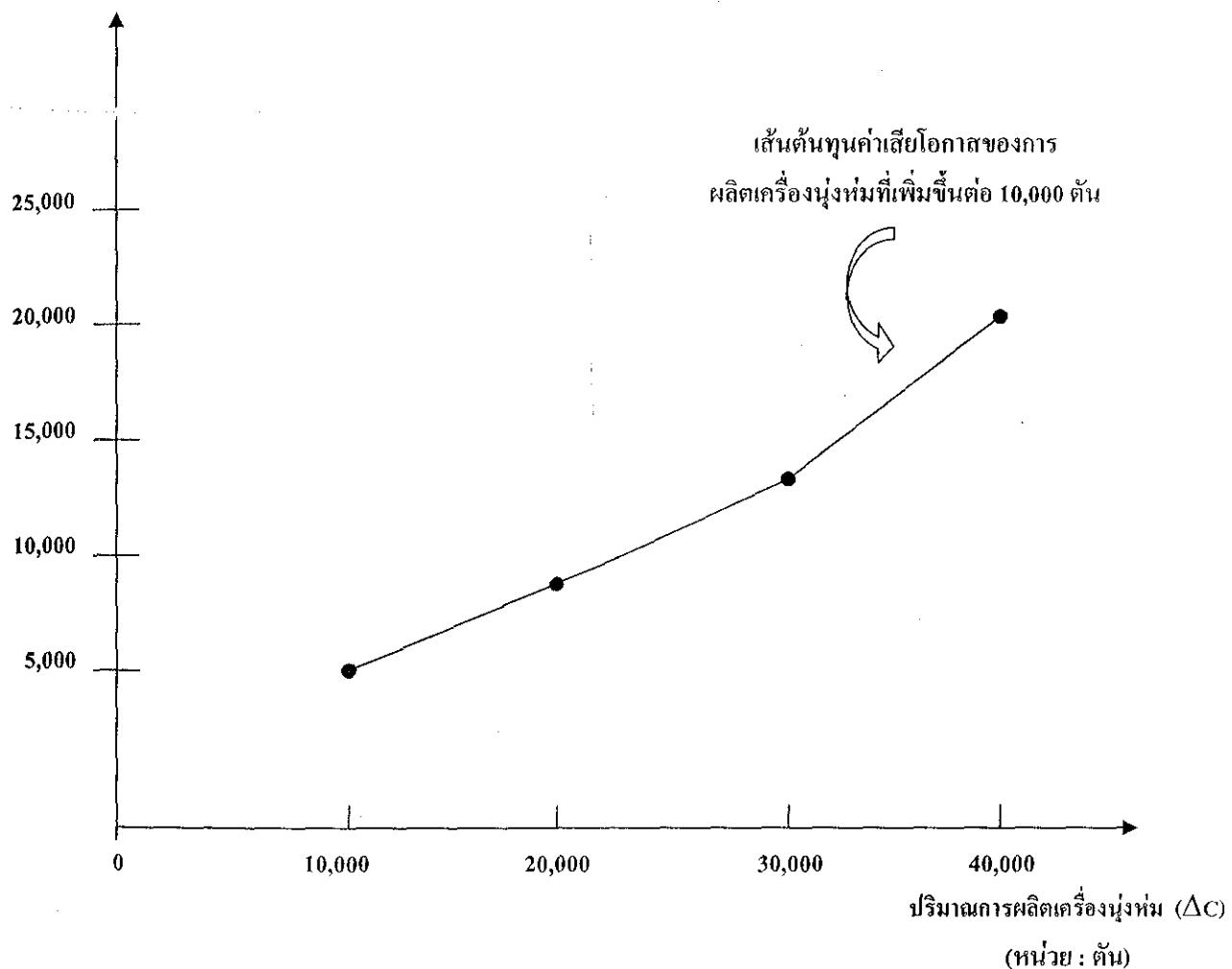
จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตในหัวข้อที่ผ่านมาพบว่าต้นทุนค่าเสียโอกาสของปริมาณการผลิตเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นครั้งละ 10,000 ตัน นั้นแสดงให้จากการลดลงของปริมาณการผลิตอาหาร ตามตารางที่ 2.2 และรูปภาพที่ 2.2 กล่าวคือ เมื่อนำทรัพยากรปัจจัยการผลิตไปผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นครั้งละ 10,000 ตัน นั้น จำเป็นต้องลดปริมาณการผลิตอาหารลง โดยต้องลดในปริมาณที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เท่ากับ 5,000, 10,000, 15,000 และ 25,000 ตัน ตามลำดับ ลักษณะดังกล่าวเรียกว่ากฎการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าเสียโอกาส (law of increasing opportunity cost) และเป็นกฎที่แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการผลิตสินค้านิดหนึ่งเพิ่มขึ้นครั้งละ 1 หน่วย จำเป็นต้นลดปริมาณการผลิตผลผลิตอีกชนิดหนึ่ง โดยอัตราการลดลงนั้นจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ยั่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว คือ ค่าความชันของเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต เท่ากับ  $\Delta F/\Delta C$  โดย  $\Delta F$  คือปริมาณผลผลิตอาหารที่ลดลง และ  $\Delta C$  คือปริมาณผลผลิตเครื่องนุ่งห่มที่เพิ่มขึ้น การเคลื่อนที่จากชุด I ไปยังชุด V ซึ่งอยู่บนเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตเส้นเดียวกัน จะมีค่าความชันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั่นสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อมีปริมาณการผลิตเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการผลิตอาหารลดลง และต้องเพิ่มปริมาณการลดลงมากขึ้นเรื่อยๆ นั่นเอง

ตารางที่ 2.2 แสดงต้นทุนค่าเสียโอกาสของการเพิ่มปริมาณผลผลิตเครื่องนุ่งห่มขึ้นครั้งละ 10,000 ตัน

ปริมาณผลผลิตเครื่องนุ่งห่ม (ตัน)	ปริมาณการเพิ่มขึ้นของผลผลิต เครื่องนุ่งห่ม (ตัน) ( $\Delta C$ )	ต้นทุนค่าเสียโอกาสของการผลิต เครื่องนุ่งห่มต่อ 10,000 ตัน (ปริมาณผลผลิตอาหารที่ลดลง : $\Delta F$ )
0		
10,000	10,000	5,000
20,000	10,000	10,000
30,000	10,000	15,000
40,000	0	25,000

ที่มา : จากตารางที่ 2.1

ต้นทุนค่าเสียโอกาส  
ของการผลิตเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้น  
โดยเปรียบเทียบกับปริมาณ  
การผลิตอาหารที่ลดลง ( $\Delta R$ )  
(หน่วย : ตัน)



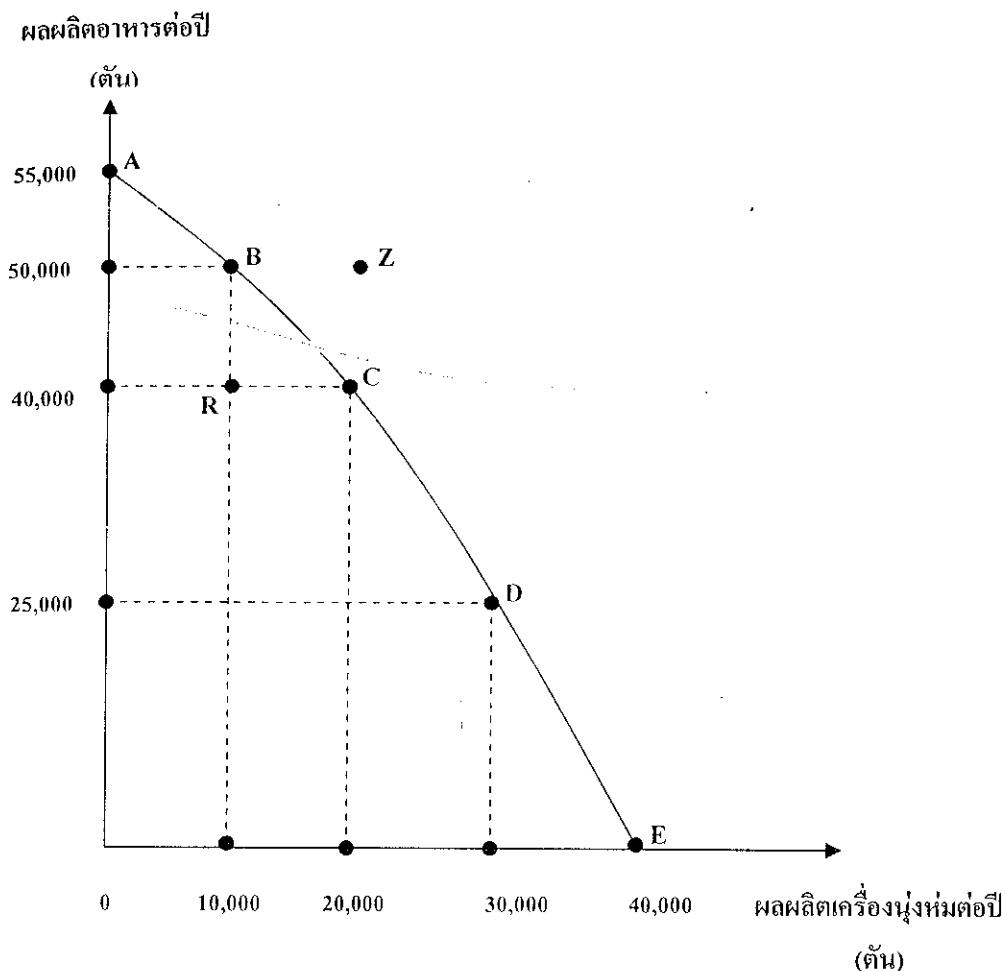
รูปภาพที่ 2.2 แสดงต้นทุนค่าเสียโอกาสของการผลิตเครื่องนุ่งห่มที่เพิ่มขึ้น  
ที่มา : จากตารางที่ 2.2

## 2.4 ประสิทธิภาพในการผลิต (Productive Efficiency)

การศึกษาถึงประสิทธิภาพในการผลิตสามารถนำเส้นความเป็นไปได้ในการผลิตมาแสดงถึงการจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ในระดับประเทศ โดยที่จุดมุ่งหมายเริ่มนั่นของการจัดสรรทรัพยากรไปเป็นวัตถุคุณภาพในการผลิตสินค้าและบริการนั้น ต้องการให้เกิดประสิทธิภาพแต่ในทางปฏิบัติอาจจะไม่มีการจัดการในการนำทรัพยากรไปใช้เท่าที่ควร ดังนั้นการที่จะได้สินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณที่มากที่สุด เมื่อกำหนดรัฐดับปริมาณการผลิตสินค้าหรือบริการอีกชนิดหนึ่งมาให้ย่อมทำให้เกิดการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ไม่เต็มที่ และ เมื่อเกิดประสิทธิภาพในการผลิต

สำหรับความหมายของประสิทธิภาพในการผลิต (productive efficiency) หมายถึง การผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้ในปริมาณที่สูงที่สุดที่เป็นไปได้ โดยกำหนดให้มีการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งในปริมาณจำกัดจำนวนหนึ่ง และการที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพทางการผลิตได้นั้น หมายถึง การที่ระบบเศรษฐกิจไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรในการผลิตชนิดสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น โดยไม่ทำให้ต้องลดปริมาณการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งในระบบเศรษฐกิจลงไปได้

การศึกษาประสิทธิภาพในการผลิตโดยใช้เส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตสามารถได้ตามรูปภาพที่ 2.3 โดยที่จุด A B C D และ E อยู่บนเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต และเป็นจุดที่มีประสิทธิภาพ หมายถึงมีการใช้ทรัพยากรในการผลิตอย่างเต็มที่ ภายใต้เทคโนโลยีระดับหนึ่ง สำหรับจุด R ซึ่งอยู่ภายใต้เส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต แสดงถึงความไม่มีประสิทธิภาพในการผลิตเนื่องจากมีการใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่มีอยู่ในระบบเศรษฐกิจไม่เต็มที่ ส่วนจุด Z ซึ่งอยู่ภายนอกเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตนั้น แสดงถึงความไม่เพียงพอของทรัพยากร และระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่ จึงทำให้ไม่สามารถไปถึงจุดนี้ได้ ตัวอย่างเช่นการใช้ทรัพยากรแรงงานที่มีอยู่อย่างไม่เต็มที่ หมายถึง แรงงานทำงานในระบบเศรษฐกิจไม่สอดคล้องกับความต้องการ ทักษะและความชำนาญ ทำให้ผลผลิตที่เกิดขึ้นอยู่ ณ จุด R เท่านั้น แต่ถ้าหากมีการใช้แรงงานสอดคล้องกับความต้องการ ทักษะและความชำนาญ ภายในเทคโนโลยีการผลิตระดับหนึ่งแล้วประสิทธิภาพย่อมเกิดขึ้น ณ จุด A B C D และ E นอกจากนี้การศึกษาประสิทธิภาพในการผลิตที่เคลื่อนย้ายจากจุด B มาข้างจุด C นั้น ทำให้ระบบเศรษฐกิจผลิตสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้น 10,000 ตัน โดยคงปริมาณการผลิตสินค้าประเภทอาหารลง 10,000 ตัน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของประสิทธิภาพในการผลิต และสามารถสรุปได้ว่าจุดต่างๆ บนเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต แสดงถึงประสิทธิภาพในการผลิตของระบบเศรษฐกิจ โดยมีการใช้ทรัพยากรการผลิตและเทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างเต็มที่ เพราะแต่ละจุดอยู่บนเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตเส้นเดียวกัน แสดงถึงการเพิ่มปริมาณการผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง จำเป็นต้องลดปริมาณการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง อันเนื่องมาจากมีทรัพยากรการผลิตคงที่จำนวนหนึ่งภายใต้เทคโนโลยีระดับหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ



รูปภาพที่ 2.3 แสดงประสิทธิภาพในการผลิตกับเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต

ที่มา : จากตารางที่ 2.1

## 2.5 อัตราความจำเริญเติบโตทางเศรษฐกิจกับเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต

### (Economic Growth and Production Possibility Curve)

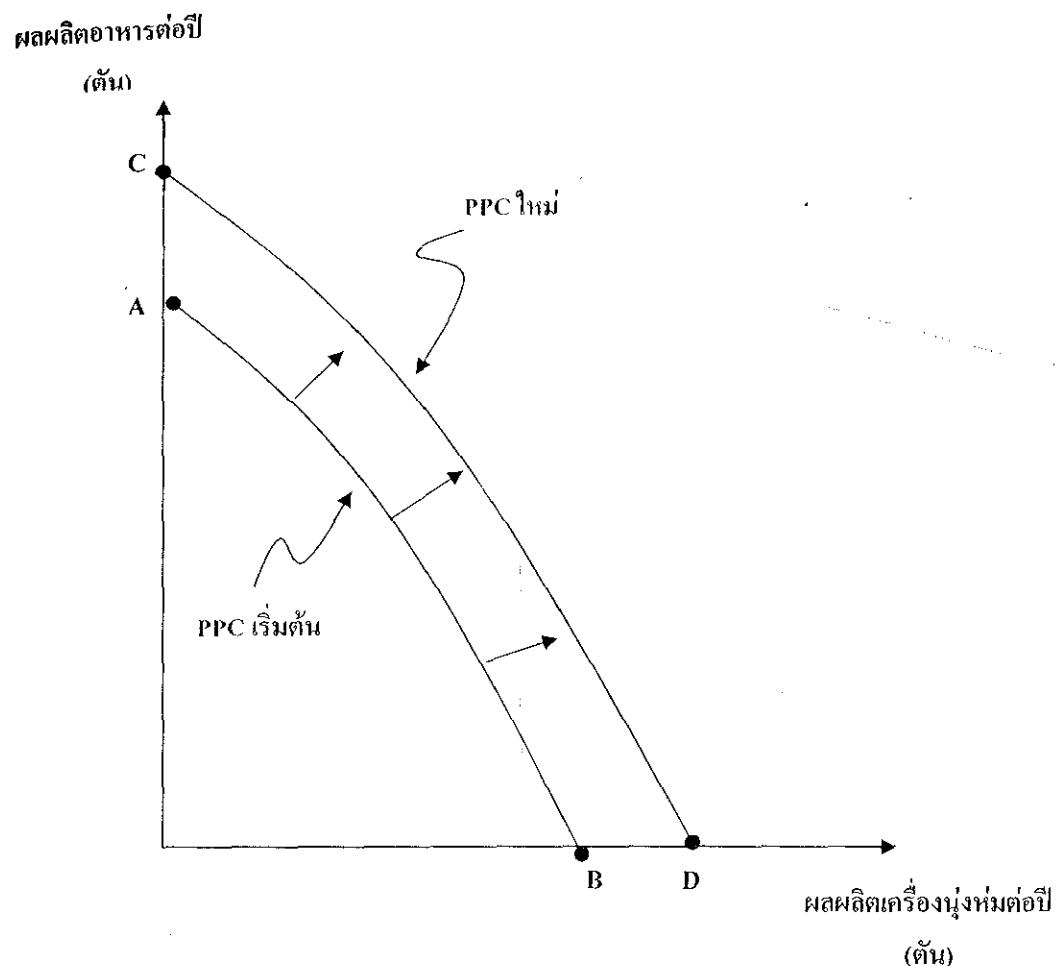
ในแต่ละระบบเศรษฐกิจ ได้มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น มีการปรับปรุงคุณภาพทรัพยากร และมีการนำเทคโนโลยีที่พัฒนามาใช้ในการขยายการผลิตในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ดังนั้นความจำเริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจจึงหมายถึง การขยายความเป็นไปได้ในการผลิตซึ่งเป็นผลลัพธ์เนื่องมาจากการเพิ่มปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรการผลิต มีการนำเทคโนโลยีในระดับที่สูงขึ้นมาใช้ เมื่อมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจะทำให้เส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตขยับเคลื่อนที่ออกไปทั้งเส้นทางความมือของเส้นเดิมเสมอ แสดงถึงมีปริมาณผลผลิตหรือสินค้าในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น การที่ระบบเศรษฐกิจมีความจำเริญเติบโตดังกล่าววนั้น มาจาก 3 สาเหตุหลักดังต่อไปนี้

1. การนำทรัพยากรการผลิตมาใช้ในการผลิตมากขึ้น หมายถึง ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตได้แก่ ที่ดิน ทุน และจำนวนกำลังแรงงาน ตลอดจนมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น

2. มีการปรับปรุงคุณภาพทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าและบริการในระบบเศรษฐกิจ หมายถึง ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตมีคุณภาพมากขึ้น ได้แก่ ที่ดินมีความอุดมสมบูรณ์เพิ่มขึ้น หรือ กำลังแรงงานมีการปรับปรุงทักษะความชำนาญเพิ่มขึ้น ได้แก่ มีการศึกษาเพิ่มขึ้น หรือมีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญ

3. มีการพัฒนาระดับเทคโนโลยีในการผลิตของระบบเศรษฐกิจสูงขึ้น หมายถึง ระบบเศรษฐกิจ มีการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือ สิงประดิษฐ์ใหม่ๆ สำหรับใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ได้แก่ การนำไปโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์มาใช้ในการกระบวนการผลิตสินค้า เป็นต้น

เพื่อให้มีความเข้าใจถึงความจำเริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้ดังนี้ โดยนำเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตมาแสดงผลของความจำเริญเติบโตดังกล่าวนั้น แสดงตามรูปภาพที่ 2.4 ซึ่งเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตเริ่มต้น คือ AB ขยับออกไปเมื่อเส้น CD เพราะเนื่องจากมีปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตของระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีสำหรับการผลิตในระดับที่สูงขึ้นมาใช้ แต่ในกรณีตรงกันข้ามหากปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตดังกล่าวลดลง โดยมีการนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้อีกครั้ง ไม่เต็มที่ เส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตจะขยับเข้ามาทางซ้ายของเส้นเดิม



รูปภาพที่ 2.4 แสดงความจำเริญเติบโตทางเศรษฐกิจกับเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต

ที่มา : Hyman, 1992, p. 53

## 2.6 การนำหลักการไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ

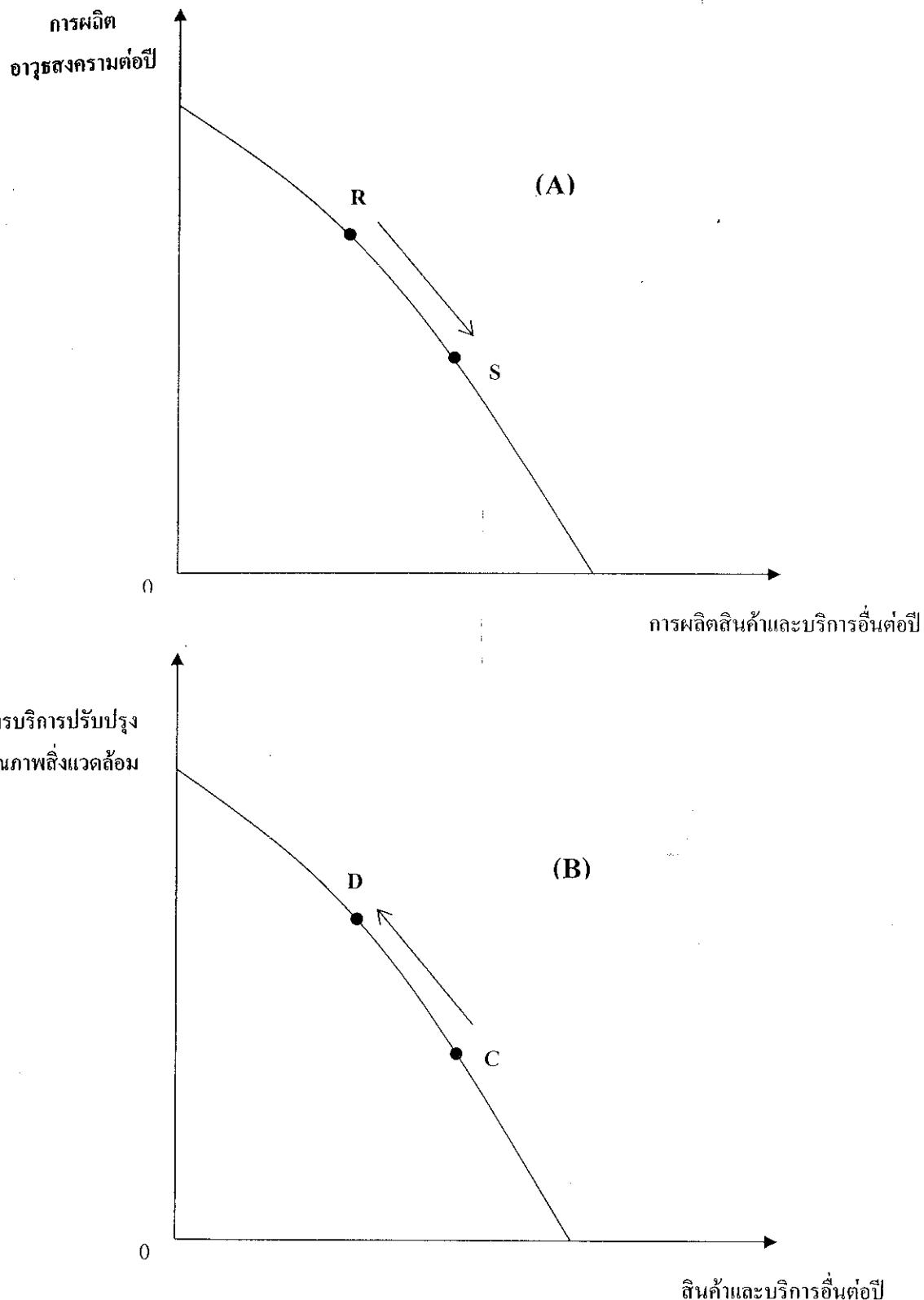
### (Principles in Practice)

เมื่อเข้าใจถึงความหมายของดันทุนค่าเสียโอกาส ทรัพยากร เทคโนโลยีและความเป็นไปได้ใน การผลิต กฎการเพิ่มขึ้นของดันทุนค่าเสียโอกาส ประสิทธิภาพในการผลิต ตลอดจนอัตราความจำเริญ เดิบ โอดทางเศรษฐกิจกับเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตแล้ว ในที่นี้จะนำเสนอดึงการนำหลักการ ต่างๆ ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ โดยจะยกตัวอย่าง 2 กรณี คือ การตัดสินใจของระบบ เศรษฐกิจในการผลิตสินค้า 2 กลุ่ม ได้แก่ อาชญากรรมที่ใช้ในการป้องกันประเทศ และสินค้าอื่นๆ สำหรับกรณีที่ 2 เป็นการตัดสินใจผลิตสินค้า 2 กลุ่ม ได้แก่ การให้บริการปรับปรุงคุณภาพลิ่งแวดล้อม และสินค้าหรือบริการอื่นๆ ดังแสดงได้จากรูปภาพที่ 2.5 (A) และ (B) (Hyman, 1992, pp. 47-48)

จากรูปที่ 2.5 (A) เป็นกรณีที่ระบบเศรษฐกิจต้องตัดสินใจเลือกระหว่างสินค้า 2 กลุ่ม คือ อาชญากรรมที่ใช้ในการป้องกันประเทศ กับสินค้าและบริการอื่นๆ โดยใช้แนวความคิดพื้นฐานของเส้นแสดง ความเป็นไปได้ในการผลิต และกฏการเพิ่มขึ้นของดันทุนค่าเสียโอกาส กรณีการตัดสินใจดังกล่าว ซึ่งให้เห็นว่าถ้าระบบเศรษฐกิจตัดสินใจนำทรัพยากรในประเทศที่มีอยู่ทั้งหมดไปผลิตอาชญากรรมที่ใช้ ในการป้องกันประเทศมากขึ้นแล้ว ระบบเศรษฐกิจจะมีทรัพยากรเหลือเพื่อไปผลิตสินค้าและบริการอื่นๆ ลดน้อยลง ได้แก่ รถยนต์ ที่อยู่อาศัย โรงพยาบาล และโรงพยาบาล เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ในช่วงปี คศ. 1943 เกิดสงครามโลก ประเทศไทยรู้สึกว่าตนต้องหันมาต่อสู้กับเยอรมัน ได้ทุ่มงบประมาณเพื่อผลิตอาชญากรรมมากกว่าร้อยละ 40 ในช่วงปีนั้น ไม่มีการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล เพราะโรงงานที่ผลิตรถยนต์ดังกล่าวมีข้อจำกัดในการผลิตรถถังที่ใช้ในสงคราม เช่นเดียวกับในปี คศ. 1944 เกิดภาวะความขาดแคลนสินค้าสำหรับอุปโภค บริโภค ได้แก่ เครื่องนุ่งห่มและที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกิดการขาดแคลนแก๊สโซลินสำหรับใช้ใน การบริโภค และการประกอบอาชีพ เป็นต้น ดังนั้น จุด R ในรูปที่ 2.5 (A) แสดงสภาพการณ์ดังกล่าวใน ศรีราชาเมืองไทยช่วงปี คศ. 1944

สำหรับในปี คศ. 1990 ประเทศไทยรู้สึกว่าต้องจัดสรรงบประมาณเพียงร้อยละ 6 ใน การผลิต อาชญากรรมที่ใช้ในการป้องกันประเทศ ดังนั้น จึงมีงบประมาณน้ำไปผลิตสินค้าสำหรับอุปโภคบริโภค มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ลักษณะเช่นนี้ก็เกิดขึ้นในประเทศไทยภาพโดยรวม ค่อนข้าง จุด S ในรูปที่ 2.5 (A) จึงแสดงถึงการผลิตสินค้าสำหรับอุปโภคและบริโภคมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็เกิดดันทุนค่าเสียโอกาสมากขึ้นในการเคลื่อนย้ายจากจุด R มาที่จุด S ซึ่งใช้หลักของกฎ การเพิ่มขึ้นของดันทุนค่าเสียโอกาส

จากรูปที่ 2.5 (B) แสดงความเป็นไปได้ในการผลิตสินค้าและบริการสำหรับการปรับปรุงคุณภาพ ลิ่งแวดล้อม เช่น มีบรรยายกาศและน้ำที่ไม่มีมลภาวะ (nonpollution) และการผลิตกลุ่มสินค้าและบริการ อื่นๆ โดยถ้าศรีราชาเมืองไทยมีการจัดสรรงบประมาณสำหรับใช้ในการปรับปรุงคุณภาพลิ่งแวดล้อมแล้วจุด C เคลื่อนย้ายมาจุด D บนเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตเส้นเดียวกัน และดันทุนค่าเสียโอกาสของ การใช้งบประมาณในการปรับปรุงคุณภาพลิ่งแวดล้อมต่อหน่วยจะสูงขึ้น ซึ่งหลักการดังกล่าวตาม ตัวอย่างในรูป 2.5 (A) และ 2.5 (B) นั้น ก็เกิดขึ้นในประเทศไทยเช่นกัน



### รูปภาพที่ 2.5

แสดงความเป็นไปได้ในการผลิตสินค้า 2 กลุ่ม

(A) : สินค้าอาชีวศึกษา กับสินค้าและบริการอื่น

(B) : การบริการปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมกับสินค้าและบริการอื่น

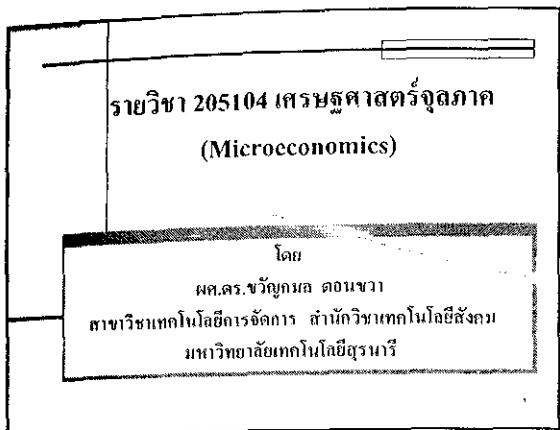
ที่มา : Hyman, 1992, pp. 47-48

## 2.7 สรุป

หลักการของต้นทุนค่าเสียโอกาสและความเป็นไปได้ในการผลิต เริ่มต้นจากปัญหาพื้นฐานในระบบเศรษฐกิจว่าจะผลิตอะไร จะผลิตอย่างไร จำนวนเท่าไร และผลิตเพื่อใคร ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากรการผลิตชนิดต่างๆ เทคโนโลยีที่มีอยู่ ตลอดจนต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการผลิต ประสิทธิภาพในการผลิตของระบบเศรษฐกิจ เพราะการจัดสรรทรัพยากรและเทคโนโลยีดังกล่าว มีผลต่ออัตราความจำเริญเดิบ โตกางเศรษฐกิจด้วย ก้าวคือ ถ้าระบบเศรษฐกิจต้องการผลิตสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น ย่อมเกิดผลกระทบทำให้มีทรัพยากรหรือบุปผะมาสนใจการผลิตสินค้า และบริการอีกชนิดหนึ่งลดลง และเกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสในทางเลือกดังกล่าวด้วย ในบทนี้จึงแสดงกรณีศึกษาโดยใช้สื้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเครื่องมือประกอบการตัดสินใจเลือกทางเลือกดังกล่าว

## 2.8 แบบฝึกหัด

1. อธิบายความหมายของเส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
2. อธิบายถึงแนวความคิดประสิทธิภาพในการผลิตว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างไร
3. กลุ่มการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าเสียโอกาสคืออะไร และมีผลต่อความเป็นไปได้ในการผลิตอย่างไร
4. อะไรเป็นสาเหตุทำให้เส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิตขยับเปลี่ยนแปลงไปทั้งเส้น
5. การตัดสินใจของระบบเศรษฐกิจระหว่างทางเลือกการบริโภค และการลงทุนมีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ในการผลิตสำหรับอนาคตอย่างไร
6. เส้นแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต สามารถนำมาแสดงถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีในระดับที่สูงขึ้น ได้อย่างไร




---



---



---



---



---



---



---



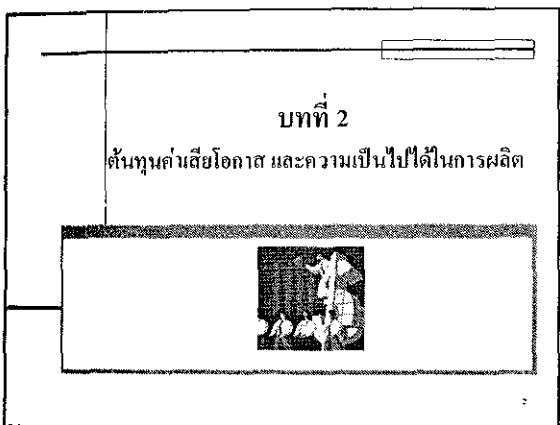
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



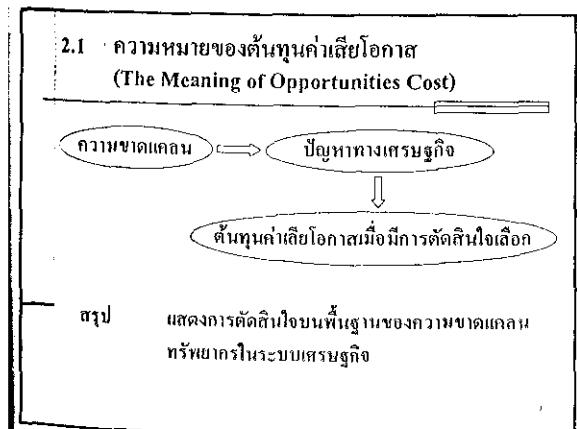
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

**2.2 ทรัพยากร เทคโนโลยีและความเป็นไปได้**  
(Resource, Technology, and Production Possibilities)

**การผลิต** ก็อ กระบวนการของการใช้ปัจจัยการผลิต ต่างๆในการผลิตสินค้าและบริการ หรืออ้างอิงเรียกว่า ผลผลิต (Output)

ปัจจัยการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ (Input) ที่มี 3 ประชานากร คือ ผลิตซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ แรงงาน ทุน ทรัพยากรธรรมชาติ และปัจจัยการ



**เทคโนโลยี (Technology)**

หมายอีจ ความรู้ที่嫁กับ วิธีการผลิตสินค้าและบริการ การพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ จำนวนมากขึ้น เพื่อกำหนดทรัพยากรธรรมชาติหรือปัจจัยการผลิต จำนวนมากหนึ่ง



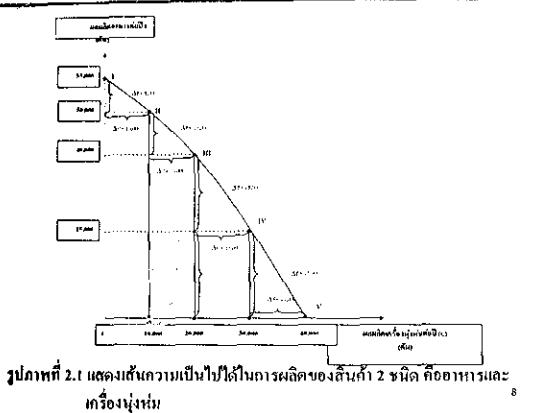
**ข้อสมมุติฐานความเป็นไปได้ในการผลิต**

- บริการและอุปกรณ์ของทรัพยากรปัจจัยการผลิตในแต่ละปีคงที่ ได้แก่ แรงงาน ทุน ทรัพยากรธรรมชาติหรือที่ดิน และ ความสามารถของปัจจัยการ
- หากปัจจัยการผลิตคงที่จำนวนหนึ่ง ไม่ได้ผลิตสินค้า 2 ชนิด ก็ต้อง ลดลง และเครื่องจักรห้าม
- ปัจจัยการผลิตสามารถใช้ในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิด คือ อาหารและเครื่องดื่มทั่วไป และมีการซ้างงานเดี่ยวๆ
- ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในแต่ละปี



**เขียนแสดงความเป็นไปได้ในการผลิต  
(Production Possibilities Curve)**

เป็นสันที่แสดงถึงส่วนผสมของผลผลิต 2 ชนิด คือ อาหาร และเครื่องผุ่งฟุ่ม ซึ่งที่สุดที่ระบบเศรษฐกิจสามารถผลิตได้เมื่อต่าหนดให้มีทรัพยากรและเทคโนโลยีระดับหนึ่ง



ตารางที่ 2.1 แสดงส่วนผสมของผลผลิตอาหารและเครื่องผุ่งฟุ่มที่เป็นไปได้		
ส่วนผสมความเป็นไปได้ในการผลิต	ผลผลิตอาหารเหลือไว้ด้าน	ผลผลิตเครื่องผุ่งฟุ่มเหลือไว้ด้าน
I	55,000	0
II	50,000	10,000
III	40,000	20,000
IV	25,000	35,000
V	0	40,000

### 2.3 กฎการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าเสียโอกาส (Law of Increasing Opportunity Costs)

ตารางที่ 2.2 แสดงต้นทุนค่าเสียโอกาสของการเพิ่มปริมาณผลิต  
เครื่องปุ่มหัวเข็มครั้งละ 10,000 ตัน

ปริมาณผลิตเครื่องปุ่มหัวเข็ม	ปริมาณการเพิ่มขึ้นของผลิต	ต้นทุนค่าเสียโอกาสของผลิต
(ตัน)	เครื่องปุ่มหัวเข็ม (ตัน)	เครื่องปุ่มหัวเข็ม (ตัน)
	( $\Delta Q$ )	( $\Delta P$ )
0	0	0
10,000	10,000	5,000
20,000	10,000	10,000
30,000	10,000	15,000
40,000	0	25,000

รูปภาพที่ 2.2 แสดงต้นทุนค่าเสียโอกาสของการผลิตเครื่องปุ่มหัวเข็มเพิ่มขึ้น

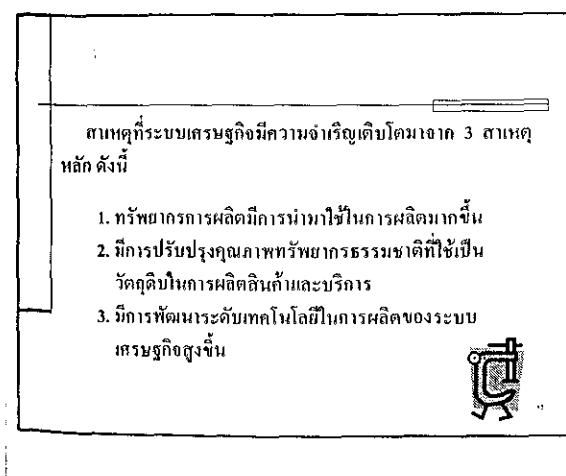
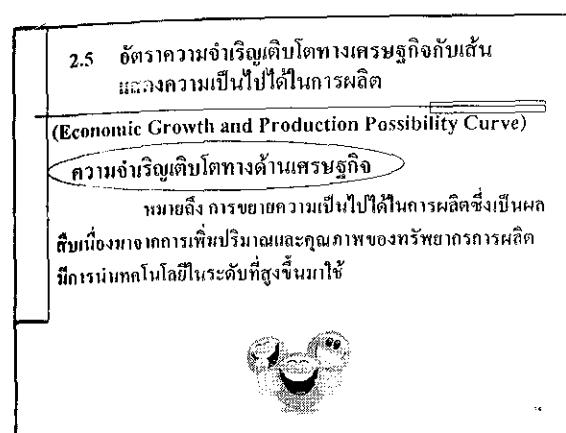
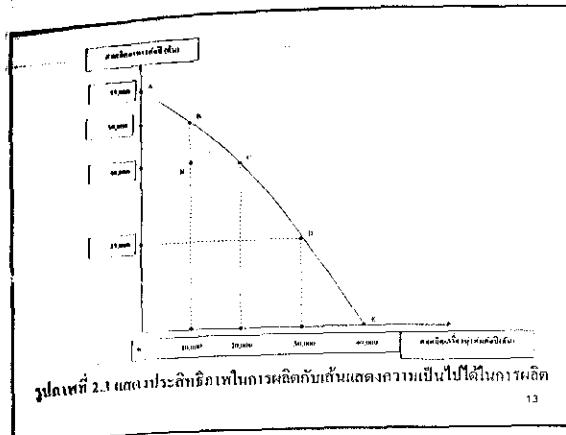
11

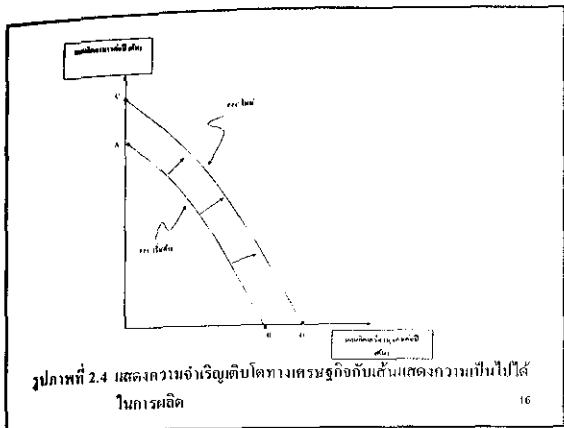
### 2.4 ประสิทธิภาพในการผลิต (Productive Efficiency)

#### ประสิทธิภาพในการผลิต

หมายถึง การผลิต ต้นท้าวใดหนึ่ง ได้ในปริมาณที่สูง กี่ตุดที่เป็นไปได้ โดยกำหนดให้มีการผลิตคิดเห็นดีอีกนิดหนึ่งใน ปริมาณเดียวกันจำนวนหนึ่ง และการที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพ ทางการผลิตได้นั้น หมายความ การที่ระบบเศรษฐกิจไว้ใช้ในการจัดสรร ทรัพยากรในตารางผลิตต้นท้าวใดหนึ่งเพิ่มขึ้น โดยไม่ทำให้ต้อง ลดปริมาณการผลิตต้นท้าวใดหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ

12





รูปภาพที่ 2.4 เมื่อความต้องการย้ายตัวไปทางซ้ายก็จะเกิดเดินทางของความเป็นไปได้ในกรณีนี้

16

---

---

---

---

---

### 2.6 การนำหลักการไปใช้ประโยชน์ (Principles in Practice)

ยกตัวอย่าง 2 กรณี

- ① การตัดสินใจของระบบเศรษฐกิจในการผลิตสินค้า 2 อย่าง ได้แก่ อารยธรรมกรานที่ใช้ในการซื้องั้นไป哪裡 และสินค้าอื่นๆ
- ② เป็นการตัดสินใจผิดพลาดน้ำ 2 กลุ่ม ได้แก่ การให้บริการปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อม และสินค้าหรือบริการอื่นๆ

รูปภาพที่ 2.5 เมื่อความเป็นไปได้ในการผลิตสินค้า 2 กลุ่ม (A) สินค้าอารยธรรมกราน กับสินค้าและบริการอื่น

16

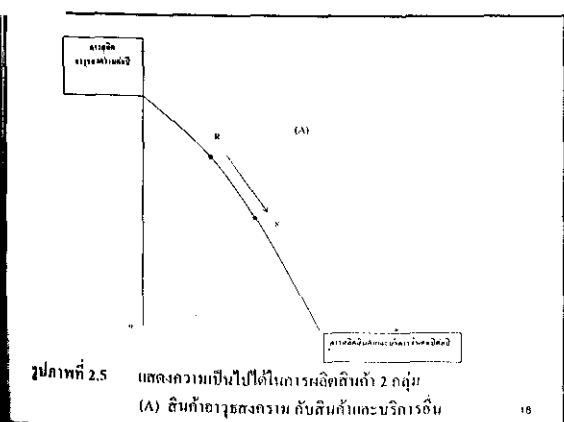
---

---

---

---

---



16

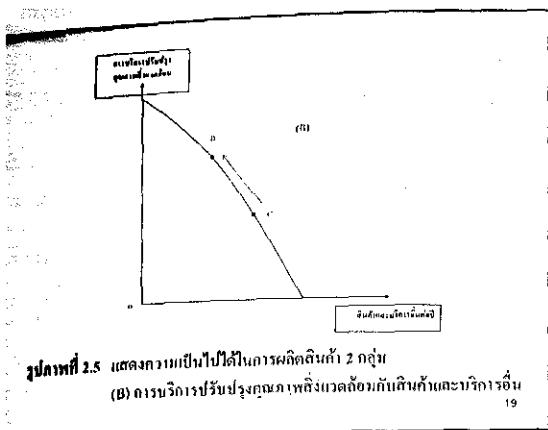
---

---

---

---

---



19

## บทที่ 3

### อุปสงค์และอุปทานตลาด

การศึกษาเรื่องอุปสงค์ (demand) และอุปทาน (supply) ในตลาดสินค้าและบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาถึงเศรษฐศาสตร์จุลภาค (microeconomics) โดยอุปสงค์นั้นมีทางด้านผู้ซื้อหรือผู้บริโภค และอุปทานมีทางด้านผู้ขายหรือผู้ผลิต ผู้ที่เริ่มนั้นศึกษาเศรษฐศาสตร์จำเป็นต้องเข้าใจหลักการของอุปสงค์และอุปทานเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาเศรษฐศาสตร์จุลภาคในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ในบทนี้ได้อธิบายถึง ความหมาย จุดมุ่งหมาย และหน้าที่ของตลาด ความหมายของอุปสงค์ และกฎของอุปสงค์ อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ตลาด การเปลี่ยนปริมาณอุปสงค์ การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ ความหมายของอุปทานและกฎของอุปทาน อุปทานส่วนบุคคลและอุปทานตลาด การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน ตลาดและการกำหนดราคา และการเปลี่ยนแปลงคุณภาพของตลาด ซึ่งจะได้อธิบายรายละเอียดตามลำดับต่อไป

#### 3.1 ความหมายและจุดมุ่งหมายของตลาด

##### (Meaning and Purposes of Market)

ตลาด หมายถึง การดำเนินการให้ผู้ซื้อและผู้ขายพบกัน หรือติดต่อสื่อสารกันเพื่อซื้อและขาย สินค้าและบริการ หรือ เป็นแนวทางให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถทำธุรกิจด้วยกัน และไม่จำเป็นที่ผู้ซื้อกับผู้ขายต้องเดินทางหากัน เพราะสามารถติดต่อทำธุรกิจหรือซื้อและขายสินค้าโดยใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ โทรศัพท์ จดหมาย หรือเครื่องมือสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น พัฒนาจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ดังนั้นจุดมุ่งหมายที่สำคัญคือ ตลาดทำให้เกิดการติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการ โดยใช้สื่อต่างๆ ซึ่งตลาดไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ ตลาดแบ่งตามลักษณะของสินค้าและบริการออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ตลาดสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย ตลาดปัจจัยการผลิต และตลาดสินค้า และบริการ ขั้นกลาง

การศึกษาถึงตลาด จำเป็นต้องศึกษาเรื่องอุปสงค์ (demand) และอุปทาน(supply) ของสินค้าและบริการที่ผู้ซื้อและผู้ขายติดต่อทำธุรกิจกัน โดยอุปสงค์นั้นมีทางด้านผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ส่วนอุปทานจะมีทางด้านผู้ขายหรือผู้ผลิต ดังนั้น การศึกษาเศรษฐศาสตร์จำเป็นต้องเข้าใจหลักการของอุปสงค์และอุปทาน เพราะการศึกษาอุปสงค์และอุปทานดังกล่าวมุ่งเน้นการกำหนดราคาในตลาดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และการกำหนดราคาดังกล่าวมีผลต่อปริมาณการซื้อและการขายในตลาดอีกด้วย ดังนั้นการวิเคราะห์การดำเนินการของตลาดจึงจำเป็นต้องเข้าใจแนวความคิดของอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งในสิ่ง

ศศ.1890 นักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษชื่อ Alfred Marshall ได้ทำการศึกษาถึงแนวความคิดอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งเป็นพื้นฐานของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สุดภาคสมัยใหม่ (Hayman, 1992, p. 67 และ ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข, 2539, หน้า 93)

### 3.2 ความหมายของอุปสงค์ และกฎหมายของอุปสงค์

#### (The Meaning and Law of Demand)

อุปสงค์ (demand) หมายถึงจำนวนสินค้าและบริการ ที่ผู้บริโภค มีความต้องการซื้อ ณ ตลาดแห่งเดียวเท่านั้น ในระยะเวลาหนึ่ง เป็นปริมาณที่แตกต่างกันไปตามระดับราคาต่างๆ กันของสินค้า โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ จากความหมายของอุปสงค์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ความต้องการสินค้าและบริการ (desire) ความสามารถที่จะซื้อเจนซื้อ (ability to pay) และความเต็มใจที่จะซื้อ (willingness to pay)

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์มีดังต่อไปนี้

1. ราคาสินค้านี้ (price)
2. รายได้ของผู้ซื้อ (income)
3. รสนิยมของผู้ซื้อ (taste)
4. ราคางานนิคอดื่นที่เกิดขึ้น (complementary and substitute goods)
5. ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ จำนวนประชากร ดินฟ้าอากาศหรือฤดูกาล การโฆษณา และการคาดคะเนเกี่ยวกับราคาสินค้าในอนาคต

#### 3.2.1 อุปสงค์แบบต่างๆ

อุปสงค์สามารถแสดงความสัมพันธ์กับปัจจัยสำคัญ ได้ 3 แบบ ดังต่อไปนี้

1) พิงก์ชั่นอุปสงค์ (demand function) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ความต้องการซื้อสินค้าและบริการกับปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ความสัมพันธ์ในรูปพิงก์ชั่นแสดงได้ดังต่อไปนี้

$$Q_A = f(P_A, I, T, P_B, \dots)$$

โดยที่

$Q_A$	=	ปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ
$P_A$	=	ราคางานนิคอดื่นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ
$I$	=	รายได้ของผู้บริโภค
$P_B$	=	ราคางานนิคอดื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันหรือใช้ประกอบกัน

ในการพิจารณาถึงอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น โดยทั่วไปมักนิยมศึกษาถึงอุปสงค์เมื่อพิจารณาถึงราคากองตัวมันเอง โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ดังนี้ สามารถแสดงอุปสงค์ดังกล่าวในรูปแบบของฟังก์ชันต่อไปนี้

$$Q_A = f(P_A / I, T, P_B, \dots)$$

โดยจากฟังก์ชันดังกล่าว ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ ( $Q_A$ ) กับราคากองตัวมันเอง ( $P_A$ ) โดยกำหนดให้ เบี้ยเชื้อ ( $I$ ) สนิยมของผู้บริโภค ( $T$ ) และราคางานค่าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ( $P_B$ ) คงที่ (ไม่นำมาพิจารณา) และเรียกกันทั่วไปว่าสมการอุปสงค์

$$\text{ตัวอย่างเช่น } Q_A = 10 - 2 P_A$$

2) ตารางอุปสงค์ (demand schedule) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคางานค่า ( $P_A$ ) กับปริมาณความต้องการสินค้า ( $Q_A$ ) แบบหนึ่ง ซึ่งอาจจะทำให้เข้าใจลักษณะของอุปสงค์ได้ชัดเจนกว่าแบบอื่น ที่มาของตารางอุปสงค์คือ ฟังก์ชันอุปสงค์นั้นเอง ตัวอย่างเช่นสมการอุปสงค์ของไฟกิน ตลาดแห่งหนึ่ง คือ

$$\text{ตัวอย่างเช่น } Q_A = 20 - 0.5 P_A$$

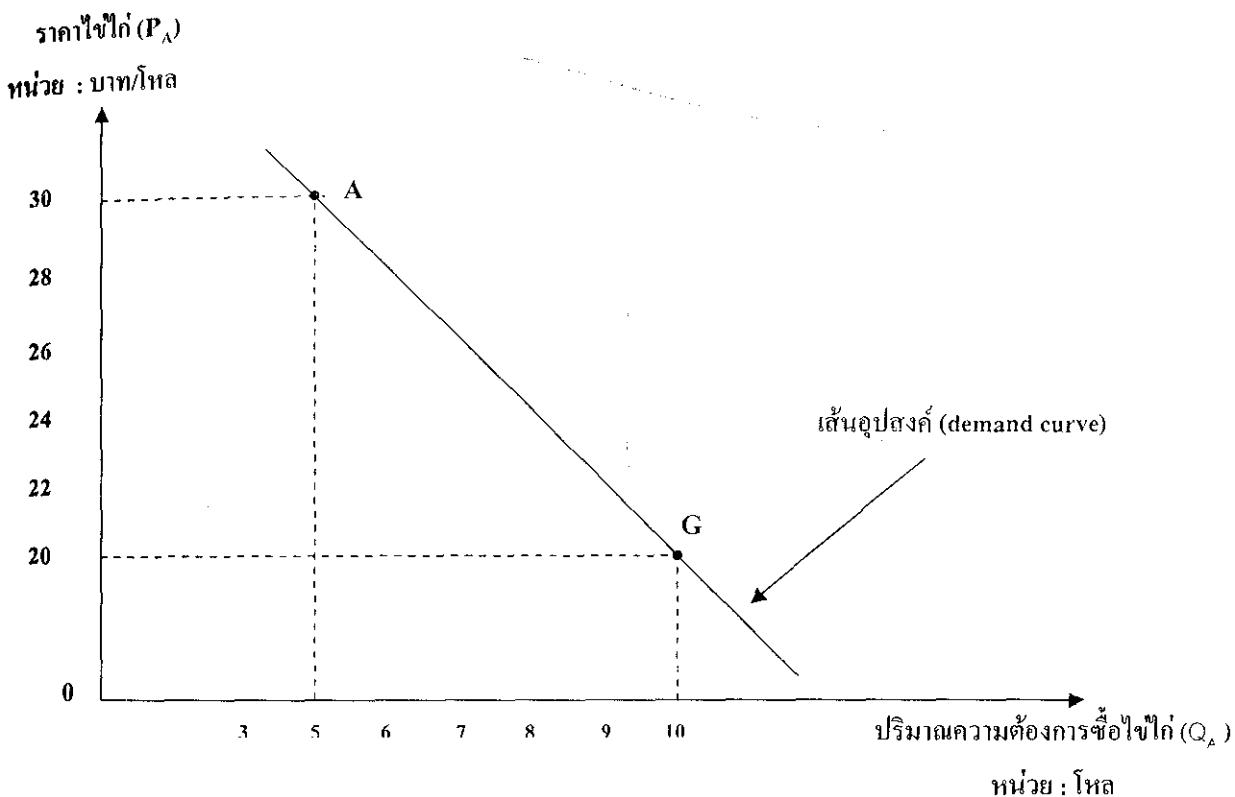
จะได้ตารางอุปสงค์ดังนี้ คือ

ตารางที่ 3.1 แสดงอุปสงค์ของผู้ซื้อไฟกิน ตลาดแห่งหนึ่ง

ราคาไฟกิน ( $P_A$ ) (บาทต่อโภค)	ปริมาณความต้องการซื้อไฟกิน ( $Q_A$ ) (โภค)
20	10
22	9
24	8
26	7
28	6
30	5

ที่มา: สมการอุปสงค์ไฟกิน  $Q_A = 20 - 0.5 P_A$

3) เส้นอุปสงค์ (demand curve) คือเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการในระดับราคาต่างๆ ในที่นี่เพื่อให้ง่ายต่อการศึกษาถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว จึงแสดงด้วยกราฟ (graph) โดยนำข้อมูลในตารางที่ 3.1 มาสร้างเส้นอุปสงค์ ดังรูปภาพที่ 3.1 ซึ่งแสดงได้ดังต่อไปนี้



รูปภาพที่ 3.1 แสดงเส้นอุปสงค์yield  
ที่มา: จากตารางที่ 3.1

จากรูปที่ 3.1 แกนตั้งแสดงราคาของyield (บาทต่อໂ Holden) และแกนนอนแสดงปริมาณความต้องการซื้อยield (ໂ Holden) โดยเส้นอุปสงค์จากรูปดังกล่าวแสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาของyield ต่อໂ Holden กับปริมาณความต้องการซื้อมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม หรือมีค่าความชันเป็นลบ (negative slope)

#### กฎของอุปสงค์ (law of demand)

หากความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาสินค้าต่างๆ กับความต้องการซื้อสินค้านั้น สามารถนำมาตั้งเป็นกฎของอุปสงค์ซึ่งกล่าวว่า “ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการใดๆ ย่อมสัมพันธ์เป็นปฏิภาคส่วนกัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการนั้นเสมอ” ดังนั้นเส้นอุปสงค์ จึงทอดลงจากซ้ายไปขวา แสดงถึง ณ ระดับราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อไม่มากนัก แต่จะซื้อในปริมาณที่มากขึ้น ถ้าราคาลดลง

ตัวอย่าง เช่น ราคาน้ำมันเบนซิน 91 มีราคาสูงขึ้น ทำให้อุปสงค์ต่อน้ำมันเบนซิน 91 ลดลง ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์เพระเหตุผลดังต่อไปนี้

- 1) คนหันไปใช้แก๊สโซฮอลเพิ่มขึ้นแทน
- 2) คนที่เคยใช้เบนซิน 91 ก็จะประหัตพัลงานน้ำมันและใช้ลดลง
- 3) คนที่เคยใช้เบนซิน 91 ก็จะยิ่งไม่ซื้อรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเบนซิน 91

### 3.3 อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ตลาด

#### (Individual and Market Demand)

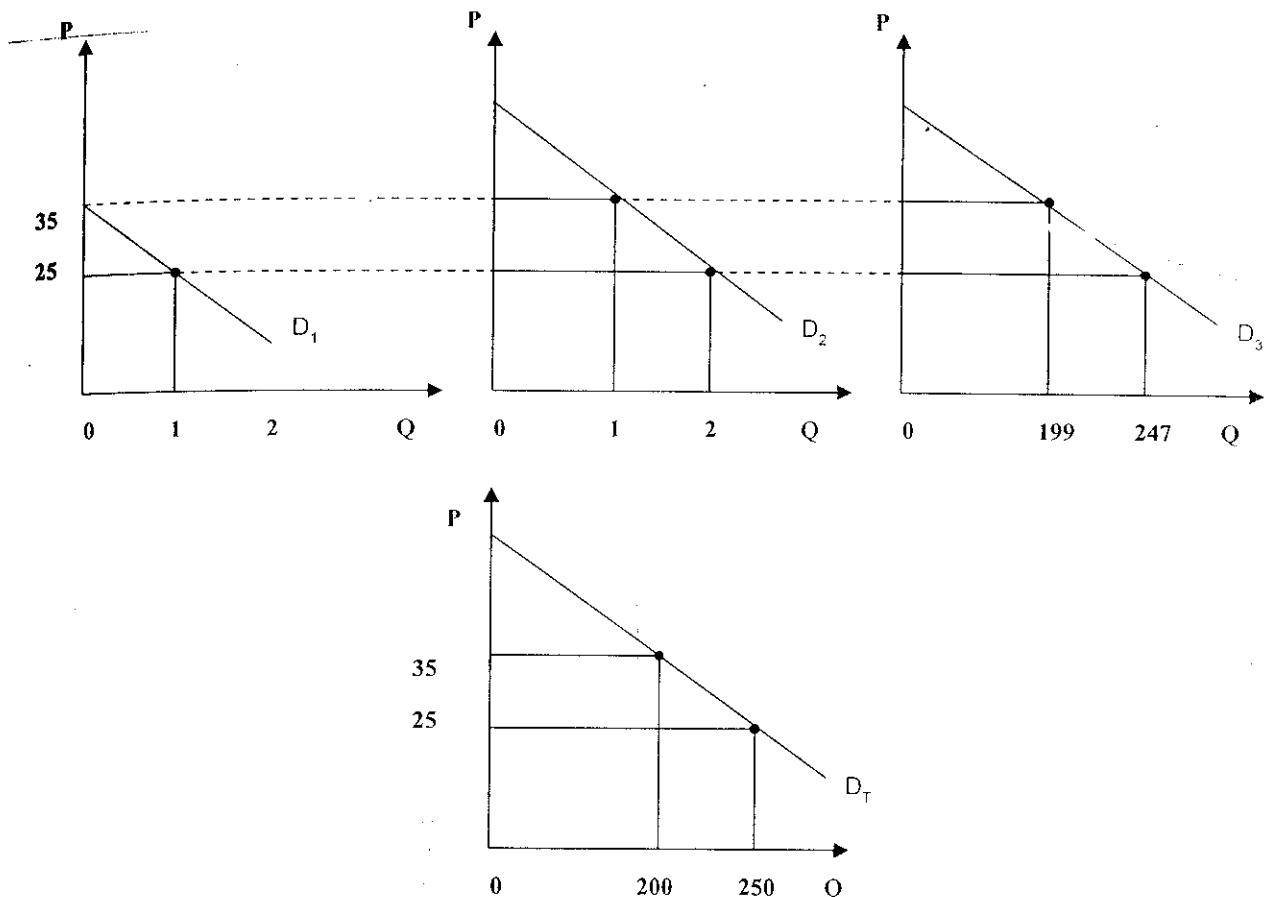
อุปสงค์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ อุปสงค์ส่วนบุคคล (individual demand) และ อุปสงค์ตลาด (market demand) เพื่อให้เข้าใจลักษณะของอุปสงค์ทั้งสองดังกล่าว จึงขอเรียบรายความหมายพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบายดังต่อไปนี้

3.3.1 อุปสงค์ส่วนบุคคล หมายถึง อุปสงค์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคารองสินค้าและ บริการกับปริมาณความต้องการในสินค้านิดนั้น ๆ เวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น นายสมชาย และนายสมพร ต้องการบริโภคแซมเบอร์เกอร์ซึ่งราคาเท่ากับ 25 บาทต่อชิ้น และนายสมชายตัดสินใจซื้อ จำนวน 1 ชิ้น ส่วนนายสมพร ซื้อ 2 ชิ้นต่อสัปดาห์ ระยะเวลา 1 เดือน ผ่านไป ราคาแซมเบอร์เกอร์สูงขึ้นเป็น 35 บาท ต่อชิ้น และนายสมชายตัดสินใจไม่ซื้อแซมเบอร์เกอร์มาบริโภค โดยหันไปบริโภคเบเกอรี่แทน ส่วน นายสมพรจะซื้อเพียง 1 ชิ้นต่อสัปดาห์เท่านั้น

3.3.2 อุปสงค์ตลาด หมายถึง อุปสงค์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและบริการกับปริมาณ ความต้องการบริโภค ณ ระดับราคานั้นรวมทั้งหมด เป็นจำนวนเท่าไร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือเป็นการ รวมอุปสงค์ส่วนบุคคล ณ ระดับต่างๆ เช่น ถ้าแซมเบอร์เกอร์ราคา 25 บาทต่อชิ้น ผู้บริโภคในตลาด แซมเบอร์เกอร์ตัดสินใจซื้อรวม 250 ชิ้นต่อสัปดาห์ และถ้าต่อมาอีก 1 เดือน ราคาแซมเบอร์เกอร์สูงขึ้น เป็น 35 บาทต่อชิ้น ผู้บริโภคในตลาดแซมเบอร์เกอร์ดังกล่าวลดปริมาณการซื้อเหลือเพียง 200 ชิ้นต่อ สัปดาห์

เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ของอุปสงค์ตลาด และอุปสงค์ส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น จึงนำตัวอย่าง การซื้อแซมเบอร์เกอร์ของนายสมชายและนายสมพร ตลอดจนผู้บริโภคแซมเบอร์เกอร์รายอื่นๆ รวม ทั้งหมดในตลาด ตามรูปภาพที่ 3.2 โดยที่

$D_1$	คือ	เส้นอุปสงค์ของนายสมชาย
$D_2$	คือ	เส้นอุปสงค์ของนายสมพร
$D_T$	คือ	เส้นอุปสงค์ของผู้บริโภคคนอื่นๆ ในตลาด
$P$	คือ	ราคาแซมเบอร์เกอร์ (บาทต่อชิ้น)
$Q$	คือ	ปริมาณคงที่ของราคาราชีพ แมมเบอร์เบเกอร์ตับสับปด้าห์ (ชิ้น)



รูปภาพที่ 3.2 แสดงอุปสงค์ส่วนบุคคล และอุปสงค์ตลาด

### 3.4 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

(A Change in Quantity Demand and A Change in Demand)

ก่อนที่จะอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์จำเป็นต้องอธิบายถึงรายละเอียดของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์เสียก่อน โดยในที่นี้จะอธิบายปัจจัยที่สำคัญ 3 ปัจจัย ได้แก่ ราคาของสินค้าหนึ่ง รายได้ของผู้ซื้อ และราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนิยมเรียกว่า หัวไปว่าอุปสงค์ต่อราคา (price demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) และอุปสงค์ต่อราคасินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง (cross demand)

1) อุปสงค์ต่อราคา หมายถึง อุปสงค์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยกำหนดให้ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆ คงที่ ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ในหัวข้อที่ 3.2

2) อุปสงค์ต่อรายได้ หมายถึง อุปสงค์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อ โดยกำหนดให้ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆคงที่ และจากความหมาย อุปสงค์ต่อรายได้ดังกล่าว สามารถแยกสินค้าออกเป็น 2 ชนิด ดังต่อไปนี้

สินค้าปกติ (normal goods) หมายถึง สินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อ เป็นจำนวนมากขึ้น ถ้ามีรายได้เพิ่มขึ้น และจะซื้อจำนวนลดน้อยลง ถ้าหากว่ารายได้ลดลง ดังนั้น ปริมาณความต้องการซื้อ ของผู้บริโภคกับรายได้ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ในทิศทางที่สอดคล้องทิศทางเดียวกัน สินค้าปกติ ได้แก่ สินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไปในชีวิตประจำวัน ตามปัจจัยสี่ขั้นพื้นฐาน

สินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) หมายถึง สินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อเป็นจำนวน มากขึ้นถ้ามีรายได้ลดลง และจะซื้อจำนวนลดลงถ้าหากมีรายได้สูงขึ้น ดังนั้น ปริมาณความต้องการซื้อ ของผู้บริโภคกับรายได้ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สินค้าด้อยคุณภาพใน ต่างประเทศ คือ มันฝรั่ง และขนมปังแข็ง ล้วนในประเทศไทยสินค้าด้อยคุณภาพที่เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุด คือ ปลาทูเคนหางแข็ง

3) อุปสงค์ต่อราคасินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดใด ชนิดหนึ่งจะเปลี่ยนแปลงไป เมื่อราคасินค้าที่ใช้ประกอบกันกับสินค้าชนิดนี้หรือราคากองสินค้าที่ใช้ ทดแทนกันกับสินค้าดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไป โดยกำหนดให้ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆคงที่ และจาก ความหมายของอุปสงค์ต่อราคасินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผู้อินบิลเรียกันโดยทั่วไปว่าอุปสงค์แบบไข่ ไข่ อุปสงค์นี้สามารถแยกสินค้าออกเป็น 3 ชนิด ดังต่อไปนี้ (ข่าว郁闷 กลั่นศรีสุข, 2539, หน้า 14)

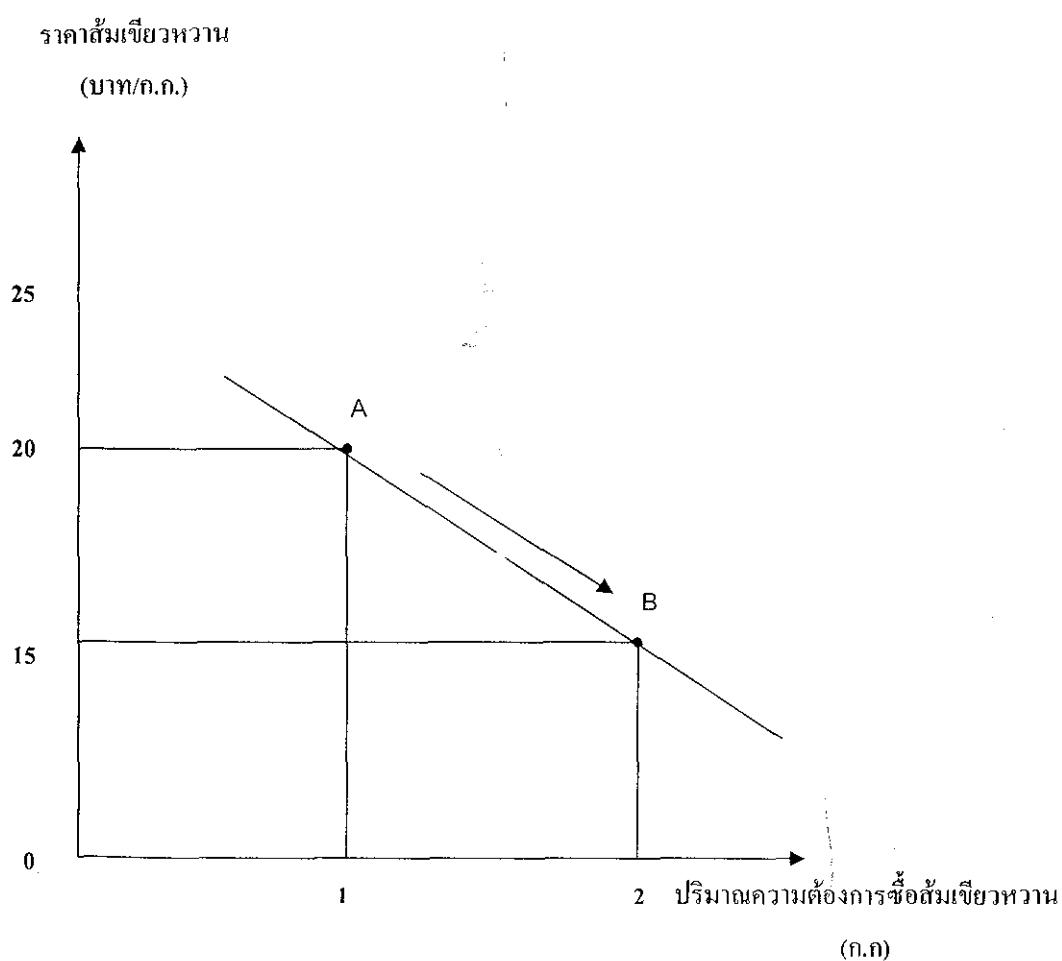
สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (substitutes goods) หมายถึง สินค้าที่ใช้ทดแทนกับ สินค้าชนิดอื่น ได้ ถ้าหากว่าราคากองสินค้าที่ได้รับการทดแทนมีราคาสูงขึ้น ตัวอย่างเช่น ถ้าหากคนเนื้อ วัวมีราคาต่ำกว่าครึ่งสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อเนื้อวัวแทนบริโภคในจำนวนที่ลดลง และหันไปซื้อเนื้อหมูใน จำนวนที่เพิ่มขึ้น เพราะเนื้อวัวและเนื้อหมูเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน จากความหมายและตัวอย่างดังกล่าว สรุปได้ว่า ปริมาณความต้องการซื้อชนิดหนึ่งกับราคากองสินค้าชนิดที่ใช้ทดแทนกันนั้นมีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

สินค้าที่ใช้ประกอบกัน (complementary goods) หมายถึง สินค้าที่ใช้ประกอบ กับสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ถ้าหากว่าราคากองสินค้าที่ใช้ประกอบสินค้าชนิดนี้มีราคาสูงขึ้นจะทำให้อุปสงค์ หรือความต้องการสินค้าดังกล่าวลดลง ตัวอย่างเช่น รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีราคาสูงขึ้น ความต้องการซื้อ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีแนวโน้มลดลง และทำให้ความต้องการซื้อย่างรถยนต์ และนำมันเข้าเพลิงใน ปริมาณที่ลดลงด้วย เพราะรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ยางรถยนต์ และนำมันเข้าเพลิงเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน หากความหมายและตัวอย่างดังกล่าวสรุปได้ว่า ปริมาณความต้องการซื้อของชนิดหนึ่งกับราคางานสินค้าชนิด ที่ใช้ประกอบกันมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม

จากความหมายของอุปสงค์ต่อราคากองสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องดังกล่าวที่มุ่งอธิบายอุปสงค์ และปัจจัยกำหนดอุปสงค์ 3 ปัจจัยที่สำคัญนั้นนำมา สรุการอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ ซึ่งจะได้อธิบาย ตามลำดับต่อไปนี้

### 3.4.1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์

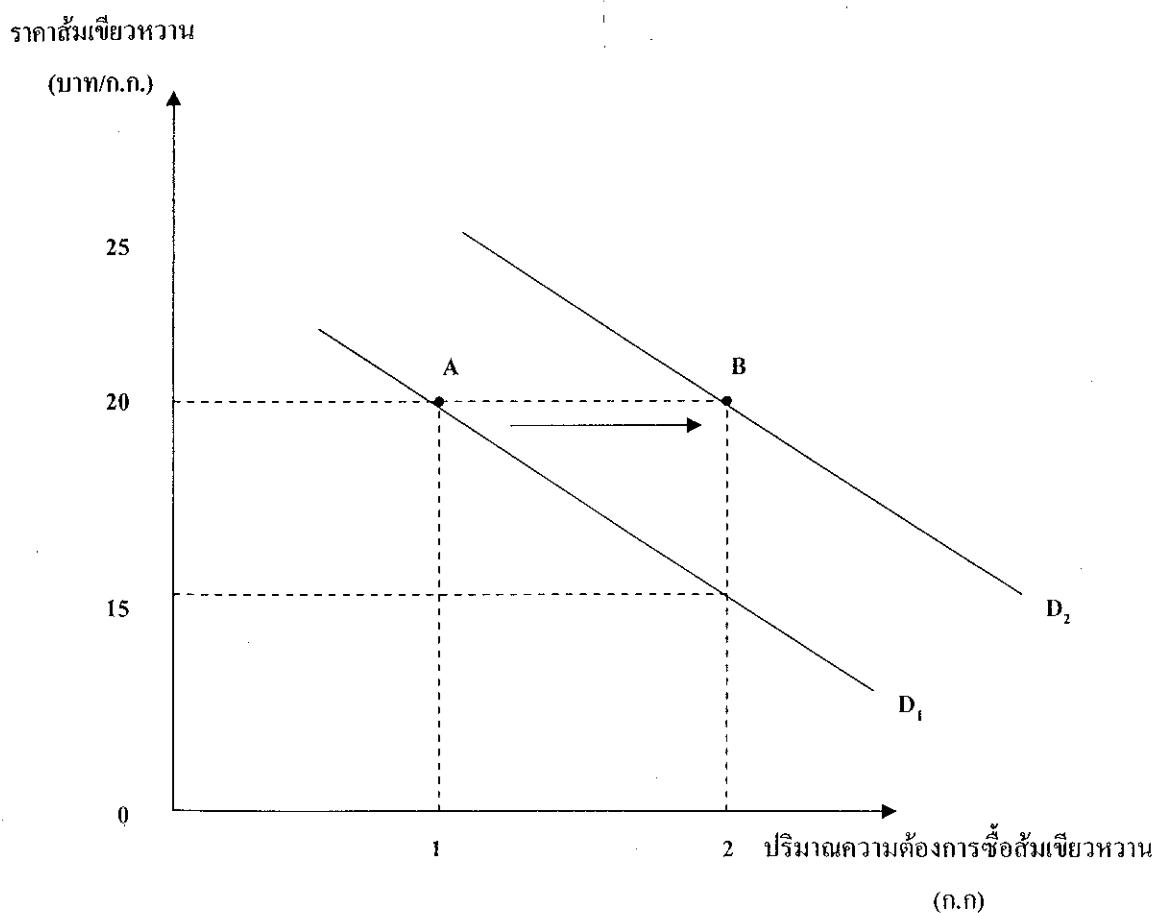
หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซึ่งเมื่อรากาเปลี่ยนแปลงไป หรือรายได้เปลี่ยนแปลงไป หรือราคานิติอื่นที่เกี่ยวข้องกันเปลี่ยนแปลงไป โดยกำหนดให้ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆ คงที่ โดยการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ดังกล่าวจะเคลื่อนที่อยู่บนเส้นอุปสงค์เดิม (move along the curve) ตัวอย่างเช่น ถ้าหากส้มเขียวหวานกิโลกรัมละ 20 บาท ผู้บริโภคจะซื้อส้มเขียวหวานเพิ่มขึ้นเป็น 2 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ และเพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นจึงได้นำตัวอย่างดังกล่าวแสดงตามรูปภาพที่ 3.3 โดยการเคลื่อนที่จากจุด A ซึ่งส้มเขียวหวานมีราคา 20 บาท ต่อ กิโลกรัม มาจังจุด B และที่จุด B นี้ ส้มเขียวหวานมีราคา 15 บาทต่อ กิโลกรัม การเคลื่อนที่จากจุด A มาจังจุด B ซึ่งห่าง 2 จุด อยู่บนเส้น อุปสงค์เดิมเดียวกัน เรียกว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (a change in quantity demand)



รูปภาพที่ 3.3 แสดงการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ของส้มเขียวหวาน  
เมื่อรากาคงส้มเขียวหวานเปลี่ยนแปลงไป

### 3.4.2 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคโดยที่ราคาของสินค้าคงคล้าร่วมไม่เปลี่ยนแปลง แต่จะเปลี่ยนแปลงปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆ ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค สนับสนุน หรือราคางานนิติบัญญัติที่เกี่ยวข้อง โดยการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ดังกล่าวเป็นลักษณะที่สืบเนื่องจากเคลื่อนที่ไปจากสืบเดิม (shift in demand curve) ตัวอย่างเช่น ถ้าหากสัมเมชีวหวานกิโลกรัมละ 20 บาท ผู้บริโภคจะซื้อ 1 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ ต่อมาผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น และห้องนอนมีเพิ่มขึ้นเป็น 2 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ โดยที่ราคาสัมเมชีวหวานมีราคา 20 บาทต่อกิโลกรัม (สืบอุปสงค์  $D_1$ ) ไปยังจุด B (สืบอุปสงค์  $D_2$ ) เพราะรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น และราคางานนิติบัญญัตันสืบอุปสงค์คงคล้าร่วมกัน เรียกว่า การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ (a change in demand)



รูปภาพที่ 3.4 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ของสัมเมชีวหวาน  
เมื่อราคางานนิติบัญญัติคงที่ แต่รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนไป

### 3.5 ความหมายของอุปทาน และกฎหมายของอุปทาน

#### (The Meaning and Law of Supply)

อุปทาน (supply) หมายถึง จำนวนสินค้าที่ผู้ผลิตต้องการผลิตออกมายัง ระดับราคาสินค้า หนึ่งๆ ซึ่งความต้องการที่จะผลิตออกมายานั้นต้องเป็นความต้องการที่สามารถผลิตออกมาได้จริง ดังนั้น อุปทานจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อราคาสินค้านั้น

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปทานมีดังต่อไปนี้

1. ราคาของสินค้านั้น (price)
2. ต้นทุนการผลิต (cost of production)
3. ราคางานนิคื่นที่เกี่ยวข้อง (complementary and substitute goods)
4. เทคโนโลยีในการผลิต (technology)
5. สภาพดินฟ้าอากาศ (weather)
6. ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ นโยบายของรัฐบาล และภาวะทางการค้า

#### 3.5.1 อุปทานแบบต่างๆ

อุปทานสามารถแสดงความสัมพันธ์กับปัจจัยกำหนดอุปทานได้ 3 แบบ ดังต่อไปนี้

1) พึงก์ชั้นอุปทาน (supply function) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเสนอขายกับปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดปริมาณความต้องการเสนอขายในระยะเวลาหนึ่ง ความสัมพันธ์ในรูป พึงก์ชั้นแสดงได้ดังต่อไปนี้

$$Q_A = f(P_A, C, P_B, T, W, \dots)$$

โดยที่

$Q_A$	=	ปริมาณการเสนอขาย
$P_A$	=	ราคากาลของสินค้านิคืนนี้
$C$	=	ต้นทุนการผลิต
$P_B$	=	ราคางานนิคื่นที่เกี่ยวข้อง
$T$	=	เทคโนโลยีในการผลิต
$W$	=	สภาพดินฟ้าอากาศ

ในการพิจารณาถึงอุปทานสำหรับสินค้า และบริการชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ขายและโดยทั่วไปมักนิยมศึกษาถึงอุปทานเมื่อพิจารณาถึงราคากาลของสินค้านิคืนนี้ โดยกำหนดให้ ปัจจัยกำหนดอุปทานอื่นๆ ก็ที่ ดังนั้น สามารถแสดงอุปทานดังกล่าวในรูปแบบของพึงก์ชั้นต่อไปนี้

$$Q_A = f(P_A / C, P_B, T, W, \dots)$$

จากฟังก์ชันดังกล่าว ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปทาน ( $Q_A$ ) กับราคายieldของตัวมันเอง ( $P_A$ ) โดยกำหนดให้ต้นทุนการผลิต ( $C$ ) ราคานิสินค้านิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ( $P_B$ ) เทคโนโลยีในการผลิต ( $T$ ) และสภาพภูมิอากาศ ( $W$ ) คงที่ (ไม่นำมาพิจารณา) และเรียกกันทั่วไปว่าสมการอุปทาน

$$\text{ตัวอย่างเช่น} \quad Q_A = 5 + 2 P_A$$

## 2) ตารางอุปทาน (Supply schedule)

ตารางอุปทานแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคายieldสินค้าและบริการต่างๆ กับความต้องการเสนอขายสินค้านั้น ซึ่งข้อดีของตารางอุปทาน คือ สามารถแสดงความสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย วิธีการสร้างตารางอุปทานก็โดยการแทนค่าระดับราคายieldต่างๆลงในฟังก์ชัน ของอุปทาน หรือสมการอุปทาน ตัวอย่างเช่น ถ้ามีสมการอุปทานของไข่ไก่ของผู้ผลิตรายหนึ่ง ก็สามารถสร้างตารางอุปทานได้ดังตารางที่ 3.2

$$\text{สมการอุปทานไข่ไก่} \quad Q_A = 5 + 2 P_A$$

โดยที่

$$Q_A = \text{ปริมาณขายไข่ไก่}$$

$$P_A = \text{ราคาไข่ไก่ต่อฟอง}$$

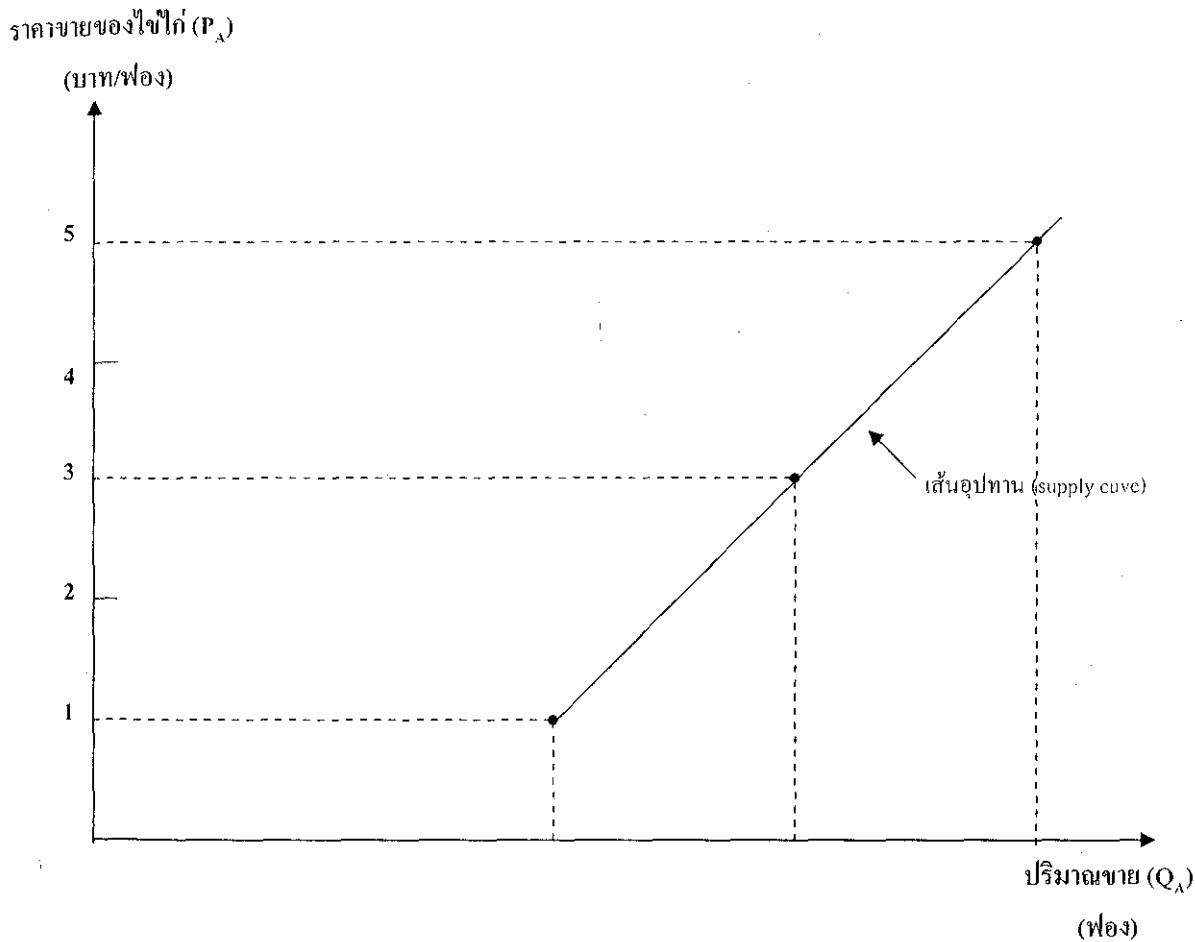
ตารางที่ 3.2 แสดงอุปทานของผู้ขายไข่ไก่ ณ ระดับราคาต่างๆ

ราคาไข่ไก่ ( $P_A$ ) (บาท/ฟอง)	อุปทานไข่ไก่ ( $Q_A$ ) (ฟอง)
1	7
2	9
3	11
4	13
5	15

ที่มา: สมการอุปทานไข่ไก่  $Q_A = 5 + 2 P_A$

### 3) เส้นอุปทาน (supply curve)

เส้นอุปทาน คือเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาสินค้าและบริการต่างๆ กับความต้องการเสนอขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ข้อดีคือนอกจากจะสามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าวได้อย่างชัดเจนในลักษณะของกราฟแล้ว ยังสามารถแสดงแนวโน้มของพิเศษทางความสัมพันธ์ได้อีกด้วย ในที่นี่เพื่อให้ง่ายต่อการศึกษาถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงได้นำข้อมูลจากตารางที่ 3.2 มาสร้างกราฟที่เป็นเส้นอุปทานดังรูปภาพที่ 3.5



รูปภาพที่ 3.5 แสดงเส้นอุปทานของไช้เก'

ที่มา: จากตารางที่ 3.2

### กฎของอุปทาน (law of supply)

จากความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาของสินค้าและบริการต่างๆ กับปริมาณความต้องการเสนอขายนั้น สามารถนำมาตั้งเป็นกฎของอุปทานซึ่งกล่าวว่า “ปริมาณความต้องการเสนอขายสินค้าและบริการใดๆ บวกกับความต้องการเสนอขายสินค้าและบริการนั้นเสมอ” ดังนั้น

**เส้นอุปทาน** จึงทดสอบขึ้นจากซ้ายไปขวา แสดงถึง ณ ระดับราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้น ผู้ขายจะนำสินค้าและบริการมาเสนอขายจำนวนเพิ่มขึ้น และจะลดปริมาณการเสนอขายลง ถ้าหากราคาสินค้าและบริการลดลง

ตัวอย่างเช่น การที่ราคาลำไยในปีพ.ศ. 2548 ลดลง ทำให้ปริมาณความต้องการเสนอขายลำไยในปีพ.ศ. 2548 ดังกล่าวลดน้อยลง ซึ่งเหตุผลดังกล่าวเป็นไปตามกฎของอุปทาน เพราะเหตุผลดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ขายหันไปปลูกและขายลีนจีแทน
- 2) ผู้ขายนำลำไยมาขายลดน้อยลง
- 3) ผู้ที่ไม่เคยปลูกและขายลำไย ก็จะชิงตัดสินใจว่า จะไปเก็บฯลฯ องกับธุรกิจลำไยอีกด้วย

### 3.6 อุปทานส่วนบุคคลและอุปทานตลาด

#### (Individual and Market Supply)

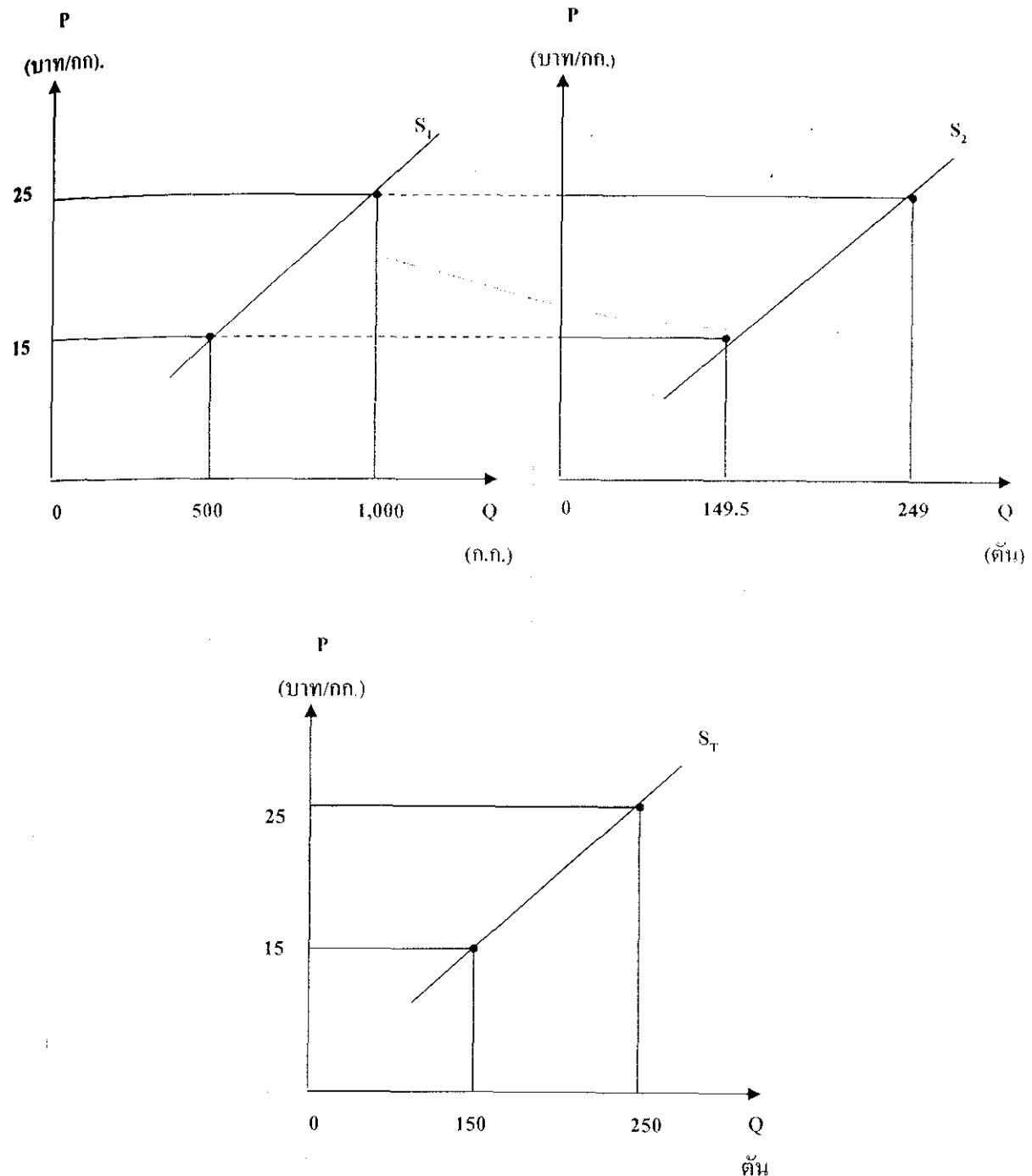
อุปทานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ อุปทานส่วนบุคคล (individual Supply) และ อุปทานตลาด (market Supply) เพื่อให้เข้าใจในลักษณะของอุปทานทั้งสองดังกล่าว จึงขออธิบาย ความหมายพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบายได้ดังต่อไปนี้

3.6.1 อุปทานส่วนบุคคล หมายถึง อุปทานที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาของสินค้าและบริการกับปริมาณความต้องการขายสินค้านิดนั้น ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ในปี พ.ศ. 2548 ลำไยมีราคา กิโลกรัมละ 15 บาท นายคำนำลำไยมาขาย 500 กิโลกรัมต่อวัน แต่ถ้าราคาลำไยในตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 25 บาท ต่อ กิโลกรัม นายคำจะนำลำไยมาขาย 1,000 กิโลกรัมต่อวัน

3.6.2 อุปทานตลาด หมายถึง อุปทานที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและบริการกับปริมาณความต้องการเสนอขาย ณ ระดับราคานั้นทั้งหมดเป็นจำนวนเท่าไร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือเมื่อรวมอุปทานส่วนบุคคล ณ ระดับราคาต่างๆ เช่น ในปี พ.ศ. 2548 ราคาลำไย กิโลกรัมละ 15 บาท นายคำและผู้ขายรายอื่นๆ นำลำไยมาขายในตลาดรวม 150 ตันต่อวัน และเมื่อราคาสูงขึ้นเป็น กิโลกรัมละ 25 บาท นายคำและผู้ขายรายอื่นๆ นำลำไยมาขายในตลาดรวมเพิ่มขึ้นเป็น 250 ตันต่อวัน

เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ของอุปทานส่วนบุคคล และอุปทานตลาด มากยิ่งขึ้น จึงนำตัวอย่าง การขายลำไยของนายคำและผู้ขายรายอื่นๆ ในตลาด ตามรูปภาพที่ 3.6 โดยที่

$S_1$	คือ	เส้นอุปทานของนายคำ
$S_2$	คือ	เส้นอุปทานของผู้ขายรายอื่นๆ รวมในตลาดลำไย
$S_t$	คือ	เส้นอุปทานรวมในตลาดลำไย
$P$	คือ	ราคาลำไยในตลาด (บาทต่อกิโลกรัม)
$Q$	คือ	ปริมาณการเสนอขายลำไยในตลาด (กิโลกรัมหรือตันต่อวัน)



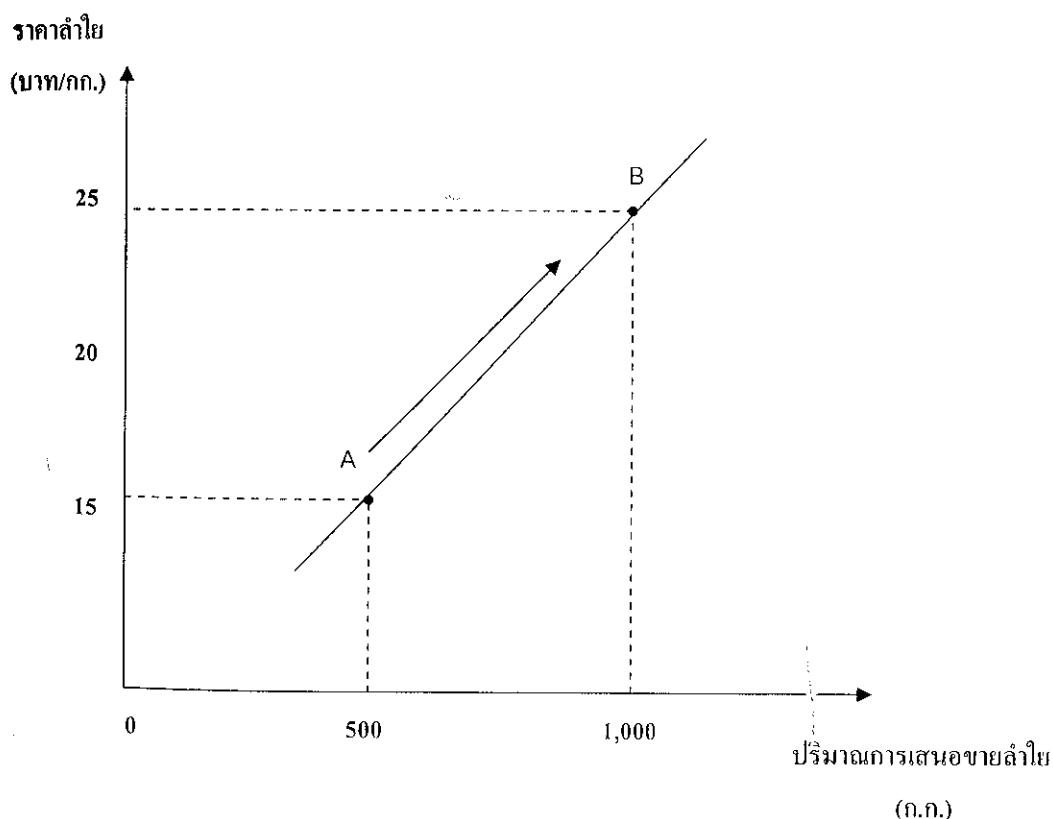
รูปภาพที่ 3.6 แสดงอุปทานส่วนบุคคล และอุปทานตลาด

### 3.7 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน

#### (A Change in Quantity Supply and A Chang in Supply)

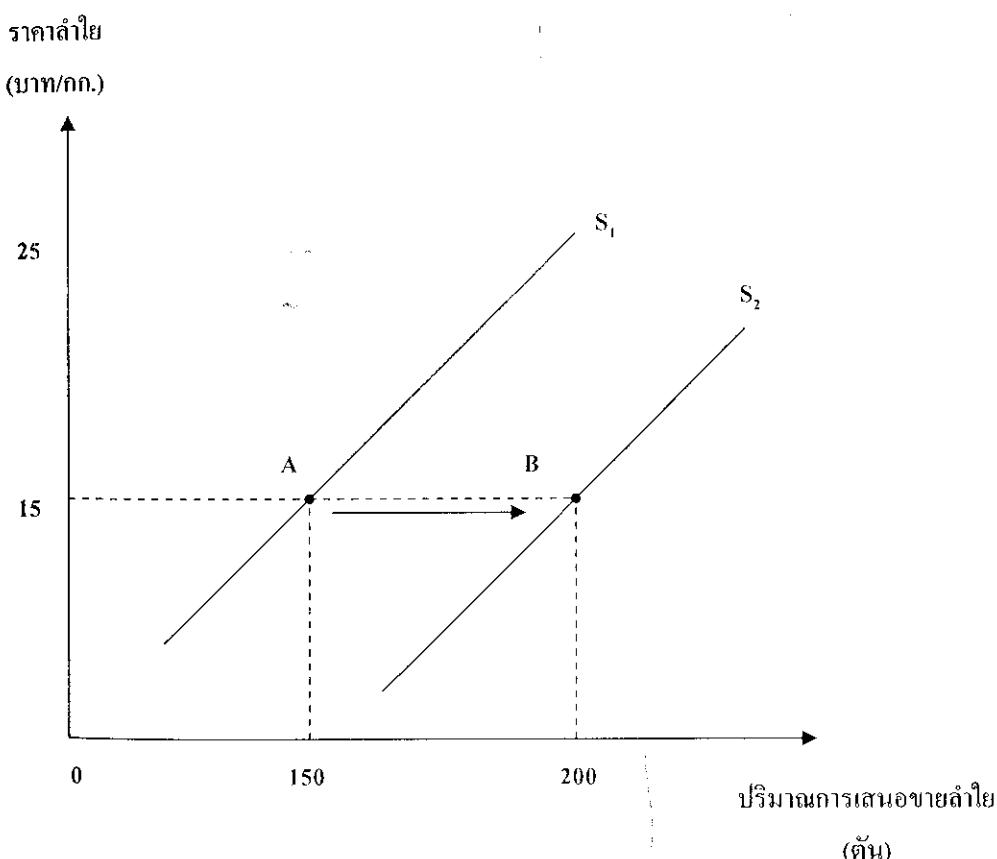
— การเปลี่ยนแปลงอุปทานสามารถจำแนกได้เป็น 2 แบบ ดังต่อไปนี้

3.7.1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้ขายยินดีนำออกมากขึ้นเมื่อราคาสินค้าและบริการนั้นเปลี่ยนแปลงไป โดยปัจจัยอื่นๆคงที่ ได้แก่ ต้นทุนการผลิต ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เทคโนโลยีการผลิต สภาพภูมิอากาศ นโยบายรัฐบาล เป็นต้น โดยการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน ดังกล่าวจะเคลื่อนที่อยู่บนอุปทานเส้นเดิม (move along the curve) ตัวอย่างเช่น ถ้าหากำลัง 15 บาท นายค้านำลำไยออกมากขึ้น 500 กิโลกรัมต่อวัน แต่ถ้าหากำลัง 25 บาท น้ำหนักจะนำลำไยมากขึ้น 1,000 กิโลกรัมต่อวัน และเพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นจึงได้นำตัวอย่าง ดังกล่าวแสดงในรูปภาพที่ 3.7 โดยการเคลื่อนที่จากจุด A (ราคามาตรฐาน 15 บาทต่อกิโลกรัม) มาจุด B (ราคามาตรฐาน 25 กิโลกรัม) นั้นจะอยู่บนเส้นอุปทานเส้นเดียวกัน เรียกว่าการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน (a change in quantity supply)



รูปภาพที่ 3.7 แสดงการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานของลำไย เมื่อราคามาตรฐานเปลี่ยนแปลงไป

3.7.2 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณที่ผู้ขายยินดีนำออกมากขายเพิ่มขึ้นในขณะที่ราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นไม่ได้เปลี่ยนแปลง แต่ปัจจัยกำหนดอุปทานอื่นๆ เปลี่ยนแปลง ได้แก่ ต้นทุนการผลิตลดลง เทคโนโลยีการผลิตดีขึ้น หรือนโยบายรัฐบาล ให้การสนับสนุน โดยการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทานดังกล่าวเป็นลักษณะที่สืบต่ออุปทานเดิมที่ไปจากสืบต่อ (shift in supply curve) ตัวอย่างเช่น สำหรับตลาดราคาถูก็อกรัมละ 15 บาท ผู้ขายนำลำไยออกมากขาย 150 ตันต่อวัน แต่ถ้าหากในโลหะในการปลูกดีขึ้น หมายถึง ทำให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เพิ่มขึ้น ผู้ขายจะนำลำไยออกมากขาย 200 ตันต่อวัน โดยที่ราคาของลำไยไม่เปลี่ยนแปลง และเพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นนี้ได้ทำตัวอย่างดังกล่าวแสดงในรูปภาพที่ 3.8 โดยการเคลื่อนที่จากจุด A ณ ราคาลำไยก็อกรัมละ 15 บาท (เส้นอุปทาน  $S_1$ ) ไปยังจุด B (เส้นอุปทาน  $S_2$ ) เพราะเทคโนโลยีการปลูกลำไยดีขึ้นและราคาลำไยต่ำกว่าก็อกรัมซึ่งเท่าเดิม จุด A และจุด B อยู่บนเส้นอุปทานคนละเส้นกัน การเคลื่อนที่ของหัวใจดังกล่าวเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน ((a change in supply))



รูปภาพที่ 3.8 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทานของลำไย เมื่อราคากลางๆ ที่  
แต่เทคโนโลยีการปลูกลำไยดีขึ้นมาก

### 3.8 คุณภาพของตลาด

#### (Market Equilibrium)

การศึกษาเรื่องคุณภาพของตลาดนั้นจำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของทั้งผู้ซื้อและผู้ขายโดย พฤติกรรมของผู้ซื้อนั้นเป็นการมองทางค้านอุปสงค์ ส่วนพฤติกรรมของผู้ขายเป็นการมองทางค้าน อุปทาน จากพฤติกรรมดังกล่าวทำให้เกิดการกำหนดราคาซื้อและขายในตลาดสินค้าและบริการ ทั้งนี้ รา飮จะเป็นคัวปรับให้อุปสงค์กับอุปทานสัมพันธ์กันในระดับที่เหมาะสม ซึ่งเรียกว่าคุณภาพของตลาด (market equilibrium) โดยที่จุดคุณภาพนี้จะประกอบให้ทราบถึงราคาคุณภาพ (price equilibrium) และปริมาณคุณภาพ (quantity equilibrium) ตัวอย่างเช่น อุปสงค์และอุปทานของปลาในตลาดตามตารางที่ 3.3 และรูปภาพที่ 3.9

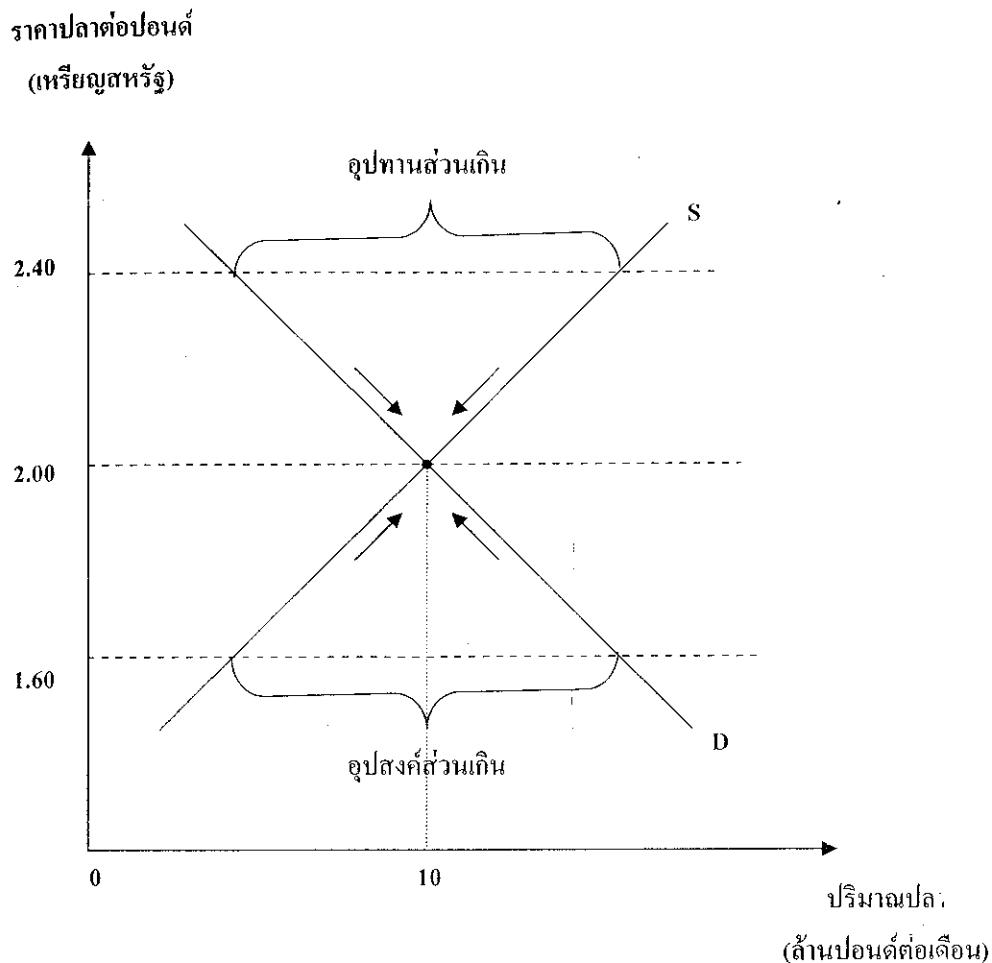
จากตารางที่ 3.3 และรูปที่ 3.9 อุปสงค์และอุปทานเป็นไปตามกฎของอุปสงค์และอุปทาน โดยราคาคุณภาพอยู่ที่ 2.00 ดออลาร์สหรัฐต่อปอนด์ ปริมาณคุณภาพที่อุปสงค์เท่ากับอุปทาน คือ 10 ล้านปอนด์ต่อเดือน แต่ถ้าหากราคาปลาสูงขึ้นเป็น 2.40 ดออลาร์สหรัฐต่อปอนด์ จะเกิดอุปทานส่วนเกิน (excess supply หรือ surplus) เท่ากับ 6 ล้านปอนด์ต่อเดือน ถ้าผู้ขายปลาอยากรายขายปลาให้หมดจำเป็นต้อง ลดราคาปลา ดังนั้นราคาปลาในตลาดจะลดลงผู้ซื้อก็จะซื้อปลาเพื่อบริโภคเพิ่มขึ้น และทำให้ปัญหา อุปทานส่วนเกินหมดไป ในทางตรงกันข้ามถ้าหากราคาปลาลดลงเหลือ 1.60 ดออลาร์สหรัฐต่อปอนด์ ซึ่งต่ำกว่าคุณภาพ กรณิชเช่นนี้จะเกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand หรือ shortage) เท่ากับ 6 ล้านปอนด์ต่อเดือน ดังนั้น ผู้บริโภคปลาในตลาดยินดีซื้อราคาปลาสูงขึ้น เพื่อซูงใจให้ผู้ขายปานำปลา ออกมายาวยเพิ่มขึ้น และทำให้ปัญหาอุปสงค์ส่วนเกินหมดไป ลักษณะดังกล่าวเป็นการปรับตัวของ ปริมาณและราคาเพื่อให้เกิดคุณภาพในตลาด (Ragan and Thomas, 1990, pp. 76-78)

ตารางที่ 3.3 แสดงอุปสงค์และอุปทานของตลาดปลาในประเทศสหรัฐอเมริกา

หมาย : ล้านปอนด์ต่อเดือน

ราคาต่อปอนด์	ปริมาณอุปสงค์ ( $Q_d$ )	ปริมาณอุปทาน ( $Q_s$ )	$Q_d - Q_s$
<b>หมาย : ดออลาร์สหรัฐ</b>			
2.40	6	12	-6 } อุปทานส่วนเกิน
2.20	8	11	-3 }
2.00	10	10	0 คุณภาพ
1.80	12	9	3 }
1.60	14	8	6 } อุปสงค์ส่วนเกิน

ที่มา: Ragan and Thomas, 1990, p. 77



รูปภาพที่ 3.9 แสดงดุลยภาพในตลาดปลา

ที่มา : จากตารางที่ 3.3

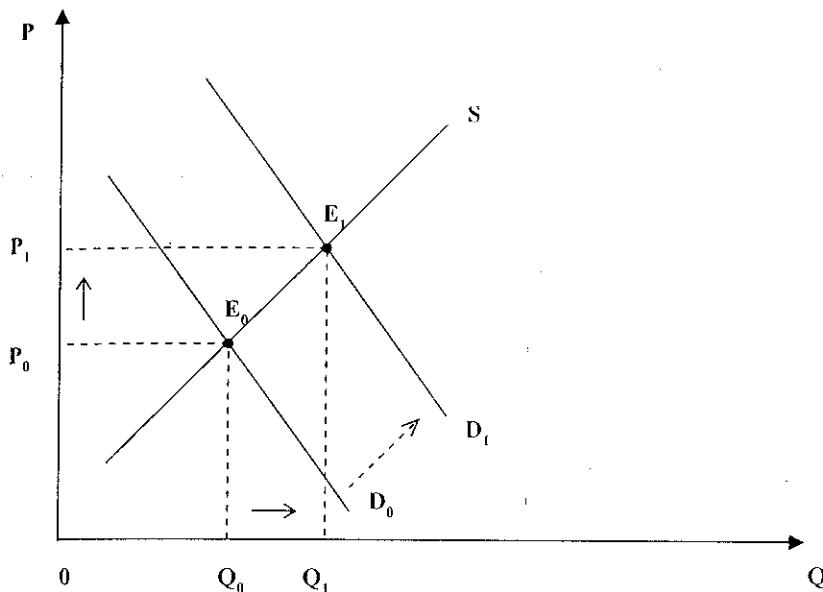
### 3.9 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด

#### (Change in Market Equilibrium)

ดุลยภาพในตลาดเกิดจากอุปสงค์เท่ากับอุปทาน ถ้าหากเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานเปลี่ยนเป็นเส้นใหม่หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์และอุปทาน จะทำให้เกิดดุลยภาพใหม่ในตลาดสินค้าและบริการ ราคากำไรและปริมาณดุลยภาพในตลาดจะเปลี่ยนแปลงเมื่อเกิดสิ่งต่อไปนี้

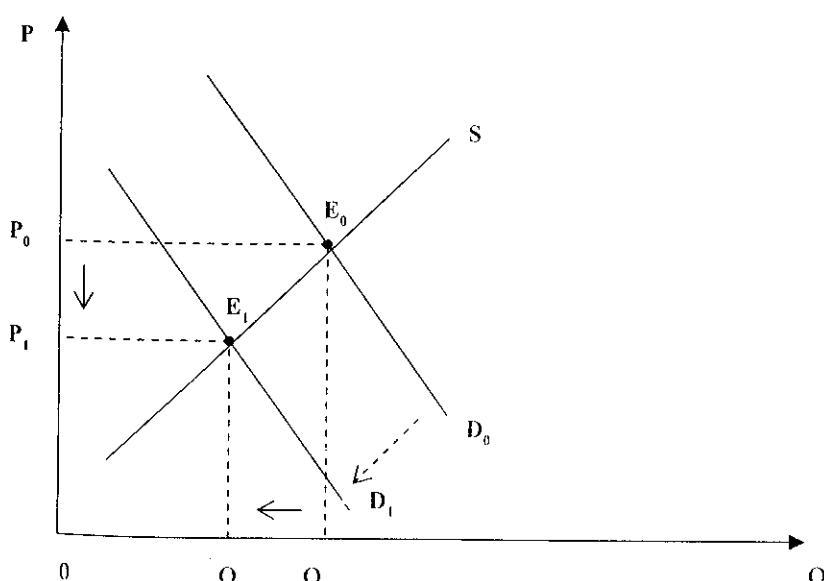
3.9.1 ระดับของอุปสงค์เปลี่ยน หมายถึง เส้นอุปสงค์เปลี่ยนเป็นเส้นใหม่ ณ ระดับราคาเท่าเดิม ขันเนื่องมาจากปัจจัยอุปสงค์อื่นๆ เช่น รายได้ของผู้ซื้อ สนับสนุนของผู้ซื้อ หรือราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ลักษณะการเปลี่ยนระดับอุปสงค์มี 2 กรณี

1) กรณีที่ระดับอุปสงค์เพิ่มขึ้น อุปทานคงเดิม เช่น รายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้น แต่ราคาสินค้าและบริการเท่าเดิม ตัวอย่างเช่น ในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ถ้าผู้ซื้อมีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งๆที่ราคาเสื้อผ้าสำเร็จรูปเท่าเดิม จะทำให้เส้นอุปสงค์เปลี่ยนจาก  $D_0$  เป็น  $D_1$  ราคาและปริมาณคุณภาพจะเปลี่ยนเพิ่มขึ้นจาก  $P_0$  และ  $Q_0$  เป็น  $P_1$  และ  $Q_1$  ตามรูปที่ 3.10



รูปภาพที่ 3.10 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์เพิ่มขึ้น อุปทานคงเดิม

2) กรณีที่ระดับอุปสงค์ลดลง อุปทานคงเดิม เช่น รายได้ของผู้บริโภคลดลง แต่ราคасินค้าและบริการในตลาดเท่าเดิม ตัวอย่างเช่น ในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ถ้าผู้ซื้อมีรายได้ลดลง ทั้งๆที่ราคาเสื้อผ้าสำเร็จรูปเท่าเดิม จะทำให้เส้นอุปสงค์เปลี่ยนจาก  $D_0$  เป็น  $D_1$  ราคาและปริมาณคุณภาพจะเปลี่ยนแปลงลดลง จาก  $P_0$  และ  $Q_0$  เป็น  $P_1$  และ  $Q_1$  ตามรูปภาพที่ 3.11

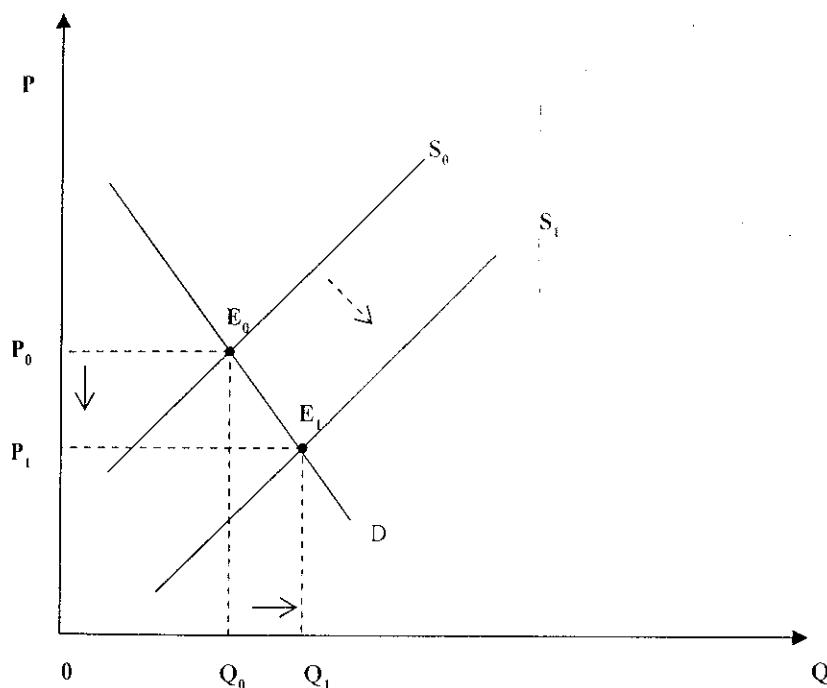


รูปภาพที่ 3.11 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ลดลง อุปทานคงเดิม

3.9.2 ระดับของอุปทานเปลี่ยน หมายถึง เส้นอุปทานเปลี่ยนเป็นเส้นใหม่ ณ ระดับราคาเท่าเดิม คันเนื่องมาจากปัจจัยกำหนดอุปทานอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ ต้นทุนการผลิต เทคโนโลยี สภาพดิน อากาศ หรือนโยบายของรัฐบาล เป็นต้น ลักษณะการเปลี่ยนระดับอุปทานมี 2 กรณี

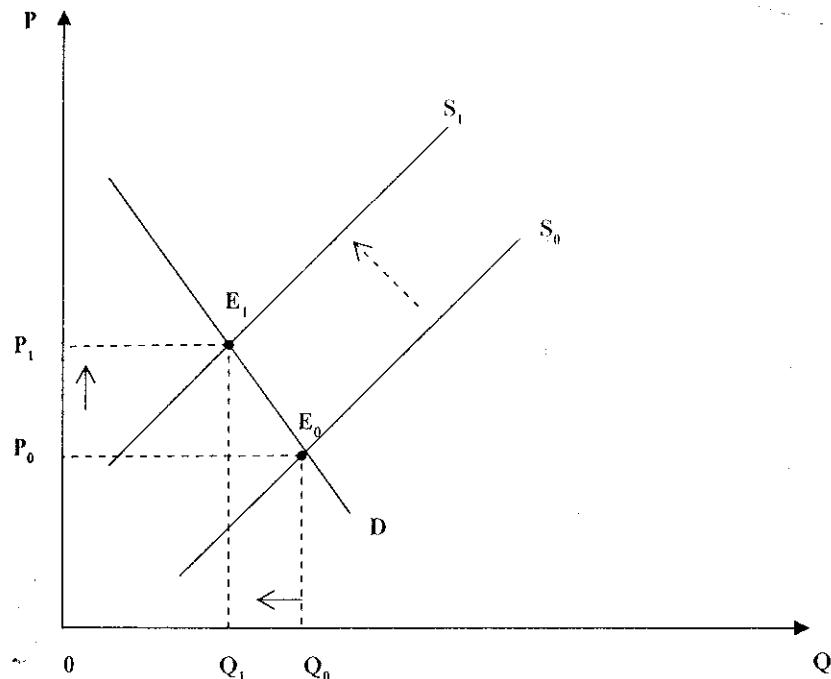
1) กรณีที่ระดับอุปทานเพิ่มขึ้น อุปสงค์คงเดิม เช่น เทคโนโลยีการผลิตมีการพัฒนาดีขึ้น แต่ราคาสินค้าและบริการในตลาดเท่าเดิม ตัวอย่างเช่น มีการนำปุ๋ยชีวภาพมาใช้ในการเพาะปลูกผัก嫩 ทำให้เกษตรกรนำผัก嫩น้ำมากขึ้น ดังนั้น เส้นอุปทานเปลี่ยนแปลงจาก  $S_0$  และ  $S_1$  ราคากำไร  $P_0$  และปริมาณดุลยภาพจะเปลี่ยนแปลงโดยราคาลดลงจาก  $P_0$  เป็น  $P_1$  และกำไรเพิ่มขึ้นจาก  $Q_0$  เป็น  $Q_1$

ความรู้ภาคที่ 3.12



รูปภาพที่ 3.12 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทานเพิ่มขึ้น อุปสงค์คงเดิม

2) กรณีที่ระดับอุปทานลดลง อุปสงค์คงเดิม เช่น การเกิดภัยธรรมชาติมีผลกระทบต่อ  
อุปทานสินค้าเกษตร ทั้งๆ ที่ราคาสินค้าเกษตรยังคงเท่าเดิม ตัวอย่างเช่น เกิดปีษุหาน้ำท่วมน้ำข้าวใน  
ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ทำให้ปริมาณข้าวลดลง ดังนั้นเส้นอุปทาน  
ญี่ปุ่นเปล่งจาก  $S_0$  และ  $S_1$  ราคาและปริมาณคุณภาพของตลาดข้าวจะเปลี่ยนแปลงไป โดยราคาสูงขึ้น  
จาก  $P_0$  เป็น  $P_1$  และปริมาณข้าวในตลาดลดลงจาก  $Q_0$  เป็น  $Q_1$  ตามรูปภาพที่ 3.13



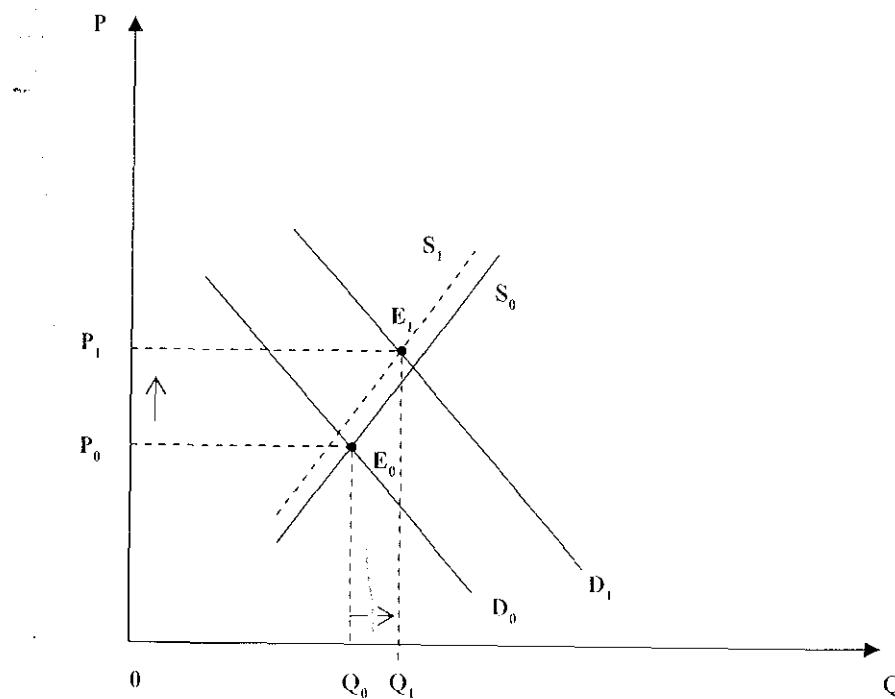
รูปภาพที่ 3.13 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทานลดลง อุปสงค์คงเดิม

### 3.9.3 ระดับอุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลง

การที่ระดับของอุปสงค์และระดับอุปทานในตลาดเปลี่ยนแปลงไป อาจเกิดขึ้นได้หลายแบบ อาทิเช่น หัวอุปสงค์และอุปทานมีระดับการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือหัวอุปสงค์และอุปทานมีระดับการเปลี่ยนแปลงที่ลดลง หรือระดับอุปสงค์เพิ่มขึ้นแต่ระดับอุปทานลดลง จากล่าวย่ำว่าเป็นการเปลี่ยนโครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากระดับของอุปสงค์ และอุปทานของสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไป ในที่นี่จะสมมุติเป็นการวิเคราะห์ในกรณีที่อุปสงค์มีระดับการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น แต่อุปทานมีระดับการเปลี่ยนแปลงลดลง โดยยกตัวอย่างในตลาดแรงงานที่รัฐบาลเบร์ลินซึ่งค่าจ้างขึ้นต่ออีก 6 บาทจากเดิม 150 บาทต่อวัน เป็น 156 บาทต่อวัน จะเกิดผลผลกระทบดังรูปภาพที่ 3.14

- 1) แรงงานมีรายได้มากขึ้น เส้นอุปสงค์เปลี่ยนจาก  $D_0$  เป็น  $D_1$
- 2) การเพิ่มอัตราค่าจ้างขึ้นต่อคังกล่าว ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เส้นอุปทานเปลี่ยนจาก  $S_0$  เป็น  $S_1$

ผลการเปลี่ยนแปลงระดับของอุปสงค์ และอุปทานดังกล่าว ทำให้ราคาน้ำมันสูงขึ้นจาก  $P_0$  เป็น  $P_1$  และปริมาณเพิ่มขึ้นจาก  $Q_0$  เป็น  $Q_1$  ซึ่งผลดังกล่าวที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงระดับของอุปสงค์และอุปทาน ย่อมแตกต่างกันไปแล้วแต่ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ หรืออุปทานว่าจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับของอุปสงค์และอุปทานมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งพิจารณาจากรูปภาพที่ 3.14



รูปภาพที่ 3.14 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์และอุปทานในตลาดแรงงาน

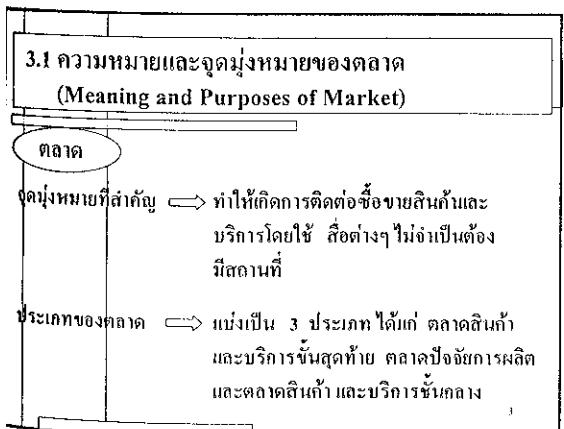
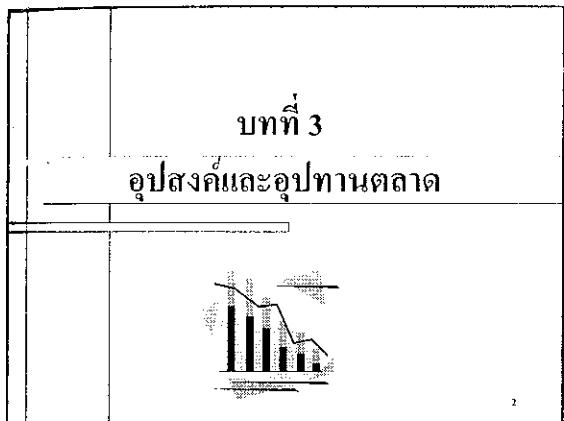
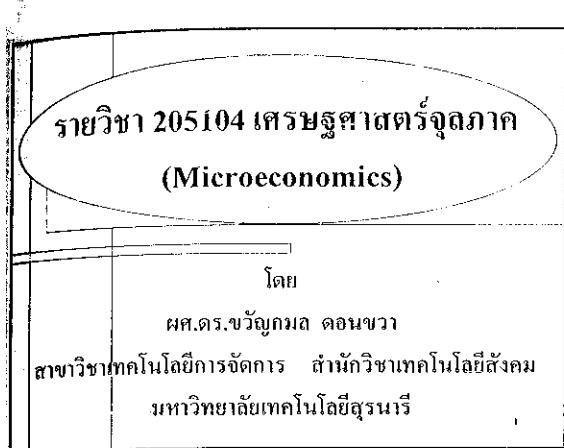
### 3.10 สูบ

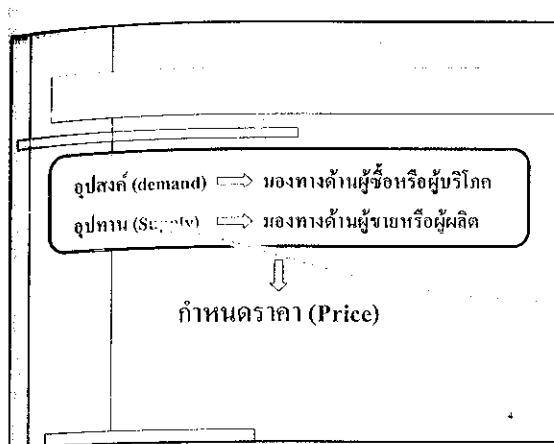
การศึกษาอุปสงค์และอุปทานของตลาดสินค้าและบริการนั้นจำเป็นต้องเข้าใจความหมายของ อุปสงค์และอุปทาน ตลอดจนปัจจัยกำหนดอุปสงค์และอุปทาน ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อกับผู้ผลิตหรือผู้ขายว่าจะมีพฤติกรรมใดอย่างไร กล่าวคือ การศึกษาอุปสงค์นั้น มองพฤติกรรมทางด้านผู้บริโภค ส่วนอุปทานจะมองพฤติกรรมทางด้านผู้ผลิต ดังนั้น ในเบื้องต้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจกฎหมายของอุปสงค์และกฎหมายของอุปทาน ตลอดจนอุปสงค์และอุปทานส่วนบุคคลรวมทั้ง อุปสงค์และอุปทานตลาดว่ามีลักษณะและความแตกต่างกันอย่างไร ความแตกต่างกันดังกล่าวนำมาสู่ การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงระดับของอุปสงค์ และอุปทาน ซึ่งทำให้คุณภาพของตลาดเปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากการพุ่งตัวของผู้ซื้อและผู้ขายเปลี่ยนแปลงไป ผลการศึกษาขึ้นอยู่กับประเภทของอุปสงค์ ได้แก่ อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ อุปสงค์ต่อราษฎร์สินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง จันได้รับสินค้าปกติ สินค้าด้อยคุณภาพ สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน และสินค้าที่ใช้ประกอบกันอีกด้วย

การปรับตัวของคุณภาพในตลาดทำให้เกิดปัญหาอุปสงค์และอุปทานส่วนเกินการที่จะแก้ไข ปัญหาส่วนเกินดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยกลไกการทำงานของตลาดที่เกิดจากการปรับตัวของทั้งผู้ซื้อและ ผู้ขายอีกด้วย

### 3.11 แบบฝึกหัด

1. จงอธิบายความหมายของอุปสงค์ และกฎหมายของอุปสงค์ พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
2. จงอธิบายความหมายของอุปทาน และกฎหมายของอุปทาน พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
3. ทำไมเสื่อนอุปสงค์จึงมีค่าความชันเป็นลบ และเสื่อนอุปทานมีค่าความชันเป็นบวก
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงระดับของอุปสงค์ และการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
5. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงระดับของอุปทาน และการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย
6. จงอธิบายความหมายของคำต่อไปนี้
  - 6.1 อุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand)
  - 6.2 อุปทานส่วนเกิน (excess supply)
  - 6.3 สินค้าปกติ และสินค้าด้อยคุณภาพ (normal and inferior goods)
  - 6.4 สินค้าทดแทนกันและสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (substitution and complementary goods)






---

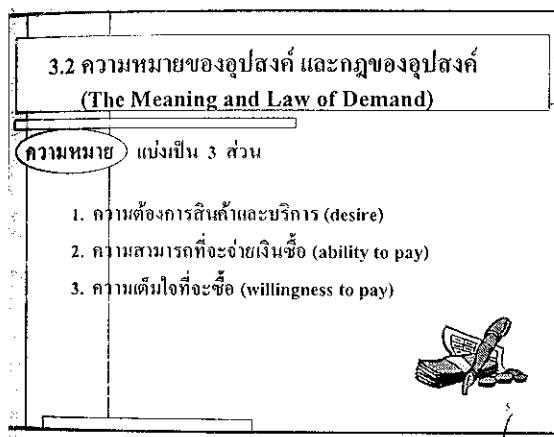
---

---

---

---

---




---

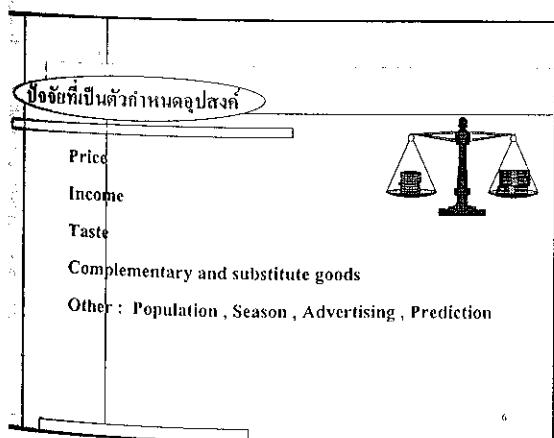
---

---

---

---

---




---

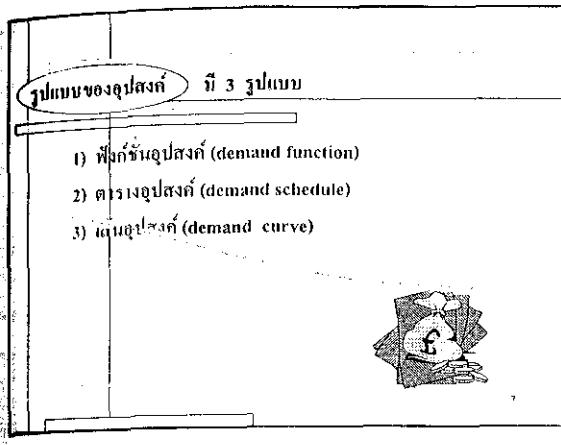
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

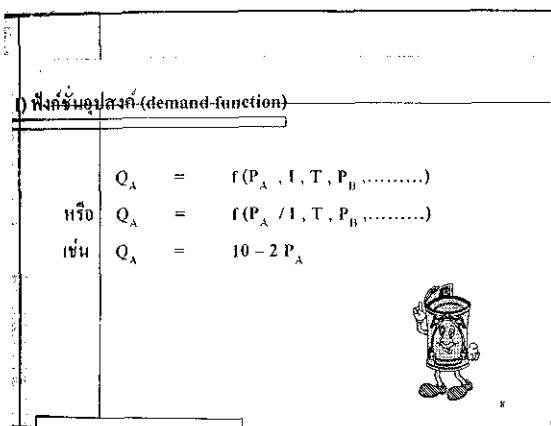
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

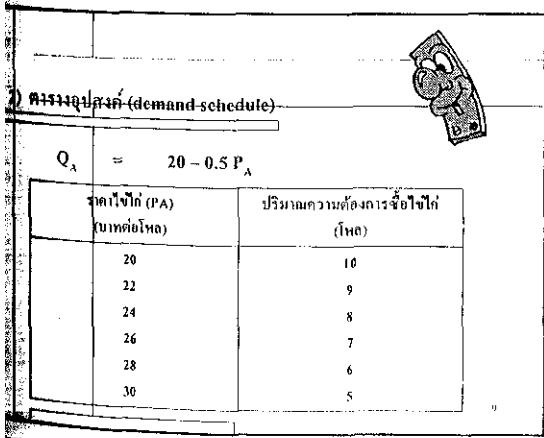
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

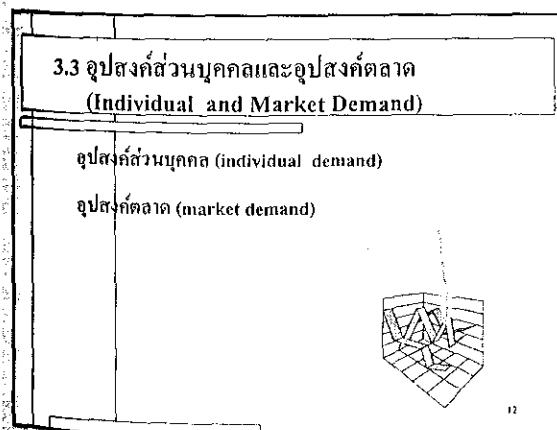
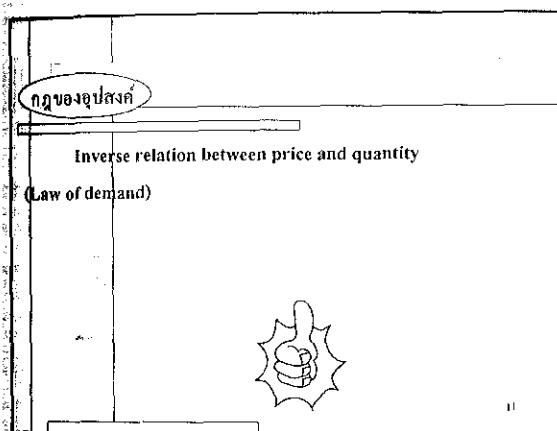
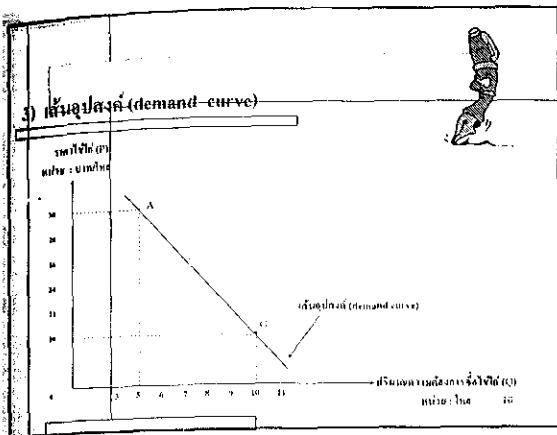
---

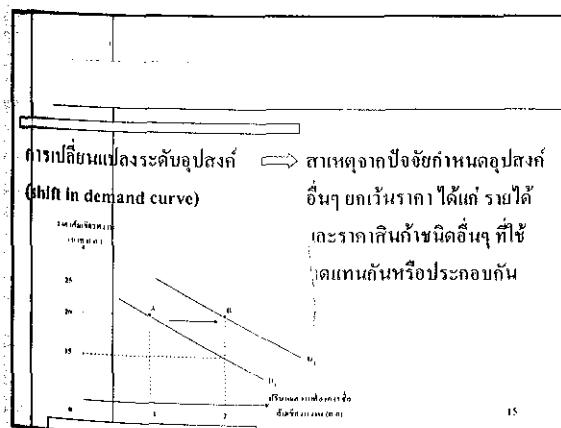
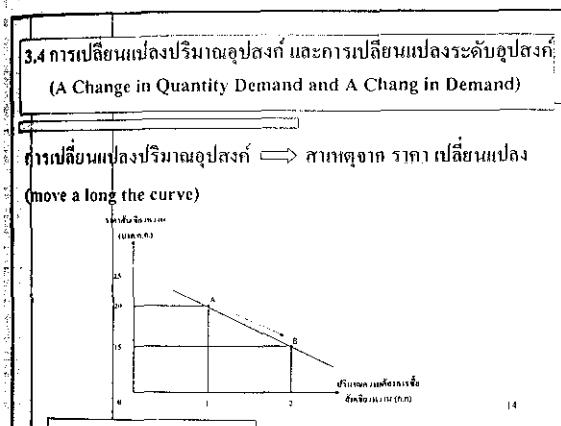
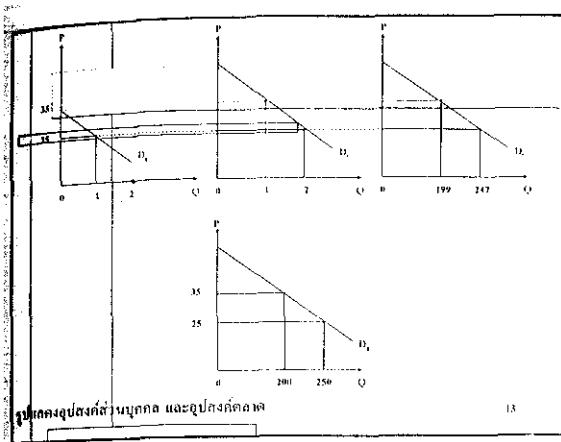
---

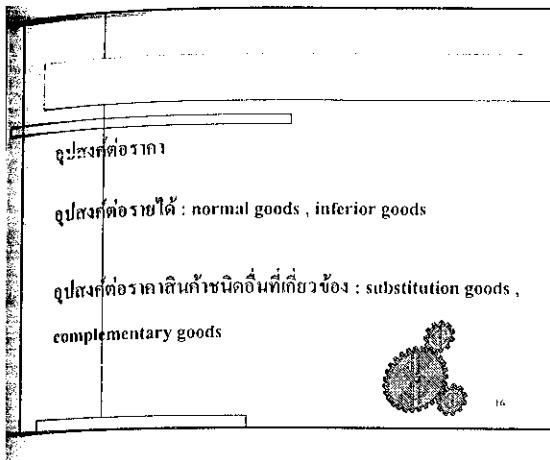
---

---

---








---



---



---



---



---



---



---

### 3.5 ความหมายของอุปทาน และกฎหมายของอุปทาน (The Meaning and Law of Supply)

**อุปทาน (Supply)**

หมายถึง จำนวนสินค้าที่ผู้ผลิตต้องการผลิตออกมายield ระดับราคาสินค้าหนึ่งๆ ซึ่งความต้องการที่จะผลิตออกมายield นั้นต้องเป็นความต้องการที่สามารถผลิตออกมายield จริง

17




---



---



---



---



---



---



---

**ปัจจัยที่ 影响 ต่อ อุปทาน**

- Price
- Cost of production
- Complementary and substitute goods
- Technology
- Weather
- Other ; Policy or War

18




---



---



---



---



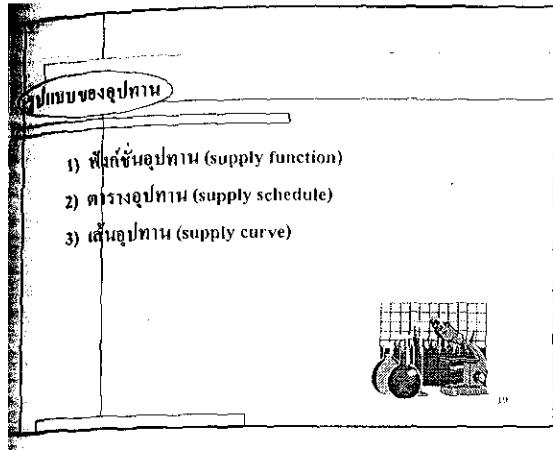
---



---



---




---

---

---

---

---

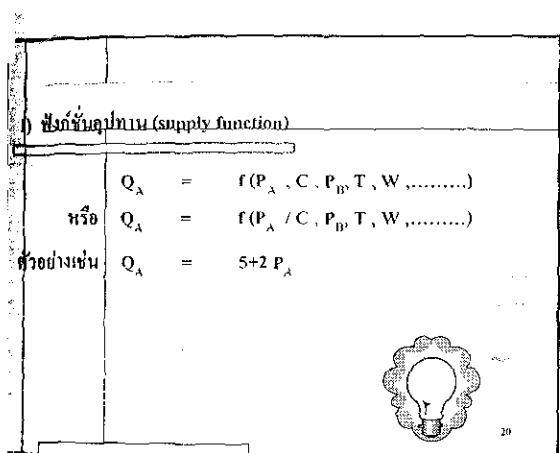
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

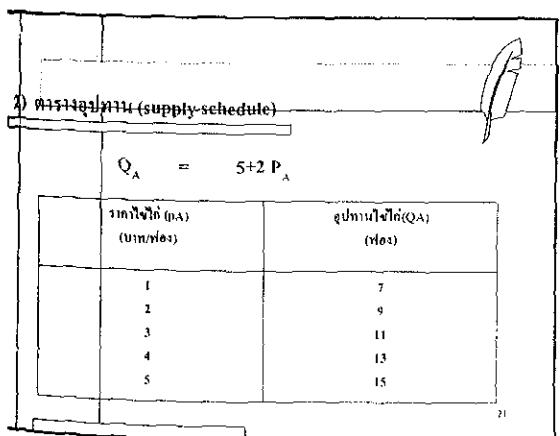
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

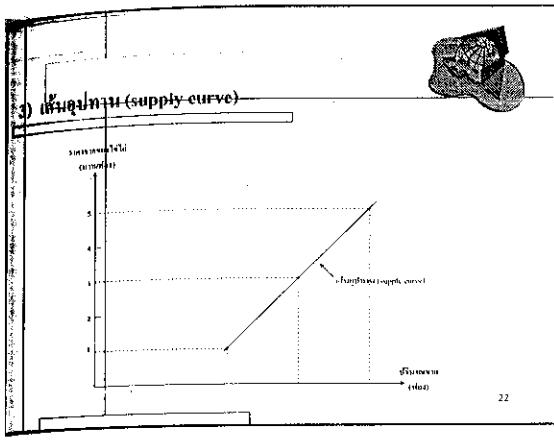
---

---

---

---

---




---



---



---



---



---



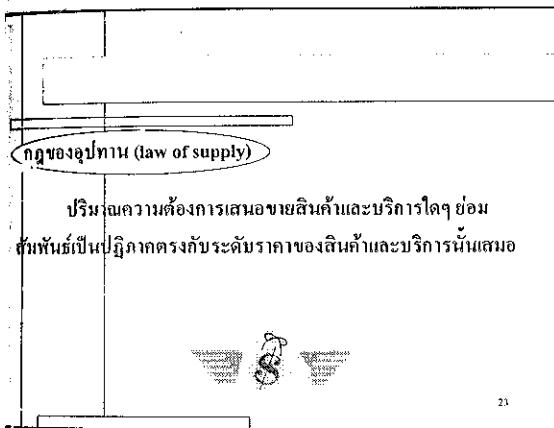
---



---



---




---



---



---



---



---



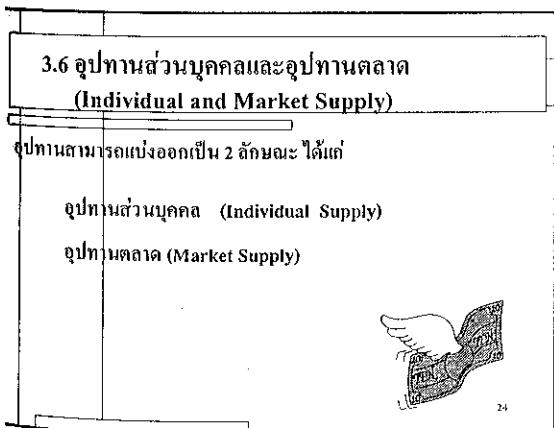
---



---



---




---



---



---



---



---



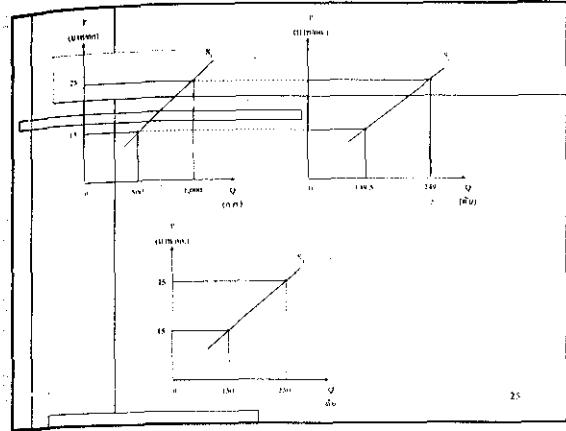
---



---



---



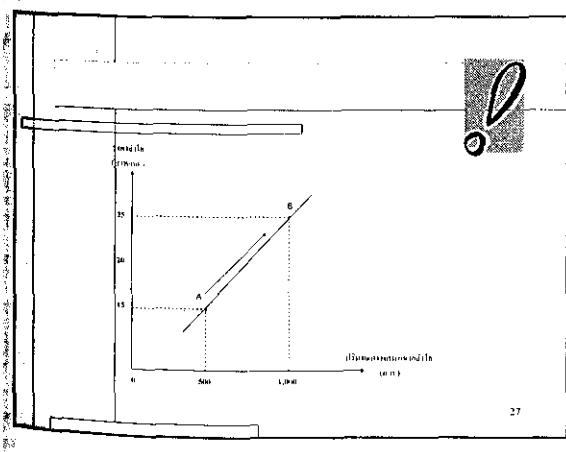
3.7 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน  
(A Change in Quantity Supply and A Change in Supply)

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน (A Change in Quantity Supply)

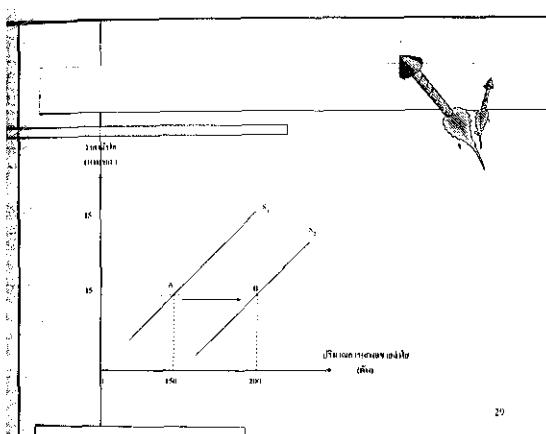
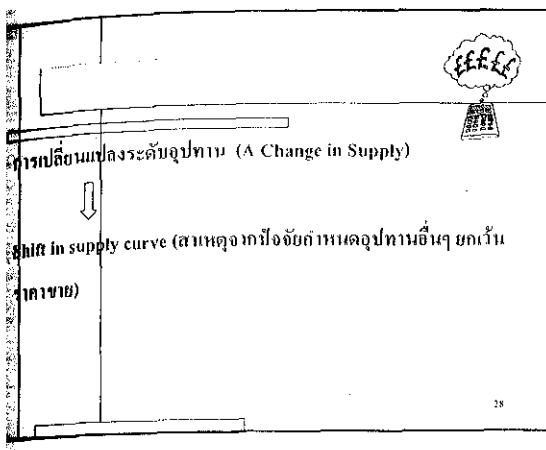
สาเหตุมาจากการ

$\downarrow$   
move along the supply curve  $\Leftrightarrow$  Price

26

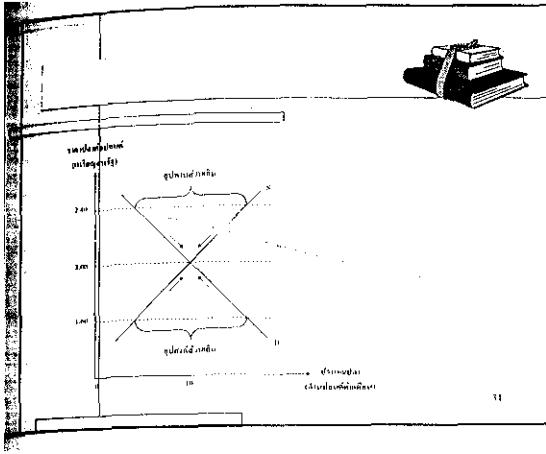


27



3.8 ถอยภาพของตลาด (Market Equilibrium)			
ราคาระดับต้นที่ มีขาย: ออกห้างรังส์	ปริมาณต้องการ (Q_d)	ปริมาณอุปทาน (Q_s)	$Q_d - Q_s$
2.40	6	12	-6
2.20	8	11	-3
2.00	10	10	0
1.80	12	9	3
1.60	14	8	6

20




---

---

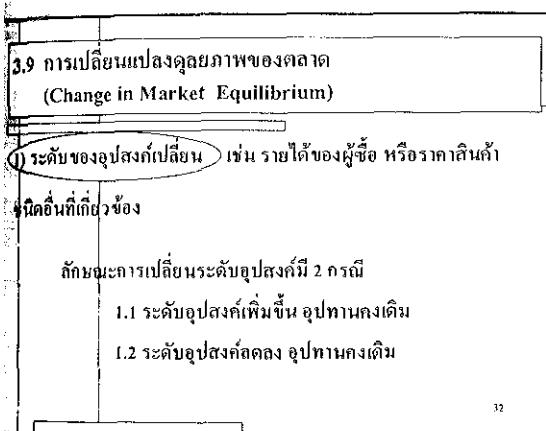
---

---

---

---

---




---

---

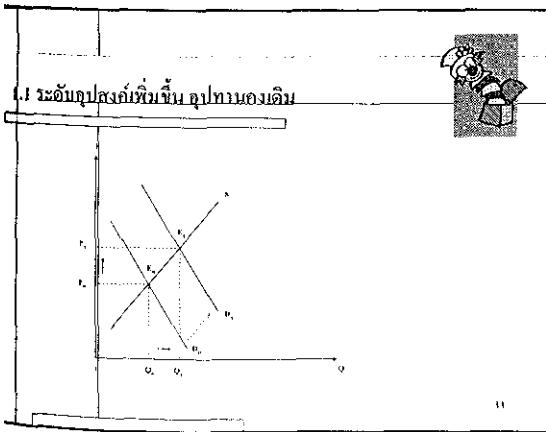
---

---

---

---

---




---

---

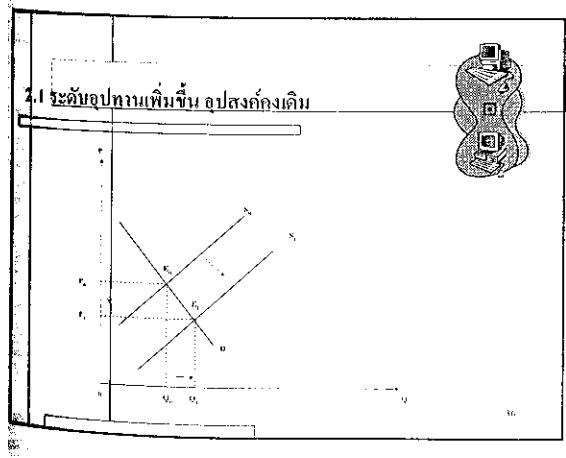
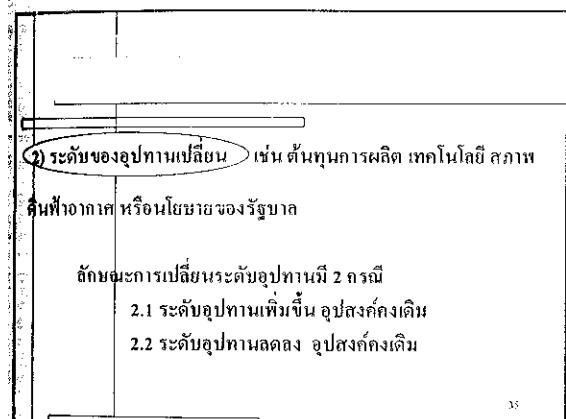
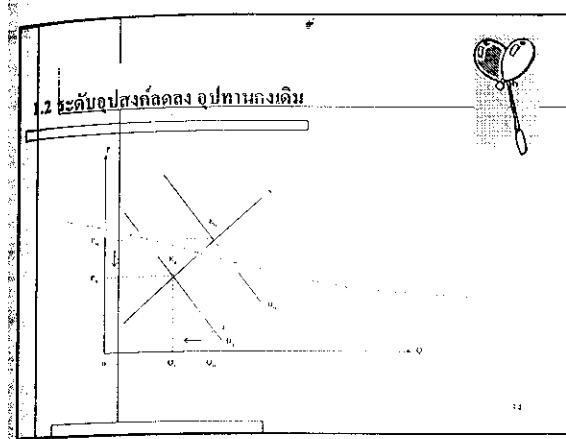
---

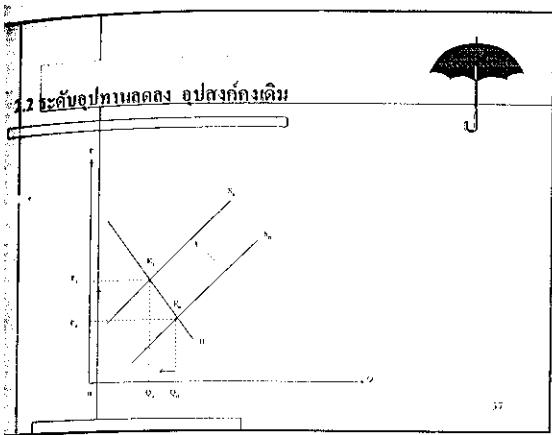
---

---

---

---






---

---

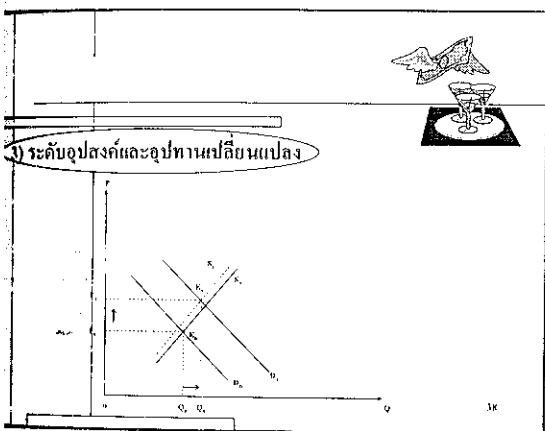
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

## บทที่ 4

### ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน

ในบทที่ 3 เป็นการศึกษาถึงอุปสงค์และอุปทาน ตลอดจนปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์และอุปทาน โดยเฉพาะอย่างจัง ได้ศึกษาถึงทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทานกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบ สำหรับในบทนี้เป็นการศึกษาเชื่อมโยงจากบทที่ 3 โดยเนื่องจากจะพิจารณาทิศทางของความสัมพันธ์ดังกล่าวแล้วยังพิจารณาถึงขนาดของความสัมพันธ์ หรือขนาดของผลการะบทอีกด้วย ดังนั้น ในบทนี้จึงได้อธิบายถึงความหมายและการคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ชนิดของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากับการพยายามรายได้ ความหมายและการคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปทานและชนิดของค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคา ซึ่งได้อธิบายเป็นลำดับต่อไป

#### 4.1 ความหมายของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์

(Meaning of Elasticity of Demand)

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าไร เมื่อปัจจัยราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้น หรือรายได้ของผู้ซื้อหรือราคางานนิค อื่นที่เกี่ยวข้องเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1

จากความหมายค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ดังกล่าวพบว่าตัวแปรเหตุ คือ ราคางานนิคนั้น หรือรายได้ของผู้ซื้อ หรือราคางานนิคอื่นที่เกี่ยวข้อง ส่วนปริมาณความต้องการซื้อที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นตัวแปรผล ค่าของความยืดหยุ่นจะอยู่ในรูปของค่าสัมบูรณ์ (absolute term) หมายถึงมีความเป็นบวก เสมอ ส่วนเครื่องหมายของค่าความยืดหยุ่นจะแสดงถึงทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand)
2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (income elasticity of demand)
3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ไขว้ (cross elasticity of demand)

#### 4.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

(Price Elasticity of Demand)

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา หมายถึง สัดส่วนของเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณอุปสงค์ของสินค้าและบริการกับเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการชนิดนั้น โดยที่เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคางานนิคและบริการเป็นตัวแปรเหตุ ส่วนเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์เป็นตัวแปรผล ซึ่งสามารถแสดงสัดส่วนของค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวได้ดังต่อไปนี้

**สูตร**      **ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา = เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณอุปสงค์ / เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าหนึ่งนั้น**

$$\text{หรือ } E_{dp} = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta p}$$

โดยที่

$E_{dp}$       คือ      ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

$\Delta Q_d$       คือ      การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (หน่วย : ร้อยละ)

$\Delta p$       คือ      การเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้า (หน่วย : ร้อยละ)

สมมุติว่า ถ้าราคาค่าธรรมเนียมในการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทำให้จำนวนนักศึกษาที่เข้าเรียนในสถาบันอุดมศึกษาลดลงร้อยละ 20

ดังนั้น

$$E_{dp} = \frac{-20\%}{10\%} = \frac{-0.20}{0.10} = -2$$

ค่าความยึดหยุ่นตามตัวอย่างดังกล่าวคำนึงเศรษฐศาสตร์จะไม่ใส่เครื่องหมายลบ (-) เพราะเครื่องหมายดังกล่าวแสดงทิศทางของความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณความต้องการซึ่งของผู้บริโภค ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามตามกฎของอุปสงค์ (law of demand) นอกจากนี้ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飞性สามารถนำมาใช้สำหรับการพยากรณ์ทางการตลาดได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น บริษัทトイโซตัวอเมริกันก็ เป็นผู้นำทางการตลาดของตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีข้อมูลว่าในรอบปีที่ผ่านมา มียอดขาย 10,000 คัน และข้อมูลในปีนี้พบว่าราคาขายของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลดังกล่าวสูงขึ้นร้อยละ 10 ถ้าปัจจัยอื่นๆ ไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นยอดขายจะลดลงตามกฎของอุปสงค์ และอย่างทราบว่ายอดขายจะลดลงเท่าไรนั้น ก็ต้องศึกษาข้อมูลในอดีตปรากฏว่าค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飞性ของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเท่ากัน -2

$$\frac{\% \Delta Q_d}{10\%} = -2 = \text{ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飞性}$$

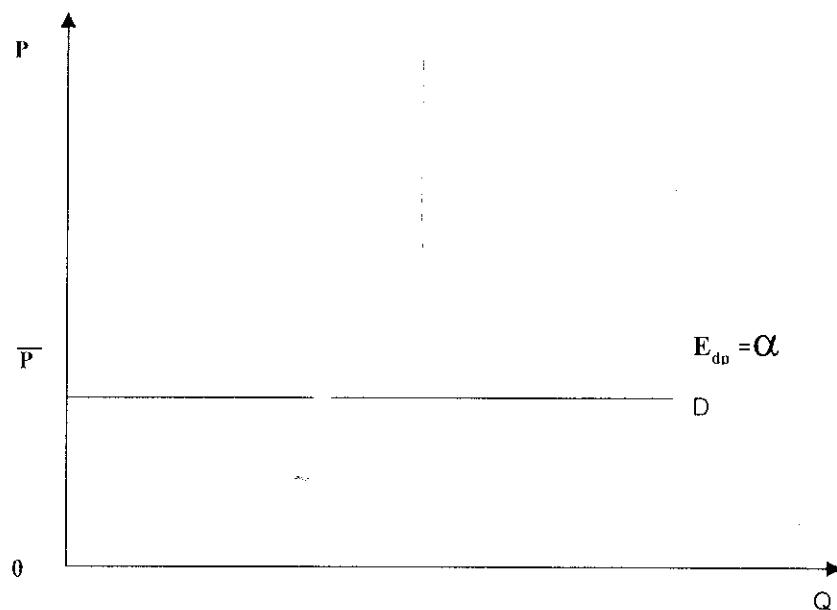
$$\% \Delta Q_d = -20\%$$

สรุปได้ว่า บริษัทトイโซตัว มอเตอร์จะมียอดขายลดลง ร้อยละ 20 กล่าวคือ จากเดิมขายได้ 10,000 คัน พ่อค้าขายสูงขึ้นร้อยละ 10 ปริมาณความต้องการซึ่งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลลดลงร้อยละ 20 นั่นคือขายได้เพียง 8,000 คันเท่านั้น

#### 4.2.1 ประเภทของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

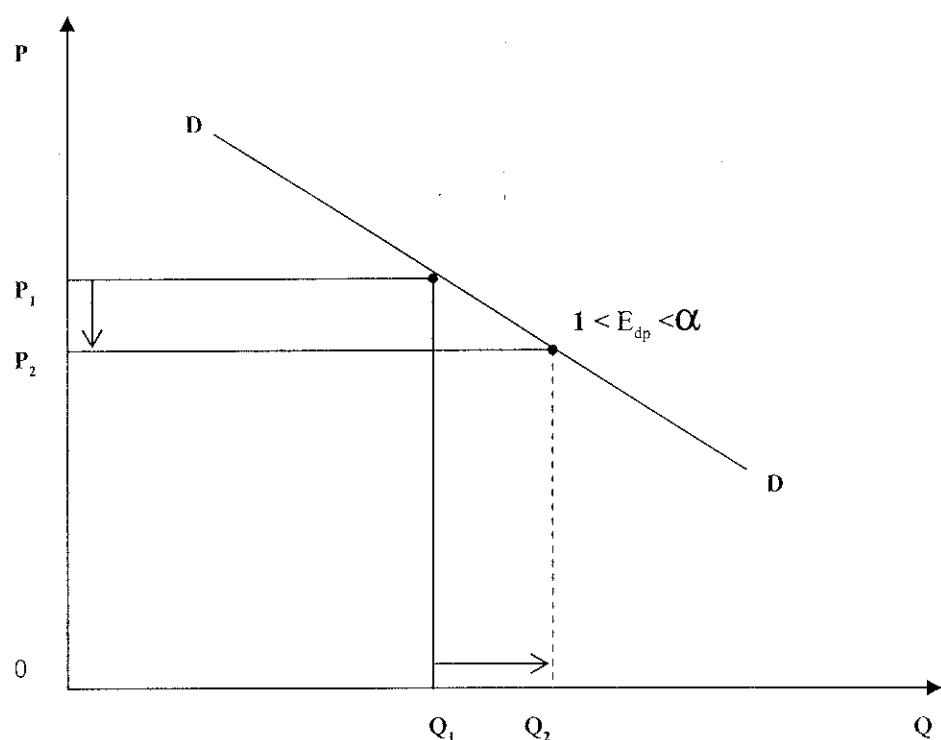
ในการศึกษาถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคานั้นจะกำหนดให้ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อื่นๆคงที่ หมายถึงไม่นำปัจจัยที่มีผลกระทบอื่นๆ มาทำการพิจารณา สามารถแบ่งออกได้เป็น ๕ ประเภท ดังต่อไปนี้

1. อุปสงค์ต่อราคามีค่าความยืดหยุ่นมากที่สุด (perfectly elastic demand) หมายถึง เมื่อรัฐบาลเปลี่ยนแปลงของราคาเท่ากับศูนย์ไม่ว่าปริมาณความต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าไรก็ตาม ตัวอย่างเช่น ความต้องการซื้อมันสำปะหลังหัวสุดของโรงงาน ณ ระดับราคาหนึ่ง มีจำนวนไม่จำกัด เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ได้แสดงรูปภาพที่ 4.1 โดย ณ ระดับราคา  $\bar{P}$  ปริมาณความต้องการซื้อ  $Q$  มีอยู่อย่างไม่จำกัด เส้นอุปสงค์ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นตั้งฉากกับแกนตั้ง และขนานกับแกนนอน



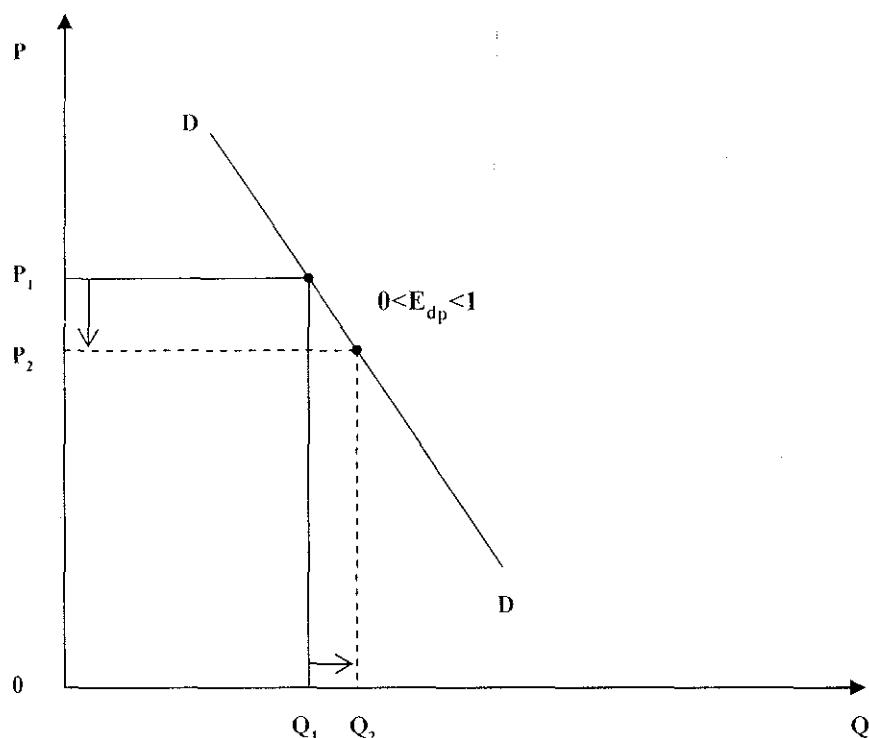
รูปภาพที่ 4.1 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเท่ากับ อนันต์ ( $E_{dp} = \infty$ )

2. อุปสงค์ต่อราคาที่มีความยืดหยุ่นมาก ( elasticity demand) หากถึงเบอร์เข็นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซึ่งมีค่ามากกว่าเบอร์เข็นการเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคายังคงต้นส่วนบุคคลเท่ากับ -2 หากถึง ถ้าราคายังคงต้นส่วนบุคคลลดลง ร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณความต้องการซึ่งรอดูนต้นส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เป็นต้น กรณีนี้ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาก็มากกว่า 1 แต่น้อยกว่า  $\alpha$  ( $1 < E_{dp} < \alpha$ ) สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่ไม่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ได้แสดงรูปภาพที่ 4.2 โดยเบอร์เข็นการเปลี่ยนแปลงของ  $\Delta Q$  มากกว่า  $\Delta P$  ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะมีค่าความชันน้อย และค่อนข้างลาดเทจากซ้ายไปขวา



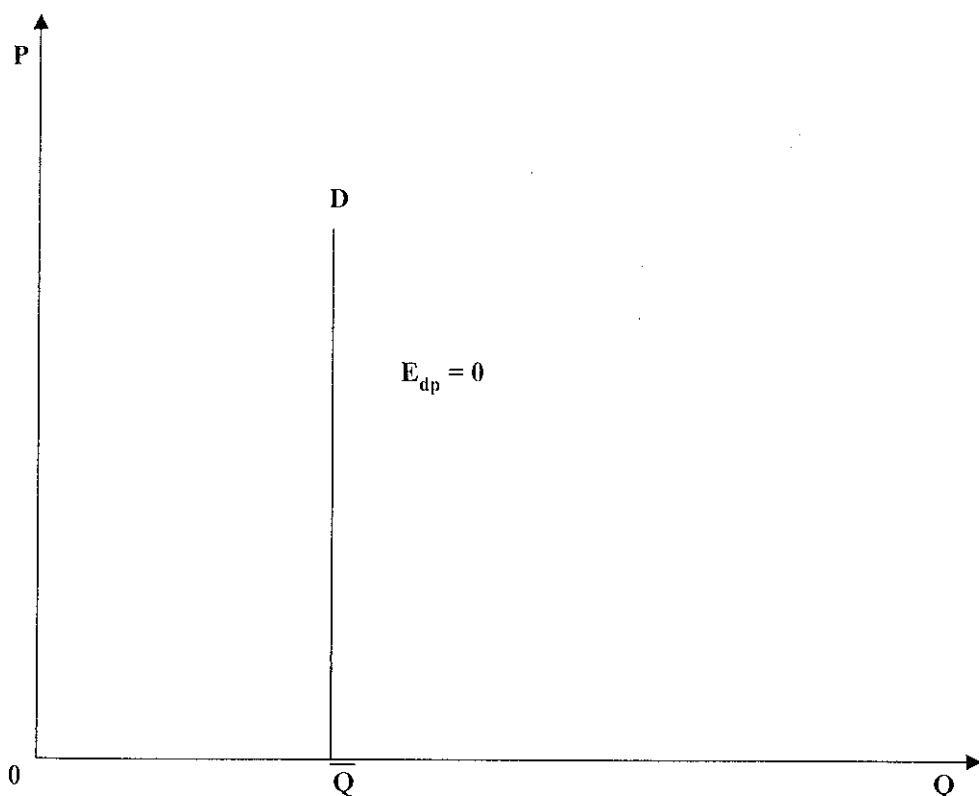
รูปภาพที่ 4.2 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามาก ( $1 < E_{dp} < \alpha$ )

4. อุปสงค์ต่อราคามีค่าความยึดหยุ่นน้อย (inelasticity demand) หมายถึงเปอร์เซ็นต์เปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซึ่งมีค่าน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคางบประมาณเกอร์เท่ากับ  $-0.5$  หมายความว่า ถ้าราคาแบบเกอร์ลดลงร้อยละ  $1$  ทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคแบบเกอร์เพิ่มขึ้นร้อยละ  $0.5$  เป็นต้น กรณีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาก็จะมีค่ามากกว่า  $0$  แต่น้อยกว่า  $1$  ( $0 < E_{dp} < 1$ ) สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ สินค้าปัจจัยขั้นพื้นฐาน เพื่อให้เข้าใจดียิ่งขึ้น ได้แสดงรูปภาพที่ 4.4 โดยเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของ  $\Delta Q$  น้อยกว่า  $\Delta P$  เส้นอุปสงค์จะมีลักษณะชันมาก และมีความลาดเอียงน้อย



รูปภาพที่ 4.4 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาน้ำดื่มน้ำ ( $0 < E_{dp} < 1$ )

5. อุปสงค์ต่อราคามีค่าความยึดหยุ่นน้อยที่สุด (ไม่มีค่าความยึดหยุ่นเลย) (perfectly inelasticity of demand) หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ถึงแม้ว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาจะมีอย่างไม่จำกัด ศินค้าที่มีค่าความยึดหยุ่นต่ำกว่า ได้แก่ โลงคพ หรือยาเสพติด เป็นต้น โดยที่ราคาของโลงคพหรือยาเสพติดเพิ่มขึ้นอยู่ต่ำตลอดเวลา แต่ปริมาณความต้องการจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงไป นั่นหมายถึงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเท่ากับศูนย์ ( $E_{dp} = 0$ ) เพื่อให้เข้าใจคึ่งขึ้น ได้แสดงรูปภาพที่ 4.5 โดยที่  $P$  จะเพิ่มขึ้นคลาดเวลาอย่างไม่จำกัด และ  $Q$  ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เลย เส้นอุปสงค์จึงมีลักษณะเป็นเส้นตรงตั้งฉากกับแกนนอน และขนานกับแกนตั้ง



รูปภาพที่ 4.5 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าน้อยที่สุด หรือไม่มีค่าความยึดหยุ่นเลย ( $E_{dp} = 0$ )

#### 4.2.2 การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

(Calculating Elasticity of Demand)

จากความหมายของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาเป็นสัดส่วนของเปอร์เซ็นต์เปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซึ่งกับเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าชนิดนั้น โดยที่การคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามี 2 แบบ ดังต่อไปนี้

4.2.2.1 การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคแบบจุด (point elasticity of demand) เป็นการคำนวณตามความหมายของค่าความยืดหยุ่นดังได้ก่อร่างແล็วข้างต้น ซึ่งเป็นการวัดค่าการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงราคาน้อยที่สุด

$$\text{สูตร} \quad \text{ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบจุด} = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2}$$

$$\text{หรือ } E_{dp} = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_1 - P_2}$$

โดยที่	$E_{dp}$	=	ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา
	$Q_1$	=	ปริมาณความต้องการซึ่งก่อนราคาเปลี่ยนแปลง
	$Q_2$	=	ปริมาณความต้องการซึ่งหลังราคาเปลี่ยนแปลง
	$P_1$	=	ราคาก่อนการเปลี่ยนแปลง
	$P_2$	=	ราคายหลังการเปลี่ยนแปลง

**ตัวอย่าง** พักกะน้ำเดิมมีราคา 10 บาทต่อถูกโกรัง ปริมาณความต้องการซึ่งของผู้บริโภคเท่ากับ 100 ตัน ต่อมาราคาพักกะน้ำเพิ่มขึ้นเป็น 15 บาท ต่อถูกโกรัง ปริมาณความต้องการซึ่งผักกะน้ำจึงลดลงเป็น 80 ตัน จงหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคางานนี้ดังกล่าว พร้อมทั้งอธิบายความหมาย

$$\text{จากโจทย์} \quad Q_1 = 100 \text{ ตัน} \quad P_1 = 10 \text{ บาทต่อถูกโกรัง}$$

$$Q_2 = 80 \text{ ตัน} \quad P_2 = 15 \text{ บาทต่อถูกโกรัง}$$

$$\text{แทนค่า} \quad E_{dp} = \frac{100 - 80}{100 + 80} \times \frac{10 + 15}{10 - 15}$$

$$= \frac{20}{180} \times \frac{25}{-5}$$

$$= -0.56$$

จาก  $E_{dp} = -0.56$  หมายความว่าถ้าราคางานพักกะน้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณความต้องการซึ่งลดลงร้อยละ 0.56 ซึ่งมีค่าความยืดหยุ่นน้อย (inelasticity demand) และมีค่าน้อยกว่า 1 (เครื่องหมายพิเศษไม่มีทิพย์ เนื่องจากถ้าค่าความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์เป็นลบ ตามกฎของอุปสงค์นั้นเอง)

#### 4.2.2 การคำนวณค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคابนช่วง (arc elasticity of demand)

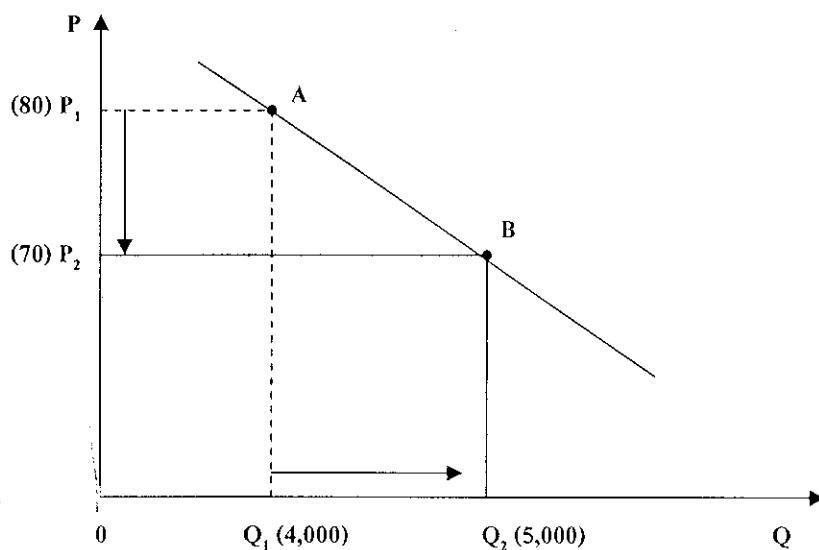
เป็นการวัดค่าของความยึดหยุ่นช่วงได้ช่วงหนึ่งของเส้นอุปสงค์ ค่าที่ได้จะเป็นค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 จุดนั้น จึงเป็นค่าที่ไม่แน่นอนเท่าเดิม

$$\text{สูตร} \quad \text{ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบช่วง} = \frac{\frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2}}{\frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2}}$$

$$\text{หรือ} \quad E_{dp} = \frac{\frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2}}{\frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2}} \cdot \frac{\frac{P_1 + P_2}{2}}{\frac{P_1 - P_2}{2}}$$

โดยความหมายของ  $Q_1, Q_2, P_1$  และ  $P_2$  หมายความว่า  $Q_1$  และ  $Q_2$  เป็นปริมาณที่ซื้อขายในช่วงเวลาเดียวกัน ค่า  $P_1$  และ  $P_2$  เป็นราคาก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลง ตามลำดับ จึงหาค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคابนช่วงระหว่างจุด A กับจุด B

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad E_{dp} &= \frac{\frac{70 + 80}{2}}{\frac{4,000 - 5,000}{4,000 + 5,000}} \cdot \frac{80 - 70}{2} \\ &= \frac{-1,000}{4,500} \cdot \frac{75}{10} \\ &= -1.67 \end{aligned}$$



จาก  $E_{dp} = -1.67$  หมายความว่าถ้าราคาของสินค้าและบริการลดลงร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.67 จึงเป็นชนิดของค่าความยึดหยุ่นมาก (elastic demand) เพราะมีค่ามากกว่า 1 (เครื่องหมายติดลบไม่คิด เมื่อจะหาค่าความชันของเส้นอุปสงค์เป็นลบตามกฎของอุปสงค์นั่นเอง)

## 3 ปัจจัยกำหนดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

### (Determinants of Price Elasticity of Demand)

ปัจจัยจำนวนหนึ่งที่มีผลต่อขนาดของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อค่าความยืดหยุ่นได้ดังต่อไปนี้ (Hyman, 1992, pp. 150-151)

#### 1. ความสามารถในการทดแทน (the availability of substitutes)

โดยทั่วไปถ้าสินค้าและบริการสามารถทดแทนกับสินค้าและบริการชนิดอื่นได้ดีมาก ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飩จะมีค่ามาก ในทางตรงกันข้ามสินค้าและบริการสามารถทดแทนกับสินค้าและบริการชนิดอื่นได้ยาก ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飩จะมีค่าน้อย ตัวอย่างเช่น ความต้องการอินซูลินของผู้ป่วยโรคเบาหวาน พนว่า อินซูลินมีสินค้าชนิดอื่นทดแทนได้ยาก ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飩ของอินซูลินจึงมีค่าน้อย ส่วนรถยกตันนั่งส่วนบุคคลแต่ละยี่ห้อมีค่าความยืดหยุ่นมาก เพราะมีรถยกตันนั่งส่วนบุคคลหลายยี่ห้อและสามารถทดแทนกันได้แข็งข้นอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมากหลายยี่ห้อ

#### 2. ระยะเวลา (time)

โดยทั่วไปอุปสงค์ต่อรา飩ที่มีค่าความยืดหยุ่นมากจะเกี่ยวข้องกับระยะเวลา เพราะมีจากถ้าระยะเวลานานยิ่งขึ้น สามารถหาสินค้าหรือบริการมาทดแทนได้ เนื่องจากเวลาภานานพียงพอที่จะปรับรูปแบบการบริโภค ได้เมื่อรา飩เปลี่ยนแปลงไป ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飩จะมีค่ามาก ตัวอย่างเช่น รา飩น้ำมันเชื้อเพลิงมีรา飩สูงขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทำให้มีการหาแหล่งพลังงานอย่างอื่นมาทดแทน ได้ถ้าระยะเวลาภานานมากขึ้น ในกรณีนี้พบว่าแก๊สโซลสามารถทดแทนได้ดังนั้น ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飩ของน้ำมันเชื้อเพลิงจึงมีค่ามาก

#### 3. สัดส่วนรายได้ที่ใช้ในการซื้อสินค้านิดนั้น (the proportion of income consumers spend on the goods)

ผู้บริโภค มีแนวโน้มใช้รายได้ส่วนใหญ่ไปในการดูแลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยและรถยกตันนั่งส่วนบุคคล ถ้าหากรา飩ของสินค้าทั้งสองดังกล่าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทำให้มีความสามารถในการดูแลที่อยู่อาศัยและรถยกตันนั่งส่วนบุคคลได้น้อยลง ดังนั้นอุปสงค์ของสินค้าที่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายสูง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้นั้นจะมีค่าความยืดหยุ่นมาก ไม่เหมือนกับกรณีที่รา飩ของคืนสอดคำสูงขึ้นร้อยละ 10 จะมีผลกระทบน้อยมากต่ออำนาจซื้อในรายได้ของผู้บริโภค ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飩ของคืนสอดคำจะมีค่าน้อย

นอกจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขนาดของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรา飩ทั้งสามปัจจัยดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยผลกระทบต่างๆอีกได้แก่ ความทนทานของสินค้าและบริการ ผลกระทบประโยชน์ของสินค้า ความเคยชินต่อการใช้สินค้านั้น และสินค้าจำเป็นหรือสินค้าฟุ่มเฟือย เป็นต้น

## การใช้ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคายากรส์การเปลี่ยนแปลงรายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวม

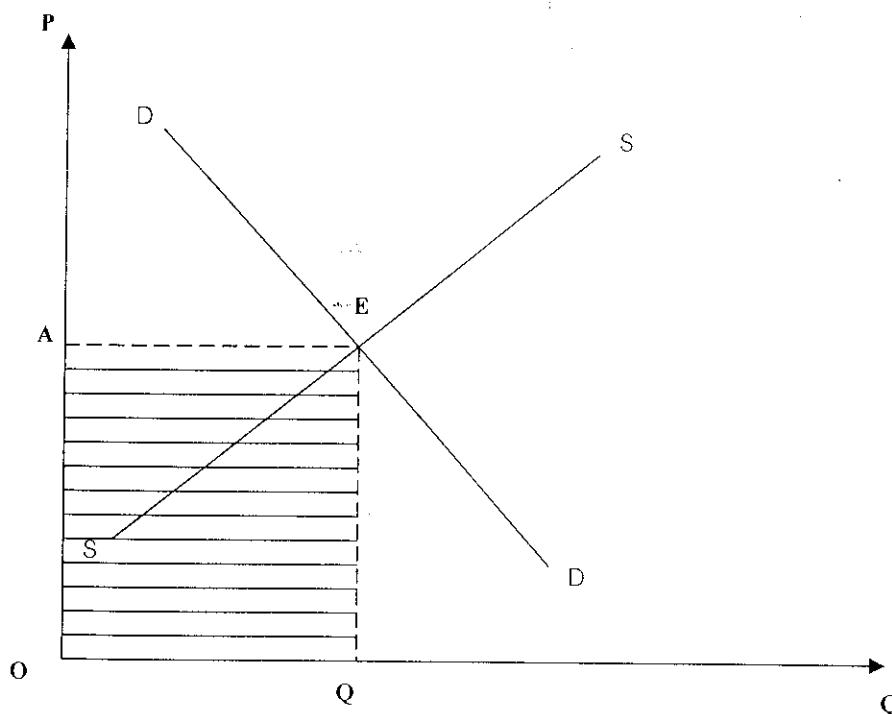
(Using Price Elasticity of Demand to Forecast Changes in Total Expenditure and Total Revenue when Price Change)

### 4.4.1 รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวม

ในตลาดเมื่อขั้นสมบูรณ์ รายได้รวมเท่ากับค่าใช้จ่ายรวม

<u>โดยที่</u>	P	คือ	ราคากล่องสินค้าต่อหน่วย
	Q	คือ	ปริมาณความต้องการซื้อหรือขายของสินค้า
ดังนั้น รายจ่ายรวม = PQ = รายได้รวม			

เพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นสามารถพิจารณาได้จากรูปภาพที่ 4.6 ซึ่งรายได้รวมเท่ากับค่าใช้จ่ายรวม ซึ่งเท่ากับ พื้นที่ AEQO จะราคาเท่ากับ OA และปริมาณความต้องการขายหรือซื้อเท่ากับ OQ



รูปภาพที่ 4.6 แสดงรายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวม

#### 4.4.2 การใช้ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคางานการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม และค่าใช้จ่ายรวม

— การทำนายหรือพยากรณ์ค่าใช้จ่ายรวมและรายได้รวมจะมากขึ้นหรือน้อยลงขึ้นอยู่กับขนาดค่าความยึดหยุ่นซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ถ้าค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าความยึดหุ้นน้อย หมายถึงสินค้าและบริการดังกล่าวมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ ปัจจัยสี่ขั้นพื้นฐาน คือ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่นห่ม อาหาร และยารักษาโรค ถ้าหากสินค้าจำเป็นเหล่านี้มีราคาเพิ่มสูงขึ้น เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำเพิ่มสูงขึ้น จะมากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ดังกล่าว ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายรวมและรายได้รวมเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าราคางานสินค้าและบริการ ดังกล่าวมีราคาลดลง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำลดลงจะมากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการดังกล่าว ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายรวมและรายได้รวมลดลง

2. ถ้าค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าความยึดหยุ่นมากหมายถึงสินค้าและบริการดังกล่าวไม่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต หรือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยนั่นเอง ตัวอย่าง สินค้าและบริการดังกล่าว ได้แก่ การบริการท่องเที่ยว เครื่องประดับและรถยนต์ส่วนบุคคล เป็นต้น สินค้าดังกล่าวในน้ำหนักมีราคาสูงขึ้นเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำเพิ่มสูงขึ้นจะน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่ลดลงดังกล่าว ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายรวมและรายได้รวมจะลดลง ในทางตรงกันข้ามถ้าราคางานสินค้าและบริการดังกล่าวมีราคาลดลง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำลดลงจะน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์ความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายรวมและรายได้รวมเพิ่มขึ้น

สำหรับสินค้าและบริการที่ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคางานที่เท่ากับ 1 การเปลี่ยนแปลงราคางานสินค้าและบริการจะไม่มีผลกระทบให้ค่าใช้จ่ายรวมหรือรายได้รวมเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น การที่ค่าใช้จ่ายรวมหรือรายได้รวมจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น ขึ้นอยู่กับความจำเป็นของสินค้าและบริการ หรืออาจกล่าวได้ว่าขึ้นอยู่กับชนิดของค่าความยึดหยุ่นว่ามากหรือน้อย ตัวอย่างเช่น ถ้าค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือค่าหน่วยกิตของการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเพิ่มสูงขึ้น จะมีผลกระทบต่อรายได้รวมหรือค่าใช้จ่ายรวมอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับการมองว่าการศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้นมีความจำเป็นและสำคัญอย่างไร กล่าวคือถ้าหากการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเราไม่มีความจำเป็นและสำคัญ ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคางานนี้จะน้อยลง (inelastic) รายได้รวมหรือค่าใช้จ่ายรวมจะเพิ่มขึ้น ข้อสรุปดังกล่าวอาจแสดงได้ดังตารางที่ 4.1

### ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากับรายได้รวมหรือค่าใช้จ่ายรวม

ประเภทค่าความยืดหยุ่น ของอุปสงค์ต่อราคা	ผลที่เกิดขึ้น (ไม่พิจารณาทิศทางของการเปลี่ยนแปลง)	การเปลี่ยนแปลง ตัวราคากล่อง	การเปลี่ยนแปลง ตัวราคเพิ่มขึ้น
P.Q	P.Q		
ค่าความยืดหยุ่นมาก (Elastic)	% การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความ ต้องการซึ่อมากกว่า % การเปลี่ยนแปลง ของราคา	+	-
ค่าความยืดหยุ่นคงที่ (Unitary)	% การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความ ต้องการซึ่อเท่ากับ % การเปลี่ยนแปลง ของราคา	0	0
ค่าความยืดหยุ่นน้อย (Inelastic)	% การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความ ต้องการซึ่อน้อยกว่า % การเปลี่ยนแปลง ของราคา	-	+

ที่มา : Hyman, 1992, pp.161

### 4.5 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้

#### (Income Elasticity of Demand)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ หมายถึง ตัวเลขที่วัดขนาดของการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 หรือหมายถึงการวัดการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคกว่าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าไร เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1

$$\text{สูตร} \quad \text{ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้} = \frac{\text{เปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อ}}{\text{เปลี่ยนแปลงของรายได้}}$$

$$\text{หรือ} \quad E_{dy} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta y}$$

โดยที่

$E_{dy}$  = ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้

$\Delta Q$  = ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ  
ที่เปลี่ยนแปลงไป (หน่วย : ร้อยละ)

$\Delta y$  = ระดับรายได้ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (หน่วย : ร้อยละ)

ตัวอย่างเช่น ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของบริการการท่องเที่ยวในต่างประเทศเท่ากับ 3 หมายความว่า ถ้ารายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณความต้องการไปท่องเที่ยวต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 3

จากค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีค่าเป็นบวกหรือลบ (positive or negative) นั้นสามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท

1. สินค้าปกติ (normal goods) หมายถึง สินค้าและบริการที่เปลี่ยนปริมาณตามความต้องการไปในทิศทางเดียวกันกับระดับรายได้ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้เป็นบวก กล่าวคือ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้นหรือลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละเท่าไร กรณีของสินค้าปกตินี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 กรณี ดังต่อไปนี้

1.1 สินค้าปกติมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้น้อย (income inelasticity of demand) หมายถึง  $0 < E_{dy} < 1$  กล่าวคือเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันน้อยกวาร้อยละ 1 สินค้าดังกล่าว ได้แก่ สินค้าจำเป็นขั้นพื้นฐาน คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยาภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการอย่างอื่นอีก เช่น บริการขนส่งสาธารณะ เป็นต้น

1.2 สินค้าปกติที่มีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มาก (income elasticity of demand) หมายถึง  $1 < E_{dy} < \infty$  กล่าวคือ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันมากกวาร้อยละ 1 สินค้าดังกล่าว ได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เครื่องประดับ บริการท่องเที่ยวต่างประเทศ และรถยนต์นั่งส่วนบุคคล เป็นต้น

2. สินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) หมายถึงสินค้าและบริการที่มีปริมาณเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงข้ามกับระดับรายได้ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้เป็นลบ กล่าวคือ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้นหรือลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อ สินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละเท่าไร ตัวอย่างสินค้าด้อยคุณภาพสำหรับประเทศไทย คือ ปลาทูคึมหางแข็ง เพราะ  $E_{dy} < 0$

#### 4.6 ความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้

##### (Cross Elasticity of Demand)

ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้ หรือค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคัสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ปริมาณความต้องการสินค้าและบริการสินค้าชนิดหนึ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากการราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ตัวอย่างเช่นค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ เมื่อวัว เมื่อค่าน้ำดื่มราคากองเนื้อหมูจะลดจากเบอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการเนื้อวัวที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อกองราคากองเนื้อหมูฯ ก็เท่ากันมากไปร้อยละ 1 โดยกำหนดให้ไว้ข้อกับคงที่ (Higman, 1992, pp. 162 : 64)

สูตร ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อแบบใหม่

เบอร์เซ็นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง

เบอร์เซ็นการเปลี่ยนแปลงของสินค้าอีกชนิดหนึ่ง

$$\text{หรือ } \frac{E}{d_1 P_2} = \frac{\% \Delta Q_1}{\% \Delta P_2}$$

โดยที่

$$\frac{E}{d_1 P_2} = \text{ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบใหม่}$$

$$\Delta Q_1 = \text{ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดที่ 1 ที่เปลี่ยนแปลงไป  
(หน่วย : ร้อยละ)}$$

$$\Delta P_2 = \text{ราคาสินค้าชนิดที่ 2 ที่เปลี่ยนแปลงไป (หน่วย : ร้อยละ)}$$

การศึกษาค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่ ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบใหม่มีค่าเป็นบวก (positive) และมีค่าเป็นลบ (negative) ซึ่งสามารถอธิบายถึงประเภทของสินค้าได้ดังต่อไปนี้

1. ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบใหม่มีค่าเป็นบวก หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าไร เมื่อราคาของสินค้าและบริการอีกชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 1 นั่นคือ  $E > 0$  สินค้าทั้งสองชนิดนี้เรียกว่าสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (substitution goods) เช่น ค่าความยึดหยุ่นอุปสงค์แบบใหม่องเนื้อไก่ เมื่อคำนึงถึงราคากัน 0.55 หมายถึง เมื่อราคากันเนื้อหมูเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อเนื้อไก่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.55

2. ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบใหม่มีค่าเป็นลบ หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าไร เมื่อราคาของสินค้าและบริการอีกชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 1 นั่นคือ  $E < 0$  สินค้าทั้งสองชนิดนี้เรียกว่าสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (complementary goods) เช่น ค่าความยึดหยุ่นอุปสงค์แบบใหม่องปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงหรือยางรถบันต์ เมื่อคำนึงถึงราคากันน้ำมันเชื้อเพลิงหรือยางรถบันต์เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 1.45 หมายถึง เมื่อราคารถบันต์นั่งส่วนบุคคลมีราคากลางๆ ขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงหรือยางรถบันต์เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 1.45

#### 4.7 ความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคา

##### (Price Elasticity of Supply)

แนวความคิดพื้นฐานของค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคาก็เช่นเดียวกับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากล่าวคือ ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามาตรถึง การที่ราคางานสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณความต้องการขายของผู้ขายเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละเท่าไร ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าสัมบูรณ์ (absolute) เช่นเดียวกับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคานั้นต่างกันตรงที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีเครื่องหมายเป็นบวก ซึ่งแสดงถึงราคายังและปริมาณความต้องการขายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เป็นไปตามกฎของอุปทาน (law of supply) ที่แสดงพฤติกรรมของผู้ขายหรือผู้ผลิต

$$\text{สูตร} \quad \text{ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคা} = \frac{\text{เปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการขาย}}{\text{เปลี่ยนแปลงของราคายา}}$$

$$\text{หรือ} \quad E_{sp} = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P}$$

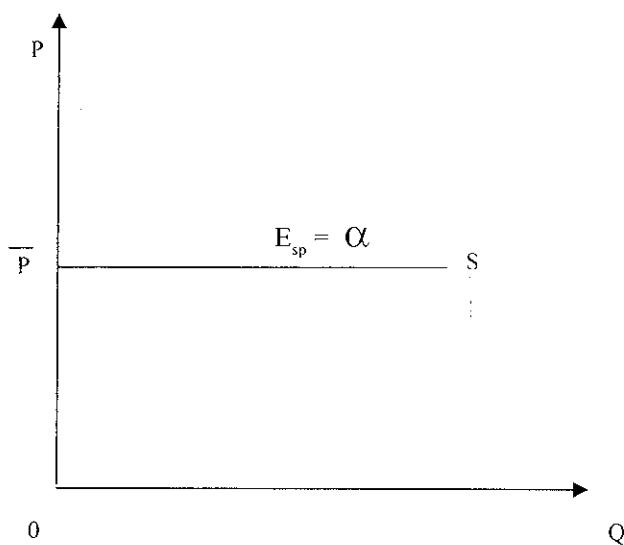
<u>โดยที่</u>	$E_{sp}$	=	ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคาก
	$\Delta Q_s$	=	การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน (หน่วย : ร้อยละ)
	$\Delta P$	=	การเปลี่ยนแปลงราคายาของสินค้าและบริการ (หน่วย : ร้อยละ)

ตัวอย่างเช่น ถ้าราคายาของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะทำให้ปริมาณความต้องการขายของผู้ขายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าดังต่อไปนี้

$$\text{หรือ} \quad E_{sp} = \frac{20\%}{10\%} = 2$$

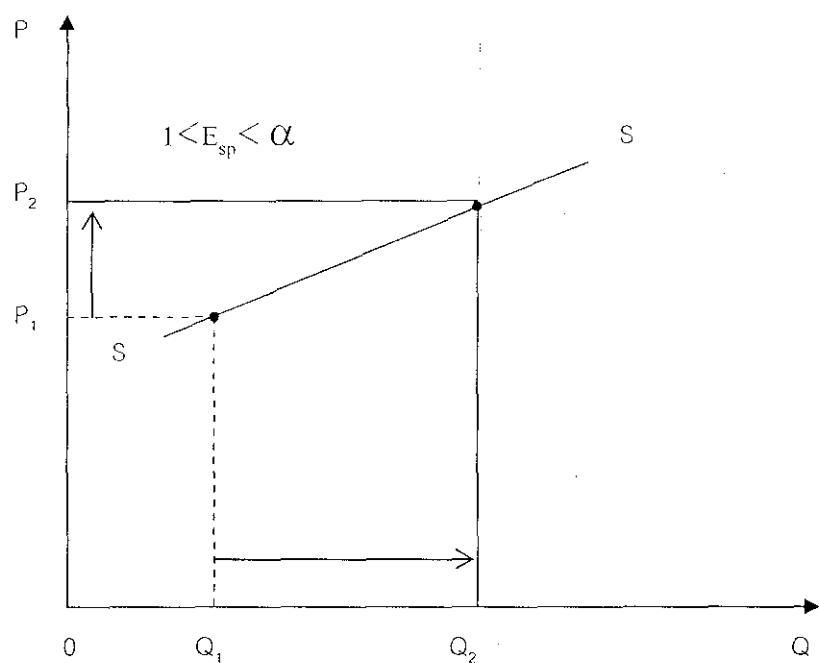
### ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคา แบ่งออกเป็น 5 ชนิด ดังต่อไปนี้

1. อุปทานต่อราคามีค่าความยืดหยุ่นมากที่สุด (perfectly elasticity supply) หมายถึง ไม่ปรับเปลี่ยนแปลงของราคายาเท่ากับศูนย์ไม่ว่าปริมาณความต้องการขายจะเปลี่ยนไปเท่าไร ก็ตาม ตัวอย่างเช่น ความต้องการขายอ้อยโรงงานของเกษตรกร ณ โรงงานน้ำตาลมีปริมาณอย่างไม่จำกัด ณ ระดับราคาหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจดียิ่งขึ้นได้แสดงรูปภาพที่ 4.7 โดย ณ ระดับราคาขาย  $\bar{P}$  ปริมาณความต้องการขาย  $Q$  มีอยู่อย่างไม่จำกัด เส้นอุปทานจึงมีลักษณะเป็นเส้นตรงตั้งฉากกับแกนตั้ง และขนานกับแกนนอน



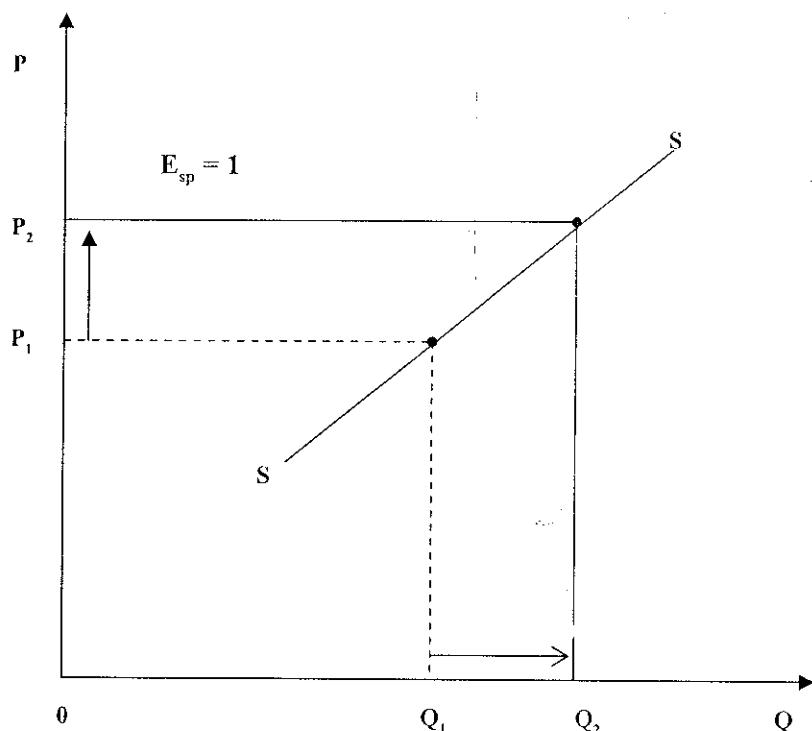
รูปภาพที่ 4.7 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าเท่ากับอนันต์ ( $E_{sp} = \infty$ )

2. อุปทานต่อราคา มีค่าความยืดหยุ่นมาก (elasticity supply) หากถึง เบอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการขายสินค้าและบริการมีค่ามากกว่าเบอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาขาย เช่น ค่าความยืดหยุ่นของชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ เท่ากับ 3 หมายความว่า ถ้าราคาชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณความต้องการขายชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ดังกล่าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เป็นต้น กรณีนี้ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่ามากกว่า 1 แต่น้อยกว่า  $\alpha$  ( $1 < E_{sp} < \alpha$ ) สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าอุตสาหกรรม เพราะมีความสามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณการขายอย่างรวดเร็ว เมื่อราคาขายเปลี่ยนไป เพื่อให้เข้าใจดียิ่งขึ้น ได้แสดงรูปภาพที่ 4.8 ไว้ทุกอย่างใช้การเปลี่ยนแปลงของ  $\Delta Q$  มากกว่า  $\Delta P$  ลักษณะของเส้นอุปทานจะมีค่าความชันน้อยและค่อนข้างลาดเทจากซ้ายไปขวา



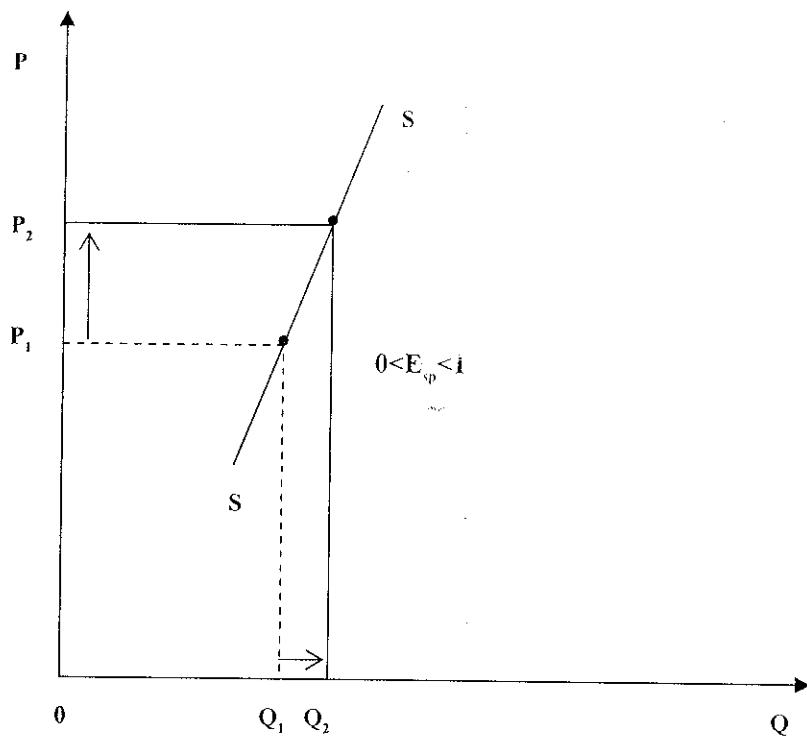
รูปภาพที่ 4.8 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่ามาก ( $1 < E_{sp} < \alpha$ )

3. อุปทานต่อราคามีค่าความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elasticity supply) หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการขายมีค่าเท่ากับเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาขาย เช่น ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคากองนี้เปรียบเท่ากับ 1 หมายความว่า ถ้าราคาขายของนั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณความต้องการขายนั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เป็นต้น เพื่อให้เข้าใจดีขึ้นได้แสดงรูปภาพที่ 4.9 โดยเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของ  $\Delta Q$  เท่ากับ  $\Delta P$  ลักษณะของเส้นอุปทานจะสมมาตรกับแกนตั้งและแกนนอน หมายถึงทำนุមั่นกับแกนนอน 45 องศา



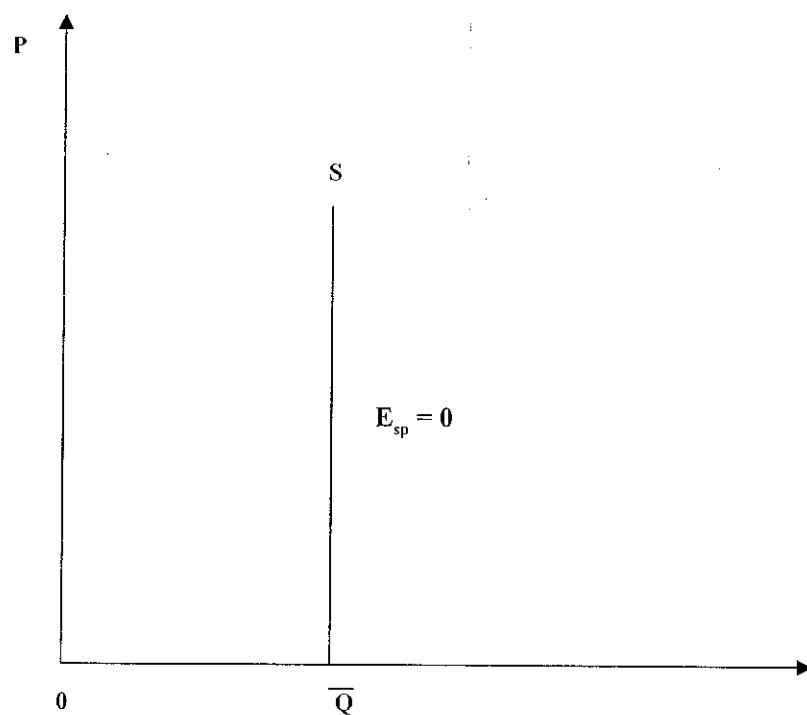
รูปภาพที่ 4.9 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าเท่ากับ 1 ( $E_{sp} = 1$ )

4. อุปทานต่อราคามีค่าความยืดหยุ่นน้อย (inelasticity supply) หมายถึง เปอร์เซ็นต์เปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการขายมีค่าน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาขาย เช่น ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคากลืนจี้เท่ากับ 0.45 หมายความว่าถ้าราคาขายของกลืนจี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณความต้องการขายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.45 เป็นต้น กรณีค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่ามากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1 ( $0 < E_{sp} < 1$ ) สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าเกษตร เพราะมีระยะเวลาตั้งแต่เพาะปลูกจนกระทั่งเก็บเกี่ยวว่างานระยะหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจดีขึ้นได้แสดงรูปภาพที่ 4.10 โดยเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการขาย  $\Delta Q$  น้อยกว่า  $\Delta P$  เส้นอุปทานจะมีลักษณะชันมากและมีความลาดเอียงน้อย



รูปภาพที่ 4.10 แสดงค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าน้อย ( $0 < E_{sp} < 1$ )

5. อุปทานต่อราคามีค่าความยึดหยุ่นน้อยที่สุด (ไม่มีค่าความยึดหยุ่นเลย) (perfectly inelasticity of supply) หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการขายไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ถึงแม้ว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาขายจะมีอย่างไม่จำกัด สินค้าที่มีค่าความยึดหยุ่นดังกล่าว ได้แก่ ภาพวาดโมนาลิซ่า และที่คินย่านธุรกิจ และวัตถุโบราณ เป็นต้น โดยที่ราคาขายของสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา แต่ปริมาณความต้องการขายหรือการผลิตไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ นั่นหมายความว่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าเท่ากับศูนย์ ( $E_{sp} = 0$ ) เพื่อให้เข้าใจดี ยิ่งขึ้น ได้แสดงรูปภาพที่ 4.11 โดยที่  $P$  จะเพิ่มขึ้นตลอดเวลาอย่างไม่จำกัด และ  $\bar{Q}$  ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เลย เส้นอุปทานจึงเป็นลักษณะเป็นเส้นตรงตั้งฉากกับแกนนอนและขนานกับแกนตั้ง



รูปภาพที่ 4.11 แสดงค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคามีค่าน้อยที่สุด  
หรือไม่มีค่าความยึดหยุ่นเลย ( $E_{sp} = 0$ )

## 4.8 ปัจจัยกำหนดค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคา

### (Determinants of Price Elasticity of Supply)

ปัจจัยจำนวนหนึ่งที่มีผลต่องานดของค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคา ปัจจัยดังกล่าวมี พลกระบทดอค่าความยืดหยุ่นได้ดังต่อไปนี้ (Hyman, 1992, pp.165-166)

#### 1. ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย

ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคานี้อยู่กับต้นทุนการผลิตต่อหน่วย กล่าวคือ ถ้าผู้ขายเพิ่มปริมาณการขายหรือปริมาณการผลิต และทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมาก กรณีเช่นนี้สินค้าดังกล่าวมีค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามาก (elasticity supply) ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากผู้ขายเพิ่มปริมาณการขายหรือปริมาณการผลิต และทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยเพิ่มขึ้นอย่างช้า กรณีเช่นนี้สินค้าดังกล่าวมีค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคาน้อย (inelastic supply)

#### 2. ระยะเวลา

ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคานี้อยู่กับระยะเวลาของการปรับตัวของปริมาณ ความต้องการขายหรือผลิตที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขายของสินค้าและบริการ กล่าวคือ ถ้าหาก ราคาขายของสินค้าและบริการเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วมาก ปริมาณความต้องการขายหรือผลิตไม่สามารถปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างทันทีทันใด เพราะต้องใช้ระยะเวลาการปรับตัว สินค้าและบริการดังกล่าวมีค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคาน้อย ในทางตรงกันข้ามถ้าหากปริมาณความต้องการขายหรือผลิตมีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อระดับราคาที่เปลี่ยนแปลงไป สินค้าดังกล่าวมีค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามาก เช่น สินค้าอุตสาหกรรมมีการเพิ่มปริมาณการขายหรือผลิตได้อย่างรวดเร็ว ถ้าหากราคาสินค้าดังกล่าวมีราคาเพิ่มสูงขึ้น เพราะใช้ระยะเวลาไม่นานในการผลิต แตกต่างจากสินค้าเกษตรซึ่งต้องใช้ระยะเวลามาก ตั้งแต่เริ่มปลูก จนกระทั่งเก็บเกี่ยวออกสู่ตลาด ดังนั้น สินค้าเกษตรจึงมีค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคาน้อย ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมมีค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคามาก

#### 4.9 สรุป

ค่าความยึดหยุ่น เป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผล โดยถ้าตัวแปรเหตุเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้ตัวแปรผลเปลี่ยนไปร้อยละเท่าไร ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน เป็นค่าที่วัดขนาดของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ และอุปทาน ซึ่งค่าความยึดหยุ่นดังกล่าวมีค่าเป็นบวกเสมอหรือค่าสัมบูรณ์ (absolute) ส่วนเครื่องหมายบวกและลบ หมายความว่าค่าความยึดหยุ่น แสดงทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุ และตัวแปรผล

ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ขึ้นอยู่กับปัจจัยตัวแปรเหตุที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ ได้แก่ ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ และค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้ โดยที่ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีอยู่ 5 ประเภท ขึ้นอยู่กับสินค้า ดังกล่าวมีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต หรือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ถ้าเป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาก็จะมีค่าน้อย หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการสินค้าและบริการมีค่าน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการสินค้าและบริการมีค่ามากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคานำสัมารับค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ แบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท คือสินค้าปกติ และสินค้าด้อยคุณภาพ ในประเด็นของการศึกษาค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้ จะแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภทที่สำคัญ คือ สินค้าทดแทนกันและสินค้าที่ใช้ประกอบกัน

การคำนวณค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์จะมีทั้งแบบบุคคล และแบบช่วง นอกจากนี้การคำนวณค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคายังนำไปสู่การพยากรณ์รายได้และรายจ่ายอีกด้วย ปัจจัยที่กำหนดค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ ได้แก่ ความสามารถในการทดแทนสินค้านิดอื่นๆ ระยะเวลา และสัดส่วนรายได้ที่ใช้ในการซื้อสินค้าชนิดนั้น

ส่วนค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคาก็จะมีค่ามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสินค้าดังกล่าว เป็นสินค้าเกษตรซึ่งใช้ระยะเวลาในการผลิตนานาภัยระยะเวลาหนึ่ง ค่าความยึดหยุ่นจะมีค่าน้อย กล่าวคือเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการขายจะน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคายา ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมมีระยะเวลาการผลิตไม่นาน จึงมีค่าความยึดหยุ่นค่อนข้างมาก กล่าวคือ เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการขายจะมากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคายา ตั้งนี้ปัจจัยกำหนดค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคางานนี้ คือ ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย และระยะเวลา

#### 4.10 แบบฝึกหัด

1. จากข้อ 1.1-1.6 ต่อไปนี้เป็นค่าความยึดหยุ่น ให้พิจารณาว่าแต่ละข้อมูลเครื่องหมายเป็นบวก หรือลบ (positive or negative) และขนาดของค่าความยึดหยุ่นมีมากกว่า 1 , เท่ากับ 1 หรือน้อยกว่า 1
  - 1.1 ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ไอศกรีม ณ จุดที่มีราวดีสูงสุด
  - 1.2 ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้ของไอศกรีม เมื่อคำนึงถึงราคารองโดยเกียร์ต
  - 1.3 ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของการห้องเที่ยวในทะเลแคลิเบียน
  - 1.4 ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของยาสีฟัน
  - 1.5 ค่าความยึดหยุ่นของอุปทานปลาแซลมอน
  - 1.6 ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้ของข้าวโพดที่ทำปือปอร์น เมื่อคำนึงถึงราคากล่องที่ทำปือปอร์น

#### 2. จากตารางอุปสงค์ของการเช่าวีดิโอเทป แสดงได้ดังต่อไปนี้

ราคา (บาทต่อวัน)	ปริมาณอุปสงค์ (วันต่อวัน)
0	150
10	125
20	100
30	75
40	50
50	25
60	0

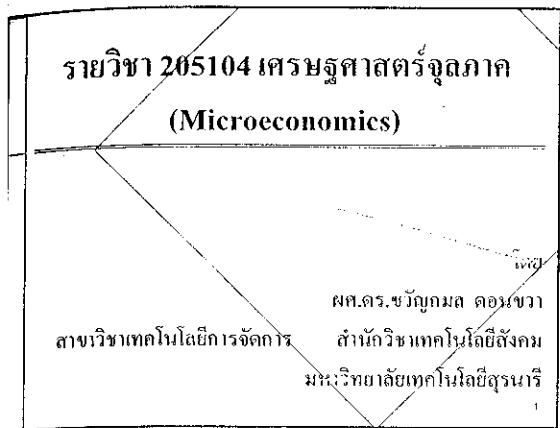
จากตารางดังกล่าว จงตอบคำถามต่อไปนี้

- 2.1 ณ ราคานี้เท่าไร ที่ทำให้ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากล่องที่ทำปือปอร์น 1,  $\alpha$ , 0
- 2.2 คำนวณค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากล่องที่เช่าวีดิโອิ่มค่าเช่า วีดิโอด้วยจำนวน 40 บาทต่อวัน เป็น 50 บาทต่อวัน
- 2.3 สมมุติว่าค่าเช่าวีดิโอเทปเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทุกรอบดับราคากล่องที่เช่า ให้วาดรูปเส้นอุปสงค์เก่าและใหม่
- 2.4 คำนวณค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากล่องที่เช่าวีดิโอด้วยจำนวน 40 บาทต่อวัน เป็น 50 บาทต่อวัน
- 2.5 เปรียบเทียบค่าความยึดหยุ่นตามข้อ 2.2 และ 2.4

**3. จากตารางต่อไปนี้ แสดงข้อมูลอุปทานของคุกคิ้ซ็อก โภเกต**

ราคา (บาทต่อกล่อง)	ปริมาณอุปทาน (พันกล่องต่อวัน)	
	ระยะสั้น	ระยะยาว
10	300	0
20	500	500
30	700	1,000

จงคำนวณค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคา ณ ระดับราคา 15 บาทต่อกล่อง และ 25 บาทต่อกล่อง




---

---

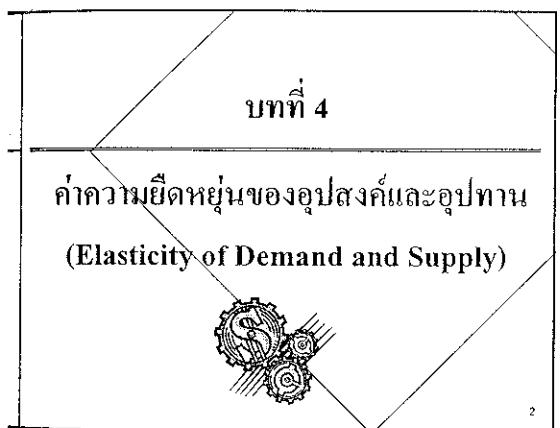
---

---

---

---

---




---

---

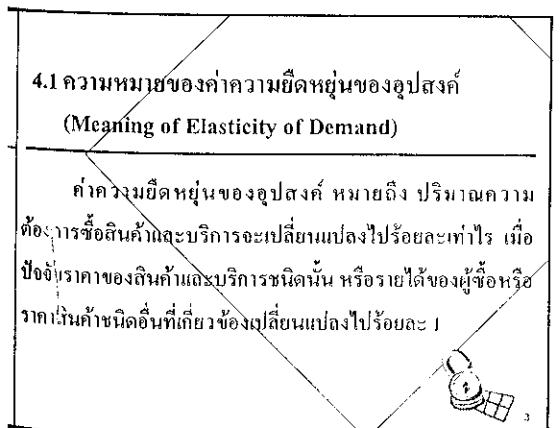
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

**ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ : 3 ชนิด**

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา  
(price elasticity of demand)
2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้  
(income elasticity of demand)
3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ไขว้  
(cross elasticity of demand)




---



---



---



---



---



---

### 4.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand)



ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา หมายถึง สัดส่วนของเมอร์เซ่นการเปลี่ยนแปลงในปริมาณอุปสงค์ของสินค้าและบริการ กับเมอร์เซ่น การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการนิดเด่นโดยที่เมอร์เซ่นการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการเป็นตัวบวก หาก ส่วนเมอร์เซ่นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์เป็นตัวลบ แปลผล ซึ่งสามารถแสดงสัดส่วนของค่าความยืดหยุ่นหลังกล่าวได้ดังด้านไปนี้

---



---



---



---



---



---



---



---

**สูตร**

$$E_{dp} = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta p}$$

ตัวอย่าง : ถ้ารากค่าธรรมเนียมในการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทำให้จำนวนนักศึกษาที่เข้าเรียนในสถาบันอุดมศึกษาลดลงร้อยละ 20

ดังนั้น

$$E_{dp} = \frac{-20\%}{+10\%} = -2$$


---



---



---



---



---



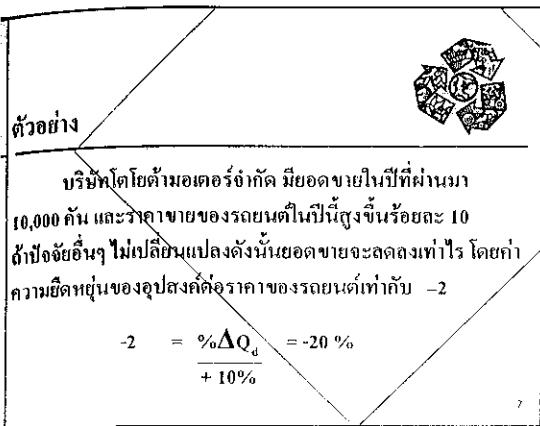
---



---



---




---

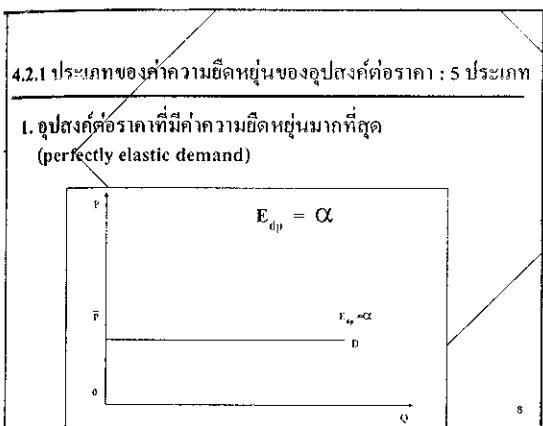
---

---

---

---

---




---

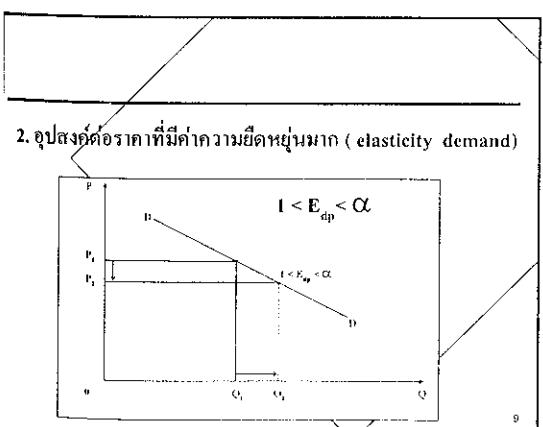
---

---

---

---

---




---

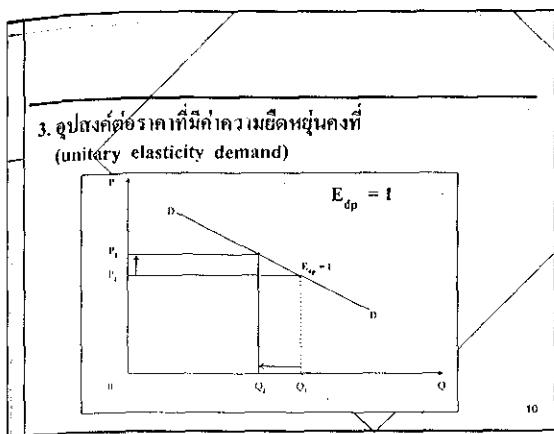
---

---

---

---

---




---

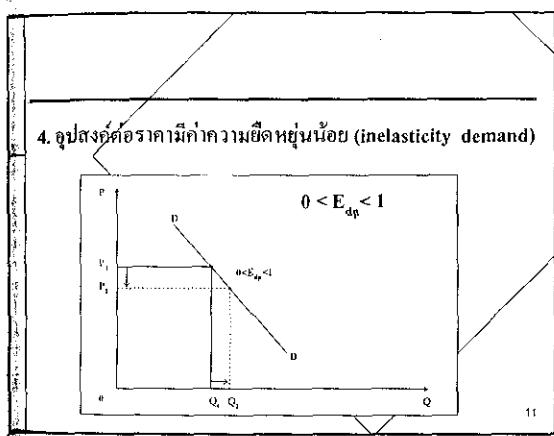
---

---

---

---

---




---

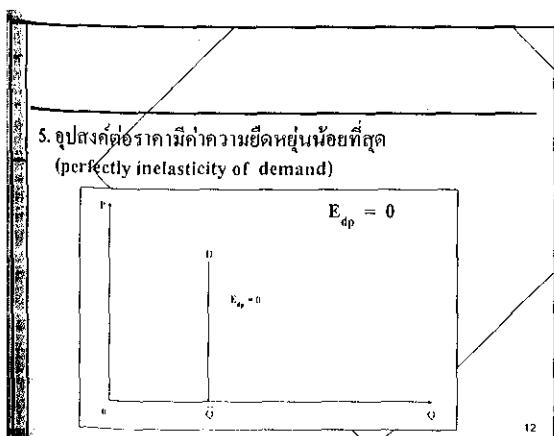
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

**4.2.2 การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา  
(Calculating Elasticity of Demand)**

4.2.2.1 การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาแบบจุด (Point elasticity of demand) เป็นการคำนวณตามความหมายของค่าความยืดหยุ่นดังได้กล่าวแล้วข้างต้น ซึ่งเป็นการวัดค่าการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงราคาน้อยที่สุด



13

ดูดาว

$$\text{ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบจุด} = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2}$$

$$\text{หรือ } E_{dp} = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_1 - P_2}$$

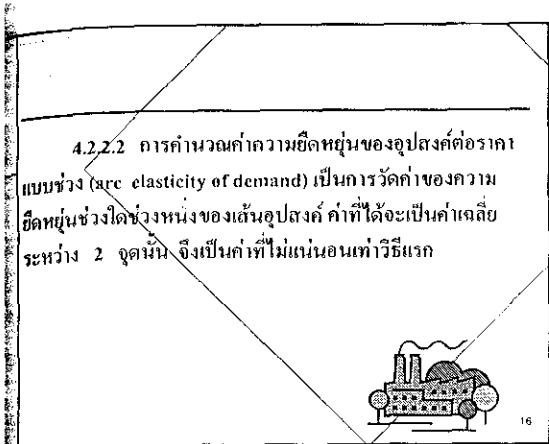
14

ตัวอย่าง

ตั้กกระถางมีราก 10 บาทต่อต้น บริการความต้องการซื้อของผู้บริโภคเท่านั้น 100 ต้น ต่อรากรากกระถางเพิ่มขึ้นเป็น 15 บาท ต้องการรู้ว่ามีความต้องการซื้อตั้กกระถางเพิ่มลดลงเป็น 80 ต้น องหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคายอดตั้กกระถางถ้าตั้งค่าไว้ หัวข้อมันต้องเป็นความหมาย

ตั้กกระถาง	$Q_1 = 100 \text{ ต้น}$	$P_1 = 10 \text{ บาทต่อต้น}$
	$Q_2 = 80 \text{ ต้น}$	$P_2 = 15 \text{ บาทต่อต้น}$
แทนค่า	$E_{dp} = \frac{100 - 80}{100 + 80} \times \frac{10 + 15}{10 - 15}$	
	$= \frac{20}{180} \times \frac{25}{-5}$	$= -0.56$

15




---

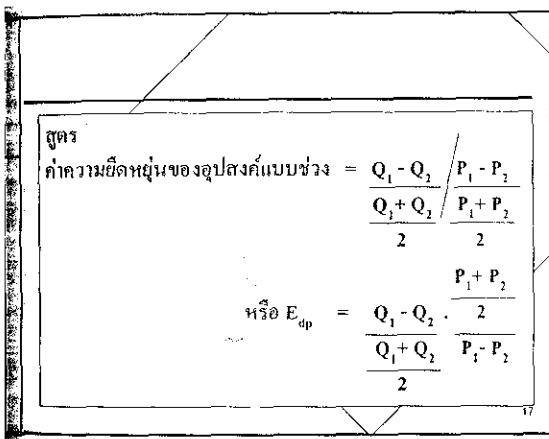
---

---

---

---

---




---

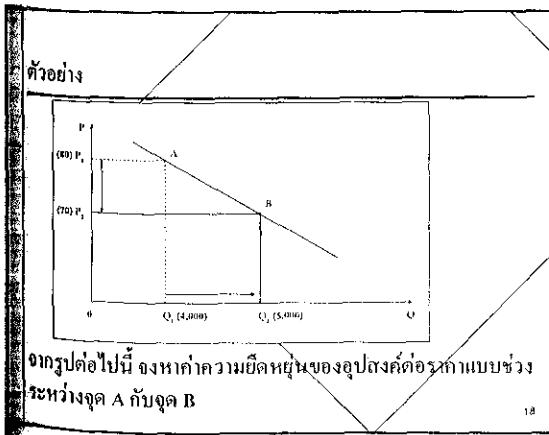
---

---

---

---

---




---

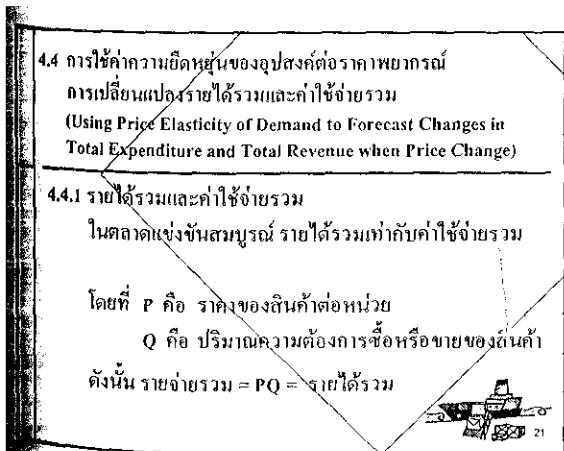
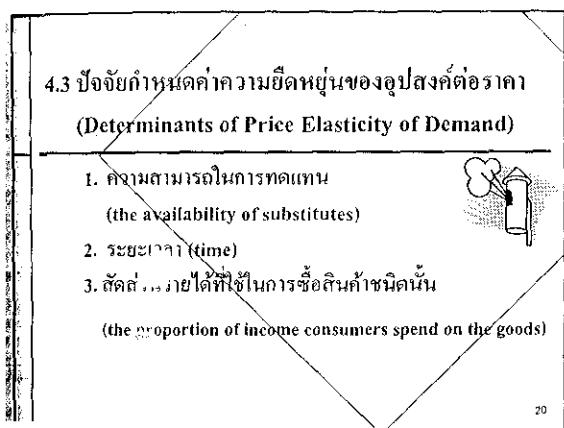
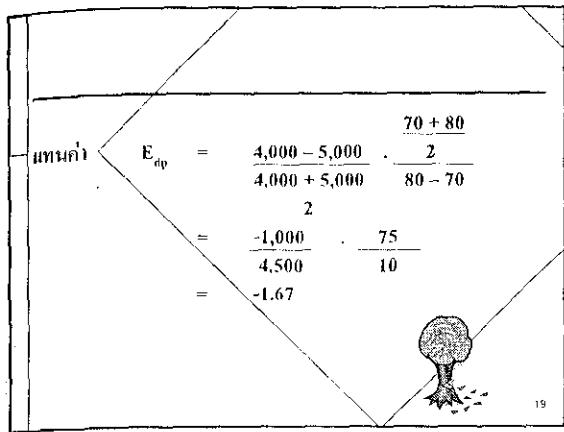
---

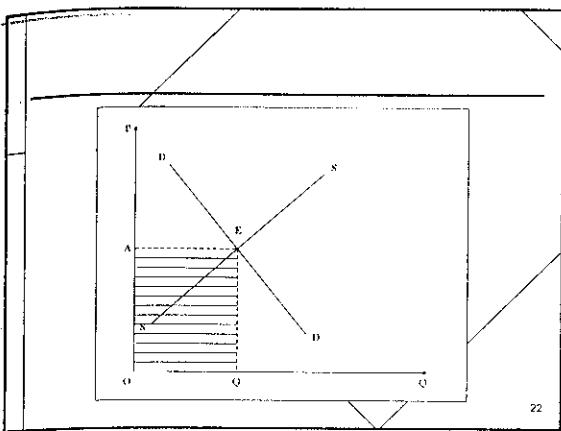
---

---

---

---






---

---

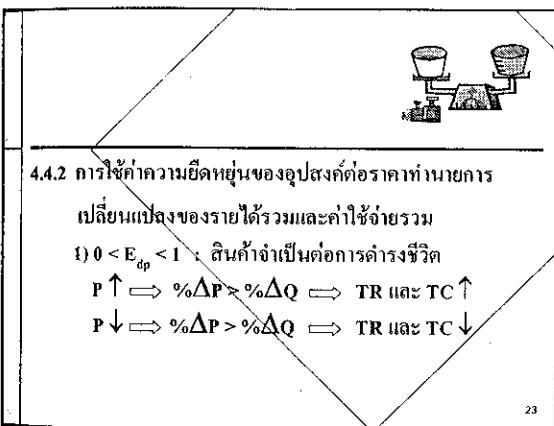
---

---

---

---

---




---

---

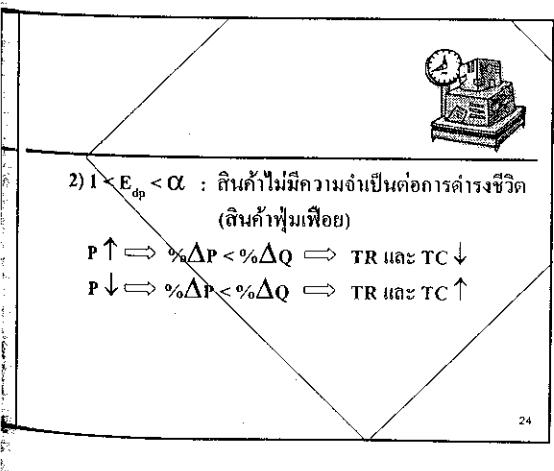
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

**ตารางที่ 4.1 เม็ดคิดถ้าความเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ต่อรายได้รวมหรือ  
กี่เปอร์เซ็นต์**

เม็ดคิดถ้าความเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ต่อรายได้รวม	เม็ดคิดถ้า	เม็ดคิดถ้าลดลง	เม็ดคิดถ้าลดลงของอุปสงค์ต่อรายได้รวม
กี่เปอร์เซ็นต์ของอุปสงค์ต่อรายได้รวมที่เพิ่มขึ้น	กี่เปอร์เซ็นต์ของอุปสงค์ต่อรายได้รวมที่ลดลง	P.Q	P.Q
ผู้คนต้องหันมาซื้อสินค้า	ผู้คนหันมาซื้อสินค้า	ผู้คนหันมาซื้อสินค้า	ผู้คนหันมาซื้อสินค้า
(Expenditure)	(Expenditure)	(Expenditure)	(Expenditure)
ผู้คนต้องหันมาซื้อสินค้า	ผู้คนต้องหันมาซื้อสินค้า	0	0
(Income)	(Income)	(Income)	(Income)
ผู้คนต้องหันมาซื้อสินค้า	ผู้คนต้องหันมาซื้อสินค้า	เมื่อยิ่ง % การเปลี่ยนแปลงของรายได้	เมื่อยิ่ง % การเปลี่ยนแปลงของรายได้
(Indirect)	(Indirect)	(Indirect)	(Indirect)

25

**4.5 ความเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ต่อรายได้** (Income Elasticity of Demand)



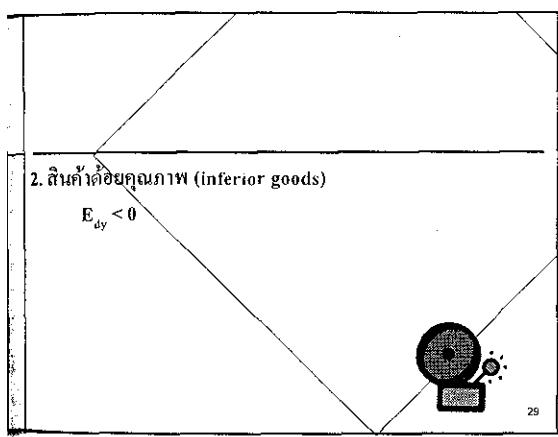
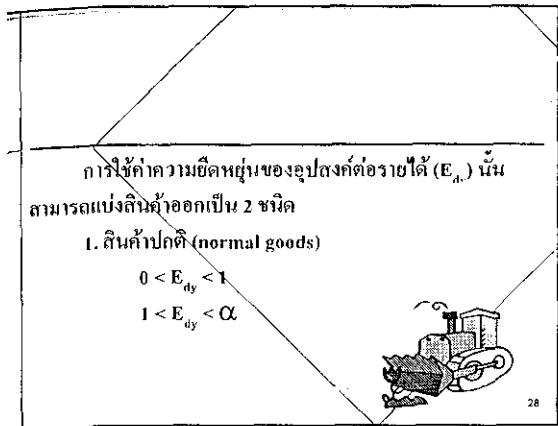
ความเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ต่อรายได้ หมายความว่า เศษส่วนของ การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคเมื่อ รายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 หรือหมายถึงการวัดการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของผู้บริโภค ว่าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าไร เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1
26

**สูตร**

$$\text{ก่อความเพิ่มขึ้น} = \frac{\text{เปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อของอุปสงค์ต่อรายได้}}{\text{เปลี่ยนแปลงของรายได้}}$$

$$\text{หรือ } E_{dy} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta y}$$

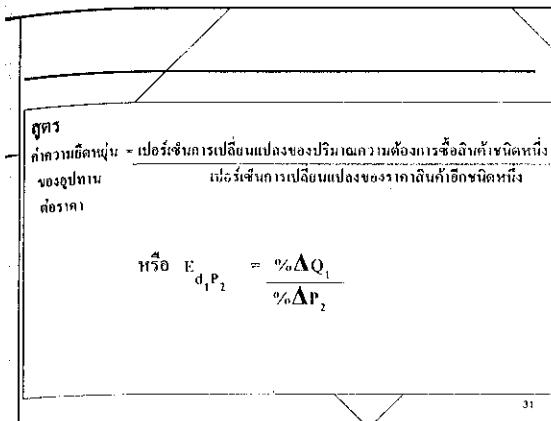
27



**4.6 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้**  
(Cross Elasticity of Demand)



ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้ หรือค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคางานซึ่งนิยมอ้างถึงว่าต้องห้ามหันหัวโดยที่ต้องเปลี่ยนแปลงไป  
เช่นเพื่อลงแรงงานการผลิตอีกชิ้นเดียวกันไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไปรักษา 1  
ทั่วอย่างที่เห็น ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ เมื่อวัว เทื่องคาน น่องคี้งราคางาน  
เพิ่มขึ้นจะรักษาเก็บอยู่ เช่นค่าแรงที่จ่ายเพิ่มลงบวก impact ความต้องการเนื้อรักษา  
ที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากราคางานของเนื้อรักษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 โดย  
ที่ทางเดินน้ำประปาอื่นๆ ก็




---



---



---



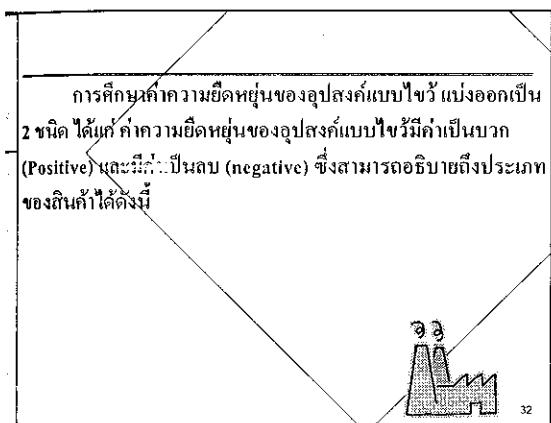
---



---



---




---



---



---



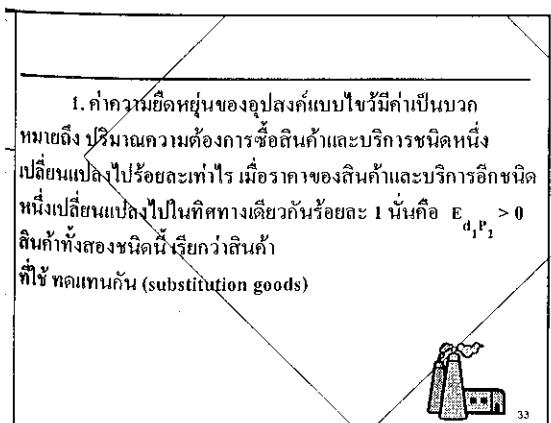
---



---



---




---



---



---



---



---



---

2. ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์แบบไขว้ซึ่งเป็นลบ หมายถึง บริโภคกาวต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ร้อยละเท่าไร เมื่อรากาของสินค้าและบริการอีกชนิดหนึ่ง เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 1 หนึ่งคือ  $E_{d_1 P_2} < 0$  สินค้าทั้งสองนี้จึงเรียกว่าสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (complementary goods)



34

---

---

---

---

---

4.7 ความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคา  
(Price Elasticity of Supply)

ค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคา หมายถึง การที่รากาของ สินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณ ความต้องการขายของสุ่มๆ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ เท่าไร ค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคานี้ค่าสัมบูรณ์ (absolute) เพ่นเทียบกับ ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคานี้ค่าตัวจริง ค่าความยึดหยุ่นของอุปทานต่อราคานี้เรียกว่า กฎของอุปทาน (law of supply) ที่แสดงพฤติกรรม ของผู้ขายหรือผู้ผลิต



35

---

---

---

---

---

**สูตร**

$$\text{ค่าความยึดหยุ่น} = \frac{\text{เมอร์เซอร์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการขาย}}{\text{เมอร์เซอร์การเปลี่ยนแปลงของราคายา}}$$

$$\text{หรือ } E_{sp} = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P}$$

36

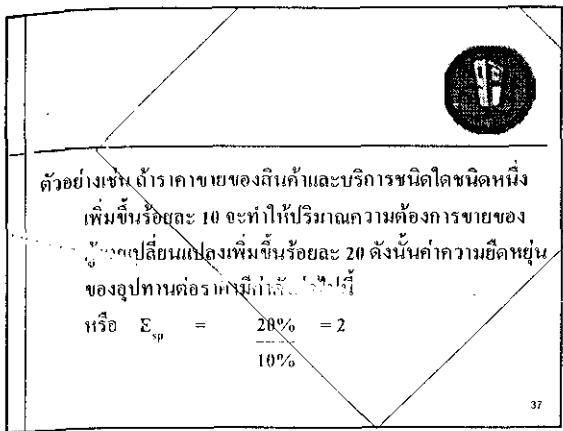
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

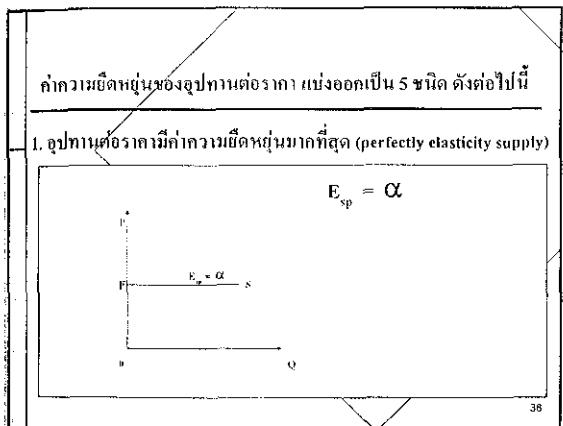
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

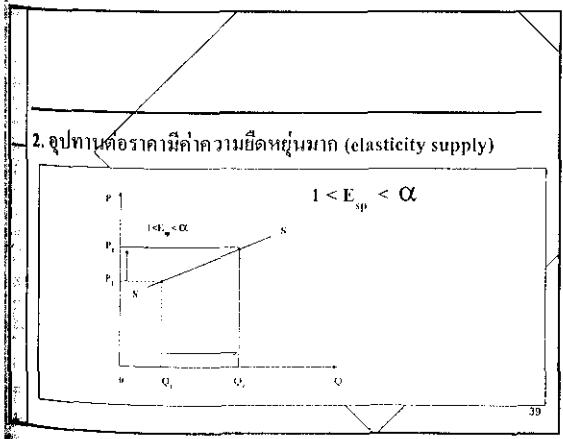
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

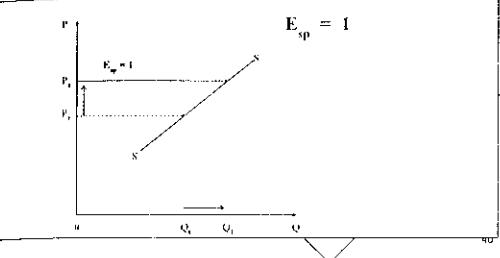
---

---

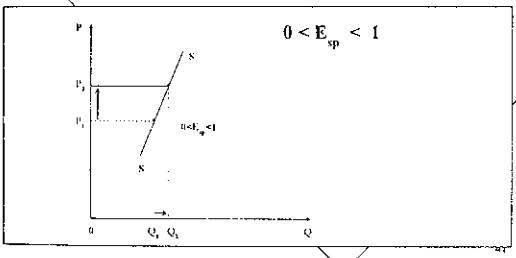
---

---

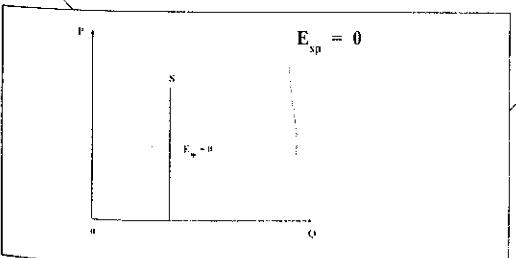
3. อุปทานต่อราคานีค่าความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elasticity supply)



4. อุปทานต่อราคานีค่าความยืดหยุ่นน้อย (inelasticity supply)



5. อุปทานต่อราคานีค่าความยืดหยุ่นน้อยที่สุด (perfectly inelastic supply)



**4.8 ปัจจัยกำหนดค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคา  
(Determinants of Price Elasticity of Supply)**

1. ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย  
2. ระยะเวลาก



43

---



---



---



---



---



---



---

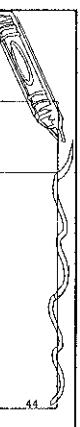


---

**แบบฝึกหัด**

**2. หาตารางและสูตรของการหาวิธีโดยเน้น และทางได้ดังต่อไปนี้**

ราคา (บาทต่อม้วน)	ปริมาณอุปทาน (ม้วนต่อวัน)
0	150
10	125
20	100
30	75
40	50
50	25
60	0



44

---



---



---



---



---



---



---

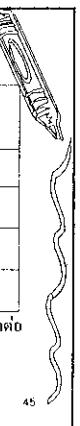


---

**3. หาตารางตามที่ไปนี้ และงบประมาณของอุปทานต่อวันก็จะได้**

ราคา (บาทต่อหลอด)	ปริมาณอุปทาน (พื้นที่ต่อวัน)	
	ระยะสั้น	ระยะยาว
10	300	0
20	500	500
30	700	1,000

งบประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปทานต่อราคา 15 บาทต่อ  
หลอด และ 25 บาทต่อหลอด



45

---



---



---



---



---



---



---



---

## บทที่ 5

### อุปสงค์และอุปทาน : การวิเคราะห์และการนำไปใช้

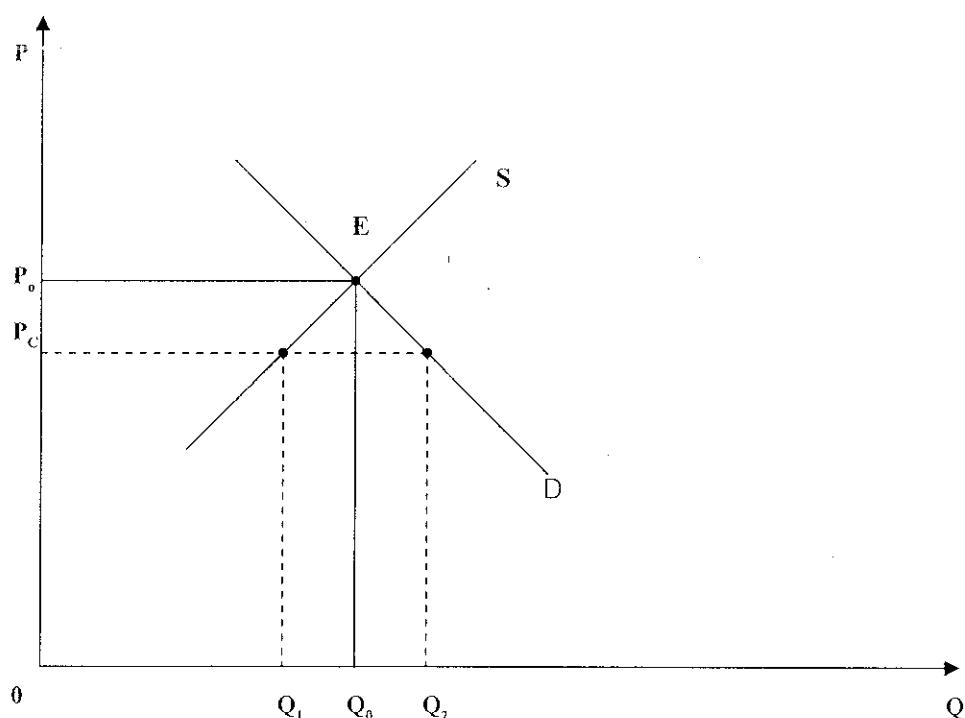
ในบทที่ 3 และบทที่ 4 ได้กล่าวถึงอุปสงค์ อุปทาน คุณภาพในตลาด ตลอดจนค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ และอุปทาน ซึ่งมีประโยชน์มากในการวิเคราะห์และการนำไปใช้ในปัจจุบัน โดยได้มีการอธิบายถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาของสินค้านิดนั้น รายได้และราคาสินค้านิดนั้นที่เกี่ยวข้องจะทำให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้นระหว่างสินค้าจำเป็นและสินค้าฟุ่มเฟือย สินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าปกติและสินค้าด้อยคุณภาพ สินค้าประกอบกันและสินค้าทดแทนกัน สำหรับในบทนี้ได้มีการนำเรื่องอุปสงค์ อุปทาน และค่าความยึดหยุ่นมาใช้กับนโยบายการกำหนดราคา นโยบายภาษี และความล้มเหลวของตลาดอันเนื่องมาจากการประทับภายนอก และสินค้าสาธารณะ ซึ่งจะได้อธิบายถึงในลำดับต่อไป

#### 5.1 นโยบายการกำหนดราคา

จากแนวความคิดในเรื่องคุณภาพของตลาดและค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน ดังกล่าวในบทที่ 3 และ 4 สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ปัญหาเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน ได้หลายด้าน โดยเฉพาะนโยบายแทรกแซงราคาสินค้าของรัฐบาล เพื่อที่จะทำให้ราคาน้ำมันเสื่อมสภาพและช่วยเหลือผู้ผลิตหรือผู้บริโภคไม่ให้เดือดร้อน นโยบายดังกล่าวเป็นการควบคุมราคา แบ่งเป็น 2 นโยบาย คือ นโยบายการกำหนดราคาก๊าซสูง (price ceiling) และนโยบายการกำหนดราคาก๊าซต่ำ (price floor) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 5.1.1 นโยบายการกำหนดราคาน้ำมันสูง

นโยบายการกำหนดราคาน้ำมันสูง คือนโยบายที่กำหนดราคาน้ำมันสูงสุดที่ผู้ขายสามารถขายให้ผู้บริโภคได้ นโยบายนี้เป็นนโยบายที่รัฐบาลช่วยเหลือและคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การกำหนดราคาน้ำมันอย่างเป็นต้น จุดมุ่งหมายของนโยบายก็เพื่อให้ผู้บริโภคซื้อในราคาน้ำมันที่ต่ำกว่าราคากลาง市场价格ที่รัฐบาลกำหนดไว้ สูงเกินไปจนทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน สนับสนุนค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตและมีราคาน้ำมันสูงเกินไป วิธีการคือรัฐบาลจะควบคุมราคาโดยกำหนดราคาน้ำมันสูงสุดของสินค้านั้น โดยการห้ามไม่ให้ขายสินค้าเกินกว่าราคาน้ำมันที่รัฐบาลกำหนด ซึ่งอธิบายโดยรูปภาพที่ 5.1

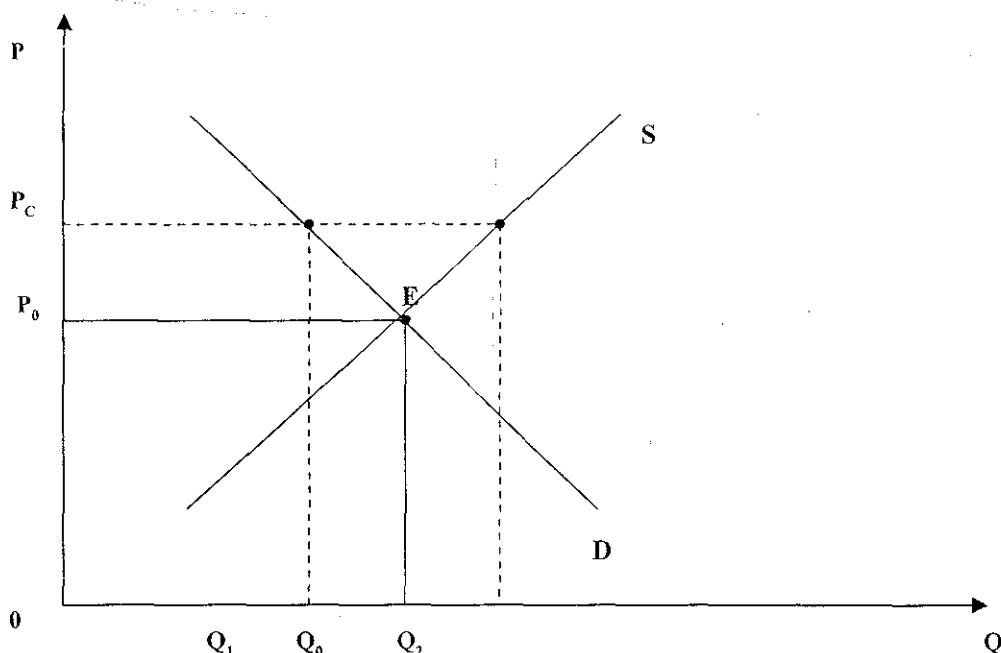


รูปภาพที่ 5.1 แสดงการกำหนดราคาน้ำมันสูง

จากรูปภาพที่ 5.1 ระดับราคาและปริมาณคุณภาพ คือ  $P_0$  และ  $Q_0$  ซึ่งรัฐบาลเห็นว่าราคาน้ำมันสูงเกินไปจนทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน ดังนั้นรัฐบาลจึงเข้ามาแทรกแซงราคาโดยกำหนดราคาน้ำมันสูงอยู่ที่ระดับราคากลางคุณ  $P_c$  และ ณ ระดับราคากลางคุณนี้ผู้บริโภคต้องการซื้อ  $OQ_2$  แต่ผู้ขายนำมายังเพียง  $OQ_1$  ซึ่ง  $OQ_1$  น้อยกว่า  $OQ_2$  ทำให้เกิดปัญหาสินค้าดังกล่าวขาดแคลนในตลาด เนื่องจาก อยุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) เท่ากับ  $Q_1 Q_2$  ดังนั้นรัฐบาลจะใช้นโยบายการกำหนดราคาน้ำมันสูงให้ได้ผลดีรัฐบาลต้องมีนโยบายต่อเนื่อง เช่น การปันส่วนสินค้า การจัดหาราษีนค้าสำหรับคนยากไร้เพิ่มเติบโต หรือการนำเข้ามาจากการต่างประเทศ เป็นต้น

### 5.1.2 นโยบายการกำหนดราคาขั้นต่ำ

นโยบายการกำหนดราคาขั้นต่ำ คือ นโยบายที่กำหนดราค่าดำเนินการที่ผู้ขายสามารถขายได้ นโยบายนี้เป็นนโยบายที่รัฐบาลช่วยเหลือและคุ้มครองผู้ผลิต เพราะเห็นว่าราคาตลาดหรือราคากลางในตลาดต่ำเกินไป เช่นการกำหนดราคาขั้นต่ำของข้าวเปลือกเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร เป็นต้น นอกงานนี้ นโยบายการกำหนดราคาขั้นต่ำนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในตลาดแรงงาน (labour market) คือ นโยบายการกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำ วิธีการของนโยบายดังกล่าว คือรัฐบาลจะกำหนดราคาขั้นต่ำของสินค้านั้น ซึ่งจะบบฯ ได้ดังรูปภาพที่ 5.2



รูปภาพที่ 5.2 แสดงการกำหนดราคาขั้นต่ำ

จากรูปภาพที่ 5.2 ระดับราคาและปริมาณคุณภาพ คือ  $P_0$  และ  $Q_0$  ซึ่งรัฐบาลเห็นว่าราค  $P_0$  ดังกล่าวเป็นราค่าที่ต่ำเกินไปจนทำให้ผู้ผลิตเดือดร้อน ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องเข้ามายแทรกแซงราคาโดยการกำหนดราคาขั้นต่ำ  $P_c$  ซึ่งสูงกว่า  $P_0$  และ ณ ระดับราคากลาง  $P_c$  นี้ทำให้มีอุปสงค์  $OQ_1$  และอุปทาน  $OQ_2$  โดยอุปทานมากกว่าอุปสงค์ หรือ  $OQ_2$  มากกว่า  $OQ_1$  ทำให้เกิดปัญหาสินค้าล้นตลาดซึ่งเรียกว่าอุปทานส่วนเกิน (excess supply) เท่ากับ  $Q_2 - Q_1$  ดังนั้น หากจะใช้นโยบายการกำหนดราคาขั้นต่ำให้ได้ผล รัฐบาลจะต้องมีนโยบายต่อเนื่อง เพื่อทำให้ปัญหาสินค้าล้นตลาดหมดไป เช่น การรับซื้อผลผลิตส่วนเกินไปเก็บไว้ การส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ หรือการลดพื้นที่เพาะปลูก เป็นต้น

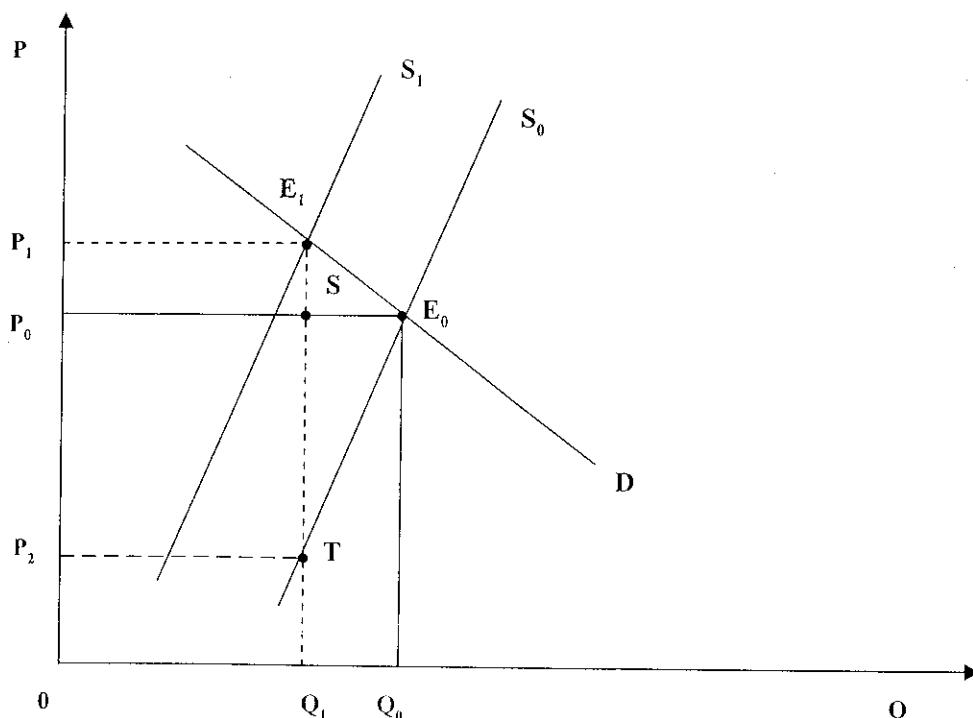
จากนโยบายการกำหนดราคาขั้นสูงและการกำหนดราคาน้ำมันค้าขั้นต่ำของรัฐบาล ทำให้เกิดปัญหาสินค้าขาดแคลน และปัญหาน้ำมันค้าล้นตลาด ตามลำดับ ปัญหาดังกล่าวจะมีผลกระทบอย่างมาก ขึ้นอยู่กับความยึดหยุ่นของสินค้าดังกล่าว นั่นคือ ถ้าความยึดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานมีค่ามาก ปัญหาทั้งสองก็จะหายไป แต่ถ้าความยึดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานมีค่าต่ำ ปัญหาทั้งสองก็ยังคงอยู่

## 5.2 นโยบายภาษี

การนำเรื่องของอุปสงค์ อุปทาน และค่าของความยึดหยุ่นมาใช้กับนโยบายภาษีนี้ เป็นเรื่องที่ยุ่งยากซับซ้อน เพราะการที่มีการเก็บภาษี ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น ทำให้เส้นอุปทานเปลี่ยนแปลงขึ้นไปทางด้านซ้าย อันเนื่องมาจากมีต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นนั่นเอง เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบของการเก็บภาษีในที่นี้จะศึกษาเพียงนโยบายการเก็บภาษีต่อหน่วย ได้แก่ ภาษีสรรพสามิต ซึ่งประเทศไทยเคยเก็บจากน้ำมันและสินค้าอื่นๆ ผลกระทบของการเก็บภาษีดังกล่าวทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น นโยบายภาษีดังกล่าวนั้นรัฐบาลจะเก็บจากผู้ผลิตสินค้า และผู้ผลิตสินค้าจะสามารถผลักภาระภาษีให้ผู้ซื้อได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน นั่นหมายความว่าการผลักภาระภาษีขึ้นอยู่กับ ลินค้าที่ถูกเก็บภาษีต่อหน่วยว่าเป็นสินค้าจำเป็นหรือสินค้าฟุ่มเฟือยนั่นเอง ดังจะได้อธิบายเป็นลำดับต่อไป

### 5.2.1 นโยบายภาษีกับสินค้าฟุ่มเพื่อย

สินค้าฟุ่มเพื่อย หมายถึง สินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต สินค้าดังกล่าวมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่ำราคามาก กล่าวคือถ้าลดราคาสินค้าดังกล่าวเพียงเล็กน้อย จะทำให้มีปริมาณความต้องการซื้อมาก เช่น การลดราคาของเสื้อสำเร็จรูปจากราคาเต็ม 200 บาท เหลือเพียง 199 บาท จะทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และถ้าหากมีการเก็บภาษีจากสินค้าฟุ่มเพื่อยดังกล่าวจากผู้ผลิต ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลักภาระภาษีให้ผู้บริโภคได้น้อย เพื่อให้เข้าใจกรณีการเก็บภาษีสินค้าฟุ่มเพื่อยของรัฐบาล จะมีผลต่อการผลักภาระภาษีให้กับผู้ซื้อได้น้อย สามารถอธิบายเพิ่มเติม ได้ดังรูปภาพที่ 5.3



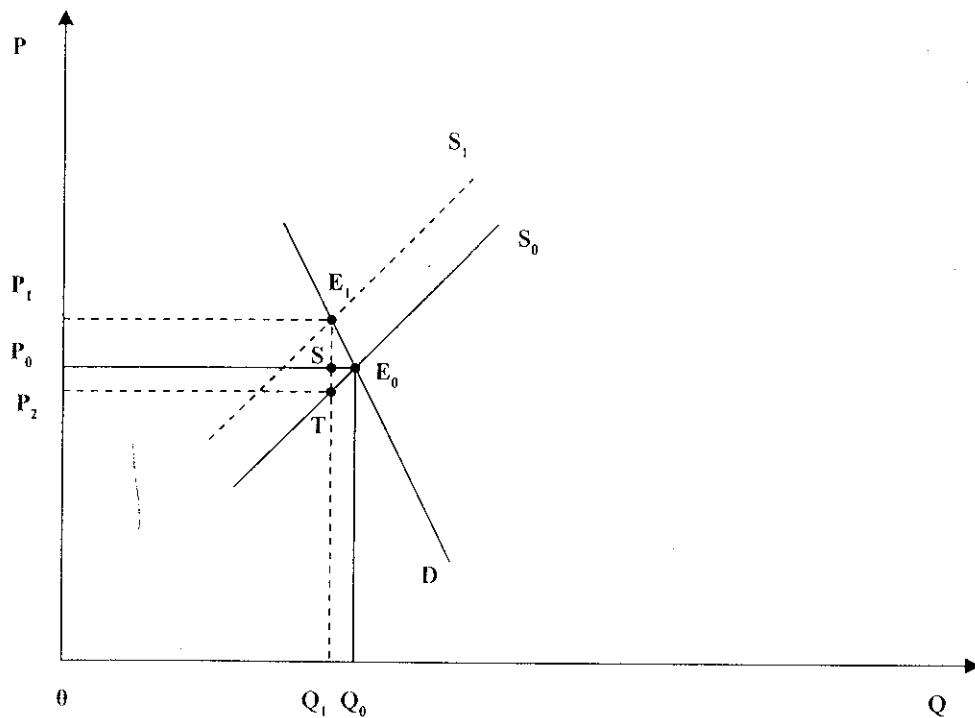
รูปภาพที่ 5.3 แสดงผลของนโยบายการเก็บภาษีสินค้าฟุ่มเพื่อย

จากรูปภาพที่ 5.3 คุณภาพเริ่มแรกอยู่ที่  $E_0$  ราคาและปริมาณคุณภาพอยู่ที่  $P_0$  และ  $Q_0$  ตามลำดับ กรณีนี้เป็นสินค้าฟื้นฟูเพื่อขาย เพราะอุปสงค์ต่อราคามีความยึดหยุ่นมาก จากการที่รัฐบาลเก็บภาษีต่อหน่วยทำให้เดือนอุปทานขยับเปลี่ยนจาก  $S_0$  เป็น  $S_1$  เนื่องจากค่าน้ำหนักต่อหน่วยเพิ่มขึ้น คุณภาพใหม่จะอยู่ที่  $E_1$  ราคาและปริมาณ จะคุณภาพใหม่เมื่อมีการเก็บภาษีอยู่ที่  $P_1$  และ  $Q_1$  ตามลำดับ ผลของการเก็บภาษีมีดังต่อไปนี้

1. ราคาของสินค้าสูงขึ้นจาก  $OP_0$  เป็น  $OP_1$  เนื่องจากถูกเก็บภาษีต่อหน่วยเท่ากับ  $E_1 T$
2. รัฐบาลมีรายได้จากการเก็บภาษีเท่ากับ  $P_2 T E P_1$
3. ผู้ผลิตสามารถลดภาระภาษีให้ผู้ซื้อได้เท่ากับ  $P_0 S E_1 P_1$  และผู้ผลิตต้องรับภาระภาษีเท่ากับ  $P_2 T S P_0$

#### 5.2.2 นโยบายภาษีกับสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต

สินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต หมายถึง สินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ ได้แก่ สินค้าปัจจัยพื้นฐาน 4 ประเภท คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยาภัณฑ์ 医藥 สารเคมี สารเคมี ที่มีความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาน้อย หมายถึง การที่ราคางานดังกล่าวสูง จะไม่ทำให้ปริมาณความต้องการซื้อลดลงมากนัก เช่น รายการแผนปัจจุบัน หรือราคาน้ำมัน สารเคมี จะไม่ทำให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าทั้งสองลดลงมากนัก เป็นต้น และถ้าหากรัฐบาลมีการเก็บภาษีจากสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตตั้งกล่าวจากผู้ผลิต จะทำให้ผู้ผลิตสามารถลดภาระภาษีให้ผู้บริโภคได้มาก เพื่อให้เข้าใจดียิ่งขึ้น สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังรูปภาพที่ 5.4



รูปภาพที่ 5.4 แสดงนโยบายการเก็บภาษีสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต

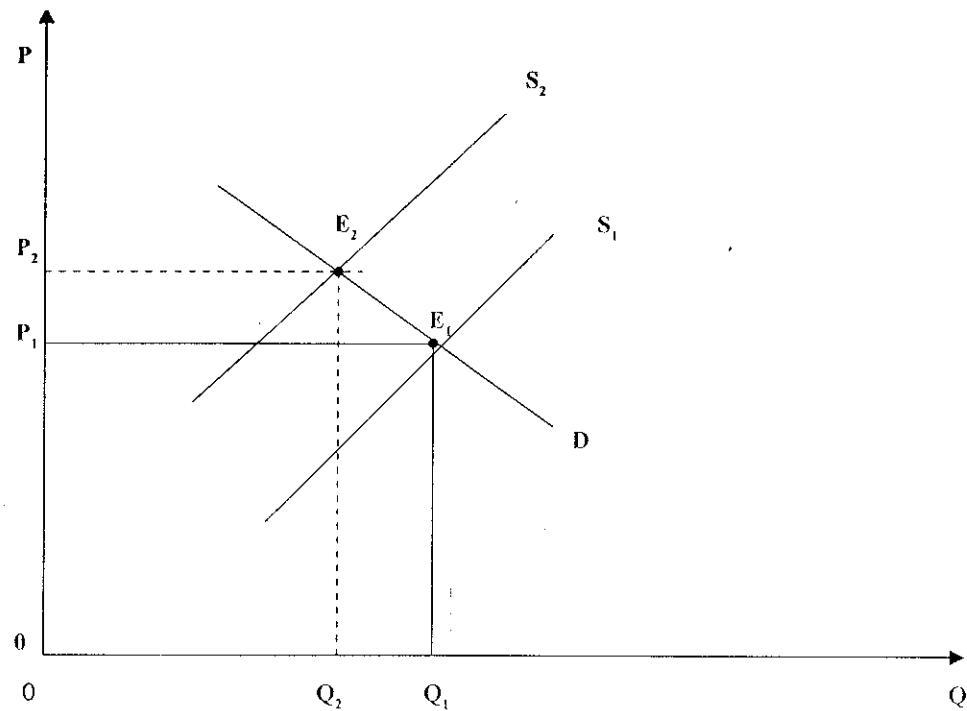
จากรูปที่ 5.4 คุณภาพเริ่มแรกอยู่ที่  $E_0$  ราคาและปริมาณคุณภาพอยู่ที่  $P_0$  และ  $Q_0$  ตามลำดับ กรณีนี้เป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เพราะอุปสงค์ต่อราคามีค่าความยึดหยุ่นน้อย การที่รัฐบาลเก็บภาษีต่อน้ำทรายให้เสื่อมอุปทานขยับเปลี่ยนจาก  $S_0$  เป็น  $S_1$  คุณภาพใหม่จะอยู่ที่  $E_1$  ราคาและปริมาณ จะคุณภาพใหม่เมื่อมีการเก็บภาษีอยู่ที่  $P_1$  และ  $Q_1$  ตามลำดับ ผลของการเก็บภาษีนี้มีดังต่อไปนี้

1. ราคาของสินค้าสูงขึ้นจาก  $OP_0$  เป็น  $OP_1$  เนื่องจากกฎเก็บภาษีต่อน้ำทรายเท่ากับ  $E_1 T$
2. รัฐบาลมีรายได้จากการเก็บภาษีเท่ากับ  $P_2 TE_1 P_1$
3. ผู้ผลิตสามารถผลักภาระภาษีให้ผู้ซื้อได้เท่ากับ  $P_2 SE_1 P_1$  และผู้ผลิตต้องรับภาระภาษีเท่ากับ  $P_2 TSP_0$

โดยสรุปแล้วการเก็บภาษีซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลทำให้ราคางานสินค้าทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าจำเป็นสูงขึ้นและเป็นภาระของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อที่ต้องซื้อในราคาก็สูง และผลของการเก็บภาษีนั้นผู้ผลิตสามารถผลักภาระภาษีให้ผู้ซื้อมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับค่าความยึดหยุ่นของสินค้าดังกล่าวว่ามีค่ามากหรือน้อย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้ผลิตสามารถผลักภาระภาษีให้ผู้ซื้อได้มาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับสินค้านั้นเป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ถ้าเป็นสินค้าจำเป็น มีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาน้อย ผู้ผลิตสามารถผลักภาระภาษีได้มาก แต่ถ้าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามาก ผู้ผลิตสามารถผลักภาระภาษีได้น้อย ด้วยเหตุนี้เองรัฐบาลจึงมักเน้นให้นโยบายภาษีกับสินค้าฟุ่มเฟือยมากกว่าสินค้าจำเป็น

### 5.3 ความล้มเหลวของตลาด เนื่องจากการขาดการแข่งขัน

ความล้มเหลวของตลาด (market failure) หมายถึง สถานการณ์ที่ระบบราคาได้สร้างปัญหาให้เกิดขึ้นต่อสังคม หรือปัญหาดังกล่าวทำให้สังคมไม่สามารถไปสู่เป้าหมายที่ต้องการซึ่งเน้นให้ประชาชนในสังคมมีการคุ้นเคยอยู่ดี โดยที่อัลฟ์ สมิธ (Adam Smith) บิดาของเศรษฐศาสตร์ยุคใหม่ผู้ซึ่งเปียนหนังสือความมั่นคงของประเทศชาติ (The Wealth of Nations) และตีพิมพ์ในปี ก.ศ. 1776 ได้กล่าวว่าตลาดจำเป็นต้องมีการแข่งขัน แต่ถ้าตลาดไม่มีการแข่งขันทำให้เกิดปัญหาความล้มเหลวของตลาด เพราะราคาสินค้าและบริการในตลาดจะสูงเกินไปและปริมาณสินค้าจะมีจำนวนน้อยลงในตลาดน้อยเกินไป และส่งผลอย่างมากถ้าหากสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ผลกระทบความล้มเหลวของตลาดอันเนื่องมาจากการขาดคุณลักษณะที่มีการแข่งขันอธิบายได้โดยรูปภาพที่ 5.5



รูปภาพที่ 5.5 แสดงคุณภาพที่ไม่มีประสิทธิภาพเนื่องจากขาดการแข่งขัน

ที่มา : Tucker and Copeland, 2001, chap. 4, p.29

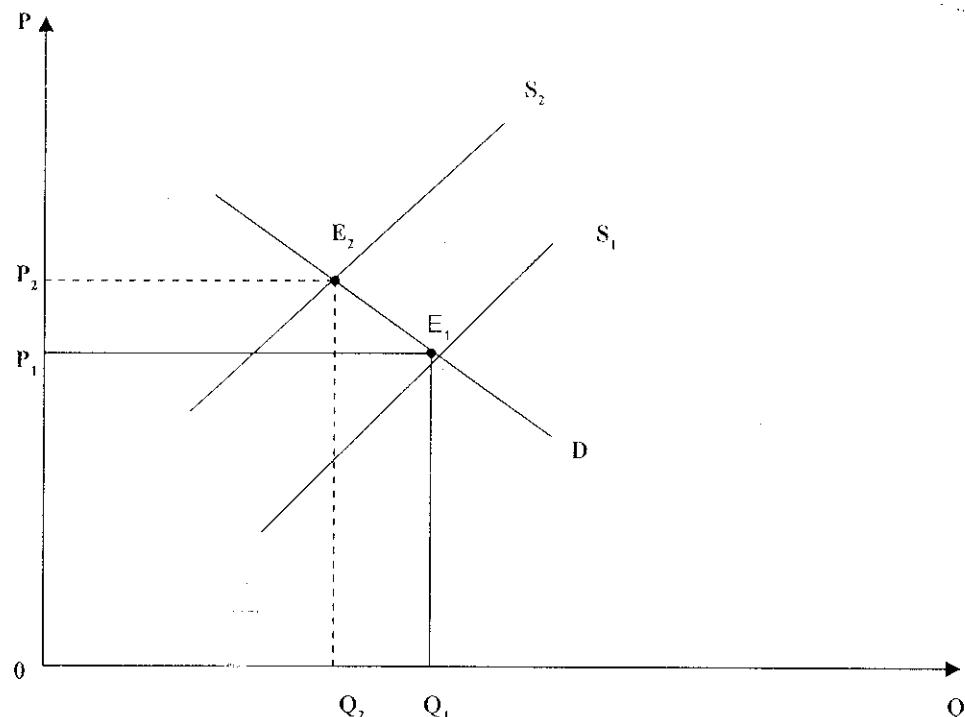
จากรูปภาพที่ 5.5 คุณภาพที่  $E_1$  มีประสิทธิภาพมากกว่า  $E_2$  เพราะที่คุณภาพ  $E_2$  มีราคาสูงกว่า  $E_1$  และมีปริมาณสินค้าที่ขายในตลาดน้อยกว่า  $E_1$  อีกด้วย สาเหตุที่เกิดสถานการณ์ดังกล่าวเนื่องจาก ณ จุดคุณภาพ  $E_2$  เกิดปัญหาความล้มเหลวในตลาดอันเนื่องมาจากขาดการแข่งขันและมีผู้ขายในตลาดน้อยกว่าที่จุด  $E_1$  ดังนั้นคุณภาพ  $E_2$  จึงเป็นคุณภาพที่ไม่มีประสิทธิภาพ

#### 5.4 ความล้มเหลวของตลาดเนื่องมาจากการภายนอก

ผลกระทบภายนอก (externalities) หมายถึง สถานการณ์ที่ต้นทุนหรือผลตอบแทน ได้เกิดขึ้นกับคนกลุ่มอื่นที่มิใช่ผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยตรง ซึ่งเราเรียกผู้ได้รับผลกระทบภายนอกว่าเป็นกลุ่มคนอีกกลุ่มหนึ่ง หรือกลุ่มที่สาม (third parties) ผลกระทบภายนอกแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ผลกระทบภายนอกเป็นลบ (negative externality) และผลกระทบภายนอกเป็นบวก (positive externality) โดยผลกระทบภายนอกเป็นบวกมักจะเกิดผลดีต่อคนในสังคม สำหรับผลกระทบภายนอกเป็นลบจะเกิดผลเสียที่รุนแรงต่อคนในสังคม อย่างไรก็ตามผลกระทบภายนอกทั้งสองทำให้ตลาดล้มเหลว เพราะไม่ได้นำผลกระทบภายนอกมาพิจารณาในตลาดสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น ได้แสดงผลกระทบภายนอกทั้งบวกและลบในลำดับต่อไป

#### 5.4.1 ผลกระทบภายนอกเป็นลบ

ผลกระทบภายนอกเป็นลบ หมายถึง ผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อคู่แข่งที่สามที่มิใช่ผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้าดังกล่าวโดยตรง ตัวอย่าง เช่น ปัญหาน้ำภาคทางน้ำ อากาศ และเสียง เป็นต้น ดังรูปภาพที่ 5.6

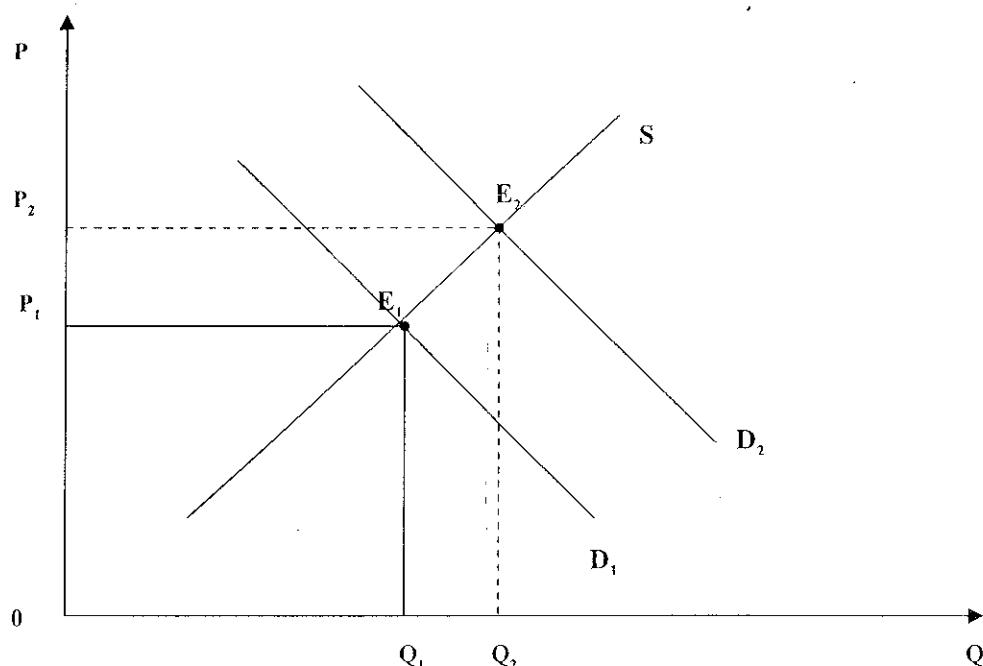


รูปภาพที่ 5.6 แสดงความล้มเหลวของตลาดอันเนื่องมาจากการผลกระทบภายนอกเป็นลบ  
ที่มา : Tucker and Copeland, 2001, chap. 4, p. 34

จากรูปภาพที่ 5.6  $E_1$  เป็นจุดที่ไม่มีการนำต้นทุนที่เกิดจากผลกระทบภายนอกที่เป็นลบ อันเนื่องมาจากปัญหาน้ำภาคทางน้ำที่เป็นอันตรายต่อคนในสังคมที่มิใช่ผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้าโดยตรงมาพิจารณา ทำให้มีการผลิตสินค้าออกมากเกินไปถึง  $OQ_1$  ในขณะที่ราคาที่ซื้อขายต่ำเกินไปที่  $OP_1$  จึงเป็นดุลยภาพที่ไม่มีประสิทธิภาพ แต่ที่จุด  $E_2$  เป็นจุดดุลยภาพที่มีการนำต้นทุนที่เกิดจากผลกระทบภายนอกเป็นลบมาพิจารณา เพราะเส้นอุปทานขึ้นสูงขึ้นเป็น  $S_2$  ตามต้นทุนต่อหน่วยที่เพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าที่ก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกมีปริมาณการผลิตลดลงจาก  $OQ_1$  เป็น  $OQ_2$  และราคาที่สูงขึ้นจาก  $OP_1$  เป็น  $OP_2$  และ จุด  $E_2$  นี้เป็นดุลยภาพที่มีประสิทธิภาพ เพราะมีการพิจารณาถึงผลกระทบภายนอกที่เป็นลบ ไปทางไปริมฝีผู้ผลิตที่พิจารณาถึงปัญหาน้ำภาคทางน้ำที่เป็นลบจะเพิ่มต้นทุนการผลิตสินค้าโดยที่ระบบป้องกันในกระบวนการผลิต

### 5.4.2 ผลกระทบภายนอกเป็นบวก

ผลกระทบภายนอกเป็นบวก หมายถึง ผลกระทบที่เกิดผลประโยชน์ต่อคนกลุ่มที่สาม ที่มิใช่ผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง ตัวอย่างเช่น การค้นพบวัคซีนป้องกันโรค เป็นต้น ดังรูปภาพที่ 5.7



รูปภาพที่ 5.7 แสดงความสัม灭รวมของตลาดอันเนื่องมาจากการภายนอกเป็นบวก  
ที่มา : Tucker and Copeland, 2001, chap. 4, p. 37

จากรูปภาพที่ 5.7  $E_1$  เป็นจุดที่แสดงความสัม灭รวมของตลาดอันเนื่องมาจากการนำผลประโยชน์ที่เกิดจากผลกระทบภายนอกเป็นภาระมาพิจารณา ทำให้ ณ จุด  $E_1$  นี้ไม่เกิดประสิทธิภาพ เพราะมีปริมาณการผลิตน้อยเกินไป ในขณะที่ราคาที่สังท้อนถึงคุณค่าหรือประโยชน์นั้นต่ำเกินไป เช่น การคิดค้นวัคซีนการป้องกันเชื้อ HIV ที่ทำให้เกิดโรคเอดส์ เป็นต้น แต่ถ้านำผลประโยชน์ที่เกิดจากผลกระทบภายนอกเป็นภาระมาพิจารณา จะทำให้เส้นอุปสงค์ที่สังท้อนถึงประโยชน์จริง เพิ่มเป็น  $D_2$  ซึ่งมากกว่า  $D_1$  ดังนั้นคุลยภาพ  $E_2$  เป็นคุลยภาพที่มีประสิทธิภาพ เพราะราคาของวัคซีนดังกล่าวจะสูงขึ้น ในขณะที่มีปริมาณการผลิตวัคซีนดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้น เป็นแนวทางในการเพิ่มงบประมาณของรัฐบาล ต่อไป

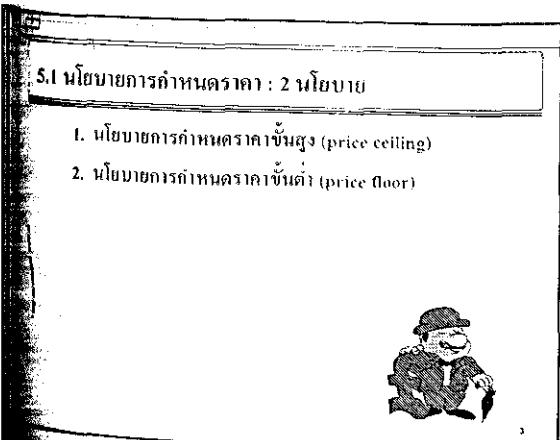
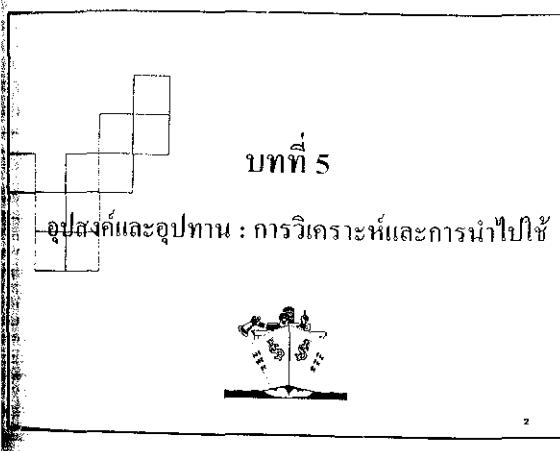
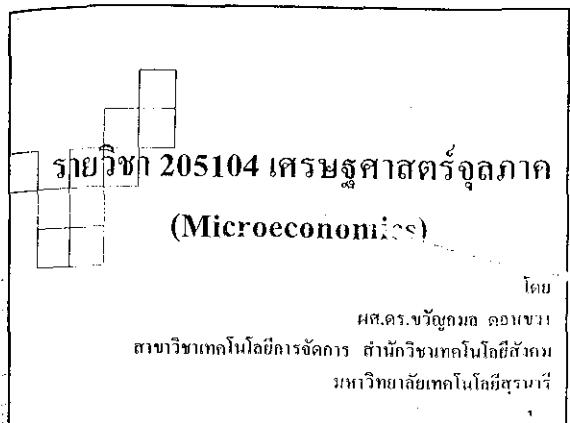
สำหรับตัวอย่างของผลกระทบภายนอกที่เป็นบวกที่สำคัญ ได้แก่ สินค้าสาธารณะ (public goods) ซึ่งหมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาแล้วมีคุณสมบัติ 2 ประการ คือ (1) มีผู้ใช้ร่วมกันได้มากกว่า 1 คน และ (2) ไม่มีความสามารถก็กันมิให้ผู้อื่นเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ ตัวอย่างสินค้าสาธารณะ ได้แก่ การบริหารและป้องกันประเทศ การให้บริการการศึกษาจากภาครัฐ และถนนสาธารณะ เป็นต้น โดยผลกระทบวิเคราะห์และการนำอุปสงค์ อุปทาน ตลอดจนค่าความยึดหยุ่นราคาระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค เช่นเดียวกับวัคซีน ที่น่าคง

## 5.5 สรุป

การนำอุปสงค์ อุปทาน และค่าความยึดหยุ่นมาใช้ในปัจจุบันมักอยู่ในรูปของการใช้นโยบายของรัฐบาล นอกเหนือจากการแบ่งประเภทของสินค้า ได้แก่ สินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตกับสินค้าฟุ่มเฟือย สินค้าปกติกับสินค้าด้อยคุณภาพ สินค้าที่ใช้ทดแทนกันและสินค้าที่ใช้ประกอบกัน ซึ่งได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 3 และบทที่ 4 ดังนี้ การวิเคราะห์และการนำอุปสงค์ อุปทาน ตลอดจนค่าของความยึดหยุ่นมาใช้ กันนั้น นโยบายการกำหนดราคาขั้นสูง และนโยบายการกำหนดราคาขั้นต่ำ ซึ่งเป็นนโยบายควบคุมราคากองรัฐบาลสามารถวิเคราะห์ผลผลกระทบของนโยบายดังกล่าว ได้ นอกจากนี้ยังนำมาประยุกต์ใช้กับนโยบายการเก็บภาษีของรัฐบาล ตลอดจนความล้มเหลวของตลาดอันเนื่องมาจากการขาดการแข่งขันในตลาด ผลกระทบภายนอกและสินค้าสาธารณะอีกด้วย โดยการวิเคราะห์ดังกล่าวจะนำไปสู่การนำไปปฏิบัติในเชิงของนโยบายที่สมเหตุสมผลมากยิ่งขึ้น และเกิดผลกระทบที่ดีต่อสังคมต่อไป

## 5.6 แบบฝึกหัด

1. อธิบายความแตกต่างระหว่างสินค้าฟู่มเพื่อขาย และสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต โดยนำเรื่องอุปสงค์ และค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์
2. อธิบายความแตกต่างระหว่างสินค้าปกติ และสินค้าต้องคุณภาพ โดยในเรื่องของอุปสงค์ และค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์
3. อธิบายความแตกต่างของสินค้าที่ทดแทนกันกับสินค้าที่ใช้ประกอบกัน โดยนำเรื่องของอุปสงค์ และค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคางานนิดอื่น มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์
4. อธิบายความแตกต่างระหว่างนโยบายการกำหนดราคากลางสูง และนโยบายการกำหนดราคากลางต่ำ ในเงื่อนไขความหลากหลาย และวิธีการดำเนินการของนโยบาย
5. ทำใบรับจำเข็มมัคใช้ใบนโยบายภาษีกับสินค้าฟู่มเพื่อymากกว่าสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น น้ำมัน กับเครื่องประดับ เป็นต้น
6. ทำการทีตลดขาดคุณลักษณะของการแบ่งขั้น ผลกระทบภายนอก และสินค้าสารณะ ทำให้ตลาดสินค้าและบริการล้มเหลว และไม่เกิดประสิทธิภาพในตลาด จ允อธิบายมาให้เข้าใจ



**1. นโยบายการกำหนดราคากันสูง (price ceiling)**

วัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค เพราะเรื่องราคานี้ในตลาดกินไป

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**2. นโยบายการกำหนดราคากันต่ำ (price floor)**

วัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้ผลิต เพราะเรื่องราคานี้ในตลาดต่ำไป

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**5.2 นโยบายภาษี**

```

    [การศึกษา] → [ต้นทุนการผลิต] → [ราคาขาย]
    ↓
    [ที่ให้เกิดผลกระทบต่อภาระภาษีจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)]
  
```

หมาย: การผลักภาระภาษีให้ผู้ซื้อช้อปหนน จะสามารถผลักภาระได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสินค้าที่ถูกห้ามภาษีเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องเสียภาษี หรือสินค้าอื่นที่ไม่ต้องการต่างชีวิต

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**นโยบายภาษีกับสินค้าที่มีเพียงผู้ผลิต**

ผู้ผลิตจะผลักภาระภาษีให้ผู้ซื้อหรือผู้บุกรุกได้น้อย เพราจะค่าความต้องห้ามของอุปสงค์ มีค่าน้อย

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**นโยบายภาษีกับสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต**

ผู้ผลิตจะผลักภาระภาษีให้ผู้ซื้อหรือผู้บุกรุกได้น้อย เพราจะค่าความต้องห้ามของอุปสงค์ มีค่าน้อย

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**5.3 ความล้มเหลวของตลาด เนื่องจากขาดการแข่งขัน**

**ความล้มเหลวของตลาด (market failure)**

นายอิง สถานการณ์ที่รัฐบาลราคาตั้งครึ่งเป็นทางให้เกิดขึ้นต่อสังคม หรือปัญหาดังกล่าวทำให้สังคมไม่สามารถไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งเน้นไปที่ประชาชนในสังคมมีการกินเลี้ยงดู

---

---

---

---

---

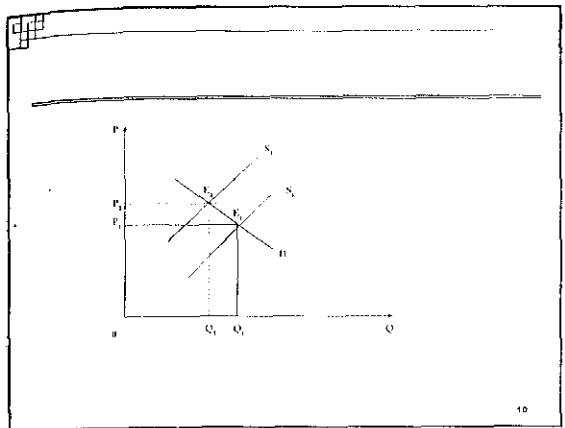
---

---

---

---

---



10

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**5.4 ความล้มเหลวของตลาด (เนื่องจากผลกระทบภายนอก)**

ผลกระทบภายนอก (externalities)

หมายความ สถานการณ์ที่ด้านภายนอกหรือผลกระทบภายนอกต่อตัวผู้ผลิตและผู้ซื้อ ไม่ได้เกิดขึ้นกับคนเดิมคนนึง ที่ไม่ใช่ผู้ผลิตและผู้ซื้อ หรือผู้ซื้อ แต่เป็นคนอื่นๆ ที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งเราเรียกว่า ได้รับผลกระทบภายนอก ว่าเป็นคนอื่นๆ กันหรือคู่มหันนึง หรือ ก่อภัยให้他人 (third parties)

11

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**ผลกระทบภายนอก : 2 ชนิด**

- ผลกระทบภายนอกเป็นลบ (negative externality)
- ผลกระทบภายนอกเป็นบวก (positive externality)

12

---

---

---

---

---

---

---

---

---

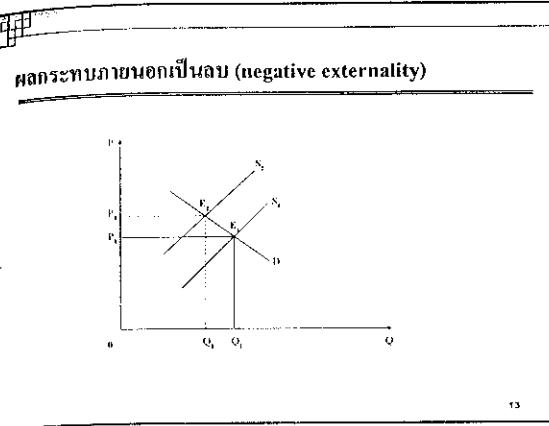
---

---

---

---

© 2013 by Pearson Education, Inc.



13

---

---

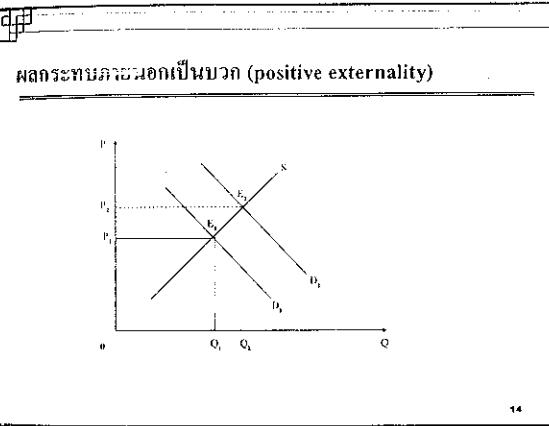
---

---

---

---

© 2013 by Pearson Education, Inc.



14

---

---

---

---

---

---

## บทที่ 6

### พฤติกรรมผู้บริโภค

ในบทที่ 3 4 และ 5 เป็นการศึกษาถึงอุปสงค์และอุปทานตลาด การวิเคราะห์และการนำไปใช้ ตลอดจนการศึกษาถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานนั้น ยังไม่มีการศึกษาแนวความคิดพื้นฐาน ของการได้มาซึ่งเส้นอุปสงค์ ดังนั้นในบทที่ 6 นี้จึงได้นำแนวความคิดดังกล่าวมาอธิบายถึง ความเป็นมา ของอุปสงค์จากพฤติกรรมผู้บริโภค โดยการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) ผลกระทบประโยชน์และอุปสงค์ ซึ่งประกอบด้วย ทางเลือกการบริโภคของครัวเรือน การพยากรณ์ทฤษฎีผลกระทบประโยชน์เพิ่มและเส้นอุปสงค์ และการนำทฤษฎีผลกระทบประโยชน์ไปใช้กรณีส่วนเกินของผู้บริโภค และ (2) ความเป็นไปได้ในการ บริโภค ความชอบและทางเลือกของผู้บริโภค ตลอดจนผลกระทบของราคา รายได้ และการทดแทนกัน สำหรับประเด็นรายละเอียดทั้งหมดได้อธิบายตามลำดับต่อไป

#### 6.1 ผลกระทบประโยชน์และอุปสงค์ (Utility and Demand)

ในบทที่ 3 ที่ผ่านมาได้อธิบายถึงอุปสงค์ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยราคา แต่ไม่ได้วิเคราะห์ว่าผลกระทบดังกล่าวเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอ扬ง ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจ มากยิ่งขึ้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงผลกระทบประโยชน์และอุปสงค์ในประเด็นเกี่ยวกับทางเลือกการบริโภคของ ครัวเรือน การพยากรณ์ทฤษฎีผลกระทบประโยชน์เพิ่มและเส้นอุปสงค์ ตลอดจนการนำทฤษฎีผลกระทบประโยชน์ ไปใช้กรณีส่วนเกินของผู้บริโภคดังต่อไปนี้

##### 6.1.1 ทางเลือกการบริโภคของครัวเรือน (Household Consumption Choices)

ทางเลือกสำหรับการบริโภคของครัวเรือนถูกกำหนดจาก 2 ปัจจัย

- (1) ข้อจำกัด (constraints)
- (2) ความชอบ (preferences)
- (1) ข้อจำกัด (constraints)

ทางเลือกของผู้บริโภคจะมีข้อจำกัดจากรายได้ของผู้บริโภคหรือครัวเรือน กับราคา ของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ทฤษฎีผลกระทบประโยชน์ได้มีการสมมุติไว้ เมื่อกำหนดให้ ผู้บริโภค มีรายได้จำกัดจำนวนหนึ่งสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ โดยที่ราคาสินค้าและ บริการ ไม่เปลี่ยนแปลงนั้นอาศัยการศึกษาจากทฤษฎีผลกระทบประโยชน์เพิ่ม โดยในที่นี้จะยกตัวอย่าง ทฤษฎีผลกระทบประโยชน์เพิ่มจากทางเลือกสำหรับการบริโภคของริสา โดยริสา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30 เหรียญสหรัฐ และใช้รายได้ดังกล่าวซื้อสินค้า 2 ชนิด คือ ชมภาพนตร์ และดีมโซดา โดยที่ บัตรภาพนตร์ราคา 6 เหรียญสหรัฐต่อ 1 ที่นั่ง และโซดา 3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค (1 แพ็คเท่ากับ 6 ขวด) ทางเลือกที่เป็นไปได้ สำหรับการบริโภคสินค้าทั้ง 2 ชนิด ของริสา แสดงได้ดังตารางที่ 6.1

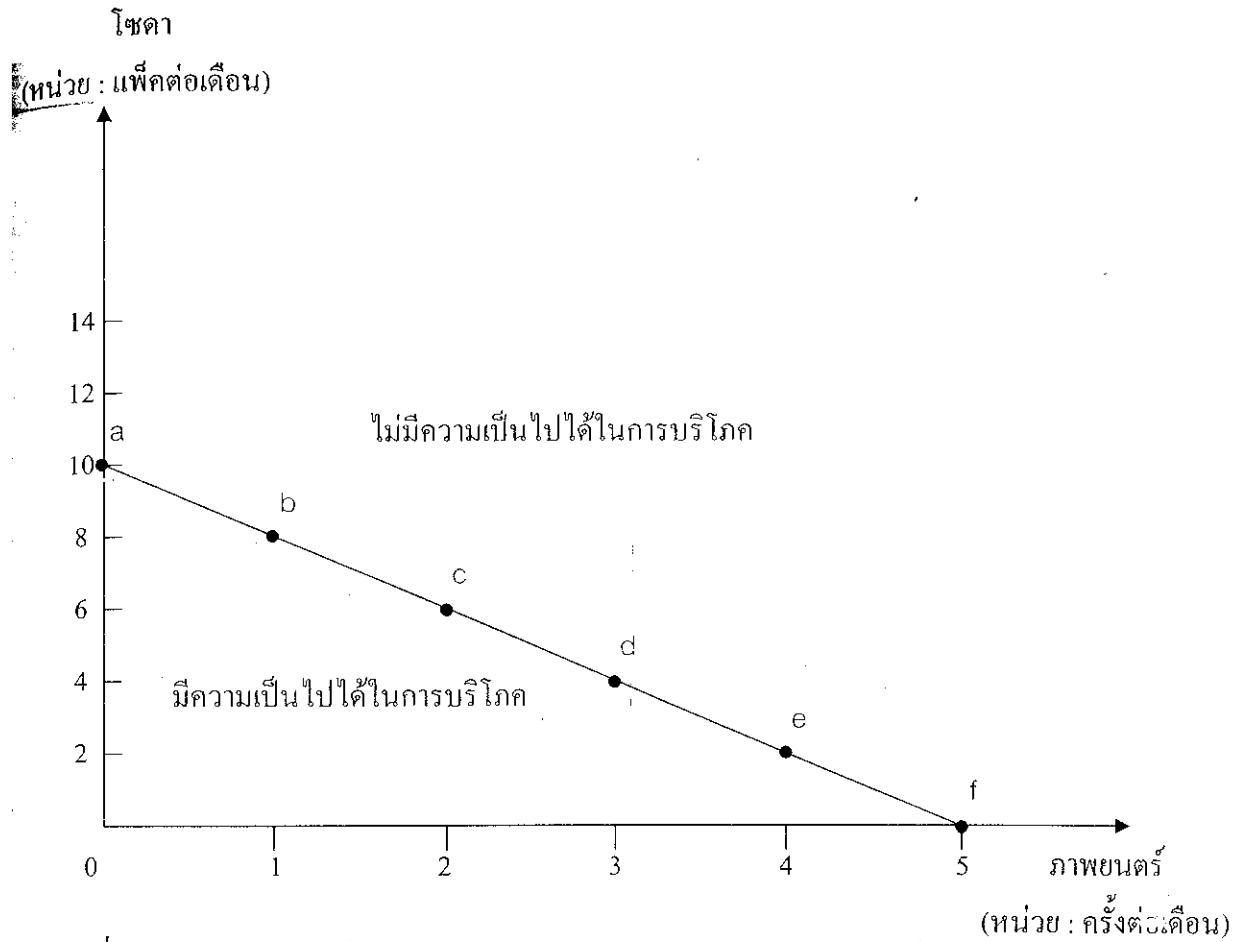
แล้ว a ถึง f ในตารางที่ 6.1 แสดงความเป็นไปได้ของการใช้จ่ายเงิน 30 เหรียญสหรัฐฯ ในการซื้อสินค้า 2 ชนิด คือ การซื้อกาพยนตร์และการคืนโชค โดยที่แคลว c นั้นริสา ซื้อบัตรชม - กาพยนตร์ 2 ครั้ง มีค่าใช้จ่าย 12 เหรียญสหรัฐฯ และซื้อโชค 6 แพ็ค มีค่าใช้จ่าย 18 เหรียญสหรัฐฯ ความ เป็นไปได้ในทางเลือกต่างๆ สำหรับการซื้อบัตรชมกากพยนตร์ และการคืนโชคในปริมาณที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรให้รายได้เท่ากับ 30 เหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือน ดังนั้น แคลว a ถึง f และหากนำข้อมูลในตารางที่ 6.1 มาสร้างเป็นรูปกราฟ แสดงความเป็นไปได้ในการบริโภค จะมีลักษณะเป็นไปตามรูปภาพที่ 6.1 เช่นที่ ลากผ่านจุด a ถึง f จะแสดงขอบเขตระหว่างความสามารถในการบริโภคสินค้า และความไม่สามารถ บริโภคในสินค้า ทั้ง 2 ชนิดดังกล่าว (Michael, 1994, p. 159)

**ตารางที่ 6.1 แสดงความเป็นไปได้การบริโภคโชค และการซื้อกาพยนตร์ของริสา**

ทางเลือกที่เป็นไปได้	ค่าใช้จ่าย			
	ชนกากพยนตร์		คืนโชค	
	ปริมาณ (ครั้ง)	ค่าใช้จ่าย (เหรียญสหรัฐฯ)	ปริมาณ (แพ็ค)	ค่าใช้จ่าย (เหรียญสหรัฐฯ)
a.	0	0	10	30
b.	1	6	8	24
c.	2	12	6	18
d.	3	18	4	12
e.	4	24	2	6
f	5	30	0	0

ที่มา : Michael, 1994, p. 159

หมายเหตุ : ริสา มีรายได้ต่อเดือน 30 เหรียญสหรัฐฯ  
 ราคาบัตรชมกากพยนตร์ 6 เหรียญสหรัฐฯ ต่อครั้ง  
 ราคาโชค 3 เหรียญสหรัฐฯ ต่อแพ็ค (แพ็คละ 6 ชิ้น)



รูปภาพที่ 6.1 แสดงความเป็นไปได้ในการบริโภคโฉด และการซ่อมภาพยนตร์ของวิสา

ที่มา : Michael, 1994, p. 159

## (2) ความชอบ (preferences)

ทฤษฎีอรรถประโยชน์เพิ่มใช้แนวความคิดในเรื่องอรรถประโยชน์อธิบายถึงความชอบ โดยที่อรรถประโยชน์ หมายถึง ประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ จากตัวอย่างในหัวข้อเรื่องข้อจำกัดที่ผ่านมาของวิสาที่ได้จัดแบ่งรายได้ 30 เหรียญสหรัฐ ต่อเดือนเพื่อซื้อสินค้า 2 ชนิด ได้แก่ ภาพยนตร์ และ โฉด ได้ใช้หลักการในเรื่องของความชอบหรือไม่ชอบในการจัดสรรรายได้สำหรับซื้อสินค้าทั้งสอง ซึ่งก็คือ ความชอบ (preferences) นั่นเอง โดยความชอบในที่นี้ไม่มีตัวตน แต่มีหน่วยที่เรียกว่า “บัฟ” คล้ายกับคำว่า อุณหภูมิที่แสดงถึงระดับของความร้อน และความเย็นซึ่งไม่มีตัวตน

แนวความคิดเรื่องอรรถประโยชน์จะช่วยอธิบายถึงทางเลือกของการบริโภค ซึ่งอธิบายถึงความชอบของผู้บริโภคนั้น จำเป็นต้องเข้าใจถึงอรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์เพิ่มต่อหน่วย อรรถประโยชน์สูงที่สุด ซึ่งคือขายดังต่อไปนี้

### อรรถประโยชน์รวม (total utility)

อรรถประโยชน์รวม หมายถึง ประโยชน์หรือความพึงพอใจรวมที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ อรรถประโยชน์รวมเป็นอยู่กับระดับการบริโภค ถ้าหากบริโภคไม่ปริมาณมากก็จะให้อรรถประโยชน์มาก ตารางที่ 6.2 แสดงอรรถประโยชน์รวมของวิสาจาก การบริโภคในปริมาณที่แตกต่างกันของสินค้าภาพนัตร์และโซดา ถ้าหากวิสาไม่ไปซื้อกาพนัตร์ริสา ก็จะไม่ได้รับอรรถประโยชน์จากการซื้อภาพนัตร์ โดยถ้าวิสาซื้อภาพนัตร์ 1 ครั้งต่อเดือน วิสาจะได้รับอรรถประโยชน์ 50 หน่วย ถ้าวิสาเพิ่มจำนวนครั้งของการซื้อภาพนัตร์ในแต่ละเดือน อรรถประโยชน์รวมจากการซื้อภาพนัตร์ของวิสา ก็จะเพิ่มขึ้น ดังนั้นหากซื้อภาพนัตร์ 10 ครั้งต่อเดือน วิสาจะได้รับอรรถประโยชน์รวม 250 หน่วย ส่วนอรรถประโยชน์รวมของการบริโภคโซดา แสดงในตารางที่ 6.2 ดังกล่าว จะมีลักษณะเช่นเดียวกับการซื้อภาพนัตร์ โดยถ้าหากวิสาไม่ซื้อโซดาเลย ก็จะไม่ได้รับอรรถประโยชน์ แต่ถ้าหากซื้อโซดาเพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์รวมจากการซื้อโซดา ก็จะเพิ่มขึ้น

### อรรถประโยชน์เพิ่ม (marginal utility)

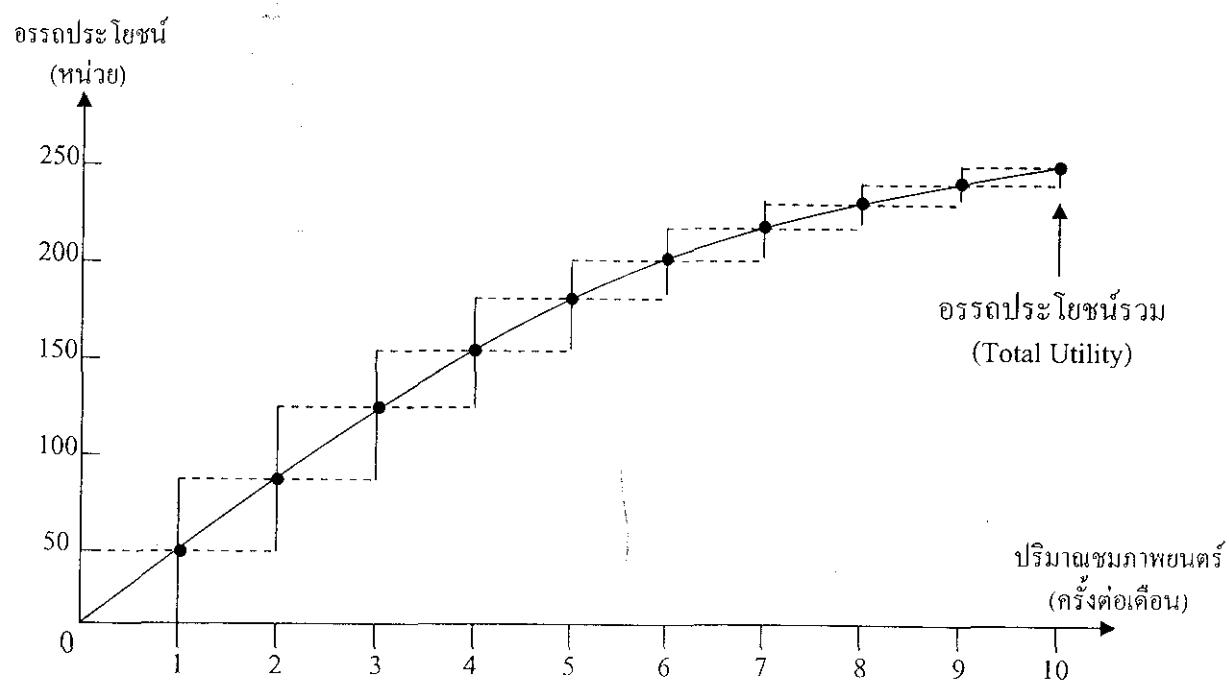
อรรถประโยชน์เพิ่ม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในอรรถประโยชน์รวม อันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้า หรือบริการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จากตารางที่ 6.3 แสดงการคำนวณ อรรถประโยชน์เพิ่มของวิสาในการซื้อภาพนัตร์ โดยถ้าหากวิสาเพิ่มจำนวนครั้งจากการซื้อภาพนัตร์ จาก 4 ครั้ง เป็น 5 ครั้งต่อเดือน อรรถประโยชน์รวมจากการซื้อภาพนัตร์จำนวนครั้งดังกล่าวจะเพิ่มขึ้น จาก 150 หน่วยเป็น 175 หน่วย ตามลำดับ ดังนั้นอรรถประโยชน์เพิ่มของการซื้อภาพนัตร์ของวิสา ครั้งที่ 5 มีค่าเท่ากับ 25 หน่วย จะสังเกตได้ว่าอรรถประโยชน์เพิ่มจะอยู่กึ่งกลางระหว่างปริมาณการบริโภค เพราะการเปลี่ยนแปลงการบริโภคจาก 4 ครั้ง เป็น 5 ครั้ง ทำให้มีอรรถประโยชน์เพิ่มเท่ากับ 25 หน่วย ในตารางที่ 6.3 ได้แสดงการคำนวณอัตราเปลี่ยนแปลงของอัตราเปลี่ยนแปลงการซื้อภาพนัตร์ของวิสา

รูปที่ 6.3 (a) แสดงอัตราเปลี่ยนแปลงของอัตราเปลี่ยนแปลงการซื้อภาพนัตร์ โดยถ้าหากวิสาซื้อภาพนัตร์ โดยถ้าหากวิสาซื้อภาพนัตร์ จำนวนครั้งต่อเดือนเพิ่มขึ้น วิสาจะได้รับอัตราเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น สำหรับ รูปที่ 6.3(b) แสดงอัตราเปลี่ยนแปลงของอัตราเปลี่ยนแปลงของอัตราเปลี่ยนแปลงการซื้อภาพนัตร์ ต่อเดือนเพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์เพิ่มต่อครั้งของการซื้อภาพนัตร์ ก็จะลดลงอย่างช้าๆ แต่ อรรถประโยชน์เพิ่ม จากการซื้อภาพนัตร์ครั้งแรกของแต่ละเดือน เท่ากับ 50 หน่วย ครั้งที่ 2 เท่ากับ 38 หน่วย และครั้งที่ 3 เท่ากับ 33 หน่วย การลดลงของอัตราเปลี่ยนแปลงของอัตราเปลี่ยนแปลงการซื้อภาพนัตร์ เพิ่มขึ้น เรียกว่า กฎการลดลงอย่างลงตัวของอัตราเปลี่ยนแปลง (law of diminishing marginal utility) โดยอัตราเปลี่ยนแปลงจะมีค่าเป็นบวก (positive) แต่ลดน้อยลงเมื่อบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น รายละเอียดตามตารางที่ 6.2 และรูปภาพที่ 6.2(a), 6.2(b)

ตารางที่ 6.2 แสดงอรรถประโยชน์รวมจากการซึมกับยนตร์ และการคั่มโฉดของริสา

ชัมกับยนตร์		คั่มโฉด	
ปริมาณต่อเดือน (ครั้ง)	อรรถประโยชน์ (หน่วย)	ปริมาณต่อเดือน(แพ็ค)	อรรถประโยชน์รวม (หน่วย)
0	0	0	0
1	50	1	75
2	88	2	117
3	121	3	153
4	150	4	181
5	175	5	206
6	196	6	225
7	214	7	243
8	229	8	260
9	241	9	276
10	250	10	291

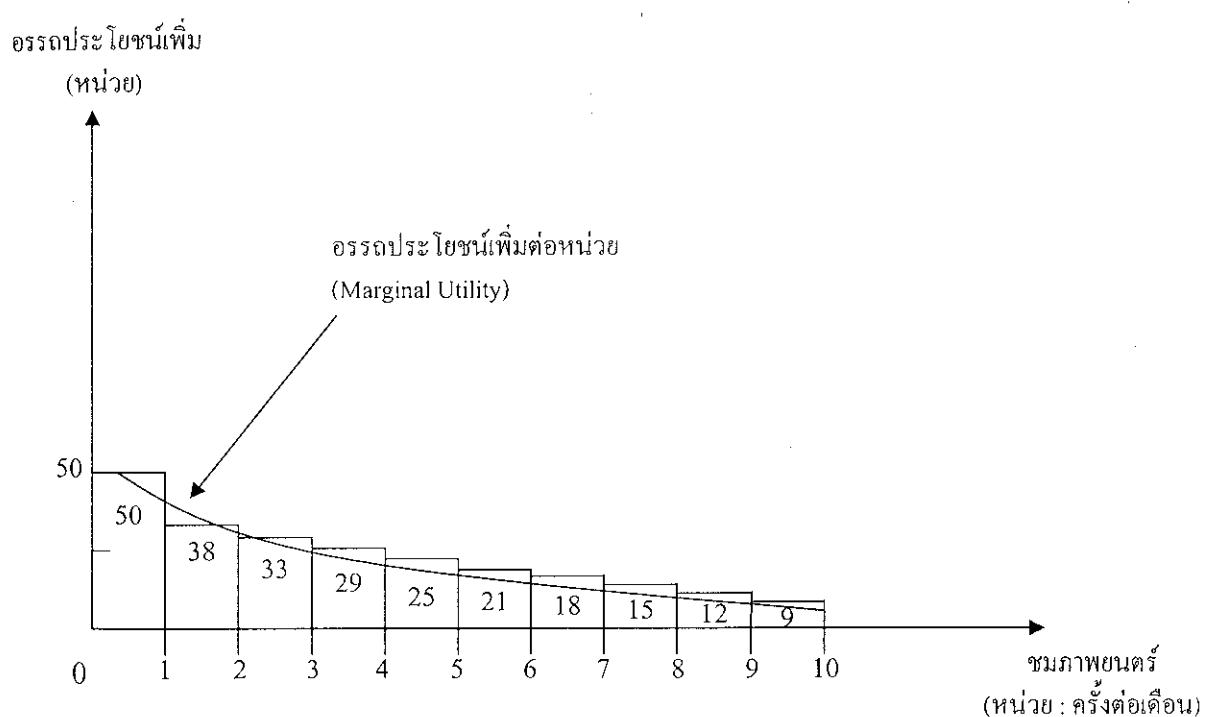
ที่มา : Michael, 1994, p. 160



รูปภาพที่ 6.2 (a) แสดงอรรถประโยชน์รวม และอรรถประโยชน์เพิ่มต่อหน่วย

ที่มา : Michael, 1994, p. 161

ปริมาณ (ครั้ง)	อรรถประโยชน์รวม	อรรถประโยชน์เพิ่ม
0	0	
1	50	50
2	88	38
3	121	33
4	150	29
5	175	25
6	196	21
7	214	18
8	229	15
9	241	12
10	250	9



รูปภาพที่ 6.2 (b) แสดงอรรถประโยชน์เพิ่มต่อครั้งของการซื้อขาย  
ที่มา : ตารางที่ 6.2 และรูปภาพที่ 6.2 (a)

การลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์เพิ่มจากตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นนั้นสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปมักจะสังเกตเห็นว่าของสิ่งใดก็ตามที่บริโภคเพิ่มขึ้น ความพอใจหรืออรรถประโยชน์จะค่อยๆลดลง ดังนั้น จึงหาค่าอรรถประโยชน์เพิ่มดังกล่าวได้จากสูตรต่อไปนี้

$$\text{อรรถประโยชน์เพิ่มต่อหน่วย} = \frac{\text{การเปลี่ยนแปลงของอรรถประโยชน์รวม}}{\text{การเปลี่ยนแปลงปริมาณสินค้า}}$$

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$$

โดยที่

MU	คือ	อรรถประโยชน์เพิ่มต่อหน่วย
TU	คือ	อรรถประโยชน์รวม
Q	คือ	ปริมาณสินค้าและบริการ
$\Delta$	คือ	การเปลี่ยนแปลง

#### ทางเลือกของอรรถประโยชน์สูงที่สุด (The Utility-Maximizing Choice)

อรรถประโยชน์สูงที่สุด เป็นอรรถประโยชน์ที่มากที่สุดที่เป็นไปได้ ซึ่งจะได้รับสูงที่สุด แค่ไหนขึ้นอยู่กับราคาสินค้าและบริการ และรายได้ของผู้บริโภคหรือครัวเรือน ดังนั้น จึงได้กำหนดข้อสมมุติกรณีอրรถประโยชน์สูงที่สุดที่ผู้บริโภคหรือครัวเรือนได้รับขึ้นอยู่กับระดับรายได้ของผู้บริโภค และระดับราคาสินค้าหรือบริการที่เพียงพออยู่ ตามตัวอย่างกรณีของริสาได้จัดสรรรายได้ของตนเองสำหรับนำไปซื้อสินค้า 2 ชนิด ได้แก่ การซื้อกาแฟบินต์และการซื้อโซดา ให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด โดยมีข้อมูลต่อไปนี้

รายการ	กาฟบินต์	โซดา
รายได้	10 เหรียญสหราชอาณาจักร	6 เหรียญสหราชอาณาจักร
จำนวนเงินที่ต้องจ่าย	2 เหรียญสหราชอาณาจักร	3 เหรียญสหราชอาณาจักร
อรรถประโยชน์	0.2	0.3

ข้อมูลที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 6.1 และภาพที่ 6.1 เป็นsteenความเป็นไปได้ในการบริโภค นำมารวบรวมเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. เมื่อผู้บริโภคซื้อกาแฟบินต์มีจำนวนครั้งเพิ่มขึ้น ทำให้อรรถประโยชน์รวมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (อยู่ทางด้านซ้ายของตารางที่ 6.3)

2. เมื่อผู้บริโภคซื้อโซดาเพิ่มขึ้น ทำให้อรรถประโยชน์รวมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (อยู่ทางด้านขวาของตารางที่ 6.3)

3. อรรถประโยชน์รวมที่ผู้บริโภคได้จากการบริโภคทั้งชุมชนกาแฟบินต์และซื้อโซดา (อยู่ทางด้านบนของตารางที่ 6.3)

ทั้ง 3 ประเด็นดังกล่าวเป็นไปตามแนวความคิดการบริโภคของผู้บริโภครึ่อ  
ครัวเรือนกับ porr ประโภชน์รวมดังกล่าวแล้ว และยังไม่นำราคากลางสินค้าและบริการมาพิจารณา  
โดย porr ประโภชน์สูงสุดอยู่ที่การซื้อกาแฟบันตรี 2 ครั้ง ค่าใช้จ่าย 6 แพ็ค ได้รับ porr ประโภชน์รวม  
313 หน่วย (พิจารณาจากตารางที่ 6.3) แต่หากนำราคากลางน้ำวายมาพิจารณาตามตัวอย่างเดิมและนำ  
หลักการของแนวคิด porr ประโภชน์เพิ่มต่อหน่วย เมื่อเทียบกับค่าของเงิน 1 หน่วย หรือกรณีตัวอย่างนี้คือ  
ต่อ 1 เหรียญสหรัฐฯ ในการซื้อสินค้าหรือบริการแต่ละชนิดเท่ากัน (equalizing marginal utility per dollar spent)  
และเป็นผลให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด (maximized utility) เงื่อนไขดังกล่าวแสดงได้ดังนี้

$$\frac{\text{ porr ประโภชน์เพิ่มของการซื้อกาแฟบันตรี}}{\text{ราคากลางบันตรี}} = \frac{\text{ porr ประโภชน์เพิ่มของการซื้อชุด}}{\text{ราคากลางชุดต่อแพ็ค}}$$

$$\frac{MU_m}{P_m} = \frac{MU_s}{P_s}$$

โดย	$MU_m$	คือ	porr ประโภชน์เพิ่มของการซื้อกาแฟบันตรี
	$MU_s$	คือ	porr ประโภชน์เพิ่มของการซื้อชุด
	$P_m$	คือ	ราคากลางบันตรี
	$P_s$	คือ	ราคากลางชุดต่อแพ็ค

หลักการตามแนวคิด porr ประโภชน์สูงสุด แสดงไว้ในตารางที่ 6.4 โดย porr ประโภชน์สูงที่สุดอยู่ที่ระดับการบริโภค c ซึ่งริสากะซื้อกาแฟบันตรี 2 ครั้ง และค่าใช้จ่าย 6 แพ็ค ภายใต้รายได้ที่ริสามีอยู่ 30 เหรียญต่อเดือน และราคากลางบันตรีกับ ชุดต่อแพ็คที่เพิ่งกล่าว

$$\frac{MU_m}{P_m} = \frac{MU_s}{P_s} = 6.33$$

**ตารางที่ 6.3** แสดงอัตราส่วนของสุคากการบริโภคสินค้า 2 ชนิด คือภาพนตร์กับโซดา โดยไม่ได้นำราคางานสินค้ามาพิจารณา

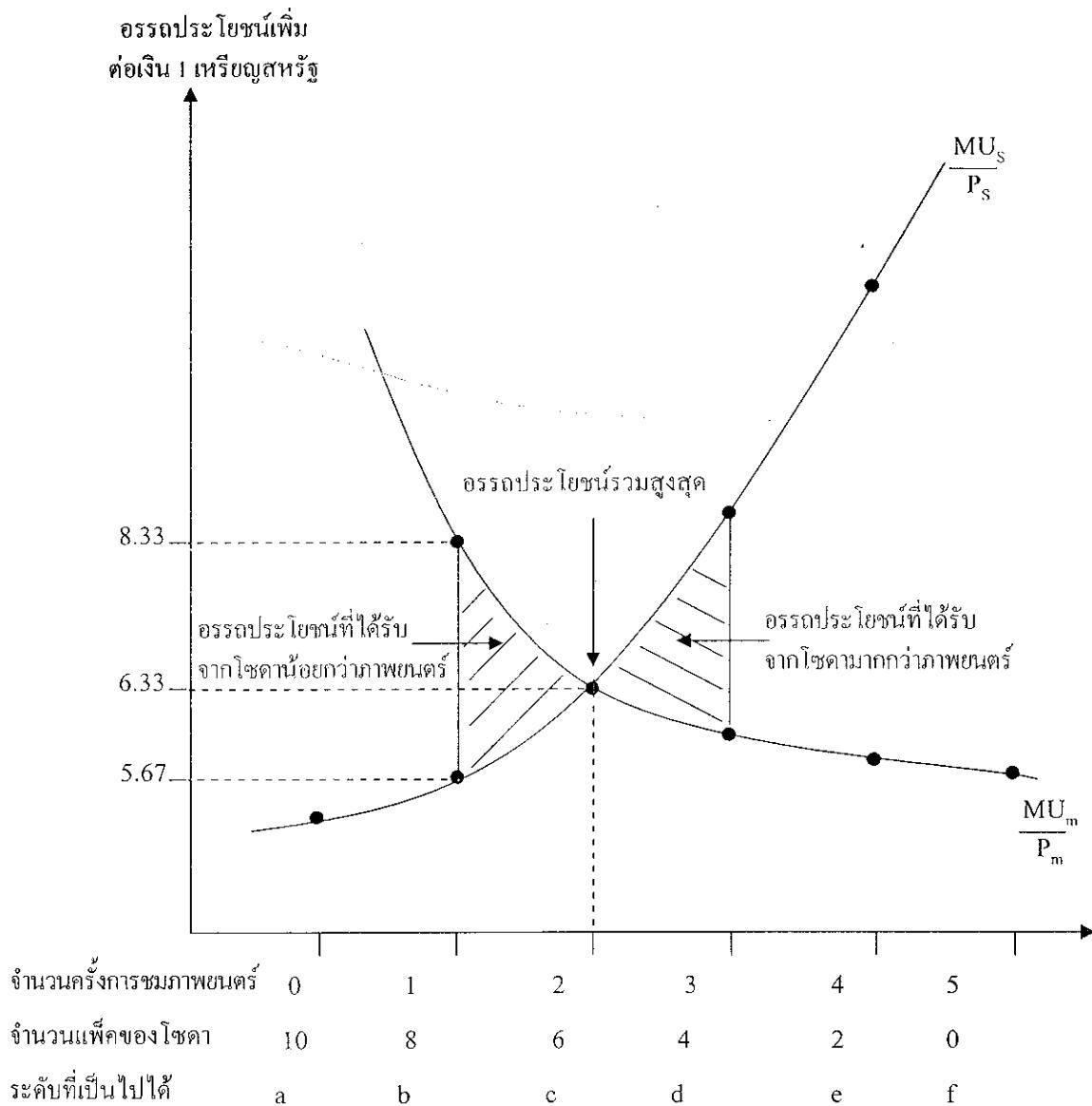
จำนวน (ครั้ง)	อัตราส่วนของสุคากการ	จำนวนภาพนตร์และค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่าย	
			อัตราส่วนของสุคากการ	จำนวน (แพ็ค)
0	0	291	291	10
1	50	310	260	8
2	88	313	225	6
3	121	302	181	4
4	150	267	117	2
5	175	175	0	0

ที่มา : Michael, 1994, p. 162

**ตารางที่ 6.4** แสดงอัตราส่วนของสุคากการโดยใช้หลักอัตราส่วนของสุคากการเพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐ

ระดับ	จำนวนภาพนตร์ (บัตรชมภาพนตร์ 6 เหรียญ)			ค่าใช้จ่าย (3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค)		
	จำนวน (ครั้ง)	อัตราส่วนของสุคากการ		จำนวน (แพ็ค)	อัตราส่วนของสุคากการ	
		อัตราส่วนของสุคากการ	เพิ่มต่อเงิน 1		อัตราส่วนของสุคากการ	เพิ่มต่อเงิน 1
a	0	0		10	15	5.00
b	1	50	8.33	8	17	5.67
c	2	38	6.33	6	19	6.33
d	3	33	5.50	4	28	9.33
e	4	29	4.83	2	42	14.00
f	5	25	4.17	0	0	

ที่มา : Michael, 1994, p. 163



**รูปภาพที่ 6.3** แสดงหลักการอรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐฯ ของการซื้อของพนักงานและค่าใช้จ่าย : Michael, 1994, p. 163 และตารางที่ 6.4

จากตารางที่ 6.4 และรูปภาพที่ 6.3 จุดดุลยภาพที่ทำให้ผู้บริโภค คือ วิสาไได้รับความพอใจสูงสุด โดยใช้หลักของอรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐฯ คือ ระดับการบริโภค c โดยซื้อของพนักงานครั้ง และค่าใช้จ่าย 6 แพ็คต่อเดือน และหากการบริโภคสินค้าทั้งสอง ณ ระดับ c ซื้อของพนักงาน 1 ครั้ง และค่าใช้จ่าย 8 แพ็ค อรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐฯของการซื้อของพนักงานต่ำกว่าการซื้อของพนักงาน และ ณ ระดับ d ซื้อของพนักงาน 3 ครั้ง และค่าใช้จ่าย 4 แพ็ค นั้น ออรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐฯ ของการซื้อของพนักงานน้อยกว่าของการซื้อของพนักงาน ดังนั้นระดับการบริโภคที่ c จึงมีอรรถประโยชน์สูงที่สุด โดยที่อรรถประโยชน์สูงที่สุด ตามหลักการอรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐฯของสินค้าทั้งสองชนิดเท่ากัน

### 6.1.2 การพยากรณ์ทฤษฎีอิทธิพลประโภชน์เพิ่มกับเส้นอุปสงค์ (Demand and Prediction of Marginal Utility Theory)

6.1.2.1 ในกรณีนี้เป็นการสร้างเส้นอุปสงค์จากการนำทฤษฎีอิทธิพลประโภชน์เพิ่มมาใช้ประโภชน์ โดยกำหนดให้ราคาของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนไป กรณีตัวอย่างเดิม ถ้าหากราคากับตราชุมภาพนตร์ต่อ 1 ที่นั่ง เก่าเลียนแปลงลดลงจาก 6 เหรียญสหรัฐ เหลือเพียง 3 เหรียญสหรัฐ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวແเปล่งเท่ากับ 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

- 1) ส่วนผสมของการซื้อขายภาพนตร์ และการคืนโชคชะตาจะเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากราคากับตราชุมภาพนตร์เปลี่ยนแปลง
- 2) คำนวณค่าอิทธิพลประโภชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐใหม่
- 3) กำหนดส่วนผสมของการบริโภคสินค้าใหม่ จากอิทธิพลประโภชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐระหว่างสินค้าชนิดต่างๆ เท่ากัน

จากตารางที่ 6.5 แสดงผลกราฟจาก การเปลี่ยนแปลงราคากับตราชุมภาพนตร์ที่มีผลกระทบต่อทางเลือกของการบริโภคของริสา กรณีราคาบัตรชมภาพนตร์ลดลงจาก 6 เหรียญสหรัฐเหลือเพียง 3 เหรียญสหรัฐ โดยงบประมาณหรือรายได้ของคนเมืองเดิมคือ 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน และราคาก็ต้องปรับตัวตามคือ 3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค

เงื่อนไขคุณภาพของการบริโภคที่ทำให้ได้ความพอใจสูงสุดกรณีดังกล่าวแสดงได้ดังต่อไปนี้

$$\frac{MU_m}{P_m} = \frac{MU_s}{P_s} = 8.33$$

จากเงื่อนไขดังกล่าว พบว่า ริสาจะซื้อภาพนตร์ 5 ครั้งต่อเดือน คืนโชค 5 แพ็คต่อเดือน รายได้ 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือนหมดพอดี และได้รับความพอใจสูงที่สุด โดยอิทธิพลประโภชน์เพิ่มขึ้นจาก 2 ครั้ง เป็น 5 ครั้งต่อเดือน เนื่องจากราคากับตราชุมภาพนตร์ลดลงจาก 6 เหรียญสหรัฐ เป็น 3 เหรียญสหรัฐ ผลดังกล่าว เป็นการเปลี่ยนแปลงบนเส้นอุปสงค์เดิมเดียวกัน (move along the curve) โดยพิจารณาจากรูปภาพที่ 6.4 (a)

การเปลี่ยนแปลงราคากับตราชุมภาพนตร์ดังกล่าวจากมีผลต่อปริมาณความต้องการซื้อภาพนตร์ ตามรูปภาพที่ 6.4 (a) แล้วยังมีผลต่ออุปสงค์การคืนโชคด้วย เพราะกรณีตัวอย่างนี้ ได้มีการบริโภคใช้คาดลดลงจาก 6 แพ็ค เหลือ 5 แพ็คต่อเดือน ลักษณะการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์เป็นแบบการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ (change in demand) นั่นคือ เส้นอุปสงค์ของการคืนโชคจะลดลง จาก  $D_1$  เป็น  $D_2$  โดยราคาของโชคต่อแพ็คไม่เปลี่ยนแปลง

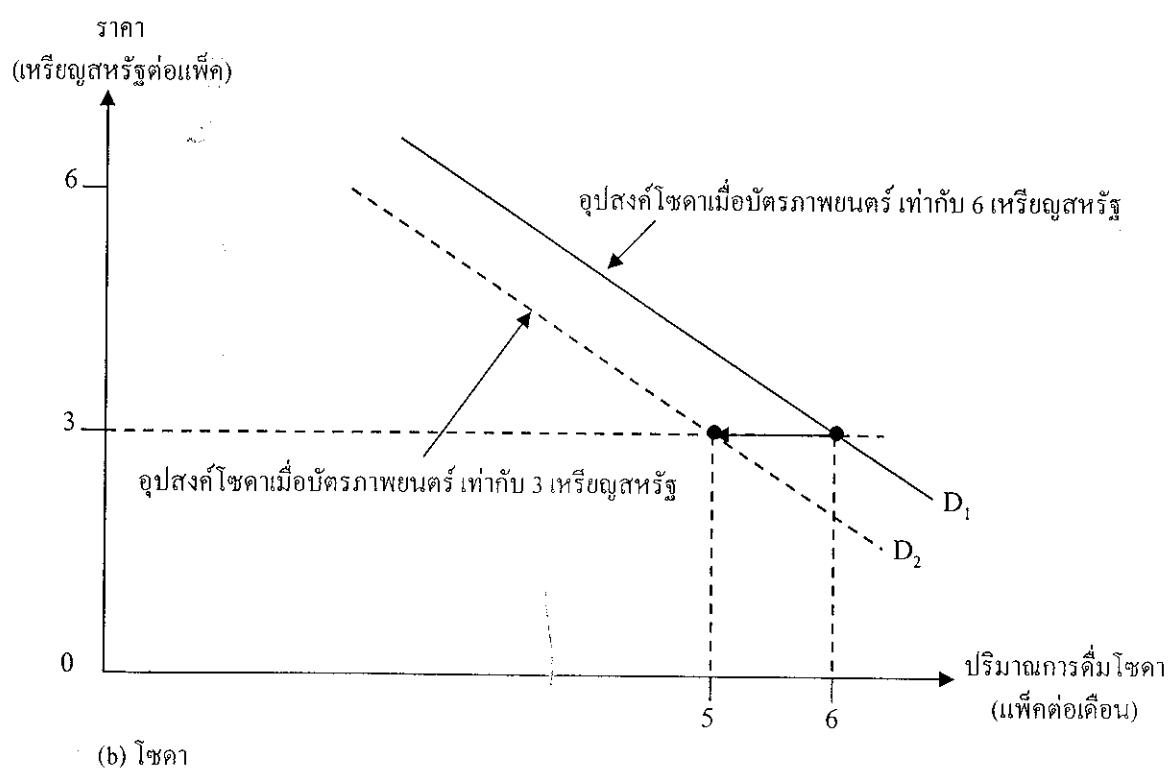
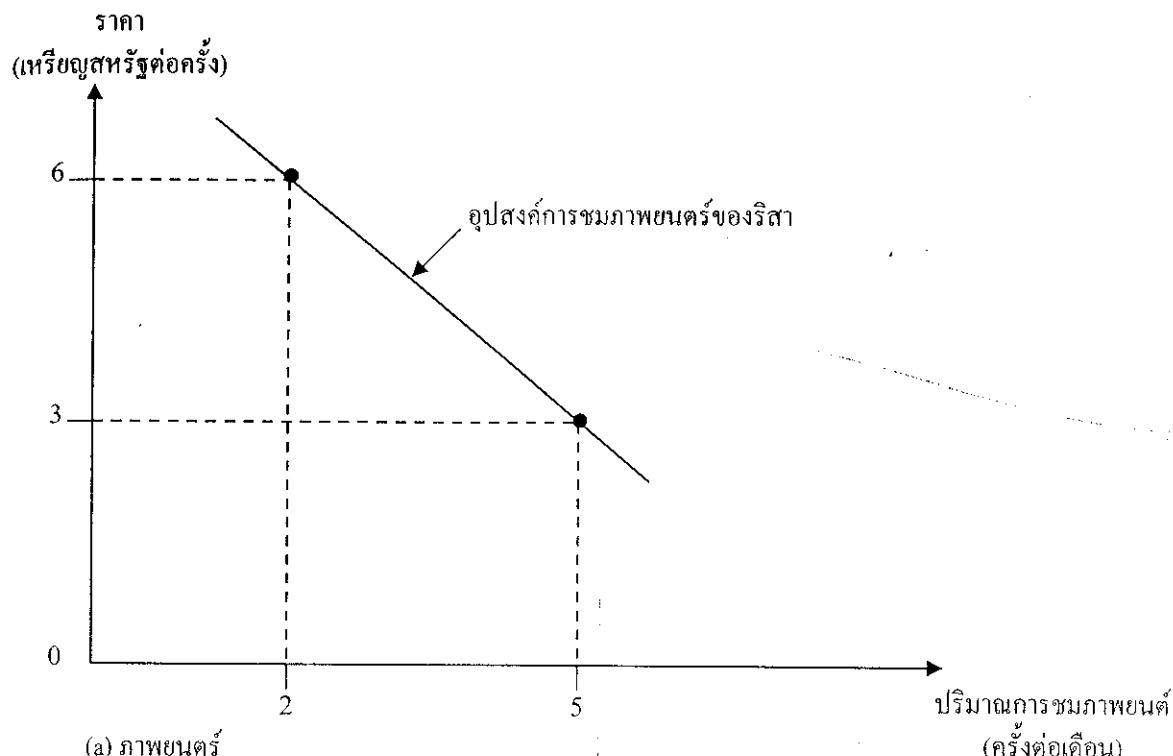
สำหรับกรณีราคาของโฉดเปลี่ยนแปลงไป โดยราคาของบัตรชมภาพยนตร์ และรายได้ของริสาไม่เปลี่ยนแปลงก็มีลักษณะการวิเคราะห์เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงราคาของบัตรชมภาพยนตร์ที่เปลี่ยนแปลง โดยราคาของโฉดต่อแพ็ค และรายได้ของริสาไม่เปลี่ยนแปลง

6.1.2.2 ในกรณีที่ราคาของสินค้าและบริการไม่เปลี่ยนแปลง แต่บประมาณหรือรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีผลคืออุปสงค์อย่างไรนั้น ตามตัวอย่างเดิมสมมุติว่าริสามีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 30 เหรียญสหรัฐ เป็น 42 เหรียญสหรัฐต่อเดือน โดยราคาของบัตรชมภาพยนตร์ และค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงไป 3 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ทำให้ริสาได้รับความพึงพอใจสูงที่สุดตามหลักของอรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐของการชมภาพยนตร์ และการคืนโฉดเท่ากัน คือ ชมภาพยนตร์ 5 ครั้ง และคืนโฉด 5 แพ็ค ต่อเดือน แต่ถ้ารายได้ของริสาต่อเดือนเพิ่มขึ้นจาก 30 เหรียญสหรัฐเป็น 42 เหรียญสหรัฐต่อเดือนดังกล่าว ผลกระทบวิเคราะห์ความพึงพอใจสูงที่สุดจากหลักการเดียวกันประกอบผลตามตารางที่ 6.6 โดยริสาจะชมภาพยนตร์ 7 ครั้ง และคืนโฉด 7 แพ็คตามลำดับ ลักษณะดังกล่าวแสดงว่าการชมภาพยนตร์และการคืนโฉด เป็นสินค้าปกติ (normal goods) เพราะการที่ผู้บริโภค มีรายได้สูงขึ้น ทำให้บริโภคสินค้าปกติเพิ่มขึ้น โดยราคาของสินค้าไม่เปลี่ยนแปลง

**ตารางที่ 6.5 แสดงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาบัตรชมภาพยนตร์ที่มีผลผลกระทบต่อทางเลือกของการบริโภคของริสา**

การชมภาพยนตร์ (3 เหรียญสหรัฐต่อครั้ง)		การคืนโฉด (3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค)	
ปริมาณ (ครั้ง)	อรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐ	ปริมาณ (แพ็ค)	อรรถประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 เหรียญสหรัฐ
0		10	5.00
1	16.67	9	5.33
2	12.67	8	5.67
3	11.00	7	6.00
4	9.67	6	6.33
5	8.33	5	8.33
6	7.00	4	9.33
7	6.00	3	12.00
8	5.00	2	14.00
9	4.00	1	25.00
10	3.00	0	

ที่มา : Michael, 1994, p. 165



រូបភាព 6.4 ແສດງនៅក្នុងសែកសងក៍អងការទំនួរការឃុំទៅគំរើ  
ពីមាត្រាភាសាអង់គ្លេស

**ตารางที่ 6.6** แสดงการเปลี่ยนแปลงทางเลือกของการซื้อกาแฟบินต์ และค่าโดยรายได้เพิ่มขึ้น จาก 30 เหรียญสหรัฐ เป็น 42 เหรียญสหรัฐต่อเดือน โดยราคาบัตรชมกาแฟบินต์ และ โฉด้าไม่เปลี่ยนแปลง

การซื้อกาแฟบินต์ (3 เหรียญสหรัฐต่อที่นั่ง)		การค่าโดยรายได้เพิ่ม (3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค)	
ปริมาณ (ครั้ง)	อัตราประโยชน์เพิ่มต่อเงิน	ปริมาณ (แพ็ค)	อัตราประโยชน์เพิ่มต่อเงิน
1	16.67	10	5.00
2	12.67	9	5.33
3	11.00	8	5.67
4	9.76	7	6.00
5	8.33	6	6.33
6	7.00	5	8.33
7	6.00	4	9.33
8	5.00	3	12.00
9	4.00	2	14.00
10	3.00	1	25.00

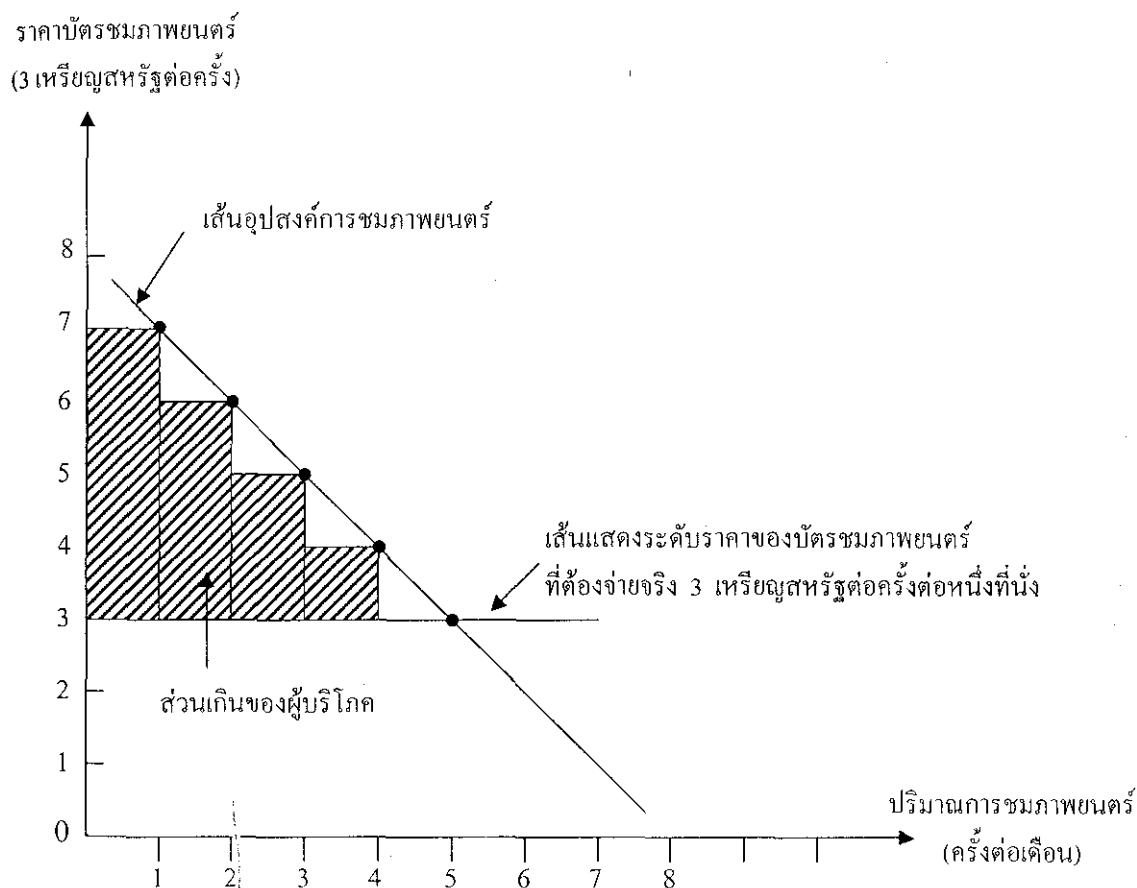
ที่มา : Michael, 1994, p. 167

### 6.1.3 การนำทฤษฎีอรอรณาประโยชน์เพิ่มไปใช้กรณีส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer Surplus and Marginal Utility Theory)

ส่วนเกินของผู้บริโภค (consumer surplus) หมายถึงความแตกต่างระหว่างมูลค่าของสินค้าที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายกับส่วนที่จ่ายจริง และความเต็มใจจ่ายจะลดลงอย่างเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอรอรณาประโยชน์เพิ่ม (law of diminishing marginal utility) เพื่อให้เข้าใจส่วนเกินของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น จึงขอนำตัวอย่างเดิมที่เกี่ยวกับทางเลือกการบริโภคของริสาในการซื้อกาแฟบินต์ในแต่ละเดือนโดยวิธี มีรายได้จำกัด 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ราคาบัตรชมกาแฟบินต์ 3 เหรียญสหรัฐต่อที่นั่ง และชมกาแฟบินต์ 5 ครั้งใน 1 เดือน ในที่นี้เส้นอุปสงค์ของการซื้อกาแฟบินต์ของริสาดังรูปภาพที่ 6.5 พบว่า ถ้าริสาซื้อกาแฟบินต์ครั้งที่ 1 จะเต็มใจจ่ายค่าน้ำดื่มกาแฟบินต์ 7 เหรียญสหรัฐ ถ้าครั้งที่ 2 เต็มใจจ่าย 6 เหรียญสหรัฐ ครั้งที่ 3 เต็มใจจ่าย 5 เหรียญสหรัฐ จนถึง ครั้งที่ 4 และ ครั้งที่ 5 เต็มใจจ่าย 4 เหรียญสหรัฐ และ 3 เหรียญสหรัฐตามลำดับ โดยที่ราคาบัตรชมกาแฟบินต์ตามที่ต้องจ่ายจริงเท่ากับ 3 เหรียญสหรัฐต่อที่นั่ง ดังนั้นส่วนเกินของผู้บริโภคพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	ความเต็มใจจ่าย	ส่วนเกินของผู้บริโภค
1	7	4
2	6	3
3	5	2
4	4	1
5	3	0

โดยส่วนเกินของผู้บริโภคดังกล่าวคือ ส่วนที่ แลเงาในรูปภาพที่ 6.6



รูปภาพที่ 6.5 แสดงส่วนเกินของผู้บริโภคจากการชมภาพยนตร์

ที่มา : Michael, 1994, p. 171

## 6.2 ความเป็นไปได้ ความชอบ และทางเลือกของผู้บริโภค (Possibilities, Preferences, and Choices)

ในหัวข้อ 6.1 ที่ผ่านมาเป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการนำเรื่องอրรถประโยชน์ มาศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐานแนวความคิดของการสร้างสิ่งอุปสงค์ โดยแนวความคิดดังกล่าวมาจากประเด็น เกี่ยวกับทางเลือกการบริโภคของผู้บริโภคหรือครัวเรือน ทฤษฎีอรรถประโยชน์เพิ่ม ตลอดจนนำทฤษฎี อรรถประโยชน์เพิ่มมาศึกษาถึงส่วนเกินของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามในหัวข้อที่ผ่านมาทำให้รู้ว่าสิ่งอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการนั้นสร้างบนพื้นฐานของอรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจมากที่สุด ภายใต้ ราคาและรายได้ของผู้บริโภคระดับหนึ่ง ตามหลักการของอรรถประโยชน์เพิ่มต่อหนึ่งหน่วยของเงินที่ ผู้ท่ากัน ในหัวข้อที่ 6.2 นี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจากความเป็นไปได้ในการบริโภค ความชอบของผู้บริโภค ทางเลือกของผู้บริโภค ตลอดจนผลกระทบทางเลือกของผู้บริโภคที่เกิดจากราคา ของสินค้าหรือบริการนิดใดนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาดังกล่าวมี ทั้งผลกระทบต่อรายได้ และการทดแทนกันของสินค้าหรือบริการที่จะได้อธิบายในลำดับต่อไป

### 6.2.1 ความเป็นไปได้ในการบริโภค (consumption possibilities)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการบริโภคนั้นมาจากแนวความคิดแบบจำลองทางเลือก ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อราคาและรายได้เปลี่ยนแปลงไปจึงทำให้รูปแบบของการบริโภค เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งความเป็นไปได้ในการบริโภคดังกล่าว จำเป็นต้องมีความเข้าใจ 2 เรื่อง ดังต่อไปนี้

1. งบประมาณของผู้บริโภคเมื่อยื่อย่างจำกัด
2. ความชอบของผู้บริโภค

โดยในหัวข้อนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะความเป็นไปได้ในการบริโภคที่เกิดจากผู้บริโภค มี งบประมาณอยู่อย่างจำกัด นั่นหมายความว่าทางเลือกของผู้บริโภคจะถูกจำกัดจากรายได้ที่ผู้บริโภคเมื่อยื่อย อย่างจำกัดจำนวนหนึ่ง และผู้บริโภคได้นำรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัดซื้อสินค้า และบริการที่มีราคายูนิต ระดับคงที่ ขอบเขตของการจำกัดทางเลือกของผู้บริโภคดังกล่าว อธิบายได้โดยเส้นงบประมาณ (budget line)

เส้นงบประมาณ หมายถึง เส้นที่แสดงปริมาณส่วนผสมของสินค้า 2 ชนิด ที่สามารถซื้อได้ด้วย เงินงบประมาณหรือรายได้จำนวนเดียวกัน ซึ่งสามารถเรียกเส้นงบประมาณว่าเส้นราคาร์ต์ไทร (price line) โดยอยู่ภายใต้ข้อสมมุติว่าสินค้าดังกล่าวสามารถแบ่งแยกได้ (divisible goods)

จากรูปภาพที่ 6.1 และตารางที่ 6.1 แสดงส่วนผสมของสินค้า 2 ชนิด คือ การซื้อกาแฟบินทร์ และ การดื่มโซดาที่ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคได้ภายใต้เงื่อนไขต่อไปนี้ ได้แก่ ให้เงื่อนไขว่า สำหรับเงินเดือน 100 บาท ซื้อกาแฟบินทร์ 6 หน่วย ซื้อโซดาแพ็คละ 3 หน่วย ซื้อโซดาแพ็คละ 3 หน่วย ดังกล่าวมาแล้วในหัวข้อ 6.1 ในหัวข้อนี้จะศึกษาเส้นงบประมาณแสดงถึงความเป็นไปได้ในการเลือกบริโภคเมื่อราคากาแฟบินทร์ และบริการ ตลอดจนระดับรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยเริ่มศึกษาจากสมการเส้นงบประมาณ (budget equation) ดังต่อไปนี้

### 1. ตัวแปร (variable)

รายได้	คือ	$Y$	=	30	เหรีบัญสหัสด่อเดือน
ราคากับตุณภาพยนตร์	คือ	$P_m$	=	6	เหรีบัญสหัสดอที่นั่ง
ราคาโซดา	คือ	$P_s$	=	3	เหรีบัญสหัสดอแพ็ค
ปริมาณการซื้อกาพยนตร์	คือ	$Q_m$			
ปริมาณการซื้อโซดา	คือ	$Q_s$			

### 2. สมการงบประมาณ (budget equation)

$$\begin{aligned} Y &= P_s \cdot Q_s + P_m \cdot Q_m \\ 30 &= 3Q_s + 6Q_m \end{aligned}$$

### 3. การคำนวณสมการเส้นงบประมาณ (calculating the budget equation)

ถ้าหาก  $P_s = 3$  หารผลดสมการงบประมาณ จะได้

$$\begin{aligned} Q_s + \frac{P_m}{P_s} Q_m &= \frac{Y}{P_s} \\ \text{หรือ } Q_s + 2 Q_m &= 10 \\ \text{และถ้าหากยกข้าง } Q_s &= 10 - 2Q_m \end{aligned}$$

โดยที่ค่าความชันของเส้นงบประมาณ คือ 2 ซึ่งเท่ากับ  $\frac{P_m}{P_s}$  เรียกว่า ราคเบรียบเทียบ  
(relative price)

$$\text{ดังนั้นรูปแบบทั่วไป } Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$$

และจากการศึกษาสมการงบประมาณสามารถสรุปได้ดังนี้

$$\frac{P_m}{P_s} \quad \text{คือ} \quad \text{ราคเบรียบเทียบ (relative price)}$$

$$\frac{Y}{P_s} \quad \text{คือ} \quad \text{รายได้ที่เทียบของโซดา (real income in terms of soda)}$$

$$\frac{Y}{P_m} \quad \text{คือ} \quad \text{รายได้ที่เทียบของกาพยนตร์ (real income in terms of movies)}$$

#### 4. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาต่อสืบงบประมาณ

ในกรณีที่ราคาของบัตรชมภาพยนตร์ลดลงจาก 6 เหรียญสหรัฐต่อที่นั่ง เหลือเพียง 3 เหรียญสหรัฐต่อที่นั่ง โดยรายได้ยังคงเท่าเดิมคือ 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ส่วนราคาของโฉดาน่าเดิน คือ 3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค ผลทำให้การซื้อภาพยนตร์เพิ่มขึ้น โดยการคั่มโฉดานายังคงเท่าเดิม

$$Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$$

$$Q_s = \frac{30}{3} - \frac{3}{3} Q_m$$

$$Q_s = 10 - Q_m$$

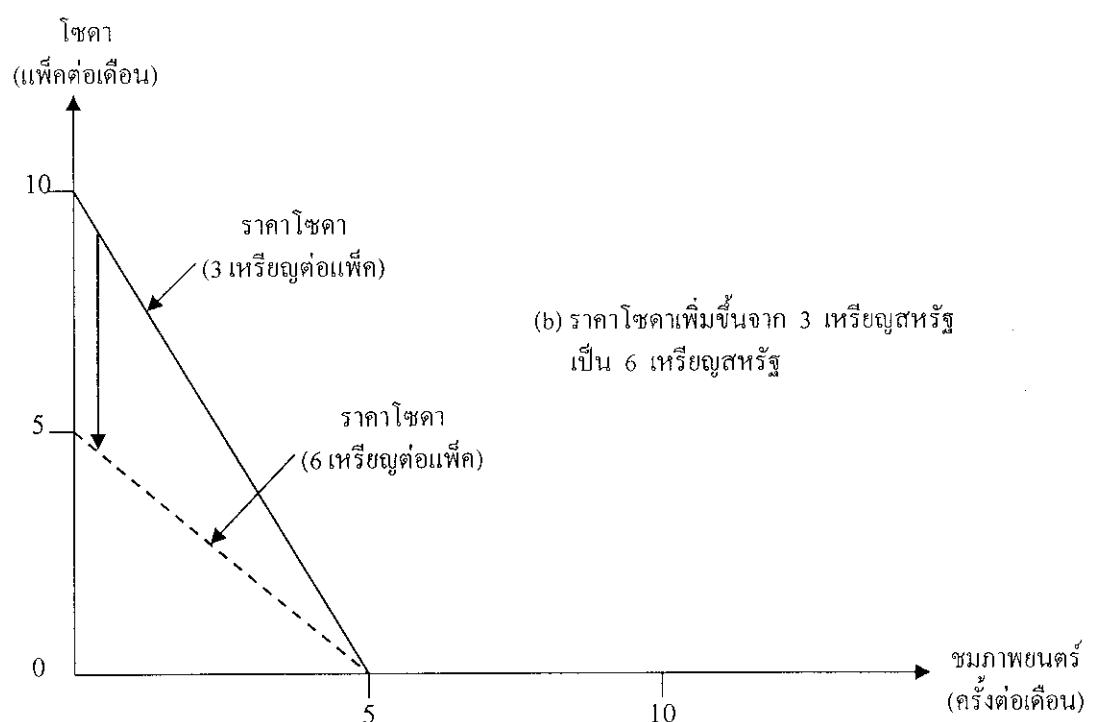
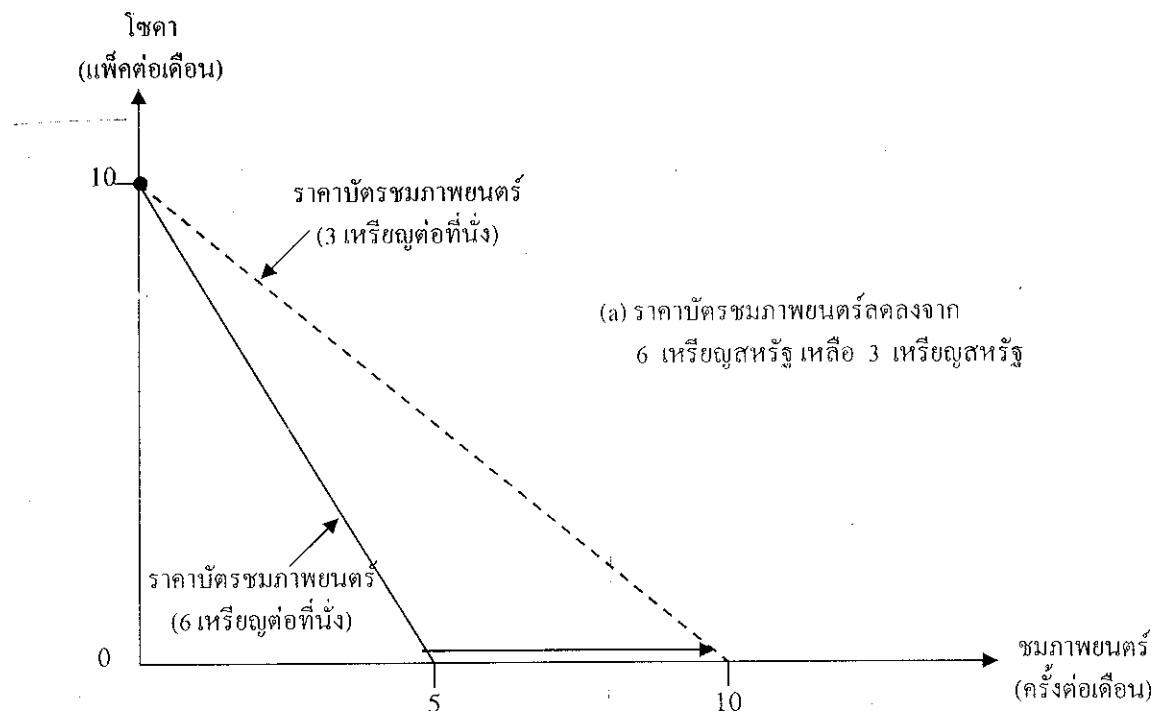
และถ้าหากราคาของโฉดานาเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม 3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค เพิ่มขึ้นเป็น 6 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค โดยราคาของบัตรชมภาพยนตร์ และรายได้ต่อเดือนเท่าเดิม คือ 6 เหรียญสหรัฐต่อบัตร และ 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ผลทำให้การคั่มโฉดาลดลง โดยการซื้อภาพยนตร์ยังคงเท่าเดิม

$$Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$$

$$Q_s = \frac{30}{6} - \frac{6}{6} Q_m$$

$$Q_s = 5 - Q_m$$

ผลของการเปลี่ยนแปลงราคาของบัตรชมภาพยนตร์ แสดงได้ด้วยรูปภาพที่ 6.6 (a) และสำหรับผลของการเปลี่ยนแปลงราคาของโฉดา แสดงได้ด้วยรูปภาพที่ 6.6 (b) ซึ่งทั้ง 2 กรณีค่าความชัน (slope) เปลี่ยนแปลง



**ภาพที่ 6.6** แสดงส่วนงบประมาณเปลี่ยนแปลงเนื่องจากราคานี้เปลี่ยนแปลง  
ที่มา : Michael, 1994, p. 183

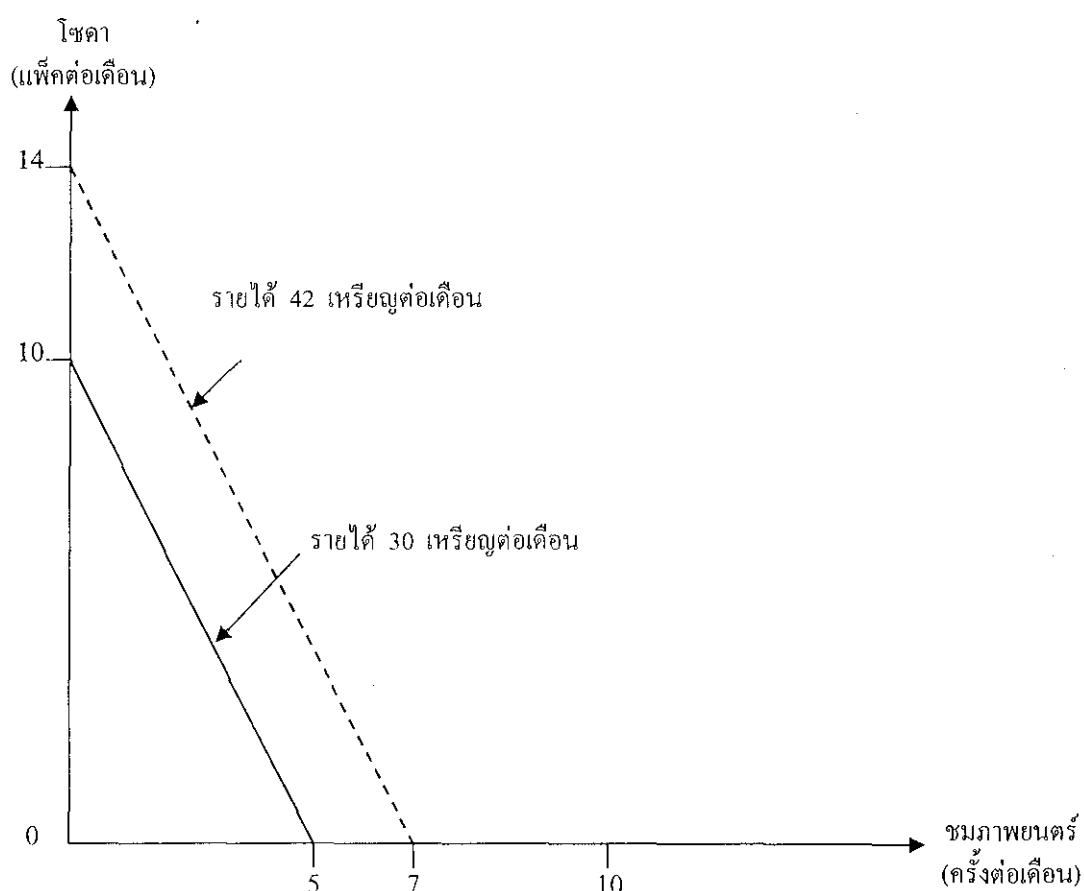
### 5. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ต่อส่วนงบประมาณ

ในกรณีที่รายได้เปลี่ยนแปลงสูงขึ้นจาก 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน เป็น 42 เหรียญสหรัฐ ต่อเดือน โดยราคาของโซดาและบัตรหุ้นภารชน์ ยังคงเท่าเดิม คือ 6 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่ง และ 3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค ตามลำดับ กรณีนี้ส่วนงบประมาณที่เปลี่ยนแปลงไปยังคงมีค่าความชันเท่าเดิม (slope) พิจารณาได้จากรูปภาพที่ 6.7 ที่แสดงถึงการปริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นทั้ง 2 ชนิด

$$Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$$

$$Q_s = \frac{42}{3} - \frac{6}{3} Q_m$$

$$Q_s = 14 - 2 Q_m$$



รูปภาพที่ 6.7 แสดงส่วนงบประมาณเปลี่ยนแปลงเนื่องจากรายได้เปลี่ยนแปลง

ที่มา : Michael, 1994, p. 183

โดยสรุปแล้วส่วนประกอบอธิบายถึงจำนวนการบริโภคสูงที่สุดที่เป็นไปได้ของผู้บริโภค เมื่อกำหนดรายได้และราคัสินค้าหรือบริการ ณ ระดับหนึ่ง และถ้าหากราคาของสินค้านิดใด ชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปทำให้ค่าความชันของส่วนประกอบเปลี่ยนแปลงไป ส่วนกรณีรายได้เปลี่ยนแปลงไป โดยราคาสินค้าหรือบริการคงที่ ทำให้ส่วนประกอบเปลี่ยนแปลงเป็นส่วนใหม่โดยค่าความชันเท่าเดิม

#### 6.2.2 ความชอบของผู้บริโภค (Preferences)

ความชอบหรือความไม่ชอบของคนหรือผู้บริโภคออยู่ภายใต้ข้อสมมุติ 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

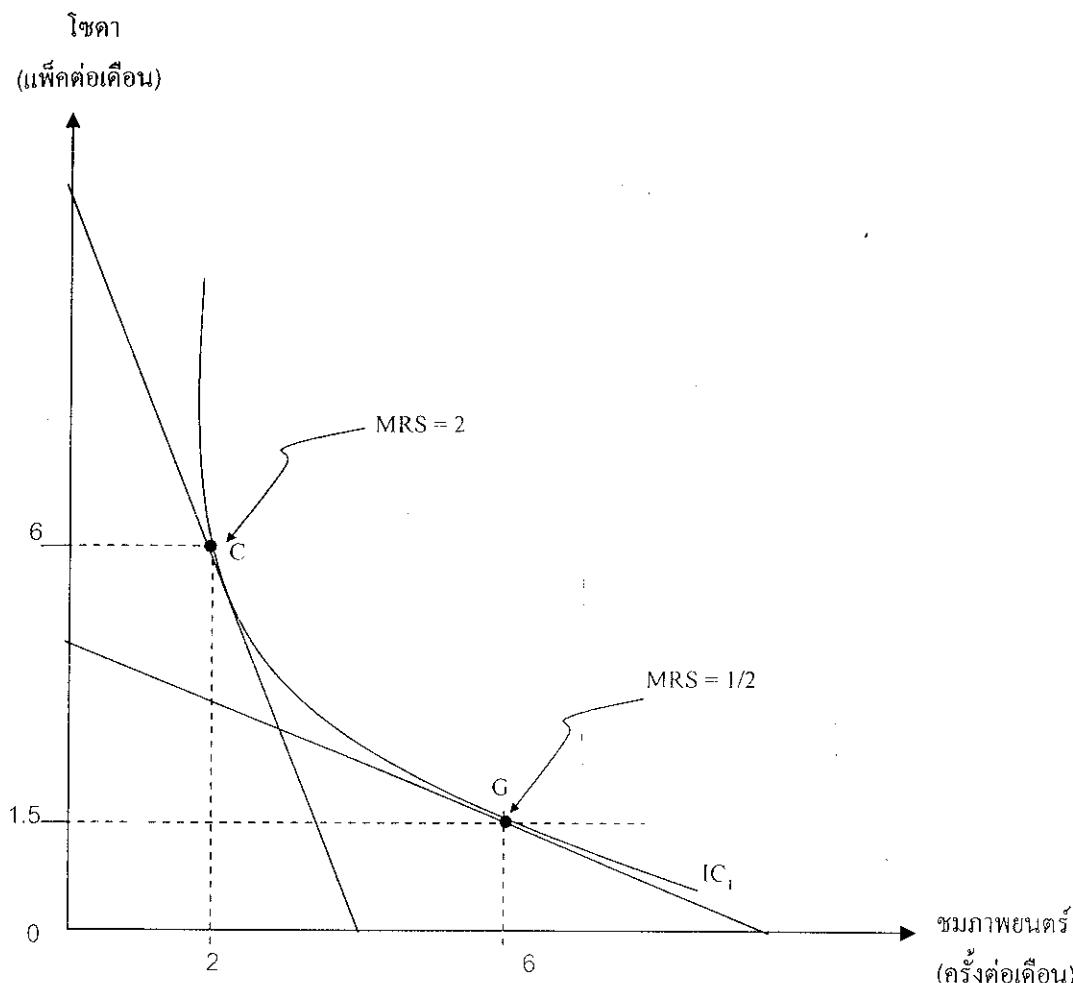
1. ความชอบของผู้บริโภคไม่ขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าและบริการ
2. ความชอบของผู้บริโภคไม่ขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค
3. ผู้บริโภค มีความชอบเพิ่มขึ้นเมื่อได้บริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น และความชอบจะลดลงตามปริมาณการบริโภคสินค้า และบริการที่ลดลง

เมื่อศึกษาถึงความชอบของผู้บริโภคภายใต้ข้อสมมุติทั้งสามข้อดังกล่าว นั้นสามารถนำแนวความคิดเรื่อง เส้นความพอดีกัน (indifference curve : IC) มาอธิบายประกอบการศึกษาได้ดังต่อไปนี้ เส้นความพอดีกัน หมายถึง เส้นที่แสดงถึงคุณค่า 2 ชนิดที่ให้ความพอดีกัน ณ ระดับราคานั้น ลักษณะของเส้นความพอดีกันจะเป็นเส้นที่หดลดลงมาจากการซ้ายไปขวา ซึ่งมีคุณสมบัติที่สำคัญดังต่อไปนี้ (วรจุน กลินครีสุข, 2539, หน้า 60-63 และ Michael, 1994, pp. 184-187)

1. เส้น IC เป็นเส้นที่มีค่าความชันเป็นลบหรือหดลดจากซ้ายไปขวา เพราะเมื่อผู้บริโภคต้องการเพิ่มการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่ง เขายังต้องลดการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพื่อรักษาระดับความพอดีให้เท่าเดิม

2. เส้นความพอดีกันโค้งทั่วไปจะโค้งเว้าเข้าหาจุดเริ่มต้น (convex to the origin) เพราะเป็นไปตามกฎว่าด้วยการลดน้อยถอยลงของอัตราการทดแทนกันต่อหน่วยของสินค้า 2 ชนิด (law of diminishing marginal rate of substitution : MRS)

และทุกๆ จุดบนเส้น IC เส้นเดียวกันนี้ มีคุณสมบัติตามข้อ 2 จะมีค่าความชันหรืออัตราการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด โดยยังคงรักษา rate ดับความพึงพอใจเท่าเดิมนั้น ไม่เท่ากัน



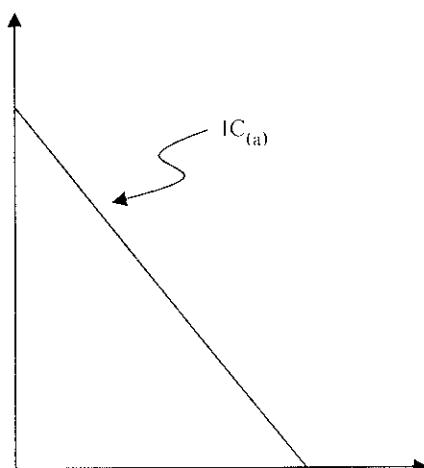
รูปภาพที่ 6.8 แสดงอัตราการทดแทนกันของสินค้าหรือค่าความชันที่ไม่เท่ากันบนเส้น  $IC_1$  เส้นเดียว

ที่มา : Michael, 1994, p. 187

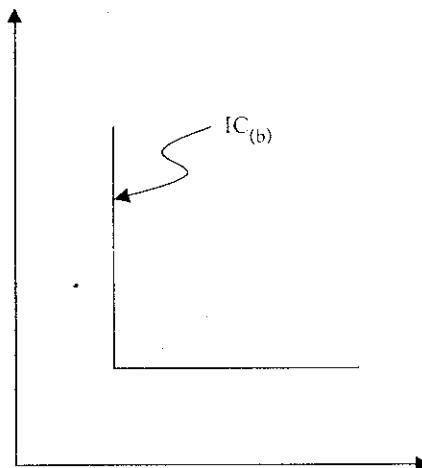
$$\text{ค่า MRS} = \frac{-\Delta \text{โชค}}{+\Delta \text{gapยนตร์}} = \frac{-\Delta Q_s}{\Delta Q_m}$$

อัตราการทดแทนกันต่อหน่วยของการซึมgapยนตร์กับการดื่มโชค จะต้องมีค่าเป็นลบเสมอ แสดงว่าการซึมgapยนตร์เพิ่มขึ้น 1 ครั้งนั้น จะต้องลดการดื่มโชคลง เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจให้เท่าเดิมเป็นไปตามกฎการทดแทนกันของการซึมgapยนตร์ของสินค้า 2 ชนิด หรือในกรณีนี้คือค่าความชันหรือ Slope ของ  $IC_1$  โดยจุด C ในรูปภาพ 6.8 มีค่า MRS เท่ากับ 2 ซึ่งมากกว่า MRS ณ จุด G เท่ากับ  $\frac{1}{2}$  นั้น เพราะการซึมgapยนตร์ และการดื่มโชค เป็นส่วนบุคคลที่หากได้แล้วไม่สามารถแบ่งให้คนอื่นได้ ซึ่งแสดงถึงความเฉพาะเจาะจงของสินค้า

สำหรับลักษณะการทดสอบของสินค้าสามารถแสดงได้ดังรูปภาพที่ 6.9 จาก 2 กรณี โดยกรณีแรกสินค้าทั้งสองชนิดทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ และกรณีที่สองสินค้าทั้งสองชนิดทดแทนกันไม่ได้แต่ต้องใช้ประกอบกัน โดยมีเส้น IC ที่มีลักษณะเป็นเส้นตรง (MRS ทุกจุดบนเส้น IC เท่ากัน) และเส้น IC เป็นเส้นหักมุมจากตามลำดับ ตัวอย่างเช่น ปากกา Marker ที่ซื้อจากร้านขายเครื่องเขียนในเขตชุมชนเมืองนี้ คุณสมบัติเหมือนกันซึ่งกันและกัน ดังนั้น เส้น IC เป็นเส้นตรง ส่วนรองเท้าข้างซ้ายกับรองเท้าข้างขวา จะต้องใช้คู่กันเสมอ ทดแทนกันไม่ได้ นั่น เส้น IC จะเป็นเส้นหักมุมจาก



(a) IC แสดงการทดแทนอย่างสมบูรณ์  
(ตัวอย่าง : การซื้อปากกา Marker)



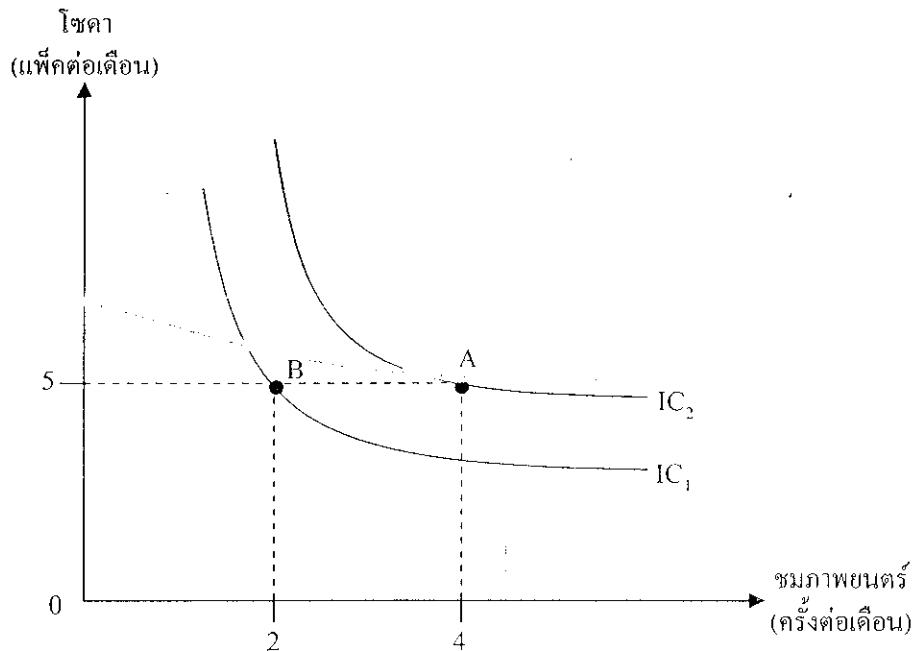
(b) IC เป็นเส้นหักมุมจากแสดงสินค้าทั้ง 2 ชนิดต้องใช้ประกอบกันเสมอ ใช้ทดแทนกันไม่ได้  
(ตัวอย่าง : รองเท้าข้างซ้ายกับรองเท้าข้างขวา)

### รูปภาพที่ 6.9 แสดงคุณสมบัติของเส้นความพึงพอใจเท่ากัน กรณีทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ และต้องใช้ประกอบกันเท่านั้น

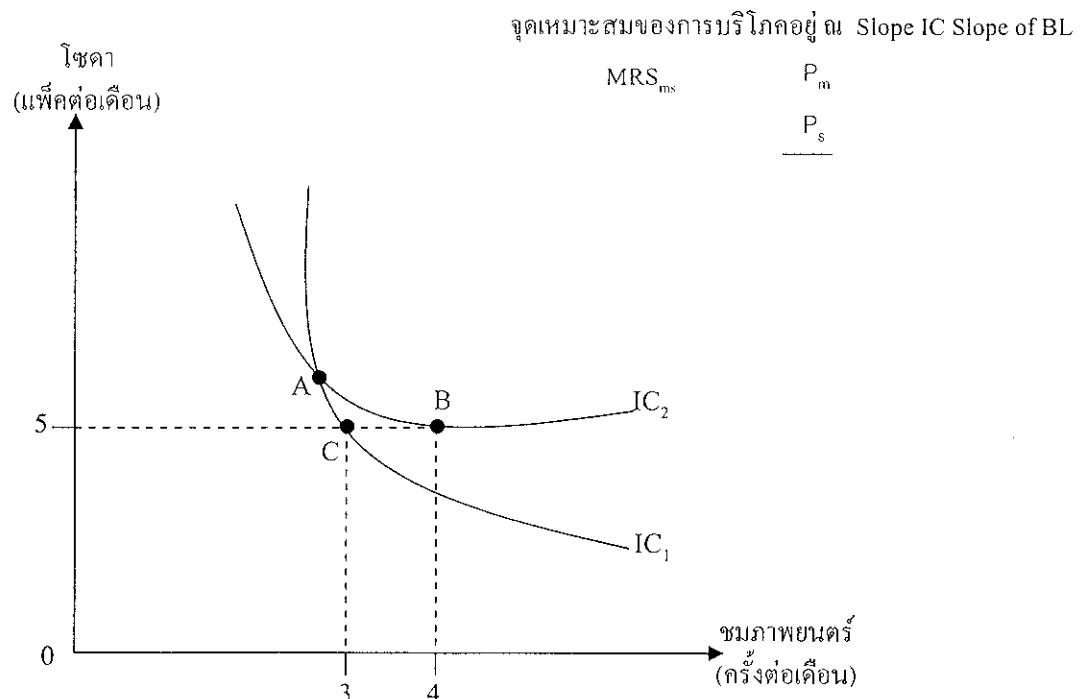
ที่มา : Michael, 1994, p. 188

3. เส้นความพึงพอใจแต่ละเส้นจะไม่ตัดกัน โดยเส้นความพึงพอใจที่อยู่ทางขวาเมื่อ แสดงถึงระดับความพึงพอใจที่สูงกว่า จากรูปที่ 6.10 (a) เส้น  $IC_2$  มีระดับความพึงพอใจมากกว่า  $IC_1$  และถ้าหากมีเส้น IC มากกว่า 1 เส้น เรียกว่า Indifference Map โดยจุด A ให้ความพึงพอใจมากกว่าจุด B เพราะ ณ จุด A มีปริมาณสินค้าบริโภคมากกว่าจุด B โดยที่จุด A อยู่บนเส้น  $IC_2$  ส่วนจุด B อยู่บนเส้น  $IC_1$  ดังนั้นความพึงพอใจ  $IC_2$  มากกว่า  $IC_1$

ส่วนรูปภาพที่ 6.10 (b) บนเส้น  $IC_1$  จุด A ให้ความพึงพอใจเท่ากับ จุด C ส่วนบนเส้น  $IC_2$  จุด A ให้ความพึงพอใจเท่ากับ จุด B ดังนั้น ไม่สามารถสรุปได้ว่า C ให้ความพึงพอใจเท่ากับ B เพราะเนื่องจากที่จัดเรียงที่จุด C และจุด B ต่างกันบริโภคโดยค่าในปริมาณที่เท่ากัน แต่จุด B นั้นมากกว่าจุด C จำนวนครึ่งมากกว่า จุด C



(a) ແສດງເສັ້ນຄວາມພຶ້ງພອໃຈທ່າກັນທາງໜວຈະໄຫ້ຮັບຄວາມພຶ້ງພອໃຈທີ່ນາກກວ່າ



(b) ແສດງເສັ້ນຄວາມພຶ້ງພອໃຈທ່າກັນທີ່ໄວ່ສາມາດຕັດກັນໄດ້

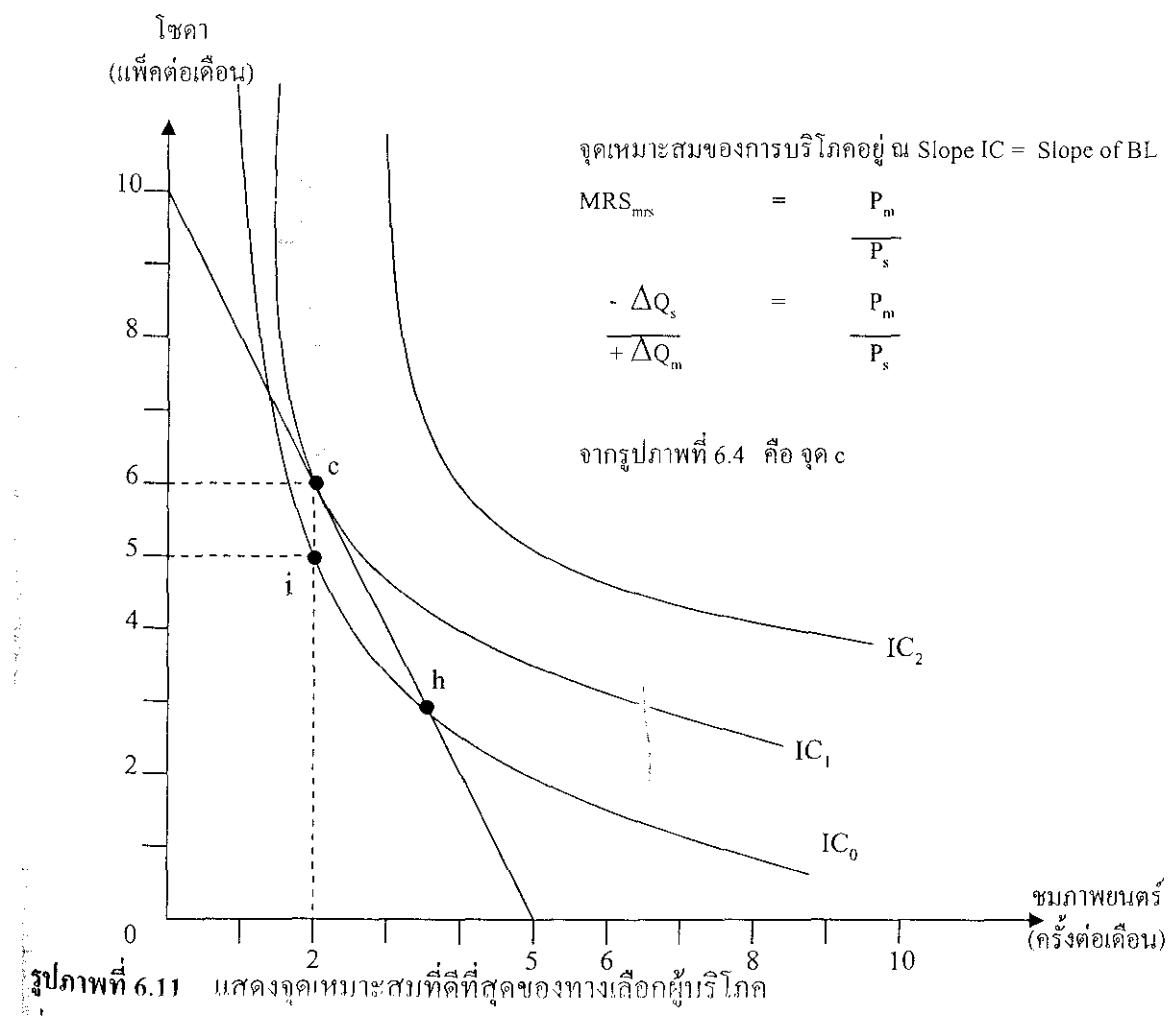
ຮູບປາພີ້ງ 6.10 ແສດງຄູນເສມບົດຂອງເສັ້ນຄວາມພຶ້ງພອໃຈທ່າກັນ

ພື້ນຖານ ພັນຍາມ ແລ້ວ ໄກສິ່ງ, 2539, ພັນຖານ 65.

### 6.2.3 ทางเลือกของผู้บริโภค (Choices)

การศึกษาทางเลือกของผู้บริโภคที่ทำให้ได้รับความพอใจสูงสุดภายใต้ระดับรายได้จำกัด ระดับหนึ่งนั้นจะนำเส้นความพอใจเท่ากัน (indifference curve : IC) และเส้นงบประมาณ (budget line) มาศึกษาพร้อมกัน ทางเลือกที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดคือจุดที่อัตราการทดแทนกันระหว่างสินค้า 2 ชนิด (marginal rate of substitution : MRS) เท่ากับราคาย่อยของสินค้า 2 ชนิด (relative price) หรือ ค่าความชันของเส้นงบประมาณ (slope of budget line) ซึ่งทางเลือกที่ดีที่สุดอยู่ที่จุดสัมผัสระหว่างเส้นความพอใจเท่ากันกับเส้นงบประมาณนั่นเอง ซึ่งแสดงได้ตามรูปภาพที่ 6.11 โดยเส้นความพอใจเท่ากัน  $IC_2$  มีระดับความพึงพอใจมากกว่า  $IC_1$  และ  $IC_0$  ตามลำดับ

บนเส้น  $IC_0$  จุด i และ h มีระดับความพึงพอใจเท่ากัน เพราะอยู่บนเส้น  $IC_0$  เส้นเดียวกัน แต่จุด c ซึ่งอยู่บนเส้น  $IC_1$  ให้ระดับความพึงพอใจมากกว่า จุด i ซึ่งอยู่บนเส้น  $IC_0$  เพราะได้บริโภคสินค้าใช้มามากกว่า ดังนั้นจุด c จึงให้ระดับความพึงพอใจมากกว่าจุด h ด้วย จุด c เป็นจุดทางเลือกในการบริโภคที่ดีที่สุด เพราะเป็นจุดสัมผัสรของเส้นความพอใจเท่ากัน  $IC_1$  กับเส้นงบประมาณ ดังนั้นผู้บริโภคจะคุ้มโดยใช้ราคากลาง 6 แพ็คต่อเดือน และชมกาวน์คร์ 2 ครั้งต่อเดือน ภายในรายได้ 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน โดยที่ราคาโขดา 3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค และราคาน้ำตรามกาวน์คร์ 6 เหรียญสหรัฐต่อหัว

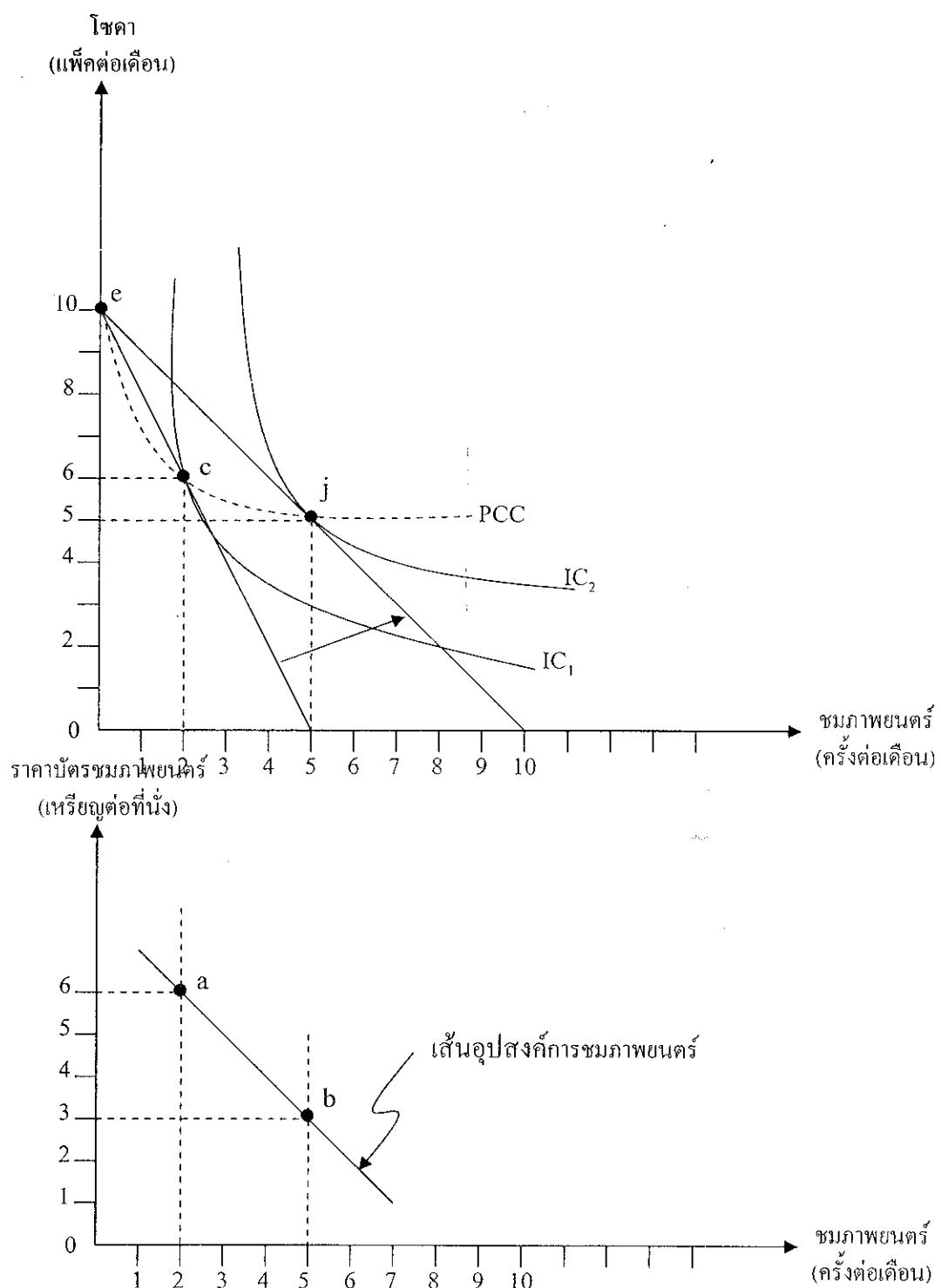


#### 6.2.4 ผลผลกระทบของราคา รายได้ และการทดแทนกัน

(Price effect, Income effect, and Substitution effect)

1) ผลกระทบของราคา (price effect) หมายถึงผลกระทบในทางเดียวกันของผู้บริโภคเนื่องมาจากการของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป โดยกำหนดให้ระดับรายได้และปัจจัยอื่นๆ คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง จากตัวอย่างผู้บริโภคเมียรายได้ 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน และนำรายได้ดังกล่าวไว้ปัจจัยสินค้า 2 หน่วย มาบริโภค กีด โซดา และการซื้อกาแฟบินต์ โดยโซดาเมียราคากล่อง 3 เหรียญสหรัฐต่อแพ็ค และกาแฟบินต์เมียราคากำบัตรเข้าชม 6 เหรียญสหรัฐต่อห้อง

จากรูปที่ 6.12 แสดงผลกระทบของราคา และเส้นอุปสงค์ โดย ณ จุด C ผู้บริโภคจะดื่มโซดา 6 แพ็คต่อเดือนและซื้อกาแฟบินต์ 2 ครั้งต่อเดือน ได้รับความพอดีสูงสุด (เส้นความพอดีกับ IC<sub>1</sub> สัมผัสกับเส้นงบประมาณ) ถ้าหากราคาบัตรซื้อกาแฟบินต์ลดลงจาก 6 เหรียญสหรัฐเหลือ 3 เหรียญสหรัฐ ต่อการซื้อกาแฟบินต์ 1 ครั้ง โดยราคาโซดาและรายได้ของผู้บริโภคคงที่ เส้นงบประมาณจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นเส้นใหม่ซึ่งมีค่าความชันลดลง จุดเหมาะสมสำหรับการบริโภคจะอยู่ที่ j ซึ่งมีระดับความพอดีสูงกว่า กีดเส้น IC<sub>2</sub> เพราะได้ซื้อกาแฟบินต์เพิ่มขึ้นจาก 2 ครั้งต่อเดือนเป็น 5 ครั้งต่อเดือน และลดการบริโภคโซดาจาก 6 แพ็คต่อเดือน เหลือ 5 แพ็คต่อเดือน เส้นเชื่อมโยงจาก ecj เรียกว่าเส้นแนวทางในการบริโภคเมื่อราคัสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงโดยที่รายได้ของผู้บริโภคคงที่ (price consumption curve :PCC) และจากการเปลี่ยนแปลงของราคากลางกล่าวนำมาสร้างเส้นอุปสงค์ได้ โดย ณ จุด a ดื่มโซดา 6 แพ็คต่อเดือน ซื้อกาแฟบินต์ 2 ครั้ง ต่อเดือน และจุด b แสดงถึงราคาของบัตรซื้อกาแฟบินต์ลดลงจาก 6 เหรียญสหรัฐเป็น 3 เหรียญสหรัฐต่อห้อง ทำให้จำนวนครั้งของการซื้อกาแฟบินต์เพิ่มขึ้นจาก 2 ครั้งต่อเดือนเป็น 5 ครั้งต่อเดือน ลากเส้นอุปสงค์การซื้อกาแฟบินต์ ระหว่างจุด a และ จุด b ดังนั้น เส้น ab จะเป็นเส้นอุปสงค์ที่เกิดจากความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค



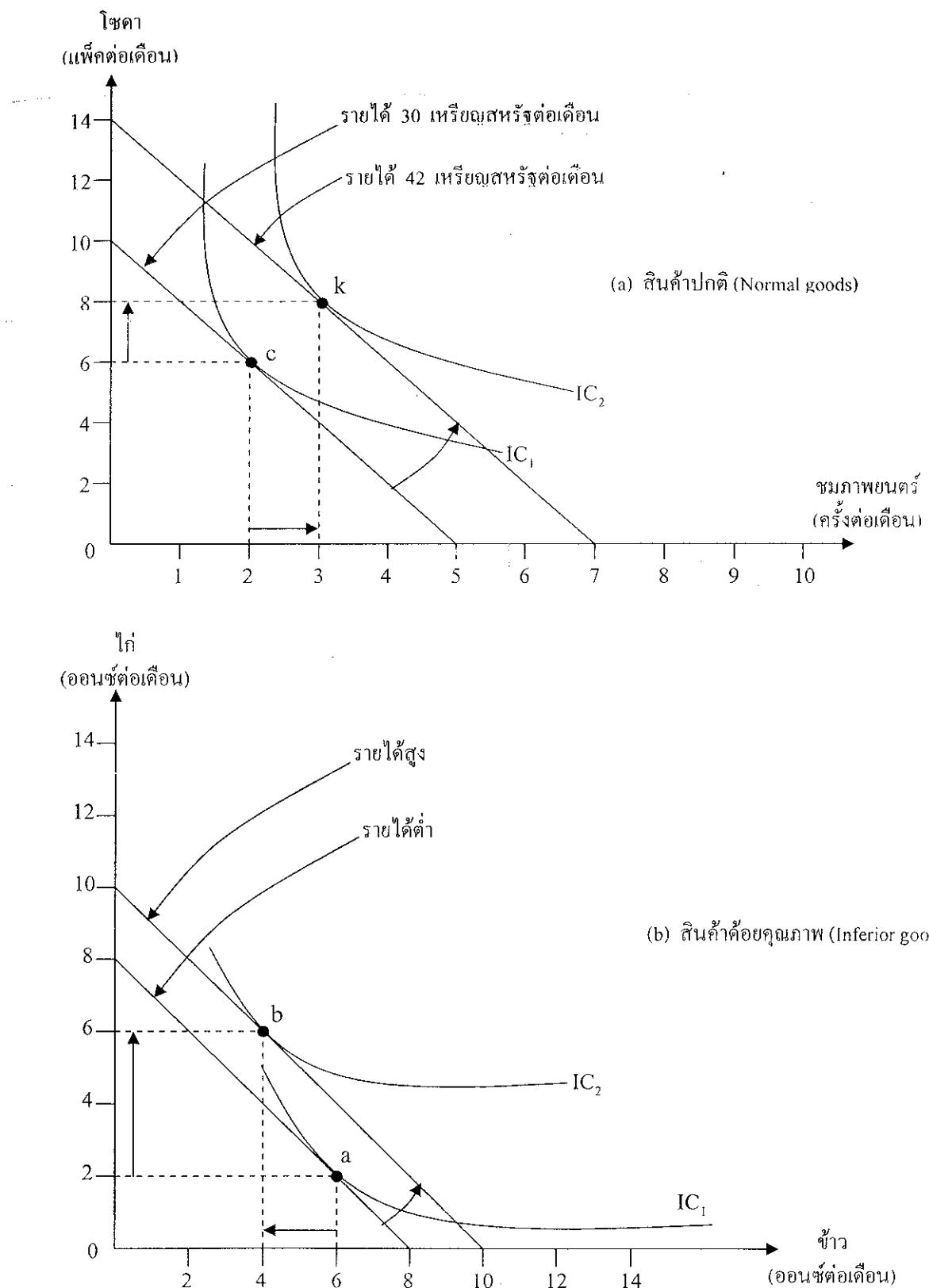
รูปภาพที่ 6.12 แสดงผลกระทบของราคากับเส้นอุปสงค์

ที่มา : Michael, 1994, p. 191

2) ผลกระทบรายได้ (income effect) หมายถึง เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้น ระดับความพึงพอใจมากขึ้น กรณีนี้เป็นสินค้าปกติ (normal goods) แต่สินค้าหารายได้เพิ่มขึ้น แต่ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการลดลง กรณีนี้เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) นั่นหมายถึง ผลกระทบรายได้เป็นบวกและลบ หรือเรียกสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าปกติ และสินค้าด้อยคุณภาพ ตามลำดับ เห็น การซื้อขายพยนตร์และการซื้อขายโซดา เป็นสินค้าปกติ ส่วนการบริโภคข้าวกับไก่เป็นตัวอย่างของสินค้าด้อยคุณภาพ

จากรูปภาพที่ 6.13 (a) เป็นสินค้าปกติ ผลกระทบรายได้เป็นบวก เพราะเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน เป็น 42 เหรียญต่อเดือน เส้นงบประมาณเพิ่มขึ้นเป็นเส้นใหม่ จุดเหมาะสมสำหรับการบริโภคที่ดีที่สุด เปลี่ยนจากจุด c เป็นจุด k ผู้บริโภคจะซื้อโซดาเพิ่มขึ้นจาก 6 แพ็คต่อเดือนเป็น 8 แพ็คต่อเดือน และจะซื้อพยนตร์เพิ่มขึ้นจาก 2 ครั้ง ต่อเดือนเป็น 3 ครั้งต่อเดือน

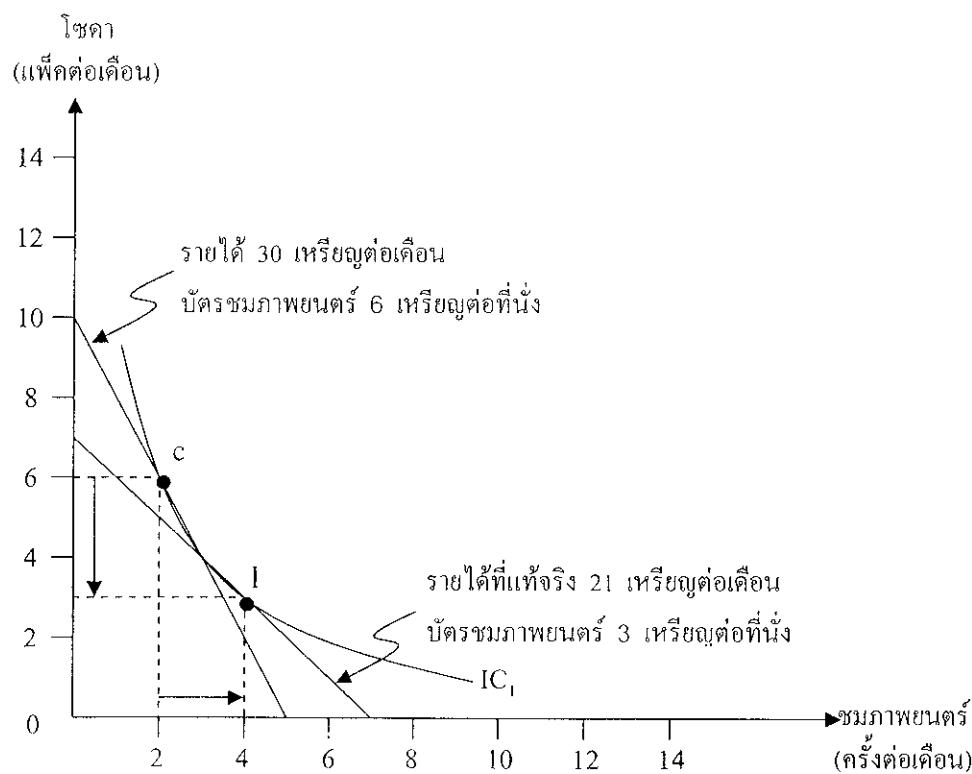
สำหรับรูปภาพที่ 6.13 (b) เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ ผลกระทบรายได้เป็นลบ เพราะผู้บริโภคเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นจาก 30 เหรียญต่อเดือน เป็น 42 เหรียญต่อเดือน ทำให้การบริโภคข้าวลดลงจาก 6 อนซต่อเดือน เป็น 4 อนซต่อเดือน และบริโภคไก่เพิ่มขึ้นจาก 2 อนซต่อเดือนเป็น 6 อนซต่อเดือน สรุปคือ ข้าวเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ ส่วนไก่เป็นสินค้าปกติ



รูปภาพที่ 6.13 แสดงผลกระทบของรายได้

ที่มา : Michaei, 1994, p. 193

3) ผลกระทบการทดแทนกัน (substitution effect) หมายถึง ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผลต่อปริมาณการบริโภคสินค้าโดยผู้บริโภคซึ่งคงได้รับความพอใจเท่าเดิม จากรูปภาพที่ 6.14 แสดงผลของการทดแทนกัน จากตัวอย่างการบริโภคสินค้า 2 ชนิด คือ การซื้อกาแฟบันตร์และการซื้อโซดา ภายใต้ระดับของงบประมาณจำนวนหนึ่ง โดยเมื่อราคาของบัตรชม kupang ลดลง จะทำให้รายได้ที่แท้จริงของการซื้อกาแฟบันตร์เพิ่มสูงขึ้น เส้นราคaperiyangเทียบของสินค้าทั้ง 2 ชนิด (relative price) ลดลง หรือเส้นงบประมาณ (เส้นราคากลาง) มีค่าความชันลดลง ในที่นี้เดิมจุด C เป็นจุดทางเลือกของผู้บริโภคที่เหมาะสมจากการซื้อกาแฟบันตร์ 6 ครั้งต่อเดือน และซื้อโซดา 2 แพ็คต่อเดือน ณ ในวงเงินงบประมาณหรือรายได้ 30 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ต่อมานเมื่อราคากาแฟบัตรชม kupang ลดลง ราคากาแฟบันตร์ลดลงจาก 6 เหรียญสหรัฐ เหลือเพียง 3 เหรียญสหรัฐต่อที่นั่ง โดยราคากาชา และรายได้ยังคงเท่าเดิม กรณีนี้รายได้ที่แท้จริงของการซื้อกาแฟบันตร์เพิ่มขึ้นจาก 5 เป็น 10  $\left\{ \frac{\text{รายได้}}{\text{ราคากาชา}} \right\}$  และเส้นราคากลางเทียบ มีค่าความชันลดลงจาก 2 เหลือเพียง 1 ดังนั้นจากรูปภาพที่ 6.15 จุดเหมาะสมของทางเลือกผู้บริโภคเคลื่อนย้ายจากจุด C เป็นจุด I โดยทั้ง 2 จุดยังคงมีความพอใจเท่าเดิม ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากจุด C มาเป็นจุด I ดังกล่าวเรียกว่าผลกระทบทางการทดแทนกัน (substitution effect) นั่นหมายถึงการซื้อกาแฟบันตร์เพิ่มขึ้นจาก 2 ครั้งต่อเดือนเป็น 4 ครั้งต่อเดือน เพื่อทดแทนการซื้อโซดาที่ลดลงจาก 6 แพ็คต่อเดือน เหลือ 3 แพ็คต่อเดือน โดยยังคงมีระดับความพอใจเท่าเดิมเพียง จุด C และจุด I อุปบนเส้นความพอใจเท่ากับเส้นเดิม คือ  $IC_1$



รูปภาพที่ 6.14 แสดงผลกระทบทางด้านการทดแทน

ที่มา : Michael, 1994, p. 194

### 6.3 สูป

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นการศึกษาทางเลือกของผู้บริโภคจาก 2 แนวความคิด แนวความคิดแรกเป็นกรณีของทางเลือกที่เหมาะสมจากข้อจำกัด (constraints) และความชอบ (preferences) โดยจุดหมายสมอยู่ที่บรรลุประโยชน์เพิ่มต่อเงิน 1 หน่วย ของสินค้าต่างๆ ที่ผู้บริโภคเลือกเท่ากัน และจากแนวคิดดังกล่าวได้มามาชี้ส่วนอุปสงค์ (demand) ของสินค้านิดใดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้ แนวคิดดังกล่าวยังนำมาสู่การศึกษาถึงส่วนเกินของผู้บริโภค (consumers' surplus) ซึ่งเป็นความพึงพอใจ หรือบรรลุประโยชน์ที่เกิดขึ้นระหว่างความต้องการซื้อขาย กับความที่จ่ายจริงภายใต้กฎการลดน้อยลงของ อรรถประโยชน์เพิ่ม (law of diminishing marginal utility) สำหรับแนวความคิดที่สองเป็นกรณีที่ทางเลือกของผู้บริโภคที่เหมาะสมภายใต้ความเป็นไปได้ (possibilities) ความชอบ (preferences) และทางเลือก (choices) โดยแนวคิดดังกล่าวจุดหมายสมของทางเลือกที่ดีที่สุด คือ จุดที่เกิดจากการสัมผัส ของเส้นงบประมาณหรือเส้นราคากับเส้นความพึงพอใจเท่ากัน (indifference curve) หรือเป็นจุดที่ อัตราการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิดเท่ากับค่าความซัมของเส้นงบประมาณ หรือราคาเบรียบเทียบของสินค้าทั้งสองชนิด (relative price) และการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านิดใดชนิดหนึ่ง (price effect) ทำให้ เกิดผลกระทบทางรายได้ (income effect) และผลกระทบทางค่านการทดแทน (substitution effect) จาก แนวคิดกรณีที่สองดังกล่าว เป็นที่มาของเส้นอุปสงค์ของสินค้านิดใดชนิดหนึ่ง อย่างไรก็ตามเส้น อุปสงค์ที่เกิดจากแนวคิดทั้ง 2 กรณี นั้น ต่างก็เกิดจากทางเลือกที่เหมาะสมและดีที่สุดของผู้บริโภค เช่นกัน

#### 6.4 แบบฟิกหัด

1. นายสุขสวัสดิ์ขอบเล่นกีฬาวินด์เซิร์ฟและดำเนิน้า โดยได้รับผลกระทบประโยชน์รวมของกีฬาทั้งสองประเภทดังนี้

จำนวนครั้งที่เล่นต่อเดือน	ผลกระทบประโยชน์รวม	ผลกระทบประโยชน์รวม
	จากการเล่นกีฬาวินด์เซิร์ฟ	จากการดำเนิน้า
1	60	20
2	110	38
3	150	53
4	180	64
5	200	70
6	206	75
7	211	79
8	215	82
9	217	84

หมายเหตุ:

- การเล่นกีฬาแต่ละครั้งใช้เวลา 30 นาที
- ถ้านายสุขสวัสดิ์มีเงินอยู่ 1,000 บาท ต่อเดือน ค่าเช่าอุปกรณ์วินด์เซิร์ฟ และค่าเช่าอุปกรณ์ดำเนิน้าเท่ากับ 100 บาทต่อครั้ง และ 50 บาทต่อครั้ง ตามลำดับ

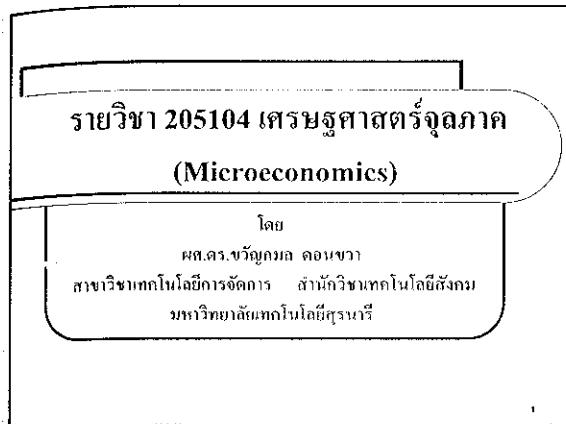
ให้นักศึกษาตอบคำถามต่อไปนี้

- 1.1 วัดภาพแสดงผลกระทบประโยชน์รวมจากการเล่นกีฬาวินด์เซิร์ฟและดำเนิน้า
- 1.2 จากข้อที่ 1 ให้เปรียบเทียบและอธิบายเส้นกราฟผลกระทบประโยชน์รวมทั้งสอง
- 1.3 จากเงินที่มีอยู่ทั้งหมดนายสุขสวัสดิ์จะเลือกเล่นวินด์เซิร์ฟและดำเนิน้าอย่างละกี่ชั่วโมงต่อเดือน จึงจะได้รับความพอใจสูงสุด และผลกระทบประโยชน์รวมที่ได้รับทั้งหมดมีค่าเท่าไร
- 1.4 ถ้าราคาค่าเช่าอุปกรณ์ดำเนิน้าลดลงเหลือ 50 บาทต่อชั่วโมง โดยค่าเช่าอุปกรณ์วินด์เซิร์ฟคงที่ และมีรายได้เท่าเดิม นายสุขสวัสดิ์จะเลือกเล่นวินด์เซิร์ฟและดำเนิน้าอย่างละกี่ชั่วโมงต่อเดือน จึงจะได้รับความพอใจสูงสุด

2. อุปสงค์ของสูตรณิการในการเล่นกีฬาวินด์เซิร์ฟในประเทศไทยเป็นดังนี้

ราคา (ดอลลาร์ต่อครั้งชั่วโมง)	จำนวนครั้งของการเล่นกีฬา
12.50	8
15.00	6
17.50	4
20.00	2

- 2.1 ถ้าราคาของการใช้บริการเล่นกีฬาวินด์เซิร์ฟต่อครั้งชั่วโมงเท่ากับ 17.50 เหรียญดอลลาร์สหราชอาณาจักร ส่วนเกินของผู้บริโภค
- 2.2 ถ้าราคาของการใช้บริการเล่นวินด์เซิร์ฟต่อครั้งชั่วโมงเท่ากับ 12.50 เหรียญดอลลาร์สหราชอาณาจักร ส่วนเกินของผู้บริโภค
- 2.3 เปรียบเทียบและวิเคราะห์ผลจาก 2.1 และ 2.2
3. จงอธิบายและสร้างเส้นอุปสงค์จากทฤษฎี ordinal ประโยชน์ และทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน กรณีราคาของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่ราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งคงที่ โดยกำหนดให้ผู้บริโภค มีรายได้คงที่ระดับหนึ่ง




---



---



---



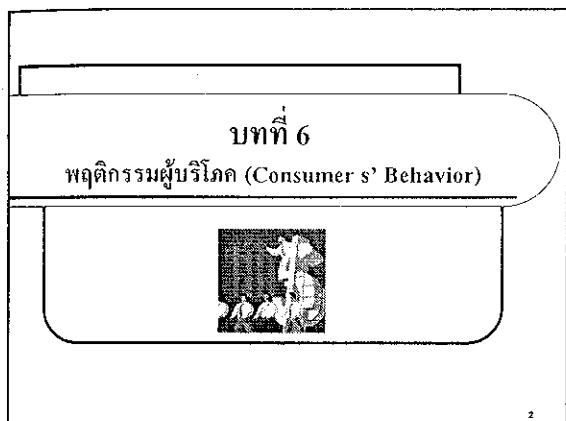
---



---



---




---



---



---



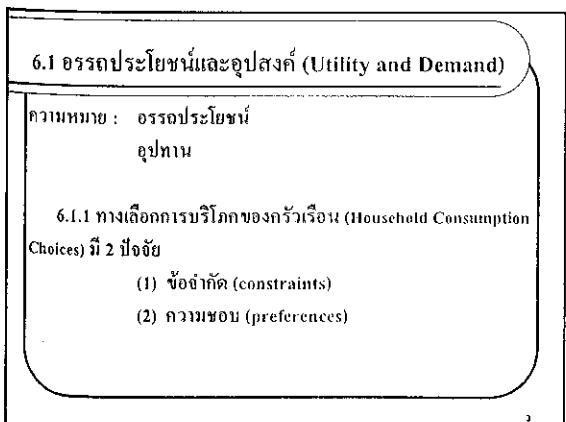
---



---



---




---



---



---



---



---



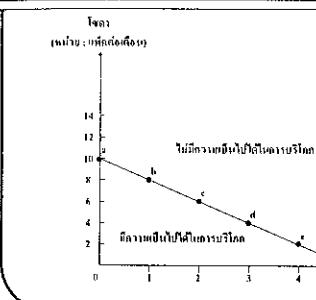
---

## (1) ข้อจำกัด (constraints)

กิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ	ตัวแปรตัวแปร			
	ตัวแปรตัวแปร		ตัวแปรตัวแปร	
	ปริมาณ (จำนวน)	ตัวแปรตัวแปร (หน่วยนับตัวแปร)	ปริมาณ (จำนวน)	ตัวแปรตัวแปร (หน่วยนับตัวแปร)
a	0	0	10	30
b	1	6	8	24
c	2	12	6	18
d	3	18	4	12
e	4	24	2	6
f	5	30	0	0

หมายเหตุ: จิตวิทยาเชิงคุณภาพ ทางเศรษฐศาสตร์ จำกัดห้ามซื้อของมากกว่า 5 รายการ และห้ามซื้อของต่อวัน

จิตวิทยาเชิงคุณภาพ จำกัดห้ามซื้อของต่อวัน (หน้า 4 & 5)



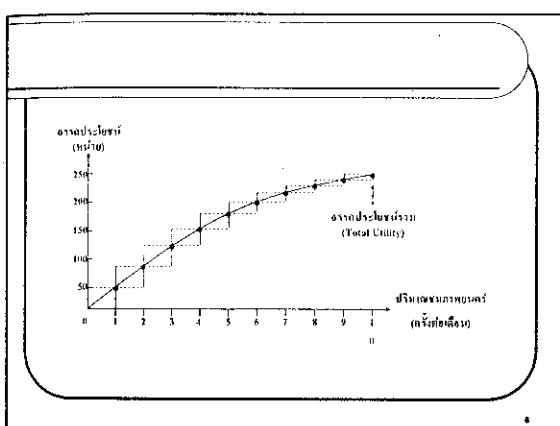
## (2) ความชอบ (preferences)

- บรรดาประโยชน์รวม (Total Utility : TU)
- บรรดาประโยชน์เพิ่ม (Marginal Utility : MU)

กฎการลดน้อยลงของบรรดาประโยชน์เพิ่ม (Law of diminishing marginal utility)

ตารางแสดงผลประโยชน์ของน้ำมันกากาเมล็ด เมื่อการเพิ่มน้ำมันวิเศษ			
จำนวนเมล็ดกากา (หน่วย)	ตัวอย่างน้ำมัน (หน่วย)	จำนวนเมล็ดกากา (หน่วย)	ตัวอย่างน้ำมัน (หน่วย)
0	0	0	0
1	50	1	75
2	88	2	117
3	121	3	153
4	150	4	181
5	175	5	206
6	196	6	225
7	214	7	243
8	229	8	260
9	241	9	276
10	250	10	291

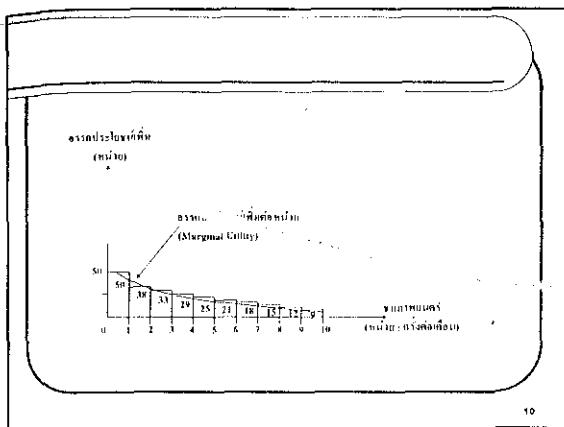
7



8

จำนวนเมล็ดกากา (หน่วย)	ตัวอย่างน้ำมันที่ร่วน	ตัวอย่างน้ำมันที่ดี
0	0	0
1	50	50
2	88	38
3	121	33
4	150	29
5	175	25
6	196	21
7	214	18
8	229	15
9	241	12
10	250	9

9



10

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

การปั่นจักรยานที่เพิ่มต่อหัวละ =  $\frac{\text{การเปลี่ยนแปลงของอรรถประโยชน์รวม}}{\text{การเปลี่ยนแปลงปริมาณเดินก้าว}}$

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$$

11

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ทางเลือกของอรรถประโยชน์สูงที่สุด (The Utility-Maximizing Choice)

ตัวอย่าง : การซื้อกาแฟครึ่งถ้วยต่อวันได้ 30 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ  
เดือน มีค่าซื้อกาแฟครึ่งถ้วย 6 เหรียญการรักษาโรคต่อเดือน 3 เหรียญสหรัฐฯ

อรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อกาแฟครึ่งถ้วยต่อวัน	อรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อยาต่อเดือน
ราคารับซื้อกาแฟครึ่งถ้วย	รากรักษาโรคต่อเดือน

$$\frac{MU_{\text{กาแฟ}}}{P_{\text{กาแฟ}}} = \frac{MU_{\text{ยา}}}{P_{\text{ยา}}} = 6.33$$

12

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ตารางแสดงอัตราปะใช้ไข่ที่ต้องการบริโภคต่อวัน 2 ชนิด คือ กากาโนนร์กับไข่ไก่ ได้อ้างไว้ด้านล่างมาเพื่อทราบ

ชนิดอาหารที่	อัตราปะไข่ที่ควร		ตัวอย่าง
	ปริมาณ (กรัม)	อัตราปะไข่ที่ควร	
0	0	291	10
1	50	310	8
2	88	313	6
3	121	302	4
4	150	267	2
5	175	175	1

13

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

ตารางแสดงอัตราปะใช้ไข่ที่ต้องการบริโภคประจำวันที่เพียงพอใน 1 แห่งชุดอาหาร

ชนิดอาหารที่	ตัวอย่าง (3 แห่งชุดอาหารที่เพียงพอ)		
	ปริมาณ (กรัม)	อัตราปะไข่ที่ต้น	อัตราปะไข่ที่ห้าม
a	0	0	10
b	1	50	8
c	2	38	6.33
d	3	33	5.50
e	4	29	4.83
f	5	25	4.17

14

---



---



---



---



---



---



---



---



---



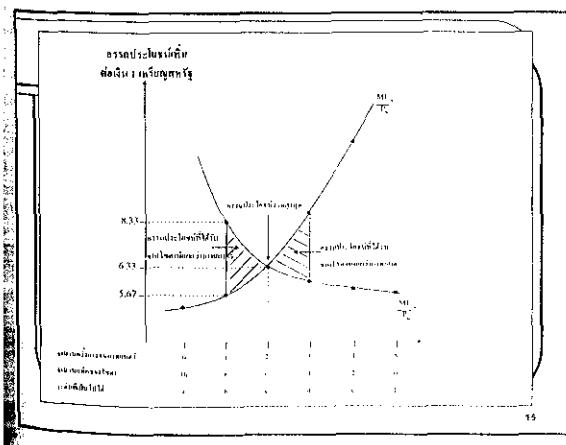
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

6.1.2 การพยากรณ์ทฤษฎีการประਯุทธ์เพิ่มกับสัมฤทธิ์ปัสดุ  
(Demand and Prediction of Marginal Utility Theory)

ลักษณะของความต้องการของผู้คนลดลงตามจำนวนครั้ง ↓ (จากเดิม 6 เที่ยวญ เป็น 3 เที่ยวญ)

$$\frac{MU_m}{P_m} = \frac{MU_s}{P_s} = 8.33$$

16

---

---

---

---

---

---

---

---

ตารางแสดงผลกราฟทางการเบื้องบนของราคากับความภาคภูมิที่มีผลกระทำต่อทางเดินเรือของภาระน้ำที่มากของเรือ

การซื้อขายหน่วย (ตัน)	อัตราประโยชน์เพิ่มต่อเดินเรือของห้องน้ำ	การซื้อขาย (ตัน)	อัตราประโยชน์เพิ่มต่อเดินเรือของห้องน้ำ
0		10	5.00
1	16.67	9	5.33
2	12.67	8	5.67
3	11.67	7	6.00
4	9.67	6	6.33
5	8.33	5	6.67
6	7.67	4	7.00
7	6.67	3	7.33
8	5.00	2	8.00
9	4.00	1	14.00
10	3.00	0	25.00

17

---

---

---

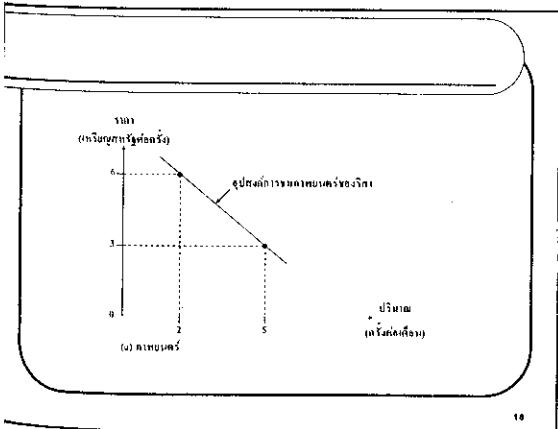
---

---

---

---

---




---

---

---

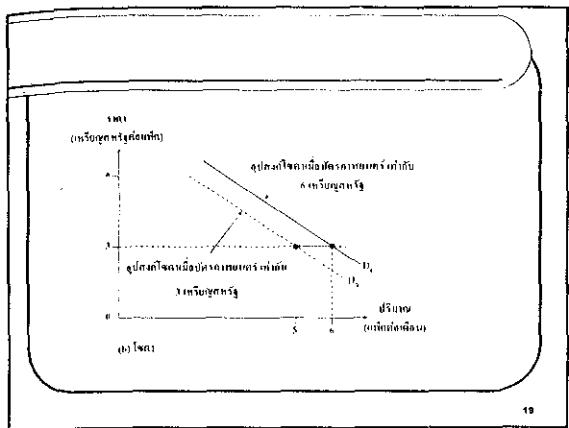
---

---

---

---

---



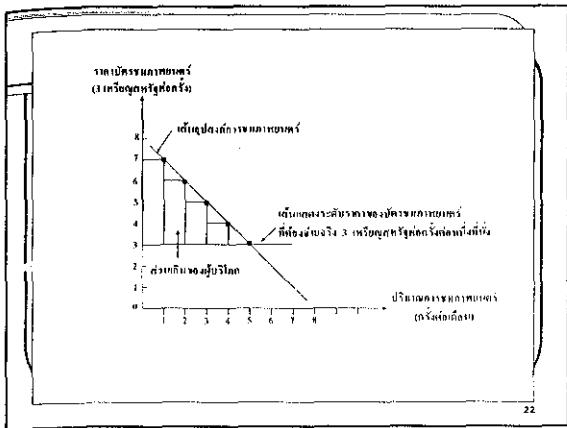
ด้านล่างรายได้ ↑ ลด 30 เหรียญ เป็น 42 เหรียญ			
กิจกรรมทางบวก (3 เหรียญต่อห้องที่นั่ง)		กิจกรรมเชิงลบ (3 เหรียญต่อห้องที่นั่ง)	
จำนวน (ห้อง)	ตรวจสอบให้เห็นต่อเงิน 1 เหรียญต่อห้อง	ปริมาณ (ห้อง)	ตรวจสอบให้เห็นต่อเงิน 1 เหรียญต่อห้อง
1	16.67	10	5.00
2	12.67	9	5.33
3	11.00	8	5.67
4	9.75	7	6.00
5	8.33	6	6.33
6	7.00	5	6.67
7	6.00	4	7.00
8	5.00	3	7.33
9	4.00	2	7.67
10	3.00	1	8.00

6.1.3 การนับค่าส่วนต่างผู้ซื้อที่ได้รับประโยชน์เพิ่มไปใช้กับสมัยล้มของผู้บริโภค (Consumer Surplus and Marginal Utility Theory)

ความหมายของส่วนต่างผู้บริโภค CS  
(CS คือ Law of diminishing marginal utility)

ครั้งที่	ความต้องการ	ส่วนต่างของผู้บริโภค
1	7	4
2	6	3
3	5	2
4	4	1
5	3	0

21




---

---

---

---

---

---

---

---

---

**6.2 ความเป็นไปได้ ความชอบ และทางเลือกของผู้บริโภค (Possibilities, Preferences, and Choices)**

**6.2.1 ความเป็นไปได้ในการบริโภค (Consumption Possibilities)**

ต้องมีความเข้าใจ 2 เรื่อง

- (1) งบประมาณของผู้บริโภคที่จำกัด
- (2) ความชอบของผู้บริโภค

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**1. ตัวแปร (variable)**

รายได้	กิโล	$Y = 30$ เม็ดเงินบาทต่อเดือน
ราคาข้าวหราภัยนตร์	กิโล	$P_m = 6$ เม็ดเงินบาทต่อกิโลกรัม
ราคาน้ำชา	กิโล	$P_s = 3$ เม็ดเงินบาทต่อแก้ว
ปริมาณการซื้อข้าวหราภัยนตร์	กิโล	$Q_m$
ปริมาณการดื่มน้ำชา	กิโล	$Q_s$

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. สมการงบประมาณ (budget equation)

$$Y = P_s \cdot Q_s + P_m \cdot Q_m$$

$$30 = 3Q_s + 6Q_m$$

26

---



---



---



---



---



---



---



---

3. การคำนวณสมการเดินงบประมาณ (calculating the budget equation)

ถ้าหากว่า  $P_s = 3$  หารด้วยสมการงบประมาณ จะได้

$$Q_s + \frac{P_m}{P_s} Q_m = \frac{Y}{P_s}$$

หรือ  $Q_s + 2Q_m = 10$   
และถ้าหากซ้ายข้าง  $Q_s = 10 - 2Q_m$

26

---



---



---



---



---



---



---



---

โดยที่ค่าความซึ่งของเดินงบประมาณ ก็คือ 2 ซึ่งเท่ากับ  $\frac{P_m}{P_s}$  เรียกว่า  
ราคามูลค่า (relative price)

ดังนั้นรูปแบบทั่วไป  $Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$

27

---



---



---



---



---



---



---



---

และอัตราการศักดิ์ในการซื้อสินค้าที่ต้องจ่าย  
 $\frac{P_m}{P_s}$  ก็คือ ราคานับเปรียบเทียบ (relative price)

$\frac{Y}{P_s}$  ก็คือ รายได้ที่เมื่อรับจ่ายของโซดา (real income in terms of soda)

$\frac{Y}{P_m}$  ก็คือ รายได้ที่เมื่อรับจ่ายของภาพยนตร์ (real income in terms of movies)

28

---

---

---

---

---

---

---

4. ผลกระทำของการเปลี่ยนแปลงราคาต่อหัวบนมีระนาด  
 ถ้าผู้คนมาซื้อชามากขึ้น โดยรายได้เดิม 30 เหรียญสหรัฐต่อปั้นท์ แทน เหรียญเพียง 3 เหรียญสำหรับต่อปั้นท์ โดยรายได้เดิม 30 เหรียญสหรัฐต่อปั้นท์ จำนวนรายจ่ายของโซดาเท่าเดิม คือ 6 เหรียญสหรัฐต่อปั้นท์ นิ่งลงให้การซื้อ กากพยานคร ↓ โดยการลืมใจจะซื้อกากพยานเดิม

$$Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$$

$$Q_s = \frac{30}{3} - \frac{3}{3} Q_m$$

$$Q_s = 10 - Q_m$$

29

---

---

---

---

---

---

---

สำหรับการซื้อโซดา ↑ เป็น 6 เหรียญสหรัฐต่อปั้นท์ โดยราคาของ ข้าวเปลือก และรายได้เดิมเท่าเดิม คือ 6 เหรียญต่อปั้นท์ และ 30 เหรียญต่อปั้นท์ โดยเดิม ผลกำไรจากการซื้อ กากพยานดังนี้

$$Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$$

$$Q_s = \frac{30}{6} - \frac{6}{6} Q_m$$

$$Q_s = 5 - Q_m$$

30

---

---

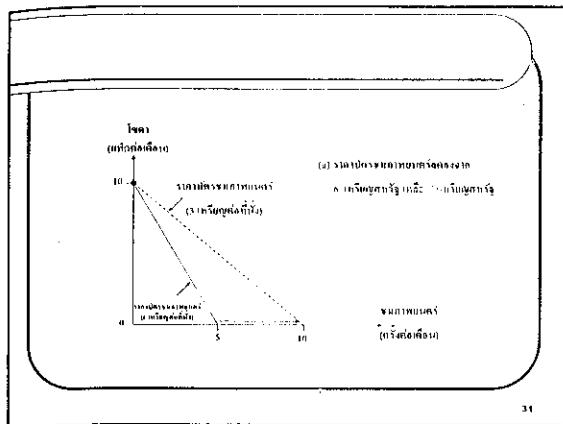
---

---

---

---

---




---



---



---



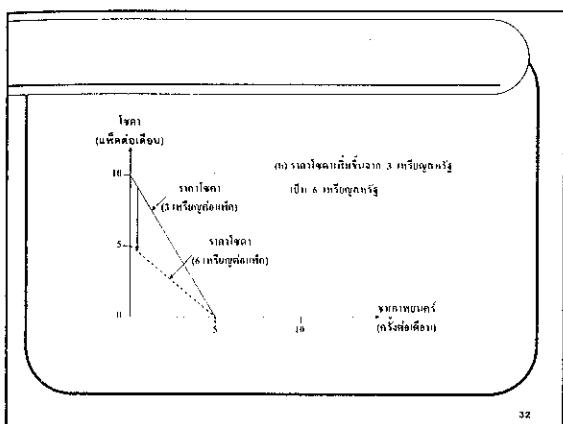
---



---



---




---



---



---



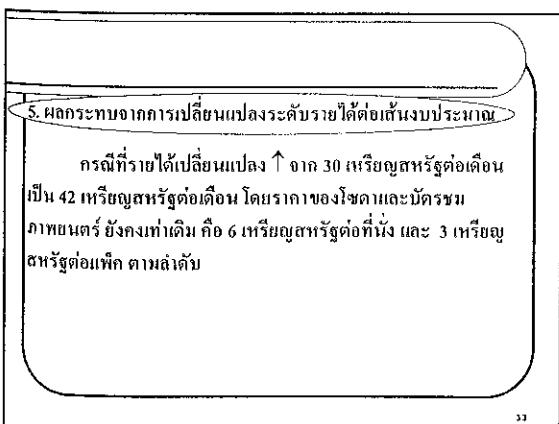
---



---



---




---



---



---



---



---



---

กราฟนี้แสดงงบประมาณที่เปลี่ยนแปลงไปข้างหน้าเมื่อความเชื่น  
เพิ่มขึ้น (slope)

$$Q_s = \frac{Y}{P_s} - \frac{P_m}{P_s} Q_m$$

$$Q_s = 42 - \frac{6}{3} Q_m$$

$$Q_s = 14 - 2 Q_m$$

34

---



---



---



---



---



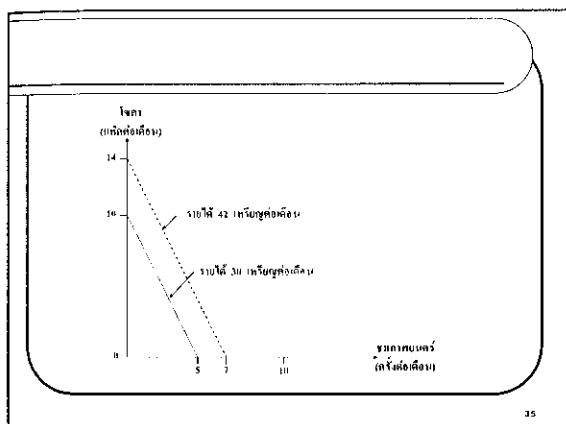
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



---

**6.2.2 ความชอบของผู้บริโภค (Preferences)**

ข้อถกเถียง 3 ข้อ ลังค์ต่อไปนี้

- ความชอบของผู้บริโภคไม่ขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าและบริการ
- ความชอบของผู้บริโภคไม่ขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค
- ผู้บริโภคต้องชอบเพื่อขึ้นต่อให้บริโภคสินค้าและบริการเพื่อชื่นชมและความชอบจะลดลงตามปริมาณการบริโภคสินค้า และบริการที่ลดลง

36

---



---



---



---



---



---



---



---

### เส้นความพอใจเท่ากัน (indifference curve : IC)

หมายความว่าเส้นที่แสดงถึงคุณของสินค้า 2 ชนิดที่ให้ความพึงพอใจเท่ากัน ณ ระดับราคาเท่านั้น ลักษณะของเส้นความพอใจเท่ากันจะเป็นเส้นที่โค้งงอจากซ้ายไปขวา

37

---

---

---

---

---

---

---

### 特ลุยสมบัติของเส้น IC

1. มีลักษณะเป็นกลบหรือโค้งลงจากซ้ายไปขวา
2. โค้งเว้นจากต้น (convex to the origin)
3. IC แต่ละเส้นจะไม่ตัดกัน

38

---

---

---

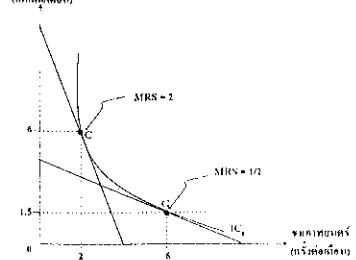
---

---

---

---

### กราฟ



39

---

---

---

---

---

---

---

40

$$MRS = \frac{-\Delta Q_1}{+\Delta Q_m} = -\frac{\Delta Q_1}{\Delta Q_m}$$

---



---



---



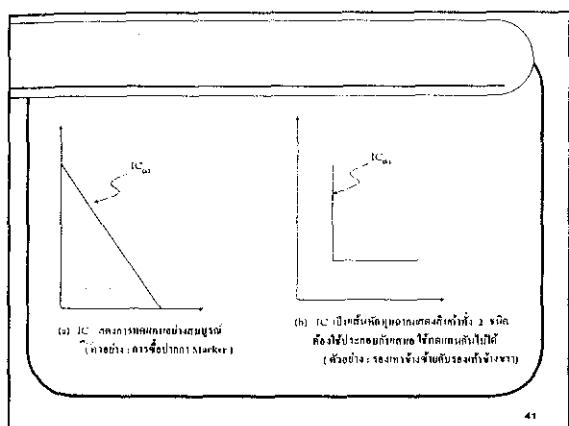
---



---



---




---



---



---



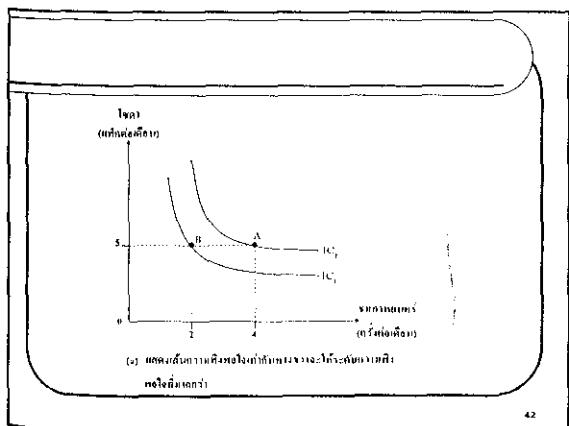
---



---



---




---



---



---



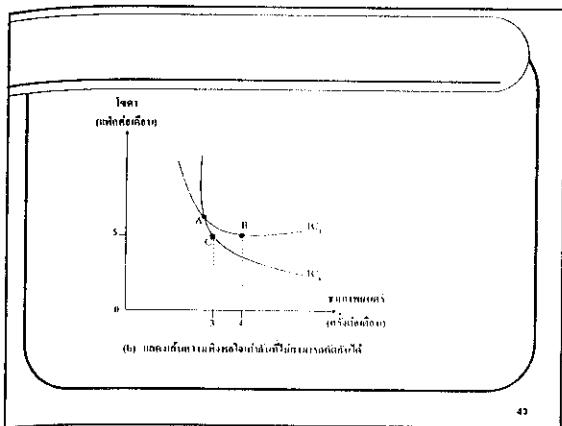
---



---



---




---



---



---



---



---



---



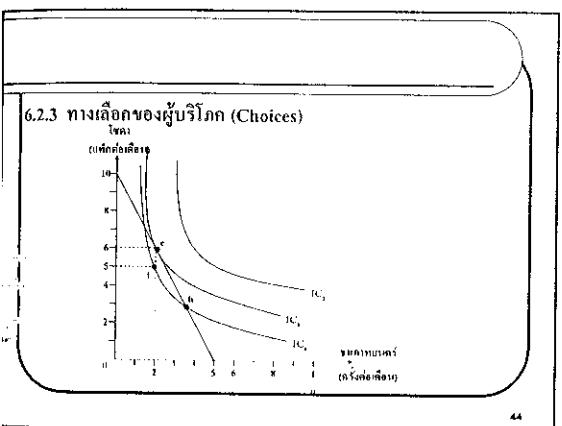
---



---



---




---



---



---



---



---



---



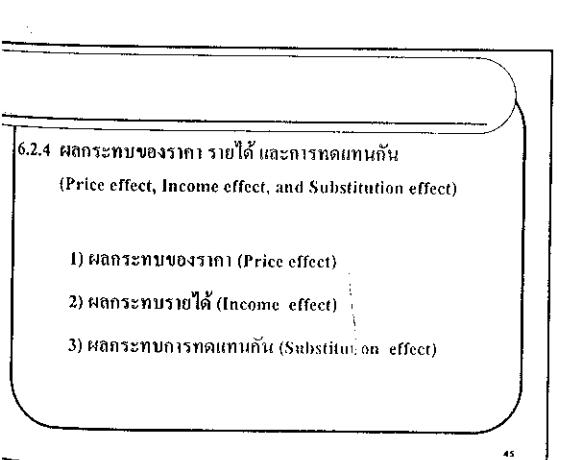
---



---



---




---



---



---



---



---



---



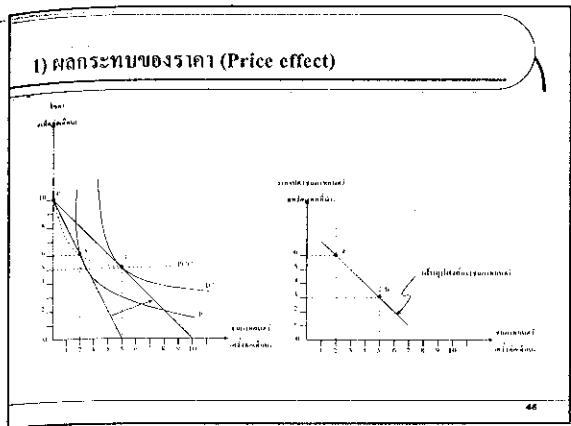
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



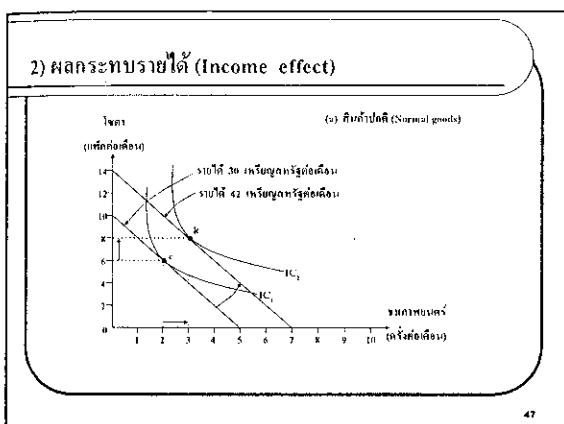
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



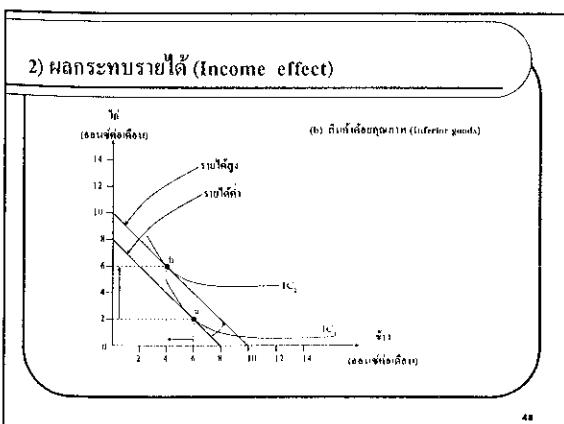
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



---

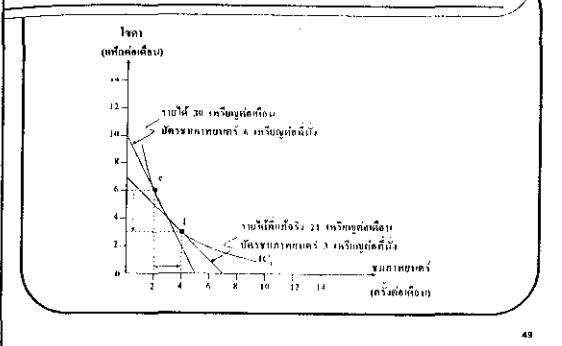


---



---

3) ผลกระทำของการทดแทนกัน (Substitution effect)



## บทที่ 7

### ทฤษฎีการผลิตและต้นทุน

ในบทที่ 6 ได้อธิบายถึงพุทธิกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นแนวความคิดที่นำมาสู่การสร้างเส้นอุปสงค์ ในบทที่ 7 นี้ เป็นการอธิบายถึงทฤษฎีการผลิตและต้นทุน เพื่อเป็นการศึกษาถึงแนวความคิดพื้นฐานของ พุทธิกรรมผู้ผลิตซึ่งเป็นที่มาของเส้นอุปทาน ดังนี้ ในบทนี้จึงได้อธิบายถึงฟังชันการผลิต การผลิตใน ระยะสั้นและการผลิตในระยะยาว เส้นผลผลิตเท่ากันและเส้นต้นทุนเท่ากัน ส่วนผสมของปัจจัยการผลิต ที่เสียต้นทุนต่ำที่สุด ต้นทุนการผลิต ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิตและต้นทุนการผลิตในระยะสั้น ตลอดจนอธิบายถึงต้นทุนการผลิตในระยะยาว ซึ่งจะได้อธิบายรายละเอียดในลำดับต่อไป

#### 7.1 ฟังชันการผลิต (Production Function)

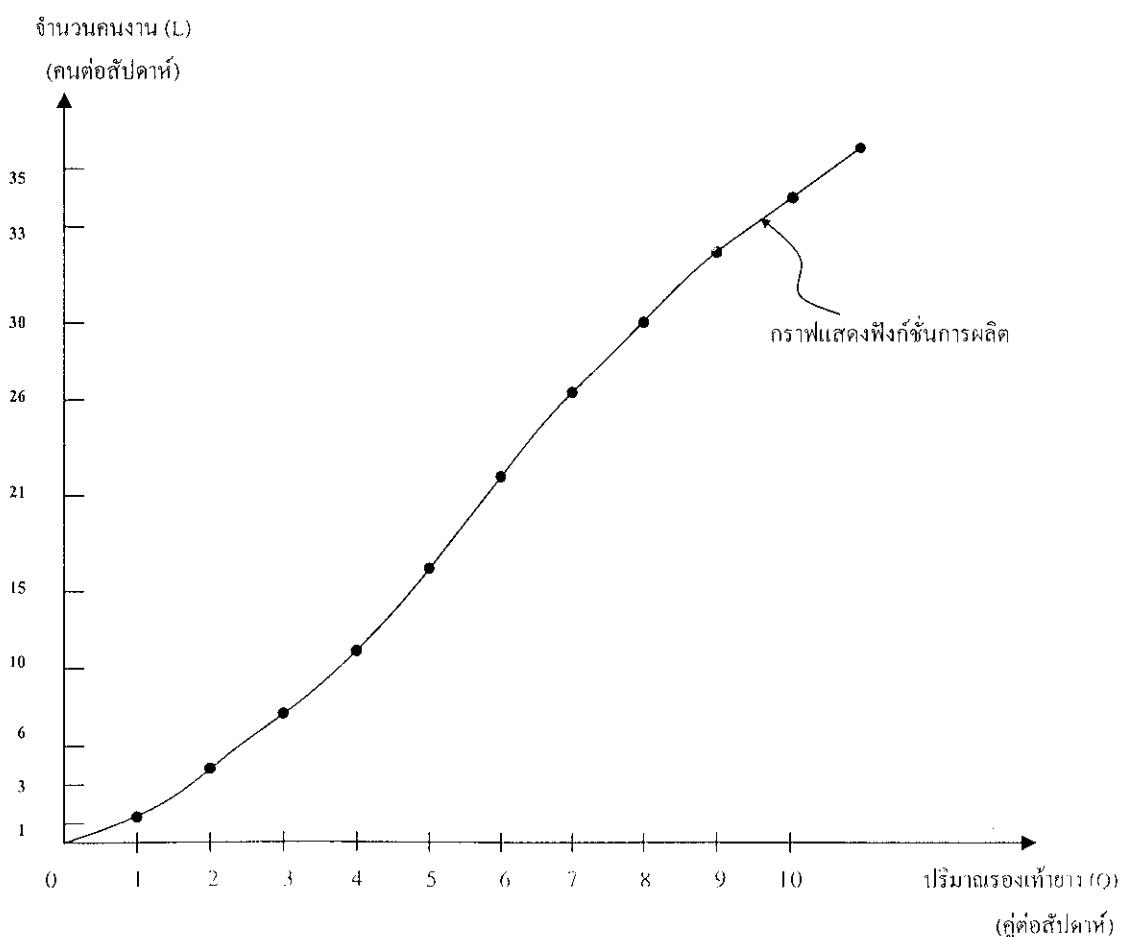
การศึกษาฟังชันการผลิตนั้นต้องทำความเข้าใจก่อนว่า กระบวนการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ ขุลภาคันนั้นค่อนข้างยุ่งยาก และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นอกจากนี้เทคนิคการผลิตยังเป็นตัวกำหนดความ แตกต่างของผลผลิตจากการใช้ปัจจัยการผลิตในจำนวนที่เท่ากันอีกด้วย อย่างไรก็ตามยังไม่มีผลผลิตชนิด ใดที่ผลิตขึ้นมาได้โดยใช้ปัจจัยการผลิตเพียงชนิดใดชนิดหนึ่งเท่านั้น สำหรับการศึกษาที่กำหนดให้ปัจจัย ชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป โดยที่ปัจจัยอื่นๆ กำหนดให้คงที่ในระดับหนึ่งนั้นเรียกว่าฟังก์ชันการ ผลิต (production function)

ฟังชันการผลิต หมายถึง รูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกับปัจจัยการผลิต หรือการ แสดงว่าอัตราที่ปัจจัยต่างๆ ถูกเปลี่ยนไปเป็นผลผลิต ปัจจัยการผลิตต่างๆ ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุนและ ผู้ประกอบการ ในการแสดงฟังชันการผลิตนั้น แสดงได้หลายรูปแบบ ได้แก่ ตาราง กราฟ และสมการทาง คณิตศาสตร์ ซึ่งแสดงได้ดังต่อไปนี้

**ตัวอย่าง : ปริมาณผลผลิตของเท้ายางต่อสัปดาห์ของบริษัท A ขึ้นอยู่กับจำนวนคนงานต่อสัปดาห์**  
**ตาราง :**

จำนวนคนงาน (คนต่อสัปดาห์)	ปริมาณรองเท้ายาง (คู่ต่อสัปดาห์)
1	1
2	3
3	6
4	10
5	15
6	21
7	26
8	30
9	33
10	35

### กราฟ :



รูปแบบทางคณิตศาสตร์ :

$$\begin{aligned}
 Q &= f(L / X_1, X_2, \dots, X_n) \\
 \text{โดยที่ } Q &= \text{ปริมาณการผลิตของเท้ายาง (คู่)} \\
 L &= \text{จำนวนคนงาน (คน)} \\
 X_1, X_2, \dots, X_n &= \text{จำนวนปัจจัยอื่นๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตของเท้ายางซึ่งกำหนดให้คงที่}
 \end{aligned}$$

ในเรื่องฟังชันการผลิตนี้จะเป็นต้องมีความเข้าใจถึงประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (economic efficiency) หมายถึง วิธีการผลิตที่ใช้ต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด ซึ่งมองในแง่ของมูลค่า ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง : ตารางแสดงวิธีการผลิตที่วี 10 เครื่องต่อวัน โดยมีวิธีการผลิต 4 วิธี ดังต่อไปนี้

วิธี	จำนวนปัจจัยการผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิต	
	แรงงาน	ทุน
A	1	1,000
B	10	10
C	100	10
D	1,000	1

จากตารางการผลิตที่วี 10 เครื่อง ต่อวัน ดังกล่าวสมมติให้ราคาของทุน 250 บาทต่อหน่วย และค่าจ้างแรงงานเท่ากับ 145 บาทต่อวัน ดังนั้นมูลค่าของการใช้ปัจจัยการผลิตที่เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ พิจารณาถึงวิธีไหนมีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด

$$\begin{aligned}
 A \quad \text{มีต้นทุนการผลิต} &= (1 \times 145) + (1,000 \times 250) = 250,145 \text{ บาท} \\
 B \quad \text{มีต้นทุนการผลิต} &= (10 \times 145) + (10 \times 250) = 3,950 \text{ บาท} \\
 C \quad \text{มีต้นทุนการผลิต} &= (100 \times 145) + (10 \times 250) = 17,000 \text{ บาท} \\
 D \quad \text{มีต้นทุนการผลิต} &= (1,000 \times 145) + (1 \times 250) = 145,250 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

สรุปได้ว่าวิธีที่เสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด คือ วิธี B ดังนั้นวิธีการผลิตนี้จึงมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

## 7.2 การผลิตในระยะสั้นและการผลิตในระยะยาว (The Short Run and Long Run Production)

ในการศึกษาทฤษฎีการผลิตนี้แบ่งประเภทของการผลิตโดยใช้ระยะเวลาเป็นเกณฑ์ออกได้ 2 ประเภท คือ การผลิตในระยะสั้น และการผลิตในระยะยาว การที่นำปัจจัยทางด้านเวลาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของการผลิต เพราะเนื่องจากการผลิตสินค้าใดๆ ก็ตามต้องมีระยะเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนผลผลิต และต้นทุนการผลิต

การผลิตในระยะสั้น (short - run period) หมายถึง ระยะเวลาซึ่งต้องมีปัจจัยคงที่ (fixed factors) 1 ชนิด และไว้จัดอื่นๆ ที่เหลือเป็นปัจจัยผันแปร (variable factors) ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตในระยะสั้นจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยพันแปร ตัวอย่างเช่น ในระยะเวลา 1 เดือน หรือ 1 ปี โรงงานผลิตแผ่นซีดีไม่สามารถเพิ่มจำนวนเครื่องจักร แต่ปริมาณการผลิตแผ่นซีดี เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยมีค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น และค่าไฟฟ้าเพิ่มขึ้น กรณีตัวอย่างนี้เครื่องจักรเป็นปัจจัยคงที่ ซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ในระยะเวลาสั้นๆ เพียง 1 เดือน หรือ 1 ปี ส่วนปัจจัยผันแปร ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน และค่าไฟฟ้า

การผลิตในระยะยาว (long-run period) หมายถึง ระยะเวลาที่ปริมาณปัจจัยการผลิตทุกชนิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ นั่นหมายถึงในการผลิตระยะยาวจะมีเพียงปัจจัยพันแปร (variable factors) อย่างเดียว เช่นตามตัวอย่างเดิม โรงงานผลิตแผ่นซีดี สามารถเพิ่มปริมาณการผลิตในระยะเวลา 2-5 ปี เนื่องจากมีจำนวนเครื่องจักรเพิ่มขึ้น และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ค่าไฟฟ้า และค่าวัสดุติดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

เพื่อให้เข้าใจรายละเอียดของการผลิตในระยะสั้นและระยะยาวดังกล่าวมากยิ่งขึ้นนั้น สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

### การผลิตในระยะสั้น

การเพิ่มปริมาณผลผลิตในระยะสั้นนั้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องเพิ่มปริมาณการใช้ปัจจัยผันแปรภายในตัวเอง ไม่ใช่ผู้ผลิตมีเทคโนโลยีจำกัดอยู่ระดับหนึ่งที่จะช่วยกำหนดเป้าหมายการผลิตได้จำนวนหนึ่ง ข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยีในระยะสั้นนั้นอธิบายได้โดยใช้เส้นกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณปัจจัยผันแปรที่ใช้และผลผลิตรวม ผลผลิตเพิ่มต่อหน่วยและผลผลิตเฉลี่ย

ผลผลิตรวม (Total Product : TP) คือ ปริมาณผลผลิตสูงสุดที่ผู้ผลิตได้รับจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณการใช้ปัจจัยผันแปร เมื่อกำหนดให้มีทุนอยู่จำนวนหนึ่งคงที่ โดยในระยะเวลาสั้นๆ นั้น ปริมาณผลผลิตจะเพิ่มขึ้นเมื่อใช้ปัจจัยผันแปรเพิ่มขึ้น จากตารางที่ 7.1 และรูปภาพที่ 7.1 โรงงานผลิตเสื้อยืดแห่งหนึ่งมีปริมาณการผลิตเสื้อยืดรวม (TP) เพิ่มขึ้น เมื่อเพิ่มจำนวนคนงานขึ้นเรื่อยๆ โดยมีเครื่องจักรอยู่จำนวนคงที่

ผลผลิตเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Product : MP) คือ ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากการใช้ปัจจัยผันแปรเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

โดยที่

$\Delta TP$  = ปริมาณผลผลิตรวมที่เปลี่ยนแปลงไป

$\Delta L$  = ปริมาณแรงงานที่เปลี่ยนแปลงไป

จากตารางที่ 7.1 และรูปภาพที่ 7.1 พบร่วมกันว่าเมื่อเพิ่มปัจจัยแรงงานขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผลผลิตเพิ่มต่อแรงงาน 1 คน เป็น 4 ตัว 6 ตัว 3 ตัว 2 ตัว และ 1 ตัว ตามลำดับ

ผลผลิตเฉลี่ย (Average Product : AP) คือ จำนวนผลผลิตทั้งหมดที่ได้รับคิดเฉลี่ยต่อปัจจัยผันแปรหนึ่งหน่วย

$$AP = \frac{TP}{L}$$

โดยที่

TP = ผลผลิตรวม

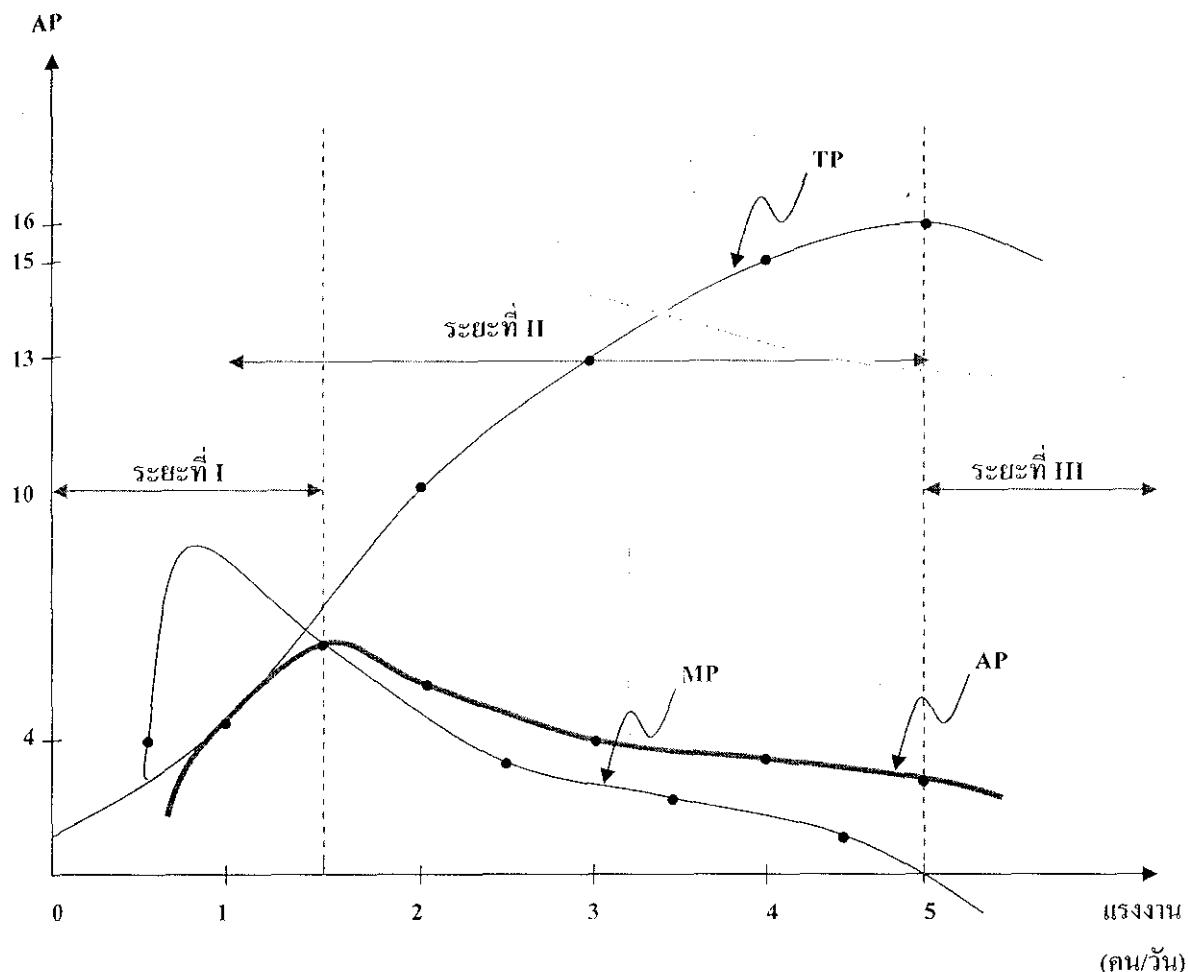
L = ปริมาณแรงงาน

จากตารางที่ 7.1 และรูปภาพที่ 7.1 พบร่วมกันว่าเมื่อเพิ่มปัจจัยแรงงานขึ้นเรื่อยๆ ผลผลิตเฉลี่ยจะค่อยๆ ลดลง

ตารางที่ 7.1 แสดงผลผลิตรวม ผลผลิตเพิ่มต่อหน่วย และผลผลิตเฉลี่ยของโรงงานผลิตเสื้อยืด

แรงงาน (คนต่อวัน)	ผลผลิตรวม (TP) (ตัวต่อวัน)	ผลผลิตเพิ่มต่อหน่วย(MP) (ตัวต่อวัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (AP) (ตัวต่อวัน)
0	0	-	-
1	4	4	4.00
2	10	6	5.00
3	13	3	4.33
4	15	2	3.75
5	16	1	3.20

TP, MP



รูปภาพที่ 7.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง TP MP และ AP กับปัจจัยแรงงาน

ที่มา : ตารางที่ 7.1

จากรูปภาพที่ 7.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตเพิ่มต่อหน่วย (MP) และผลผลิตเฉลี่ย (AP) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ผลผลิตเฉลี่ยสูงขึ้นเรื่อยๆ ตราบใดที่ผลผลิตเพิ่มมากกว่าผลผลิตเฉลี่ย
- 2) ผลผลิตเฉลี่ยจะลดลงตามลำดับเมื่อผลผลิตเพิ่มน้อยกว่าผลผลิตเฉลี่ย
- 3) ผลผลิตเฉลี่ยมีค่าสูงสุด เมื่อผลผลิตเพิ่มเท่ากับผลผลิตเฉลี่ย

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องการผลิตในระยะสั้นดังกล่าวข้างต้นพบว่าเมื่อเพิ่มจำนวนปัจจัยผันแปรชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นเรื่อยๆ ที่คงหน่วย ในขณะที่ปัจจัยการผลิตอื่นๆ คงที่ และมีระดับการผลิตอยู่ระดับหนึ่ง ซึ่งเมื่อขยายการผลิตเกินระดับนี้ไปแล้ว ผลผลิตเพิ่ม (MP) ที่ได้รับจะมีขนาดลดลงเรื่อยๆ จนมีค่าเท่ากับศูนย์ ลักษณะดังกล่าว คือ กฎแห่งการลดน้อยถอยลงของผลผลิตเพิ่ม (law of diminishing marginal returns หรือ law of diminishing return to scale)

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาเรื่องของการผลิตในระบบสั้น ตามตารางที่ 7.1 และรูปภาพที่ 7.1 นั้น สามารถแยกช่วงการผลิตออกเป็น 3 ระยะ ดังต่อไปนี้

ระยะที่ I : เป็นระยะที่ถ้าให้ปัจจัยผันแปรเพิ่มขึ้น ผลผลิตรวม (TP) จะเพิ่มขึ้นในอัตราเพิ่มน้อยกว่าก่อนหน้า (AP) และผลผลิตเพิ่ม (MP) มีค่ามากกว่าศูนย์ ระยะนี้เรียกว่าผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราเพิ่ม (increasing returns)

ระยะที่ II : เป็นระยะต่อเนื่องจากระยะที่ I ก่อตัววิธี ถ้าขั้นตอนเพิ่มปัจจัยผันแปรขึ้นอีก จะทำให้ผลผลิตรวม (TP) เพิ่มขึ้น แต่เพิ่มขึ้นในอัตราลดลง และระยะนี้ผลผลิตเฉลี่ย (AP) ผลผลิตเพิ่ม (MP) ยังมีค่าเป็นบวก แต่ผลผลิตเพิ่มจะลดลง เรียกระยะนี้ว่า ผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราลดลง (diminishing returns)

ระยะที่ III : เป็นระยะต่อเนื่องจากระยะที่ I และ II นั่นคือ ถ้าขั้นตอนเพิ่มปัจจัยผันแปรไปอีก จะทำให้ผลผลิตรวม (TP) ลดลง ผลผลิตเฉลี่ย (AP) ก็ลดลง เช่นเดียวกัน แต่ผลผลิตเพิ่ม (MP) จะมีค่าน้อยกว่าศูนย์ หรือมีค่าติดลบ ระยะนี้เรียกว่าผลผลิตรวมลดลง (decreasing returns)

### การผลิตในระยะยาว

การผลิตในระยะยาว เป็นการผลิตในระยะเวลาที่ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตได้ทุกชนิด ความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตและปัจจัยการผลิตทุกชนิดเป็นไปตามกฎผลได้ต่อการขนาดการผลิต (law of returns to scale) กฎผลได้ต่อขนาดนี้มีสาระสำคัญในขั้นพื้นฐานต่างกับกฎการลดน้อยลงของผลผลิตเพิ่ม (law of diminishing returns to scale) ซึ่งเป็นเรื่องของการผลิตในระยะสั้น ซึ่งมีสาเหตุอยู่ที่ปัจจัยผันแปรซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งที่เปลี่ยนแปลง แต่ปัจจัยการผลิตชนิดอื่นๆ คงที่ ส่วนกฎผลได้ต่อขนาดการผลิตนั้น ปัจจัยการผลิตทุกชนิดเปลี่ยนแปลงได้ (ไม่มีปัจจัยการผลิตอย่างใดคงที่เดิม) แบ่งการเปลี่ยนแปลงของผลผลิต และปัจจัยการผลิตได้ 3 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. ผลผลิตหรือผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้น (increasing returns to scale) หมายถึง ผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราที่รวดเร็ว และสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของปัจจัยการผลิต (input less than double  $\rightarrow$  double output) เช่น โรงงานผลิตน้ำมันพืช เพิ่มปัจจัยการผลิตทุกชนิด 1 เท่า แต่กลับได้ปริมาณผลผลิตน้ำมันพืช เพิ่มขึ้นจากเดิม 2 เท่า

2. ผลผลิตหรือผลได้ต่อขนาดคงที่ (constant returns to scale) หมายถึง ผลผลิตและปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนเดียวกัน (double input  $\rightarrow$  double output) เช่น โรงงานผลิตน้ำมันพืช เพิ่มปัจจัยการผลิตทุกชนิด 2 เท่า และได้ปริมาณผลผลิตน้ำมันพืชเพิ่มขึ้น 2 เท่า

3. ผลผลิตหรือผลได้ต่อขนาดลดลง (decreasing returns to scale) หมายถึง ผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของปัจจัยการผลิต (input more than double  $\rightarrow$  double output) เช่น โรงงานผลิตน้ำมันพืช เพิ่มปัจจัยการผลิต 2.5 เท่า แต่กลับได้ปริมาณผลผลิตน้ำมันพืชเพิ่มขึ้นจากเดิม เพียง 2 เท่า

### 7.3 เส้นผลผลิตเท่ากันและเส้นต้นทุนเท่ากัน (Isoquant Curve and Isocost Curve)

ความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตและปัจจัยการผลิตตามกฎผลิต ได้ขนาดการผลิตซึ่งเป็นเรื่องของการผลิตในระยะยาวสามารถวิเคราะห์ได้จากเส้นผลผลิตเท่ากัน โดยการตัดสินใจของผู้ผลิตนั้น คือ ต้องการผลิตสินค้าในระดับที่เข้าพิจารณาแล้วว่าจะทำให้เสียต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยผลผลิตต่ำที่สุด ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาร่วมกับเส้นต้นทุนเท่ากัน ดังนั้นในหัวข้อนี้จึงต้องมีความเข้าใจความหมายและคุณลักษณะของเส้นผลผลิตเท่ากัน (isoquant) และเส้นต้นทุนเท่ากัน (isocost) ตามลำดับต่อไป

#### 7.3.1 เส้นผลผลิตเท่ากัน (Isoquant Curve : Iq)

เส้นผลผลิตเท่ากัน หมายถึง เส้นที่แสดงถึงส่วนผสมของปัจจัยการผลิต 2 ชนิด ซึ่งให้ผลผลิตชนิดหนึ่งในระดับเดียวกัน โดยเส้นผลผลิตเท่ากันเป็นเส้นที่อธิบายถึงการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ใช้ปัจจัยการผลิตตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป หรือการใช้ปัจจัยการผลิต 2 ชนิดในระดับต่างๆ กัน เพื่อให้ได้ผลผลิตในระดับหนึ่ง และอัตราการทดแทนกันของปัจจัยการผลิต 2 ชนิด ในการผลิตระดับหนึ่ง เรียกว่า อัตราการทดแทนกันของปัจจัยการผลิต (rate of technical substitution : RTS หรือ marginal rate of technical substitution : MRTS)

จากตารางที่ 7.2 และรูปภาพที่ 7.2 จะพบว่าเส้นผลผลิตเท่ากัน (Iq) แสดงถึงส่วนผสมของปัจจัยเครื่องจักรหรือปัจจัยทุน และแรงงานคน ซึ่งมีหน่วยเป็นชั่วโมง มีกรรรมวิธีผลิตอยู่ 3 วิธี หรือ 3 ส่วนผสมของปัจจัยทั้งสองซึ่งต่างก็ให้ผลผลิตเดียวกัน 150 ตัวต่อวัน โดยส่วนผสม a ใช้เครื่องจักร 4 ชั่วโมง และแรงงาน 1 ชั่วโมง ได้ผลผลิตเดียวกัน 150 ตัวต่อวัน และส่วนผสม b และ c จะใช้ปัจจัยจากเครื่องจักรลดลง และเพิ่มการใช้ปัจจัยแรงงานคนเพื่อทดแทนชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร นั่นหมายถึงแรงงานคนสามารถทดแทนการทำงานของเครื่องจักร แต่อัตราการทดแทนกันจะค่อยๆ ลดน้อยลง หรือ ความสามารถของชั่วโมงการทำงานของแรงงานคนทดแทนชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร ได้ลดน้อยลง โดยจากตารางที่ 7.2 อัตราการทดแทนลดลงจาก 2 เป็น % เป็นต้น

อัตราการทดแทนกันจะมีค่าที่ติดเครื่องหมายลบ (-) เช่น หมายถึง การเพิ่มปัจจัยชั่วโมงการทำงานของแรงงานคนจำเป็นต้องลดชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร

$$MRTS_{L,K} = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$$

โดยที่  $\Delta K$  คือ ปริมาณชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักรที่เปลี่ยนแปลงไป

$\Delta L$  คือ ปริมาณชั่วโมงการทำงานของแรงงานคนที่เปลี่ยนแปลงไป

โดยที่อัตราการทดแทนกันของปัจจัยทั้ง 2 ชนิด คือ ค่าความชันของเส้นผลผลิตเท่ากัน ซึ่งแต่ละจุดบนเส้น Iq จะมีค่าความชันไม่เท่ากัน

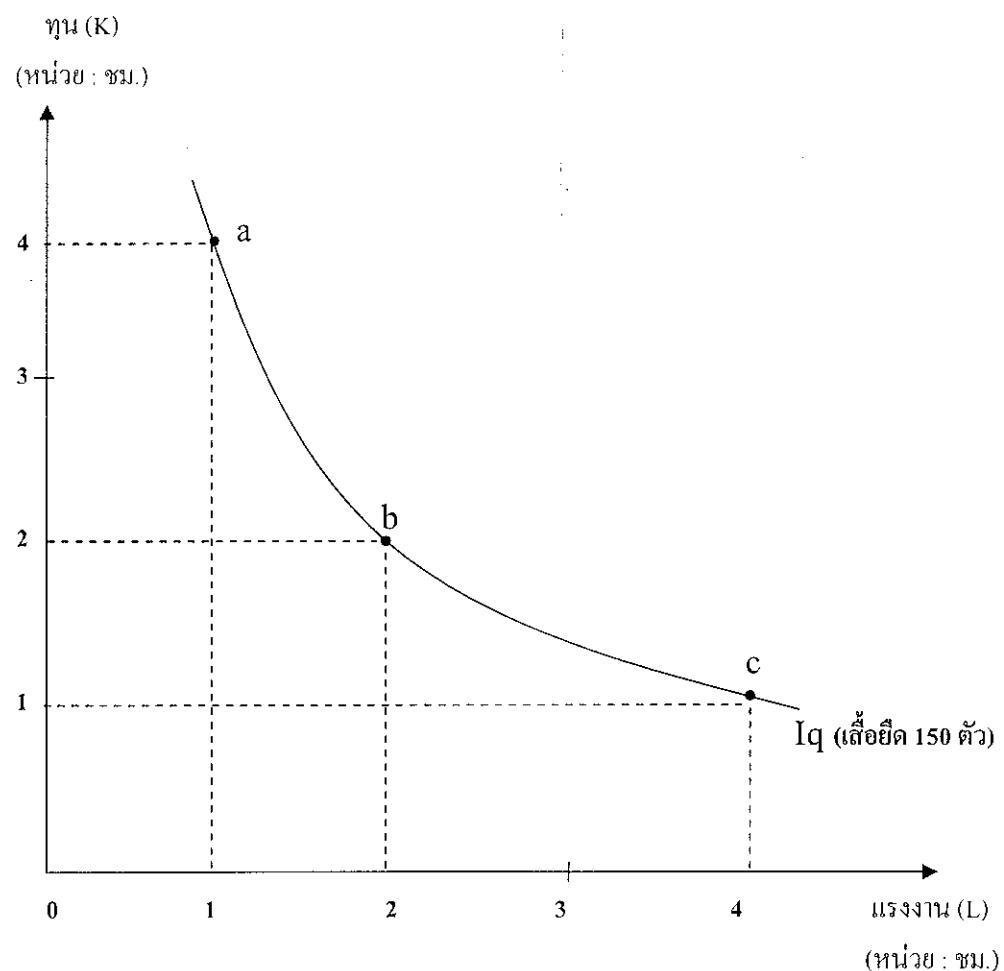
ตารางที่ 7.2 แสดงการใช้ปัจจัยทุนและแรงงานในการผลิตเสื้อสีด 150 ตัวต่อวัน จาก 3 วิธี

วิธี	ทุน (K)	แรงงาน (L)	$-\Delta K$	$\Delta L$	$MRTS = \frac{-\Delta K}{\Delta L}$
a.	4	1	-2	1	-2
b.	2	2	-1	2	-½
c	1	4			

ที่มา : Michael, 1994, p. 264

หมายเหตุ : เครื่องจักร (K) มีหน่วยเป็นชั่วโมง

แรงงานคน (L) มีหน่วยเป็นชั่วโมง

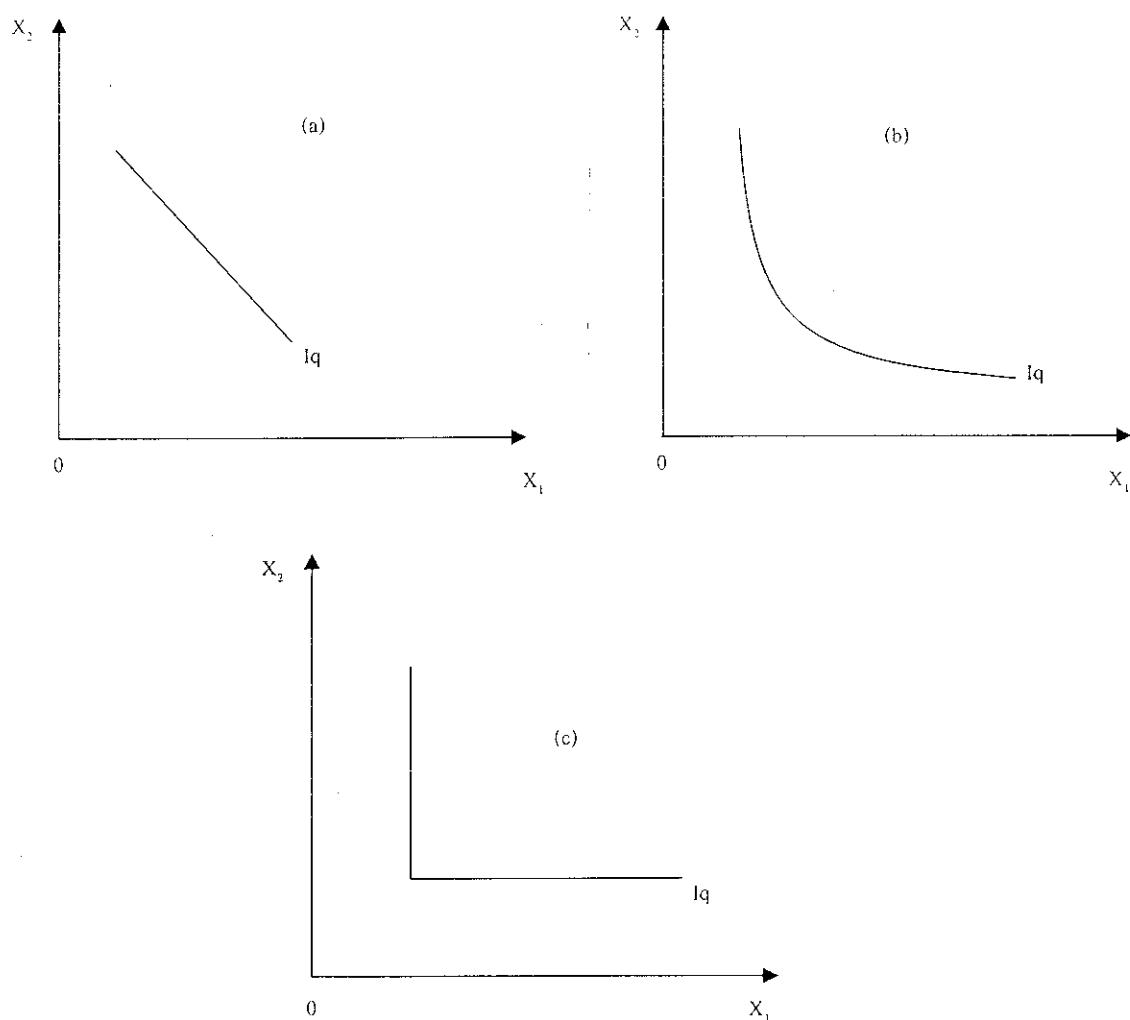


รูปภาพที่ 7.2 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน

ที่มา : ตารางที่ 7.2

คุณสมบัติของเส้นผลผลิตเท่ากัน จะคล้ายกับเส้นความพอดีเท่ากันในบทที่ 6 ที่ผ่านมา แต่แตกต่างกันที่เส้นผลผลิตเท่ากันเป็นเรื่องของการทดสอบกันของปัจจัยการผลิต แต่เส้นความพอดีเท่ากัน เป็นเรื่องของการทดสอบกันของสินค้า คุณสมบัติที่สำคัญของเส้นผลผลิตเท่ากัน 3 ประการ อธิบายได้ ดังต่อไปนี้

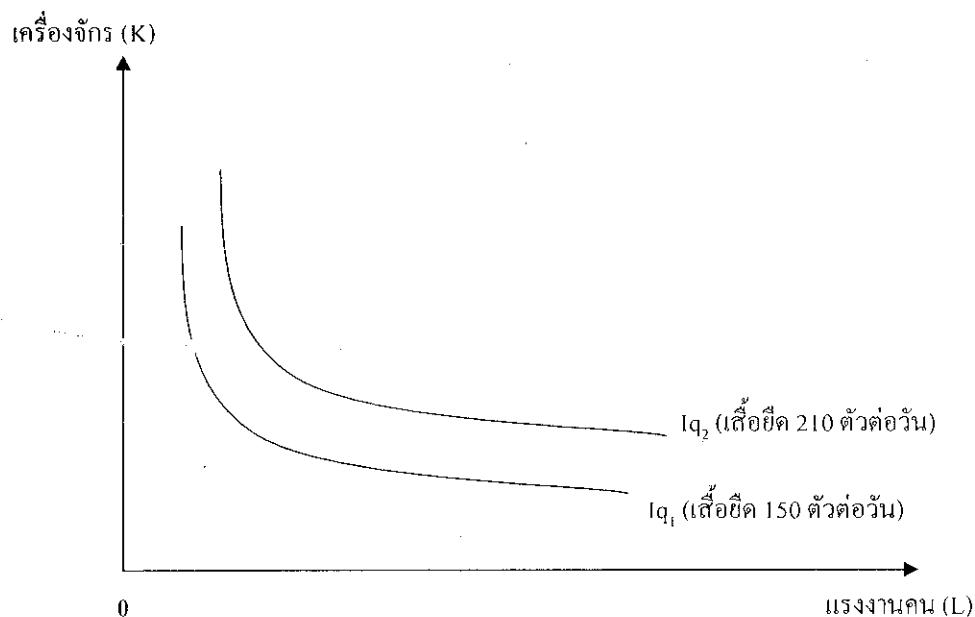
1. เส้นผลผลิตเท่ากันจะมีอยู่ 3 ลักษณะ ซึ่งแสดงถึงอัตราการทดสอบกันของปัจจัยการผลิตว่า ทดสอบกันได้เพียงใด อัตราการทดสอบกันดังกล่าว คือค่าความชันของเส้นผลผลิตเท่ากันนั้นเอง (slope of isoquant) ดังรูปภาพที่ 7.3



รูปภาพที่ 7.3 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน 3 ลักษณะซึ่งแสดงถึงอัตราการทดสอบกันของปัจจัย  
ที่มา: ข้อมูล กลุ่มศึกษา, 2539, หน้า 78

- หมายเหตุ : a คือ  $Iq$  แสดงการทดสอบกันของ  $X_1$  และ  $X_2$  อย่างสมบูรณ์  
 b คือ  $Iq$  แสดงการทดสอบกันของ  $X_1$  และ  $X_2$  แต่ไม่สมบูรณ์  
 c คือ  $Iq$  แสดงความไม่ตามากตามการทดสอบกันของ  $X_1$  และ  $X_2$  แต่ต้องใช้ประกอบกัน

2. เส้นผลผลิตเท่ากันที่อยู่ข้างบน แสดงถึงระดับผลผลิตที่สูงกว่า ดังรูปภาพที่ 7.4



รูปภาพที่ 7.4 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน  $Iq_1$  และ  $Iq_2$

ที่มา : ขวัญคณ กลิ่นศรีสุข, 2539, หน้า 79

หมายเหตุ : ระดับผลผลิตของ  $Iq_2 > Iq_1$

3. เส้นผลผลิตเท่ากันจะตัดกันไม่ได้ ซึ่งวิธีพิสูจน์จะคล้ายกับเส้นความพอใจเท่ากันในบทที่ 6

#### 7.3.2 เส้นต้นทุนเท่ากัน (Isocost)

เส้นต้นทุนเท่ากัน หมายถึง เส้นที่แสดงส่วนผสมของปัจจัยการผลิตในระดับต่างๆ ที่เสียต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเท่ากัน เส้นต้นทุนเท่ากันนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับเส้นงบประมาณ (budget Line) กล่าวคือ ทุกๆ จุดบนเส้นต้นทุนเท่ากันเส้นหนึ่ง หมายถึง ส่วนผสมของปัจจัยการผลิตทั้งสอง โดยความคาดหวังของเส้นต้นทุนเท่ากันจะแสดงราคาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยการผลิตทั้งสอง

จากตัวอย่างเดิมในการผลิตเสื้อเยื้อให้ได้ 150 ตัวต่อวันนั้น ใช้ปัจจัยทุนและแรงงานโดยสมมุติว่าราคาชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักรและแรงงานเท่ากัน 250 บาท ต่อชั่วโมง ดังนั้น เส้นต้นทุนเท่ากันมีรูปแบบโดยทั่วไปดังต่อไปนี้

	TC	คือ	$P_L \cdot L + P_K \cdot K$	(1)
โดยที่	TC	คือ	ต้นทุนรวมต่อวัน (10,000 บาท)	
	$P_L$	คือ	ค่าจ้างต่อชั่วโมง (250 บาท)	
	$P_K$	คือ	ค่าใช้เครื่องจักรต่อชั่วโมง (250 บาท)	
	L	คือ	จำนวนแรงงาน (หน่วย : ชั่วโมง)	
	K	คือ	จำนวนชั่วโมงของการใช้เครื่องจักร (หน่วย : ชั่วโมง)	

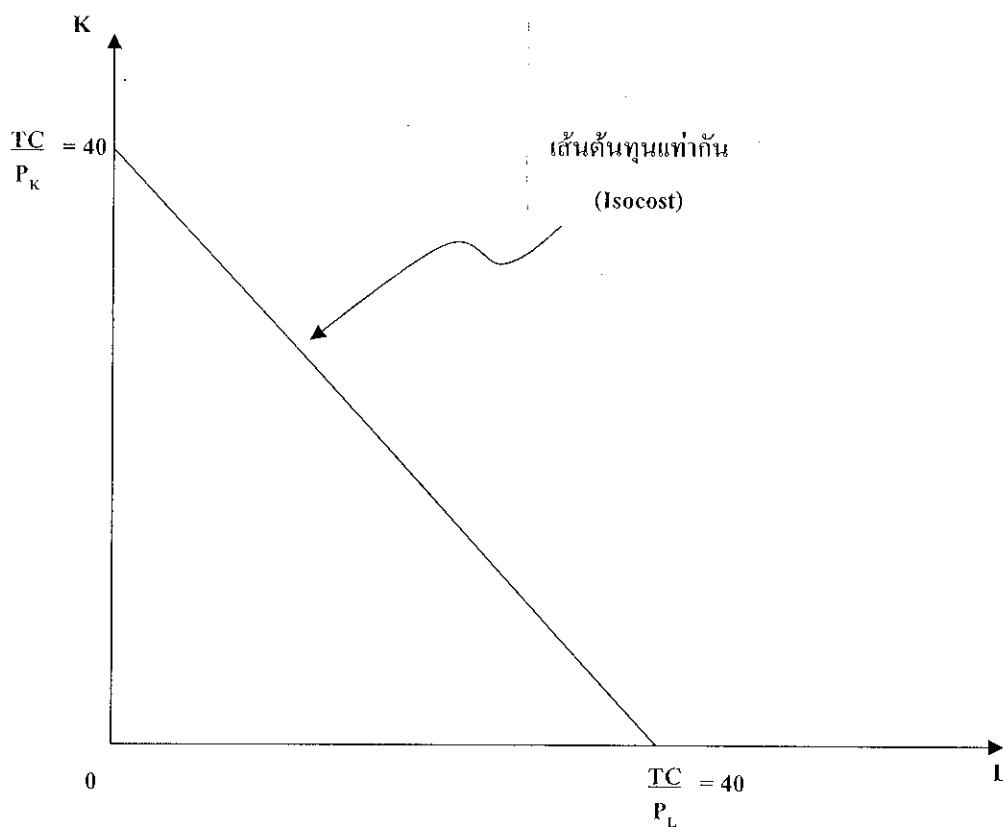
ดังนี้ หากนำค่าจ้างแรงงาน และค่าใช้เครื่องจักรต่อชั่วโมง แทนค่าในสมการเส้นต้นทุน เท่ากันจะได้รูปแบบเฉพาะเจาะจงดังนี้

$$TC = 250L + 250K \quad (2)$$

$$L = \frac{TC}{250}, \text{ ถ้า } K = 0 \text{ (ไม่ใช้เครื่องจักร)}$$

$$\text{และ } K = \frac{TC}{250}, \text{ ถ้า } L = 0 \text{ (ไม่ใช้แรงงานคน)}$$

โดยที่ค่าความซันของเส้นต้นทุนเท่ากัน เท่ากับ  $\frac{P_L}{P_K}$  และค่าความซันดังกล่าวเท่ากับ 1 (พิจารณาจากรูปที่ 7.5)



รูปภาพที่ 7.5 แสดงเส้นต้นทุนเท่ากันของการผลิตเสื้อสีดำ 150 ตัวต่อวัน

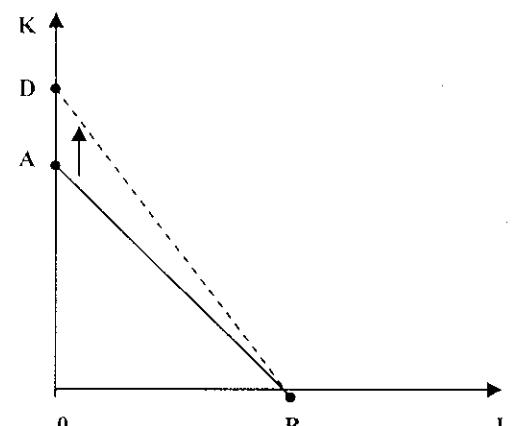
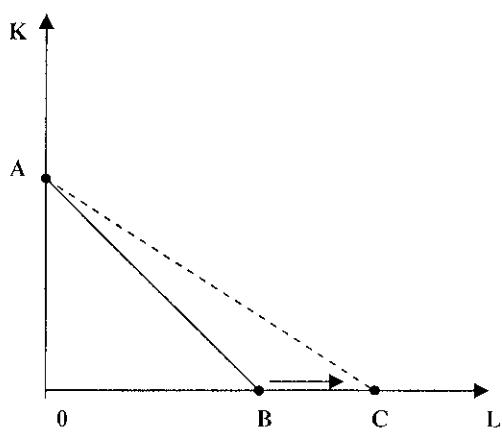
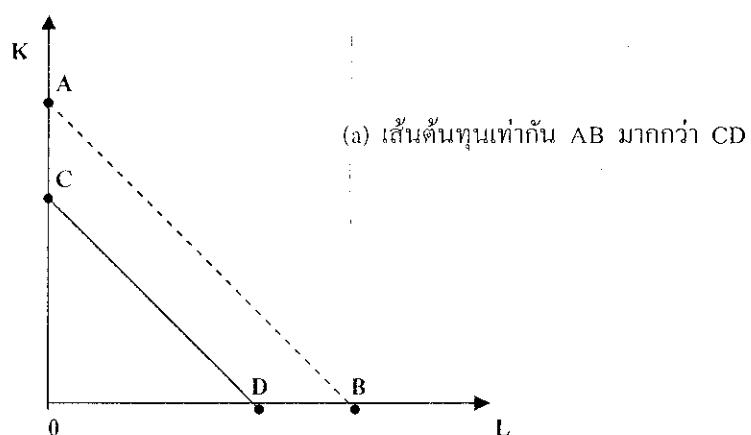
เส้นต้นทุนเท่ากันมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับเส้นงบประมาณเท่ากัน แต่ต่างกันที่เส้นต้นทุน เท่ากันเป็นเรื่องของปัจจัย และเส้นงบประมาณเท่ากันเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสินค้า เส้นต้นทุนเท่ากันมี คุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เส้นต้นทุนเท่ากันที่อยู่ข้างบนแสดงถึงต้นทุนที่สูงกว่า

จากรูปภาพที่ 7.6 (a) เส้นต้นทุนเท่ากัน AB มีระดับต้นทุนที่สูงกว่า CD และเป็นระดับการใช้ปัจจัยทุนและแรงงานในปริมาณที่มากกว่า โดยกำหนดให้ค่าจ้างแรงงานและค่าใช้เครื่องจักรต่อชั่วโมงคงที่

2. ถ้าราคาของปัจจัยการผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้ปริมาณการซื้อปัจจัยการผลิตชนิดนั้นเปลี่ยนไปในทิศทางตรงกันข้าม โดยปัจจัยอีกชนิดหนึ่งไม่เปลี่ยนแปลงโดยที่ต้นทุนยังคงที่

จากรูปภาพที่ 7.6 (b) เส้นต้นทุน AB เป็นเส้น AC เพราค่าจ้างแรงงานต่อชั่วโมงลดลง และค่าใช้เครื่องจักรต่อชั่วโมงคงที่ ทำให้ใช้ชั่วโมงการทำงานของแรงงานเพิ่มขึ้น ส่วนรูปภาพที่ 7.6 (c) เส้นต้นทุนเท่ากัน เปลี่ยนแปลงจาก AB เป็น DB เนื่องจากค่าใช้เครื่องจักรต่อชั่วโมงลดลง โดยค่าจ้างแรงงานคงที่ ทำให้มีชั่วโมงการใช้เครื่องจักรสูงขึ้น



รูปภาพที่ 7.6 แสดงคุณสมบัติของเส้นต้นทุนเท่ากัน

ที่มา . ข้อัญญมต แหล่งเรียนรู้ฯ, 2555, หน้า 82

#### 7.4 ส่วนผสมของปัจจัยการผลิตที่เสียต้นทุนต่ำที่สุด (The Least-Cost Combination of Production)

ในหัวข้อ 7.3 ที่ผ่านมาได้ศึกษาเส้นผลผลิตเท่ากัน (isoquant Curve) และเส้นต้นทุนเท่ากัน (isocost Curve) ดังนั้นหัวข้อ 7.4 จึงนำทั้ง 2 เส้น มาศึกษาถึงส่วนผสมปัจจัยการผลิตที่เสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดสำหรับการผลิตสินค้าจำนวนหนึ่งที่กำหนดให้ จากรูปภาพที่ 7.7 เป็นการใช้ปัจจัยทุนและแรงงานซึ่งมีหน่วยเป็นชั่วโมงทำการผลิตเต็อปั๊ด 150 ตัวต่อวัน โดยต้นทุนหรือราคาต่อชั่วโมงการทำงานของปัจจัยทุนหรือเครื่องจักร และค่าจ้างแรงงานต่อชั่วโมงเท่ากัน คือ 250 บาทต่อชั่วโมง ต้นทุนทั้งหมดเท่ากัน 1,000 บาทต่อวัน โดยเส้นต้นทุนเท่ากันดังกล่าวคือ AB (isocost) จุด a, b และ c อยู่บนเส้นผลผลิตเท่ากัน (isoquant : Iq) ซึ่งมีระดับผลผลิตเท่ากันทุกจุด คือ 150 ตัวต่อวัน

จุด a ผลผลิตเต็อปั๊ด 150 ตัวต่อวัน ใช้ปัจจัยทุนหรือเครื่องจักร 4 ชั่วโมง และใช้แรงงาน 1 ชั่วโมง รวมเป็นต้นทุน 1,250 บาทต่อวัน  $\{(4 \times 250) + (1 \times 250)\}$

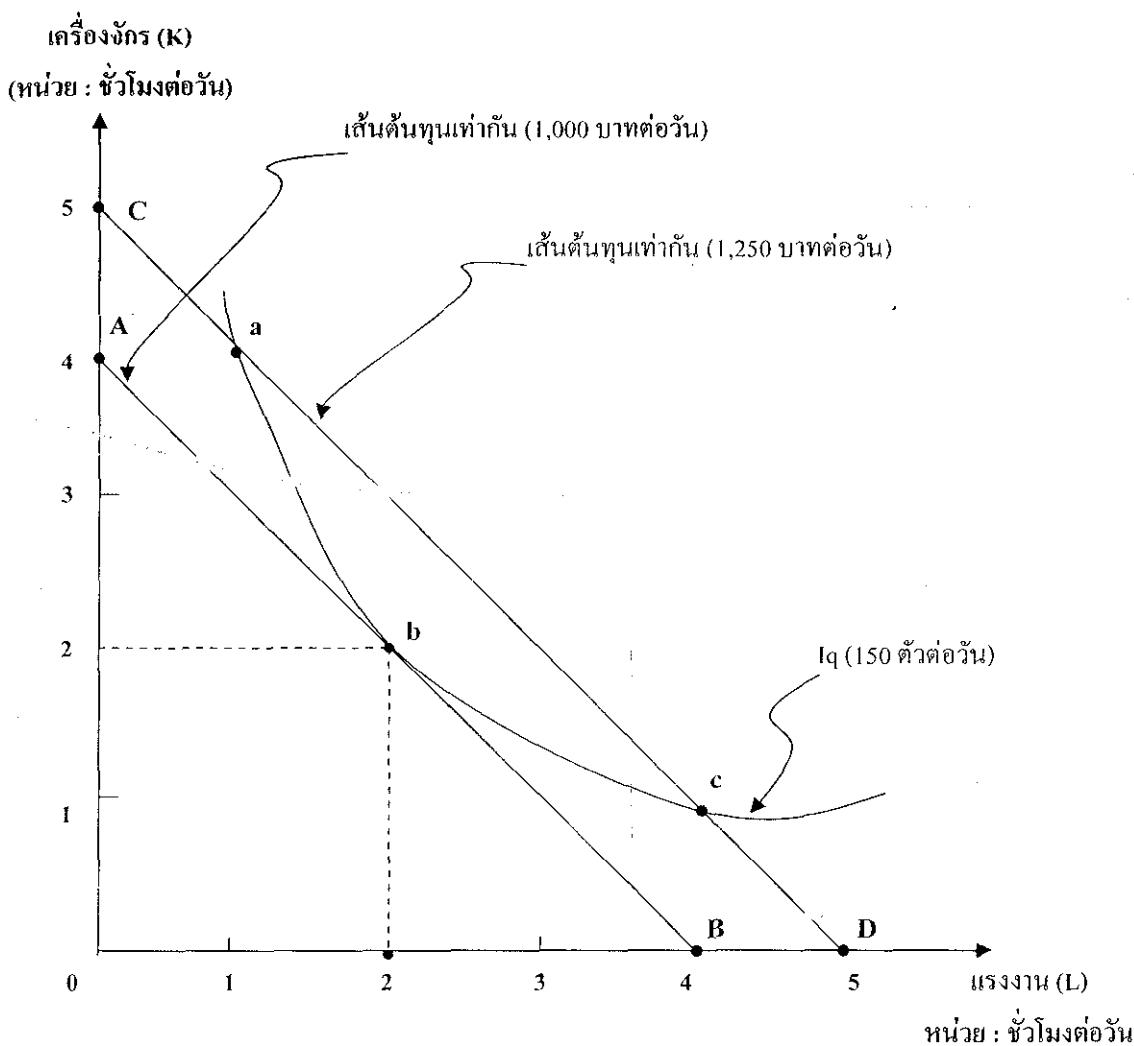
จุด c ผลผลิตเต็อปั๊ด 150 ตัวต่อวัน ใช้ปัจจัยทุนหรือเครื่องจักร 1 ชั่วโมง และใช้แรงงาน 4 ชั่วโมง รวมเป็นต้นทุน 1,250 บาทต่อวัน  $\{(1 \times 250) + (4 \times 250)\}$

จุด b ผลผลิตเต็อปั๊ด 150 ตัวต่อวัน ใช้ปัจจัยทุนหรือเครื่องจักร 2 ชั่วโมง และใช้แรงงาน 2 ชั่วโมง รวมเป็นต้นทุน 1,000 บาทต่อวัน  $\{(2 \times 250) + (2 \times 250)\}$

ดังนั้นจุด b เป็นจุดที่ผลิตเต็อปั๊ด ได้ 150 ตัวต่อวัน และเท่ากับระดับผลผลิต ณ จุด a และ c เพราะจุด a, b และ c อยู่บนเส้นผลผลิตเท่ากันเส้นเดียวกัน (Iq) แต่จุด b มีต้นทุนการผลิต 1,000 บาทต่อวัน และน้อยกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น ณ จุด a และ c ซึ่งมีต้นทุน 1,250 บาทต่อวัน เพราะ a และ c อยู่บนเส้นต้นทุนเท่ากัน CD ซึ่งระดับต้นทุนมากกว่า AB ดังนั้นจุด b จึงเป็นจุดที่ทำให้การผลิตเต็อปั๊ด 150 ตัวต่อวัน เสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด (least cost combination) ซึ่งเป็นจุดสมดุลระหว่างเส้นผลผลิตเท่ากันและเส้นต้นทุนเท่ากัน หรือ ค่าความชัน (slope) ของเส้นผลผลิตเท่ากันนี้เท่ากับค่าความชัน (slope) ของเส้นต้นทุนเท่ากัน

$$\text{ค่าความชันของเส้นผลผลิตเท่ากัน} = \text{ค่าความชันของเส้นต้นทุนเท่ากัน}$$

$$\begin{aligned} MRTS_{KL} &= \frac{P_L}{P_K} \\ -\frac{\Delta K}{\Delta L} &= \frac{P_L}{P_K} \\ -\frac{2}{2} &= \frac{250}{250} = 1 \end{aligned}$$



รูปภาพที่ 7.7 แสดงจุดเหมาะสมของส่วนผสมของปัจจัยการผลิตที่เสียต้นทุนค่าที่สุด

ที่มา : Michael, 1994, p. 269

### 7.5 ต้นทุนการผลิต (Cost of Production)

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าตอบแทนปัจจัยการผลิตทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลผลิตใด ซึ่งค่าตอบแทนของปัจจัยการผลิตอาจจะเป็นต้นทุนที่มองเห็นหรือมองไม่เห็น (explicit or implicit costs) โดยต้นทุนที่มองไม่เห็นนี้ในทางเศรษฐศาสตร์ถือว่าเป็นต้นทุนการผลิตเหมือนกัน ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนที่มองเห็น (explicit costs) หมายถึง ค่าตอบแทนปัจจัยการผลิตที่ผู้ผลิตจ่ายให้กับเจ้าของปัจจัยการผลิตเป็นเงินสด หรือมักเรียกว่าโดยทั่วไปว่าเป็นต้นทุนทางบัญชี ได้แก่ ค่าจ้างคนงาน ค่าวัสดุคงคลัง และค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น

2. ต้นทุนที่มองไม่เห็น (implicit costs) หมายถึง ค่าตอบแทนปัจจัยการผลิตบางชนิดซึ่งเป็นของผู้ผลิตเอง โดยถือว่าเป็นสิ่งที่เจ้าของปัจจัยการผลิตควรได้รับเพื่อเป็นค่าตอบแทนการเสียสละโอกาสที่จะได้รับรายได้จากการนำปัจจัยดังกล่าวไปใช้ในการผลิตอย่างอื่น ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานของตนเองและครอบครัว หรือการใช้บ้านตนเองเปิดเป็นสำนักงานเพื่อประกอบธุรกิจ เป็นต้น

สำหรับการแบ่งประเภทของต้นทุนตามระยะเวลาการผลิตนั้น สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ ต้นทุนการผลิตในระยะสั้น (short-run costs) และต้นทุนการผลิตในระยะยาว (long-run costs) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. ต้นทุนการผลิตในระยะสั้น (short-run costs)

ในระยะสั้นแบ่งต้นทุนออกเป็น 7 ชนิด ได้แก่ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนรวม ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย ต้นทุนคงที่เฉลี่ย และต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ดังนี้ รายละเอียดดังต่อไปนี้

ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost : FC) หมายถึง ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิต และถึงแม้ว่าผู้ผลิตไม่ทำการผลิตเลยก็ต้องเสียต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายคงที่ดังกล่าว เช่น ค่าเช่าที่ดิน ค่าภายนอกเรือน เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงค่าเสื่อมราคาของปัจจัยทุนอีกด้วย ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายคงที่เหล่านี้จะใช้จ่ายสำหรับปัจจัยคงที่ ซึ่งผู้ผลิตจะต้องจ่ายเป็นประจำทุกเดือน

ต้นทุนผันแปร (Variable Cost : VC) หมายถึงค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิต ปกติแล้วหมายถึงค่าใช้จ่ายในการซื้อปัจจัยผันแปรนั้นเอง เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุคิบในการผลิตสินค้า ค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า เป็นต้น ต้นทุนผันแปรนี้จะเพิ่มขึ้นตามปริมาณผลผลิตมากขึ้น และลดลงถ้าปริมาณผลผลิตลดลง ตลอดจนมีค่าเท่ากับศูนย์ถ้าไม่ทำการผลิตเลย

ต้นทุนรวม (Total Cost : TC) หมายถึง ผลรวมของค่าใช้จ่ายของปัจจัยการผลิตทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตจะได้มาหนึ่งชิ้นเกิดจากต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร เช่น ต้นทุนรวมในการผลิตน้ำมันพืช ประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเช่าที่ดิน ค่าภายนอกเรือน และค่าเสื่อมเครื่องจักร ส่วนต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุคิบถ้วนเดือน ค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า

ต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average Fixed Cost : AFC) หมายถึง ต้นทุนคงที่ทั้งหมดของผลผลิตเฉลี่ยต่อหนึ่งหน่วย เช่น ต้นทุนคงที่เฉลี่ยของการผลิตน้ำมันพืช 1 ลิตร คือต้นทุนเฉลี่ย ของค่าเช่าที่ดินภายนอกเรือน และค่าเสื่อมเครื่องจักร เฉลี่ยต่อ 1 ลิตร

ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average Variable Cost : AVC) หมายถึง ต้นทุนผันแปร ทั้งหมดของผลผลิตเฉลี่ยต่อหนึ่งหน่วย เช่น ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยของน้ำมันพืช 1 ลิตร คือ ต้นทุนเฉลี่ยของค่าจ้างแรงงาน ค่าถ่วงเหลือง ค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า เฉลี่ยต่อ 1 ลิตร

ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย (Average Total Cost : ATC) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ยต่อหนึ่งหน่วยของผลผลิต เช่น ต้นทุนรวมเฉลี่ยของน้ำมันพืช 1 ลิตร คือ ต้นทุนเฉลี่ยของค่าเช่าที่ดินภายนอกเรือน ค่าเสื่อมเครื่องจักร ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าวัสดุคิบเฉลี่ยต่อ 1 ลิตร

ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Cost :MC) หมายถึง ต้นทุนรวมที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อจำนวนผลผลิตเปลี่ยนไป 1 หน่วย เช่น ในการเพิ่มปริมาณการผลิตน้ำมันพืชครั้งละ 1 ลิตร ทำให้ต้นทุนรวมเปลี่ยนแปลงไปจำนวนหนึ่ง ต้นทุนดังกล่าว ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า ค่าวัสดุคงเหลือที่เปลี่ยนแปลงไป

ต้นทุนดังกล่าวแสดงความสัมพันธ์ได้โดยใช้รูปแบบดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{TC} &= \text{FC} + \text{VC} \\ \text{ATC} &= \text{AFC} + \text{AVC} \\ \text{AFC} &= \frac{\text{FC}}{Q} \\ \text{AVC} &= \frac{\text{VC}}{Q} \\ \text{MC} &= \frac{\Delta \text{TC}}{\Delta Q} \end{aligned}$$

โดยที่  $Q$  คือ ปริมาณผลผลิต  
 $\Delta Q$  คือ การเปลี่ยนแปลงในปริมาณผลผลิต

## 7.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิต และต้นทุนการผลิตในระยะสั้น

(The Relation between The Cost of Production and Output in Short –run Period)

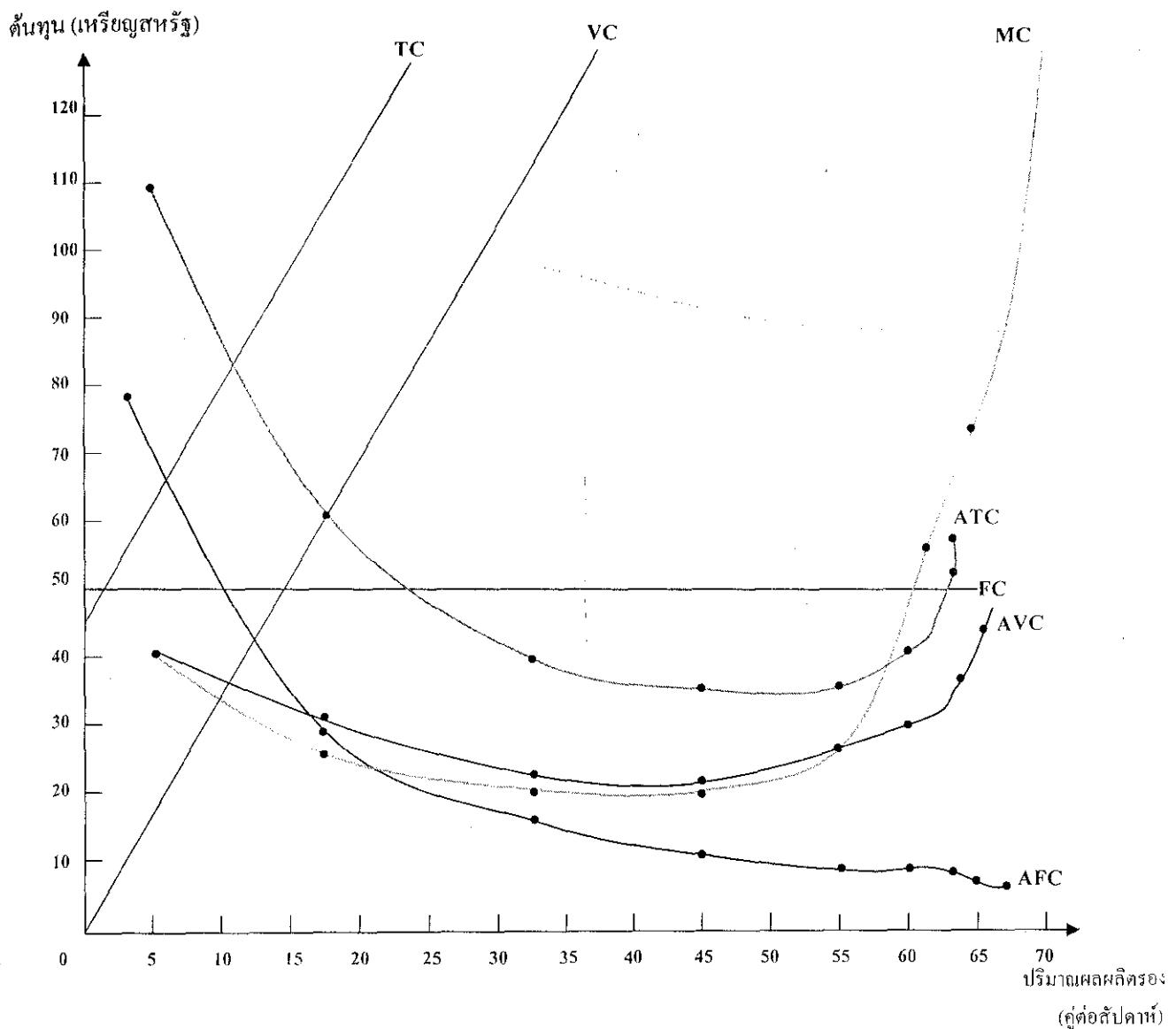
เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิตและต้นทุนการผลิตในระยะสั้นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงได้นำตารางที่ 7.3 และรูปภาพที่ 7.7 ซึ่งเป็นข้อมูลของโรงงานผลิตรองเท้าแห่งหนึ่งในประเทศไทยสหราชอาณาจักร ปริมาณการผลิตรองเท้า และต้นทุน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.3 แสดงปริมาณการผลิตและต้นทุนการผลิตของโรงงานผลิตรองเท้า

หน่วย : เหรียญสหราชอาณาจักร

จำนวนรองเท้า (คู่)	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนผันแปร	ต้นทุนรวม	ต้นทุนคงที่เฉลี่ย	ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย	ต้นทุนหักหมุดเฉลี่ย	ต้นทุนเพิ่ม
Q	FC	VC	TC	AFC	AVC	ATC	MC
0	500	0	500	-	-	-	-
7	500	300	800	71.43	42.86	114.29	42.86
18	500	600	1,100	27.78	33.33	61.11	27.27
33	500	900	1,400	15.15	27.27	42.42	20.00
46	500	1,200	1,700	10.87	26.09	39.96	23.09
55	500	1,500	2,000	9.09	27.27	36.36	33.33
60	500	1,800	2,300	8.33	30.00	38.33	60
63	500	2,100	2,600	7.94	33.33	41.27	100
65	500	2,400	2,900	7.69	36.92	44.61	150
66	500	2,700	3,200	7.57	40.91	48.48	300

ที่มา : ข้อมูลมา ณ วันที่ 2539, หน้า 88



รูปภาพที่ 7.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนชนิดต่างๆ ในระยะสั้น ของโรงงานผลิตรองเท้า  
ที่มี : จากตารางที่ 7.3

จากตารางที่ 7.3 และรูปภาพที่ 7.8 พบว่าเส้น AFC ลดลงเรื่อยๆ เมื่อผลิตรองเท้าจำนวนเพิ่มขึ้น ส่วน AVC จะลดลงเรื่อยๆ เมื่อเพิ่มจำนวนการผลิตรองเท้าจำนวนทั้งถึงถึงปริมาณการผลิตรองเท้าจำนวน 33 คู่ AVC จะมีค่าต่ำสุด หลังจากนั้นจะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อผลิตรองเท้าจำนวนเพิ่มขึ้น และ ATC จะมีลักษณะเช่นเดียวกับ AVC สำหรับ MC นั้นจะลดลงเมื่อผลิตจำนวนรองเท้าเพิ่มขึ้นจนมีค่าต่ำสุดที่จำนวนรองเท้า 33 คู่ และเพิ่มสูงขึ้นเมื่อผลิตจำนวนรองเท้าเพิ่มขึ้นจนเท่ากับ AVC ณ จุดต่ำสุด โดยที่ MC ต้องแต่จุดต่ำสุดของ AVC ขึ้นไป คือเส้นอุปทานในระยะสั้นนั่นเอง

สำหรับเส้น TC นี้ เท่ากับ VC บวกกับ FC โดยที่ FC ของการผลิตองเท่านั้นจะเป็นเส้นตรงขานานกับแกนนอนเพื่อแสดงว่าไม่ว่าจะผลิต.org เท่าจำนวนมากหรือน้อยเพียงใด หรือไม่ผลิตเลย โรงงานก็ต้องมีค่าใช้จ่ายคงที่เท่ากับ 500 เหรียญสหรัฐ ส่วน VC เพิ่มสูงขึ้นเมื่อผลิต.org เท่าจำนวนเพิ่มขึ้น และจะเท่ากับชุนย์เมื่อไม่มีการผลิตเลย

### 7.7 ต้นทุนการผลิตในระยะยาว (Long-run Production Cost)

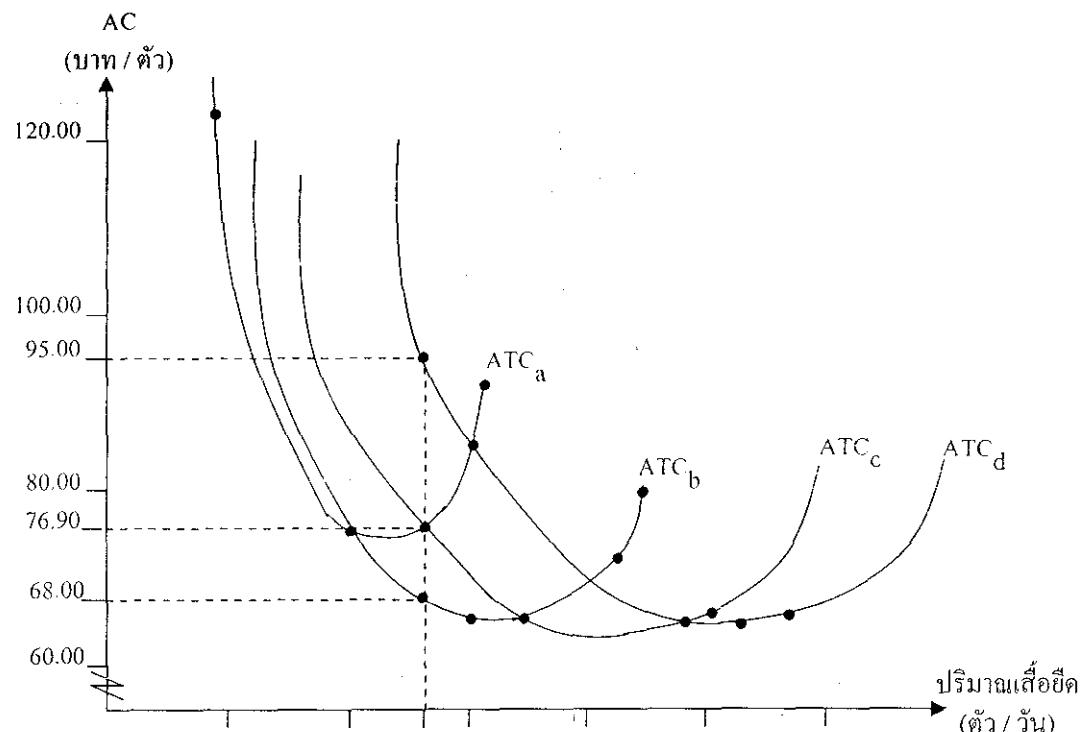
ในการผลิตระยะยาวนี้ ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงขนาดของโรงงานหรือเครื่องจักรต่างๆ ตลอดจนปัจจัยผลิตอื่นๆ ทุกชนิดให้มีขนาดเหมาะสมที่จะทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพสูง ดังนั้น ในระยะยาว ปัจจัยทุกชนิดจึงเป็นปัจจัยผันแปร สำหรับการศึกษาต้นทุนระยะยาวนั้น ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาว (long – run average cost : LRAC) มีความสำคัญมากที่สุด โดยที่การผลิตในระยะสั้นนี้ การผลิตจะมีประสิทธิภาพสูงที่สุด เมื่อผู้ผลิตต้องทำการผลิตในระดับที่ต้นทุนรวมเฉลี่ย (average total cost : ATC) ไม่ใช้จุดต่ำที่สุด แต่ในระยะยาวผู้ผลิตสามารถปรับปรุงปัจจัยการผลิตทุกอย่าง ตลอดจนระดับการผลิตให้เหมาะสมที่สุด ได้ ผู้ผลิตยอมเลือกขนาดของโรงงานหรือเครื่องจักรทำการผลิตแต่ละระดับโดยเสียต้นทุนเฉลี่ยต่ำสุดเสมอ

การเลือกขนาดโรงงานที่เหมาะสมสำหรับการผลิตในระยะยาว คือ การนำเอาเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะสั้น (short – run average cost : SRAC) ของโรงงานขนาดต่างๆ ที่เกิดจากการขยาย โรงงาน มากกว่าเรียกว่าตัวรากัน ดังนั้นจุดบนเส้น LRAC จะแสดงต้นทุนที่ต่ำสุดที่เป็นไปได้ในการผลิตผลผลิตในแต่ละระดับ แต่จะมีอยู่ขนาดหนึ่งซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสม คือ เป็นโรงงานที่มีต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดโรงงาน แต่ระดับการผลิตที่ผู้ผลิตเสียต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำสุด เป็นระดับการผลิตที่เหมาะสมในระยะยาว เพื่อให้มีความเข้าใจต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาวที่เกิดจากการขยายขนาดของโรงงาน จึงได้แสดงตารางที่ 7.4 และรูปภาพที่ 7.9 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง LRAC และ SRAC

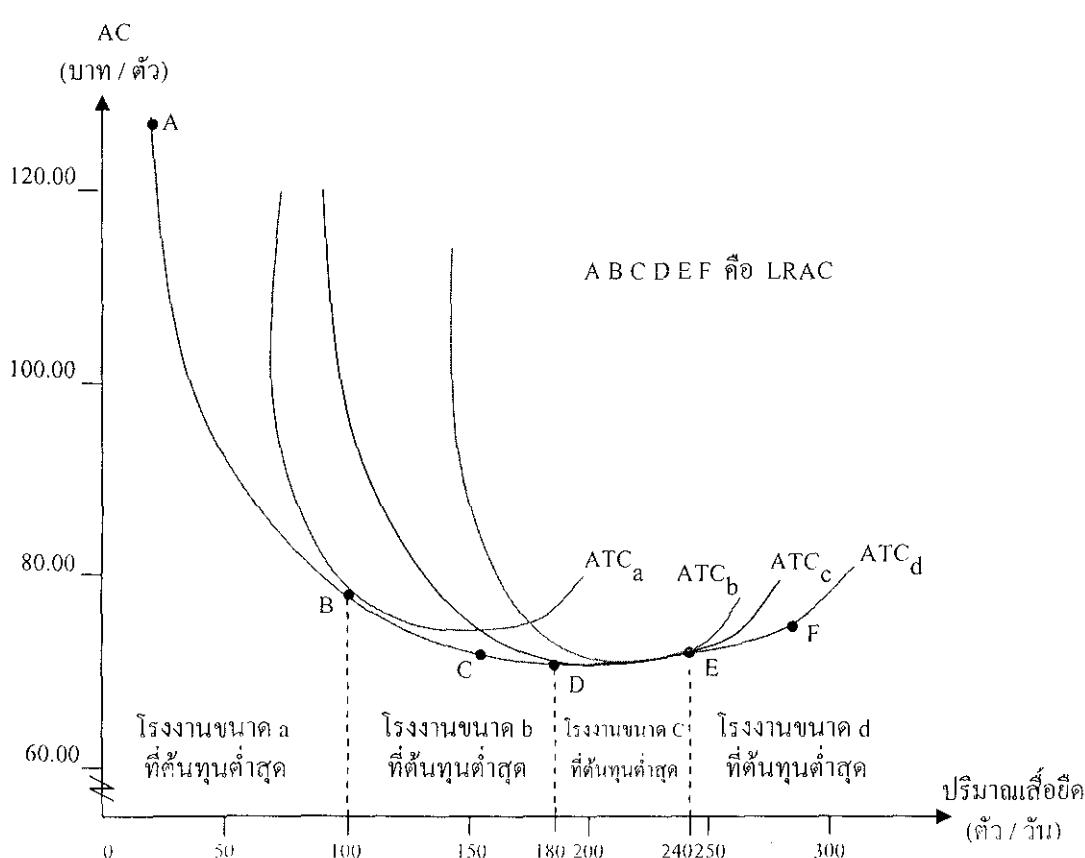
ตารางที่ 7.4 แสดงขนาดของโรงงานและต้นทุนการผลิตของโรงงานผลิตเสื้อยืด

แรงงาน	ปริมาณเสื้อยืด (ชม/วัน)	ต้นทุนคงที่ (FC)	ต้นทุนผันแปร (VC)	ต้นทุนรวม (TC)	ต้นทุนเฉลี่ย (บาท/ตัว)
					(บาท/วัน)
<b>ขนาดโรงงาน a : เครื่องจักร 1 เครื่อง (ชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร = 250 นาที/ชม.)</b>					
1	40	250	250	500	12.50
2	100	250	500	750	7.50
3	130	250	750	1,000	7.69
4	150	250	1,000	1,250	8.33
5	160	250	1,250	1,500	9.38
<b>ขนาดโรงงาน b : เครื่องจักร 2 เครื่อง (ชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร = 500 นาที/ชม.)</b>					
1	100	500	250	750	7.50
2	150	500	500	1,000	6.67
3	180	500	750	1,250	6.94
4	200	500	1,000	1,500	7.50
5	210	500	1,250	1,750	8.33
<b>ขนาดโรงงาน c: เครื่องจักร 3 เครื่อง (ชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร = 750 นาที/ชม.)</b>					
1	130	750	250	1,000	7.69
2	180	750	500	1,250	6.94
3	220	750	750	1,500	6.82
4	240	750	1,000	1,750	7.29
5	250	750	1,250	2,000	8.00
<b>ขนาดโรงงาน d : เครื่องจักร 4 เครื่อง (ชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร = 1,000 นาที/ชม.)</b>					
1	150	1,000	250	1,250	8.33
2	210	1,000	500	1,500	7.14
3	240	1,000	750	1,750	7.29
4	260	1,000	1,000	2,000	7.69
5	270	1,000	1,250	2,250	8.33

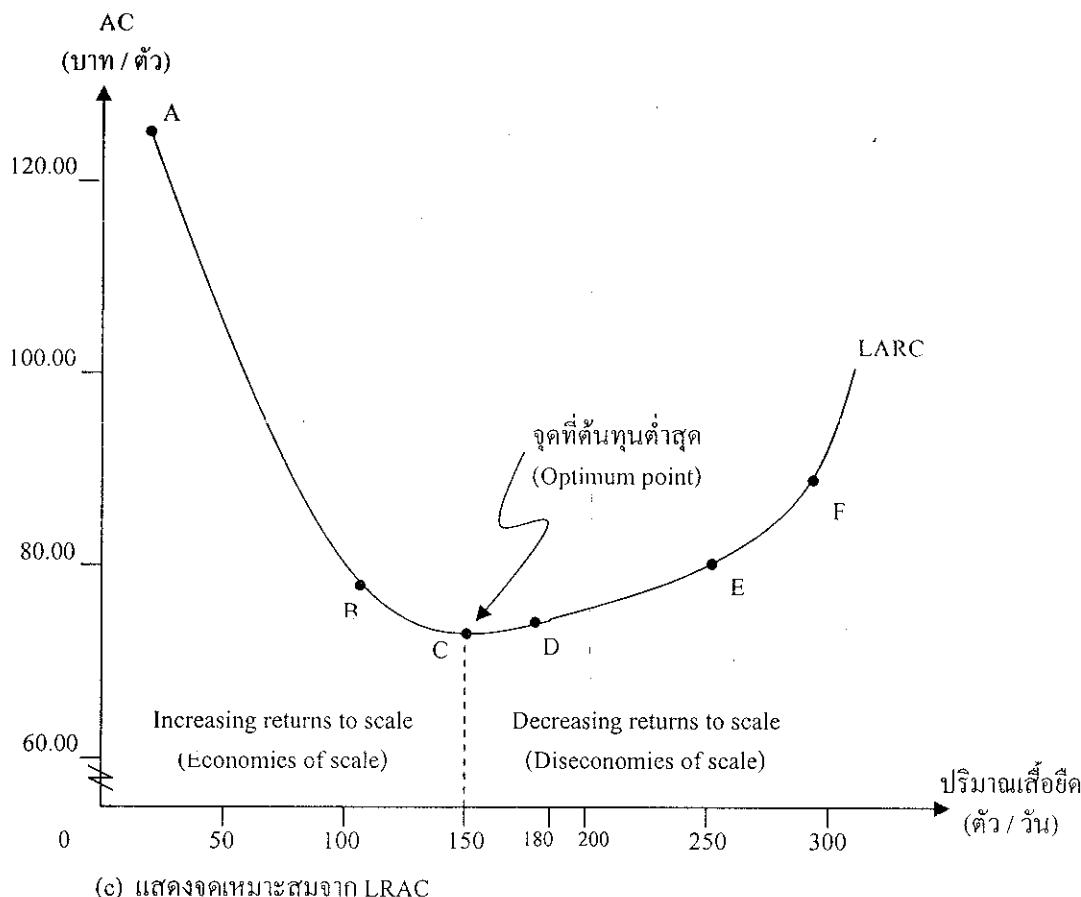
ที่มา : Michael, 1994, p. 253



(a) ต้นทุนเฉลี่ยในระยะสั้น (SRAC)



(b) ต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว (LRAC)



**รูปภาพที่ 7.9** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนเฉลี่ยในระยะสั้น (SRAC) กับเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว (LRAC)  
ที่มา : จากตารางที่ 7.4

จากตารางที่ 7.4 และรูปภาพที่ 7.9 นั้น LRAC จะเกิดจาก SRAC ที่มีขนาดของโรงงานเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเส้น LRAC จะสัมพันธ์กับ SRAC โดยที่เส้น LRAC ในรูปภาพที่ 7.9(b) เกิดจากรูปภาพที่ 7.9(a) และในรูปภาพที่ 7.9(c) นั้น ระดับการผลิตที่ทำให้เกิดต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาวต่ำที่สุด คือ 150 ตัวต่อวัน และเป็นจุดที่หมายรวม (optimum point) โดยถ้าการผลิตเสื่อยืดเพิ่มขึ้นจาก 0-149 ตัวต่อวัน ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยจะค่อยๆ ลดลง ลักษณะแบบนี้เรียกว่าผลตอบแทนต่อขนาดการผลิตเพิ่มขึ้น (increasing returns to scale) หรืออาจเรียกว่าเป็นการประหยัดต่อขนาดการผลิต (economics of scale) ส่วนการผลิตที่เพิ่มขึ้นในช่วง 150-300 ตัวต่อวัน ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นเมื่อผลิตเสื่อยืดเพิ่มขึ้น ลักษณะแบบนี้เรียกว่า ผลตอบแทนต่อขนาดการผลิตลดลง (decreasing returns to scale) หรืออาจเรียกว่าเป็นการไม่ประหยัดต่อขนาดการผลิต (diseconomies of scale)

## 7.8 สรุป

ทฤษฎีการผลิตและต้นทุนมีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากในการผลิตสินค้าหรือให้บริการ ต่างๆ จะต้องมีต้นทุนเพื่อการผลิตดังกล่าวจำเป็นต้องใช้วัตถุคงหรือปัจจัยการผลิตซึ่งเรียกว่าฟังก์ชัน การผลิต (production function) และความสัมพันธ์ดังกล่าวแสดงได้หลายรูปแบบ ได้แก่ ตาราง กราฟ และ รูปแบบทางคณิตศาสตร์ นอกจากนี้การผลิตของผู้ผลิตโดยทั่วไปจำเป็นต้องเกิดประสิทธิภาพทาง เศรษฐกิจ (economic efficiency) หมายถึงการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำที่สุดซึ่งมองในแง่มุมล่า

ในภาคศึกษาเรื่องของการผลิตนี้แบ่งประเภทของการผลิตโดยใช้ระยะเวลาเป็นเกณฑ์ได้ 2 ประเภท คือการผลิตในระยะสั้น และการผลิตในระยะยาว (short - run and long – run production) โดย การผลิตในระยะสั้นนี้มีทั้งการใช้ปัจจัยคงที่ และปัจจัยผันแปร ส่วนการผลิตในระยะยาวมีเฉพาะปัจจัย ผันแปรเท่านั้น นอกจากนี้การผลิตในระยะสั้นจะเป็นเรื่องของผลผลิตรวม (total product) ผลผลิตเพิ่ม (marginal product) และผลผลิตเฉลี่ย (average product) ซึ่งมีความสัมพันธ์กัน จนเป็นที่มาของกฎแห่ง การลดน้อยลงของผลผลิตเพิ่ม (law of diminishing marginal productivity) ซึ่งแตกต่างจากการผลิตใน ระยะยาวจะเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิต และปัจจัยการผลิตเรียกว่ากฎผล (law of return to scale) นอกจากนี้การผลิตระยะยาวยังศึกษาถึงส่วนผสมของปัจจัยการผลิตที่ เติบโตต้นทุนต่ำที่สุด (least cost combination of production) ที่ศึกษาจากเส้นผลผลิตเท่ากัน (isoquant) และ เส้นต้นทุนเท่ากัน (isocost) โดยจุดหมายจะสมที่เติบโตต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดเมื่อผลิตสินค้าจำนวนหนึ่งอยู่ที่ค่า ความซับซ้อนของเส้นผลผลิตเท่ากันนั้นมีค่าท่ากับค่าความซับซ้อนของเส้นต้นทุนเท่ากัน หรือ อัตราการทดแทน กันของปัจจัยการผลิต เท่ากัน ราคาเบรียบเทียบของปัจจัยนั้นเอง

เมื่อแบ่งการผลิตเป็นเรื่องของการผลิตในระยะสั้นและการผลิตในระยะยาวแล้ว ได้มีการ ศึกษาถึงชนิดของต้นทุนการผลิตในระยะสั้น 7 ชนิด ได้แก่ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนรวม ต้นทุนคงที่เฉลี่ย ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย และต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ต้นทุนทั้งหมดคั่งเป็นต้นทุนที่ม่องเห็นและ ต้นทุนที่มองไม่เห็น (explicit and implicit cost) อิกด้วย ประเด็นสำคัญของการผลิตอีกประดิษฐ์หนึ่งคือ ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิตและต้นทุนการผลิตในระยะสั้นซึ่งเป็นที่มาของเส้นอุปทาน โดยเส้น อุปทานดังกล่าว คือ เส้นต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (MC) ซึ่งแต่จุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (AVC) สำหรับต้นทุนการผลิตในระยะยาวเป็นเรื่องของการเลือกขนาดของโรงงานที่เหมาะสมสำหรับการผลิต ในระยะยาว ซึ่งเป็นการศึกษาจากต้นทุนเฉลี่ยในระยะสั้น (SRAC) ของโรงงานขนาดต่างๆ ที่เกิดจาก การขายโรงงานและได้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาว (LRAC) โดยในระยะยาวผู้ผลิตสามารถปรับปรุง ปัจจัยการผลิตทุกอย่าง ตลอดจนระดับการผลิตให้เหมาะสมที่สุดได้ ผู้ผลิตยอมเลือกขนาดของโรงงาน หรือเครื่องจักรทำการผลิตแต่ละระดับ โดยเส้นต้นทุนเฉลี่ยต่ำสุดเสมอ เพราะผู้ผลิตจะไม่หยุดการผลิตถ้า การผลิตเกิดการประหยัดต่อขนาดการผลิต (economies of scale) หรือไม่คำนึงการผลิตต่อไปในช่วงที่ เกิดการไม่ประหยัดต่อขนาดการผลิต (diseconomies of scale)

## 7.9 แบบฝึกหัด

1. สุดามีกิจการตัดเย็บหมวก โดยมีโรงงานขนาดเล็ก มีจัดเรียบผ้า 10 ตัว ส่วนจำนวนแรงงานนั้นไม่แน่นอน สุดาสังเกตดูว่าเมื่อเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ผลผลิตรวมของหมวกจะเพิ่มขึ้นจนถึงช่วงหนึ่งที่คนงานมีจำนวนมากจนเมื่อเพิ่มที่ทำงานกัน ผลผลิตที่ได้จะเริ่มลดลง 1.1) จากข้อมูลในตาราง ให้คำนวณหาผลผลิตเพิ่ม (marginal product) ของคนงานของสุดา

จำนวนคนงาน (คน)	ผลผลิตรวม (ໂທລຕ່/ວັນ)	ผลผลิตเพิ่ม (ໂທລ)
0	0	
1	8	
2	19	
3	32	
4	45	
5	60	
6	71	
7	75	
8	77	
9	77	
10	75	
11	65	

1.2) วาดรากผลผลิตรวมและผลผลิตเพิ่มของหมวกต่อจำนวนคนงาน

1.3) สุดาสามารถจ้างคนงานได้ทั้งหมดกี่คน โดยไม่ทำให้เกิดการลดน้อยถอยลงของผลผลิตเพิ่ม (diminishing marginal returns)

2. สมมติว่าบริษัท Honba จำกัด ซึ่งทำธุรกิจผลิตอะไหล่รถยนต์ สามารถคำนวณแผนการผลิต และต้นทุนการผลิตในระยะยาวได้ดังนี้

ปริมาณผลผลิต (พันชิ้น)	ต้นทุนเฉลี่ยระยะยาว (long run average cost) (พันบาท)
24	116
26	107
28	102
30	100
34	100
36	100
38	100
39	102
40	105
42	109

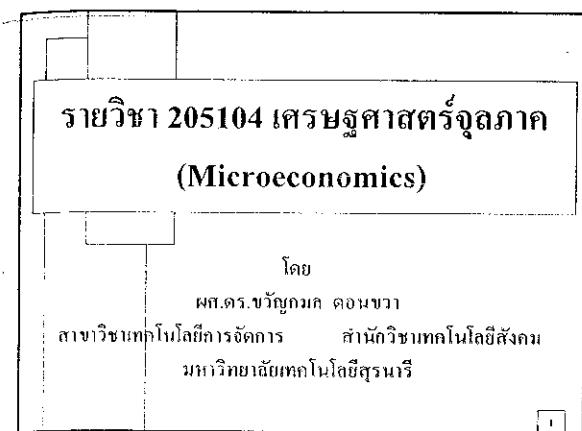
2.1) วาดกราฟแสดงเส้นต้นทุนเฉลี่ยระยะยาว และระบุในกราฟว่าช่วงใดของการผลิตเป็นช่วง

- Economies of scale
- ระดับการผลิตที่เหมาะสมที่สุด
- Diseconomies of scale

2.2) ในการผลิตระดับสั้น บริษัท Honba มีต้นทุนคงที่ (fixed costs) เท่ากับ 1,036,000 บาท และมีต้นทุนแปรผันเฉลี่ย (Average variable costs) ดังนี้

ปริมาณผลิต (พันชิ้น)	$AVC = TVC$ Q (พันบาทต่อชิ้น)	$TC = VC + FC$	ATC
24	70,000		
26	67,000		
28	65,000		
30	69,000		
34	80,000		

- 1) ในการผลิตระดับสั้น ให้หาต้นทุนรวม (total costs) และต้นทุนรวมเฉลี่ย (average total costs) ของการผลิตอะไหล่ร้อนนต์ที่ปริมาณผลิตระดับต่างๆ ที่กำหนด
- 2) วัดกราฟต้นทุนการผลิตระดับสั้นในรูปกราฟเดียวกับข้อ 2.1
- 3) ในการผลิตระดับสั้นนี้ บริษัทจะผลิตที่ปริมาณผลิตเท่าใดจึงจะเสียต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำที่สุด
- 4) ในระยะยาว ถ้าบริษัทเลือกผลิตที่ปริมาณผลิตเท่ากับ 34,000 ชิ้น บริษัทมีทางเลือกในการผลิตเกี่ยวกับขนาดของโรงงานและต้นทุนเฉลี่ยในการผลิตอย่างไร




---

---

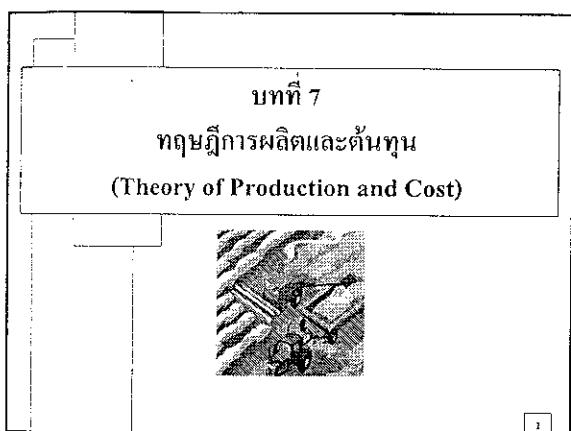
---

---

---

---

---




---

---

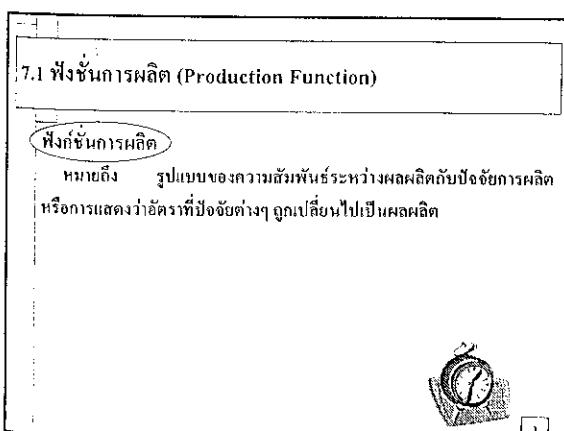
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

ตัวอย่าง : ปริมาณผลผลิตของท้ายางต่อวันค่าใช้ของน้ำขี้ท่า A  
จำนวนผู้ที่งานคนงานต่อวันค่าใช้

จำนวนคนงาน (คนต่อวันค่าใช้)	ปริมาณร้อยละท้ายาง (ร้อยละต่อวันค่าใช้)
1	1
2	3
3	6
4	10
5	15
6	21
7	26
8	30
9	33
10	35

---



---



---



---



---



---



---



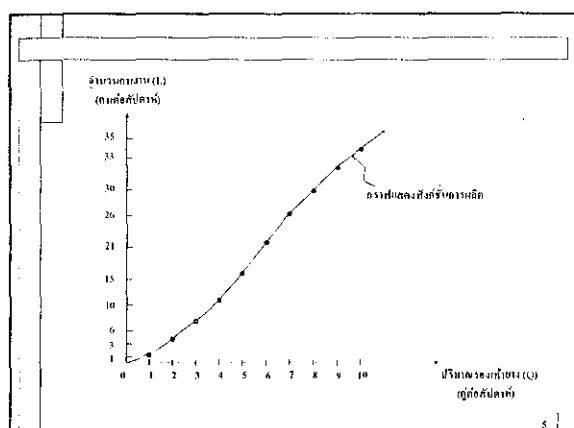
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

รูปแบบทางคณิตศาสตร์ :

$$Q = f(L/X_1, X_2, \dots, X_n)$$

โดยที่  $Q$  = ปริมาณร้อยละท้ายาง (%)  
 $L$  = จำนวนคนงาน (คน)  
 $X_1, X_2, \dots, X_n$  = จำนวนปัจจัยอื่นๆ ที่ใช้ในการควบคุมการผลิต  
 รองเท้า ยางซึ่งกำหนดให้คงที่

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

ตัวอย่าง : ตารางแสดงวิธีการผลิตที่ 10 เครื่องต่อวันโดยมีวิธีการผลิต 4 รูปแบบดังต่อไปนี้

แบบ	จำนวนเบื้องต้นการผลิตที่ใช้วิธีการแบบการผลิต	
	แรงงาน	ทุน
A	1	1,000
B	10	10
C	100	10
D	1,000	1

---



---



---



---



---



---



---



---

การผลิตที่ 10 เครื่องต่อวัน ราคาของทุน 250 บาทต่อหน่วยต่อวัน  
และค่าจ้างแรงงานต่อหน่วยเท่ากับ 145 บาทต่อวัน บุคลากรของ公司在ใช้ปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ จะพิจารณาเงินวิธีไหนมีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด

A มีต้นทุนการผลิต =  $(1 \times 145) + (1,000 \times 250) = 250,145$  บาท  
 B มีต้นทุนการผลิต =  $(10 \times 145) + (10 \times 250) = 3,950$  บาท  
 C มีต้นทุนการผลิต =  $(100 \times 145) + (10 \times 250) = 17,000$  บาท  
 D มีต้นทุนการผลิต =  $(1,000 \times 145) + (1 \times 250) = 145,250$  บาท

---



---



---



---



---



---



---



---

### 7.2 การผลิตในระยะสั้นและการผลิตในระยะยาว

(The Short Run and Long Run Production)

การผลิตในระยะสั้น (short-run period) : ปัจจัยคงที่ (fixed factors) ทั้งหมด  
ปัจจัยผันแปร (variable factors)

การผลิตในระยะยาว (long-run period) : ปัจจัยผันแปร (variable factors)  
อย่างเดียว




---



---



---



---



---



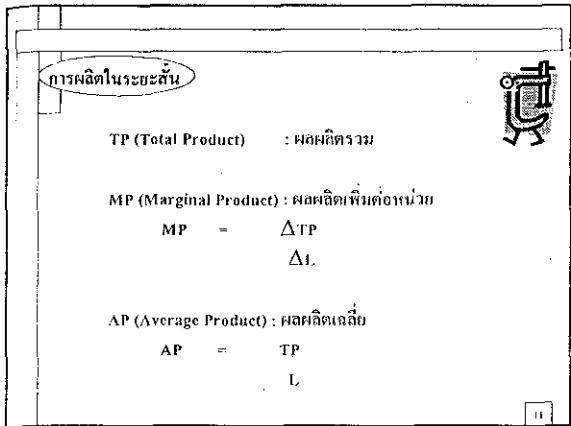
---



---

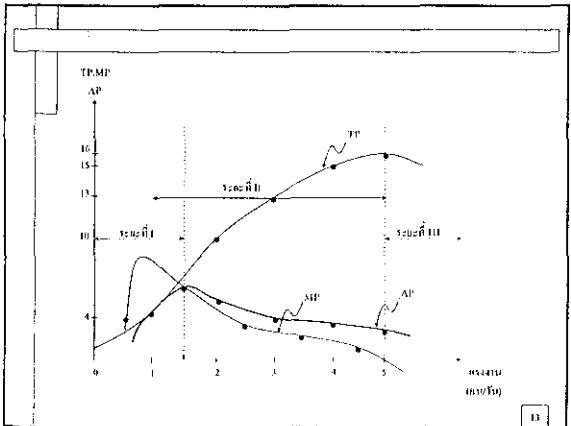


---



ตารางแสดงผลผลิตรวม ผลผลิตเพิ่มต่อหน่วย และผลผลิตเฉลี่ยของ  
แรงงานพนักเสื้อเชิ๊ต

แรงงาน (คนต่อวัน)	ผลผลิตรวม (TP) (ตัวต่อวัน)	ผลผลิตเพิ่มต่อหน่วย (MP) (ตัวต่อวัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (AP) (ตัวต่อวัน)
0	0	-	-
1	4	4	4.00
2	10	6	5.00
3	13	3	4.33
4	15	2	3.75
5	16	1	3.20



ระบบที่ I :  $TP \uparrow$  ในอัตราเพิ่ม AP และ MP > 0 (Increasing returns)

ระบบที่ II :  $TP \uparrow$  ในอัตราลดลง AP และ MP > 0 แต่ MP ↓  
(Diminishing returns)

ระบบที่ III :  $TP \downarrow$  AP ↓ และ MP < 0 (Decreasing returns)



14

---



---



---



---



---



---



---



---

การผลิตในรูปแบบ : 3 ลักษณะ

1. increasing returns to scale (input less than double  $\rightarrow$  double output)
2. constant returns to scale (double input  $\rightarrow$  double output)
3. decreasing returns to scale (input more than double  $\rightarrow$  double output)



15

---



---



---



---



---



---



---



---

**7.3 เส้นผลผลิตเท่ากันและเส้นต้นทุนเท่ากัน**  
(Isoquant Curve and Isocost Curve)

เส้นผลผลิตเท่ากัน (Isoquant Curve :  $I_q$ )

- มีองค์ประกอบ 2 ชนิด
- ขึ้นค่า 2 ชนิด
- ตัวกราฟจะเป็นเกลียวของป้องกันการผลิต (RTS หรือ MRTS)



16

---



---



---



---



---



---



---



---

ตารางแสดงการใช้ปัจจัยทุนและแรงงานในการผลิตเต็มขีด

150 ตัวต่อวัน ตาม 3 วิธี

วิธี	ทุน(K)	แรงงาน(L)	$\Delta K$	$\Delta L$	$MRSK = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$
a.	4	1	-2	1	-2
b.	2	2	-1	2	-½
c.	1	4			

หมายเหตุ : เครื่องจักร (K) มีหน่วยเป็นชั่วโมง  
แรงงานคน (L) มีหน่วยเป็นชั่วโมง

---



---



---



---



---



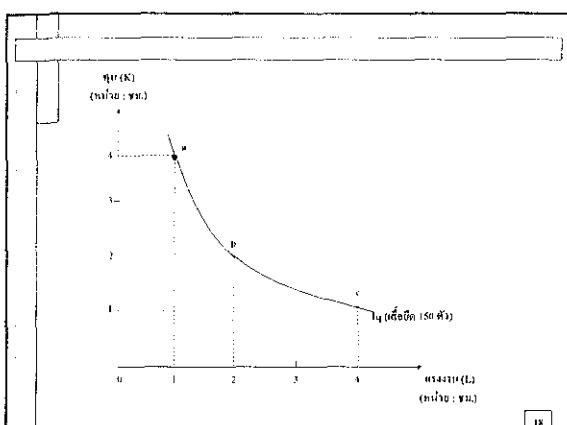
---



---



---




---



---



---



---



---



---



---



---


$$MRTSLK = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$$

โดยที่  $\Delta K$  กือ ปริมาณชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักรที่เปลี่ยนแปลงไป  
 $\Delta L$  กือ ปริมาณชั่วโมงการทำงานของแรงงานคนที่เปลี่ยนแปลงไป

---



---



---



---



---



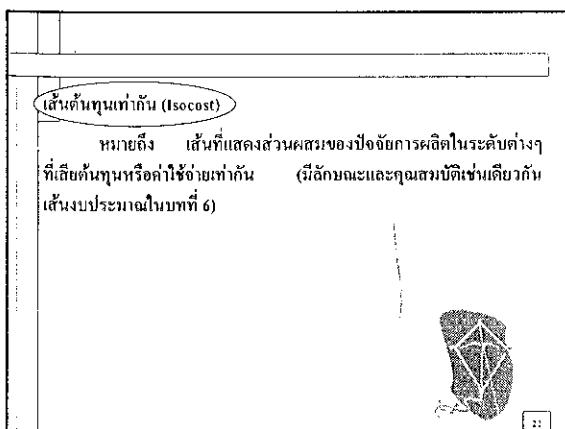
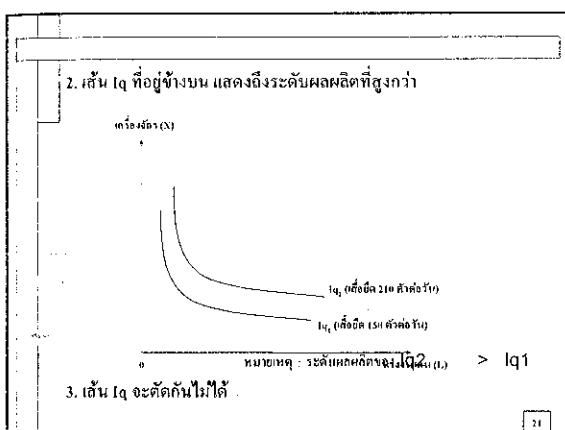
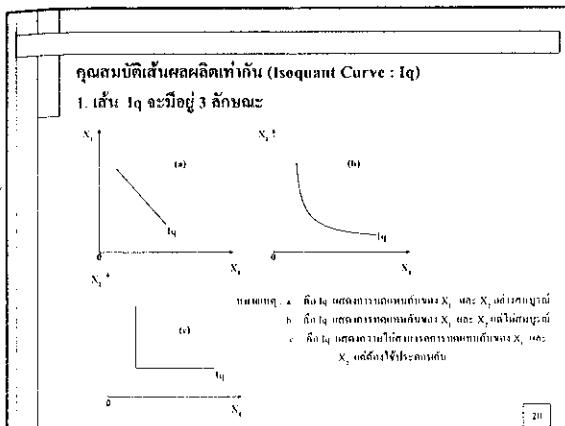
---



---



---



23

$$\begin{aligned} TC &= P_L \cdot L + P_K \cdot K \\ TC &= 250 L + 250 K \end{aligned}$$

$$\left. \begin{aligned} \text{ถ้า } K = 0 ; L &= \frac{TC}{P_L} \\ \text{และ } L = 0 ; K &= \frac{TC}{P_K} \end{aligned} \right\} \text{ค่า Slope} = \frac{P_L}{P_K}$$


---



---



---



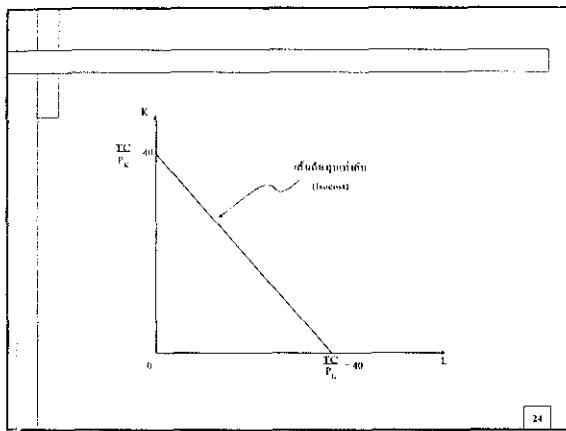
---



---



---




---



---



---



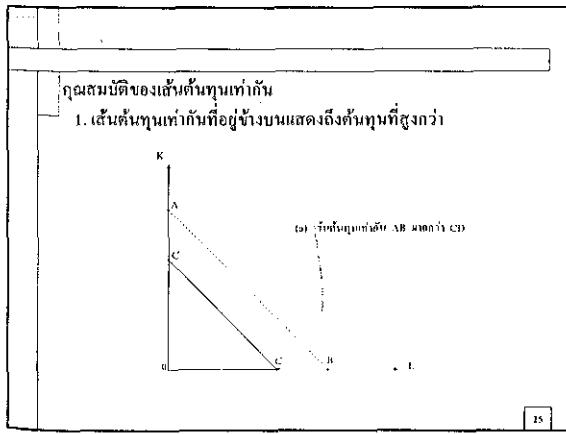
---



---



---




---



---



---



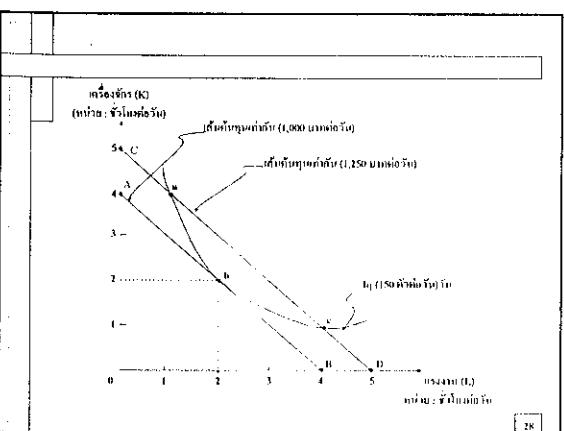
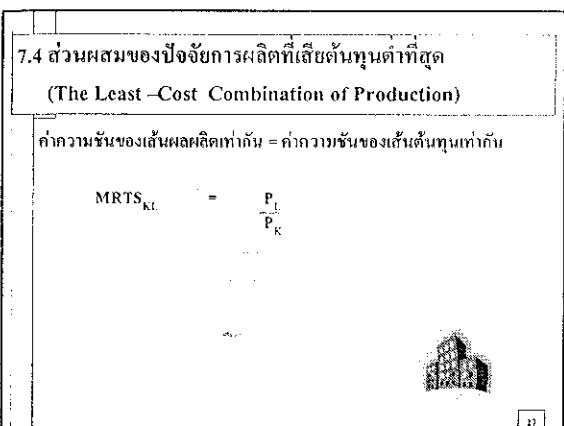
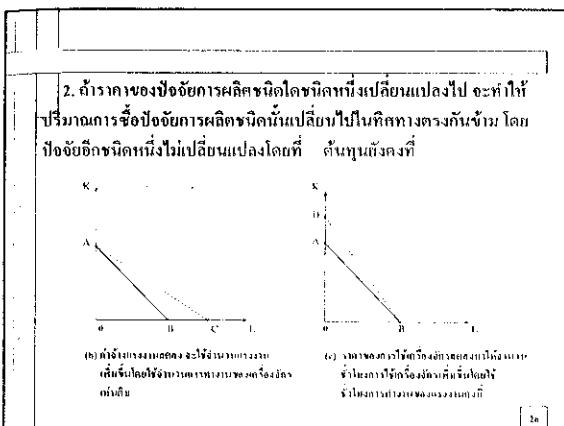
---



---



---



### 7.5 ต้นทุนการผลิต (Cost of Production)

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าตอบแทนเบื้องต้นการผลิตทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ → 2 ประเภท

1. ต้นทุนที่มองเห็น (explicit costs)
2. ต้นทุนที่มองไม่เห็น (implicit costs)



20

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

การแบ่งประเภทของต้นทุนตามระยะเวลาการผลิต : 2 ประเภท

1. ต้นทุนการผลิตในระยะสั้น (short-run costs)
2. ต้นทุนการผลิตในระยะยาว (long-run costs)



30

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

ต้นทุนการผลิตในระยะสั้น (Short – run costs) : 7 ชนิด



- ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost : FC)
- ต้นทุนขั้นแปร (Variable Cost : VC)
- ต้นทุนรวม (Total Cost : TC)
- ต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average Fixed Cost : AFC)
- ต้นทุนขั้นแปรเฉลี่ย (Average Variable Cost : AVC)
- ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย (Average Total Cost : ATC)
- ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Cost : MC)

31

---



---



---



---



---



---



---



---



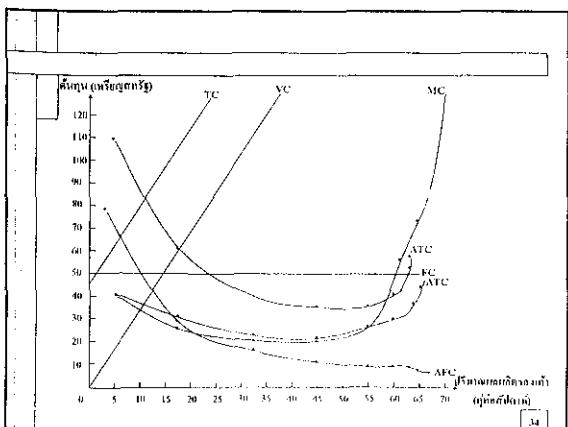
---

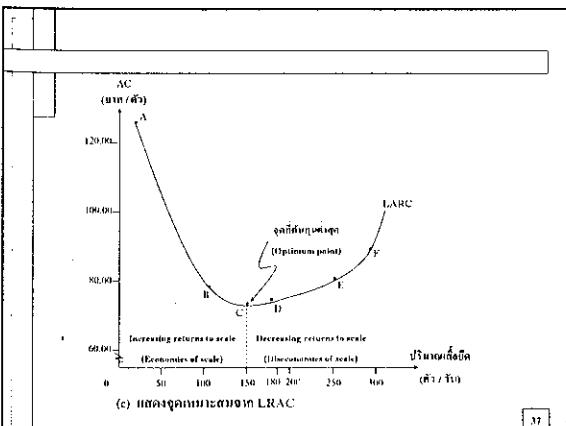
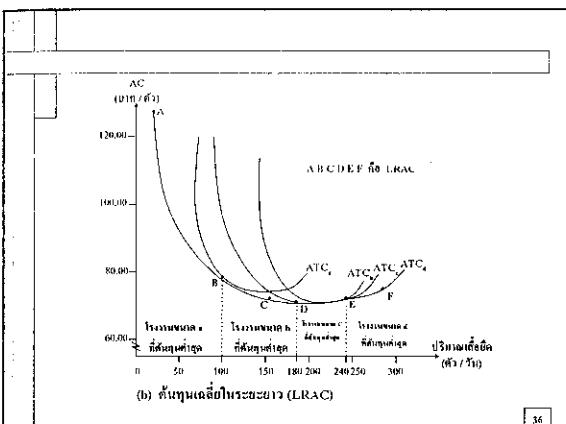
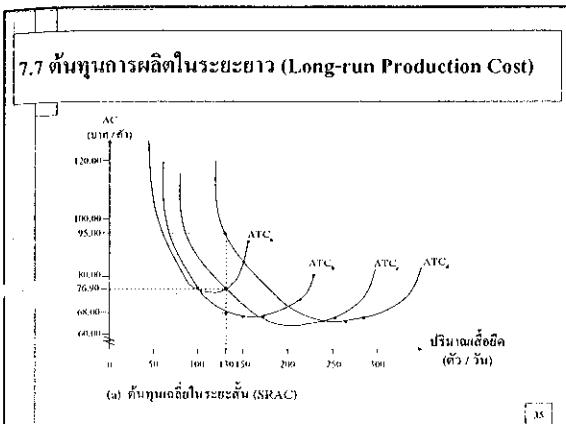


---

$TC = FC + VC$  $ATC = AFC + AVC$ $AFC = \frac{FC}{Q}$ $AVC = \frac{VC}{Q}$ $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$ โดยที่ $Q$ คือ ปริมาณผลผลิต $\Delta Q$ คือ การเปลี่ยนแปลงในปริมาณผลผลิต
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิต และต้นทุนการผลิตในระยะสั้น (The Relation between The Cost of Production and Output in Short-run Period)							
ตารางแสดงปริมาณการผลิตและต้นทุนการผลิตของโรงงานผลิตรองเท้า							
จำนวนผลิต (Q)	หน่วย: เหรียญดอลลาร์						
	FC	AFC	AVC	TC	AFC	AVC	ATC
0	500	-	-	500	-	-	-
7	500	300	800	714.3	42.86	114.29	42.86
18	500	600	1,100	21.78	33.33	61.11	27.27
33	500	900	1,400	15.15	15.15	42.42	20.00
46	500	1,200	1,700	10.87	10.87	36.96	23.09
55	500	1,500	2,000	9.09	9.09	37.27	33.33
60	500	1,800	2,300	8.33	30.00	36.67	60
63	500	2,100	2,600	7.94	33.33	41.27	100
65	500	2,400	2,900	7.69	36.92	44.61	150
66	500	2,700	3,200	7.57	40.91	48.48	300





## บทที่ 8

### ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ตามปกติแล้วผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจต้องการผลตอบแทนหรือกำไรสูงสุด โดยผู้ขายจะทราบราคาของปัจจัยในการผลิตสินค้า และทราบถึงราคาสินค้าที่ผู้ผลิตจะขายในตลาด ผู้ผลิตจึงตัดสินใจว่าจะผลิตสินค้าจำนวนเท่าไรอ่อนน้ำยาในตลาด ผู้ผลิตจะขายระดับราคาใดและปริมาณการขายหรือการผลิตเป็นจำนวนเท่าไรซึ่งอยู่กับลักษณะของตลาด

ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์อาจจะเป็นตลาดสินค้าและบริการชั้นสุดท้าย (final product market) ตลาดปัจจัยการผลิต (primary input market) และตลาดสินค้าและบริการชั้นกลาง (intermediated product market) โดยที่ตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะมีลักษณะของการแข่งขันกันมากในตลาด สำหรับรายละเอียดของตลาดแข่งขันได้อธิบายไว้ตามลำดับในหัวข้อต่อไป

ในการศึกษาตลาดแข่งขันสมบูรณ์นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษารายได้หรือรายรับของผู้ผลิตจากการขายสินค้าและบริการในราคานะปริมาณที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ รายจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการในราคานะปริมาณที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ คือรายรับของผู้ผลิต ดังนั้นระดับรายได้และการขายของผู้ผลิตจึงเกี่ยวข้องกับอุบัติสังค์ของตลาดสำหรับผลผลิตของเขา ในบทนี้เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คุณภาพในระบบสัมพันธ์ของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ความสัมพันธ์ของการผลิตกับเส้นอุปทานในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คุณภาพในระบบยาวของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ความสัมพันธ์ของการผลิตกับเส้นอุปทานในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ความมีประสิทธิภาพของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

#### 8.1 โครงสร้างของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Structure of Competitive Market)

ในปี คศ.1776 นักเศรษฐศาสตร์ ชื่อ อdam Smith และเป็นบิดาของเศรษฐศาสตร์ยุคใหม่ได้เขียนหนังสือเรื่องความมั่งคั่งของชาติ (The Wealth of Nations) โดยเขียนอธิบายถึงมือที่ม่องไม่เห็น (invisible hand) เป็นพลังที่ประชากรนำความสนใจของตนเองไปสู่การตอบสนองความต้องการของคนในสังคมโดยส่วนรวม มือที่ม่องไม่เห็นที่ Adam Smith กล่าวถึง คือกลไกการทำงานของตลาด (market mechanism) นั่นเอง

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นรูปแบบการแข่งขันในอุดมคติของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) กำหนดให้การแข่งขันในตลาดชื่นอยู่กับกลไกตลาดเสรี ได้แก่ กลไกของอุปสงค์และอุปทาน โดยมีโครงสร้างของตลาดที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีผู้ผลิตและผู้ซื้ออยู่เป็นจำนวนมาก (large number of firms in the industry) จำนวนสินค้าของผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายมีเป็นจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณผลผลิตรวมในตลาดจนผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายไม่สามารถมีอิทธิพลต่อราคาได้ (price taker) โดยผู้ขายมีหน้าที่นำสินค้าของตน出去ขายในตลาดเท่านั้น ไม่สามารถมีอิทธิพลในการกำหนดราคาในตลาดได้ เพราะสินค้าที่ผู้ขายนำมาขายในตลาดนั้น แต่ละรายมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับผลผลิตรวมของสินค้าทั้งหมดที่มีอยู่ในห้องตลาด ตัวอย่างเช่น ตลาดข้าวเปลือกของประเทศไทยนั้น มีผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยผู้ขายส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและเกษตรกรแต่ละรายไม่สามารถกำหนดราคาข้าวเปลือกได้

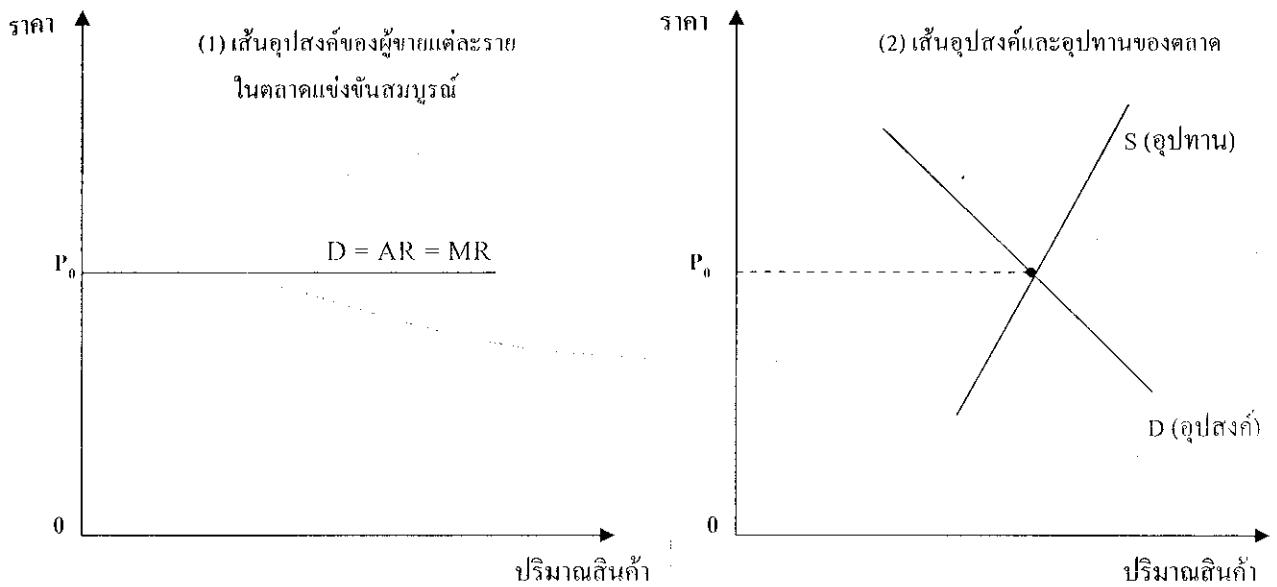
2. สินค้าที่นำมาขายในตลาดของผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเหมือนกัน (homogeneous product) ในสายตาของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ นั่นหมายความว่าตราบใดที่ราคาน่าจะกัน ผู้ซื้อจะซื้อสินค้าจากที่ใดก็ย่อมได้ เพราะสินค้าจากทุกร้านใช้ทดสอบกันได้ ตัวอย่างเช่น ตลาดข้าวเปลือกของประเทศไทยนั้น ไม่ว่าผู้ซื้อจะซื้อข้าวเปลือกจากผู้ขายหรือเกษตรกรรายใดก็มีลักษณะเหมือนกัน

3. การเข้าและออกจากการตลาดของผู้ซื้อและผู้ขายในระยะยาวเป็นไปโดยเสรี (freedom of entry and exit) โดยผู้ขายรายใหม่มีอิสระที่จะนำสินค้าเข้ามาขายในตลาด โดยไม่มีข้อห้ามแต่ประการใด และผู้ขายรายเก่าในตลาดก็สามารถออกจากตลาดหรือเลิกขายได้อย่างเสรี ถ้าหากขาดทุนจากการขายในตลาด ตัวอย่างเช่น เกษตรกรสามารถขายพื้นที่เพาะปลูกข้าวเพื่อนำข้าวเปลือกเข้ามาขายในตลาดข้าวเปลือกมากขึ้น ถ้าพอใจในระดับราคา และเกษตรกรสามารถลดพื้นที่เพาะปลูกข้าวหรือล้มเลิกการปลูกข้าวได้อย่างเสรี ถ้าหากเห็นว่าราคاخ้าวเปลือกต่ำเกินไป

4. ผู้ขายและผู้ซื้อสินค้าในตลาดมีความรอบรู้ในเรื่องเกี่ยวกับราคาและการตลาด (perfect knowledge of the market) หมายถึง กรณีที่หากผู้ขายรายใดในตลาดปรับราคาขาย จะต้องเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไป จึงทำให้ไม่มีผู้ซื้อรายใดยอมซื้อสินค้าในราคากว่าราคางาน และผู้ขายก็ไม่สามารถขายสินค้าต่ำกว่าราคางานได้ เพราะ ณ ระดับราคางานก้าวผู้ขายก็สามารถขายได้อยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น เกษตรกรขายข้าวเปลือกให้โรงสีข้าว ณ ราคาน้ำที่ปรากฏในตลาดข้าวเปลือก และไม่มีแรงจูงใจใดๆ ที่เกษตรกรจะเสนอขายข้าวเปลือกให้โรงสีข้าวในราคาน้ำที่ต่ำกว่าในตลาด เพราะเกษตรกรทราบว่าราคاخ้าวเปลือกที่ขายในตลาดมีระดับราคาเท่ากันเท่าไร

## 8.2 การกำหนดราคainตลาดแบ่งชั้นสมบูรณ์

จากลักษณะสำคัญของตลาดแบ่งชั้นสมบูรณ์ในหัวข้อ 8.1 ที่ผ่านมานี้ พบว่าผู้ขายไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมราคาได้เลย เพราะเนื่องจากลักษณะที่ผู้ขายมีจำนวนน้อยในตลาด การนำสินค้ามาขายในตลาดนั้นผู้ขายต้องขายในระดับราคาน้ำที่เกิดขึ้นจริงในตลาด ซึ่งถูกกำหนดมาจากอุปสงค์ (demand) และอุปทาน (supply) ของสินค้าดังกล่าวในตลาด ดังนั้นไม่ว่าผู้ขายจะนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดมากน้อยเพียงใดจะไม่ทำให้ราคาในตลาดเปลี่ยนแปลง และผู้ขายจะไม่ลดราคาวายให้ต่ำกว่าราคainตลาด เพราะ ณ ระดับราคainตลาด ผู้ขายสามารถขายสินค้าของตนเองได้อยู่แล้ว นอกจากนี้ผู้ขายจะไม่ขายสินค้าของตนเองต่ำกว่าราคainตลาด เพราะไม่คุ้มกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาด ดังนั้น เส้นอุปสงค์ของผู้ขายในตลาดแบ่งชั้นสมบูรณ์จะขึ้นตามก้าวแยกตามรูปภาพที่ 8.1



รูปภาพที่ 8.1 แสดงเส้นอุปสงค์ของผู้ขายแต่ละรายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ที่มา : ข้อมูล กลุ่มศรีสุข, 2539, หน้า 95

จากรูปภาพที่ 8.1 ในรูป (1) แสดงเส้นอุปสงค์ของผู้ขายแต่ละรายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยผู้ขายจะขายสินค้า ณ ราคา  $OP_0$  ซึ่งกำหนดจากอุปสงค์ ( $D$ ) และอุปทาน ( $S$ ) ในตลาด เส้นอุปสงค์ดังกล่าว ขานกับแนวโนน หมายความว่าถ้าหากผู้ขายแต่ละรายขายสินค้าของตนเองในราคานี้สูงกว่า  $OP_0$  เขาจะขาย สินค้าดังกล่าวไม่ได้เลย เนื่องจากผู้ซื้อและผู้ขายต่างรับรู้ข้อมูลทั่วสารในตลาด ได้เป็นอย่างดี (perfect knowledge) ดังนั้นย่อมไม่มีผู้ขายรายใดขายสินค้าในราคานี้สูงกว่าราคainตลาดอย่างแน่นอน ในทางตรงกันข้าม ผู้ขายแต่ละรายก็ไม่มีความจำเป็นต้องขายสินค้าของตนเองในราคาก่ากว่า  $OP_0$  เพราะว่าผู้ขายสามารถขายสินค้าของตนเองได้หมดอยู่แล้ว ณ ระดับราคา  $OP_0$

เส้นอุปสงค์ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์สำหรับผู้ขายแต่ละรายจึงเป็นเส้นเดียวกับรายรับเฉลี่ย ต่อหน่วย (Average Revenues : AR) และเท่ากับเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Revenues : MR)

### อุปสงค์ ราคา และรายรับในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เนื่องจากอุปสงค์ของผู้ขายแต่ละรายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ขานกับแนวโนนและเส้นอุปสงค์ดังกล่าวก็คือ เส้นราคานั้นเอง ซึ่งได้ศึกษามาแล้วในบทที่ 3 สำหรับกรณีที่เส้นอุปสงค์เป็นเส้นเดียวกับเส้นรายรับเฉลี่ย (AR) และเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย (MR) นั้นสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

รายรับรวม หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้ขายได้รับทั้งหมดจากการขายสินค้า  
ณ ระดับราคาใดราคานั่ง

$$\begin{aligned} TR &= P \times Q \\ \text{โดยที่} \quad Q &\text{ คือ ปริมาณสินค้าที่ขายได้ทั้งหมด} \\ P &\text{ คือ ราคาของสินค้าต่อหน่วย} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น รายรับเฉลี่ยต่อหน่วย (AR)} &\text{ คือ } AR = \frac{TR}{Q} \\ AR &= \frac{P \times Q}{Q} = P \end{aligned}$$

สำหรับรายรับเพิ่มต่อหน่วย (MR) คือรายรับที่เปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย

$$\begin{aligned} MR &= \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \\ MR &= \frac{d(TR)}{dQ} = \frac{d(P \times Q)}{dQ} = P \\ \text{ดังนั้น} \quad D &= P = AR = MR \end{aligned}$$

เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น  $D = P = AR = MR$  หากยิ่งขึ้นเท่าไรก็ต้องยิ่งประกอบการอธิบายดังตารางที่ 8.1 แสดงอุปสงค์ของการผลิตเสื้อยืดกับรายรับเฉลี่ยและรายรับเพิ่มต่อหน่วย ได้อย่างดีที่สุด

ตารางที่ 8.1 แสดงอุปสงค์ของการผลิตเสื้อยืดกับรายรับเฉลี่ยและรายรับเพิ่มต่อหน่วย

ปริมาณการขายเสื้อยืด (Q) (ตัว/วัน)	ราคา(P) (บาท/ตัว)	รายรับรวม (TR) ( $TR = P \times Q$ ) (บาท)	รายรับเฉลี่ย(AR) ( $AR = \frac{TR}{Q}$ ) (บาท/ตัว)	รายรับเพิ่มต่อหน่วย(MR) ( $MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ ) (บาท/ตัว)
7	125	875	125	
8	125	1,000	125	125
9	125	1,125	125	125

จากตารางที่ 8.1 แสดงการคำนวณข้อมูลรายได้ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ได้แก่ TR AR และ MR ซึ่งจะเห็นได้ว่าในกรณีตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เส้นอุปสงค์ (D) ซึ่งมีราคาขายราคาเดียว (P) รายรับเฉลี่ยต่อหน่วย (AR) และรายรับเพิ่มต่อหน่วย (MR) มีค่าเท่ากัน คือ 125 บาท นั่นเอง

### 8.3 ดุลยภาพในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เมื่อองค์กรผู้ขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมราคากิจการที่น่าขายในตลาดได้ ดังนั้นถึงที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้คือจะนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จำนวนเท่าไร ก็ระดับราคาตลาดที่ปรากฏอยู่ในตลาดคงคล่อง ซึ่งทำให้ผู้ขายได้รับกำไรสูงที่สุด หรือขาดทุนน้อยที่สุด การกำหนดค่าวัสดุขายหรือผู้ผลิตจะนำสินค้ามาขายเท่าไหร่นั้นอยู่กับได้ 2 เงื่อนไข

1. รายรับรวมกับต้นทุนรวม (Total Revenues and Total Costs)
2. รายรับเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Revenues and Marginal Costs)

เงื่อนไขทั้งสองดังกล่าวสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

#### 1. รายรับรวมกับต้นทุนรวม

(Total Revenues : TR and Total Costs : TC )

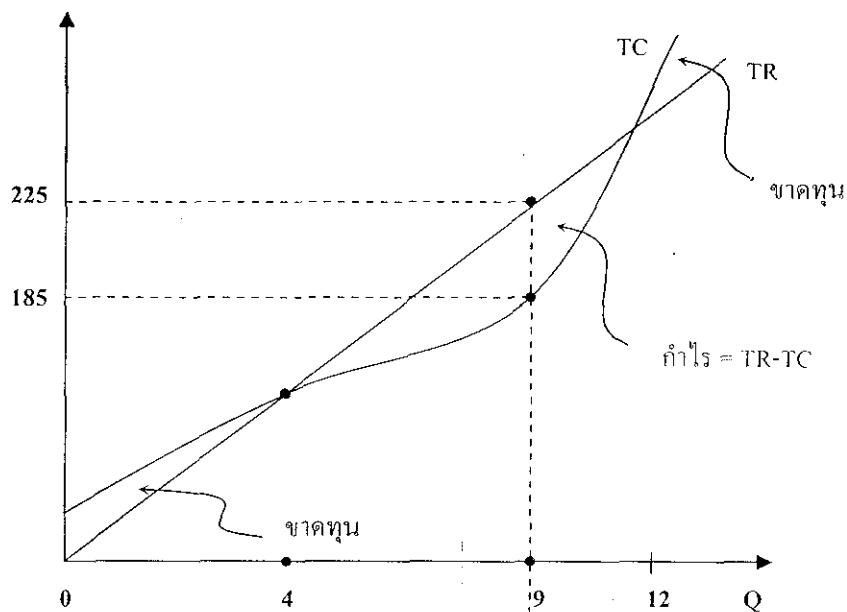
เงื่อนไขของผู้ขายที่จะนำสินค้ามาขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ในจำนวนเท่าไหร่ที่ทำให้ได้กำไรสูงที่สุดนั้น คือ การนำรายรับรวมลบต้นทุนรวม โดยจุดหมายจะเป็นการนำสินค้ามาขายอยู่ที่ TR ต่างจาก TC มากที่สุด ดังตารางที่ 8.2 และรูปภาพที่ 8.2

ตารางที่ 8.2 แสดงรายรับรวม ต้นทุนรวม และกำไร ของโรงงานผลิตเตือบีด

ปริมาณ (Q) (ตัว/วัน)	รายรับรวม (TR) (บาท)	ต้นทุนรวม (TC) (บาท)	กำไร (TR-TC) (บาท)
0	0	25	-25
1	25	49	-24
2	50	69	-19
3	75	86	-11
4	100	100	0
5	125	114	11
6	150	128	22
7	175	144	31
8	200	163	37
9	225	185	40
10	250	212	38
11	275	246	29
12	300	300	0
13	325	360	-35

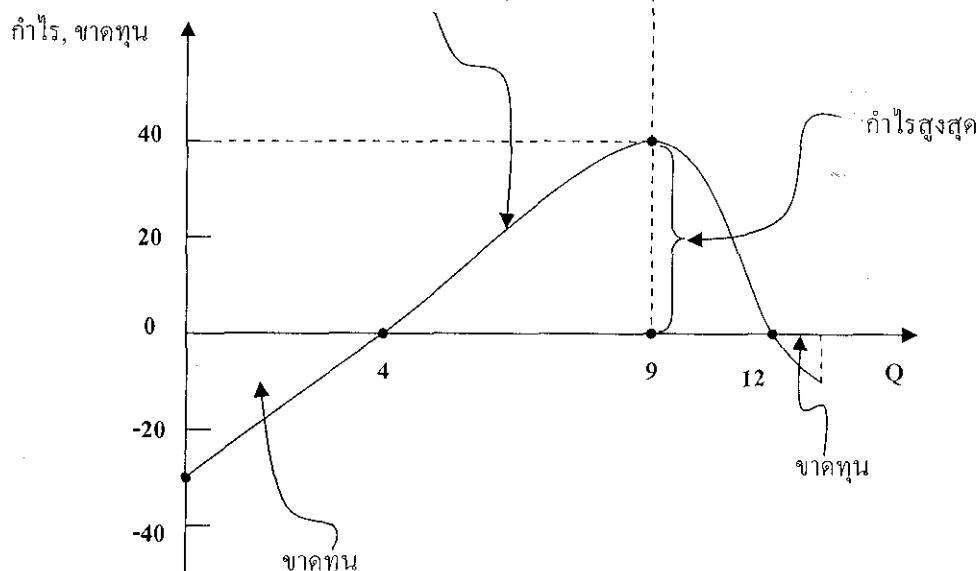
ที่มา : Michael, 1994, p. 285 ยกมาจากงานปรัชญา

TR, TC



(1) แสดงรายรับรวมและต้นทุนรวม

เส้นกำไรและขาดทุน



(2) แสดงกำไรและขาดทุน

รูปภาพที่ 8.2 แสดงรายรับรวม ต้นทุนรวม กำไร และขาดทุน

ที่มา : ตารางที่ 8.2

จากตารางที่ 8.2 และรูปภาพที่ 8.2 พบว่า เส้น TR เป็นเส้นที่แสดงถึงรายได้ของผู้ผลิต หมายถึง กำไรผู้ผลิตหรือผู้ขายนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์มากขึ้น ผู้ผลิตหรือผู้ขายก็จะมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งแตกต่างจากเส้น TC ซึ่งแสดงถึงต้นทุนรวมของผู้นำสินค้าเข้ามาขายในตลาด โดยเมื่อผู้ผลิตหรือผู้ขายนำสินค้าเข้ามาขายเพิ่มขึ้นนี้ ระยะแรกต้นทุนรวมจะเพิ่มในอัตราลดลง ช่วงต่อมา ก็จะเพิ่มขึ้นในอัตราเพิ่ม โดยเส้นแสดงกำไรและขาดทุนดังรูปภาพที่ 8.2(2) เกิดจากความแตกต่างระหว่าง TR และ TC โดยจากรูปภาพดังกล่าวนี้ ผู้ขายจะนำสินค้าเข้ามาขายจำนวน 9 ตัวต่อวัน ซึ่งทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีกำไรสูงที่สุด

## 2. รายรับเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย

(Marginal Revenues :MR and Marginal Costs : MC )

การที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์และต้องการให้ตนองได้รับกำไรสูงที่สุดนั้นอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่รายรับเพิ่มต่อหน่วย (MR) เท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (MC) โดยที่รายรับเพิ่มต่อหน่วย หมายถึง รายรับที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปริมาณการขายเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ส่วนต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย หมายถึง ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายรวมที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปริมาณการขายเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

จุดดุลยภาพที่ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีกำไรสูงสุด ก็คือ  $MR = MC$

หรือ  $P = MC$

สรุป  $P = MR = MC$

(เนื่องจากในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์มี  $P = MR = AR$ )

ถ้าหากผู้ผลิตหรือผู้ขายมี  $MR > MC$  ผู้ผลิตหรือผู้ขายก็จะยังเพิ่มปริมาณการผลิต หรือการขาย เพื่อรายรับเพิ่มต่อหน่วยมากกว่าต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย นั่นหมายถึงการเพิ่มสินค้าเข้ามาขายในตลาด แบ่งขันสมบูรณ์ยังสามารถสร้างรายได้ และกำไร

แต่ถ้าหากผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องเผชิญสถานการณ์ที่  $MR < MC$  แล้ว ผู้ผลิตหรือผู้ขายจะไม่ผลิตสินค้าเพื่อนำมาขายในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ เพราะรายรับเพิ่มต่อหน่วยน้อยกว่าต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ซึ่งทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายขาดทุนในการนำสินค้าเข้ามาขายในตลาด

สำหรับคุณภาพในระยะสั้นของตลาดแบ่งขั้นสมมูลณ์แยกพิจารณาได้เป็น 3 กรณี

กรณีที่ 1 ได้กำไรสูงสุด (Profit Maximization)

กรณีที่ 2 ขาดทุนน้อยที่สุด (Loss Minimization)

กรณีที่ 3 ล้มเลิกกิจการ (plant Shutdown)

### กรณีที่ 1 ได้กำไรสูงสุด (Profit Maximization)

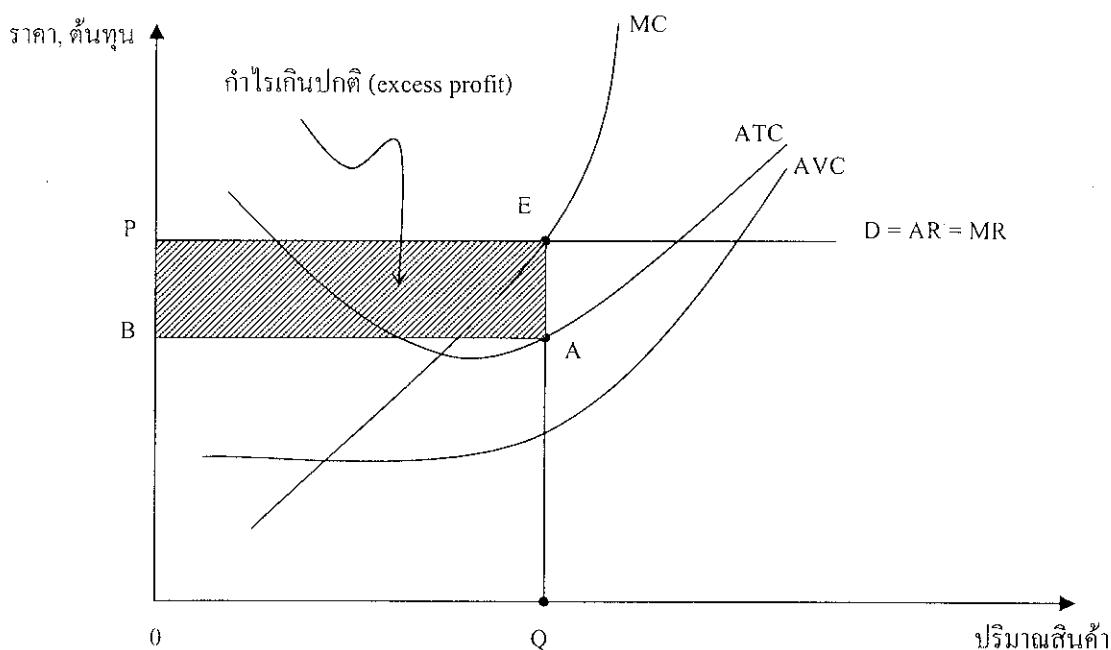
คุณภาพของตลาดแบ่งขั้นสมมูลณ์ในระยะสั้นนี้ ผู้ผลิตหรือผู้ขายสามารถได้กำไรสูงสุดทั้ง ในทางเศรษฐศาสตร์ เรียกว่ากำไรเกินปกติ (excess profit) และการที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายได้กำไรเกินปกติดังกล่าว เนื่องจากราคาสินค้าหรือผลผลิตที่นำมากายในตลาดนั้นมากกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วย (AVC) จากกราฟภาพที่ 8.3 แสดงคุณภาพระยะสั้นของตลาดแบ่งขั้นสมมูลณ์ ซึ่งคุณภาพของตลาดนี้ คือ  $P = D = AR = MR = MC$  โดยสินค้าที่นำมากายในตลาดหน่วยละ OP ปริมาณการขายเท่ากับ OQ ดังนั้นกำไรเกินปกติสามารถพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

$$\text{รายรับรวม} = \text{OPEQ}$$

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{OBAQ}$$

$$\text{ดังนั้น กำไรเกินปกติ} = \text{OPEQ} - \text{OBAQ} = \text{BAEP}$$

กำไรเกินปกติดังกล่าวจะเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น เพราะเมื่อจากตลาดแบ่งขั้นสมมูลณ์มีลักษณะข้อมูลจำกัด เช่น ไม่ทราบถึงรายรับของผู้อื่น ไม่ทราบถึงรายจ่ายของผู้อื่น ไม่ทราบถึงความสามารถ生括ของผู้อื่น ทำให้มีผู้ผลิตหรือผู้ขายรายอื่นนำสินค้าดังกล่าวมาขายในตลาดได้ เมื่อมีการเข้าและออกจากตลาดได้อย่างเสรีนั่นเอง



รูปภาพที่ 8.3 เมตรics ทางระยะสั้นของตลาดแบ่งขั้นสมมูลณ์ (กรณีได้กำไรเกินปกติ)

## กรณีที่ 2 ขาดทุนน้อยที่สุด (Loss Minimization)

การที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยที่ราคาขายต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย แต่มากกว่าต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย ( $AVC < P < ATC$ ) และดูด้วยภาพงบคงอยู่ที่  $P = D = AR = MR = MC$  ดังรูปภาพที่ 8.4 แสดงดุลยภาพระยะสั้นในตลาดแข่งขันสมบูรณ์กรณีขาดทุนน้อยที่สุด

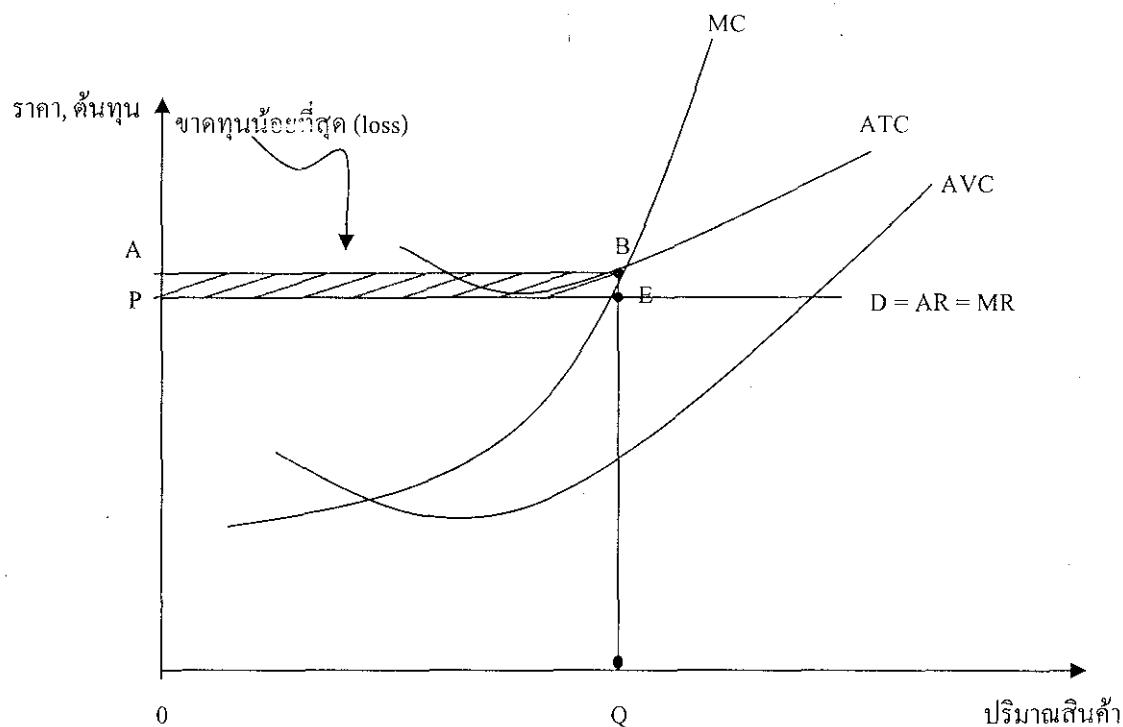
โดยที่

$$\text{รายรับรวม} = OABO$$

$$\text{ต้นทุนรวม} = OPEQ$$

$$\text{ดังนั้น ขาดทุน} = OABQ - OPEQ = PEBA$$

กรณีนี้เป็นการขาดทุนต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อหน่วยบางส่วน เช่น รายรับที่ได้คุ้มกับค่าเช่าสถานที่บางส่วน



รูปภาพที่ 8.4 แสดงดุลยภาพระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (กรณีขาดทุนน้อยที่สุด)

### กรณีที่ 3 ล้มเลิกกิจการ (Plant Shutdown)

ถ้าราคาสินค้าในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ลดลงมาเรื่อยๆ จนต่ำกว่าต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วยนั้น หมายความว่า ผู้ขายสินค้าเข้าไปขายในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ไม่คุ้มค่ากับต้นทุนการผลิต ได้แก่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อหน่วย และต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย ดังนั้นผู้ขายจึงตัดสินใจล้มเลิกหรือหยุดกิจการทันที ดังรูปภาพที่ 8.5 แสดงคุณภาพในระบบสัมบูรณ์ กรณีต้องล้มเลิกกิจการซึ่งเป็นการขาดทุนมากที่สุด

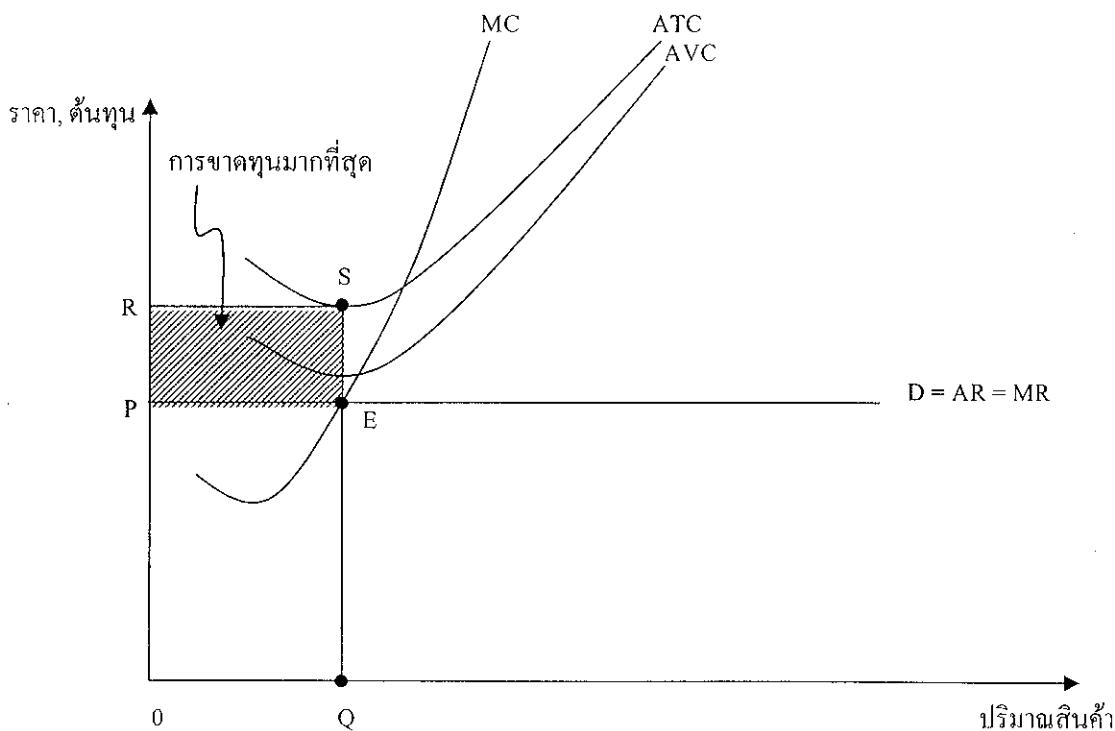
โดยที่

$$\text{รายรับรวม} = \text{OPEQ}$$

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ORSQ}$$

$$\text{ต้นทุนขาดทุน} = \text{OPEQ} - \text{ORSQ} = \text{PESR}$$

กรณีนี้เป็นการขาดทุนเท่ากับ PESR ซึ่งนับว่าเป็นการขาดทุนมากที่สุด จนผู้ขายต้องเลิกกิจการ ไป



รูปภาพที่ 8.5 แสดงคุณภาพของระบบสัมบูรณ์ (กรณีต้องล้มเลิกกิจการ)

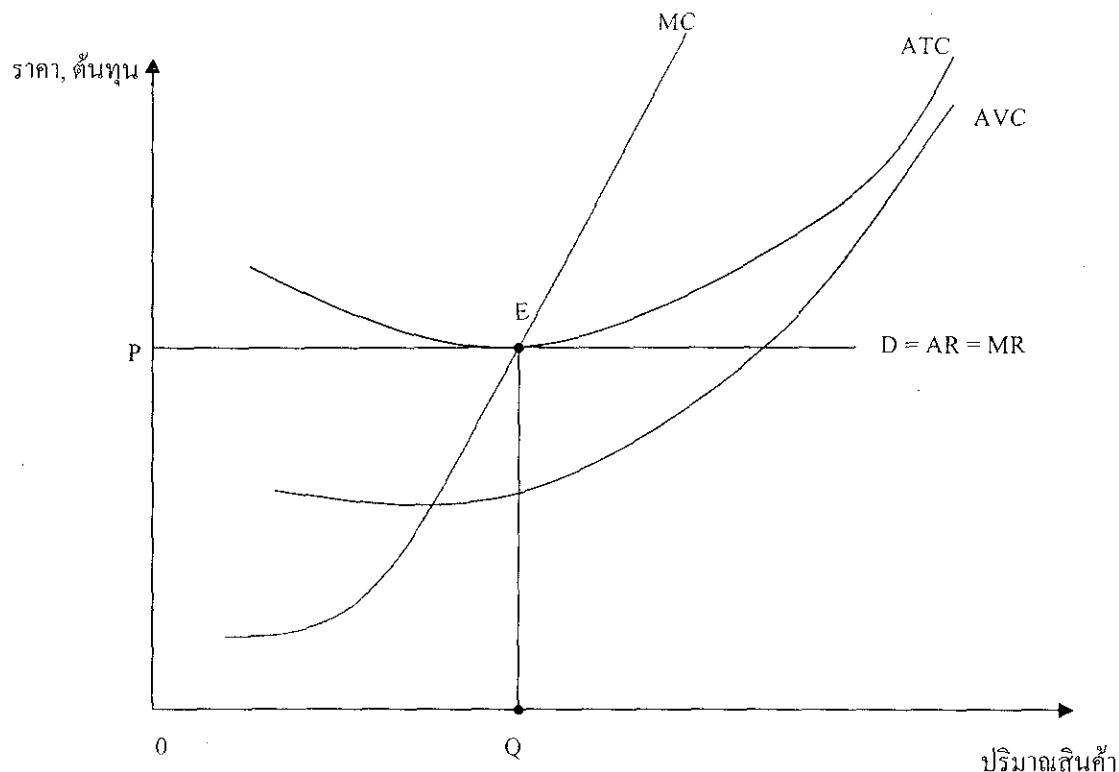
#### 8.4 ดุลยภาพในระยะยาวของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Long-run Equilibrium in Perfect Competition Market)

ในหัวข้อที่ผ่านมาเป็นการกำหนดดุลยภาพระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งดุลยภาพของตลาดอยู่ที่  $P = D = AR = MR = MC$  โดยศึกษาเน้น 3 กรณี ได้แก่ กำไรสูงสุด ขาดทุนน้อยที่สุด และสัมเลิกคิจการ อย่างไรก็ตามในระยะยาวแล้วผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ก็จะได้เพียงกำไรปกติเท่านั้น (normal profit) หากยังเป็นกำไรที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายสามารถหงตัวอยู่ได้เท่านั้น เพราะในระยะสั้นหากมีกำไรเกินปกติ (excess profit) จะทำให้มีผู้ขายรายอื่นเข้ามาขายในตลาด เนื่องจากตลาดแข่งขันสมบูรณ์มีคุณลักษณะที่ผูกขาดและผู้ขายสามารถเข้าและออกจากตลาดได้อย่างเสรีนั่นเอง

จากรูปภาพที่ 8.6 แสดงดุลยภาพในระยะยาวของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยที่ระดับราคาของสินค้าในตลาดจะเท่ากับจุดต่ำสุดของต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (ATC)

โดยที่

$$\text{รายรับรวม} = \text{ต้นทุนรวม} = OPRQ$$



รูปภาพที่ 8.6 แสดงดุลยภาพของระยะยาวตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งจะได้รับเพียงกำไรปกติ (normal profit)

### 8.5 เส้นอุปทานของผู้ผลิตในตลาดแห่งขันสมบูรณ์ (The Supply Curve in Perfect Competition Market)

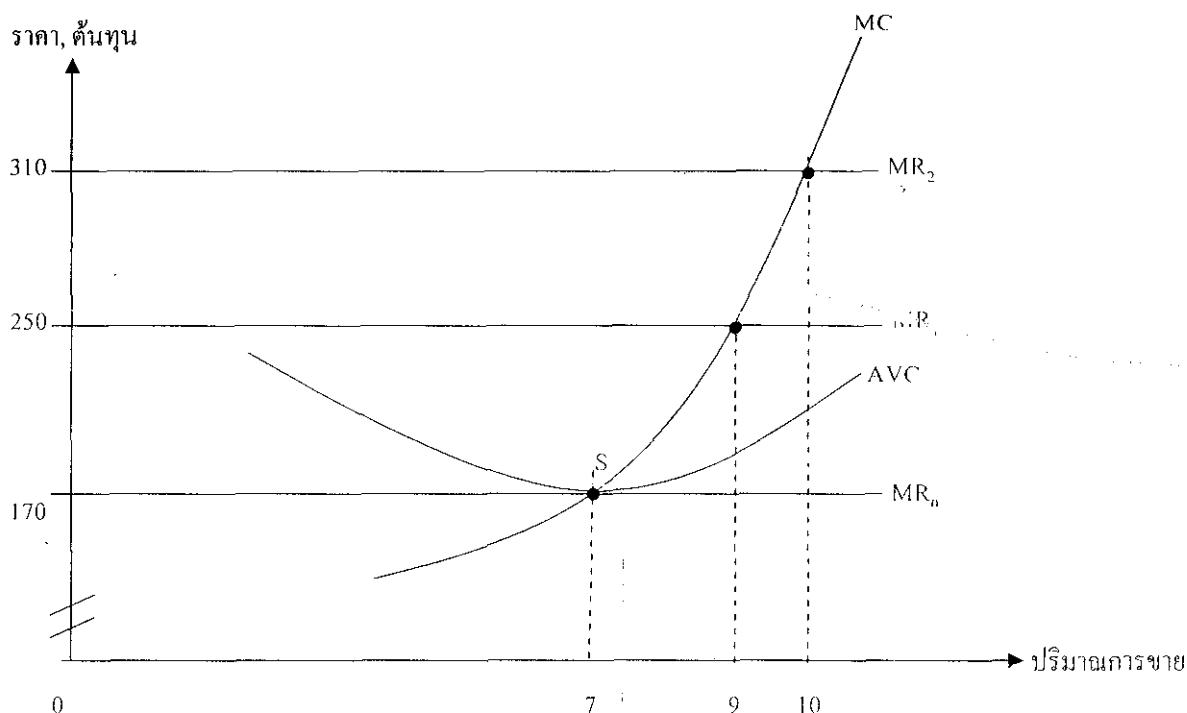
เส้นอุปทาน (Supply) ของผู้ผลิตรึ่งผู้ขายในตลาดแห่งขันสมบูรณ์ เป็นเส้นที่แสดงถึงปริมาณการผลิตรึ่งขายสินค้าที่ทำให้ได้รับกำไรสูงสุด เมื่อรากาสินค้าในตลาดเปลี่ยนแปลงไป โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ซึ่งสามารถอธิบายได้โดยตัวอย่างในรูปภาพที่ 8.7 เมื่อรากาเสื่อเบี้ยต่อกัน 250 บาทต่อตัวผู้ขายจะนำมาราย 9 ตัวต่อวัน และเมื่อรากาเสื่อเบี้ยในตลาดลดลงเป็น 200 บาทต่อตัว และ 170 บาทต่อตัวผู้ขายจะนำเสื่อเบี้ยคือกมาราษฎร์ในตลาดลดลงเป็น 8 ตัว และ 7 ตัวต่อวัน ตามลำดับ

ในรูปภาพที่ 8.7 (a) แสดงเส้นต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ( $MC$ ) และเส้นต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย ( $AVC$ ) ของผู้ขายรายหนึ่ง ส่วนรูปภาพที่ 8.7 (b) แสดงเส้นอุปทานของตลาดเสื่อเบี้ย โดยที่รูป (a) และ (b) มีความเชื่อมโยงกัน โดยที่บริษัทหรือผู้ขายจะนำเสื่อเบี้ยคือกมาราษฎร์ในตลาดน้อยที่สุด ณ จุดต่ำสุดของ  $AVC$  (shutdown point) ที่อยู่ด้านซ้ายของ S ในรูปภาพที่ 8.7 (b) และถ้าราคากลางๆ ระหว่าง  $AVC$  ผู้ผลิตรึ่งผู้ขายจะนำเสื่อเบี้ยคือกมาราษฎร์ในตลาดมากขึ้น สรุปคือ ผู้ผลิตรึ่งผู้ขายจะนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดก็ต่อเมื่อรากาเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ( $P = MC$ ) เสมอ

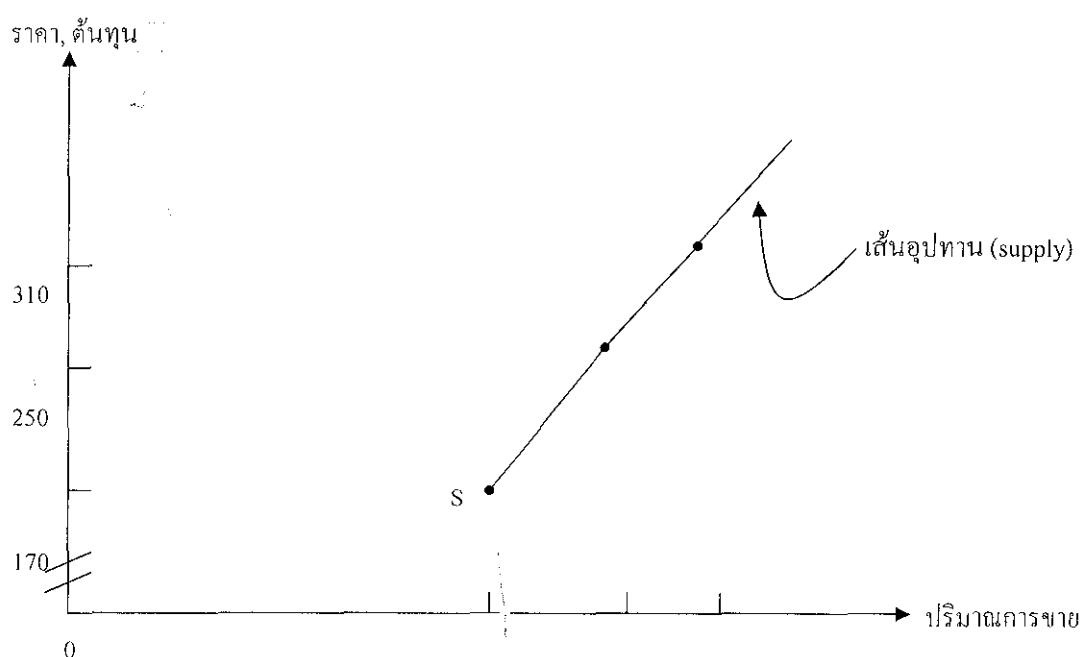
จากรูปภาพที่ 8.7 ดังกล่าวพบว่า ถ้าราคามาตรฐานของเสื่อเบี้ยต่อกัน 250 บาทต่อตัว แสดงโดย  $MR_1$  ผู้ผลิตรึ่งผู้ขายจะนำเสื่อเบี้ยคือกมาราษฎร์ในตลาด 9 ตัวต่อวัน จึงทำให้ขาดทุนสูงที่สุด และ ณ ระดับราคาเสื่อเบี้ยต่อกัน 310 บาทต่อตัว แสดงโดย  $MR_2$  ผู้ผลิตรึ่งผู้ขายจะนำเสื่อเบี้ยคือกมาราษฎร์ในตลาด 10 ตัวต่อวัน จากรูปภาพที่ 8.7 (b) แยกได้เป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ช่วงระดับราคาที่มากกว่าจุดต่ำสุดของต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย ( $P > AVC$ ) เส้นอุปทานคือ เส้นต้นทุนเพิ่มต่อหน่วยซึ่งอยู่เหนือจุดต่ำสุดของ  $AVC$
2. ช่วงระดับราคาที่ต่ำกว่าจุดต่ำสุดของต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย ( $P < AVC$ ) ผู้ผลิตรึ่งผู้ขายจะหยุดผลิตรึ่ง หยุดนำสินค้าเสื่อเบี้ยเข้ามาขายในตลาด และเส้นอุปทานจะเป็นเส้นตั้งฉากตามแนวแกนต์

จากรูปภาพที่ 8.7 ดังกล่าว ถ้าหากต้องการทราบถึงเส้นอุปทานของอุตสาหกรรมเสื่อเบี้ย หรือ อุปทานรวมของเสื่อเบี้ยทั้งตลาดโดยรวมแล้ว ต้องนำเอาเส้นอุปทานของผู้ผลิตรึ่งผู้ขายแต่ละรายมารวมกันทั้งหมด ณ ระดับราคาต่างๆ ในตลาด



(a) แสดงเส้นต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (MC) และเส้นต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย (AVC)



(b) แสดงเส้นอุปทานของผู้ผลิตหรือผู้ขาย

รูปภาพที่ 8.7 แสดงที่มาของเส้นอุปทานของผู้ผลิตหรือผู้ขาย  
แหล่ง : Michaei, 1994, p. 290 และข้าราชการกรุงฯ

## 8.6 ความมีประสิทธิภาพในการตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Efficiency in the Competition Market)

ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีบริการที่จะเข้าและออกจากตลาดได้ตลอดเวลา ถ้าหากผู้ผลิตหรือผู้ขายมีต้นทุนที่เป็นไปได้ต่ำสุด ก็จะเข้ามาขายภายใต้ต่อรองราคา ในตลาดได้ นั่นหมายความว่าการเข้ามาขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ จะระดับราคาที่เกิดขึ้นในตลาดนั้น ทางเดียวที่ผู้ผลิตจะทำกำไรให้ตนเองก็คือพยายามลดต้นทุนการผลิต

ความมีประสิทธิภาพของการจัดสรรทรัพยากร (allocative efficiency) เกิดขึ้นเมื่อไม่มีความสูญเสียของการใช้ทรัพยากร หมายถึง ไม่มีความสามารถจัดสรรทรัพยากรดีที่สุดโดยไม่ทำให้ผู้ผลิตรายอื่นแย่ลง และถ้าผู้ผลิตบางคนดีที่สุดโดยไม่ได้ทำให้ผู้ผลิตรายอื่นๆ แย่ลง นั่นหมายถึงมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากที่ทำให้มีการจัดสรรทรัพยากรในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ที่มีประสิทธิภาพ มี 3 เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

1. ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (economic efficiency)
2. ประสิทธิภาพทางการบริโภค (consumer efficiency)
3. ต้นทุนทางสังคมเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับผลตอบแทนทางสังคมเพิ่มต่อหน่วย (equality of marginal social cost and marginal social benefit : MSC = MSB)

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ คือ สภาพการณ์ที่ผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าจำนวนหนึ่งโดยเสียต้นทุนต่ำที่สุด อาจหมายรวมถึงประสิทธิภาพทางเทคโนโลยีซึ่งหมายถึงการผลิตสินค้าให้ได้จำนวนมากที่สุด โดยใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ จำนวนหนึ่งที่กำหนดมาให้ ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นเมื่อผู้ผลิตได้รับกำไรสูงที่สุด

สำหรับประสิทธิภาพทางการบริโภคเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคจัดสรรราชได้ที่มีอยู่สำหรับชื่อสินค้า หรือบริการต่างๆ ให้ตนเองได้รับความพอใจสูงที่สุด ณ ระดับราคาต่างๆ ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เนื่องจากความมีประสิทธิภาพในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เมื่อต้นทุนทางสังคมเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับผลตอบแทนทางสังคมเพิ่มต่อหน่วย ( $MSC = MSB$ ) หมายถึงอุปสงค์และอุปทานในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้รวมถึงต้นทุนภายนอกและผลตอบแทนภายนอก (external cost and benefit) โดยที่ต้นทุนภายนอกหมายถึงต้นทุนที่ไม่ได้เกิดจากผู้ผลิต แต่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อคนในสังคม ได้แก่ ต้นทุนที่เกิดจากมลภาวะ (pollution) และต้นทุนจากการแย้งอัด (congestion) เป็นต้น ส่วนผลตอบแทนภายนอกหมายถึง ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นต่อคนในสังคมถึงแม้กู้ลุ่มคนเหล่านั้นไม่ใช้ผู้ซื้อโดยตรง ได้แก่ การหมกพิลป์ต่างๆ หรือการซึมการออกแบบงานภูมิทัศน์ที่สวยงาม โดยมิได้เป็นผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรง

## 8.7 สรุป

ตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์หรือคงสร้างของตลาดที่ประกอบด้วยผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากถักกันว่าไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาขายในตลาด ดังนั้นจึงทำได้เพียงควบคุมปริมาณการผลิตหรือการขายเท่านั้น ผู้ขายในตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์สามารถรอดเข้าและออกจากตลาดได้อย่างเสรี โดยจะเข้ามาขายในตลาดถ้าพบว่ามีกำไร และจะออกจากตลาดถ้าขาดทุน เนื่องจากผู้ขายและผู้ซื้อมีการรับรู้ข้อมูลและข่าวสารในตลาดได้เท่าเทียมกัน สินค้าที่ผู้ขายนำมาขาย และผู้ซื้อทำการซื้อไปนั้นมีลักษณะเหมือนกัน

การกำหนดราคาในตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานในตลาด โดยที่ราคาเท่ากับรายรับเพิ่มต่อหน่วย และรายรับเพิ่มต่อหน่วยซึ่งเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ( $P=AR=MR=MC$ ) คุณภาพในระดับสั้นอยู่ภายใต้ 2 เงื่อนไข ได้แก่ (1) รายรับรวมกับต้นทุนรวม และ (2) รายรับเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย โดยคุณภาพในระดับนี้แยกพิจารณาได้ 3 กรณี ได้แก่ (1) ได้กำไรสูงสุด (2) ขาดทุนน้อยที่สุด และ (3) ล้มเลิกกิจการ สำหรับคุณภาพในระดับของตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์นั้นจะมีเพียงกำไรปกติ

เส้นอุปทานของผู้ผลิตในตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ คือ เส้นต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ( $MC$ ) ตั้งแต่จุดที่เส้น  $MC$  ตัดกับจุดต่ำสุดของต้นทุนผันแปรเรนเดียต่อหน่วย ( $AVC$ ) และประสิทธิภาพภายในตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ที่เกิดจากการจัดสรรทรัพยากรที่เกิดขึ้นโดยไม่มีการสูญเสียทรัพยากรมี 3 เงื่อนไข ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (2) ประสิทธิภาพทางการบริโภค และ (3) ต้นทุนทางสังคมเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับผลตอบแทนทางสังคมเพิ่มต่อหน่วย

### 8.8 แบบฟีกหัด

1. จากตารางแสดงอุปสงค์ตลาด ของสินค้าชนิดหนึ่งมีข้อมูลดังต่อไปนี้

ราคา (บาท/ชิ้น)	ปริมาณอุปสงค์ (ชิ้น/สัปดาห์)
3.65	500,000
4.40	475,000
5.20	450,000
6.00	425,000
6.80	400,000
7.60	375,000
8.40	350,000
9.20	325,000
10.00	300,000
10.80	275,000
11.60	250,000
12.40	225,000
13.20	200,000
14.00	175,000
14.80	150,000

ตลาดของสินค้าดังกล่าวเป็นตลาดแบ่งชั้นสมมูลน์ โดยผู้ผลิตแต่ละรายมีโครงสร้างของต้นทุนเหมือนกันซึ่งอธิบายด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

ปริมาณผลผลิต (ชิ้น/สัปดาห์)	ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (บาท/ชิ้น)	ต้นทุนผ้าม่านเปลี่ยนต่อหน่วย (บาท/ชิ้น)	ต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วย (บาท/ชิ้น)
150	6.00	8.80	15.47
200	6.40	7.80	12.80
250	7.00	7.00	11.00
300	7.65	7.10	10.43
350	8.40	7.20	10.06
400	10.00	7.50	10.00
450	12.40	8.00	10.22
500	12.70	9.00	11.00

สินค้าดังกล่าวมีผู้ผลิตจำนวน 1,000 ราย จงตอบคำถามต่อไปนี้

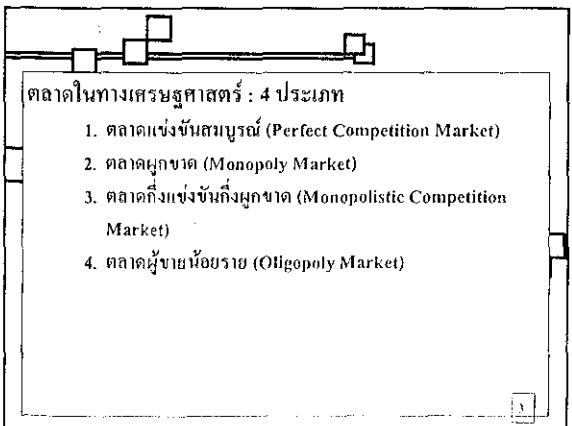
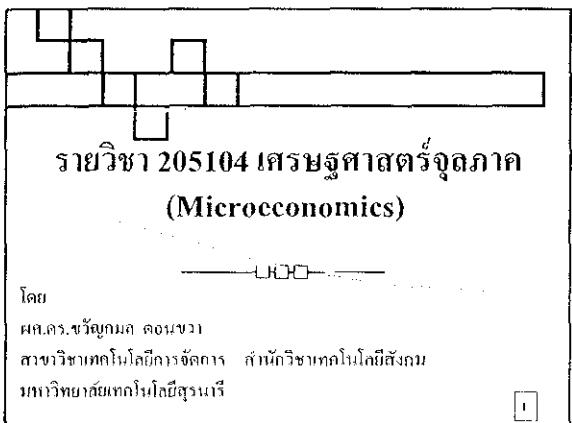
- 1) ราคาขายและปริมาณขายในตลาด
- 2) ผู้ผลิตแต่ละรายจะนำสินค้าออกมากายในตลาดเท่าไร
- 3) หากำไรทางเศรษฐศาสตร์ของผู้ผลิตแต่ละราย
- 4) จุด Shutdown point คือจุดใด
- 5) หาราคาดูถูกภาพในระยะยาว
- 6) หาจำนวนผู้ผลิตในระยะยาว

2. นายสมชาย ได้รับทุนการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อไปถึง  
สหรัฐอเมริกาเขาได้สังเกตว่าพิษชั่าที่วางขายในประเทศนั้นมีข้อมูลดังต่อไปนี้

ปริมาณพิษชั่า (ชิ้น/หัว/มอง)	ต้นทุนรวม (เหรียญสหรัฐ/ชิ้น)
0	10
1	21
2	30
3	41
4	54
5	69
6	86

จากข้อมูลการสังเกตของนายสมชาย ขอให้นักศึกษาตอบคำตามต่อไปนี้

1. ต้นราคายาของพิษชั่าอยู่ที่ชิ้นละ 14 เหรียญสหรัฐ ปริมาณการผลิตเท่าไรจึงทำให้เกิดกำไรสูงสุด และกำไรเท่ากับเท่าไร
2. Shutdown point อยู่ตรงไหน
3. สร้างเส้นอุปทาน
4. ระดับราคาเท่าไร ที่ผู้ผลิตจะออกจากตลาด
5. หาระดับราคาดูดบخارในระยะยาวของพิษชั่า



**ตลาดแข่งขันสมบูรณ์อาจจะเป็นตลาดดังต่อไปนี้**

1. ตลาดสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย (final product market)
2. ตลาดปัจจัยการผลิต (primary input market)
3. ตลาดพิเศษและบริการขั้นกลาง (intermediated product market)

---



---



---



---



---



---

**8.1 โครงสร้างของตลาดแข่งขันสมบูรณ์**  
(Structure of Competitive Market)

นิติاخของเคนธ์สตาเดอร์ กีด อัลฟ์สันิก (Adam Smith) เผยแพร่  
หนังสือเรื่อง “ความมั่งคั่งของชาติ (The Wealth of Nations)”  
 อธิบายถึง นิอท์เวิร์กอินไซด์ (invisible hand) เป็นพัสดุที่  
ประชาราษฎร์ความต้องการของคนดองไปถูกการตอบสนองความต้องการ  
ของคนในสังคมโดยส่วนรวม

ก็อทิมอยส์เกอร์, ศึกษาถูกการทำงานของตลาด (market mechanism)

---



---



---



---



---



---

**คุณลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์**

1. นิพัทธิ์และผู้ซื้อผู้ขายเป็นจำนวนมาก (large number of firms in the industry) “ price taker ”
2. สินค้าที่น่าพอใจในตลาดของผู้ขายแค่ละรายที่มีลักษณะ  
เหมือนกัน (homogeneous product)
3. การเข้าและออกจากการค้าขายของผู้ซื้อและผู้ขายในระยะยาว  
เป็นไปโดยเสรี (freedom of entry and exit)
4. ผู้ขายและผู้ซื้อสินค้าในตลาดมีความรู้ในเรื่องที่เข้ากัน  
ราตรและภาวะการตลาด (perfect knowledge of the market)

---



---



---



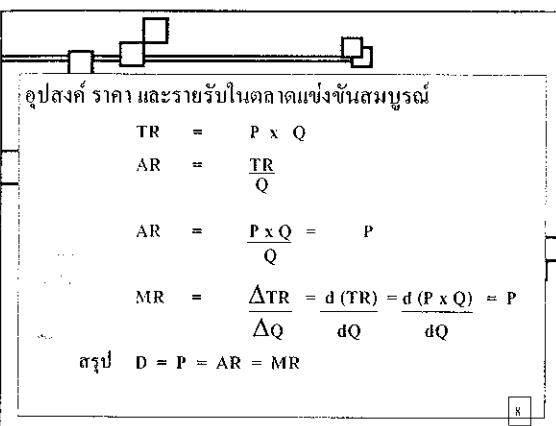
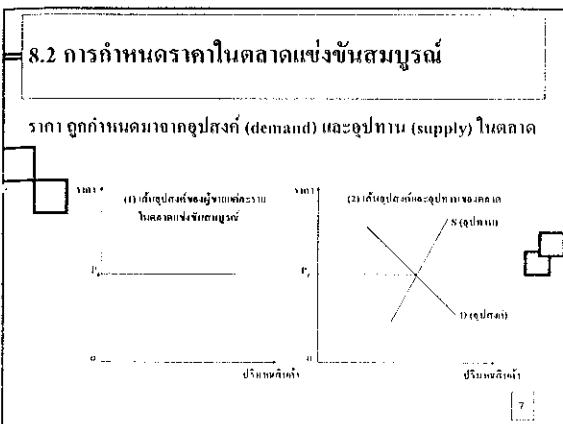
---



---



---



**ตารางแสดงอุปสงค์ของการผลิตเพื่อตัดกับรายรับเฉลี่ยและรายรับเพิ่มต่อหน่วย**

ปริมาณการผลิต(Q) (ตัวทั้ง)	ราคา(P) (บาทตัว)	รายรับรวม(TR) (บาท) ( $TR = P \times Q$ )	รายรับเฉลี่ย(AR) (บาทตัว) ( $AR = \frac{TR}{Q}$ )	รายรับเพิ่มต่อหน่วย(MR) ( $MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ ) (บาทตัว)
7	125	875	125	
8	125	1,000	125	125
9	125	1,125	125	125

### 8.3 คุณภาพในระยะต้นของตลาดแบ่งชั้นสมบูรณ์

ผู้ขายความต้องการในตลาดไม่fix (Price Taker) ผู้ซื้อนักซื้อขาย  
สามารถควบคุมได้เพียงปริมาณเดียวที่จะนำมายังในตลาด  
การที่ผู้ซื้อจะได้รับกำไรสูงสุดจากการนำสินค้ามาขาย  
ต่อไป ข้อถูกต้อง 2 เสื่อที่ใช้

1. TR และ TC
2. MR และ MC

10

### เงื่อนไขที่ 1 : รายรับรวมกับต้นทุนรวม

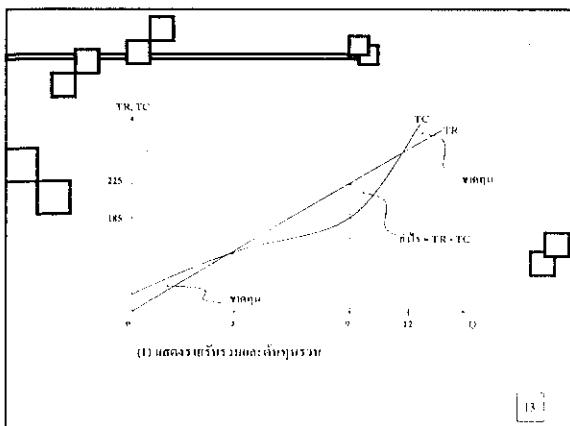
(Total Revenues : TR and Total Costs : TC)

ปริมาณการนำสินค้ามาขาย ณ Max. Profit = TR - TC

11

### ตารางแสดงรายรับรวม ต้นทุนรวม และกำไร ของโรงงานผลิตเสื้อตัว

ปริมาณ (Q) (ตัว/วัน)	รายรับรวม (TR) (บาท)	ต้นทุนรวม (TC) (บาท)	กำไร (TR-TC) (บาท)
0	0	25	-25
1	25	49	-24
2	50	69	-19
3	75	86	-11
4	100	100	0
5	125	114	11
6	150	128	22
7	175	144	31
8	200	163	37
9	225	185	40
10	250	212	38
11	275	246	29
12	300	280	0
13	325	360	-35



[13]

---



---



---



---



---



---



---



---



---



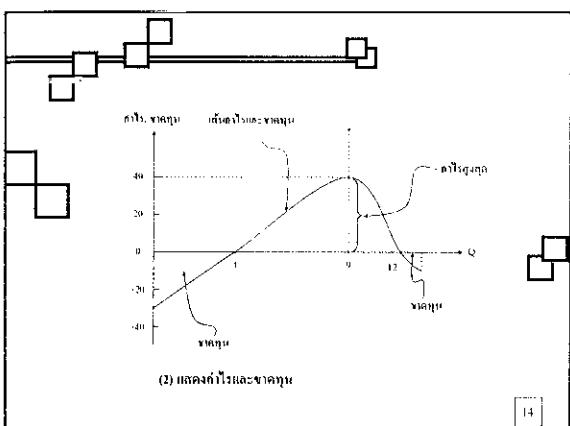
---



---



---



[14]

---



---



---



---



---



---



---



---



---



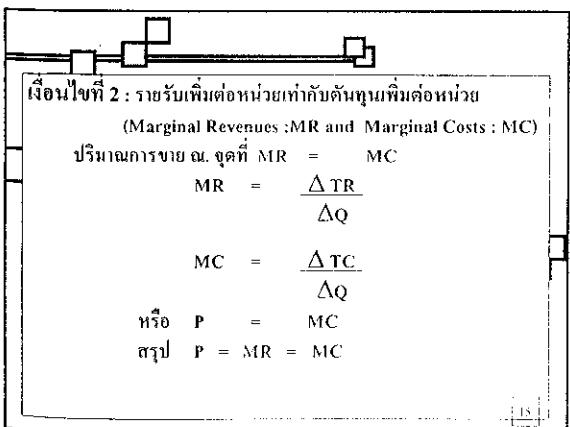
---



---



---



[15]

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

ด้าน左	$MR > MC$	ผู้ขายจะเพิ่มปริมาณการขาย
ด้านขวา	$MR < MC$	ผู้ขายจะลดปริมาณการขาย หรือออกจ้ากตลาด

16

---



---



---



---



---



---



---



---



---

สำหรับคุณภาพในระดับของตลาดเพียงขั้นตอนเบื้องต้น 3 กรณี
กรณีที่ 1 ได้กำไรสูงสุด (Profit Maximization)
กรณีที่ 2 ขาดทุนน้อยที่สุด (Loss Minimization)
กรณีที่ 3 ล้มเลิกกิจการ (Plant Shutdown)

17

---



---



---



---



---



---



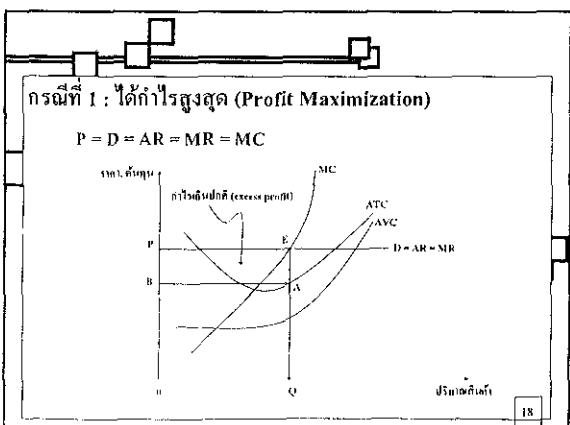
---



---



---



18

---



---



---



---



---



---



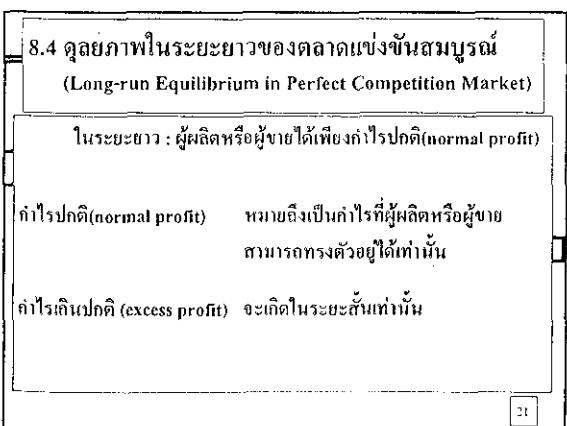
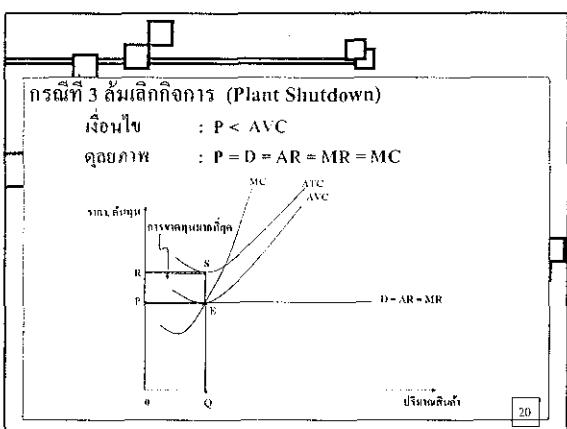
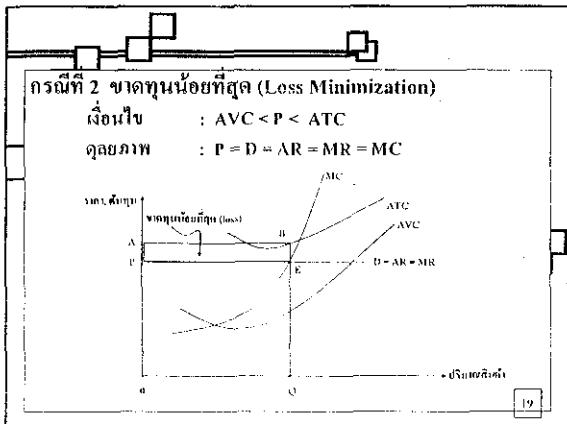
---

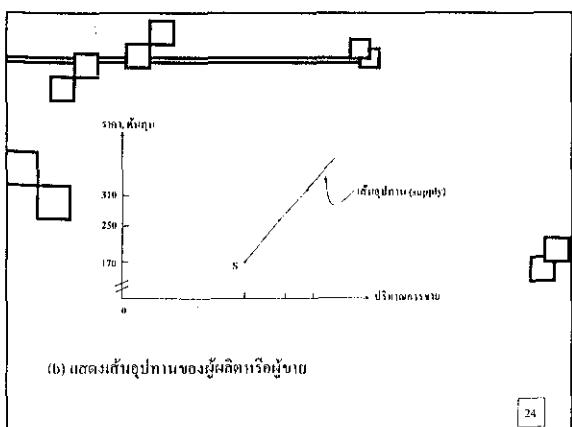
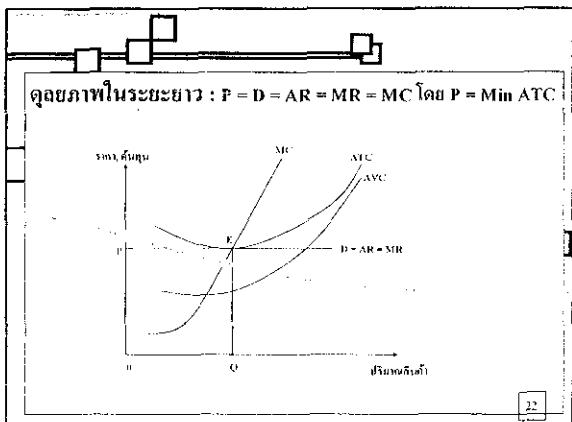


---



---





### 8.6 ความมีประสิทธิภาพในการตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Efficiency in the Competition Market)

เงื่อนไขที่ทำให้การจัดสรรทรัพยากรในตลาดแข่งขันสมบูรณ์มีประสิทธิภาพ : 3 เงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (economic efficiency)
 

Max. Profit  
Min. Cost
2. ประสิทธิภาพทางบริโภค (consumer efficiency)
 

Max. Utility
3. ด้านทุนทางสังคมเพื่อให้นำร่องต่อกับผลตอบแทนทางลังกวนเพื่อต่อหัวเรือ (MSC = MSB)

[25]

---



---



---



---



---



---



---



---



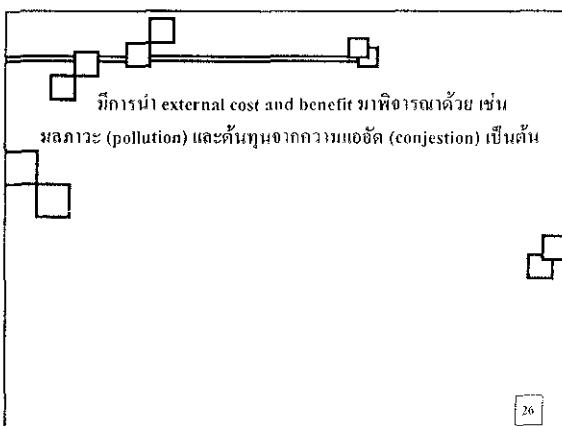
---



---



---



[26]

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## บทที่ 9

### ตลาดผู้寡占

ในบทที่ 8 ที่ผ่านมาได้ศึกษาตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาเพราการกำหนดราคาสินค้าขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานในตลาด อย่างไรก็ตามในสภาพที่เป็นจริงแล้วตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ย่อมเกิดขึ้นได้ยาก เมื่อว่างานตลาดที่สามารถจัดเป็นตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ที่เป็นเพียงการอนุโลมเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ในบทที่ผ่านมาจึงเป็นแนวทางในการเปรียบเทียบและชี้ให้เห็นความแตกต่างของสภาวะที่เป็นจริงมากกว่าที่จะใช้อธิบายว่าตลาดมีลักษณะที่แบ่งขันสมบูรณ์ เพราะโดยทั่วไปตลาดจะมีลักษณะของการแบ่งขันไม่สมบูรณ์มากกว่า ตลาดแบ่งขันไม่สมบูรณ์ได้แก่ ตลาดผู้寡占 ตลาดกึ่งแบ่งขันกึ่งตลาดผู้寡占 และตลาดผู้ขายน้อยราย เป็นต้น

ในบทนี้จะอธิบายถึงตลาดผู้寡占เพียงตลาดเดียว ส่วนตลาดกึ่งแบ่งขันกึ่งผู้寡占 และตลาดผู้ขายน้อยรายจะได้อธิบายในบทที่ 10 ต่อไป โดยตลาดผู้寡占ในบทนี้จะศึกษาและอธิบายถึงโครงสร้างของตลาดผู้寡占 การกำหนดราคาในตลาดผู้寡占ซึ่งเริ่มอธิบายจากอุปสงค์และรายได้ รายได้และค่าความต้องห้าม การกำหนดราคาและปริมาณในตลาดผู้寡占 นอกจากนี้ยังอธิบายถึงการกำหนดราคาที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด โดยอธิบายถึงการกำหนดราคาที่แตกต่างกันกับรายได้รวม ส่วนเกินของผู้บริโภค และการกำหนดปริมาณการขายที่แตกต่างกัน ในตอนท้ายของบทนี้จะเป็นการอธิบายเปรียบเทียบความมีประสิทธิภาพระหว่างตลาดผู้寡占 และตลาดแบ่งขันสมบูรณ์

#### 9.1 โครงสร้างของตลาดผู้寡占 (Structure of Monopoly Market)

ตลาดผู้寡占 หมายถึง ตลาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงหนึ่งรายเท่านั้น และไม่มีสินค้าหรือบริการใดเลยสามารถทดแทนสินค้าและบริการของผู้ผู้寡占รายนี้ โดยไม่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายใดเข้ามาในตลาดได้เลย เพราะเนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. กฏหมายระบุให้เป็นผู้ขายหรือผู้ผลิตเพียงรายเดียว เช่น การผลิตบุหรี่ออกจำหน่ายนั้นกฏหมายระบุให้โรงงานยาสูบเป็นผู้ผลิตและผู้ขายรายเดียวในประเทศไทย เหตุผลสำคัญที่กฏหมายระบุให้เป็นผู้ผลิตหรือผู้ขายผู้寡占 เพราะรัฐบาลมองเห็นว่าบุหรี่เป็นสินค้าที่มีอันตรายต่อสุขภาพ ดังนั้น จึงไม่อนุญาตให้เอกชนเข้ามารับนิการุ่ดิตบุหรี่

2. การผูกขาดตามธรรมชาติ เป็นการผูกขาดที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีปัจจัยการผลิตเพียงผู้เดียว หรือเป็นธุรกิจที่มีเงินลงทุนค่อนข้างสูง จึงทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายดังกล่าวกล่าวถวายเป็นผู้ผูกขาด เช่น การจะได้รับสัมปทานดาวเทียม ไก่คัน หรือเกิดการประยัดต์อุบัติการผลิต (Economics of Scale)

3. การผูกขาดโดยผิดกฎหมาย เป็นการผูกขาดที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบางอย่างเพียงรายเดียว ทั้งๆที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายรายอื่นก็สามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจค้างกล่าวไว้ได้ โดยการขอร้องให้ผู้เกี่ยวข้องสร้างอุปสรรคของการเข้ามาร่วมธุรกิจ

ลักษณะของตลาดผูกขาด มีดังต่อไปนี้

- 1) มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียวในตลาด
- 2) สินค้าที่ผลิตหรือขายมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากสินค้าทั่วไป หรือไม่มีสินค้าใดทดแทนได้เลย
- 3) การเข้าสู่ตลาดทำได้ยาก เนื่องจากมีกฎหมายกำหนด การผูกขาดตามธรรมชาติ และการผูกขาดโดยผิดกฎหมาย ซึ่งได้กล่าวแล้วข้างต้น
- 4) ผู้ผลิตหรือผู้ขายสามารถกำหนดราคา และควบคุมปริมาณการผลิตได้ เนื่องจากสินค้ามีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนใคร

## 9.2 การกำหนดราคาในตลาดผูกขาด (Single – Price Monopoly Market)

การกำหนดราคาในตลาดผูกขาดของผู้ผูกขาดนั้นจะขายเพียงราคเดียว และควบคุมปริมาณการผลิตเพื่อให้ได้รับกำไรสูงสุด โดยมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของประโยชน์ดังต่อไปนี้

### 9.2.1 อุปสงค์และรายรับ (Demand and Revenue)

ในตลาดผูกขาดจะมีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียว นั่นคือ เส้นอุปสงค์ของผู้ผูกขาดก็คืออุปสงค์ของตลาดสินค้าดังกล่าว และรายรับรวม (Total Revenue : TR) คือ ราคាត่อหน่วย (P) คูณกับปริมาณสินค้าที่ผู้ผูกขาดขาย (Q) ส่วนรายรับเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Revenue : MR) คือ การเปลี่ยนแปลงในรายรับรวมทั้งหมด ขึ้นเนื่องจากการเพิ่มปริมาณการขายขึ้น 1 หน่วย หรือ สรุปได้ดังต่อไปนี้

$$TR = P \times Q$$

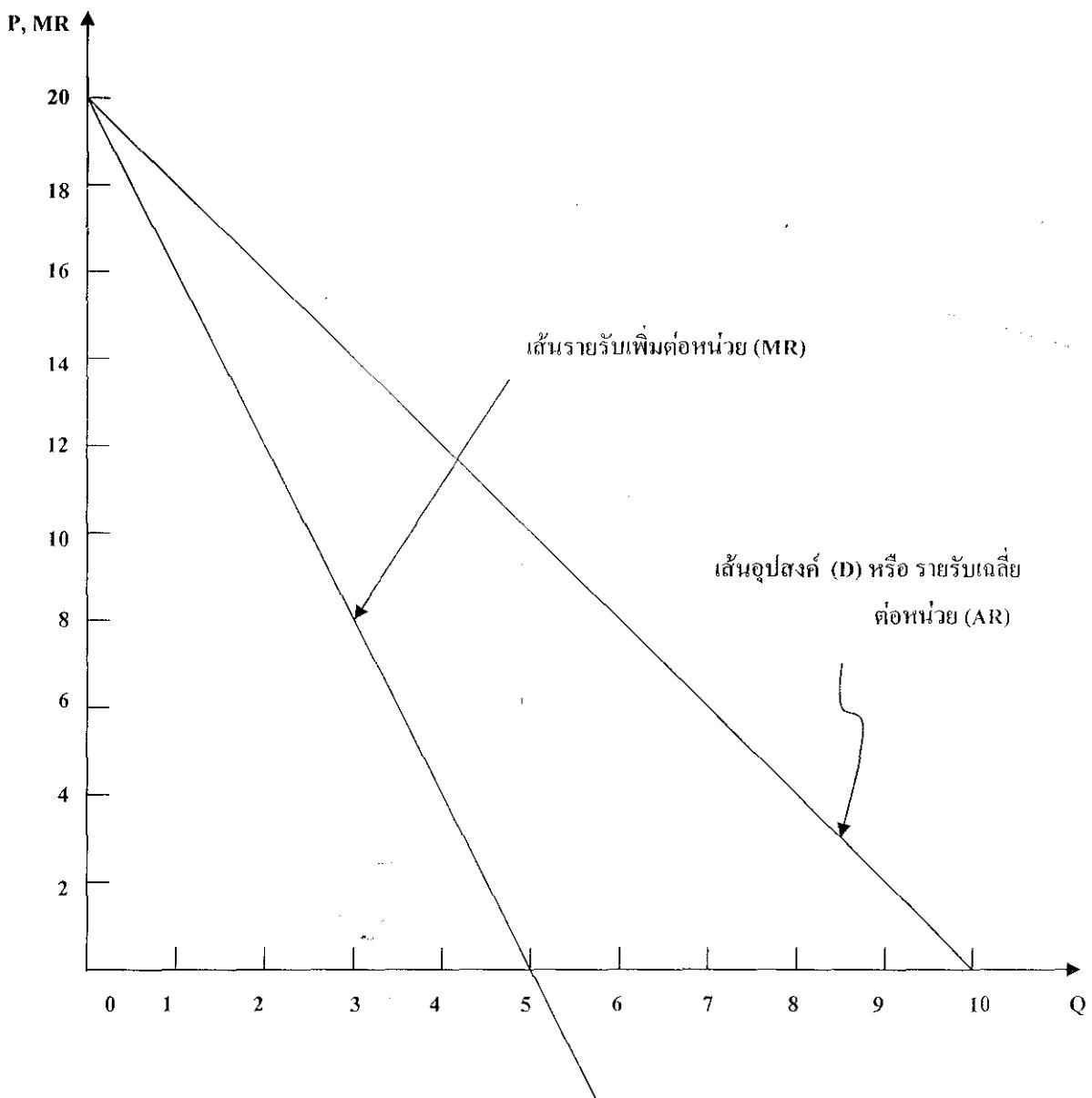
$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

นอกจากนี้ในตลาดผูกขาด เส้นอุปสงค์ของผู้ผูกขาดจะไม่ใช่เส้นเดียวกับเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย โดยที่เส้นอุปสงค์ คือ เส้นรายรับเฉลี่ยต่อหน่วย และเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วยมีค่าความชัน (slope) เป็น 2 เท่าของเส้นอุปสงค์หรือเส้นรายรับเฉลี่ยต่อหน่วย เพื่อให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างเส้นอุปสงค์และเส้นรายรับประเภทต่างๆ จึงขอยกตัวอย่างอุปสงค์ของการตัดผม รายรับรวม รายรับเฉลี่ย ในตารางที่ 9.1

**ตารางที่ 9.1 แสดงอุปสงค์ต่อราคาของการตัดผม รายรับรวมและรายรับเพิ่มต่อหน่วยในประเทศไทย**

ราคา (P) (เหรีบญ/ครั้ง)	อุปสงค์การตัดผม (Q) (ครั้ง/ชั่วโมง)	รายรับรวม (TR = P.Q) (เหรีบญ)	รายรับเพิ่มต่อหน่วย (MR = $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ ) (เหรีบญ/ครั้ง)
20	0	0	-
18	1	18	18
16	2	32	14
14	3	42	10
12	4	48	6
10	5	50	2
8	6	48	-2
6	7	42	-6
4	8	32	-10
2	9	18	14
0	10	0	-18

ที่มา : Michael, 1994, p. 315



รูปภาพที่ 9.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเส้นอุปสงค์ และเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย  
ที่มา: จากตารางที่ 9.1

$$\text{หมายเหตุ: } \text{ค่าความชันของเส้นอุปสงค์} = \frac{20}{10} = 2$$

$$\text{ค่าความชันของเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย} = \frac{20}{5} = 4$$

ดังนั้น ค่าความชันของเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย (MR) มากกว่าค่าความชันของเส้นอุปสงค์ (D)  
หรือเส้นรายรับเฉลี่ยต่อหน่วย (AR) เท่ากับ 2 เท่า

### 9.2.2 รายได้และค่าความยืดหยุ่น (Revenue and Elasticity)

ในบทที่ 5 ได้ศึกษาเรื่องค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน โดยที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ แบ่งเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

1) อุปสงค์ต่อราคามีค่าความยืดหยุ่นมาก (elasticity) หมายถึง ถ้าราคาสินค้าและบริการลดลงร้อยละ 1 จะเป็นผลให้ปริมาณความต้องการสินค้าและบริการดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1 หรือ  $E_{dp} > 1$

2) อุปสงค์ต่อราคามีค่าความยืดหยุ่นน้อย (inelasticity) หมายถึง ถ้าราคาสินค้าและบริการลดลงร้อยละ 1 จะเป็นผลให้ปริมาณความต้องการสินค้าและบริการดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าร้อยละ 1 หรือ  $E_{dp} < 1$

3) อุปสงค์ต่อราคามีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับหนึ่ง (Unitary) หมายถึง ถ้าราคาสินค้าและบริการลดลงร้อยละ 1 จะเป็นผลให้ปริมาณความต้องการสินค้า และบริการดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 เช่นกัน หรือ  $E_{dp} = 1$

จากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาก็ กลุ่มดังกล่าว สามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงรายได้ และยังสามารถคาดการณ์รายได้อีกด้วย ความเชื่อมโยงดังกล่าวแสดงได้ดังต่อไปนี้

1. ถ้าอุปสงค์ของสินค้าและบริการมีค่าความยืดหยุ่นมาก ( $E_{dp} > 1$ ) การเปลี่ยนแปลงเบอร์เซนต์ของราคามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้รวม สินค้าและบริการเหล่านี้เป็นสินค้าหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย ไม่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น การที่ไปชมภาพยนตร์ เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ดังนั้น การที่บัตรชมภาพยนตร์ต่อที่นั่งลดลงร้อยละ 1 ทำให้โรงภาพยนตร์มียอดจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 1 นอกจากนี้ยังมีผลให้รายได้รวมของโรงภาพยนตร์สูงขึ้นด้วย

2. ถ้าอุปสงค์ของสินค้า และบริการมีค่าความยืดหยุ่นน้อย ( $E_{dp} < 1$ ) การเปลี่ยนแปลงเบอร์เซนต์ของราคามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ สินค้าและบริการเหล่านี้เป็นสินค้าและบริการที่มีความสำคัญ และมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น การศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ถ้าค่าหน่วยกิตหรือค่าธรรมเนียมการศึกษาลดลงร้อยละ 1 จะทำให้ประชาชนทั่วไปสนใจเข้ามาเรียนเป็นจำนวนมากเพิ่มขึ้น แต่น้อยกว่าร้อยละ 1 ทำให้รายได้รวมของสถาบันในการรวมลดลง

3. ถ้าอุปสงค์ของสินค้าและบริการมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1 ( $E_{dp} = 1$ ) เบอร์เซนต์การเปลี่ยนแปลงของราคасินค้าและบริการ จะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้รวมเลย เป็นต้น

### 9.2.3 การกำหนดราคาและปริมาณ (Price and Output Decision)

ในตลาดผู้ขายต้องการได้รับกำไรสูงสุด (profit maximization) ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องทำการเข้าใจทั้งรายได้รวมและรายจ่ายรวมเมื่อผลผลิตของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป จากการที่ผู้ขายต้องมีปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีเฉพาะที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายรายอื่น

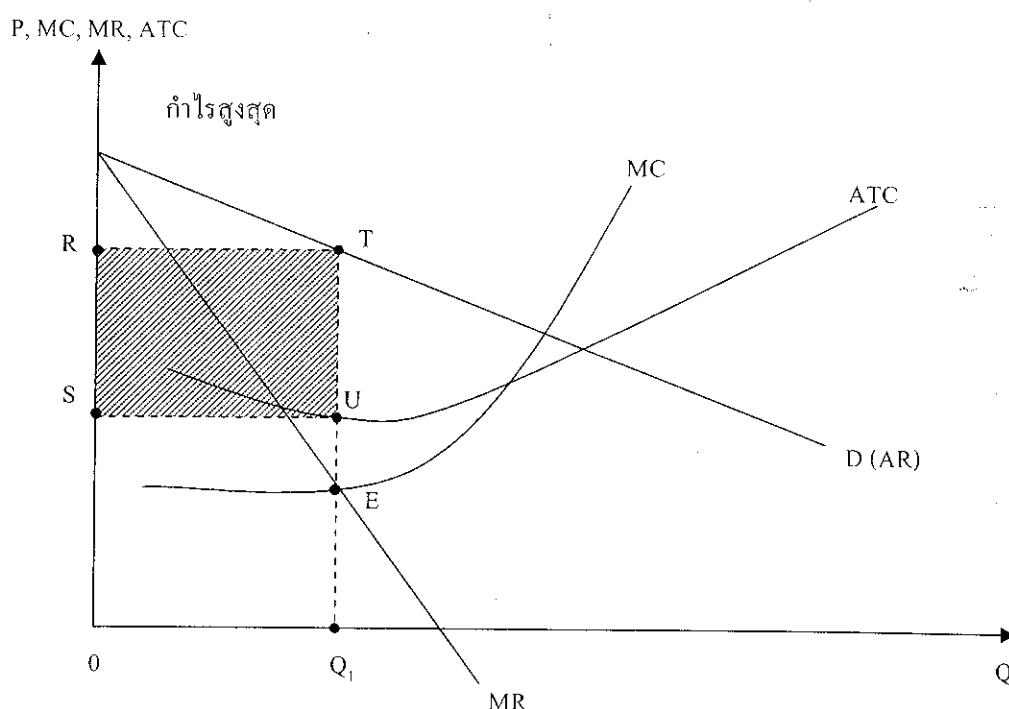
ไม่มี กระบวนการผลิตของผู้ผลิตขาดอยู่ในช่วงผลตอบแทนเพิ่มลดน้อยถอยลง (diminishing returns) ดังนั้นสินค้าและบริการของผู้ผลิตจึงแตกต่างจากผู้ผลิตหรือผู้ขายรายอื่นๆ และทำให้ผู้ผลิตทราบถึงอุปสงค์ของสินค้าที่เข้าผลิตในตลาดจึงทำให้ผู้ผลิตกำหนดราคา และปริมาณสินค้าออกขายสูงสุดได้โดยทำให้ได้รับกำไรสูงสุด

ชุดคุณภาพของผู้ผลิตหรือผู้ขาย อยู่ที่รายรับเพิ่มต่อหน่วย ( $MR$ ) เท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ( $MC$ ) ณ จุดนี้ทำให้ผู้ผลิตได้รับกำไรสูงสุด จากกราฟภาพที่ 9.2 แสดงคุณภาพในตลาดผู้ผลิตซึ่งจะกำหนดราคาและปริมาณการขายในตลาดของผู้ผลิต โดยจากรูปภาพที่ 9.2 ดังกล่าว จะ  $E$  คือจุดคุณภาพ ( $MR=MC$ ) และผู้ผลิตจะกำหนดราคาสูงสุด ณ ระดับราคา  $OR$  โดยผลิตสินค้าออกมารายเพียง  $OQ_1$  ต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ  $OS$  ดังนั้นสรุปผลได้ดังนี้

$$\text{รายรับรวม (TR)} = ORQ_1$$

$$\text{ค่าใช้จ่ายรวม (TC)} = OSU_1$$

$$\text{กำไร} = SRTU$$



รูปภาพที่ 9.2 แสดงคุณภาพในตลาดผู้ผลิต และการกำหนดราคาและปริมาณสินค้าในตลาดผู้ผลิต

### 9.3 การกำหนดราคาที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด (The Price Discrimination)

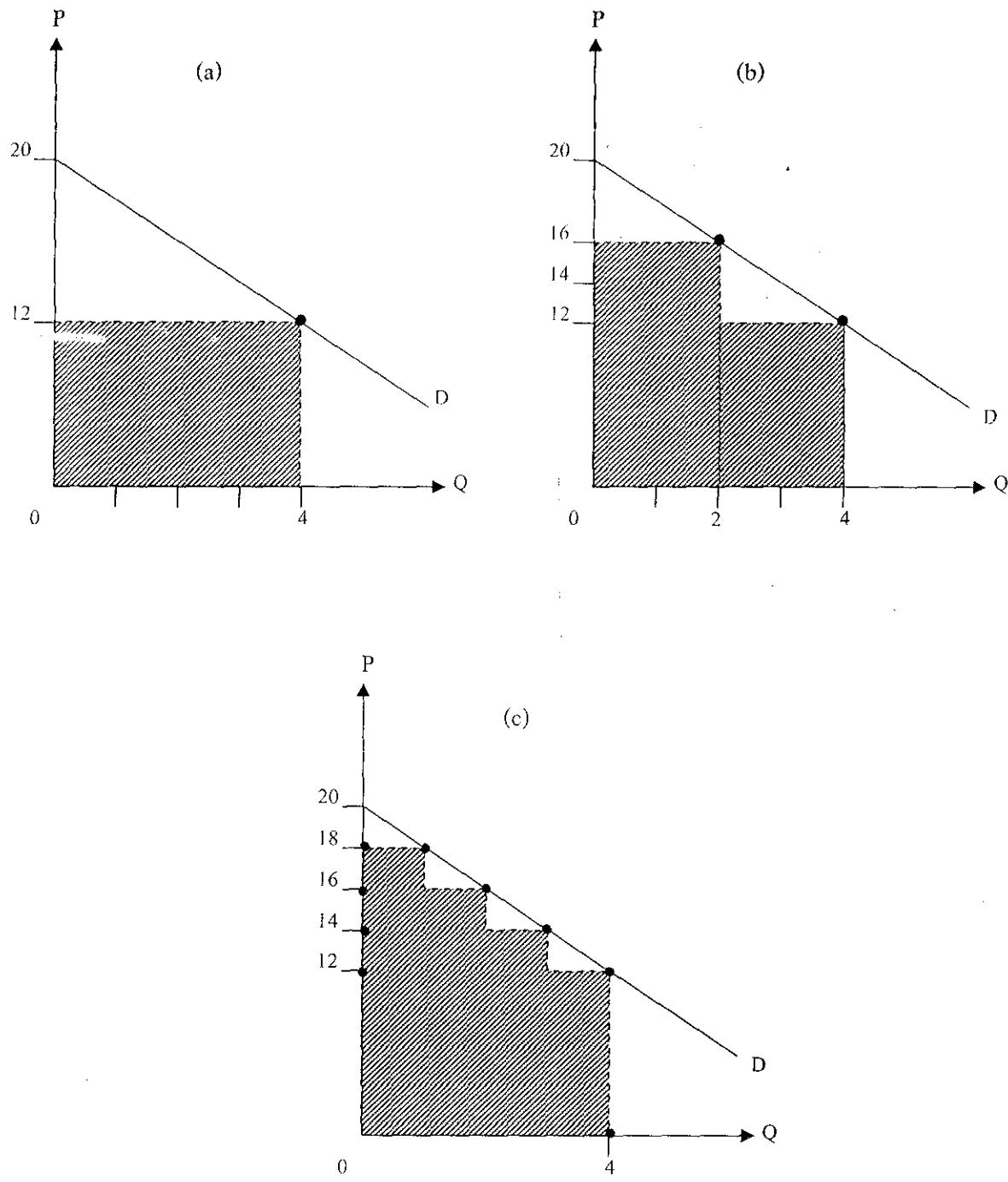
#### 9.3.1 การกำหนดราคาที่แตกต่างกันและรายได้รวม (Price Discrimination and Total Revenues)

การกำหนดราคาที่แตกต่างกันหมายถึง ผู้ขายผูกขาดสามารถกำหนดราคางานสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันในแต่ละตลาดเป้าหมายแตกต่างกัน ทั้งๆที่ต้นทุนการผลิตสินค้าต่อหน่วยเท่ากัน เช่น การเข้าชมคอนเสิร์ตของนักแสดงซึ่งดังนั้นมีการกำหนดราคาน้ำหนักและน้ำหน่วงเดียวกันเรียนและนักศึกษา กลุ่มวัยทำงานในราคาน้ำหนักแตกต่างกัน เป็นต้น โดยผู้ขายผูกขาดทราบว่าสินค้าหรือบริการที่นำออกจำหน่ายนั้นไม่มีสินค้าอื่นทดแทน ได้โดยดังนั้นผู้ขายผูกขาดจะพยายามกำหนดราคาให้สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ นั่นหมายความว่าให้ผู้บริโภคนี้ส่วนเกินของผู้บริโภคน้อยที่สุด ซึ่งกรณีนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในโลกของความเป็นจริง เพราะรัฐบาลของประเทศไทยต่างๆ จะเข้ามาแทรกแซงโดยใช้นโยบายเป็นเครื่องมือควบคุมราคา

การกำหนดราคาที่แตกต่างกันของผู้ขายผูกขาดทำให้ได้รับกำไรสูงสุดมากกว่าการกำหนดเพียงราคาเดียว ดังนั้นผู้ขายผูกขาดจึงพยายามกำหนดราคาให้สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มต่างๆ เพราะกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มสามารถจ่ายในราคากลุ่ม ในขณะเดียวกันกลุ่มลูกค้าบางกลุ่ม มีความสามารถในการจ่ายในระดับราคาที่ต่ำกว่า

การกำหนดราคางานสินค้าหรือบริการของผู้ผูกขาดมีผลต่อรายรับรวมที่ผู้ผูกขาดได้รับกล่าวคือ ถ้าผู้ขายผูกขาดกำหนดราคายาเพียงระดับราคาเดียว ดังนั้นรายได้รวมเท่ากับราคายาต่อหน่วยคูณกับปริมาณสินค้าที่ผู้ผูกขาดขายได้ทั้งหมด และถ้าผู้ผูกขาดกำหนดราคายาที่แตกต่างกันจะทำให้ผู้ขายผูกขาดมีรายได้รวมมากขึ้น เพื่อให้มีความเข้าใจถึงการกำหนดราคาน้ำหนักต่างกันโดยทำให้ผู้ขายผูกขาดมีรายได้รวมมากขึ้น จึงอธิบายโดยใช้รูปภาพที่ 9.3 (a), (b), และ(c)

รูปภาพที่ 9.3 (a) เป็นการกำหนดราคางานสินค้าของผู้ขายผูกขาดเพียงราคเดียว ณ ราคา 12 บาทต่อชิ้น ผู้ขายผูกขาดขายได้ 4 ชิ้น รวมเป็นรายได้ 48 บาท ส่วนรูปภาพที่ 9.3 (b) เป็นการกำหนดราคายา 2 ระดับราคาให้กับ 2 กลุ่ม เป้าหมาย กล่าวคือ กลุ่มที่ 1 ขายราคากลุ่มละ 12 บาท จำนวน 2 ชิ้น ส่วนกลุ่มที่ 2 ขายราคากลุ่มละ 16 บาท จำนวน 2 ชิ้น รวมเป็นรายได้ทั้งหมดเท่ากับ 56 บาท  $\{(12 \times 2) + (16 \times 2)\}$  สำหรับรูปภาพที่ 9.3 (c) เป็นการกำหนดราคายา 3 ระดับราคาให้กับกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม ดังนั้น แต่ละกลุ่มจะกำหนดราคายาแตกต่างกัน คือ 18 บาท 16 บาท 14 บาท และ 12 บาท ต่อชิ้น โดยขายได้ระดับราคาละ 1 ชิ้น รวมเป็นรายได้ทั้งหมด 60 บาท  $\{(18 \times 1) + (16 \times 1) + (14 \times 1) + (12 \times 1)\}$  ดังนั้นสรุปได้ว่าการที่ผู้ขายผูกขาดกำหนดราคายาที่แตกต่างกันในแต่ละลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือตลาดเป้าหมายต่างๆ จะทำให้ผู้ขายผูกขาดได้รับรายได้รวมมากที่สุด



รูปภาพที่ 9.3 แสดงการกำหนดราคาที่แตกต่างกันกับรายรับรวม

### 9.3.2 การกำหนดราคาที่แตกต่างกัน และส่วนเกินของผู้บริโภค (Price Discrimination and Consumer Surplus)

การกำหนดราคาที่แตกต่างกันในแต่ละตลาดเป้าหมายของผู้ขายผูกขาด ได้อธิบายแล้ว ในหัวข้อที่ผ่านมา โดยที่การกำหนดราคาง่ายกว่ามีความสัมพันธ์กับส่วนเกินของผู้บริโภค (consumer surplus) ซึ่งหมายถึง ความแตกต่างระหว่างความเต็มใจจ่ายกับส่วนที่จ่ายจริงในการซื้อสินค้าและบริการ นิดใดนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาสินค้าระดับหนึ่ง

ตามปกติการซื้อสินค้าจะเป็นผู้บริโภคนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคคิดว่าสินค้านั้นสร้างความพึงพอใจหรือประโยชน์ได้มากกว่าราคาน้ำที่ต้องจ่ายไป ซึ่งจะແเพตต์วนเกินของผู้บริโภคเสมอ และการตัดสินใจของผู้บริโภคดังกล่าวนั้น ผู้ขายผูกขาดทราบดี จึงพยายามกำหนดราคากลางที่สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อมีส่วนเกินของผู้บริโภคเหลือน้อยที่สุด เช่น จากรูปภาพที่ 9.3 (a) และ (b) นั้น พบว่า รูป (b) มีการกำหนดราคาน้ำที่แตกต่างกันจะมีส่วนเกินของผู้บริโภคน้อยกว่ารูป (a) ซึ่งผู้ผูกขาดกำหนดเพียงราคเดียว

### 9.3.3 การกำหนดราคาน้ำที่แตกต่างกันและปริมาณการขายเมื่อมีการกำหนดราคาน้ำที่แตกต่างกัน (Price and Output Decisions with Price Discrimination)

การกำหนดราคาน้ำที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดนี้ ผู้ผูกขาดหวังให้เกิดกำไรสูงสุดในการทำธุรกิจ แต่จะทำได้สำเร็จหรือไม่นั้นจะต้องประกอบด้วยเงื่อนไข 2 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) ผู้ซื้อสินค้าจากตลาดที่มีราคากลางต้องไม่สามารถที่จะนำสินค้าไปขายต่อในตลาดสินค้าที่มีราคางานกว่าได้ เพราะถ้าผู้ซื้อสินค้าทำได้จะกลยุทธ์ของผู้ขายผูกขาดไป

(2) ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้าระหว่างตลาดห้องสองจะต้องมีความแตกต่างกัน เพื่อที่ผู้ผูกขาดจะสามารถกำหนดราคาน้ำที่แตกต่างกันได้ในตลาดห้องสอง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ขายผูกขาดจะกำหนดราคาน้ำที่ต่ำกว่าในตลาดที่มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้าสูงกว่า และตั้งราคาสูงกว่าในตลาดที่อุปสงค์สินค้ามีค่าความยืดหยุ่นต่ำกว่า

ตัวอย่างเช่น สำนักพิมพ์แห่งหนึ่งจัดทำหนังสือเรียนชั้นประถมศึกษาจุลภาคจำนวนน้ำในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย โดยมีต้นทุนเพิ่มต่อเล่มเท่ากัน แต่กำหนดราคาน้ำที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ขายให้รักศึกษาแต่ละรายในราคาน้ำที่สูงกว่า ขายให้แก่ร้านตัวแทนจำหน่ายทั่วไปในราคาน้ำที่ต่ำกว่า เป็นต้น

สรุปคือ คุณภาพของการกำหนดราคาน้ำที่แตกต่างกันในแต่ละตลาดเป็นดังต่อไปนี้

	MC	=	MR <sub>1</sub>	=	MR <sub>2</sub>
โดยที่	MC	=	ต้นทุนเพิ่มต่อเล่มของหนังสือ		
	MR <sub>1</sub>	=	รายรับเพิ่มต่อเล่มของกลุ่มนักศึกษา		
	MR <sub>2</sub>	=	รายรับเพิ่มต่อเล่มของพัฒนาระบบที่ใหม่		

## 9.4 การเปรียบเทียบความมีประสิทธิภาพในตลาดผู้ขายและตลาดแข่งขันสมบูรณ์

### (Comparing Monopoly and Competition Market)

ในการเปรียบเทียบความมีประสิทธิภาพในตลาดผู้ขายและตลาดแข่งขันสมบูรณ์นั้น จะทำการเปรียบเทียบในประเด็นที่สำคัญ คือ การกำหนดระดับราคา และปริมาณผลิตสินค้าที่นำมาขายในตลาดแต่ละตลาด โดยพิจารณาถึงประสิทธิภาพของการจัดการสรทรพยากรณ์แต่ละตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 9.4.1 การกำหนดราคาและปริมาณในตลาดผู้ขาย และตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ในการศึกษาตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เน้นที่ผ่านมา คุณภาพของตลาดอยู่ที่  $P = AR = MR = MC$  และเส้นอุปสงค์ของผู้ขายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนนอน ส่วนในตลาดผู้ขายมีคุณภาพของตลาดจะอยู่ที่  $MC = MR$  โดยที่  $MR$  มีค่าความชันเป็น 2 เท่าของ  $AR$  หรือเส้นอุปสงค์ และเส้นอุปสงค์ในตลาดผู้ขายจะมีลักษณะหดลงจากซ้ายไปขวา เช่นเดียวกับเส้นอุปสงค์ทั่วไป

การวิเคราะห์ถึงการกำหนดราคาและปริมาณการขายในทั้ง 2 ตลาดนี้แสดงได้ตามรูปภาพที่ 9.4 ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบการกำหนดราคาและปริมาณในตลาดผู้ขาย และตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ผลการวิเคราะห์จากรูปภาพดังกล่าว แสดงได้ดังต่อไปนี้

ตลาดผู้ขาย : คุณภาพอยู่ที่จุด  $E_1$  ( $MR = MC$ )

$$\text{ราคา} = OP_m$$

$$\text{ปริมาณ} = OQ_m$$

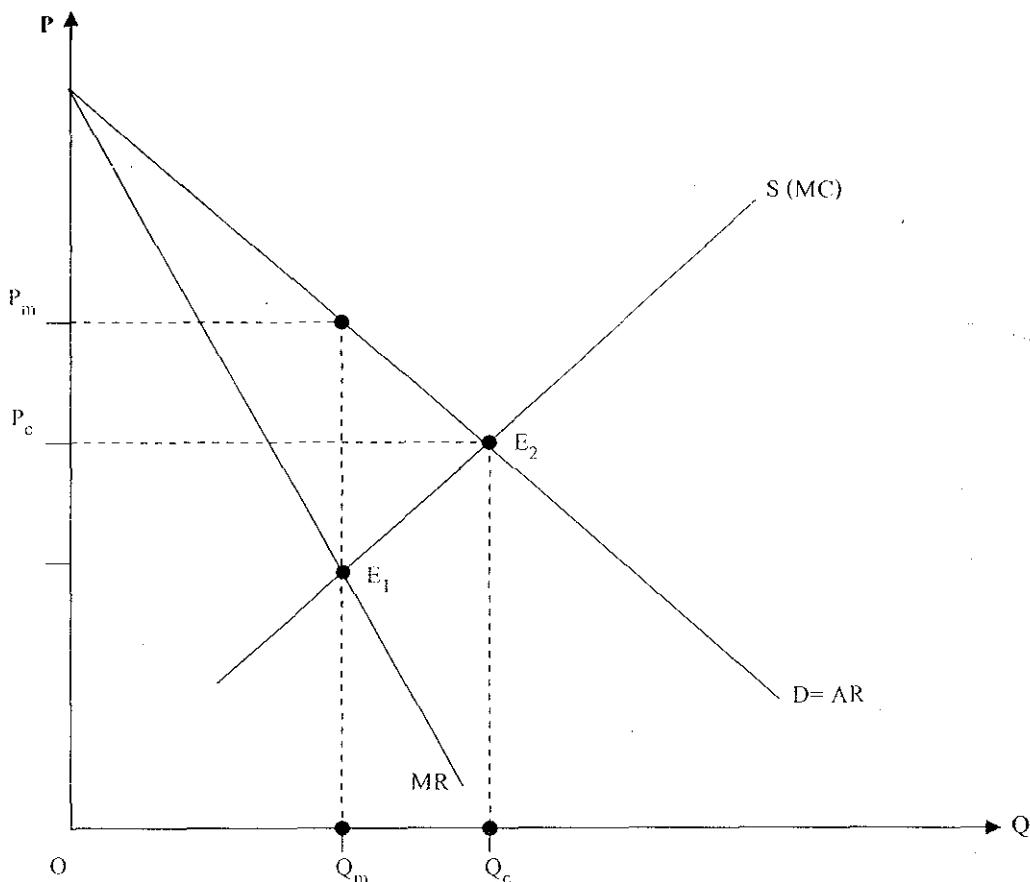
ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ : คุณภาพอยู่ที่จุด  $E_2$  ( $P = MC$ )

$$\text{ราคา} = OP_c$$

$$\text{ปริมาณ} = OQ_c$$

### สรุป

1. ราคาในตลาดผู้ขายสูงกว่าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ( $OP_m > OP_c$ )
2. ปริมาณผลิตที่ขายในตลาดผู้ขายน้อยกว่าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ( $OQ_m < OQ_c$ )

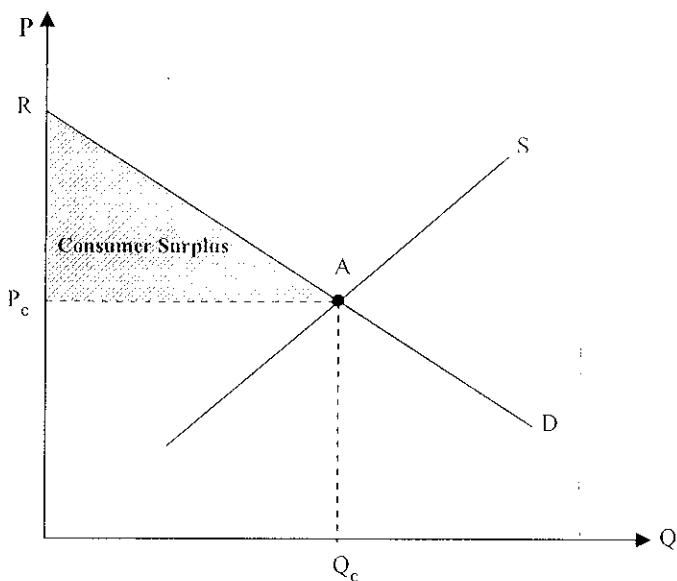


**ภาพที่ 9.4** แสดงการเบริ่งที่ยับการกำหนดราคาและปริมาณการขายในตลาดผู้ขายแต่ตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ (ภายใต้เงื่อนไขที่ตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์และตลาดผู้ขายมีลักษณะของอุปสงค์และรายได้ประเภทต่างๆ เมื่อเทียบกัน)

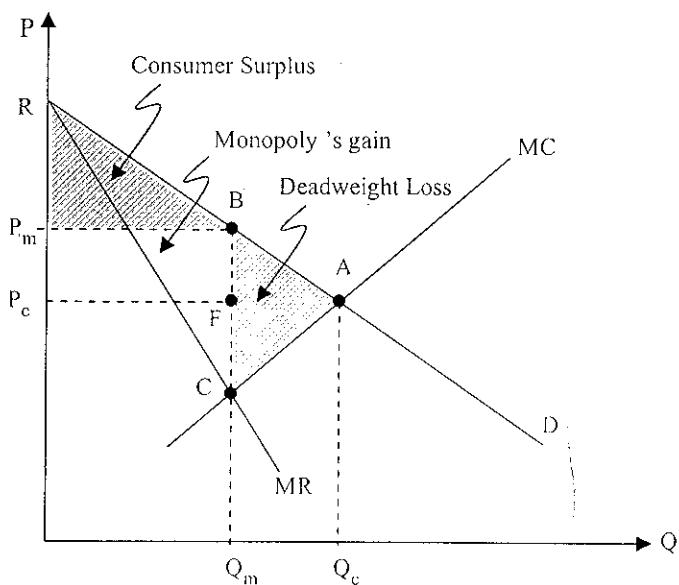
#### 9.4.2 ประสิทธิภาพของการจัดสรรทรัพยากรในตลาดผู้ขายแต่ตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์

จากการกำหนดราคาและปริมาณสินค้าที่ผู้ขายนำมายield ในตลาดผู้ขายแต่ตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ พบว่า ตลาดผู้ขายจะมีการกำหนดราคาในระดับที่สูงกว่าตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ โดยที่มีการนำสินค้ามาขายในตลาดผู้ขายคนอื่นกว่าตลาดแบ่งขั้นเด่นนี้ถ้าหากสินค้าที่ขายในตลาดผู้ขายดังกล่าว ไม่สามารถซื้อขายได้ ทำให้เกิดความสูญเสียทางสังคม ณ จุดที่ผู้ขายนำสินค้ามาขายในตลาดน้อยเกินไป ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนไม่สามารถซื้อมาบริโภคได้ เพราะสินค้ามีการจำกัดการนำออกมายield ในตลาด โดยมีระดับราคาขายที่สูงด้วย หรือเรียกว่า กิจกรรมสูญเสียของคนในสังคม (deadweight loss) เพราะไม่เกิดการจัดสรรทรัพยากรการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ (allocative inefficiency of monopoly) ซึ่งแตกต่างจากตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ที่เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อให้เข้าใจถึงความไม่มีประสิทธิภาพของการจัดสรรทรัพยากรในตลาดผูกขาดได้ดี  
ขึ้นนี้ จึงได้มีการวิเคราะห์โดยใช้รูปภาพที่ 9.5 ซึ่งอธิบายดังต่อไปนี้



(a) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์



(b) ตลาดผูกขาด

รูปภาพที่ 9.5 แสดงการจัดสรรทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพในตลาดผูกขาด

รูปภาพที่ 9.5 (a) เป็นดุลยภาพในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ที่เกิดการจัดสรรทรัพยากรการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ โดยมีระดับราคาเท่ากับ  $OP_c$  และปริมาณสินค้าที่นำมากายในตลาดเท่ากับ  $OQ_c$

แต่รูปภาพที่ 9.5 (b) ผู้ผลิตจะนำสินค้าออกมากายเพียง  $OQ_m$  เท่านั้น ซึ่ง  $OQ_m < OQ_c$  แต่ระดับราคาในตลาดผู้ผลิตจะสูงถึง  $OP_m$  และ  $OP_m > OP_c$  อีกด้วย ลักษณะเช่นนี้ทำให้เกิดความสูญเสียในสังคม เท่ากับ ABC เพราะกลุ่มผู้บริโภคต้องการซื้อมาบริโภคแต่ไม่มีขายในตลาด (deadweight loss) และผู้บริโภคในตลาดผู้ผลิตจะมีส่วนเกินของผู้บริโภคลดลง (consumer surplus) จาก  $ARP_c$  เหลือเพียง  $BRP_m$  เพราะผู้ผลิตกำหนดราคาสูงกว่าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เพื่อนำส่วนเกินของผู้บริโภคมาเป็นกำไรของผู้ผลิตให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ดังนั้นกราฟรูปภาพที่ 9.5 (b) ผู้ผลิตจะได้กำไรโดยชนะเพิ่มขึ้นเท่ากับ  $P_c FB P_m$  (monopoly's gain) ซึ่งก็คือส่วนหนึ่งของส่วนเกินผู้บริโภคนั่นเอง

## 9.5 สรุป

ตลาดผูกขาดเป็นตลาดแบ่งขั้นไม่สมบูรณ์ เช่นเดียวกับตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผูกขาด และตลาดผู้ขายน้อยราย โดยตลาดที่มีลักษณะการผูกขาดนี้ จะมีลักษณะที่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียวเท่านั้น ตินห์ที่ผลิตหรือขายนั้นมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากสินค้าชนิดอื่นๆ ในตลาด และไม่มีสินค้าใดๆ เข้ามาทดแทนสินค้าของผู้ผูกขาดได้เลย ตลาดผูกขาดนี้ผู้ผลิตและผู้ขายรายใหม่เข้ามาทำธุรกิจในตลาดได้ยากมาก เนื่องจากมีกฎหมายกำหนดการเป็นผู้ผูกขาดหรือการผูกขาดตามธรรมชาติ ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ขายจึงสามารถกำหนดราคา และควบคุมปริมาณการผลิตสินค้าเข้ามายังในตลาด

ผู้ผูกขาดในตลาดจะได้รับกำไรสูงสุดจากการที่สามารถกำหนดราคา และควบคุมปริมาณโดยการกำหนดราคานั้นเป็นได้ทั้งการกำหนดราคาเดียว และการกำหนดราคาที่แตกต่างกันตามตลาด เป้าหมาย เพราะผู้ผูกขาดรู้ข้อมูลด้านอุปสงค์ทั้งหมดของผู้บริโภค และการกำหนดราคาของผู้ผูกขาดนั้น จะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับอุปสงค์สินค้าของตลาดเป้าหมายว่ามีความยึดหยุ่นมากหรือน้อย ก่อให้เกิดผู้ผูกขาดจะกำหนดราคาของสินค้าในตลาดเป้าหมายที่อุปสงค์มีความยึดหยุ่นต่ำในระดับราคาที่สูงกว่า ตลาดเป้าหมายที่อุปสงค์สินค้ามีความยึดหยุ่นสูงกว่า.

จากคุณลักษณะของตลาดผูกขาดดังกล่าวทำให้เส้นอุปสงค์ของตลาดเป็นเส้นที่หดตลาดลงจากซ้ายไปขวา โดยที่เส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วยมีความชันเป็นสองเท่าของเส้นอุปสงค์ และความยึดหยุ่นของอุปสงค์มีความสัมพันธ์กับรายได้หรือรายรับของผู้ผูกขาด ก่อให้เกิด ถ้าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามากกว่าหนึ่งหรือน้อยกว่าหนึ่งเดียว ทางราคาสินค้าหรือบริการในตลาดผูกขาดลดลงเรื่อยๆ ละหนึ่ง จะทำให้ปริมาณความต้องการซื้อในตลาดผูกขาดเปลี่ยนแปลงไปมาตามว่าร้อยละหนึ่ง หรือน้อยกว่าร้อยละหนึ่ง ตามลำดับ ส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ผูกขาดให้สูงขึ้น หรือลดลงตามลำดับ

คุณภาพของตลาดผูกขาดจะอยู่ที่ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับรายรับเพิ่มต่อหน่วย และทำให้ผู้ขายผูกขาดได้รับกำไรสูงที่สุดทั้งกำหนดราคาเดียวหรือหลายระดับราคาตามกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้ส่วนเกินของผู้บริโภคในตลาดผูกขาดน้อยกว่าในตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ จนทำให้ผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคหรือซื้อสินค้าบางส่วนไม่สามารถทำได้ จึงเกิดความสูญเสียในสังคม (deadweight loss) ดังนั้น จึงทำให้เกิดปัญหาการจัดสรรทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพในตลาดผูกขาด

## 9.6 แบบฝึกหัด

1. จากตารางอุปสงค์ และต้นทุนรวมของนำดีม (น้ำแร่) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ดังต่อไปนี้

ปริมาณ (ขวด)	ราคา (เหรียญต่อขวด)	ต้นทุนรวม (เหรียญ)
0	10	1
1	8	3
2	6	7
3	4	13
4	2	21
5	0	31

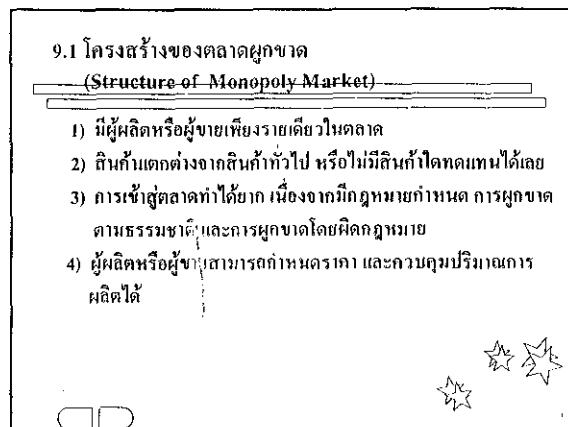
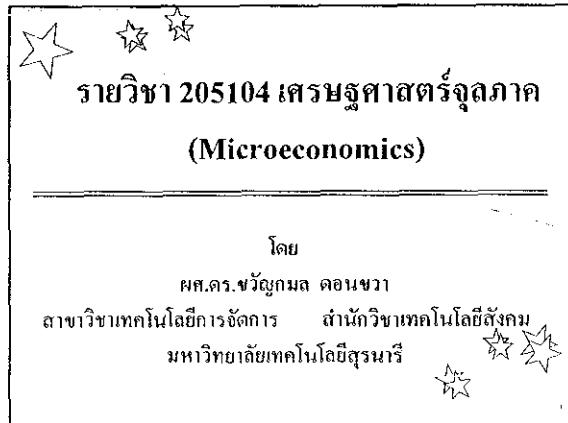
จงตอบคำถามต่อไปนี้

- 1.1 คำนวณรายรับรวมในตารางดังกล่าว ณ ระดับราคาต่างๆ
- 1.2 คำนวณรายรับเพิ่มต่อขวด ณ ระดับราคาต่างๆ
- 1.3 ณ ระดับราคาเท่าไร ที่ทำให้ค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เท่ากับ 1
  
2. จากข้อ 1 จงคำนวณหาระดับผลผลิต ราคาต้นทุนเพิ่มต่อขวด รายรับเพิ่มต่อขวด และกำไรไว้ว่าเท่ากับเท่าไร ณ ระดับของการผลิตนำดีม (น้ำแร่) ที่ทำให้เกิดกำไรสูงสุด (Profit-maximizing level)
  
3. นายปีเตอร์ เป็นผู้สูงอายุจากการขายสินค้าชนิดหนึ่งในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีข้อมูลตารางอุปสงค์ ดังต่อไปนี้

ราคา (เหรียญต่อขวด)	ปริมาณอุปสงค์ (ขึ้นต่อสัปดาห์)
1.00	160
1.50	140
2.00	120
2.50	100
3.00	80
3.50	60
4.00	40
4.50	20
5.00	10

จากข้อมูลดังกล่าว ถ้านายปีเตอร์มีต้นทุนเพิ่มต่อชิ้นและต้นทุนรวมเฉลี่บต่อชิ้นเท่ากัน และ เท่ากับ 2 เหรียญต่อชิ้น จงคำนวณ

- 3.1 นายปีเตอร์จะกำหนดราคาชิ้นละเท่าไร
- 3.2 คำนวณหาส่วนเกินของผู้บริโภค (consumer surplus)
- 3.3 คำนวณหาส่วนเกินของผู้ผลิต (producer surplus)
- 3.4 คำนวณหาความสูญเสียที่เกิดขึ้น (deadweight loss)



## 9.2 การกำหนดราคาในตลาดเดี่ยวขาดสูงสุด (Single-Price-Monopoly-Market)



ผู้ขายขาดส่วนรวมก่อการค้าเพื่อให้ได้ผลประโยชน์สูงสุด เพราะคืนค่าผลิตต่ำจากลูกค้าทั่วไป ดังนั้นจึงสามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ด้วย

### 9.2.1 คุณสมบัติและรายรับ (Demand and Revenue)

$$TR = P \times Q$$

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$



ตารางแสดงอุปสงค์ต่อราคารของการคัดเกรด รายรับรวมและรายรับที่หักค่าผลิตในประเทศสหราชอาณาจักร

ราคา (P) หรืออุปสงค์ (Q)	อุปสงค์ต่อราคากลม (Q) (กิโลกรัม)	รายรับรวม (TR = P.Q) (กิโลเมตร)	รายรับที่หักค่าผลิต (MR = ΔTR/ΔQ) (กิโลเมตร)
20	0	0	-
18	1	18	18
16	2	32	14
14	3	42	10
12	4	48	6
10	5	50	2
8	6	48	-2
6	7	42	-6
4	8	32	-10
2	9	18	14
0	10	0	-18



$$\text{กำกับหักของส่วนอุปสงค์} = \frac{20 - 2}{10} = 1.8$$

$$\text{กำกับหักของอัตราเรียบหักค่าผลิต} = \frac{20 - 4}{5} = 3.6$$

[ผู้ขายก็รับเงินเพิ่มเติมไม่ได้ (MR)]

[ผู้ซื้อต้องเสีย]



9.2.2 รายได้และค่าความยืดหยุ่น (Revenue and Elasticity)

- 1)  $E_{dp} > 1 \rightarrow$  (elasticity)
- 2)  $E_{dp} < 1 \rightarrow$  (inelasticity)
- 3)  $E_{dp} = 1 \rightarrow$  (Unitary)

$\Delta Q$

星星

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

$E_{dp} > 1$  (สินค้าไม่ใช่ความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต หรือสินค้าที่มีเพื่ออยู่)

ตัวอย่าง การซื้อขายรถยนต์

$P_m \downarrow \rightarrow Q_m \uparrow (\% \Delta Q_m > \% \Delta P_m) \rightarrow R \uparrow$

หรือ

$P_m \uparrow \rightarrow Q_m \downarrow (\% \Delta Q_m < \% \Delta P_m) \rightarrow R \downarrow$

星星

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

$E_{dp} < 1$  (สินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต)

ตัวอย่าง ค่าธรรมเนียมการศึกษา

$P_E \uparrow \rightarrow Q_E \downarrow (\% \Delta Q_E < \% \Delta P_E) \rightarrow R \uparrow$

หรือ

$P_E \downarrow \rightarrow Q_E \uparrow (\% \Delta Q_E > \% \Delta P_E) \rightarrow R \downarrow$

星星

---



---



---



---



---



---



---



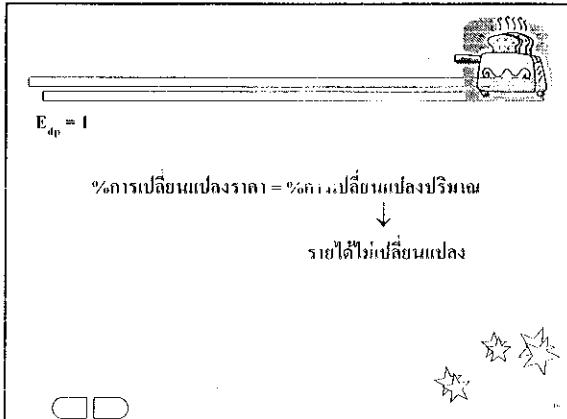
---



---



---




---



---



---



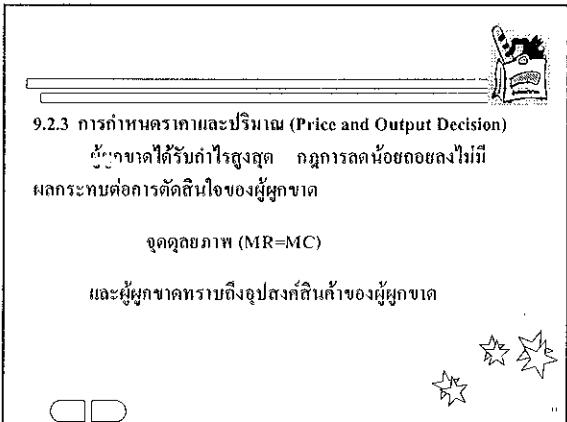
---



---



---




---



---



---



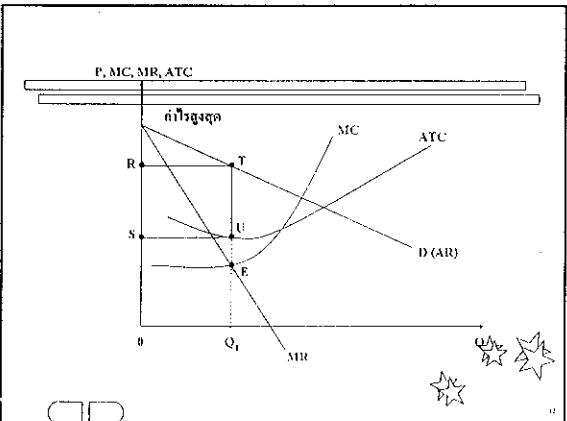
---



---



---




---



---



---



---



---

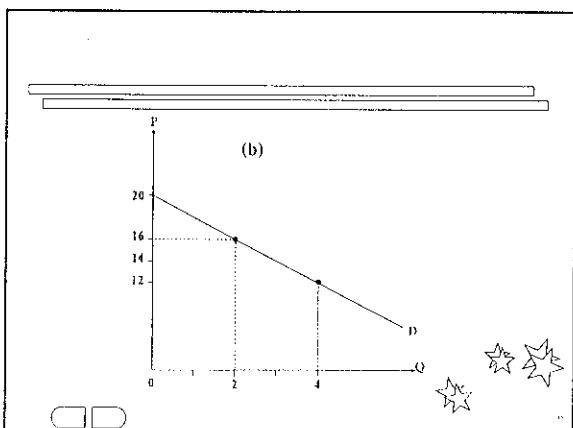
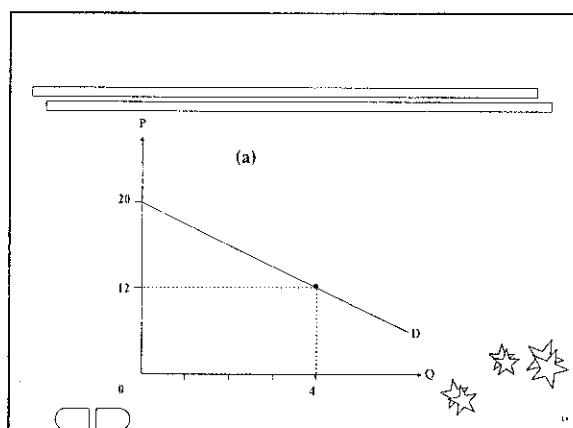


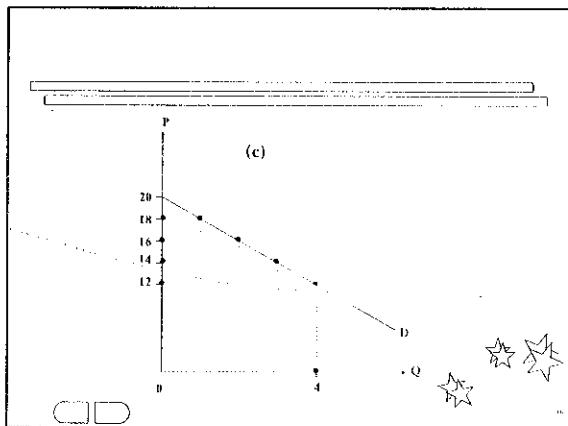
---

**9.3 การกำหนดราคาที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด  
(The Price-Discrimination)**

**9.3.1 การกำหนดราคาที่แตกต่างกันของรายได้รับรวม**

ผู้จัดการห้ามเรียกว่าค่าหานคราคาที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด จะให้ก้าวไปมากกว่าค่าหานคราคาเดียวในทุกๆ ตลาด เมื่อผู้จัดการลดต้นทุนของสินค้าด้วย และส่งผลให้ผู้จัดการมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น






---

---

---

---

---

**9.3.2 การกำหนดราคาที่แตกต่างกัน และส่วนเกินของผู้บริโภค**  
(Price Discrimination and Consumer Surplus)

ผู้ขายมุ่งหาผลกำไรสูงสุดของผู้บริโภคใน การซื้อสินค้าของตน จึงพยายามกำหนดราคาให้สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ผู้บริโภคเหลือ CS น้อยที่สุด ตามรูปภาพใน Power Point ที่ผ่านมา

---

---

---

---

---

**9.3.3 การกำหนดราคากลางและปริมาณการขายเพื่อวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคาที่แตกต่างกัน**

การที่ผู้ขายคาดการณ์ว่าตลาดที่มีแตกต่างกันในเมืองเดียวกันนั้นอยู่ภายใต้เงื่อนไข 2 ประการ

- (1) ผู้ซื้อสินค้าในตลาดที่ขายสูง ต้องไม่สามารถนำไปขายในตลาดที่ราคาถูกกว่า
- (2)  $E_{dp}$  ของสินค้าของผู้ขายขาดไปแต่ละตลาดต้องแตกต่างกัน

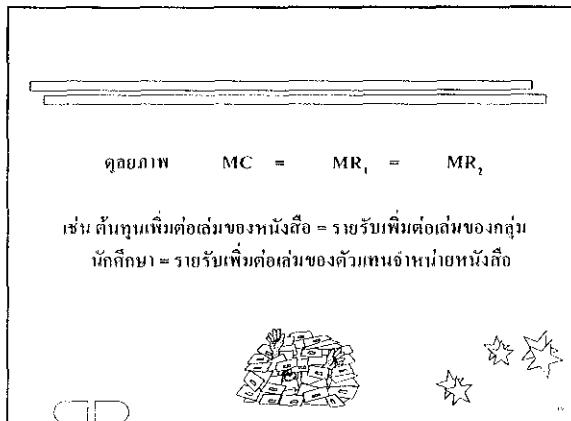
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

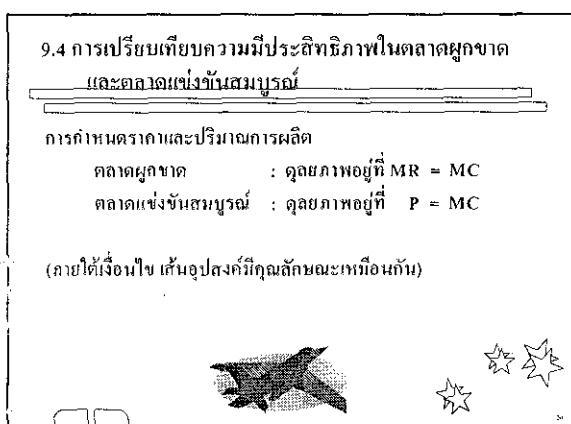
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

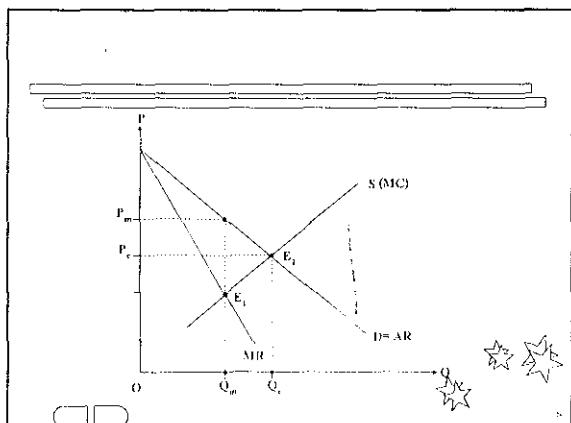
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

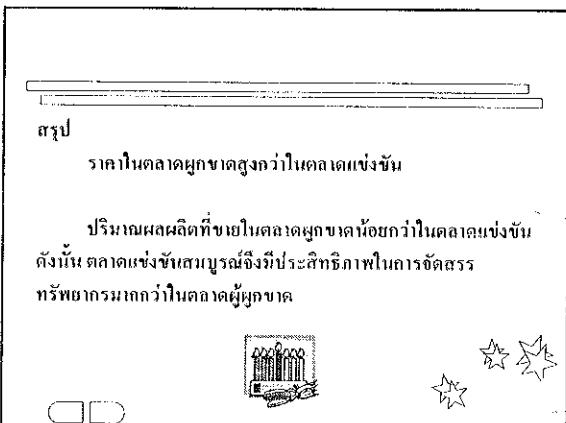
---

---

---

---

---



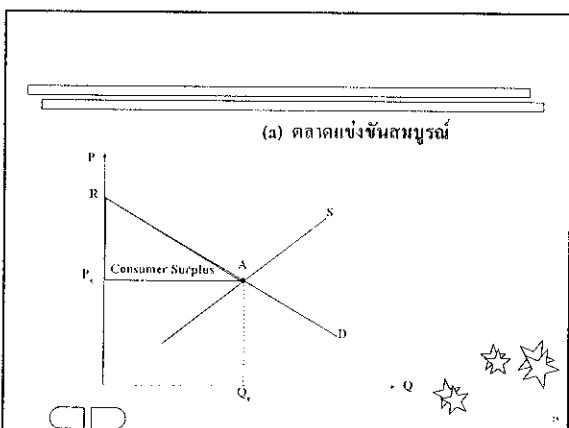

---

---

---

---

---



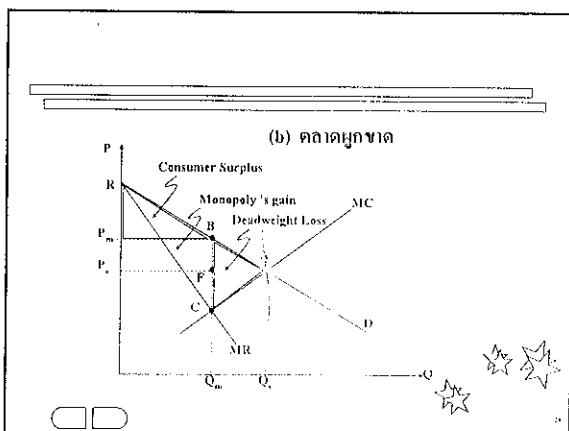

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

## บทที่ 10

### ตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด และตลาดผู้ขายน้อยราย

ตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด และตลาดผู้ขายน้อยรายเป็นตลาดแบ่งขันแบบไม่สมบูรณ์ เช่น เดิมกับตลาดผูกขาด ซึ่งได้อธิบายถึงรายละเอียดในประเด็นที่สำคัญมาแล้วในบทที่ 9 สำหรับในบทที่ 10 นี้ จะแยกประเด็นของการอธิบายเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่งคือการอธิบายถึงตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างของตลาด การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิต ผลิตภาพส่วนเกิน ประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร และผลของการ โฆษณาที่มีต่อตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด สำหรับในส่วนที่สองนี้อธิบายถึงโครงสร้างของตลาดผู้ขายน้อยราย และแบบจำลองเส้นอุปสงค์หักงอ โดยทั้งสองส่วนจะได้อธิบายตามลำดับต่อไปนี้

#### 10.1 ตลาดกิ่งแบ่งขันผูกขาด (Monopolistic Competition Market)

##### 10.1.1 โครงสร้างของตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด (The Structure of Monopolistic Competition Market)

ตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด มีโครงสร้างของตลาดอยู่ระหว่างตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ และตลาดผูกขาด โดยมีคุณลักษณะของตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด ดังต่อไปนี้

1. มีผู้ขายเป็นจำนวนมาก และผู้ขายแต่ละรายจะมีขนาดเล็ก
2. มีสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้านิดอื่นในสายตาของผู้บริโภค
3. ผู้ขายสามารถเข้าและออกจากการค้าได้อย่างเสรี

จากคุณลักษณะของตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาดดังกล่าว พนว่าแตกต่างจากตลาดผูกขาดในประเด็นที่ผู้ขายสามารถเข้าและออกจากการค้าได้อย่างเสรี ซึ่งตลาดผูกขาดจะมีข้อจำกัด และอุปสรรค อย่างมากต่อผู้ขายรายใหม่ในการเข้ามาสู่ตลาด ส่วนที่ตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาดเหมือนกับตลาดแบ่งขัน สมบูรณ์ตรงที่ผู้ขายสามารถเข้าออกได้อย่างเสรี และมีจำนวนผู้ขายเป็นจำนวนมากอยู่ในตลาด นอกจากนี้ ตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาดมีเส้นอุปสงค์เหมือนกับในตลาดผูกขาด ก่อให้กับเส้นอุปสงค์มีค่าความชันเป็นลบ ทดสอบจากชี้มายไปขวา (downward-sloping demand) และผู้ขายในตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาดสามารถกำหนดราคา และปริมาณสินค้าที่วางแผนขายในตลาดได้ โดยเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย (marginal revenues : MR) จะแตกต่างจากเส้นอุปสงค์

ในระยะสั้นผู้ขายในตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาดจะได้กำไรทางเศรษฐศาสตร์ (economic profit) ทำให้มีผู้ขายรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาและกำไรลดลง จนเมื่อเกิดการขาดทุนขึ้นทำให้ผู้ขายบางส่วนทยอยออกจากธุรกิจในตลาด และจากการที่ผู้ขายออกจากราคาอันเนื่องมาจากการขาดทุน จะส่งผลให้ราคาและกำไรขยับเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น คุณภาพในระยะยาวของตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาดจะไม่มีทั้งการเข้าและการออกจากราคาของผู้ขายเดยและ กด จุดนี้ กำไรทางเศรษฐศาสตร์จะเท่ากับศูนย์

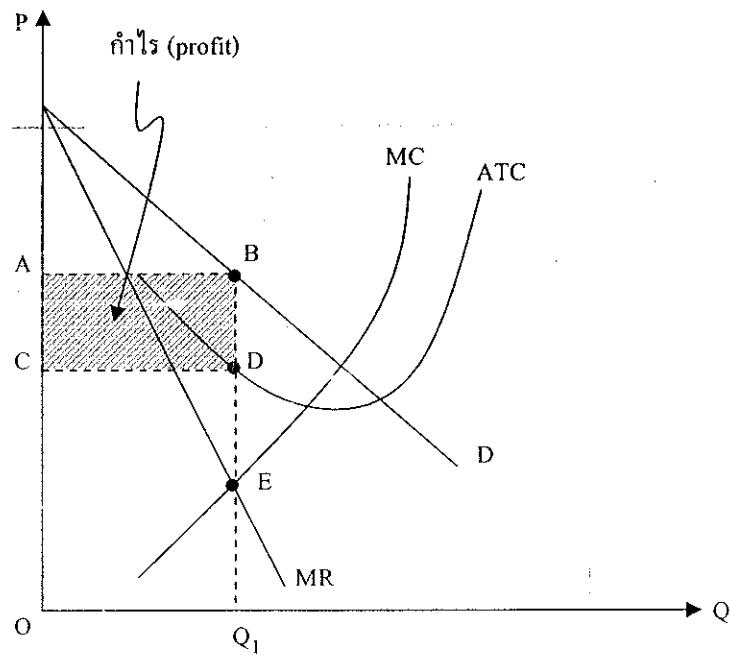
เมื่อตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขายภาคประกอบด้วยผู้ขายขนาดเล็กอยู่เป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ดังนั้น การกระทำของผู้ขายรายได้รายหนึ่ง ในตลาด จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ขายรายอื่นๆ ในตลาด เช่น ถ้ามีผู้ขายรายได้รายหนึ่งกำหนดราคาขายในตลาดสูงกว่าผู้ขายรายอื่นๆ ในตลาดก็จะไม่ทำให้ผู้ขายรายอื่นๆ กำหนดราคาขายสูงขึ้นตาม เป็นต้น

#### 10.1.2 การกำหนดราคา และปริมาณผลผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขายด้วย Monopolistic Competition Market)

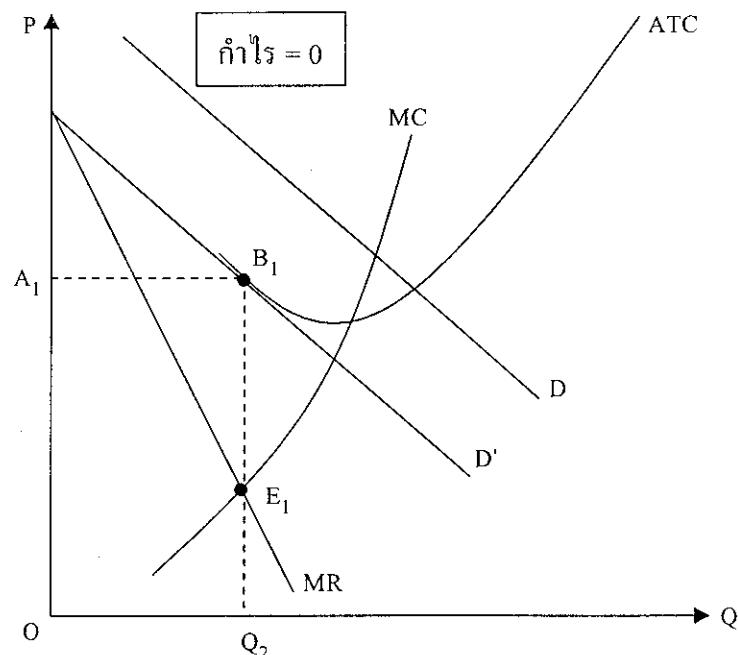
การกำหนดราคาและปริมาณสินค้าในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขายด้วยกันกับในตลาดผู้ขายด้วยกันก็คือคุณภาพของการกำหนดราคาและปริมาณดังกล่าวอยู่ที่ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับรายรับเพิ่มต่อหน่วย ( $MC=MR$ ) จากรูปภาพที่ 10.1 แสดงการกำหนดราคาและปริมาณในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขายโดยที่รูปภาพที่ 10.1 (a) เป็นคุณภาพในระดับสั้น และรูปภาพที่ 10.1 (b) เป็นคุณภาพในระยะยาวการวิเคราะห์รูปภาพดังกล่าวอยู่ภายใต้ข้อสมมุติที่ว่าตลาดหรืออุตสาหกรรมประกอบด้วยผู้ขายขนาดเล็กเป็นจำนวนมากซึ่งขายหรือผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้านิดอื่น โดยมีอุปสงค์และต้นทุนของผู้ขายแต่ละรายเหมือนกัน

ในระยะสั้นเส้นอุปสงค์ คือ  $D$  โดยมีเส้น  $MR$  ที่มีความสัมพันธ์กับ  $D$  ซึ่งมี  $ATC$  และ  $MC$  ดังรูปภาพที่ 10.1 (a) ผู้ขายแต่ละรายได้รับกำไรสูงสุด ณ ปริมาณการขายเท่ากับ  $OQ_1$  และราคาเท่ากับ  $OA$  เพราะคุณภาพ ณ จุด  $E$  นั้น  $MC = MR$  ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยเท่ากับ  $OC$  หรือ  $Q_1D$  ดังนั้นกำไรแสดงได้ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{รายได้รวม} &= OQ_1BA \\ \text{ต้นทุนรวม} &= OQ_1DC \\ \text{กำไร} &= OQ_1BA - OQ_1DC = CDBA \end{aligned}$$



(a) ระยะสั้น (short - run)



(b) ระยะยาว (long - run)

รูปภาพที่ 10.1 แสดงดุลยภาพในระยะสั้นและระยะยาวของตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผูกขาด (กรณีที่ 1)

กำไรในรูปภาพที่ 10.1 (a) เป็นกำไรทางเศรษฐศาสตร์ (economic profit) เนื่องจากผู้ขายในตลาดก็จะเบ่งบานกับผู้ขายจะกำหนดราคาให้สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ และกำไรในระยะสั้นดังกล่าว เป็นกำไรทางเศรษฐศาสตร์ที่อุ้งใจให้ผู้ขายรายอื่นๆ เข้ามายังตลาดก็จะเบ่งบานกับผู้ขายและทำให้เส้นอุปสงค์ของผู้ขายขับมาทางซ้าย พร้อมกับเส้นรายรับเพิ่มต่อหน่วย ทำให้ราคาและปริมาณขายในตลาดลดลงในระยะยาว ดังรูปภาพที่ 10.1 (b) ซึ่งแสดงถึงดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ราคา} &= OA_1 \\
 \text{ปริมาณ} &= OQ_2 \\
 \text{รายได้} = \text{ต้นทุน} &= OQ_2 B_1 A_1 \\
 \text{กำไร} &= O(\text{ศูนย์})
 \end{aligned}$$

สาเหตุที่ทำให้กำไรเท่ากับศูนย์ในระยะยาว เพราะ  $P = ATC$  และไม่มีผู้ขายรายใดเข้าและออกจากตลาดก็จะเบ่งบานกับผู้ขายเดียว

#### 10.1.3 ผลิตภาพส่วนเกินในตลาดก็จะเบ่งบานกับผู้ขาย (Excess Capacity in Monopolistic Competition Market)

ตามปกติผู้ผลิตจะผลิตสินค้าอุปทานขายโดยมีต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำสุด หรือถ้าเปรียบเทียบกับเส้นต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยแล้วจุดของการผลิตที่เหมาะสม คือ จุดต่ำสุดของเส้นดังกล่าว ผู้ผลิตในตลาดก็จะเบ่งบานกับผู้ขายมีผลิตภาพส่วนเกินในระยะยาว นั่นหมายถึงผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าอุปทานน้อยกว่าระดับของปริมาณของผลผลิตที่ทำให้มีต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำสุด ทั้งๆ ที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคต้องจ่ายในราคากว่าสูงกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำสุด เพราะผู้ผลิตเผชิญกับเส้นอุปสงค์ที่ทอคล่องจากซ้ายไปขวา (downward sloping demand) เนื่องจากผู้ผลิตทำให้สินค้าดูแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นในสายตาของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อได้โดยใช้กลยุทธ์การโฆษณา การบรรจุหีบห่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่ดีแก่ผู้บริโภค มากกว่าการใช้กลยุทธ์การลดราคาสินค้า ตัวอย่างของสินค้าและบริการในตลาดก็จะเบ่งบานกับผู้ขาย ได้แก่ ร้านเสริมสวย สถานีให้บริการน้ำมัน และร้านอาหาร เป็นต้น

#### 10.1.4 ประสิทธิภาพในตลาดก็จะเบ่งบานกับผู้ขาย (Efficiency of Monopolistic Competition)

คุณภาพในตลาดเบ่งบานสมบูรณ์เป็นคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งตรงกันข้ามกับตลาดผู้ขายผู้ขายก็จะไม่มีประสิทธิภาพ โดยคุณภาพของตลาดเบ่งบานสมบูรณ์อยู่ที่ราคาเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ( $P=MC$ ) ส่วนคุณภาพของตลาดผู้ขายอยู่ที่ราบรันเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย ( $MC-MR$ ) ปริมาณการผลิตสินค้าอุปทานขายในตลาดเบ่งบานสมบูรณ์นั้นมากกว่าในตลาดผู้ขายผู้ขาย กดันนี้ จึงมีการจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า และในระดับราคาที่ต่ำกว่าด้วย

คุณลักษณะและการกำหนดราคาในตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผู้ขายมีลักษณะเหมือนกับตลาดผู้ขายผู้ขาย กด่าววคือ คุณลักษณะของตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผู้ขายอยู่ที่รายรับเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย และได้รับกำไรสูงสุดในระยะสั้น ส่วนในระยะยาวจะได้รับเพียงกำไรปกติหรือกำไรทางเศรษฐศาสตร์เท่านั้น (normal profit) ดังรูปภาพที่ 10.2 (a) และ (b) โดยในระยะสั้นคุณลักษณะอยู่ที่จุด E ( $MR = MC$ )

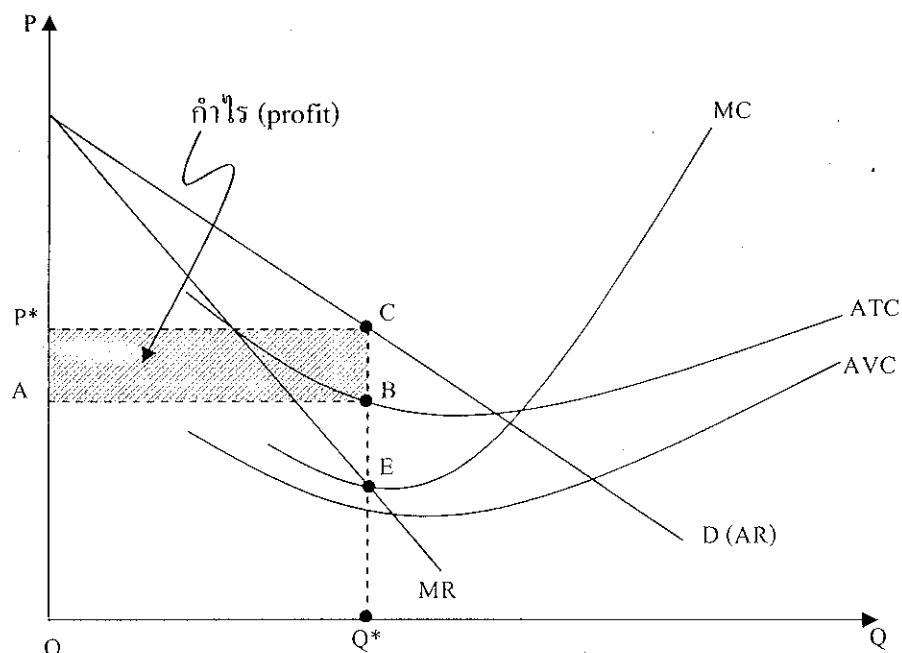
$$\begin{aligned} \text{รายรับรวม} &= OQ^* CP^* \\ \text{ต้นทุนรวม} &= OQ^* BA \\ \text{ดังนั้น กำไรปกติ} &= OQ^* CP^* - OQ^* BA = ABCP^* \end{aligned}$$

สำหรับในระยะยาวผู้ขายในตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผู้ขายจะมีกำไรเพียงกำไรปกติเท่านั้น ถึงแม้คุณลักษณะอยู่ที่จุด E ( $MR = MC$ )

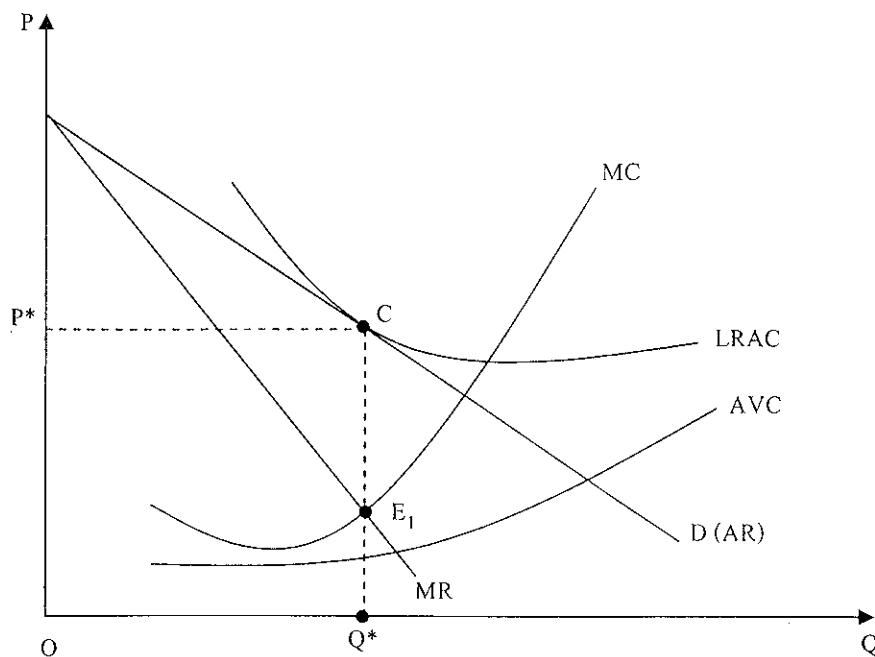
$$\text{รายรับรวม} = \text{ต้นทุนรวม} = OQ^* CP^*$$

และจุด C ไม่ใช่จุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาว (long-run average curve : LRAC) ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ถึงผลิตภาพส่วนเกินในหัวข้อที่ผ่านมาด้วย

นอกจากนี้ยังสามารถสรุปได้ว่าในตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผู้ขายมีการใช้ทรัพยากรมาจัดสรรในการผลิตสินค้าอุปทานน้อยกว่าในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ แต่กำหนดราคากลางกว่าในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ ดังรูปภาพที่ 10.3 (a) และ (b) โดยที่รูปภาพที่ 10.3 (a) ผู้ผลิตในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์จะนำสินค้าอุปทาน 400 หน่วย และเป็นปริมาณการผลิตที่ไม่ใช่จุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำที่สุด (non-minimum LRAC) ส่วนรูปภาพที่ 10.3(b) ผู้ผลิตในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์จะนำสินค้าอุปทาน 600 หน่วย โดยปริมาณผลผลิตตั้งกล่าวทำให้ผู้ผลิตมีต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาวต่ำสุด (minimum LRAC) จึงเป็นข้อสรุปที่ยืนยันได้ว่าในตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผู้ขายนั้นผู้ผลิตนำสินค้าอุปทานน้อยกว่าในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์ และกำหนดราคาย่อมสูงกว่าในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์อีกด้วย โดยในตลาดกิ่งแบ่งขันกิ่งผู้ขายมีประสิทธิภาพน้อยกว่าในตลาดแบ่งขันสมบูรณ์

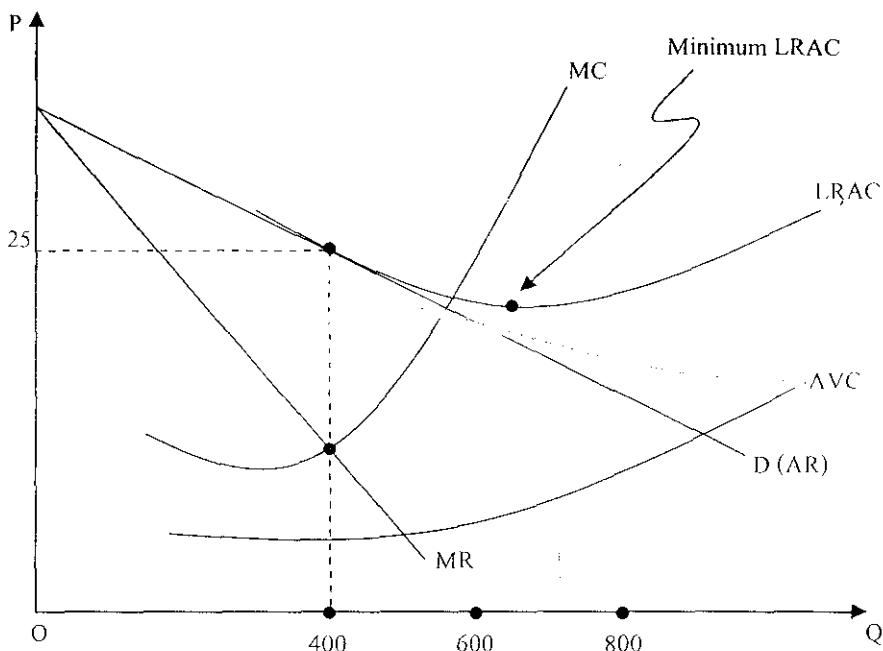


(a) ระยะสั้น (short - run)

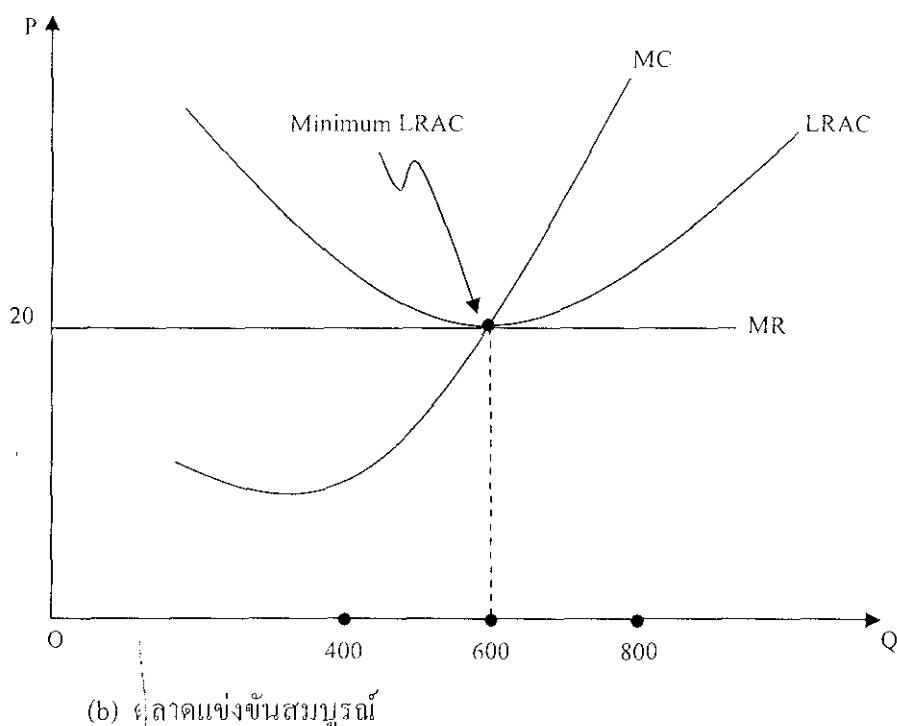


(b) ระยะยาว (long - run)

รูปภาพที่ 10.2 แสดงคุณภาพในระยะสั้นและระยะยาวของตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผูกขาด (กรณีที่ 2)



(a) ตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผู้ค้าขาด



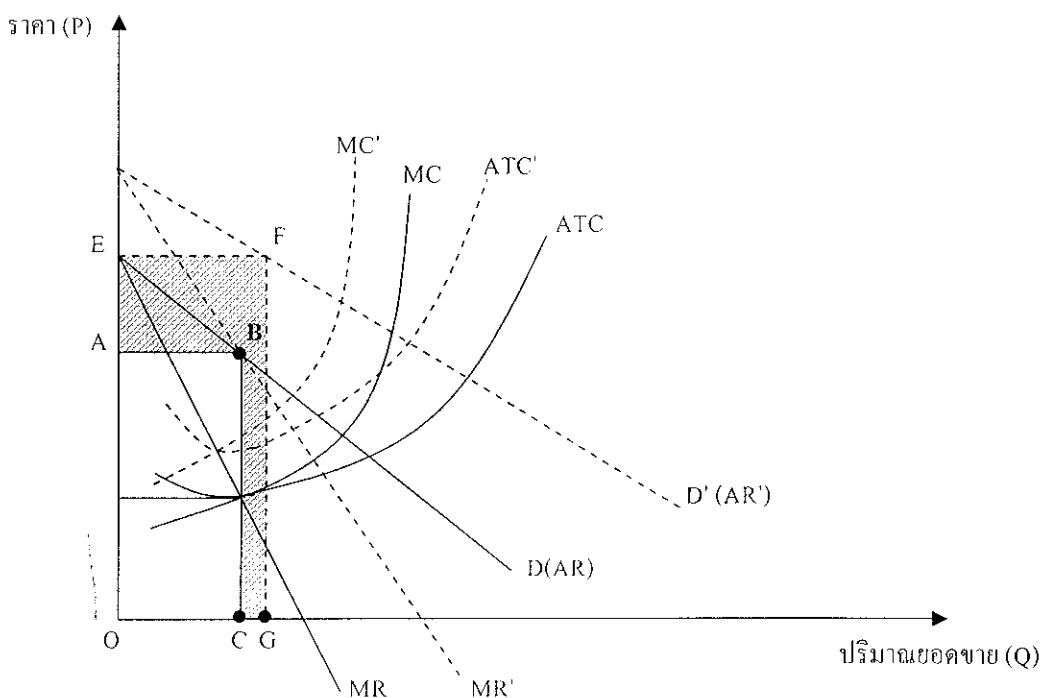
(b) ตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์

รูปภาพที่ 10.3 แสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผู้ค้าขาดและตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์

### 10.1.5 ผลของการโฆษณาในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขายขาด (Advertising in Monopolistic Competition)

ผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผู้ขายขาดสามารถทำให้สินค้าของตนนั้น แตกต่างกัน ในスタイルของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคโดยใช้กลยุทธ์การโฆษณา การบรรจุหินห่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการหลังขายมากกว่าใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา เป็นต้น ซึ่งวิธีการทำให้สินค้าของผู้ผลิตหรือผู้ขาย แตกต่างจากผู้ผลิตหรือผู้ขายรายอื่นดังกล่าวทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของการผลิตสินค้าเปลี่ยนแปลง เพิ่มสูงขึ้น เต่าทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีกำไรหรือรายได้เพิ่มขึ้น

เพื่อให้เข้าใจถึงผลข้อดีและเสียหายของการโฆษณา ให้ศึกษาตัวอย่างการโฆษณาครึ่งบารุงผิวชนิดหนึ่ง ซึ่งบริษัทผู้ผลิต้มีเป้าหมายเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์การโฆษณาด้วยการใช้สื่อทุกรูปแบบ และทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นมากกว่า เป้าหมายที่วางแผนไว้ล่วงหน้า โดยการโฆษณาดังกล่าวทำให้มีต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยเพิ่มขึ้น แต่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ผลดังกล่าวพิจารณาจากรูปภาพที่ 10.4 แสดงการโฆษณาสินค้าทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยเพิ่มต่อหน่วย (ATC และ MC) เพิ่มสูงขึ้นเป็น  $ATC'$  และ  $MC'$  แต่การทำให้สินค้าของผู้ผลิตครึ่งบารุงผิวชนิดหนึ่งมีผลทำให้มีผู้ซื้อครึ่งบารุงผิวของบริษัทที่ใช้การโฆษณาในสื่อทุกรูปแบบมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นมากอย่างรวดเร็ว จนทำรายได้เพิ่มขึ้นจาก OABC เป็น OEFQ เมื่อจากอุปสงค์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากกว่าต้นทุนที่เพิ่มขึ้นนั้นเอง



รูปภาพที่ 10.4 แสดงการโฆษณาในสื่อทุกรูปแบบทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย และต้นทุนเพิ่มต่อหน่วยเพิ่มขึ้น

## 10.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Market)

### 10.2.1 โครงสร้างของตลาดผู้ขายน้อยราย (The Structure of Oligopoly Market)

โลกของธุรกิจที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบัน ตลาดสินค้าหลายชนิดมีโครงสร้างของตลาดแตกต่างจากโครงสร้างตลาดของสินค้าชนิดอื่นๆ กล่าวคือ เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่กี่รายครองส่วนแบ่งตลาดเป็นส่วนใหญ่ เช่น ตลาดเครื่องดื่มน้ำอัดลม ตลาดเครื่องขยายเสียง โทรศัพท์มือถือ ตลาดของปูนซีเมนต์ ตลาดซอฟแวร์ และตลาดเครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น ตัวอย่างทั้งหมดที่กล่าวมาจะมีลักษณะของส่วนแบ่งตลาดของแต่ละบริษัทสูงทึ่งสิ้น ตลาดดังกล่าวเรียกว่าตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) ซึ่งมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ (ข้อมูล กринศรีสุข, 2539)

1. มีผู้ผลิตหรือผู้ขายน้อยราย และต่างก็มีอิทธิพลในการกำหนดผู้ผลิตหรือผู้ขายรายใหม่
2. ผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายมีส่วนแบ่งการตลาดในสัดส่วนที่สูงมากอย่างมีนัยสำคัญ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละราย นอกจากจะกระทบถึงพฤติกรรมของผู้ผลิตหรือผู้ขายอื่นแล้ว ยังมีผลกระทบต่อตลาดโดยรวมอีกด้วย นั่นคือ ผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายต้องยอมรับในอิทธิพลของแต่ละฝ่าย
4. ผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายไม่สามารถดำเนินนโยบายของบริษัทโดยอิสระเสรี

สาเหตุที่ทำให้เกิดตลาดผู้ขายน้อยรายมาจาก 3 สาเหตุ ดังต่อไปนี้

1. การประหยัดต้นทุนการผลิต (economy of scale) เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีสูงๆ มีเพียงไม่กี่ราย หรือมีเงินลงทุนเริ่มแรกสูงมาก
2. การกีดกันผู้ขายรายใหม่จากผู้ผลิตรายก่า (artificial barriers to entry)
3. การรวมตัวของบริษัทขนาดใหญ่ (merger) เป็นอุปสรรคต่อผู้ผลิตรายใหม่

### 10.2.2 แบบจำลองเส้นอุปสงค์หักงอ (The Kinked Demand Curve)

ลักษณะของตลาดและสาเหตุที่ทำให้เกิดตลาดผู้ขายน้อยราย พนวณการตัดสินใจของผู้ผลิตหรือผู้ขายรายใดรายหนึ่ง จะต้องกระทบต่อผู้ขายรายอื่นๆ ในตลาดผู้ขายน้อยราย ในที่นี้ได้แก่ Cartel หมายถึง การร่วมกันกำหนดราคาและปริมาณการผลิตของผู้ขายในตลาด

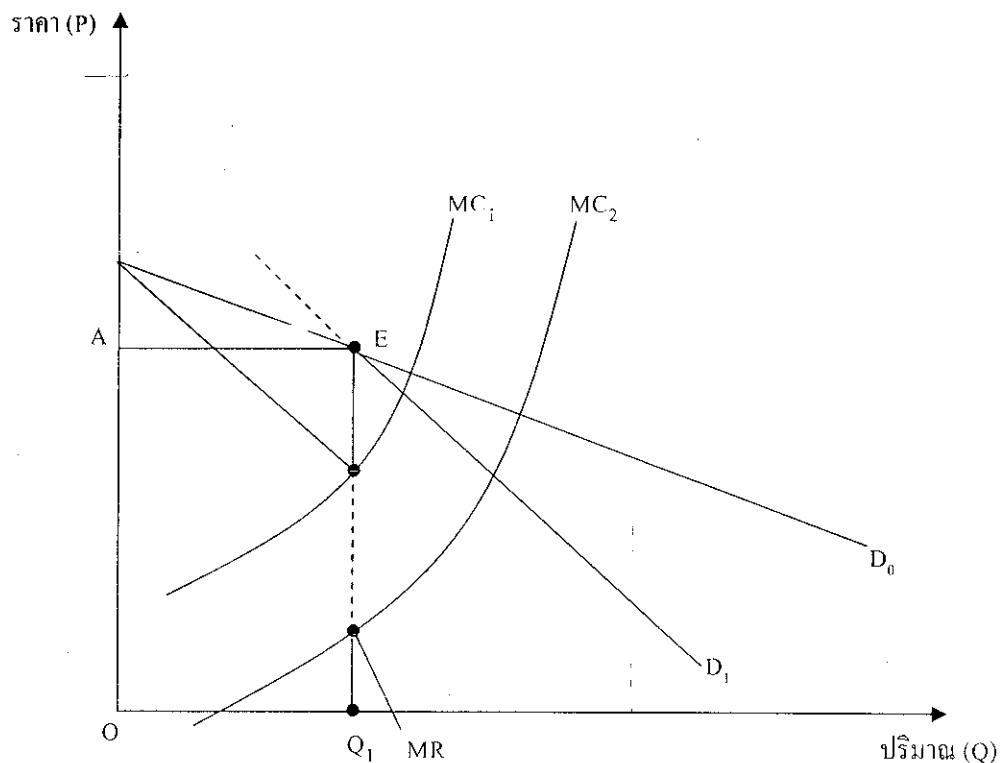
Price Leadership หมายถึง ผู้ผลิตหรือผู้ขายรายย่อยยอมให้ผู้ขายหรือผู้ผลิตรายใหญ่เป็นผู้กำหนดราคาแต่เพียงผู้เดียว

แต่โดยทั่วไปในตลาดผู้ขายน้อยรายผู้ผลิตหรือผู้ขายจะมีความสัมพันธ์อยู่ 2 รูปแบบ ได้แก่ ผู้ขายน้อยรายไม่วิ่งมือกัน (noncollusive) และผู้ขายน้อยรายร่วมมือกัน (collusive) ในที่นี้จะศึกษาตลาดผู้ขายน้อยรายจากแนวความคิดของ Paul M. Sweezy ในปี คศ. 1930 ซึ่งเสนอแบบจำลองเส้นอุปสงค์หักงอ (The Kinked Demand Curve) ซึ่งเป็นตัวอย่างของผู้ขายน้อยรายที่ไม่วิ่งมือกัน ราคาที่กำหนดในตลาดของผู้ขายน้อยรายจึงไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ทั่วสำหรับตลาดผู้ขายน้อยรายแท้ๆ ร่วงเรียกันไว้ ที่จาระในภาร์เนล (Cartels,

จากรูปภาพที่ 10.5 เป็นแบบจำลองสืบอุปสงค์หักงอที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ขายน้อยรายที่ไม่วร่วมมือกัน ทั้งๆที่การคัดสินใจของแต่ละรายมีผลผลกระทบต่อตลาด ราคาและปริมาณคุลียภาพจะอยู่ที่ OA และ OQ<sub>1</sub> ตามลำดับ ปกติอุปสงค์จะเป็นเส้นค่อนข้างลาด คือ D<sub>0</sub> การเคลื่อนไหวจะอยู่บนเส้น D<sub>0</sub> แต่ความเป็นจริงถ้าผู้ขายคนใดคนหนึ่งลดราคางาเงินการขายจะไม่เพิ่มตามทฤษฎีอุปสงค์โดยทั่วไป เพราะผู้ขายรายอื่นจะลดราคางานตามพฤษฎิกรรมตามเส้นอุปสงค์ D<sub>1</sub> แต่ผู้ผลิตหรือผู้ขายรายใดเพิ่มราคาก็พบว่าปริมาณที่ขายได้จะลดลงมากตามเส้น D<sub>0</sub> ดังนั้นเส้นอุปสงค์จึงเป็นเส้นหักงอ หรือวีจุดหักงอที่ จุด E

กรณีที่เส้นอุปสงค์หักงอนี้ ราคาและปริมาณคุลียภาพจะอยู่ที่จุดหักงอ คือ จุด E โดย OA และ OQ<sub>1</sub> เป็นราคาและปริมาณคุลียภาพ ตามลำดับ เนื่องจากการลดราคากำไรให้คู่แข่งรายอื่นลดราคางวด้วย หรืออาจเรียกราคา OA ว่าเป็น Rigid Price ซึ่งเกิดจากตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ กลยุทธ์ทางด้านราคาก็ นำมาใช้ไม่ได้กับตลาดที่มีเส้นอุปสงค์หักงอ นโยบายที่ได้ผล คือ นโยบายที่ไม่ใช่ราคา เช่น การโฆษณา ซึ่งทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยสูงขึ้น หรือการตัดค่าใช้จ่ายบางรายการสำหรับการผลิตสินค้าออกไป จากรูปภาพที่ 10.5 ดังกล่าว การปรับปรุงต้นทุนดังกล่าวที่เหมาะสมจะอยู่ในช่วง MC<sub>1</sub> กับ MC<sub>2</sub> โดย ณ MC=MR ผู้ขายในตลาดจะได้รับกำไรสูงสุด ซึ่งผู้ขายแต่ละรายจะไม่คำนึงถึงส่วนแบ่งการตลาด (market share) แต่คำนึงถึงจำนวนขายสูงสุด นอกเหนือไปยังคำนึงถึงการผลิตในระยะยาวด้วย

การลงทุนในระยะยาวนั้นต้นทุนผันแปรจะต่ำกว่าในระยะสั้น เมื่อนโยบายราคาไม่สามารถนำมาใช้ได้ แต่ผู้ขายต้องได้รับกำไรสูงสุด ดังนั้น วิธีที่จะทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายได้รับกำไรสูงสุด คือ การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องทำให้ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วยอยู่ระหว่างช่อง MC<sub>1</sub> และ MC<sub>2</sub> นั่นเอง



รูปภาพที่ 10.5 แบบจำลองเส้นอุปสงค์หักงอ

สำหรับกรณีที่ผู้ขายน้อยรายมีการร่วมมือกันแบบการเทล (Cartels) นั้น ผู้ขายหรือผู้ผลิตในตลาดนี้จะร่วมกันกำหนดราคาและปริมาณการผลิต ตัวอย่างเช่น OPEC (Organization of Petroleum Exporting Countries) หรือ IATA (International Airline Cartel) เป็นต้น แต่จุดอ่อนของการเทลที่เป็นปัญหาคือ สมาชิกของกลุ่มนักไม่ซื่อสัตย์ต่อกัน เพราะต้องการได้รับผลประโยชน์นั้นเอง

### 10.3 สรุป

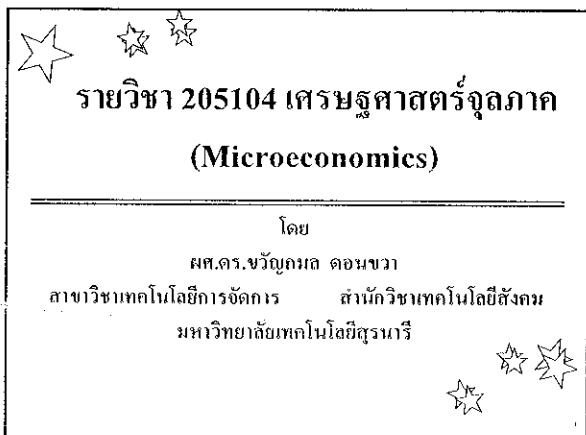
ตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผูกขาด และตลาดผู้ขายน้อยราย เป็นตลาดอยู่ในกลุ่มตลาดแบ่งขั้น ไม่สมบูรณ์ โดยที่ตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผูกขาดมีลักษณะที่มีผู้ขายเป็นจำนวนมาก และผู้ขายแต่ละรายมีขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของผู้ซื้อรวมในตลาดทั้งหมด สินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าอื่นในสายตาของผู้บริโภค นอกจากนั้นผู้ขายยังสามารถเข้าและออกจากราคาได้อิ่งเต็ม เส้นอุปสงค์จะมีลักษณะทอคลาดลงจากซ้ายไปขวา เช่นเดียวกับตลาดผูกขาด ดูดขาดตลาดอยู่ที่รายรับเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย และจะได้กำไรทางเศรษฐศาสตร์ในระยะยาวเท่ากับศูนย์ ประสิทธิภาพของตลาดกึ่งแบ่งขั้น กึ่งผูกขาดนั้นมากกว่าในตลาดผูกขาด แต่ต่ำกว่าในตลาดแบ่งขั้นสมบูรณ์ การทำให้สินค้าแตกต่างจากสินค้าชนิดอื่นนั้นผู้ขายในตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผูกขาดใช้กลยุทธ์การโฆษณา การบรรจุหีบห่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่ดีแก่ผู้บริโภคมากกว่าใช้กลยุทธ์การลดราคา

สำหรับในตลาดผู้ขายน้อยรายนี้มีลักษณะที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีจำนวนน้อยราย แต่ต่างกันมีอิทธิพลในการกีดกันผู้ผลิตหรือผู้ขายรายใหม่เข้ามาในตลาด โดยที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดผู้ขายน้อยรายนี้ต่างกันมีส่วนแบ่งการตลาดสูงมาก นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายในตลาด นอกจากจะกระทบซึ่งกันและกันแล้ว ยังมีผลกระทบต่อการรวมของตลาดอีกด้วย สาเหตุที่ทำให้เกิดตลาดผู้ขายน้อยรายมาจากการสนับสนุนการประยัดต์ต่องานการผลิต การกีดกันผู้ขายรายใหม่จากผู้ผลิตรายเก่า ตลอดจนการรวมตัวกันของบริษัทขนาดใหญ่ แบบจำลองที่อธิบายได้ดีที่สุด คือกรณีของเส้นอุปสงค์หักงอ โดยดูถูกภาพของผู้ซื้อที่หักงอ และนโยบายราคาจะไม่ได้ผลในตลาดผู้ขายน้อยราย นอกจากใช้นโยบายทางด้านต้นทุนเท่านั้น ซึ่งอาจจะเป็นการลดต้นทุนการผลิตนั่นเอง

#### 10.4 แบบฝึกหัด

1. จากตัวอย่างต่อไปนี้ขอให้อธิบายว่า อุปกรณ์ในตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผู้ขาย หรือตลาดผู้ขายน้อยราย และเพราระสานาหตุใด
 

1.1 ตลาดน้ำมพร้อมคิม	1.6 ตลาดผงซักฟอก
1.2 ตลาดเครื่องคัมเน้าอัดลม	1.7 ตลาดเครื่องจักรโทรทัศน์มีถือ
1.3 ตลาดเครื่องคัมประเภทน้ำผลไม้	1.8 ตลาดผลไม้กระป่อง
1.4 ตลาดโทรศัพท์มือถือ	1.9 ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้า
1.5 ตลาดครีมบำรุงผิว	1.10 ตลาดซอฟแวร์
2. ทำไนเมสันอุปสงค์ในตลาดผู้ขายน้อยรายซึ่งเป็นสินหักษ์ และนโยบายราคาใช้ได้ผลหรือไม่ ของอธิบายมาให้ฟ้าใจโดยละเอียด
3. เปรียบเทียบความมีประสิทธิภาพระหว่างตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผู้ขาย และตลาดผู้ขายน้อยราย
4. ผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดกึ่งแบ่งขั้นกึ่งผู้ขายใช้กลยุทธ์อย่างไรจึงทำให้สินค้าแตกต่างจากผู้ผลิต หรือผู้ขายรายอื่น ของอธิบายโดยการยกตัวอย่างประกอบการอธิบายและวัดภาพประกอบให้เห็น อย่างชัดเจน
5. ทำไนในระยะยาวผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดกึ่งผู้ขายซึ่งได้กำไรงทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับศูนย์ ของอธิบายพร้อมทั้งวัดภาพประกอบการอธิบาย



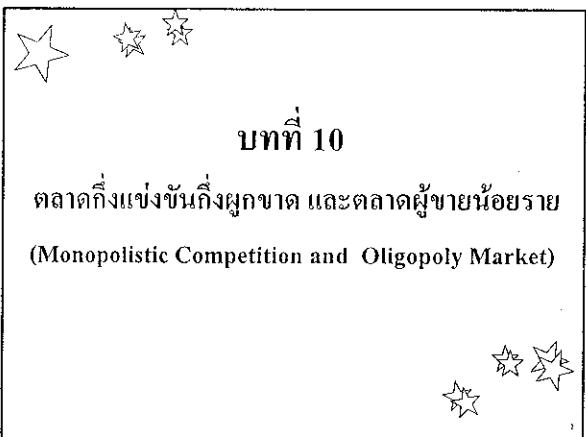

---

---

---

---

---



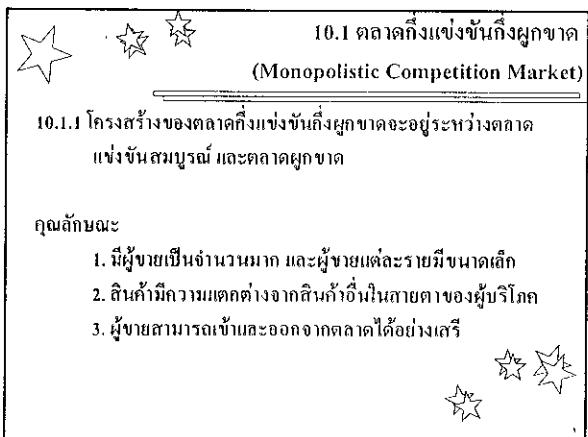

---

---

---

---

---



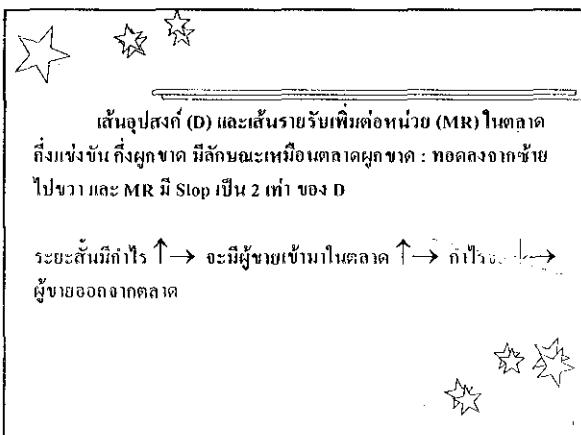

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

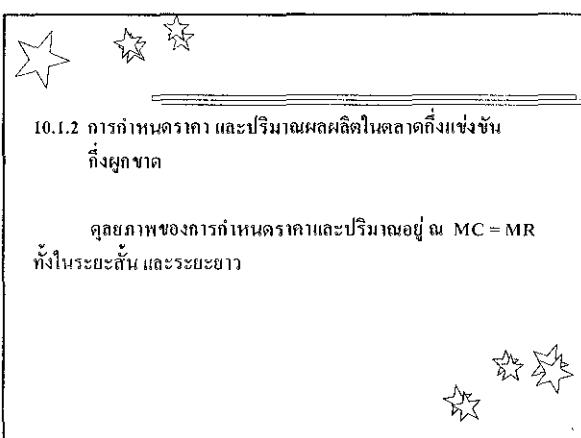
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

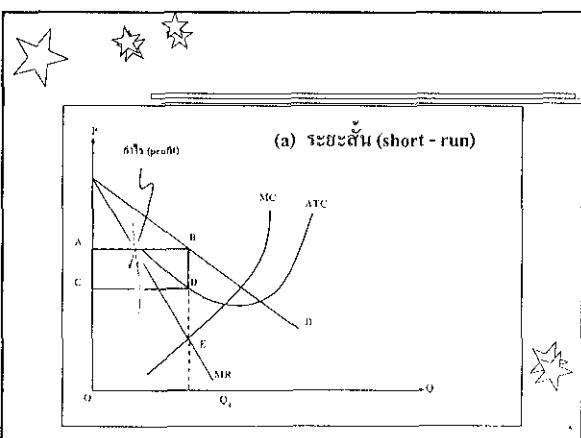
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

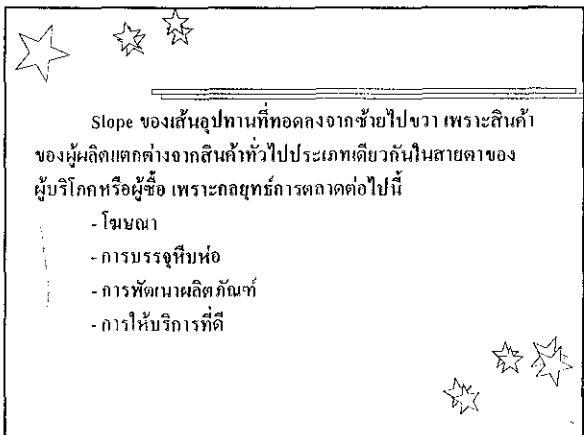
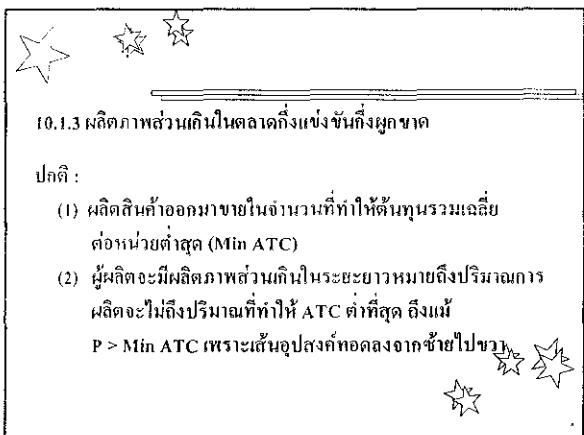
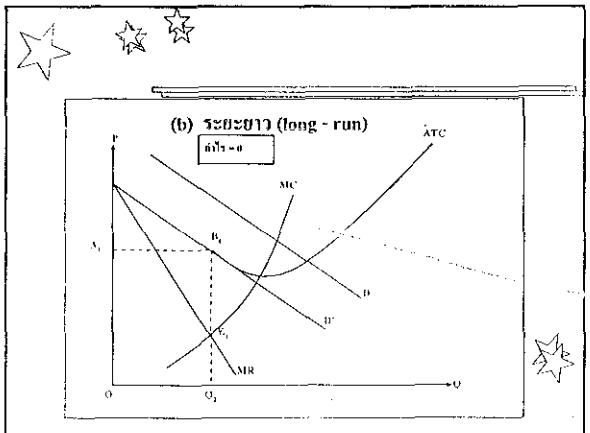
---

---

---

---

---

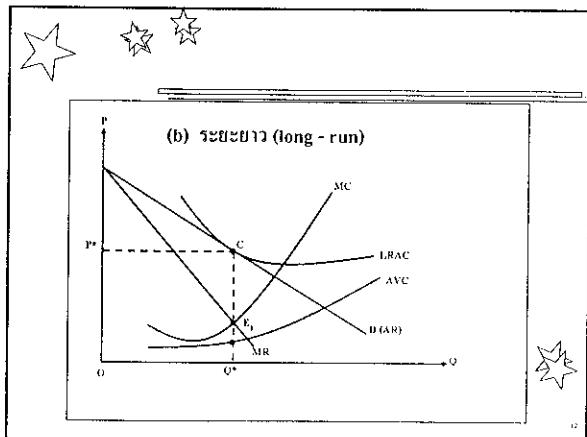
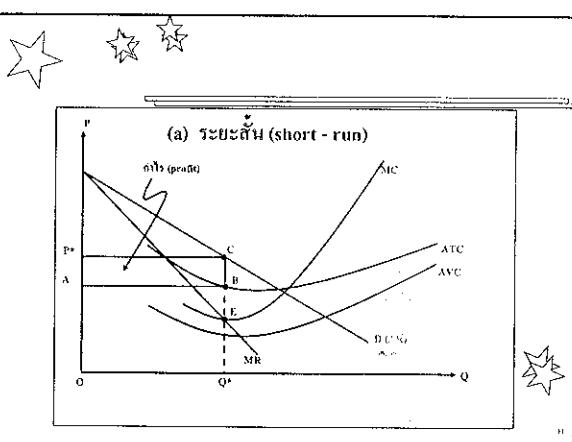


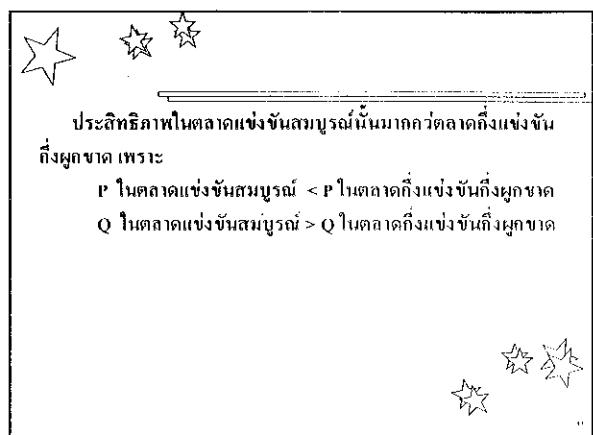
10.1.4 ปรัศน์ค้าพในตลาดถึงแม่ขันคึ่งญาติ

ตุลยภาพ :  $MR = MC$

ระดับสูง : Excess Profit

ระดับกลาง : Normal Profit






---

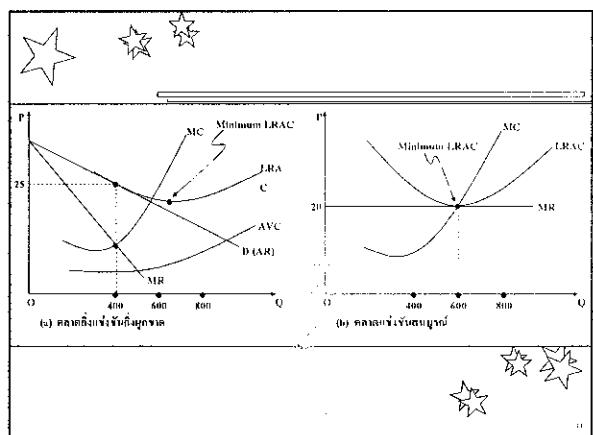
---

---

---

---

---




---

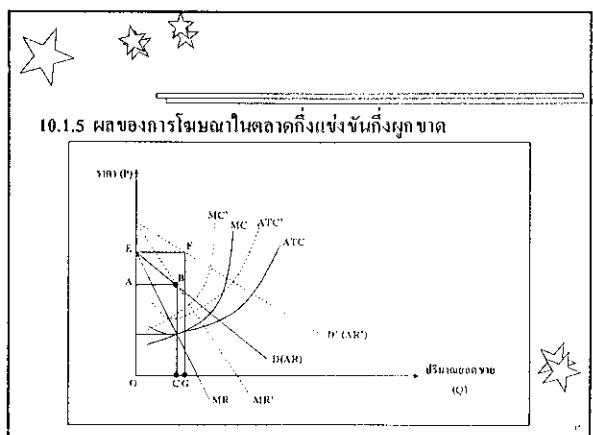
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

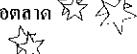
---

10.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย  
(Oligopoly Market)

**10.2.1 โครงสร้างของตลาดผู้ขายน้อยราย**

ทุนถักทุนจะของตลาดผู้ขายน้อยราย

- 1) มีผู้ผลิตหรือผู้ซื้อขายน้อยราย และต่างกันมีอิทธิพลในการกำหนดผู้ผลิตหรือผู้ขายรายใหม่
- 2) ผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายมีส่วนแบ่งการตลาดในสัดส่วนที่สูงมากอย่างมีนัยสำคัญ
- 3) พฤติกรรมของผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละราย nokjajak จะพยายามซื้อกันและกันแล้ว บังนีผลกระแทกต่อตลาด



สาเหตุที่ทำให้เกิดตลาดผู้ขายน้อยราย : 3 สาเหตุ

- 1) การประหยัดต้นทุนจากการผลิต (Economy of Scale)
- 2) การกั้นผู้ขายรายใหม่จากผู้ผลิตรายเดียว (Artificial Barriers to Entry)
- 3) การรวมตัวของบริษัทขนาดใหญ่ (Merger) เป็นกลุ่มรรคต่อผู้ผลิตรายใหม่



**10.2.2 แนวโน้มเส้นอุปสงค์หักงอ**

(The Kinked Demand Curve)

Cartel	}	เกิดจากการตัดสินใจของผู้ผลิต
Price Leadership		แต่ละรายมีผลกระทบซึ่งกันและกัน



★ ★ ★

ผู้ขายในตลาดผู้ขายน้อยราย จะมีความสัมพันธ์อู่ 2 รูปแบบ

- 1) ผู้ขายน้อยรายไม่ร่วมมือกัน (noncollusive)
- 2) ผู้ขายน้อยรายร่วมมือกัน (collusive)

★ ★ ★

---



---



---



---



---



---



---



---

★ ★ ★

เพื่อให้เข้าใจ จะขอยกตัวอย่างแบบจำลองของผู้ขายน้อยรายไม่ร่วมมือ กันของ Paul M. Sweezy คือ แบบจำลองเส้นอุปสงค์หักงอ (The Kinked Demand Curve)

★ ★ ★

---



---



---



---



---



---



---



---

★ ★ ★

ดำเนินการโดยผู้ขายน้อยรายมีการร่วมมือด้านนโยบายการ์เทล (Cartels)

เช่น OPEC (Organization of Petroleum Exporting Countries)  
IATA (International Airline Cartel)

จุดเด่นของ Cartels คือ สามารถขอกลุ่มนักท่องเที่ยวสัตย์ต่อ กัน เพื่อประโยชน์ทั่วไป

★ ★ ★

---



---



---



---



---



---



---



---

### รายการอ้างอิง

1. ขวัญกมล กลินครีสุช. (2539). เอกสารประกอบการบรรยายรายวิชา 205210 มหกรรมศาสตร์. นครราชสีมา : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
2. Hyman, David N. (1992). Microeconomics. 2nd ed. Homewood, IL : IRWIN.
3. Parkin, Michael. (1994). Microeconomics. Updated 2nd ed. Reading, Massachusetts : Addison - Wesley.
4. Ragan, James F., IQ., Thomas, L Loyd B., JR (1990). Principles of Microeconomics. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.