



สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

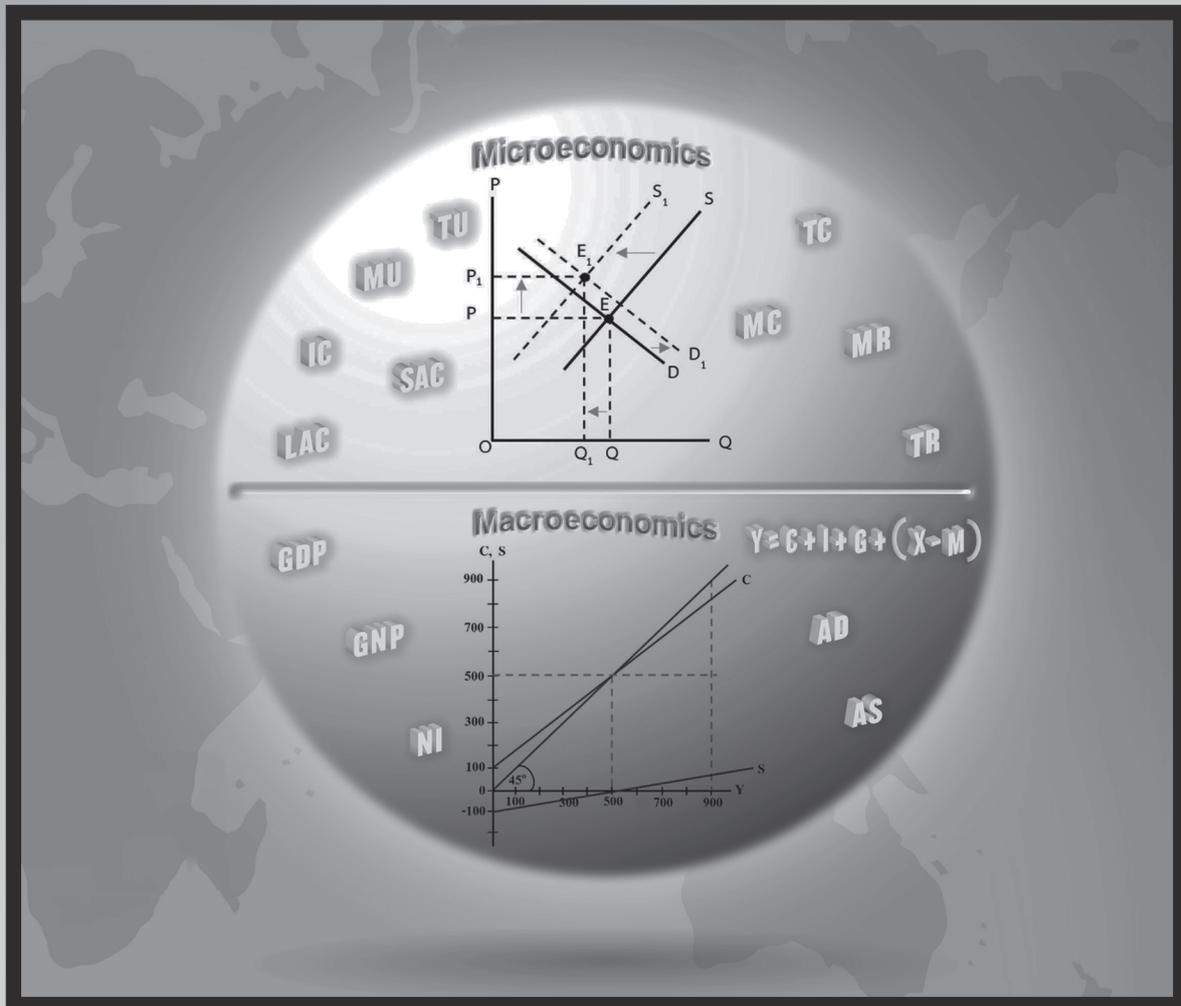
การสอนเสริมครั้งที่ 1  
หน่วยที่ 2 - 8

เอกสารสถิติศึญชุตวิชฉ

60120

# หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

## Principles of Economics



ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1

### **สงวนลิขสิทธิ์**

**เอกสารโสตทัศนศึกษา** หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิตเบื้องต้น การสอนเสริมครั้งที่ 1  
จัดทำขึ้นเพื่อเป็นบริการแก่นักศึกษาในการสอนเสริม

**จัดทำต้นฉบับ** : คณะกรรมการบริหารชุดวิชาหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิตเบื้องต้น

**บรรณาธิการ/ออกแบบ** : หน่วยผลิตสื่อสอนเสริม ศูนย์โสตทัศนศึกษา  
สำนักเทคโนโลยีการศึกษา

**จัดพิมพ์** : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

**พิมพ์ที่** : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พิมพ์ครั้งที่ 62 ภาค 1/2561 ปรับปรุง

## แผนการสอนเสริมครั้งที่ 1

### การสอนเสริมชุดวิชา 60120 หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

#### รายชื่อหน่วยที่สอนเสริม

- หน่วยที่ 2 อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพของตลาด
- หน่วยที่ 3 ทางเลือกของผู้บริโภค
- หน่วยที่ 4 การผลิตและต้นทุนการผลิต
- หน่วยที่ 5 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด
- หน่วยที่ 6 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดและตลาดผู้ขายน้อยราย
- หน่วยที่ 7 ตลาดปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนปัจจัยการผลิต
- หน่วยที่ 8 ความล้มเหลวของตลาด ผลกระทบภายนอก และสินค้าสาธารณะ

#### ประเด็น

1. อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพของตลาด
  - 1.1 อุปสงค์
  - 1.2 อุปทาน
  - 1.3 ดุลยภาพของตลาด
  
2. ทางเลือกของผู้บริโภค
  - 2.1 ทางเลือกของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์
  - 2.2 ทางเลือกของผู้บริโภคตามทฤษฎีความพอใจเท่ากัน
  
3. การผลิตและต้นทุนการผลิต
  - 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตและการผลิตระยะสั้น
  - 3.2 การผลิตระยะยาว
  - 3.3 ต้นทุนการผลิต
  
4. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด
  - 4.1 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
  - 4.2 ตลาดผูกขาด
  
5. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดและตลาดผู้ขายน้อยราย
  - 5.1 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
  - 5.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย

## 6. ตลาดปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนปัจจัยการผลิต

### 6.1 ตลาดปัจจัยการผลิต

### 6.2 ผลตอบแทนปัจจัยการผลิต

## 7. ความล้มเหลวของตลาด ผลกระทบภายนอก และสินค้าสาธารณะ

### 7.1 ความล้มเหลวของตลาด

### 7.2 ผลกระทบภายนอก

### 7.3 สินค้าสาธารณะ

## แนวคิด

1. อุปสงค์ หมายถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องคงที่ กฎของอุปสงค์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณอุปสงค์ โดยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นปริมาณอุปสงค์จะลดลง และเมื่อราคาลดลงปริมาณอุปสงค์จะเพิ่มขึ้น

2. อุปทาน หมายถึงปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตหรือของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง กฎของอุปทานแสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณเสนอขายโดยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าลดลงปริมาณเสนอขายจะลดลง และเมื่อราคาเพิ่มขึ้นปริมาณเสนอขายก็จะเพิ่มขึ้น

3. ดุลยภาพของตลาด หมายถึงสภาวะที่ปริมาณเสนอซื้อเท่ากับปริมาณเสนอขาย ดุลยภาพของตลาดเกิดขึ้น ณ ระดับที่ผู้ซื้อได้ซื้อและผู้ขายได้ขายตามปริมาณที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาดอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ การเปลี่ยนแปลงของอุปทาน หรือการเปลี่ยนแปลงของทั้งอุปสงค์และอุปทาน

4. อรรถประโยชน์แสดงความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับรายได้ที่มีและให้อรรถประโยชน์รวมสูงสุด เมื่อราคาของสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงทางเลือกเปลี่ยนไปด้วยในทิศทางตรงข้าม พฤติกรรมการบริโภคโดยมีอรรถประโยชน์เป็นเครื่องชี้จึงเป็นฐานในการสร้างอุปสงค์ของสินค้านายบุคคล

5. ความพึงพอใจของผู้บริโภคอาจแสดงระดับด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน เมื่อนำเส้นงบประมาณที่แสดงความจำกัดของรายได้ของผู้บริโภคมาวิเคราะห์ร่วมกับแผนที่เส้นความพอใจเท่ากัน จะพบจุดดุลยภาพผู้บริโภคที่ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด เมื่อราคาสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคเปลี่ยนปริมาณสินค้าหรือบริการในการบริโภคด้วยในทิศทางตรงข้ามกับการเปลี่ยนแปลงราคา พฤติกรรมการบริโภคที่แสดงด้วยเส้นความพอใจเท่ากันจึงเป็นฐานในการสร้างอุปสงค์ของสินค้านายบุคคลได้เช่นกัน

6. การผลิต คือ กระบวนการแปรสภาพปัจจัยการผลิตต่างๆ ให้เป็นสินค้าหรือบริการ การผลิตประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และผลผลิต การผลิตในระยะสั้นมีทั้งปัจจัยการผลิตที่เป็นปัจจัยคงที่และปัจจัยแปรผัน โดยมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีผลผลิตส่วนเพิ่มหรือผลผลิตหน่วยสุดท้าย สำหรับการผลิตในระยะยาวจะมีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว คือ ปัจจัยแปรผัน และมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีแสดงเส้นผลผลิตเท่ากันและเส้นต้นทุนเท่ากัน

7. ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตได้จ่ายออกไป ได้แก่ ปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนสินค้าหรือบริการที่ต้องการ หรือค่าใช้จ่ายที่ทำให้มูลค่าของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น ผ่านกระบวนการผลิต หรือค่าใช้จ่ายที่ทำให้อรรถประโยชน์ของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น โครงสร้างต้นทุนระยะสั้นที่สำคัญ ได้แก่ ต้นทุนรวม ต้นทุนเฉลี่ย และต้นทุนส่วนเพิ่ม สำหรับต้นทุนการผลิตในระยะยาวนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับต้นทุนรวมเฉลี่ยในระยะยาว

8. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก โดยผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายจะมีความต้องการซื้อและขายสินค้าจำนวนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับทั้งตลาด สินค้าที่ขายอยู่ในตลาดจะมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ ไม่มีผู้ซื้อหรือผู้ขายรายใดที่สามารถกำหนดหรือมีอิทธิพลในการกำหนดราคาตลาด ผู้ซื้อและผู้ขายต่างทราบราคาสินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดเป็นอย่างดี และผู้ขายสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้อย่างเสรีโดยมีกำไรหรือขาดทุนเป็นแรงจูงใจให้เข้าหรือออกจากตลาด

9. ตลาดผูกขาดเป็นตลาดที่มีผู้ขายเพียงรายเดียวผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้ผู้ผูกขาดและตลาดหรืออุตสาหกรรมเป็นสิ่งเดียวกัน การเข้ามาแข่งขันในตลาดผูกขาดไม่สามารถทำได้เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเข้ามาดำเนินการในตลาด

10. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดเป็นตลาดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ กล่าวคือ มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก สินค้าที่ขายในตลาดจะมีลักษณะแตกต่างกันแต่สามารถทดแทนกันได้ ทำให้ผู้ขายสามารถกำหนดราคาได้เช่นเดียวกับตลาดผูกขาด แต่ไม่มากเหมือนตลาดผูกขาดเนื่องจากอุปสงค์ต่อสินค้ามีความยืดหยุ่นต่อราคามากกว่าในตลาดผูกขาด ผู้ขายสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้อย่างเสรีโดยมีกำไรหรือขาดทุนเป็นแรงจูงใจให้เข้าหรือออกจากตลาด

11. ตลาดผู้ขายน้อยรายเป็นตลาดที่มีผู้ขายเพียงไม่กี่รายผลิตสินค้าที่แตกต่างกันแต่สามารถทดแทนกันได้ อุปสงค์ต่อสินค้ามีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อยกว่าในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดแต่มากกว่าในตลาดผูกขาด การมีผู้ขายน้อยรายส่งผลให้นโยบายในการกำหนดราคาสินค้าหรือนโยบายอื่นๆ มีผลแก่กันและกันอย่างมาก การเข้ามาแข่งขันในตลาดผู้ขายน้อยรายไม่สามารถทำได้โดยเสรีเนื่องจากมีข้อจำกัดโดยหน่วยธุรกิจที่อยู่ในตลาดมีระดับการผลิตในปริมาณมาก ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่มีต้นทุนในการผลิตสูงเพราะมีปริมาณการผลิตจำนวนน้อย

12. ตลาดปัจจัยการผลิตหมายถึงตลาดที่มีการซื้อขายปัจจัยการผลิตเพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการโดยให้ความสำคัญทางด้านผู้ซื้อ ว่าผู้ซื้อจะซื้อปัจจัยการผลิตอย่างไรเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด ทั้งนี้อุปสงค์ต่อปัจจัยการผลิตเป็นอุปสงค์สืบเนื่องและอุปสงค์ร่วมที่ขึ้นแก่กันและกัน และสามารถแบ่งตลาดปัจจัยการผลิตออกเป็น 2 ประเภทคือ ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันสมบูรณ์และตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์

13. ปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ ที่ดิน ทุน แรงงาน และผู้ประกอบการ โดยปัจจัยการผลิตแต่ละประเภทจะมีผลตอบแทนดังนี้ ผลตอบแทนของที่ดินคือค่าเช่า ผลตอบแทนของแรงงานคือค่าจ้าง ผลตอบแทนของทุนคือดอกเบี้ย และผลตอบแทนของผู้ประกอบการคือกำไร

14. ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นเมื่อสังคมมีการใช้หรือจัดสรรทรัพยากรมีอยู่ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมสูงสุด ส่วนความล้มเหลวของตลาด หมายถึง การที่ระบบตลาดไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรให้สวัสดิการสังคมสูงสุด ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อกฎการจัดสรรทรัพยากรของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ไม่สามารถนำไปสู่เงื่อนไขตามหลักพาเรโตได้ โดยมีสาเหตุที่ทำให้เกิดขึ้นได้หลายประการ จำเป็นที่รัฐบาลจะต้องเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขให้สังคมมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

15. ผลกระทบภายนอกเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลหรือองค์กรหนึ่ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานภาพของบุคคลอื่นที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยบุคคลที่ได้รับผลกระทบไม่ได้รับหรือจ่ายเพื่อชดเชยแก่ผลกระทบดังกล่าว ผลกระทบภายนอกเป็นประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งที่ทำให้กลไกตลาดไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพได้ ซึ่งในการจัดการผลกระทบภายนอกอาจดำเนินการได้โดยรัฐบาลและเอกชน ซึ่งจะมีศักยภาพและให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน

16. สินค้าสาธารณะ หมายถึง สินค้าที่ไม่สามารถกีดกันและไม่ใช่ปรปักษ์ในการบริโภค กล่าวคือ ไม่สามารถป้องกันไม่ให้ผู้ใดเข้ามาบริโภคหรือใช้ประโยชน์สินค้าสาธารณะได้ รวมทั้ง การบริโภคของบุคคลหนึ่งก็ไม่ทำให้บุคคลอื่น ๆ สามารถบริโภคได้น้อยลง ซึ่งประเด็นสำคัญเกิดขึ้นคือปัญหาผู้บริโภคโดยไม่จ่ายเงิน ทำให้กลไกตลาดไม่สามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแก้ปัญหาโดยเป็นผู้สนับสนุนหรือดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง สำหรับการจัดการสินค้าสาธารณะโดยเอกชนโดยทั่วไปมักจะไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากปัญหาผู้บริโภคที่ไม่จ่ายเงิน แต่หากปรับรูปแบบธุรกิจให้มีรายได้จากแหล่งอื่นนอกเหนือโดยไม่พึ่งพาเงินที่ผู้บริโภคจ่ายได้ ก็จะสามารถดำเนินกิจการและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมได้เช่นกัน

### **วัตถุประสงค์**

หลังจากฟังการสรุปประเด็นต่างๆ ในส่วนของความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์และปัญหาทางเศรษฐศาสตร์แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความหมาย กฎของอุปสงค์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ได้

2. อธิบายความหมาย กฎของอุปทาน และวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดอุปทานและการเปลี่ยนแปลงของอุปทานได้
3. อธิบายความหมายของดุลยภาพตลาดและการเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาดได้
4. ใช้แนวคิดอรรถประโยชน์ในการอธิบายอุปสงค์ของผู้บริโภคได้
5. ใช้แนวคิดความพึงพอใจในการอธิบายอุปสงค์ของผู้บริโภคได้
6. อธิบายแนวคิดและลักษณะการผลิตได้
7. อธิบายและวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตประเภทต่าง ๆ ได้
8. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้
9. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดผูกขาดได้
10. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดได้
11. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดผู้ขายน้อยรายได้
12. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดปัจจัยการผลิตได้
13. อธิบายและวิเคราะห์ผลตอบแทนปัจจัยการผลิตได้
14. อธิบายความหมายและลักษณะของผลกระทบภายนอก และแนวทางการจัดการผลกระทบภายนอกได้
15. อธิบายความหมายและลักษณะของสินค้าสาธารณะ และแนวทางการจัดการสินค้าสาธารณะได้

### **กิจกรรมการสอนเสริม**

1. ประเมินผลการสอนเสริมโดยใช้คำถามสั้นๆ 5 คำถาม
2. สรุปสาระสังเขปของหน่วยที่ 2 – 8 ประกอบเอกสารโสตทัศน
3. เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการสอนเสริมซักถามปัญหา
4. ประเมินผลหลังสอนเสริมโดยใช้คำถามคู่ขนาน ซึ่งให้ไว้ตอนท้าย

### **การสอนเสริม**

1. แบบประเมินผลก่อนและหลังการสอนเสริม
2. ชุดการสอนเสริม (สำหรับอาจารย์สอนเสริม)
3. เอกสารโสตทัศนประกอบการฟัง
4. แบบประเมินความคิดเห็นของผู้รับการสอนเสริม

### **การประเมินผล**

1. สังเกตปฏิกริยาและสีหน้าของผู้รับการสอนเสริม
2. สังเกตการมีส่วนร่วมในการรับการสอนเสริม
3. ดูผลการตอบคำถามของผู้รับการสอนเสริมจากแบบประเมินเพื่อนำมาเปรียบเทียบหาความก้าวหน้า
4. ประเมินความคิดเห็นส่วนรวมของผู้เข้ารับการสอนเสริม
5. ประเมินผลการสอนด้วยตนเองจากแนวทางและรูปแบบที่กำหนด

แบบประเมินผลตนเองก่อนรับการสนเสริม

ครั้งที่ 1

**ให้นักศึกษาตอบคำถามต่อไปนี้สั้นๆ (โดยสุ่มขึ้นมาตอบข้อละ 1 – 2 คน)**

1. อุปสงค์ อุปทาน ดุลยภาพของตลาดคืออะไร
2. อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึงอะไร อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มและอรรถประโยชน์รวมมีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร
3. เส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณมีลักษณะอย่างไร
4. จงอธิบายการผลิตระยะสั้นมาให้เข้าใจ
5. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์มีลักษณะอย่างไร
6. ตลาดผูกขาดมีลักษณะอย่างไร
7. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีลักษณะอย่างไร
8. ตลาดผู้ขายน้อยรายมีลักษณะอย่างไร
9. ตลาดปัจจัยการผลิตหมายถึงอะไร แบ่งออกเป็นกี่ประเภท
10. ความล้มเหลวของตลาด หมายถึงอะไร และเกิดจากสาเหตุใดได้บ้าง

**ขอให้นักศึกษาตอบในที่ว่างข้างล่างนี้ ไม่ควรใช้เวลาเกิน 10 นาที**

1. ....  
.....  
.....  
.....
2. ....  
.....  
.....  
.....
3. ....  
.....  
.....  
.....

4. ....  
.....  
.....  
.....

5. ....  
.....  
.....  
.....

6. ....  
.....  
.....  
.....

7. ....  
.....  
.....  
.....

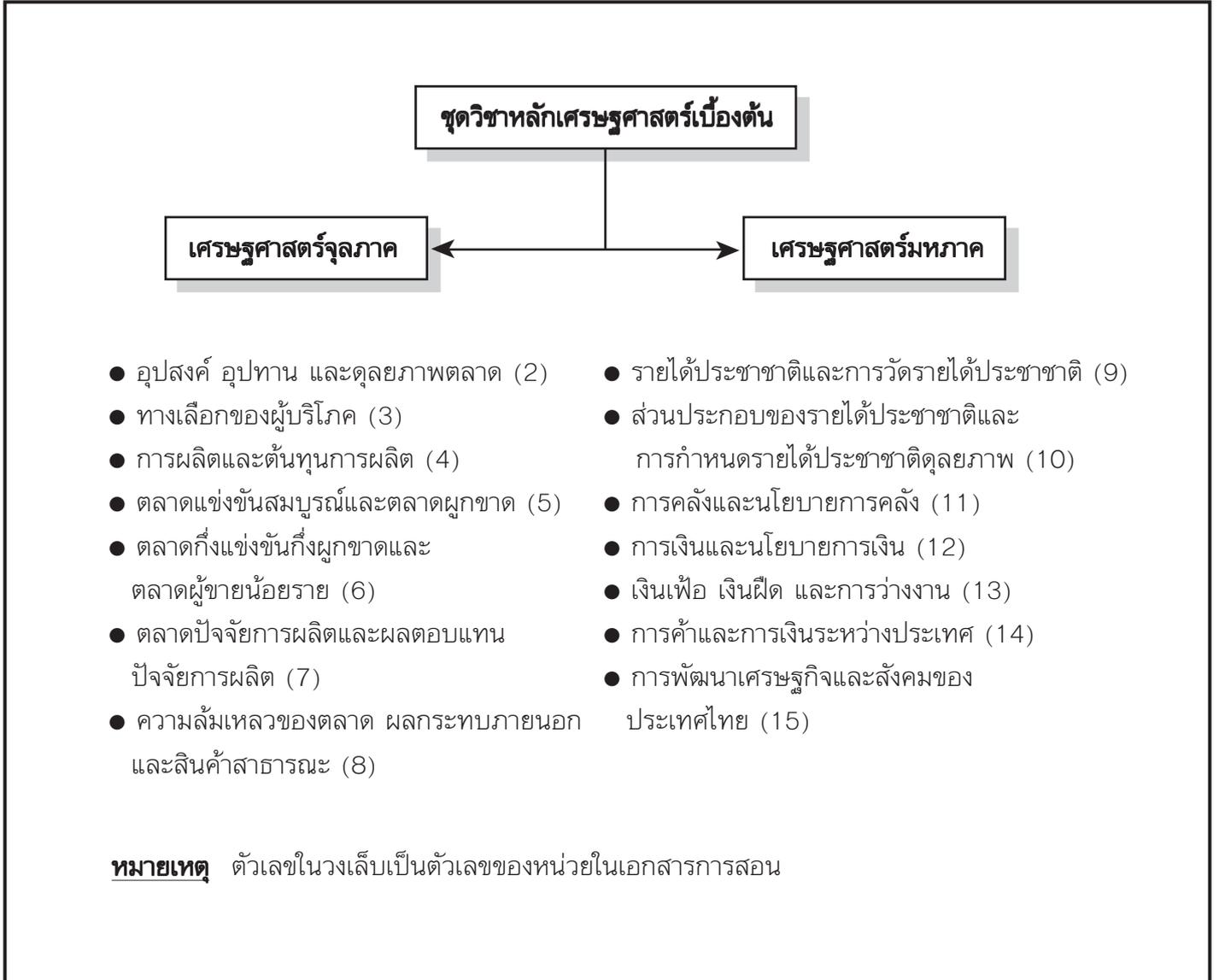
8. ....  
.....  
.....  
.....

9. ....  
.....  
.....  
.....

10. ....  
.....  
.....  
.....

## ชุดวิชา 60120 หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

### สไลด์ทัศน์ # 1.1 ชุดวิชาหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น




---

---

---

---

---

---

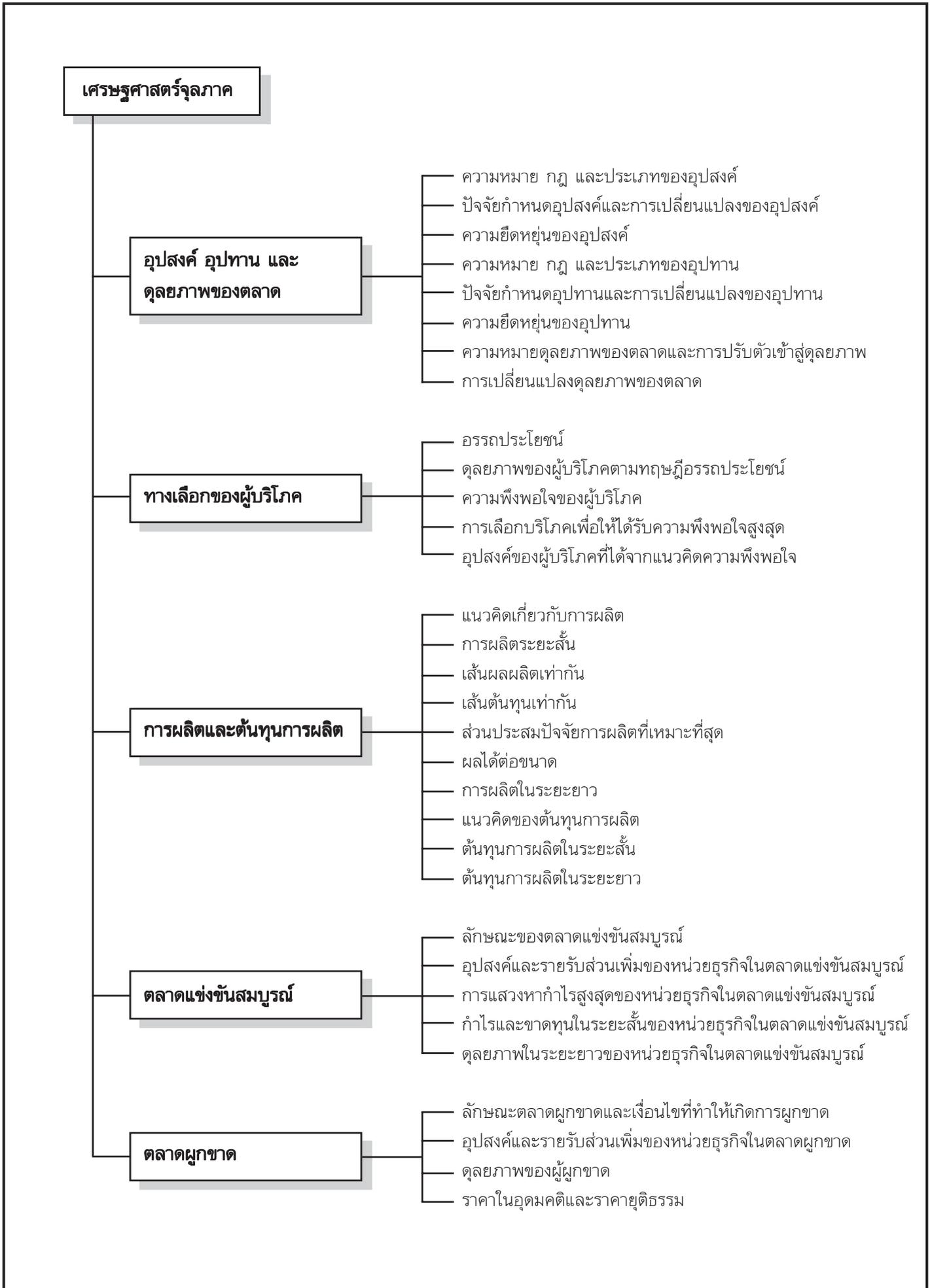
---

---

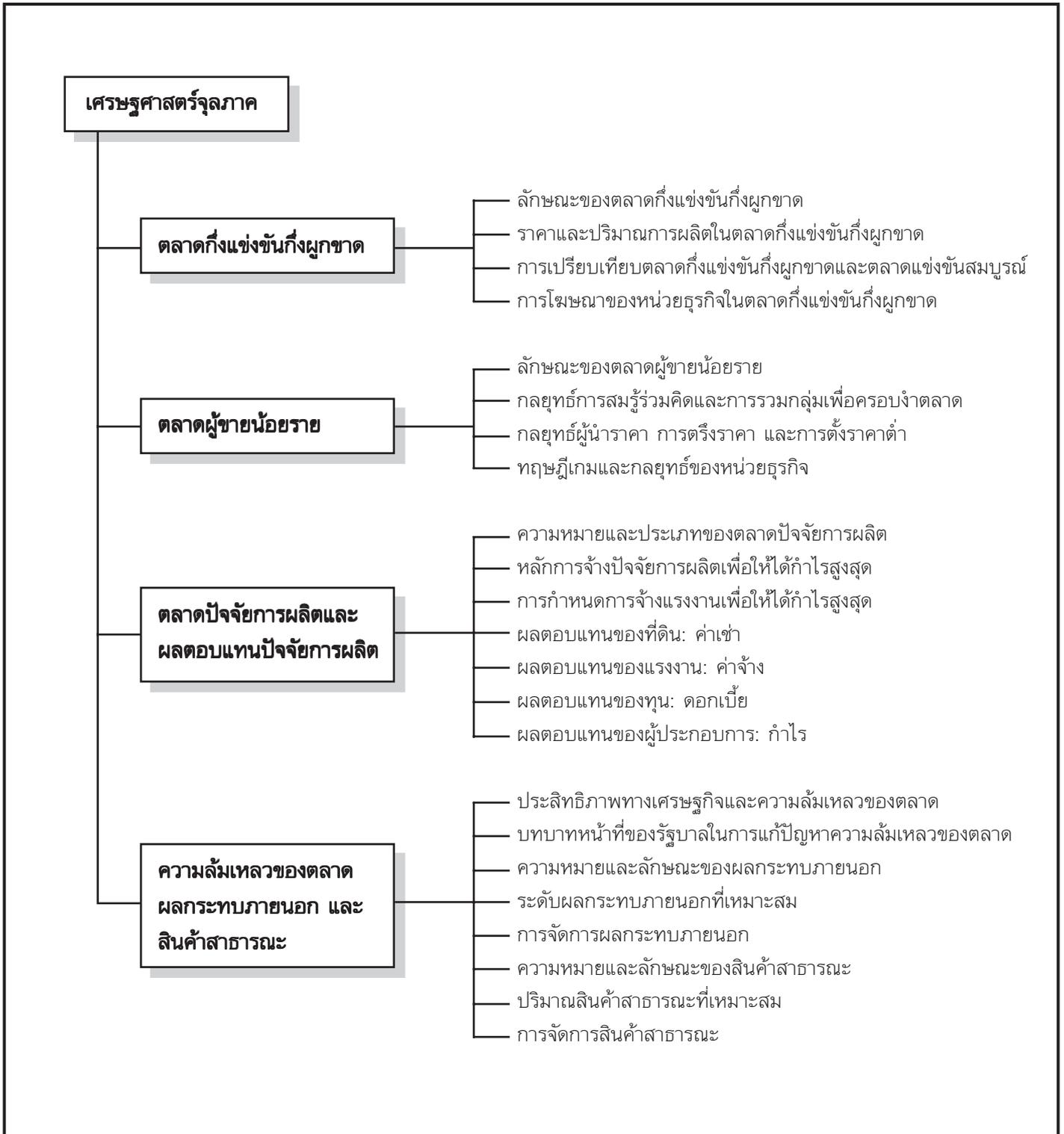
---

---

ไต่ตัก # 1.2 เศรษฐศาสตร์จุลภาค



## สไลด์ทัศน์ # 1.2 เศรษฐศาสตร์จุลภาค (ต่อ)

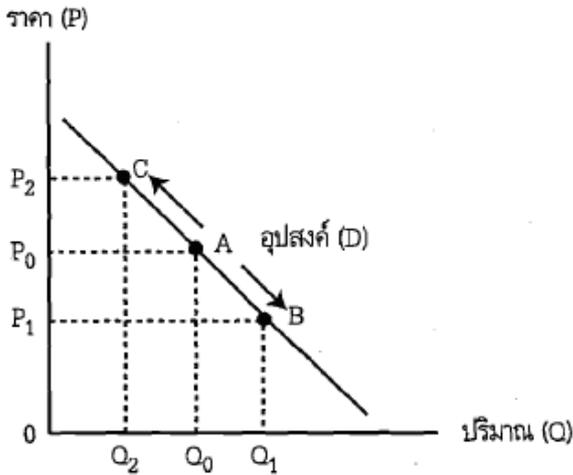


## หน่วยที่ 2 อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพของตลาด

### ไฮด์ททัศน์ # 2.1 ความหมายและกฎของอุปสงค์

**อุปสงค์** หมายถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

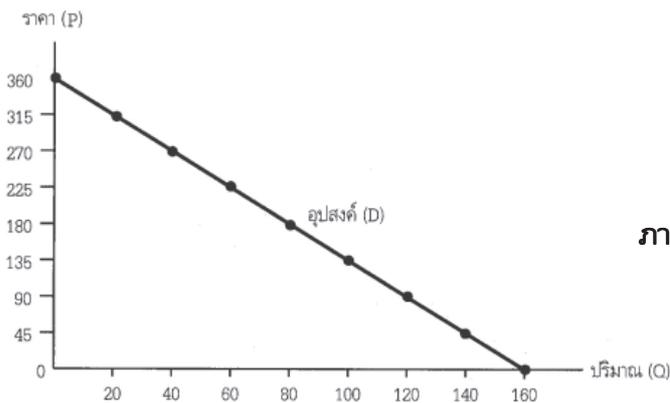
**กฎของอุปสงค์** แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของราคากับปริมาณอุปสงค์ในทิศทางตรงกันข้าม



ภาพที่ 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณอุปสงค์

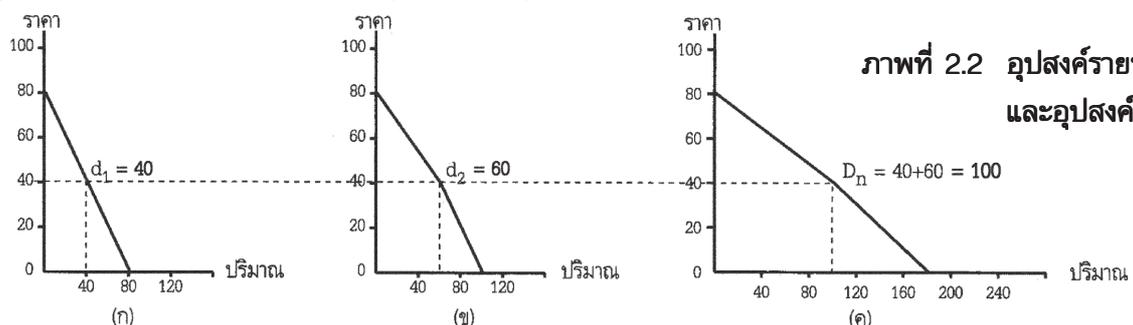
### ไฮด์ททัศน์ # 2.2 อุปสงค์รายบุคคลและอุปสงค์ของตลาด

**อุปสงค์รายบุคคล** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภครายใดรายหนึ่งเต็มใจที่จะซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้านั้น



ภาพที่ 2.1 เส้นอุปสงค์รายบุคคล

**อุปสงค์ของตลาด** เป็นผลรวมของอุปสงค์รายบุคคล ณ ระดับราคาเดียวกัน



ภาพที่ 2.2 อุปสงค์รายบุคคลและอุปสงค์ของตลาด

## ไฮดรอสแตติกส์ #2.3 อุปสงค์ต่อรายได้และอุปสงค์ชั่ว

**อุปสงค์ต่อรายได้** หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับรายได้ต่างๆ ของผู้บริโภค

**อุปสงค์ชั่ว** หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

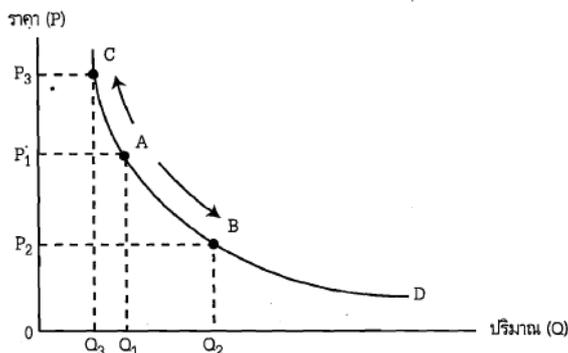
## ไฮดรอสแตติกส์ #2.4 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ได้แก่

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| 1. ระดับราคาสินค้าหรือบริการ                           | 5. จำนวนและองค์ประกอบของประชากร |
| 2. รายได้ของผู้บริโภค                                  | 6. การคาดคะเนในอนาคต            |
| 3. รสนิยมของผู้บริโภค                                  | 7. ฤดูกาล                       |
| 4. ระดับราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง | 8. เทคโนโลยี                    |

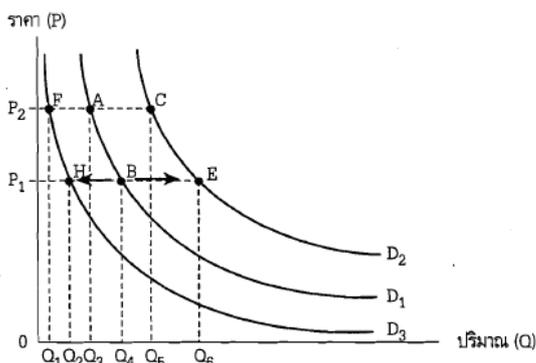
## ไฮดรอสแตติกส์ # 2.5 การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์

**การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้น โดยที่ปัจจัยอื่นคงที่ เป็นการเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เส้นเดิม



ภาพที่ 2.5 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน

**การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์** หมายถึง การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์ไปทั้งเส้น เป็นการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งในทุกระดับราคา อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นๆ



ภาพที่ 2.6 การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์

## ไสตท์ศน์ #2.6 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นแสดงให้เห็นว่าถ้าตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ตัวแปรตามจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าใด

การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบจุด

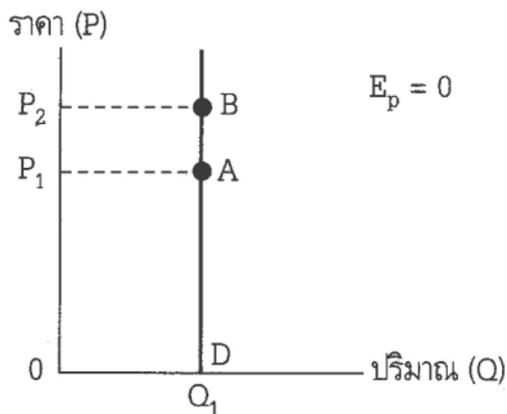
$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบช่วง

$$E_{p_{Arc}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_2 + P_1}{Q_2 + Q_1}$$

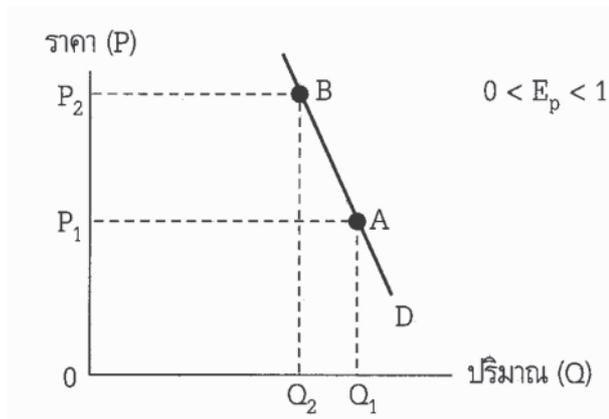
## ไสตท์ศน์ # 2.7 ประเภทของความยืดหยุ่นของอุปสงค์

อุปสงค์ที่ไม่มีมีความยืดหยุ่นเลย



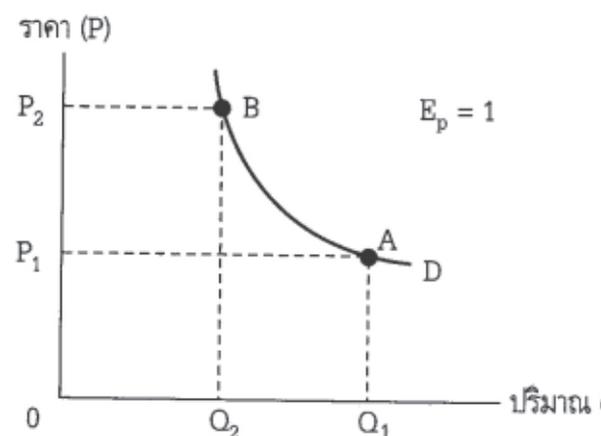
ภาพที่ 2.8 อุปสงค์ที่ไม่มีมีความยืดหยุ่นเลย

อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย



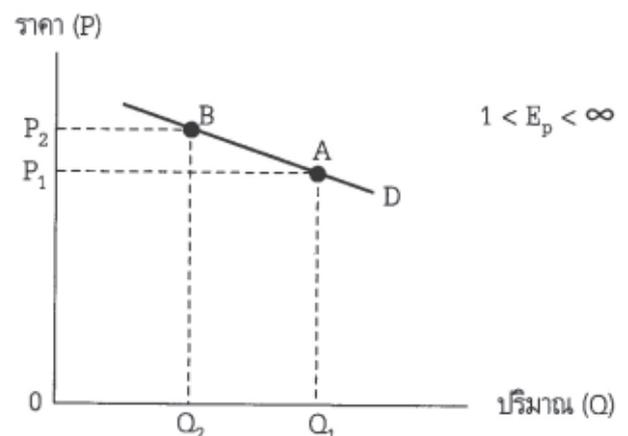
ภาพที่ 2.9 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย

อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่



ภาพที่ 2.10 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่

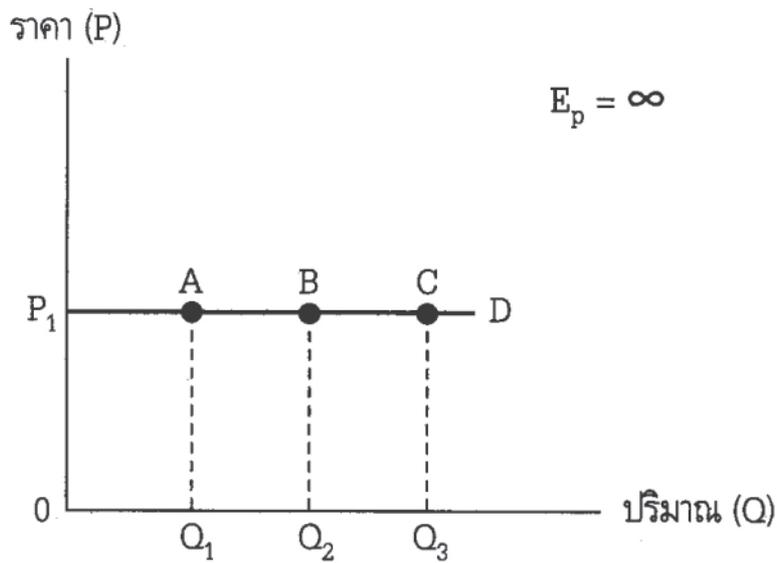
อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก



ภาพที่ 2.11 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก

## ไฮด์ทัศน์ # 2.7 ประเภทของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (ต่อ)

อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์

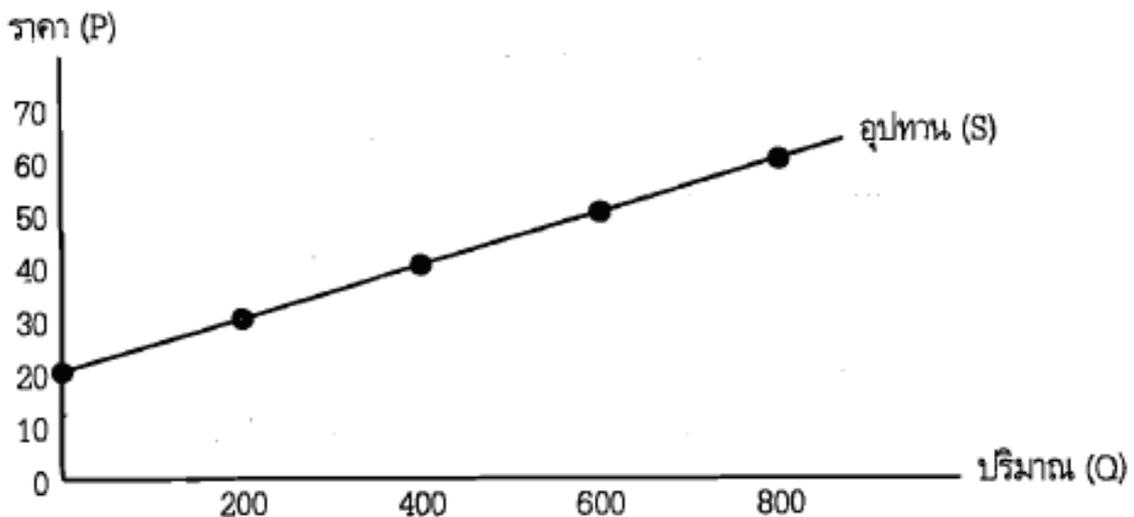


ภาพที่ 2.12 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์

## ไฮด์ทัศน์ # 2.8 ความหมายและกฎของอุปทาน

**อุปทาน** หมายถึงความต้องการเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตหรือของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

**กฎของอุปทาน** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณเสนอขายโดยจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

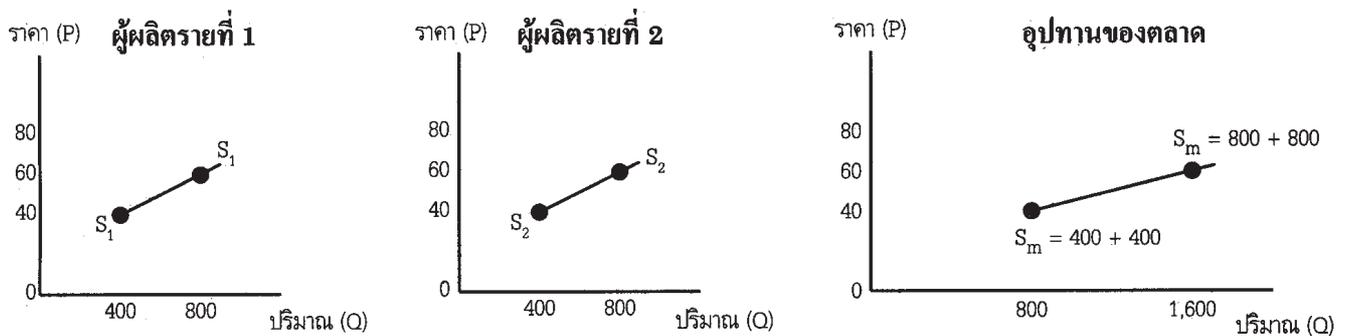


ภาพที่ 2.14 เส้นอุปทาน

## ไสตท์ศน์ # 2.9 อุปทานรายบุคคลและอุปทานของตลาด

**อุปทานรายบุคคลหรืออุปทานของธุรกิจ** เป็นการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งกับราคาสินค้าชนิดนั้น

**อุปทานของตลาด** เป็นการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งทั้งหมดหรือทั้งตลาดของผู้ผลิตกับราคาสินค้าชนิดนั้น



ภาพที่ 2.15 เส้นอุปทานของผู้ผลิตแต่ละรายและอุปทานของตลาด

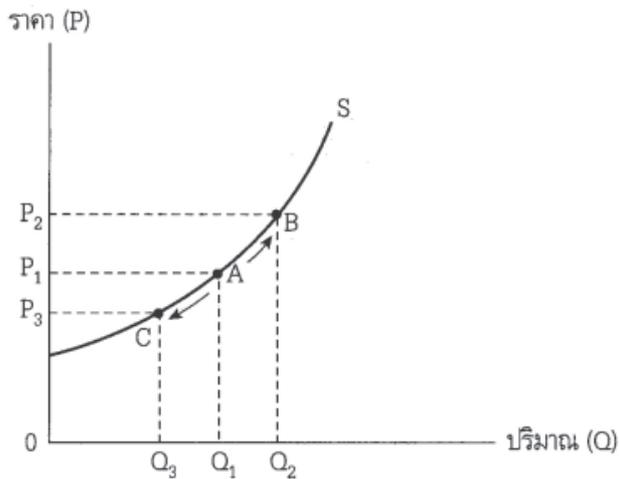
## ไสตท์ศน์ # 2.10 ปัจจัยกำหนดอุปทาน

ปัจจัยกำหนดอุปทาน ได้แก่

1. ระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิด
2. เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต
3. จำนวนผู้ผลิต
4. ระดับราคาปัจจัยการผลิต
5. ระดับราคาสินค้าหรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง
6. สภาพภูมิอากาศ
7. เป้าหมายของผู้ผลิต
8. นโยบายของรัฐบาล

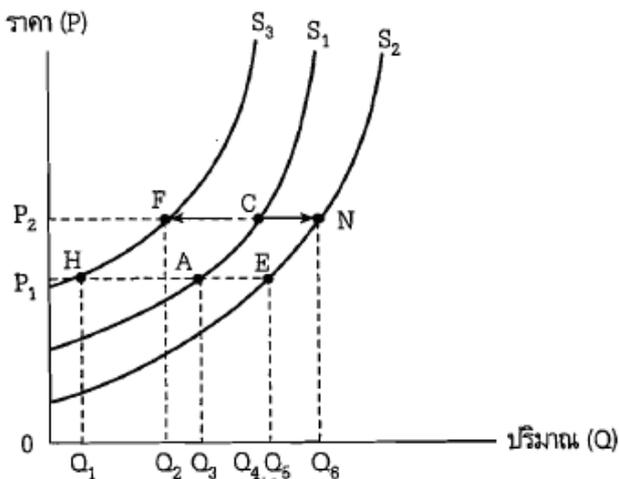
## ไฮททัศน์ # 2.11 การเปลี่ยนแปลงของอุปทาน

**การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานบนเส้นอุปทานเดียวกัน** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าหรือบริการนั้น โดยปัจจัยอื่นคงที่



ภาพที่ 2.17 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานบนเส้นอุปทานเดียวกัน

**การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปทาน** หมายถึง การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปทานทั้งเส้น เป็นการเปลี่ยนแปลงอุปทานของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นๆ



ภาพที่ 2.18 การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปทาน

## ไฮททัศน์ # 2.12 ความยืดหยุ่นของอุปทาน

**ความยืดหยุ่นของอุปทาน** จะวัดการตอบสนองของปริมาณอุปทานต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น

การคำนวณค่าความยืดหยุ่นแบบจุด

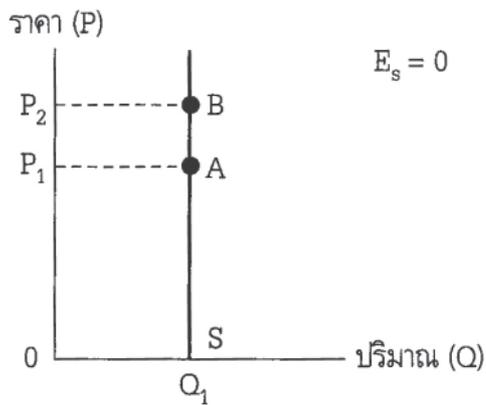
$$E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

การคำนวณค่าความยืดหยุ่นแบบช่วง

$$E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_2 + P_1}{Q_2 + Q_1}$$

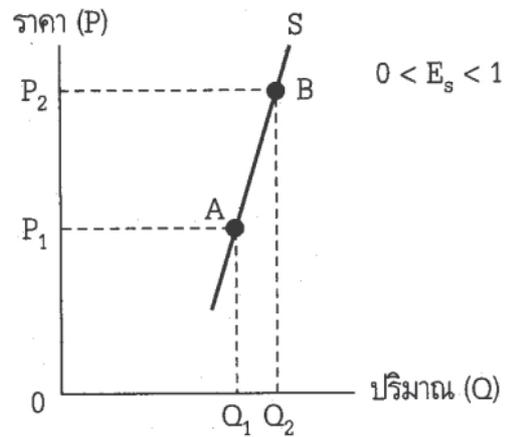
## ไสตท์ศน์ # 2.13 ประเภทของความยืดหยุ่นของอุปทาน

1. อุปทานที่ไม่มีมีความยืดหยุ่นเลย



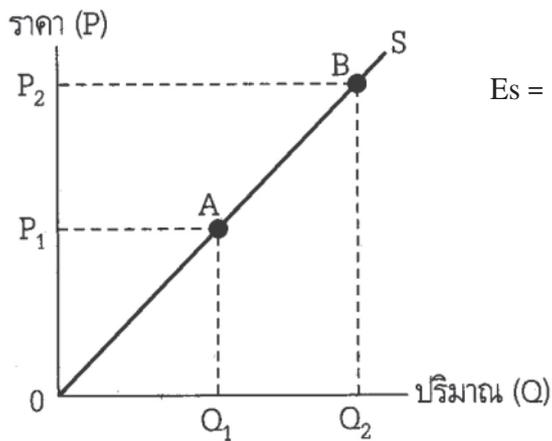
ภาพที่ 2.20 อุปทานที่ไม่มีมีความยืดหยุ่นเลย

2. อุปทานที่มีความยืดหยุ่นน้อย



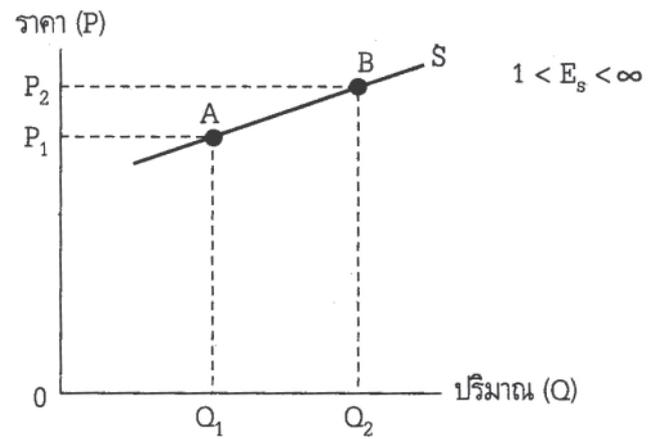
ภาพที่ 2.21 อุปทานที่มีความยืดหยุ่นน้อย

3. อุปทานที่มีความยืดหยุ่นคงที่



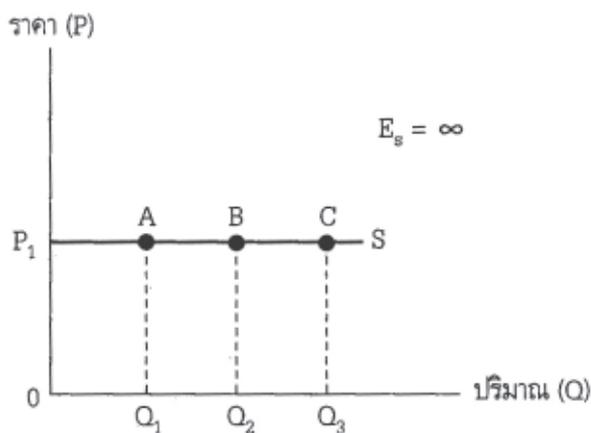
ภาพที่ 2.22 อุปทานที่มีความยืดหยุ่นคงที่

4. อุปทานที่มีความยืดหยุ่นมาก



ภาพที่ 2.23 อุปทานที่มีความยืดหยุ่นมาก

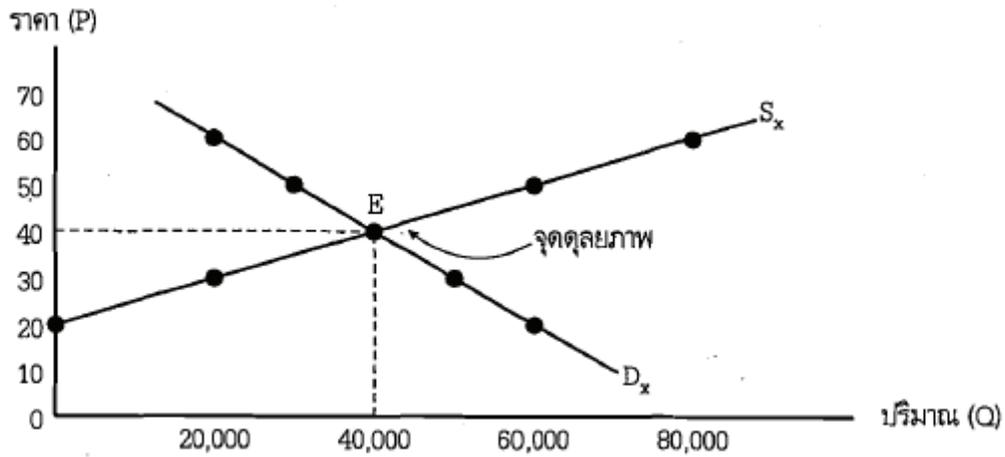
5. อุปทานที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์



ภาพที่ 2.24 อุปทานที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์

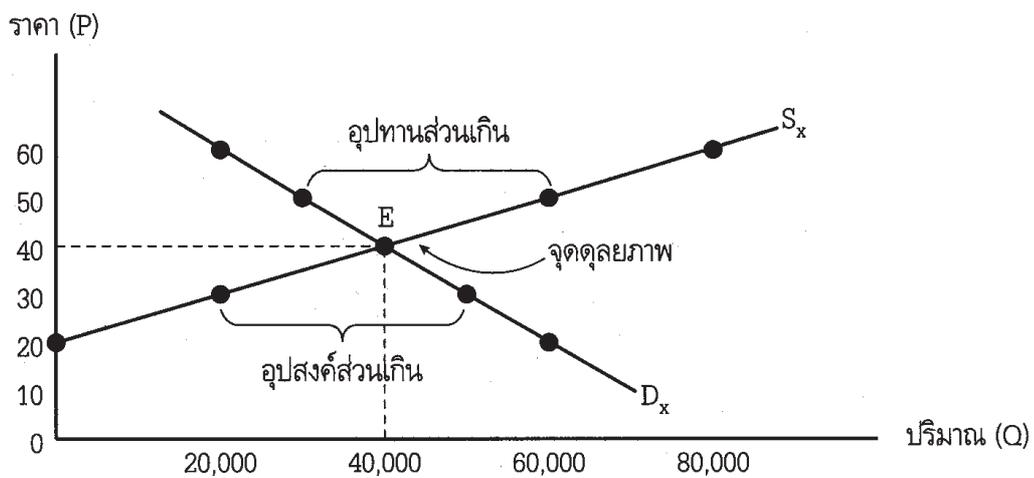
### ไสตท์ศน์ # 2.14 ความหมายดุลยภาพของตลาด

**ดุลยภาพของตลาด** เป็นสภาวะที่ปริมาณเสนอซื้อเท่ากับปริมาณเสนอขายในตลาด ราคา ณ ระดับที่อุปสงค์เท่ากับอุปทานเรียกว่าราคาดุลยภาพ และปริมาณ ณ ระดับราคานั้นเรียกว่าปริมาณดุลยภาพ



ภาพที่ 2.25 ราคาดุลยภาพและปริมาณดุลยภาพ

### ไสตท์ศน์ # 2.15 การปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพของตลาด



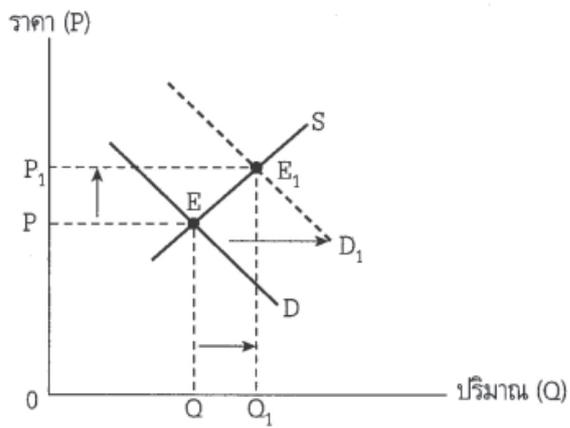
ภาพที่ 2.26 อุปสงค์ อุปทาน และการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพของตลาด

### ไสตท์ศน์ # 2.16 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด

การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาดอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดอุปสงค์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์ และการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดอุปทานและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเส้นอุปทาน

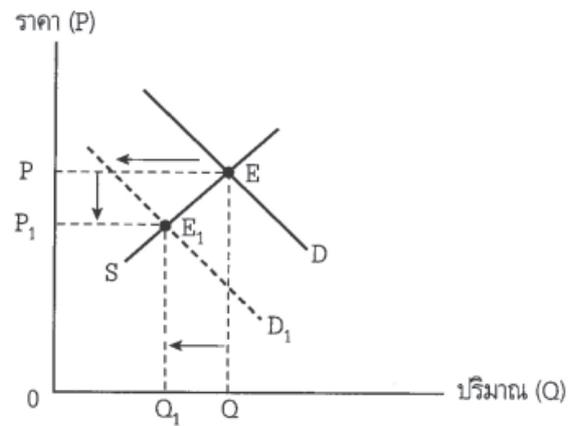
## ไสตท์ศน์ # 2.17 การเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์

### 1. อุปสงค์เพิ่มขึ้น



ภาพที่ 2.27 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด  
เนื่องจากอุปสงค์เพิ่มขึ้น

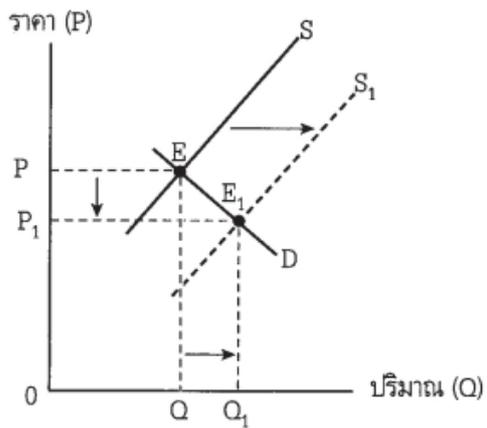
### 2. อุปสงค์ลดลง



ภาพที่ 2.28 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด  
เนื่องจากอุปสงค์ลดลง

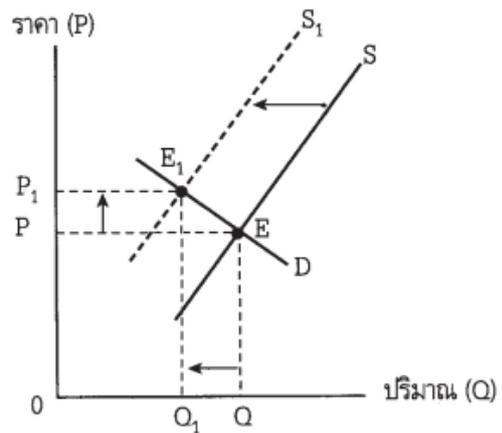
## ไสตท์ศน์ # 2.18 การเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปทาน

### 1. อุปทานเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 2.29 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด  
เนื่องจากอุปทานเพิ่มขึ้น

### 2. อุปทานลดลง



ภาพที่ 2.30 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด  
เนื่องจากอุปทานลดลง

### หน่วยที่ 3 ทางเลือกของผู้บริโภค

#### ไฮไลต์ # 3.1 ความหมายของอรรถประโยชน์

**อรรถประโยชน์ (Utility)** หมายถึง ความพอใจในการบริโภคสินค้าและบริการ

#### ไฮไลต์ # 3.2 อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม

**อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Marginal Utility: MU)** หมายถึงอรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นอีก 1 หน่วย หรือเมื่อบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะได้รับอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น แต่จะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงจนเท่ากับศูนย์และถ้ายังคงเพิ่มขึ้นอีกจะทำให้ติดลบได้ ดังนั้นการบริโภคสินค้าและบริการในแต่ละครั้งจะได้อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มไม่เท่ากัน

#### ตารางที่ 3.1 อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มและอรรถประโยชน์รวม

จำนวนน้ำ Q หน่วย: แก้ว	อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม MU	อรรถประโยชน์รวม TU
1	20	20
2	16	36
3	14	50
4	8	58
5	0	58
6	-10	48

### ไฮด์ทัศน์ # 3.3 อรรถประโยชน์รวม

**อรรถประโยชน์รวม (Total Utility: TU)** หมายถึงอรรถประโยชน์รวมทั้งหมดที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการจำนวนหนึ่ง

### ไฮด์ทัศน์ # 3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม

ความสัมพันธ์ระหว่างอรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม อาจแสดงในรูปสมการดังนี้

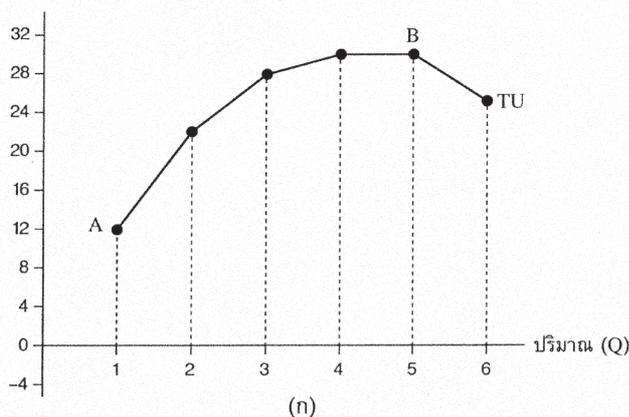
$$1. MU_n = TU_n - TU_{n-1}$$

$$2. MU = \Delta TU / \Delta Q$$

**ตารางที่ 3.3** ความสัมพันธ์ระหว่างอรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์รวม

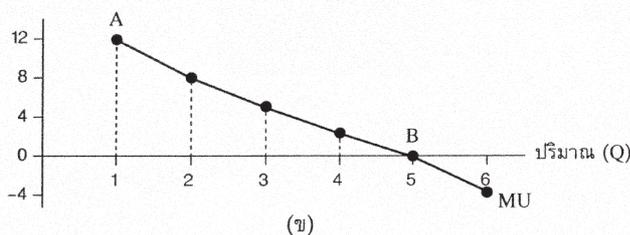
จำนวนสินค้า Q: หน่วย	อรรถประโยชน์รวม TU	อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม MU
1	12	12
2	22	10
3	28	6
4	30	2
5	30	0
6	26	-4

อรรถประโยชน์รวม



3.1 (ก) อรรถประโยชน์รวม

อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม



3.1 (ข) อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม

ภาพที่ 3.1

เส้นอรรถประโยชน์รวม (TU)

และเส้นอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU)

### ไฮทัทศน์ # 3.5 กฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม

**กฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Law of Diminishing Marginal Utility)** แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อบริโภคสินค้าหน่วยแรกจะมีความพอใจหรืออรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มมากจำนวนหนึ่ง แต่เมื่อบริโภคสินค้าชนิดเดียวกันหน่วยที่ 2 ความพอใจหรืออรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มจะลดลง ซึ่งสังเกตได้จากภาพที่ 3.1 เส้นอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มจะลาดลงเรื่อย ๆ เมื่อปริมาณหน่วยเพิ่มขึ้น

### ไฮทัทศน์ # 3.6 ดุลยภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์

**ดุลยภาพของผู้บริโภค (consumer equilibrium)** เป็นภาวะที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุด การเปลี่ยนแปลงไปจากจุดนี้ โดยการซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง เพิ่มขึ้นหรือลดน้อยลงจะทำให้อรรถประโยชน์รวมที่ผู้บริโภคได้รับ ต้องลดน้อยลงไป

ทางเลือกของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ความพอใจสูงสุดหรือมีอรรถประโยชน์รวมสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่จำกัด เงื่อนไขของดุลยภาพของผู้บริโภคจะอยู่ที่  $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$

**ตารางที่ 3.4** อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU) และอรรถประโยชน์รวม (TU) ของสินค้า X และสินค้า Y

จำนวนสินค้า	สินค้า X	$P_x = 20$	สินค้า Y	$P_y = 40$
ชิ้น	$MU_x$	$TU_x$	$MU_y$	$TU_y$
1	200	200	280	280
2	160	360	200	480
3	140	500	160	640
4	80	580	80	720
5	0	580	40	760

### โสตทัศน # 3.6      ดุลยภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์ (ต่อ)

หาทางเลือกของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ความพอใจสูงสุดหรือมีอรรถประโยชน์รวมสูงสุดจากงบประมาณที่กำหนด 100 บาท

**ตารางที่ 3.5** อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มจากการใช้เงิน 1 บาทของสินค้า X และสินค้า Y

จำนวนสินค้า	สินค้า X	$P_x = 20$		สินค้า Y	$P_y = 40$	
ชั้น	MUx	TUx	MUx/Px	MUy	TUy	MUy/Py
1	200	200	$200/20 = 10$	280	280	$280/40 = 7$
2	160	360	$160/20 = 8$	200	480	$200/40 = 5$
3	140	500	$140/20 = 7$	160	640	$160/40 = 4$
4	80	580	$80/20 = 4$	80	720	$80/40 = 2$
5	0	580	$0/20 = 0$	40	760	$40/40 = 1$

จากตารางที่ 3.5 ตามเงื่อนไขของดุลยภาพของผู้บริโภคจะอยู่ที่  $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$  ซึ่งมีอยู่ 2 ทางเลือกคือ

**ทางเลือกที่ 1** กรณีที่  $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = 7$

**ทางเลือกที่ 2** กรณีที่  $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = 4$

ดุลยภาพของผู้บริโภคตามเงื่อนไขที่กำหนด ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้า X จำนวน 3 ชั้น และเลือกซื้อสินค้า Y จำนวน 1 ชั้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้ความพอใจสูงสุดหรือได้อรรถประโยชน์รวมสูงสุดตามงบประมาณที่มีอยู่ 100 บาท

ดุลยภาพของผู้บริโภคกรณีเลือกซื้อสินค้าและบริการมากกว่า 2 ชนิด เงื่อนไขดุลยภาพของผู้บริโภคที่ทำให้ผู้บริโภคจะได้รับความพอใจสูงสุดหรือได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุดภายใต้งบประมาณที่กำหนด อยู่ที่  $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \frac{MU_z}{P_z}$  กล่าวคือดุลยภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์ ผู้บริโภคจะได้รับ

อรรถประโยชน์รวมสูงสุดภายใต้งบประมาณจำกัดโดยผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าแต่ละชนิดภายในเงื่อนไขที่ทำให้ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของเงิน 1 บาทในการซื้อสินค้าแต่ละชนิดเท่ากันหมด

## ไฮทท์ศน์ # 3.7 เส้นอุปสงค์ตามทฤษฎีอรรถประโยชน์

ดุลยภาพของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ผลของการเปลี่ยนแปลงของราคาและปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งก็คือเส้นอุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการนั้น

### ทางเลือกของผู้บริโภคในกรณีที่ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป

จากเดิมสินค้า X ราคา 20 บาท ( $P_x = 20$ ) และสินค้า Y ราคา 40 บาท ( $P_y = 40$ ) มีเงินงบประมาณ 100 บาท สมมติกำหนดให้ราคาสินค้า X คงที่ 20 บาท ( $P_x = 20$ ) แต่ราคาสินค้า Y ลดลงจากเดิมขึ้นละ 40 บาท เหลือเพียงขึ้นละ 20 บาท ( $P_y = 20$ ) เมื่อราคาสินค้า Y เปลี่ยนแปลงไปจึงต้องหาดุลยภาพของผู้บริโภคใหม่ ดังตารางที่ 3.8

**ตารางที่ 3.8** ดุลยภาพของผู้บริโภคในกรณีที่ราคาสินค้า Y ลดลง

จำนวนสินค้า	สินค้า X	$P_x = 20$ บาท		สินค้า Y	$P_y = 20$ บาท	
ขึ้น	MU <sub>x</sub>	TU <sub>x</sub>	MU <sub>x</sub> / $P_x$	MU <sub>y</sub>	TU <sub>y</sub>	MU <sub>y</sub> / $P_y$
1	200	200	$200/20 = 10$	280	280	$280/20 = 14$
2	160	360	<b><math>160/20 = 8</math></b>	200	480	$200/20 = 10$
3	140	500	$140/20 = 7$	160	640	$160/20 = 8$
4	80	580	$80/20 = 4$	80	720	$80/20 = 4$
5	0	580	$0/20 = 0$	40	760	$40/20 = 2$

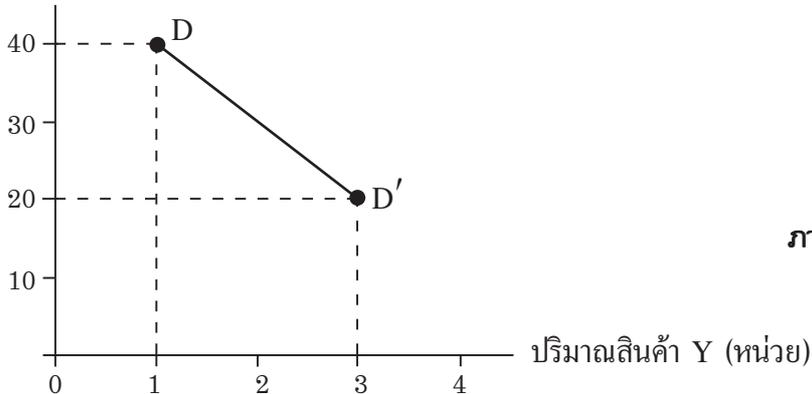
กรณีนี้ดุลยภาพของผู้บริโภคหรือผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดจากเงินงบประมาณที่มีอยู่ 100 บาท เมื่อสินค้า Y ราคาขึ้นละ 40 บาท ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า Y จำนวน 1 ชิ้น และเมื่อราคาสินค้า Y ลดลง เป็นขึ้นละ 20 บาท ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า Y เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 3 ชิ้น ซึ่งทำให้อธิบายทางเลือกของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าเมื่อราคาสินค้าลดลง ความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะสูงขึ้น และในทางตรงข้ามเมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะลดลง ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ที่ว่าปริมาณซื้อสินค้าและบริการ (Q) จะแปรผกผันกับราคาสินค้าและบริการ (P) นั้น ๆ และจากความสัมพันธ์ดังกล่าวในตารางที่ 3.9 สามารถหาเส้นอุปสงค์ของสินค้า Y ได้ตามภาพที่ 3.3

**ตารางที่ 3.9** ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณซื้อสินค้า Y ตามทางเลือกของผู้บริโภค

ราคาสินค้า Y (บาท)	ปริมาณซื้อสินค้า Y (ชิ้น)
40	1
20	3

### ไฮด์ทศน์ # 3.7 เส้นอุปสงค์ตามทฤษฎีอรรถประโยชน์ (ต่อ)

ราคาสินค้า Y (บาท)



ภาพที่ 3.2 เส้นอุปสงค์ของสินค้า Y

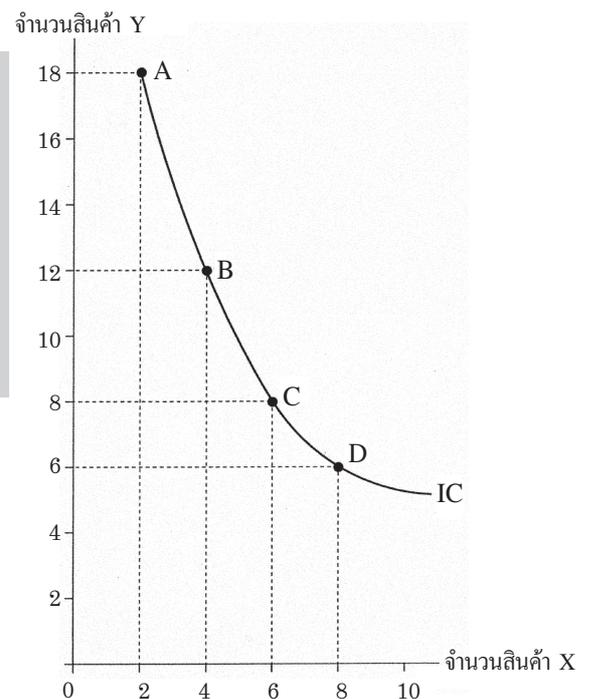
ดังนั้น ตามทฤษฎีอรรถประโยชน์สามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือทางเลือกของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในงบประมาณที่มีอยู่จำกัดเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดหรือได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุด และสามารถแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคออกมาได้ในรูปของเส้นอุปสงค์

### ไฮด์ทศน์ # 3.8 ความหมายของเส้นความพอใจเท่ากัน

**เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve: IC)** หมายถึงเส้นที่แสดงถึงส่วนประสมต่าง ๆ (combinations) ของสินค้าตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป ซึ่งแต่ละส่วนประสมนี้ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคเท่ากัน ซึ่งทุก ๆ จุดบนเส้นความพอใจเส้นเดียวกันจะมีความพอใจที่เท่ากัน ดังนั้นเส้นความพอใจเส้นเดียวกันจะมีความพอใจที่เท่ากัน

**ตารางที่ 3.10** ตัวอย่างส่วนประสมของจำนวนสินค้า X และสินค้า Y ที่ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคเท่ากัน

ส่วนประสม	จำนวนสินค้า Y : เงาะ	จำนวนสินค้า X : ส้ม
A	18	2
B	12	4
C	8	6
D	6	8



ภาพที่ 3.3 เส้นความพอใจเท่ากันที่รับจากการบริโภคสินค้า X และ Y

### ไฮโดรคาร์บอน # 3.9 ลักษณะของเส้นความพอใจเท่ากัน

เส้นความพอใจเท่ากันโดยทั่วไปจะมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

- 1) เส้นความพอใจเท่ากันจะมีลักษณะเป็นเส้นโค้งนูนเข้าหาจุดกำเนิด (convex to the origin) เป็นเส้นโค้งที่ลาดลงจากบนซ้ายไปล่างขวา มีความชันเป็นลบ
2. เส้นความพอใจเท่ากันมีลักษณะเป็นเส้นต่อเนื่อง
3. เส้นความพอใจเท่ากันของบุคคลคนเดียวจะตัดกันไม่ได้

### ไฮโดรคาร์บอน # 3.10 อัตราการทดแทนส่วนเพิ่มของสินค้า

อัตราการทดแทนส่วนเพิ่มของสินค้า X สำหรับสินค้า Y (Marginal Rate of Substitution of X for Y) ณ จุดใด ๆ บนเส้นความพอใจเท่ากัน ก็คืออัตราส่วนระหว่างปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงของสินค้า Y ต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นของสินค้า X ที่ระดับความพอใจเท่าเดิม หรือ  $MRS_{xy} = -\frac{\Delta Y}{\Delta X}$

โดย  $MRS_{xy}$  หมายถึง อัตราการทดแทนส่วนเพิ่มของสินค้า X สำหรับสินค้า Y

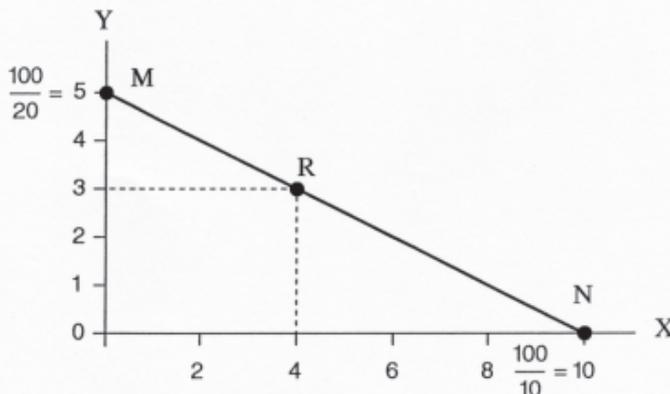
$\Delta Y$  หมายถึง ปริมาณที่เปลี่ยนแปลงในสินค้า Y ซึ่งเป็นปริมาณที่ลดลง  $\Delta Y$  จึงมีค่าเป็นลบ

$\Delta X$  หมายถึง ปริมาณที่เปลี่ยนแปลงในสินค้า X ซึ่งเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้น  $\Delta X$  จึงมีค่าเป็นบวก

### ไฮโดรคาร์บอน # 3.11 เส้นงบประมาณ

#### 1. ความหมายและลักษณะของเส้นงบประมาณ

เส้นงบประมาณ (Budget Line) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงส่วนประสมต่าง ๆ ของจำนวนสินค้า 2 ชนิดที่สามารถซื้อได้ด้วยงบประมาณหรือเงินจำนวนหนึ่ง ณ ราคาตลาดของสินค้าทั้งสองชนิด



ภาพที่ 3.10 เส้นงบประมาณ

ความชันของเส้นงบประมาณ ก็คือสัดส่วนของราคาสินค้าในแกนนอนต่อราคาสินค้าในแกนตั้ง

กรณีสินค้า Y อยู่ในแกนตั้งและสินค้า X อยู่ในแกนนอน ดังนั้นความชันของเส้นงบประมาณ เท่ากับ  $-\frac{P_X}{P_Y}$

**ไสตท์ศน์ # 3.12 การเปลี่ยนแปลงของเส้นงบประมาณ**

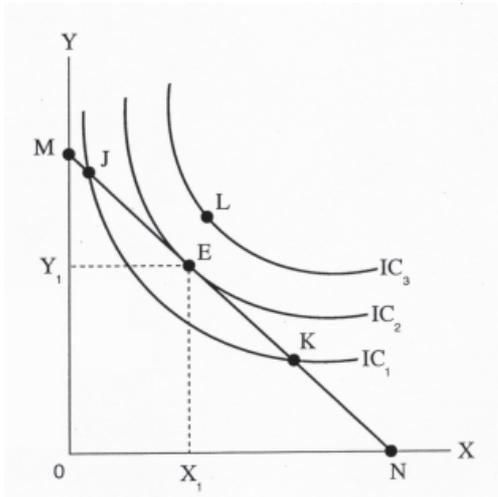
**การที่เส้นงบประมาณ** จะเปลี่ยนแปลงไปหรือเคลื่อนย้ายมีสาเหตุเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้หรือ  
งบประมาณและการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า

**ไสตท์ศน์ # 3.13 ดุลยภาพของผู้บริโภค**

**ดุลยภาพของผู้บริโภค** คือจุดที่เส้นงบประมาณสัมผัสกับเส้นความพอใจเท่ากัน ซึ่งก็คือจุดที่ความชันของ  
เส้นงบประมาณเท่ากับความชันของเส้นความพอใจเท่ากัน ทั้งนี้ ความชันของเส้นงบประมาณ เท่ากับ  $-\frac{P_X}{P_Y}$  และ  
ความชันของเส้นความพอใจเท่ากันเท่ากับ  $MRS_{XY}$

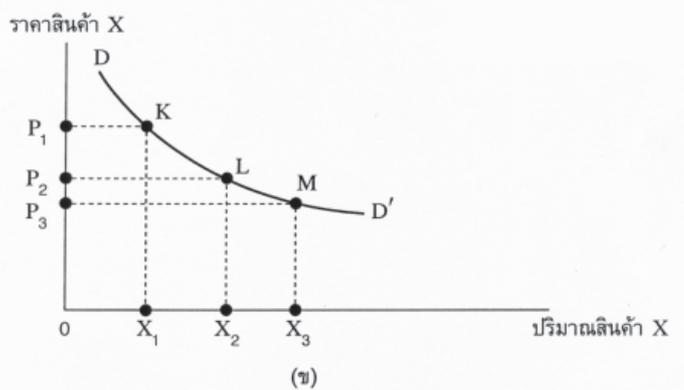
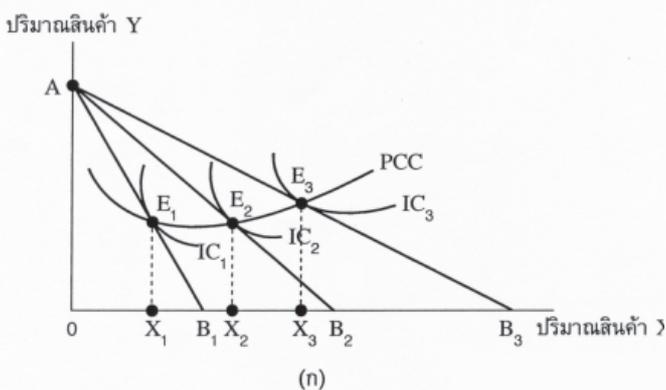
ดุลยภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน อยู่ที่

$$MRS_{XY} = -\frac{P_X}{P_Y}$$



ภาพที่ 3.14 จุดดุลยภาพของผู้บริโภค

**ไสตท์ศน์ # 3.14 การสร้างเส้นอุปสงค์ตามทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน**

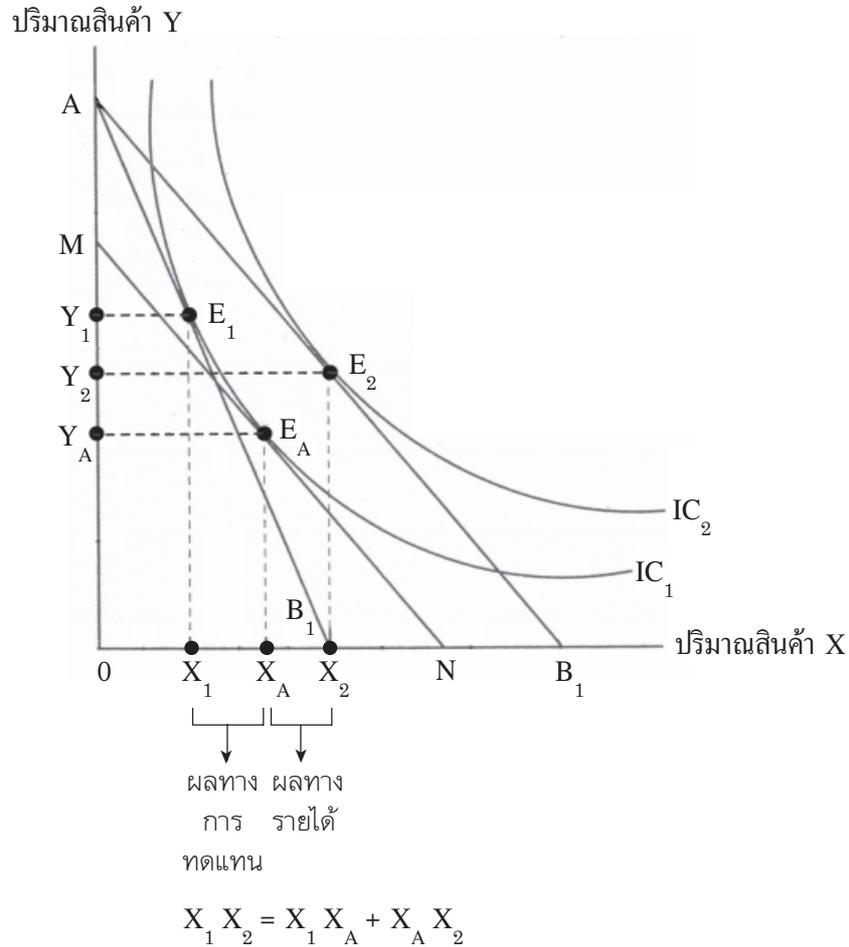


ภาพที่ 3.15 ดุลยภาพของผู้บริโภคเมื่อราคาสินค้า X ลดลง

## ไฮทท์ศน์ # 3.15 ผลทางรายได้และผลทางการทดแทน

ผลของการเปลี่ยนแปลงนี้เรียกว่าผลทางราคา (price effect) ซึ่งประกอบด้วย 2 สาเหตุ ได้แก่

1. ผลทางรายได้ (income effect)
2. ผลทางการทดแทน (substitution effect)



ภาพที่ 3.16 ผลทางรายได้และผลทางการทดแทน

$$X_1 X_2 \quad = \quad X_1 X_A \quad + \quad X_A X_2$$

(ผลทางราคา)                      (ผลทางการทดแทน) + (ผลทางรายได้)

## หน่วยที่ 4 การผลิตและต้นทุนการผลิต

### ไฮไลท์ # 4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต

- **การผลิต (production)** หมายถึง กระบวนการแปรสภาพปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ให้เป็นผลผลิตที่เรียกว่า สินค้าและบริการ (good and services)

- **การผลิตประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ** คือ ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และ ผลผลิต

- **ฟังก์ชันการผลิต (production function)** หมายถึงฟังก์ชันที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตกับผลผลิตภายใต้เทคโนโลยีการผลิตที่ใช้ในขณะนั้น และแสดงให้เห็นว่าในการผลิตสินค้าชนิดนั้นต้องใช้ปัจจัยการผลิตอะไรบ้าง การเขียนฟังก์ชันการผลิตในลักษณะของสมการคณิตศาสตร์มีรูปแบบทั่วไปคือ

$$Q = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

โดย Q หมายถึง ผลผลิต และ  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$  หมายถึงปัจจัยการผลิตที่ 1, 2, 3, ..., n ตามลำดับ

- **ปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรการผลิต** เป็นปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ ในทางเศรษฐศาสตร์มีการจัดประเภทของปัจจัยการผลิตออกเป็น 4 ประเภท คือ ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ

- **ปัจจัยการผลิตคงที่ (fixed input)** หมายถึง ปัจจัยการผลิตที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณได้ทันต่อความต้องการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กล่าวคือ ไม่ว่าจะผลิตเพิ่มขึ้นหรือลดลงหรือหยุดการผลิต

- **ปัจจัยการผลิตแปรผัน (variable input)** หมายถึง ปัจจัยการผลิตที่เปลี่ยนแปลงปริมาณได้ทันต่อความต้องการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กล่าวคือ หากมีการเพิ่มปริมาณผลผลิตก็จะใช้ปริมาณปัจจัยการผลิตแปรผันมากขึ้น

- **การผลิตในระยะสั้น** หมายถึง ระยะเวลาที่ปัจจัยการผลิตหนึ่งชนิดหรือมากกว่าไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทันต่อความต้องการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิต ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตคงที่ การเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณปัจจัยการผลิตแปรผันเท่านั้น

- **การผลิตในระยะยาว** หมายถึง ระยะเวลาที่ปัจจัยการผลิตทุกชนิดเปลี่ยนแปลงปริมาณได้ทันต่อความต้องการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิต ปัจจัยการผลิตทุกชนิดจึงเป็นปัจจัยการผลิตแปรผัน ดังนั้น ระยะยาวจึงมีแต่การใช้ปัจจัยการผลิตแปรผันเท่านั้น

● **การผลิตระยะสั้น** หมายถึง การผลิตที่หน่วยผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตโดยการเพิ่มหรือลดปัจจัยการผลิตแปรผัน แต่ไม่อาจเพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงขนาดของโรงงานหรือเครื่องจักรที่เป็นปัจจัยการผลิตคงที่ได้ ดังนั้นการผลิตระยะสั้นจึงเป็นการผลิตที่ใช้ทั้งปัจจัยการผลิตคงที่ร่วมกับปัจจัยการผลิตแปรผัน

● **ผลผลิตรวม (Total Product: TP)** เป็นปริมาณผลผลิตทั้งหมดที่ได้จากการใช้ปัจจัยการผลิตคงที่จำนวนหนึ่งร่วมกับปัจจัยการผลิตแปรผันจำนวนต่าง ๆ กันในกระบวนการผลิต

● **ผลผลิตเฉลี่ย (Average Product: AP)** เป็นปริมาณผลผลิตรวมเฉลี่ยต่อปัจจัยแปรผันหนึ่งหน่วย ค่าผลผลิตเฉลี่ยนี้เป็นการวัดผลิตภาพ (Productivity) ของปัจจัยการผลิตแปรผันที่บอกให้ทราบว่าแต่ละหน่วยของปัจจัยการผลิตแปรผันสามารถให้ผลผลิตโดยเฉลี่ยกี่หน่วยในกระบวนการผลิตนั้น ในกรณีนี้ปัจจัยแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตแปรผัน ผลิตภาพของแรงงานจึงแสดงให้เห็นว่าแรงงานแต่ละคนสามารถให้ผลผลิตเฉลี่ยคนละเท่าใด การคำนวณผลผลิตเฉลี่ยคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ผลผลิตเฉลี่ย} = \frac{\text{ผลผลิตรวม}}{\text{จำนวนแรงงาน}} \quad \text{หรือ} \quad AP \quad \text{หรือ} \quad AP_L = \frac{TP}{L}$$

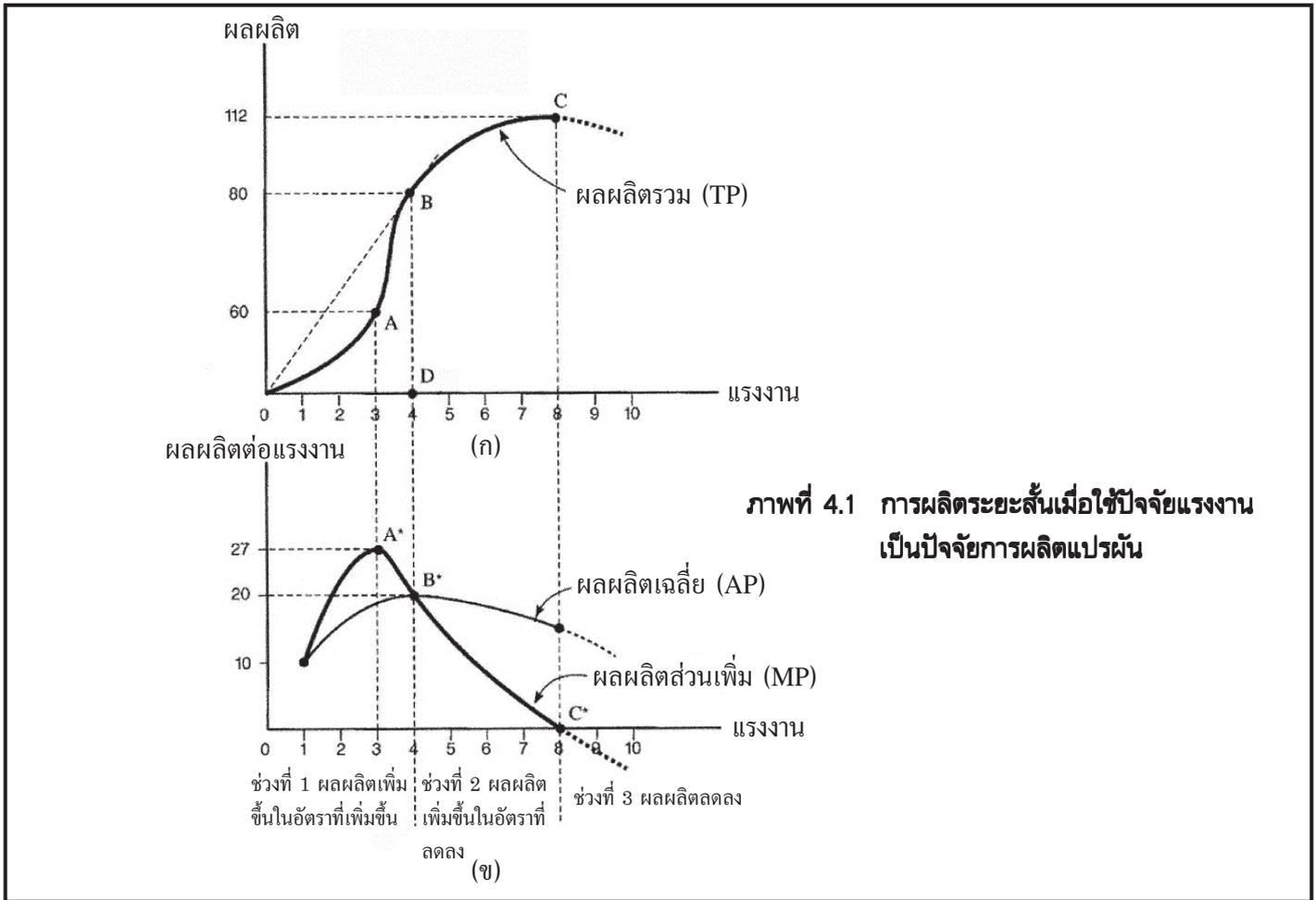
● **ผลผลิตส่วนเพิ่ม (Marginal Product: MP)** เป็นปริมาณผลผลิตรวมที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ปัจจัยการผลิตแปรผัน 1 หน่วย ผลผลิตส่วนเพิ่มนี้ จะบอกให้ทราบว่า เมื่อมีการใช้ปัจจัยการผลิตแปรผัน ส่วนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 หน่วยหรือหน่วยหลังสุดนั้นจะให้ผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นหรือลดลงกี่หน่วย คำนวณได้ดังนี้

$$\text{ผลผลิตส่วนเพิ่ม} = \frac{\text{ส่วนเปลี่ยนแปลงของผลผลิตรวม}}{\text{ส่วนเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการผลิตแปรผัน}} \quad \text{หรือ} \quad MP \quad \text{หรือ} \quad MP_L = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

● **กฎการลดน้อยถอยลงของผลผลิตส่วนเพิ่ม** ในช่วงแรกที่มีการใช้ปัจจัยการผลิตแปรผันเพิ่มขึ้น ผลผลิตส่วนเพิ่มที่ได้จากการเพิ่มปัจจัยการผลิตแปรผันแต่ละหน่วยจะเพิ่มขึ้น และจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงระดับหนึ่ง ต่อจากนั้นถ้าเพิ่มปัจจัยการผลิตแปรผันมากขึ้นอีก ผลผลิตส่วนเพิ่มจะเริ่มลดลง และลดลงเรื่อยๆ

● **ผลผลิตรวม** ผลผลิตเฉลี่ยและผลผลิตส่วนเพิ่ม มีความสัมพันธ์กันโดยพิจารณาตามช่วงการผลิตแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มขึ้น ผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง และผลผลิตรวมลดลง

## ไฮโดรคาร์บอน # 4.2 การผลิตระยะสั้น (ต่อ)



ภาพที่ 4.1 การผลิตระยะสั้นเมื่อใช้ปัจจัยแรงงาน เป็นปัจจัยการผลิตแปรผัน

## ไฮโดรคาร์บอน # 4.3 การผลิตระยะยาว

● **การผลิตระยะยาว** หมายถึง การผลิตในช่วงเวลาที่หน่วยผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงขนาดและปริมาณปัจจัยการผลิตทุกชนิดได้ตามต้องการ ปัจจัยการผลิตที่เคยเป็นปัจจัยการผลิตคงที่ จึงเป็นปัจจัยการผลิตแปรผัน ดังนั้น ปัจจัยการผลิตระยะยาวทุกชนิดจึงเป็นปัจจัยการผลิตแปรผัน

## ไฮโดรคาร์บอน # 4.4 เส้นผลผลิตเท่ากัน

● **เส้นผลผลิตเท่ากัน (Isoquant curve: Iq)** เป็นเส้นที่แสดงถึงส่วนประสมที่เป็นไปได้ทั้งหมดของการใช้ปัจจัยการผลิต 2 ชนิดร่วมกันในสัดส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลผลิตเท่ากันจำนวนหนึ่ง ในกรณีนี้ปัจจัยการผลิตทุกชนิดเป็นปัจจัยการผลิตแปรผัน ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงตามปริมาณผลผลิตที่เปลี่ยนไป

### ● ลักษณะของเส้นผลผลิตเท่ากัน

1. มีลักษณะเป็นเส้นโค้งนูนเข้าหาจุดกำเนิด
2. ความชันของเส้นผลผลิตเท่ากัน มีค่าเป็นลบ
3. เส้นผลผลิตเท่ากันที่อยู่ไกลจากจุดกำเนิดจะแสดงถึงปริมาณผลผลิตที่มากกว่าเส้นผลผลิตเท่ากันที่อยู่ใกล้จุดกำเนิด
4. เส้นผลผลิตเท่ากันจะไม่ตัดกัน

## โสตทัศน์ # 4.4 เส้นผลผลิตเท่ากัน (ต่อ)

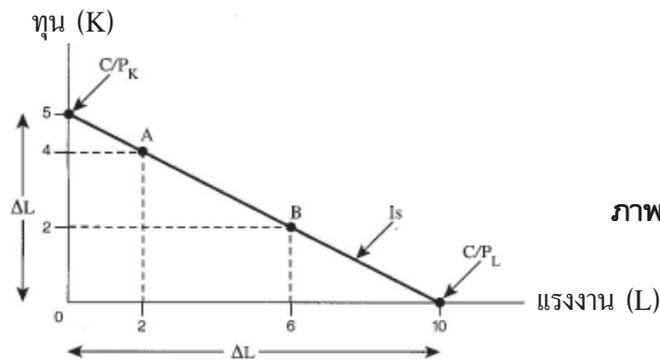
- อัตราการทดแทนทางเทคนิคส่วนเพิ่ม แสดงถึงการทดแทนกันของปัจจัยการผลิตแปรรูป 2 ชนิด คือปัจจัยทุน (K) และปัจจัยแรงงาน (L) โดยลดปริมาณปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งลง และเพิ่มปริมาณปัจจัยการผลิตอีกชนิดหนึ่งมากขึ้น เพื่อให้ได้ผลผลิตเท่าเดิม อัตราการทดแทนทางเทคนิคส่วนเพิ่ม (Marginal Rate of Technical Substitution: MRTS) คำนวณได้ คือ  $MRTS_{LK} = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$

- ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการทดแทนทางเทคนิคส่วนเพิ่ม และผลผลิตส่วนเพิ่มของปัจจัยการผลิต หมายความว่า  $MRTS_{LK}$  ที่จุดใด ๆ บนเส้นผลผลิตเท่ากัน จะเท่ากับอัตราส่วนระหว่าง  $MP_L$  ต่อ  $MP_K$  ที่จุดนั้น ๆ อัตราส่วนดังกล่าวทำให้ทราบว่าปัจจัยการผลิตใดมีผลิตภาพในการผลิตสูงกว่ากัน (เครื่องหมายลบของ MRTS แสดงถึงทิศทางการทดแทนกันระหว่างปัจจัยการผลิตเท่านั้นไม่ได้มีความหมายในเชิงปริมาณที่แสดงถึงความมากหรือน้อย)

## โสตทัศน์ # 4.5 เส้นต้นทุนเท่ากัน

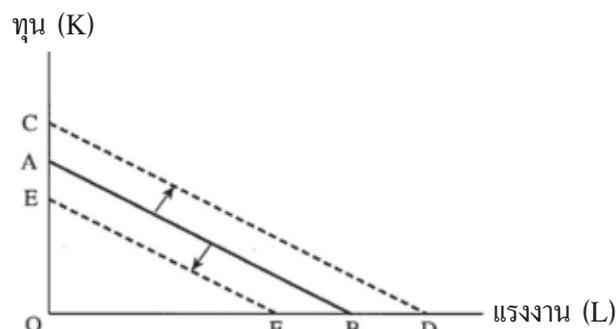
- เส้นต้นทุนเท่ากัน (Isocost: Is) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงความสามารถในการซื้อปัจจัยการผลิต 2 ชนิด ในสัดส่วนต่าง ๆ กัน ตามราคาของปัจจัยการผลิตนั้น และใช้จ่ายไปในจำนวนงบประมาณหรือเงินทุนจำกัดจำนวนหนึ่ง ทั้งนี้หน่วยผลิตจะตัดสินใจซื้อปัจจัยการผลิต 2 ชนิดในสัดส่วนที่ทำให้ได้ผลผลิตตามต้องการด้วยเงินงบประมาณหรือต้นทุนทั้งหมดน้อยที่สุด

- เส้นต้นทุนเท่ากันมีการเคลื่อนย้ายไปจากเส้นเดิมได้ดังนี้



ภาพที่ 4.5 เส้นต้นทุนเท่ากัน

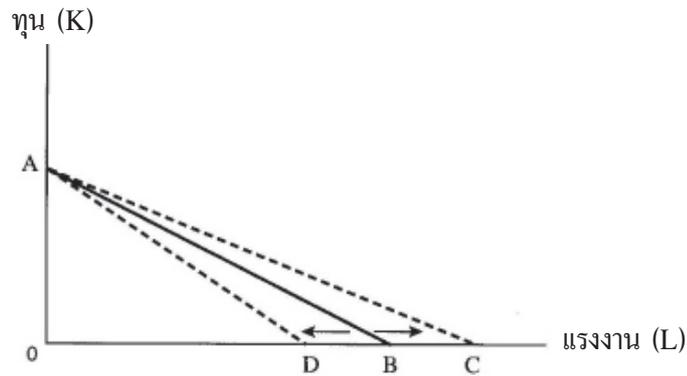
1. งบประมาณหรือเงินทุนเปลี่ยนแปลง



ภาพที่ 4.6 การเคลื่อนย้ายเส้นต้นทุนเท่ากันเมื่องบประมาณเปลี่ยนแปลง

## ไฮโดรคาร์บอน # 4.5 เส้นต้นทุนเท่ากัน (ต่อ)

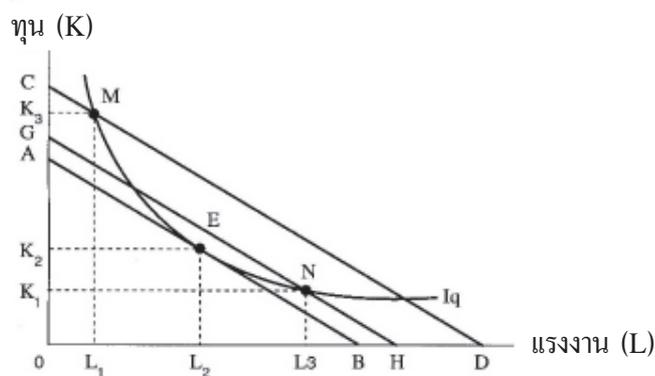
2. ราคาต่อหน่วยของปัจจัยการผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลง แต่งบประมาณเท่าเดิม



ภาพที่ 4.7 การเคลื่อนย้ายเส้นต้นทุนเท่ากันเมื่อราคาต่อหน่วยปัจจัยแรงงานเปลี่ยนแปลง

## ไฮโดรคาร์บอน # 4.6 ส่วนประสมปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมที่สุด

● ส่วนประสมปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมที่สุดของหน่วยผลิตหรือดุลยภาพของหน่วยผลิตจะพิจารณาจากเส้นผลผลิตเท่ากันและเส้นต้นทุนเท่ากัน โดยมีเงื่อนไขทั่วไปอยู่ที่จุดสัมผัสระหว่างเส้นผลผลิตเท่ากันกับเส้นต้นทุนเท่ากัน ซึ่ง ณ จุดสัมผัสนั้นแสดงว่าความชันของเส้นผลผลิตเท่ากันเท่ากับความชันของเส้นต้นทุนเท่ากัน



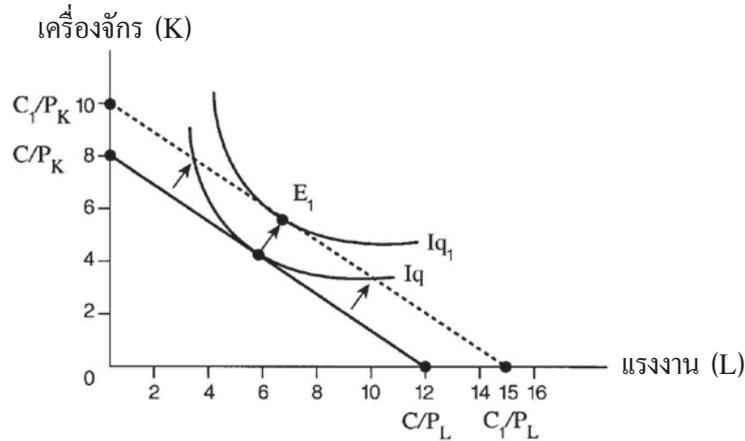
ภาพที่ 4.9 ส่วนประสมปัจจัยการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำสุด

- เงื่อนไขสำหรับส่วนประสมปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมที่สุดใน 2 กรณี คือ
  1. การผลิตที่เสียต้นทุนต่ำสุดภายใต้จำนวนผลผลิตที่กำหนด
  2. การผลิตที่ได้ผลผลิตสูงสุดภายใต้ต้นทุนการผลิตที่กำหนด

## โสตทัศน # 4.6 ส่วนประสมปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมที่สุด (ต่อ)

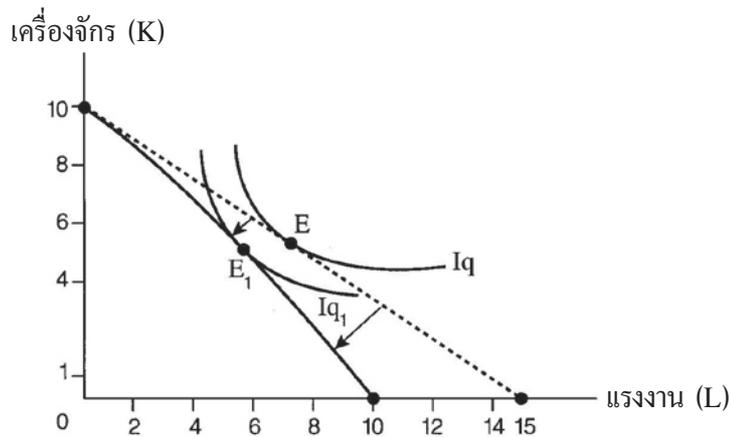
### ● การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของหน่วยผลิต

1. การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของหน่วยผลิตในกรณีที่หน่วยผลิตมีเงินทุนหรืองบประมาณเพิ่มขึ้น



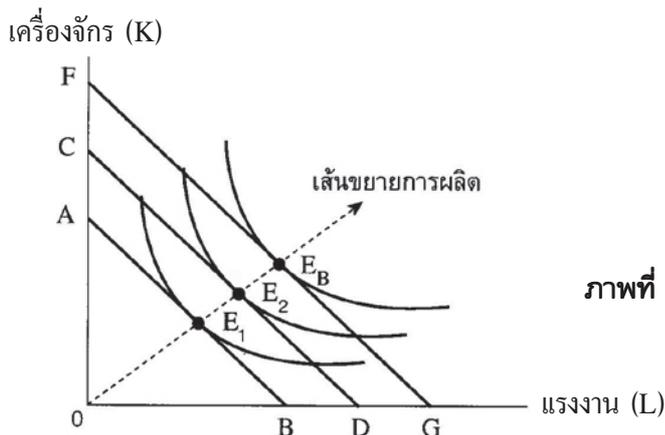
ภาพที่ 4.10 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของหน่วยผลิตเนื่องจากมีเงินทุนเพิ่มขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของหน่วยผลิตในกรณีที่ค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 4.11 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของหน่วยผลิตเนื่องจากค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น

● **เส้นขยายการผลิต** ถ้าเชื่อมจุดดุลยภาพต่าง ๆ ของหน่วยผลิตเข้าด้วยกันแล้ว เส้นที่เชื่อมจุดดุลยภาพนี้ก็เป็นเส้นที่แสดงศักยภาพการขยายการผลิต



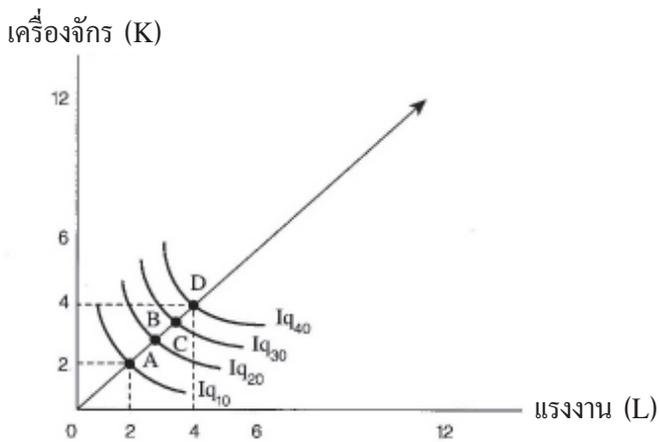
ภาพที่ 4.12 เส้นขยายการผลิต

## โลตทัศน์ # 4.7 ผลได้ต่อขนาด

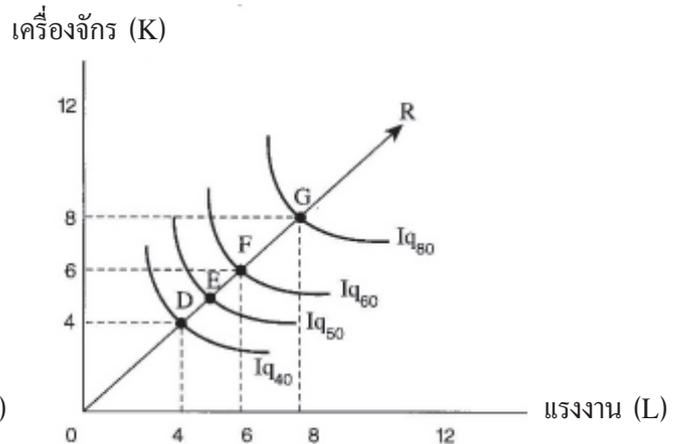
**ผลได้ต่อขนาด** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตเนื่องจากการเพิ่มหรือลดปริมาณปัจจัยการผลิตทุกชนิดในสัดส่วนเดียวกัน

ผลได้ต่อขนาดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

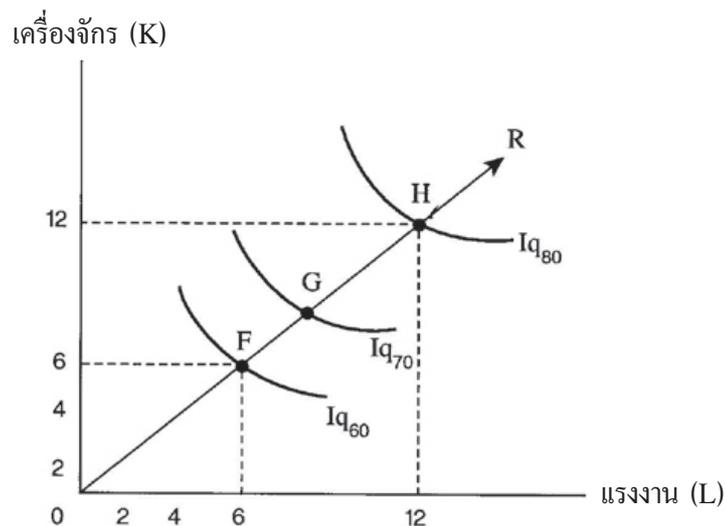
1. ผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้น
2. ผลได้ต่อขนาดคงที่
3. ผลได้ต่อขนาดลดลง



ภาพที่ 4.13 ผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 4.14 กรณีผลได้ต่อขนาดคงที่



ภาพที่ 4.15 ผลได้ต่อขนาดลดลง

## ไสตท์ศน์ # 4.8 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต

● **ต้นทุนการผลิต** เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจผลิตสินค้าและบริการของหน่วยผลิต เพราะต้นทุนการผลิตเป็นค่าใช้จ่ายที่ทำให้มูลค่าของผลผลิตเพิ่มขึ้นผ่านกระบวนการผลิต หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่ทำให้อรรถประโยชน์ของผลผลิตเพิ่มขึ้น หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในกระบวนการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้เป็นผลผลิตแบ่งออกเป็น

1. ต้นทุนคงที่ เป็นต้นทุนของปัจจัยการผลิตคงที่ ประกอบด้วย ต้นทุนที่ดิน ต้นทุนสินค้าประเภททุน และต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการ หรือเป็นต้นทุนที่คงที่ไม่ว่าจะผลิตสินค้าและบริการมากหรือน้อยเพียงใดหรือไม่ผลิตเลยก็ตาม ซึ่งจะมีต้นทุนคงที่ระยะสั้น เช่น ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เป็นต้น

2. ต้นทุนแปรผัน เป็นต้นทุนของปัจจัยการผลิตแปรผันทุกชนิดที่หน่วยผลิตใช้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในการซื้อปัจจัยนำเข้า หรือเป็นต้นทุนของปัจจัยที่ใช้ในการผลิตที่แปรผันได้ในหน่วยผลิตใดหน่วยผลิตหนึ่ง เช่น ต้นทุนแรงงาน หรือต้นทุนวัตถุดิบ เป็นต้น

3. ต้นทุนค่าเสียโอกาส หมายถึง สิ่งที่มีมูลค่าสูงสุดที่ต้องสละไป เมื่อมีการตัดสินใจเลือกใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อการหนึ่งการใด

4. ต้นทุนชัดเจน (explicit cost) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดของการผลิตที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายของหน่วยผลิตที่จ่ายให้กับเจ้าของปัจจัยการผลิตที่มีการจ่ายจริงและเป็นรายการที่ลงบันทึกในบัญชีรายจ่ายของหน่วยผลิต เช่น ค่าแรงเงินเดือน ค่าวัตถุดิบ ค่าเช่า ดอกเบี้ย ค่าโฆษณา เป็นต้น

5. ต้นทุนไม่ชัดเจน (implicit cost) หรือต้นทุนแอบแฝง หมายถึง ต้นทุนที่เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิตของเจ้าของหน่วยผลิตที่ไม่ได้มีการจ่ายจริง และไม่ได้นับทึกลงในบัญชีของหน่วยผลิต เช่น ค่าแรง ค่าเช่า ดอกเบี้ย รวมถึงผลตอบแทนอื่น ๆ จากทรัพย์สินของเจ้าของหน่วยผลิต

6. ต้นทุนทางบัญชี หมายถึง ต้นทุนที่มีการจ่ายจริงในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยผลิต เช่น ค่าจ้างเงินเดือน พนักงาน ค่าเช่าที่ดิน ค่าเช่าอาคาร ค่าวัตถุดิบ ค่าโฆษณา ค่าดอกเบี้ย เป็นต้น

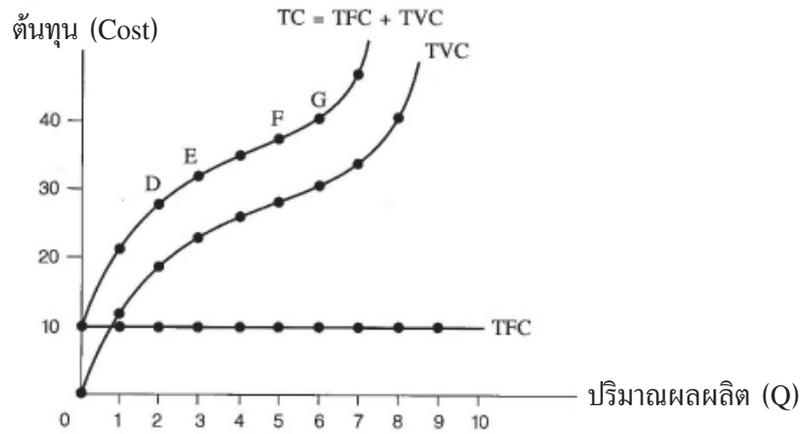
● **เส้นต้นทุนคงที่เฉลี่ย (AFC)** เป็นเส้นที่แสดงถึงค่าเฉลี่ยต่อหน่วยผลผลิตของต้นทุนคงที่ทั้งหมดซึ่งมีลักษณะลาดลงจากซ้ายไปทางขวา โดยตอนแรกจะลดลงอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นจะลดลงในอัตราที่ลดลงเมื่อปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นหรือมีลักษณะเป็นเส้นที่พุ่งเข้าหาแกนทั้งสอง

● **เส้นต้นทุนแปรผันเฉลี่ย (AVC)** เป็นเส้นที่แสดงถึงค่าเฉลี่ยต่อหน่วยผลผลิตของต้นทุนแปรผันทั้งหมดซึ่งมีลักษณะคล้ายรูปตัวยู คือมีค่ามากในตอนแรกและค่อย ๆ ลดลงจนต่ำสุดและค่อย ๆ เพิ่มขึ้นอีกตามลักษณะของเส้นต้นทุนแปรผันที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงในตอนแรก แล้วเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มขึ้นในตอนหลัง

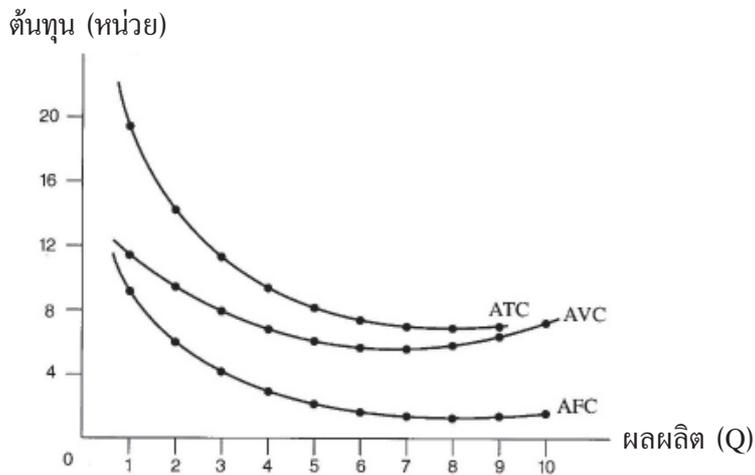
● **เส้นต้นทุนรวมเฉลี่ย (ATC)** เป็นเส้นที่แสดงถึงค่าเฉลี่ยต่อหน่วยผลผลิตของต้นทุนรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นผลรวมของเส้นต้นทุนคงที่เฉลี่ย (AFC) และเส้นต้นทุนแปรผันเฉลี่ย (AVC) จึงมีลักษณะคล้ายตัวยูเช่นกัน แต่ไม่ขนานกับเส้นต้นทุนแปรผันเฉลี่ย

● **เส้นต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC)** เป็นเส้นที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนรวมเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิต ซึ่งจะมีค่าสูงในตอนแรกและค่อย ๆ ลดลง จนกระทั่งต่ำสุด และเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้งหนึ่งตามลักษณะความชันของเส้นต้นทุนรวม

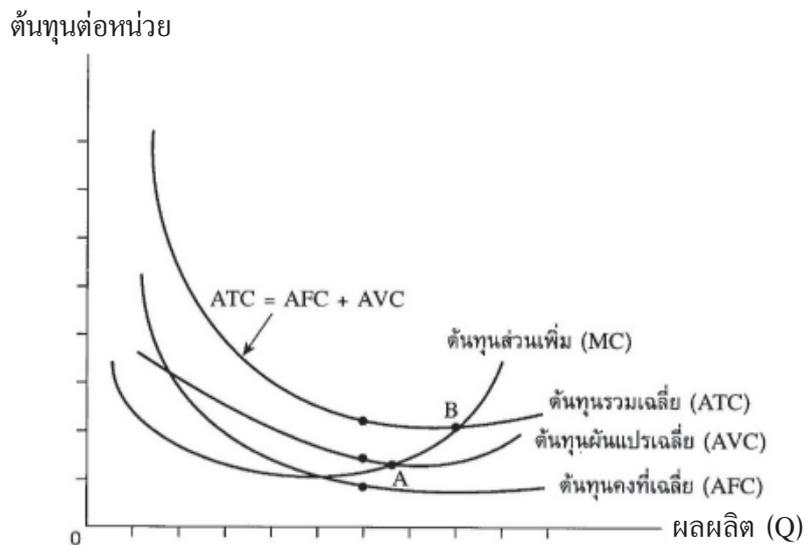
โสตทัศน์ # 4.8 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต (ต่อ)



ภาพที่ 4.16 ต้นทุนรวม ต้นทุนคงที่รวม ต้นทุนแปรผันรวม



ภาพที่ 4.17 เส้นต้นทุนรวมเฉลี่ย เส้นต้นทุนแปรผันเฉลี่ย และเส้นต้นทุนคงที่เฉลี่ย



ภาพที่ 4.18 เส้นต้นทุนรวมเฉลี่ย เส้นต้นทุนคงที่เฉลี่ย เส้นต้นทุนแปรผันเฉลี่ย และเส้นต้นทุนส่วนเพิ่ม



## หน่วยที่ 5 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด

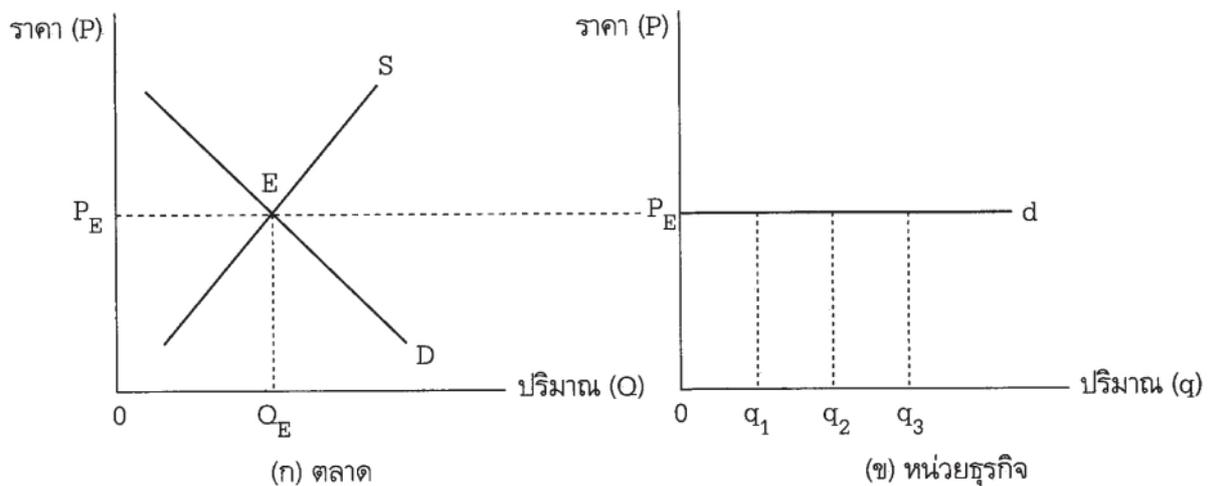
### ไฮด์ททัศน์ # 5.1 ลักษณะตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ลักษณะตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ

1. มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากและแต่ละรายจะมีขนาดเล็กมากเมื่อเปรียบเทียบกับทั้งตลาด
2. สินค้าที่ซื้อขายมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ
3. ผู้ซื้อและผู้ขายทราบราคาสินค้าที่ซื้อขายในตลาดเป็นอย่างดี
4. หน่วยธุรกิจสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้โดยเสรี

### ไฮด์ททัศน์ # 5.2 อุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

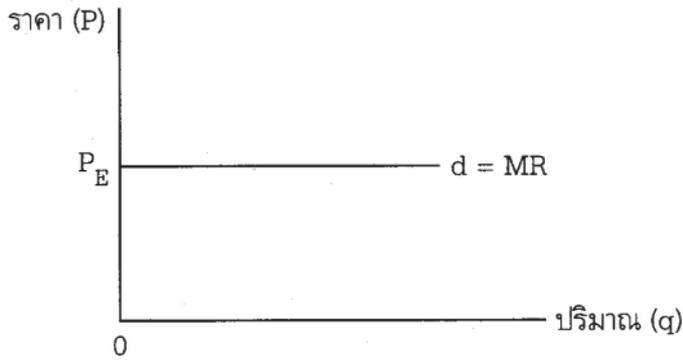
อุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นเส้นตรงขนานกับแกนนอนและตัดแกนตั้ง ณ ระดับราคาที่ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของตลาด



ภาพที่ 5.1 อุปสงค์และอุปทานของตลาด และอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจ

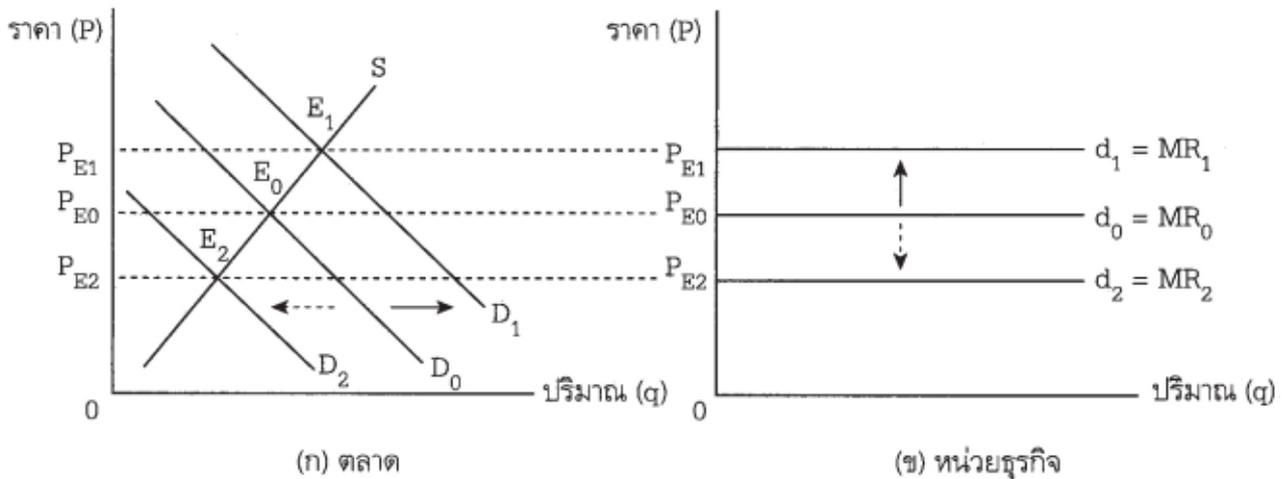
### ไฮด์ทัศน์ # 5.3 รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์หมายถึงรายรับทั้งหมดที่เพิ่มขึ้นเมื่อหน่วยธุรกิจขายสินค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ จะเท่ากับราคาสินค้าที่ถูกกำหนดโดยตลาด หรือ  $MR = P$



ภาพที่ 5.2 เส้นรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจ  
ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

### ไฮด์ทัศน์ # 5.4 การเปลี่ยนแปลงราคาตลาดและเส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์



ภาพที่ 5.3 การเปลี่ยนแปลงราคาตลาดและเส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

## ไฮด์ทัศน์ # 5.5 การแสวงหากำไรสูงสุดของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

### 1. การวิเคราะห์โดยพิจารณาจากรายรับทั้งหมด (TR) และต้นทุนทั้งหมด (TC)

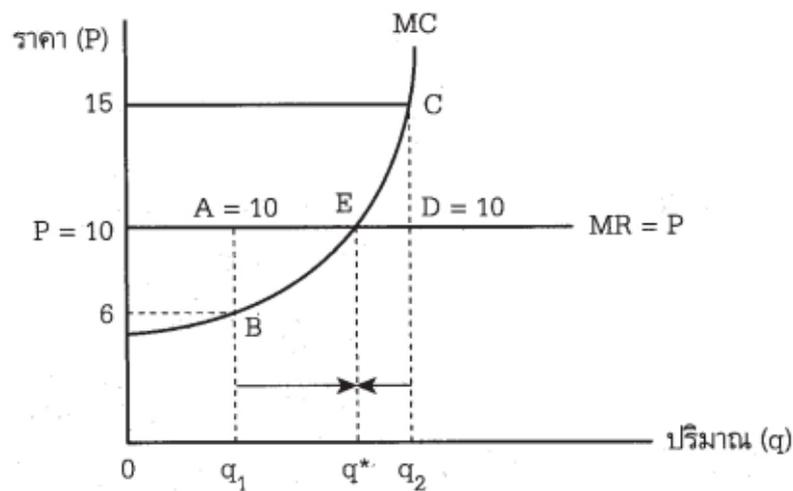
ได้กำไรเกินปกติ เมื่อ  $TR > TC$

ได้กำไรปกติ เมื่อ  $TR = TC$

และขาดทุน เมื่อ  $TR < TC$

### 2. การวิเคราะห์โดยพิจารณาจากรายรับส่วนเพิ่ม (MR) และต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC)

ในกรณีนี้หน่วยธุรกิจจะได้รับกำไรสูงสุด (หรือขาดทุนน้อยที่สุด) เมื่อขายหรือผลิตสินค้า ณ ปริมาณที่รายรับส่วนเพิ่มเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม หรือ  $MR = MC$



ภาพที่ 5.4 การแสวงหากำไรสูงสุดของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์โดยพิจารณาจากรายรับส่วนเพิ่ม (MR) ต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC)

## ไฮด์ทัศน์ # 5.6 การวิเคราะห์กำไรและขาดทุนในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจ

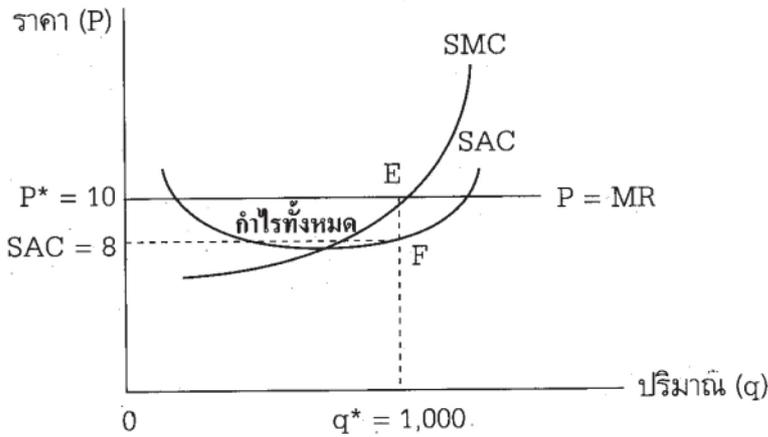
$P > SAC$  หน่วยธุรกิจจะได้รับกำไรเกินปกติ

$P = SAC$  หน่วยธุรกิจจะได้รับกำไรปกติ

และ  $P < SAC$  หน่วยธุรกิจจะขาดทุน

**ไสตท์ศน์ # 5.7** หน่วยธุรกิจได้รับกำไรเกินปกติ

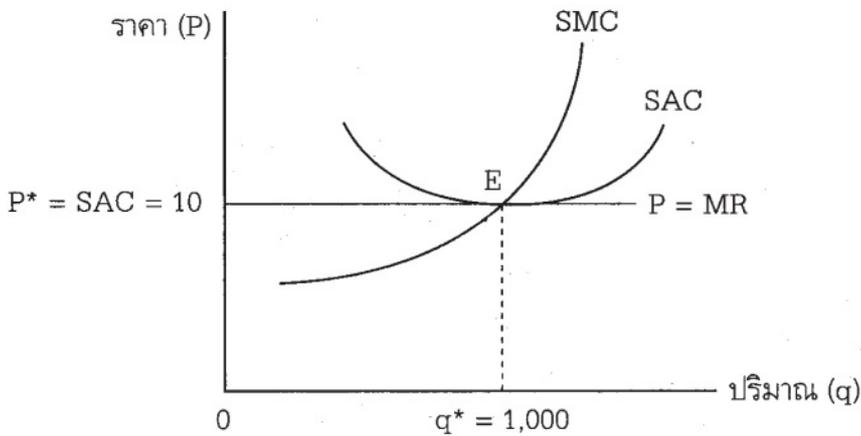
MR = SMC และ TR > TC หรือ P > SAC



ภาพที่ 5.5 กรณีหน่วยธุรกิจได้รับกำไรเกินปกติ

**ไสตท์ศน์ # 5.8** หน่วยธุรกิจได้รับกำไรปกติหรือกำไรเกินปกติเป็นศูนย์

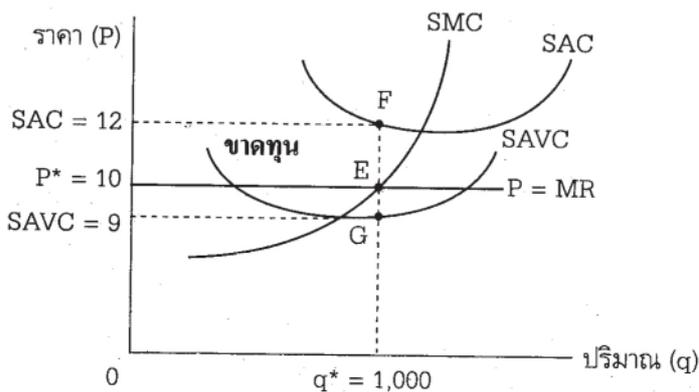
MR = SMC และ TR = TC หรือ P = SAC



ภาพที่ 5.6 กรณีหน่วยธุรกิจได้รับกำไรปกติ

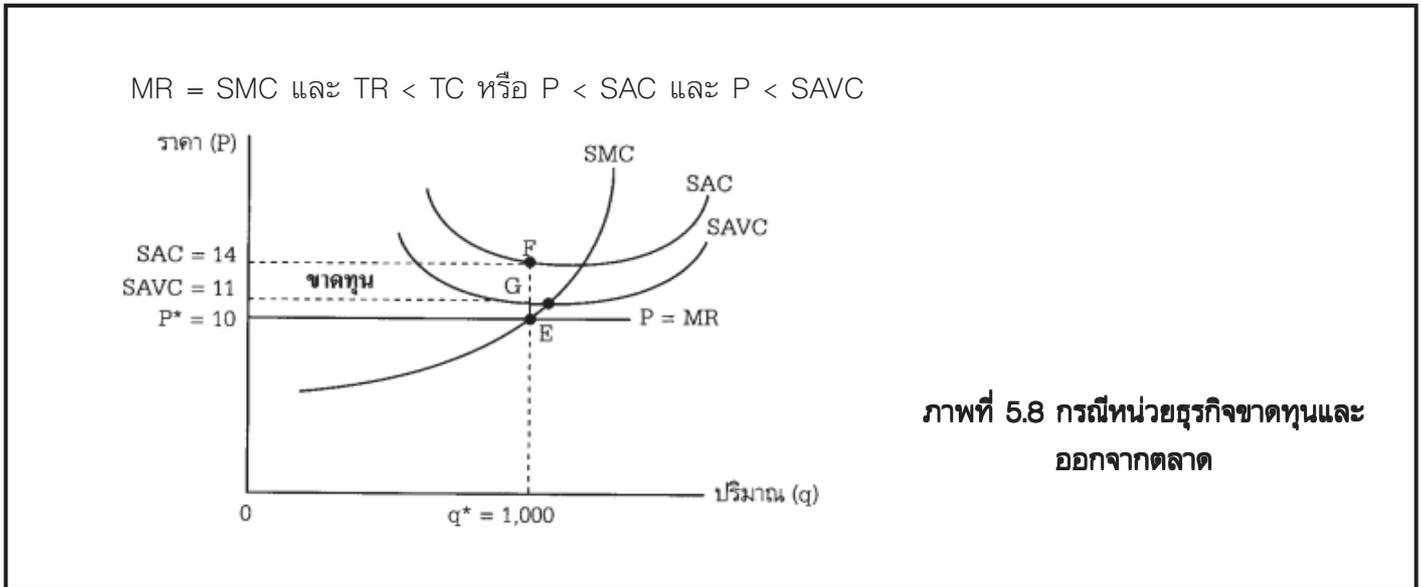
**ไสตท์ศน์ # 5.9** หน่วยธุรกิจขาดทุนแต่ยังคงผลิตต่อไป

MR = SMC และ TR < TC หรือ P < SAC แต่ P ≥ SAVC

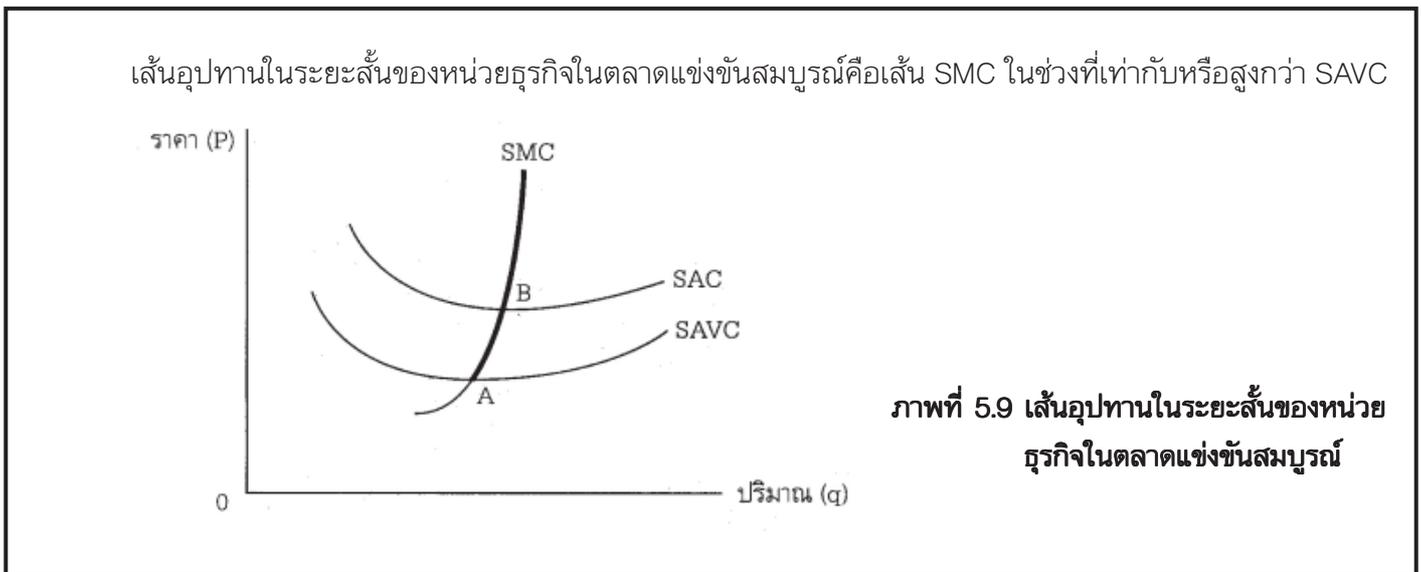


ภาพที่ 5.7 กรณีหน่วยธุรกิจขาดทุนแต่ยังคงทำการผลิต

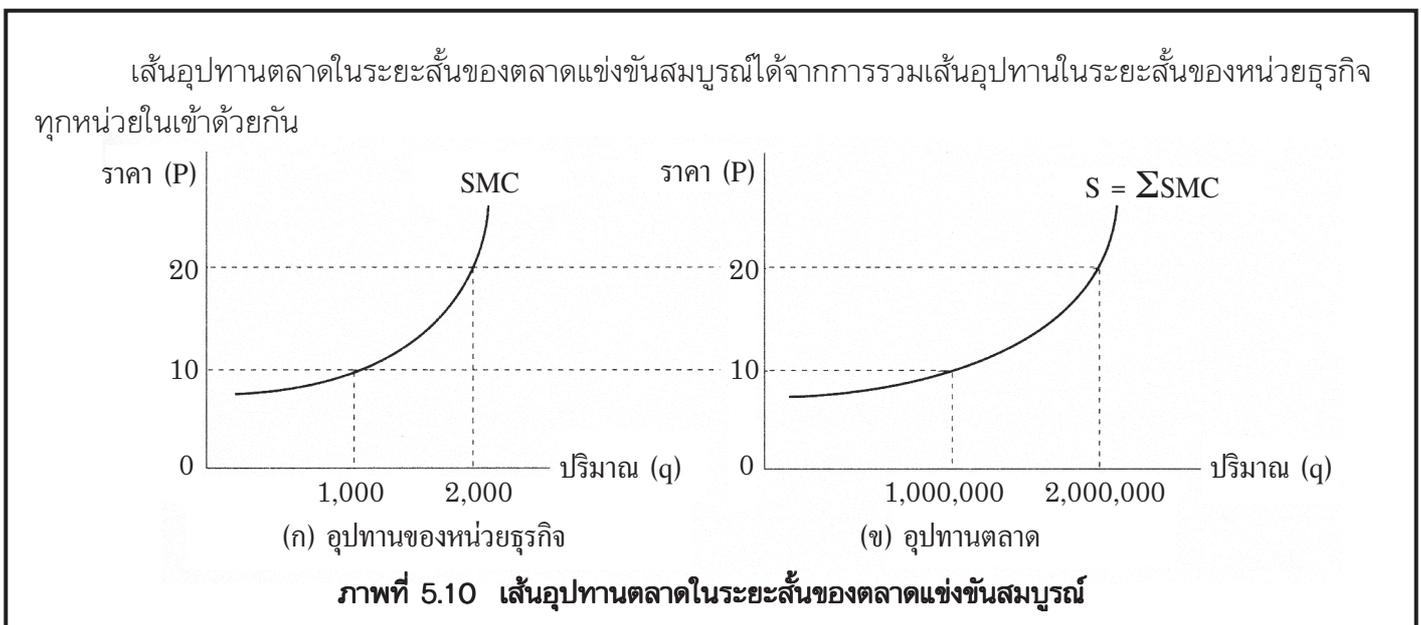
**ไสตท์ศน์ # 5.10 หน่วยธุรกิจขาดทุนและออกจากตลาด**



**ไสตท์ศน์ # 5.11 เส้นอุปทานในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์**

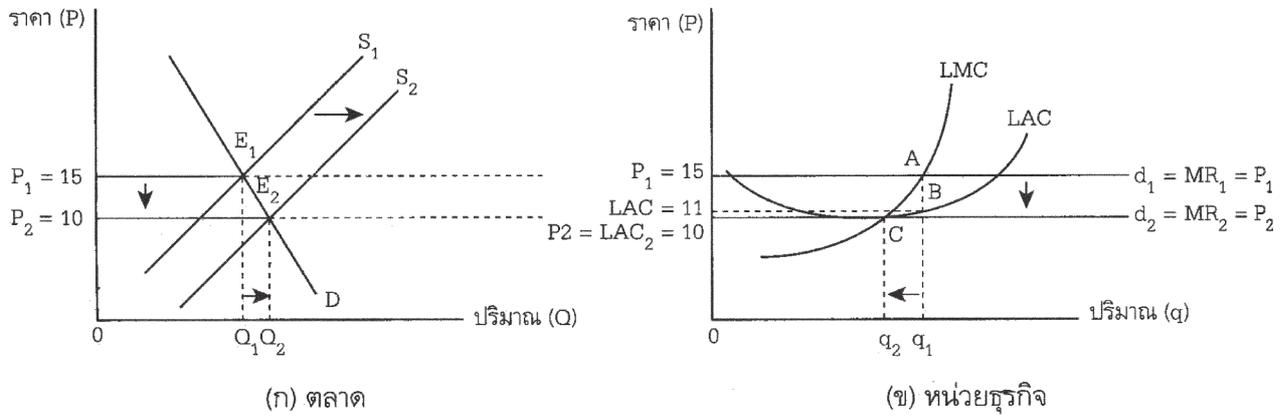


**ไสตท์ศน์ # 5.12 เส้นอุปทานตลาดในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์**



**ไสตท์ศน์ # 5.13** ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจกรณีมีหน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาแข่งขัน

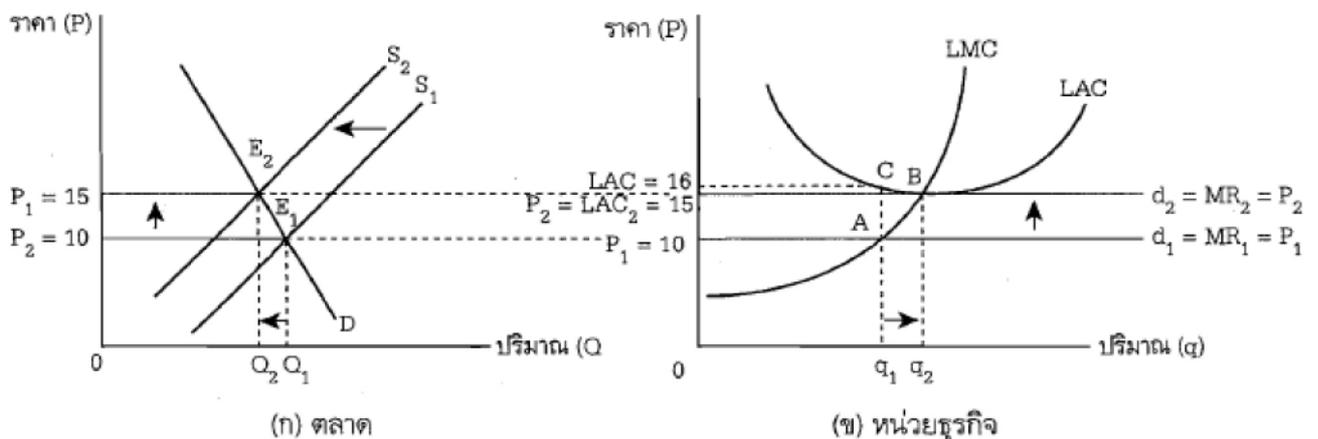
หน่วยธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ในตลาดได้รับกำไรเกินปกติ กล่าวคือ  $P > LAC$  ทำให้  $TR > LTC$  กำไรเกินปกติที่หน่วยธุรกิจได้รับจูงใจให้หน่วยธุรกิจรายอื่นเข้ามาผลิตแข่งขันกับหน่วยธุรกิจเดิมที่อยู่ในตลาด



ภาพที่ 5.11 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์กรณีมีหน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาแข่งขัน

**ไสตท์ศน์ # 5.14** ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจกรณีมีหน่วยธุรกิจออกไปจากตลาด

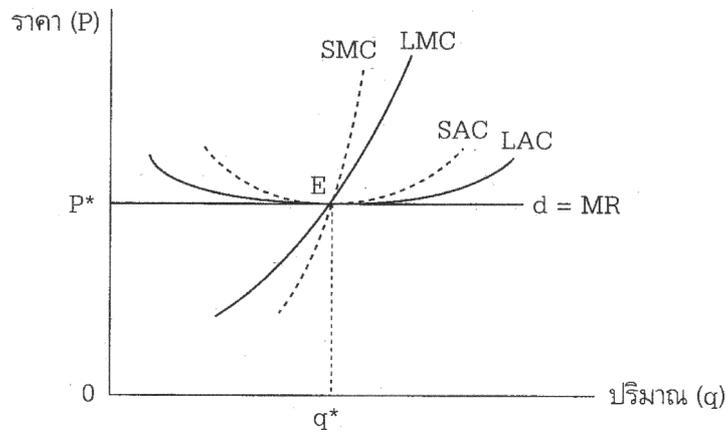
หน่วยธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ในตลาดประสบกับการขาดทุน กล่าวคือ  $P < LAC$  ทำให้  $TR < LTC$  หน่วยธุรกิจที่ขาดทุนและไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ก็จะเลิกผลิตและออกไปจากตลาด



ภาพที่ 5.12 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ กรณีมีหน่วยธุรกิจออกไปจากตลาด

### ไสตท์ศน์ # 5.15 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

$P = MR = LMC = LAC$  โดยเป็นจุดการผลิตที่ LAC มีค่าต่ำสุด



ภาพที่ 5.13 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

### ไสตท์ศน์ # 5.16 ลักษณะของตลาดผูกขาด

ลักษณะของตลาดผูกขาด คือ

1. มีผู้ขายหรือหน่วยธุรกิจเพียงรายเดียวในตลาด
2. ไม่มีสินค้าทดแทนกันได้หรือทดแทนกันได้ง่าย
3. ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้

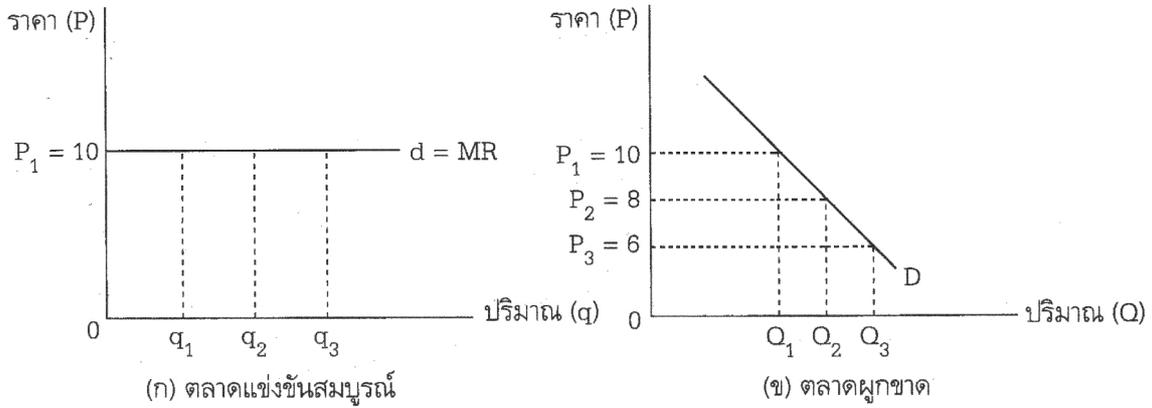
### ไสตท์ศน์ # 5.17 เงื่อนไขที่ทำให้เกิดการผูกขาด

เงื่อนไขที่ทำให้เกิดการผูกขาด คือ

1. อุปสรรคทางด้านกฎหมาย
2. การผลิตที่ก่อให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขยายขนาดการผลิต
3. ความสามารถในการควบคุมปัจจัยการผลิตที่สำคัญ

**ไฮด์ทัศน์ # 5.18 อุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดผูกขาด**

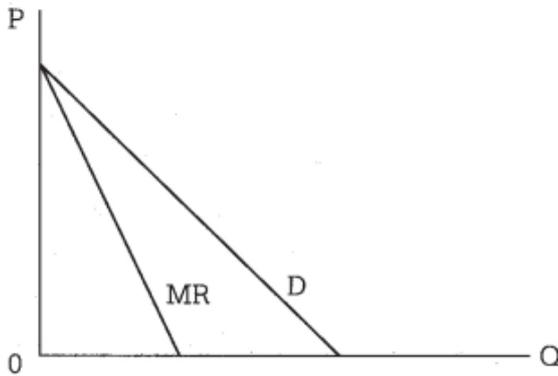
อุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดผูกขาดเป็นเส้นเดียวกับเส้นอุปสงค์ตลาด เพราะหน่วยธุรกิจและตลาดเป็นสิ่งเดียวกันโดยมีคุณสมบัติและเป็นไปตามกฎของอุปสงค์



**ภาพที่ 5.15 เส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด**

**ไฮด์ทัศน์ # 5.19 รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดผูกขาด**

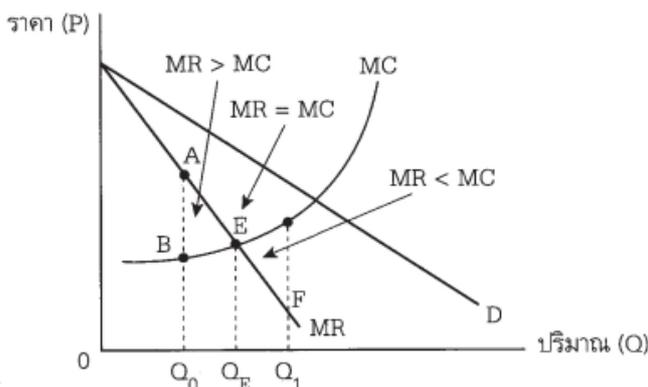
สำหรับหน่วยธุรกิจในตลาดผูกขาดราคาลิณค้าที่ขายจะมากกว่ารายรับส่วนเพิ่มเสมอหรือ  $P > MR$



**ภาพที่ 5.16 เส้นอุปสงค์และเส้นรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดผูกขาด**

**ไฮด์ทัศน์ # 5.20 การวิเคราะห์ดุลยภาพของผู้ผูกขาด**

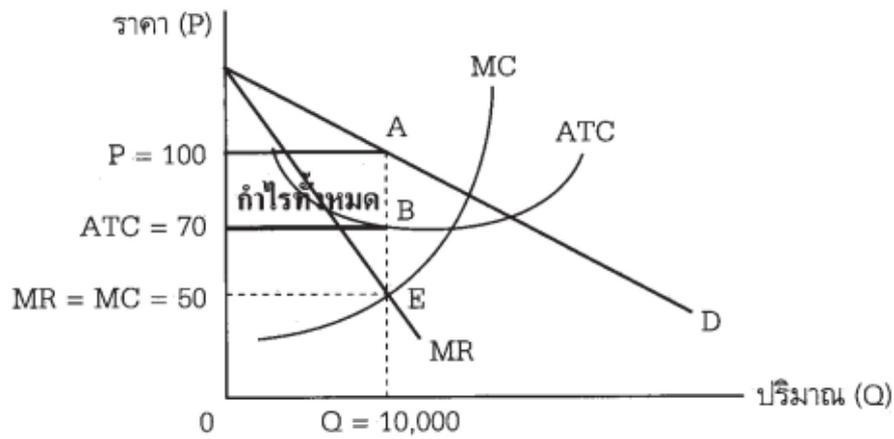
เงื่อนไขที่ทำให้ผู้ผูกขาดได้รับกำไรสูงสุดก็คือจะมีการผลิตเกิดขึ้น ณ ระดับปริมาณผลิตที่ทำให้รายรับส่วนเพิ่ม (MR) เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC) หรือ  $MR = MC$



**ภาพที่ 5.18 ดุลยภาพของผู้ผูกขาด**

### ไสตท์ศน์ # 5.21 ดุลยภาพของผู้ผูกขาดกรณีได้รับกำไรสูงสุด

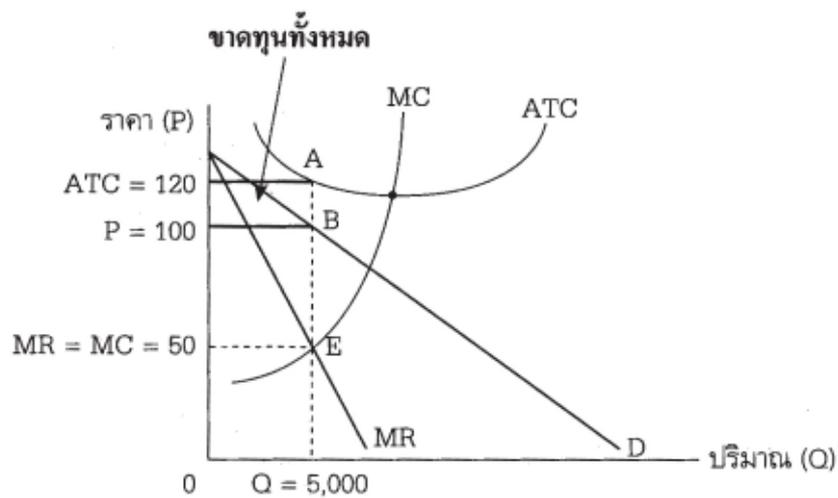
$MC = MR$  และ  $P > ATC$  หรือ  $TR > TC$



ภาพที่ 5.19 ดุลยภาพของผู้ผูกขาดกรณีได้รับกำไรสูงสุด

### ไสตท์ศน์ # 5.22 ดุลยภาพของผู้ผูกขาดกรณีประสบกับการขาดทุน

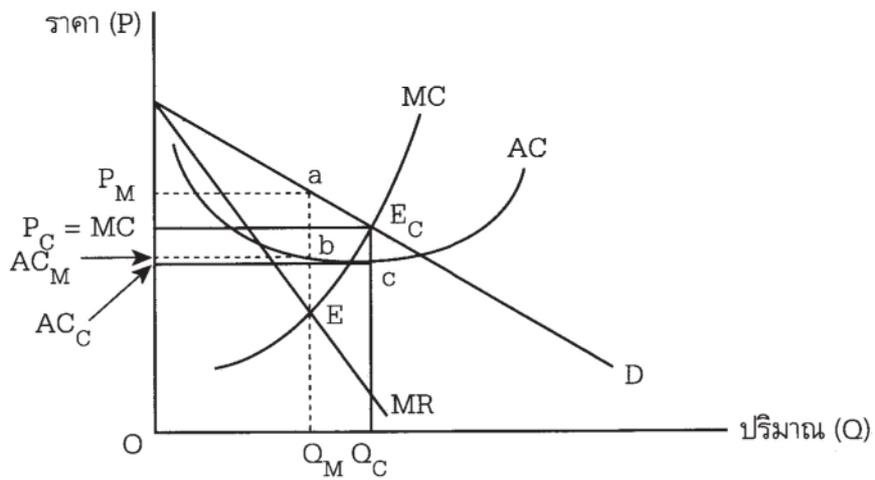
$MC = MR$  และ  $P < ATC$  หรือ  $TR < TC$



ภาพที่ 5.20 ดุลยภาพของผู้ผูกขาดกรณีประสบกับการขาดทุน

### ไฮสททัศน์ # 5.23 ราคาในอุดมคติ

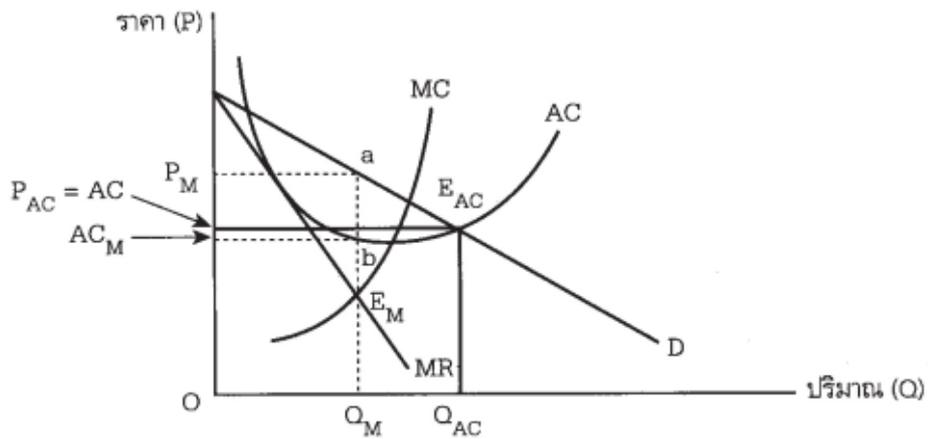
ราคาในอุดมคติหมายถึงราคาที่เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มในการผลิตสินค้า หรือ  $P = MC$



ภาพที่ 5.22 การกำหนดราคาในอุดมคติ

### ไฮสททัศน์ # 5.24 ราคายุติธรรม

ราคายุติธรรมหมายถึงราคาที่เท่ากับต้นทุนเฉลี่ยในการผลิต หรือ  $P = AC$



ภาพที่ 5.24 การกำหนดราคายุติธรรม

## หน่วยที่ 6 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดและตลาดผู้ขายน้อยราย

### ไฮด์ทศน์ # 6.1 ลักษณะตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

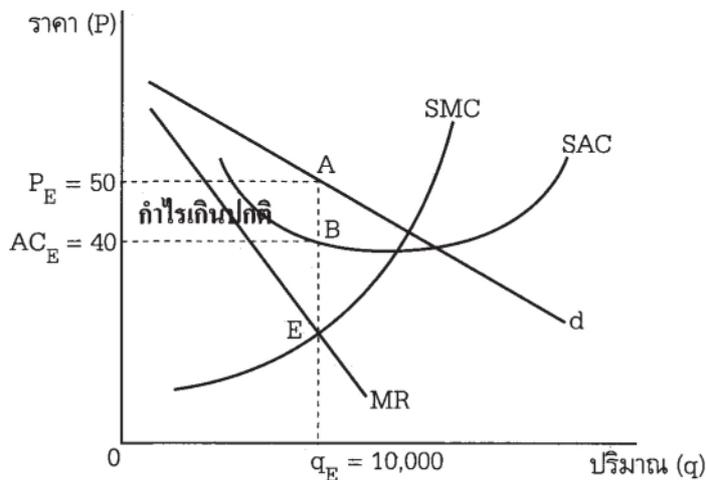
ลักษณะตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือ

1. มีผู้ขายหรือหน่วยธุรกิจจำนวนมาก
2. สินค้าของผู้ขายมีความแตกต่างกัน
3. ผู้ขายสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้โดยเสรี

### ไฮด์ทศน์ # 6.2 การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดในระยะสั้น

กรณีที่ 1 หน่วยธุรกิจได้รับกำไรเกินปกติ

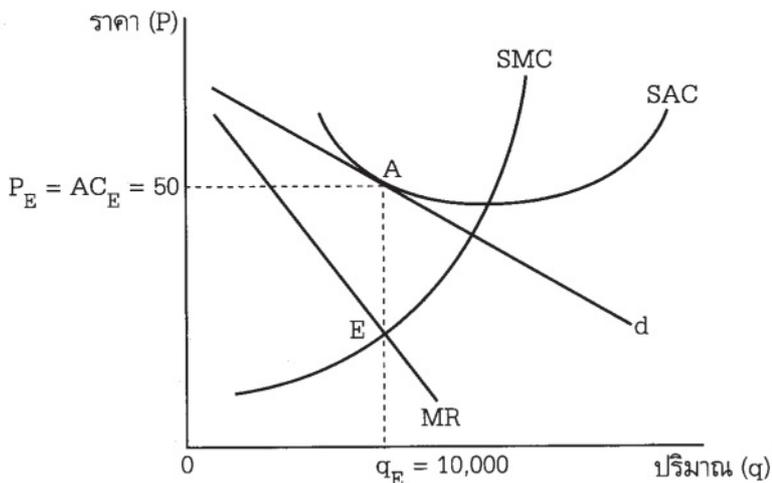
$$MR = SMC \text{ และ } P > SAC \text{ หรือ } TR > TC \text{ หรือ } TR - TC > 0$$



ภาพที่ 6.2 หน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันผูกขาดได้รับกำไรเกินปกติ

กรณีที่ 2 หน่วยธุรกิจได้รับกำไรปกติ

$$MR = SMC \text{ และ } P = SAC \text{ หรือ } TR = TC \text{ หรือ } TR - TC = 0$$

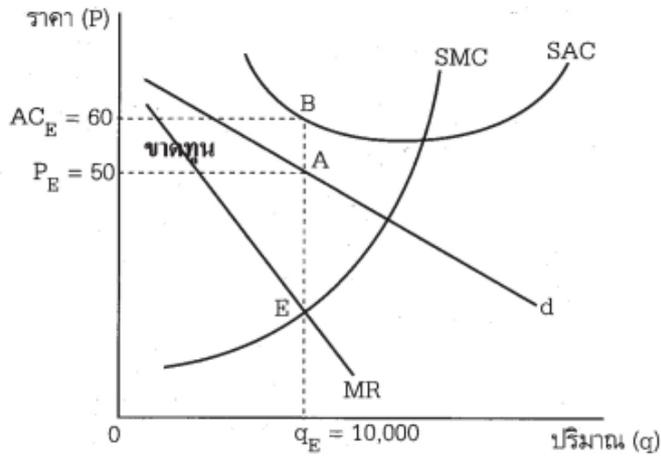


ภาพที่ 6.3 หน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันผูกขาดได้รับกำไรปกติ

**ไสตท์ศน์ # 6.2** การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดในระยะสั้น (ต่อ)

**กรณีที่ 3 หน่วยธุรกิจขาดทุน**

MR = SMC และ  $P < SAC$  หรือ  $TR < TC$  หรือ  $TR - TC < 0$

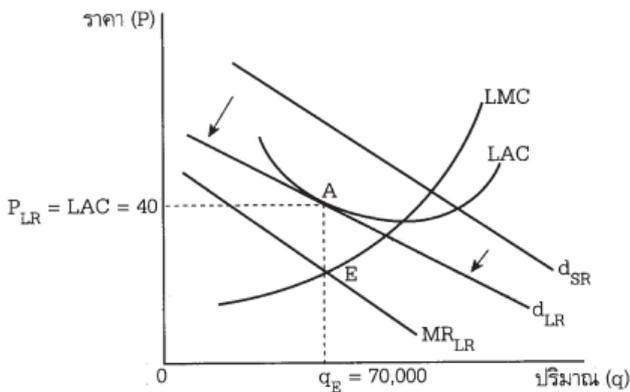


ภาพที่ 6.4 หน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด  
ประสบกับการขาดทุน

**ไสตท์ศน์ # 6.3** การเข้าหรือออกจากตลาดของหน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

**กรณีที่ 1 หน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาในตลาด**

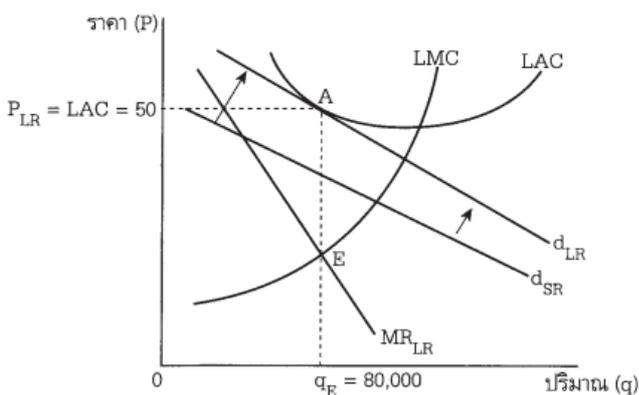
ราคาสินค้า (P) จะสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ย (AC) ทำให้รายรับทั้งหมด (TR) มากกว่าต้นทุนทั้งหมด (TC) หน่วยธุรกิจจะได้กำไรเกินปกติ



ภาพที่ 6.5 กรณีหน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาในตลาด

**กรณีที่ 2 หน่วยธุรกิจออกจากตลาด**

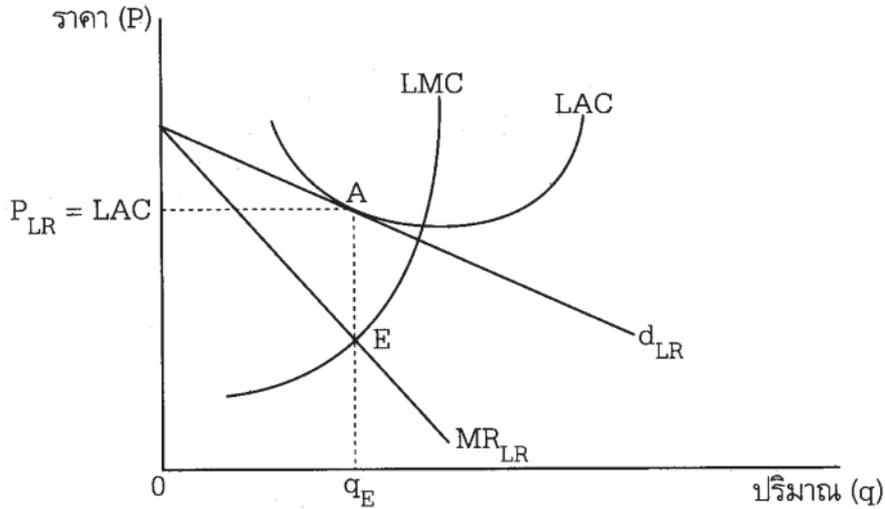
ราคาสินค้า (P) ต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ย (AC) ทำให้รายรับทั้งหมด (TR) น้อยกว่าต้นทุนทั้งหมด (TC) หน่วยธุรกิจประสบกับการขาดทุน



ภาพที่ 6.6 กรณีหน่วยธุรกิจออกจากตลาด

### ไสตท์ศน์ # 6.4      ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

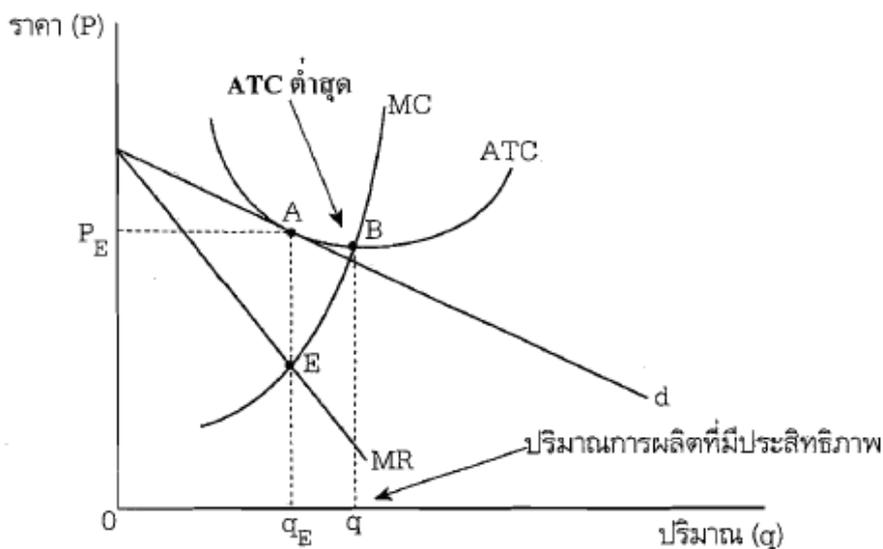
ปริมาณการผลิตเหมาะสมที่สุดของหน่วยธุรกิจจะอยู่ ณ ระดับที่รายรับส่วนเพิ่ม (MR) เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มระยะยาว (LMC) และราคาสินค้า (P) เท่ากับต้นทุนเฉลี่ยระยะยาว (LAC) ทุกหน่วยธุรกิจจะได้รับเพียงกำไรปกติ



ภาพที่ 6.7 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

### ไสตท์ศน์ # 6.5      ความไม่มีประสิทธิภาพในการผลิตและความไม่มีประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

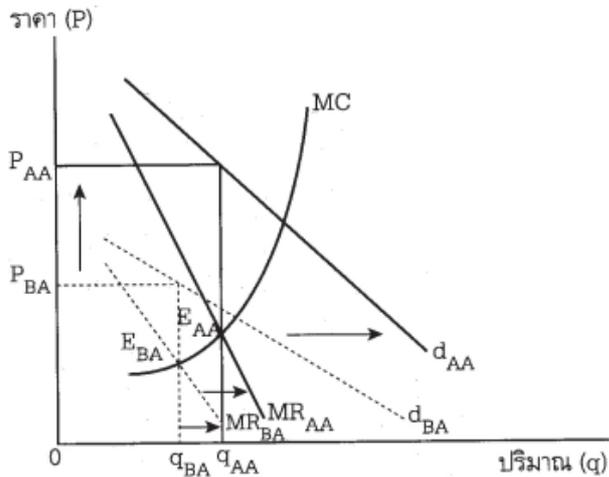
ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตเพราะไม่เกิดการผลิต ณ ระดับที่ ATC ต่ำสุด และไม่เกิดประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรเนื่องจากไม่ได้ผลิต ณ ระดับที่  $P = MC$



ภาพที่ 6.9 ความไม่มีประสิทธิภาพในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

### ไฮด์ทัศน์ # 6.6 ผลของการโฆษณาต่อลักษณะและตำแหน่งของเส้นอุปสงค์

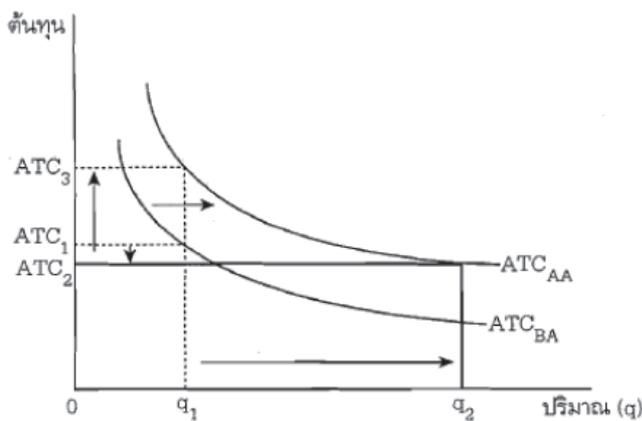
ผลการโฆษณาของหน่วยธุรกิจทำให้เกิดความนิยมในสินค้าของหน่วยธุรกิจเพิ่มขึ้น ทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าของหน่วยธุรกิจสูงขึ้น ขณะเดียวกันเมื่อสินค้าของหน่วยธุรกิจได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นก็ย่อมทำให้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าของหน่วยธุรกิจลดลง เส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจจึงมีความชันมากขึ้น



ภาพที่ 6.10 ผลของการโฆษณาต่อลักษณะและตำแหน่งของเส้นอุปสงค์

### ไฮด์ทัศน์ # 6.7 ผลของการโฆษณาต่อการประหยัดเนื่องจากขนาด

การที่ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ยลดลงจากการที่หน่วยธุรกิจขายสินค้าได้มากขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการโฆษณา แสดงว่าการโฆษณาทำให้หน่วยธุรกิจเกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต



ภาพที่ 6.11 ผลของการโฆษณาต่อการประหยัดเนื่องจากขนาด

### ไฮด์ทัศน์ # 6.8 ลักษณะตลาดผู้ขายน้อยราย

ลักษณะตลาดผู้ขายน้อยราย คือ

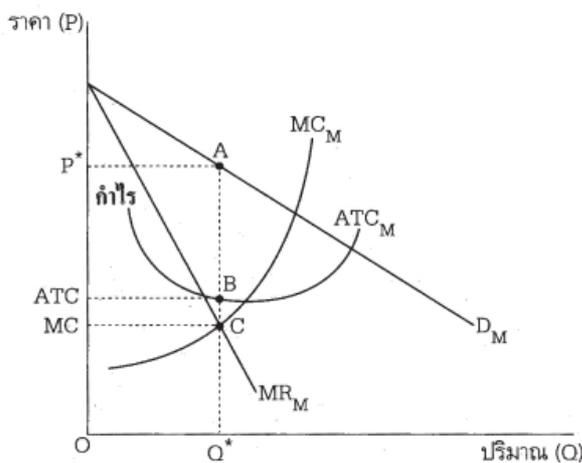
1. มีหน่วยธุรกิจน้อยราย
2. สินค้าของหน่วยธุรกิจอาจมีลักษณะเหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้
3. มีอุปสรรคในการเข้าหรือออกจากตลาดของหน่วยธุรกิจ

## ไฮด์ทศน์ # 6.9 การสมรู้ร่วมคิดกันของหน่วยธุรกิจ

การที่หน่วยธุรกิจดำเนินนโยบายร่วมกันโดยการจำกัดการแข่งขันระหว่างกัน ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจและทำให้กำไรทั้งหมดของหน่วยธุรกิจเพิ่มขึ้น

## ไฮด์ทศน์ # 6.10 การรวมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาด

หน่วยธุรกิจที่รวมกลุ่มกันเป็นคาร์เทลจะมีการตกลงร่วมกันในเรื่องปริมาณขายหรือปริมาณผลิต การตั้งราคา และการแบ่งปันผลกำไรให้แก่แต่ละหน่วยธุรกิจในกลุ่ม โดยคาร์เทลจะกำหนดปริมาณการผลิตและราคาเพื่อให้กลุ่มได้กำไรสูงสุด



ภาพที่ 6.14 การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตของคาร์เทล

## ไฮด์ทศน์ # 6.11 กลยุทธ์ผู้นำราคา

หน่วยธุรกิจรายใหญ่จะกำหนดราคาและปริมาณผลิตที่ทำให้ตนได้กำไรสูงสุด นั่นคือ ราคาและปริมาณผลิต ณ ระดับที่รายรับส่วนเพิ่มเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม หน่วยธุรกิจรายเล็กจะตั้งราคาตามหน่วยธุรกิจรายใหญ่และผลิตสินค้าทั้งหมดรวมกันในปริมาณที่เหลือจากที่หน่วยธุรกิจรายใหญ่ผลิตเพื่อตอบสนองอุปสงค์ตลาด

## ไฮด์ทศน์ # 6.12 กลยุทธ์การตรึงราคา

การตรึงราคาเกิดจากการที่หน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยรายไม่ต้องการขึ้นราคาสินค้า เนื่องจากเกรงว่าหากขึ้นราคาแล้วหน่วยธุรกิจคู่แข่งไม่ขึ้นราคาตาม ตนเองก็จะเสียส่วนแบ่งตลาด ในทางตรงกันข้าม หน่วยธุรกิจก็ไม่ต้องการลดราคาเพื่อเพิ่มยอดขาย เนื่องจากเกรงว่าหากคู่แข่งลดราคาด้วย ยอดขายของตนนอกจากจะไม่เพิ่มขึ้นก็ยังคงอาจทำให้กำไรลดลงด้วย การร่วมมือกันโดยไม่เป็นทางการของหน่วยธุรกิจในการตรึงราคาสินค้าไว้ ณ ระดับใดระดับหนึ่งจึงเกิดขึ้น

**ไสตท์ศน์ # 6.13 การตั้งราคาเพื่อขจัดคู่แข่ง**

**การตั้งราคาเพื่อขจัดคู่แข่ง** เป็นการตั้งราคาลินค้าต่ำเพื่อขจัดคู่แข่ง หรือตั้งราคาต่ำเพื่อกีดกันไม่ให้หน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาแข่งขัน

**ไสตท์ศน์ # 6.14 ความหมายของทฤษฎีเกม**

**ทฤษฎีเกม** หมายถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมที่มีเหตุผลของหน่วยธุรกิจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

**ไสตท์ศน์ # 6.15 เกมที่มีการร่วมมือกันและเกมที่ไม่มีการร่วมมือกัน**

**เกมที่มีการร่วมมือกัน** หมายถึงเกมที่หน่วยธุรกิจมีการร่วมมือหรือปรึกษาหารือกันในการกำหนดกลยุทธ์หรือดำเนินนโยบายแบบสมรู้ร่วมคิด

**ไสตท์ศน์ # 6.16 ภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออกของนักโทษ**

**เกมภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออกของนักโทษ** เป็นเกมที่แสดงปัญหาพื้นฐานได้ดีที่สุดเกมหนึ่งของเกมที่ไม่มีการร่วมมือกัน เนื่องจากผู้เล่นทั้งคู่ไม่สามารถบรรลุดุลยภาพของเกมที่ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดหรือเสียหายน้อยที่สุดได้ ดุลยภาพของเกมเป็นดุลยภาพที่ทำให้ผู้เล่นได้ผลลัพธ์ที่ตรงลงมา

**ไสตท์ศน์ # 6.17 กลยุทธ์การตั้งราคาลินค้าของหน่วยธุรกิจ**

กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำเป็นกลยุทธ์เด่น เพราะเป็นกลยุทธ์ที่ทั้งหน่วยธุรกิจ A และ B เลือกโดยไม่คำนึงว่าอีกฝ่ายหนึ่งจะเลือกกลยุทธ์ใด

**ไสตท์ศน์ # 6.18 กลยุทธ์การโฆษณาสินค้าของหน่วยธุรกิจ**

**กลยุทธ์โฆษณาเป็นกลยุทธ์เด่น** เพราะเป็นกลยุทธ์ที่หน่วยธุรกิจแต่ละรายเลือกโดยไม่คำนึงว่าอีกฝ่ายหนึ่งจะเลือกกลยุทธ์ใด

## หน่วยที่ 7 ตลาดปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนปัจจัยการผลิต

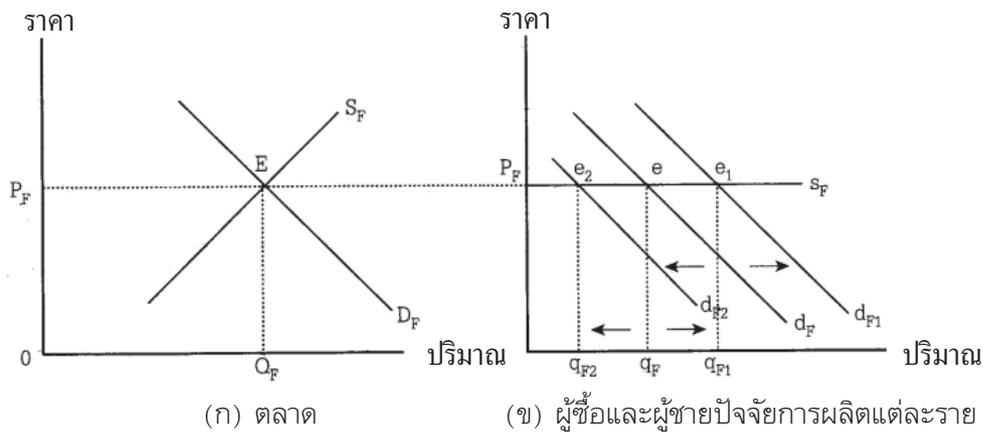
### ไฮททัศน์ # 7.1 ตลาดปัจจัยการผลิต

**ตลาดปัจจัยการผลิต** หมายถึงตลาดที่มีการซื้อขายปัจจัยการผลิตเพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการโดยให้ความสำคัญทางด้านผู้ซื้อ ว่าผู้ซื้อจะซื้อปัจจัยการผลิตอย่างไรเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด

อุปสงค์ต่อปัจจัยการผลิตเป็น *อุปสงค์สืบเนื่อง* และ *อุปสงค์ร่วม* ที่ขึ้นแก่กันและกัน

ตลาดปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันสมบูรณ์ เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อและผู้ขายปัจจัยการผลิตจำนวนมาก ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายเป็นรายเล็ก ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับตลาด ปัจจัยการผลิตมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ ผู้ซื้อและผู้ขายปัจจัยการผลิตแต่ละรายไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาปัจจัยการผลิต ราคาปัจจัยการผลิตถูกกำหนดมาจากอุปสงค์และอุปทานของตลาด

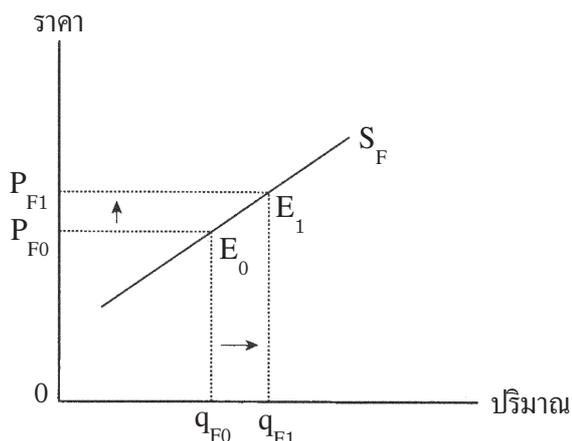


ภาพที่ 7.1 อุปสงค์และอุปทานปัจจัยการผลิตของตลาดและของผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละราย

### ไฮททัศน์ # 7.2 ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์

**ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์** แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ตลาดปัจจัยการผลิตผูกขาด
2. ตลาดปัจจัยการผลิตผู้ซื้อน้อยราย
3. ตลาดปัจจัยการผลิตกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด



ภาพที่ 7.2 เส้นอุปทานปัจจัยการผลิตในตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์

**ไสตท์ศน์ # 7.3      หลักการจ้างปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด**

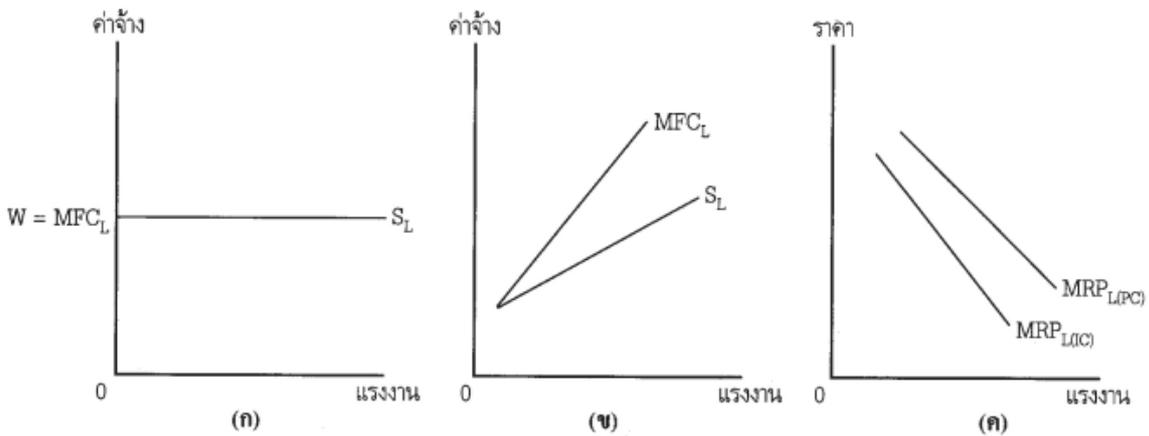
**หลักการจ้างปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด** หมายถึง จะต้องจ้างปัจจัยการผลิตจนกระทั่งรายรับส่วนเพิ่มจากการจ้างปัจจัยการผลิต (MRP) เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มของการใช้ปัจจัยการผลิต (MFC)

**แบ่งออกเป็น 4 กรณีคือ**

1. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตและตลาดผลิตผลแข่งขันสมบูรณ์ (อธิบายตารางที่ 7.1)
2. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันสมบูรณ์แต่ตลาดผลิตผลแข่งขันไม่สมบูรณ์ (อธิบายตารางที่ 7.2)
3. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์แต่ตลาดผลิตผลแข่งขันสมบูรณ์ (อธิบายตารางที่ 7.3)
4. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตและตลาดผลิตผลแข่งขันไม่สมบูรณ์ (อธิบายตารางที่ 7.4)

**ไสตท์ศน์ # 7.4      กราฟที่ใช้ในการวิเคราะห์การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด**

**การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด** กราฟที่ใช้ในการวิเคราะห์มี 3 ภาพ คือ

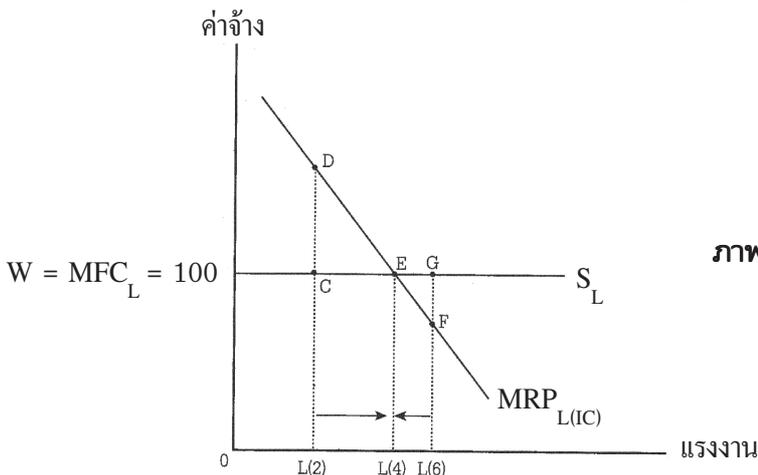


**ภาพที่ 7.3** ตลาดแรงงานแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดแรงงานแข่งขันไม่สมบูรณ์ และรายรับจากผลิตผลส่วนเพิ่ม

**ไสตท์ศน์ # 7.5      การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด แบ่งเป็น 4 กรณี**

**การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด** แบ่งเป็น 4 กรณี คือ

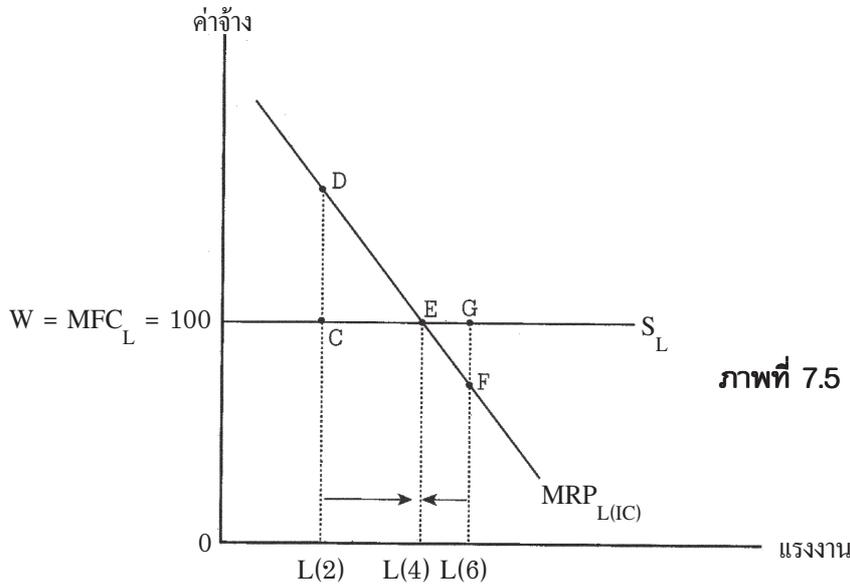
1. กรณีตลาดแรงงานและตลาดผลิตผลแข่งขันสมบูรณ์



**ภาพที่ 7.4** การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานและตลาดผลิตผลแข่งขันสมบูรณ์

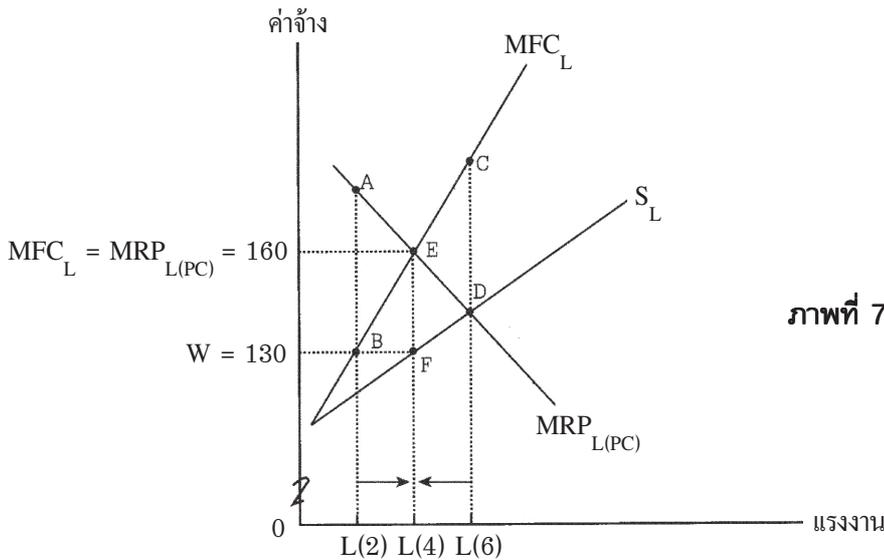
ไสตท์ศน์ # 7.5 การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด แบ่งเป็น 4 กรณี (ต่อ)

2. กรณีตลาดแรงงานแข่งขันสมบูรณ์แต่ตลาดผลิตผลแข่งขันไม่สมบูรณ์



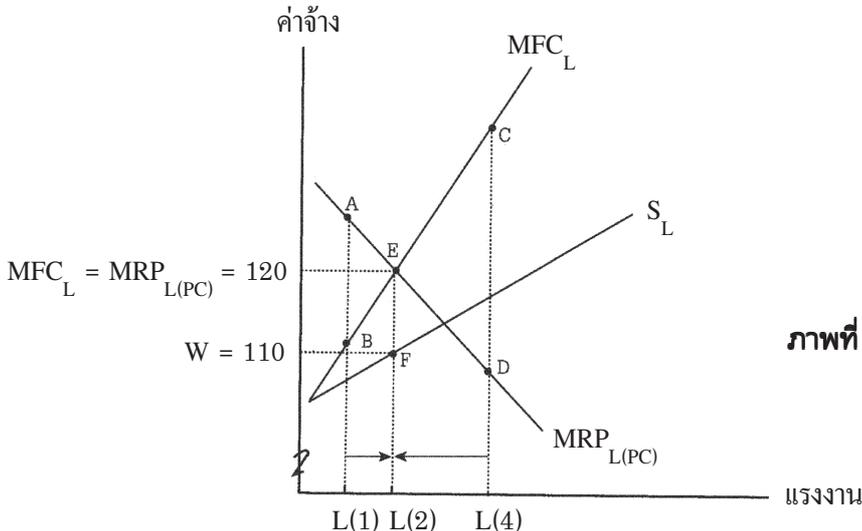
ภาพที่ 7.5 การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานแข่งขันสมบูรณ์แต่ตลาดผลิตผลแข่งขันไม่สมบูรณ์

3. กรณีตลาดแรงงานแข่งขันไม่สมบูรณ์แต่ตลาดผลิตผลแข่งขันสมบูรณ์



ภาพที่ 7.6 การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานแข่งขันไม่สมบูรณ์แต่ตลาดผลิตผลแข่งขันสมบูรณ์

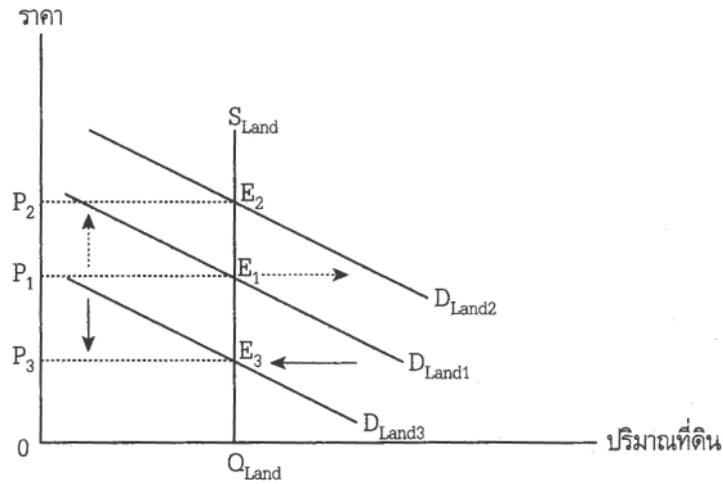
4. กรณีตลาดแรงงานและตลาดผลิตผลแข่งขันไม่สมบูรณ์



ภาพที่ 7.7 การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานและตลาดผลิตผลแข่งขันสมบูรณ์

## ไสตท์ศน์ # 7.6 อุปทานของที่ดินมีจำนวนจำกัด

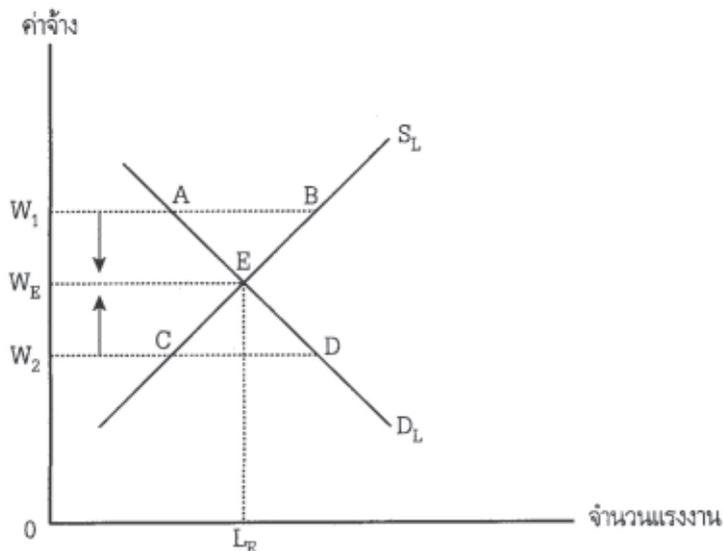
**อุปทานของที่ดินมีจำนวนจำกัด** เส้นอุปทานของที่ดินจึงเป็นเส้นตั้งฉากกับแกนนอนหรือความยืดหยุ่นของอุปทานที่ดินต่อราคามีค่าเป็นศูนย์ ค่าเช่าของที่ดินจึงขึ้นอยู่กับอุปสงค์ต่อการใช้ที่ดิน กล่าวคือ ถ้าหากอุปสงค์ต่อการใช้ที่ดินสูงขึ้น ค่าเช่าของที่ดินก็จะเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากอุปสงค์ต่อการใช้ที่ดินลดลง ค่าเช่าของที่ดินก็จะลดลง



ภาพที่ 7.10 ค่าเช่าดุลยภาพ

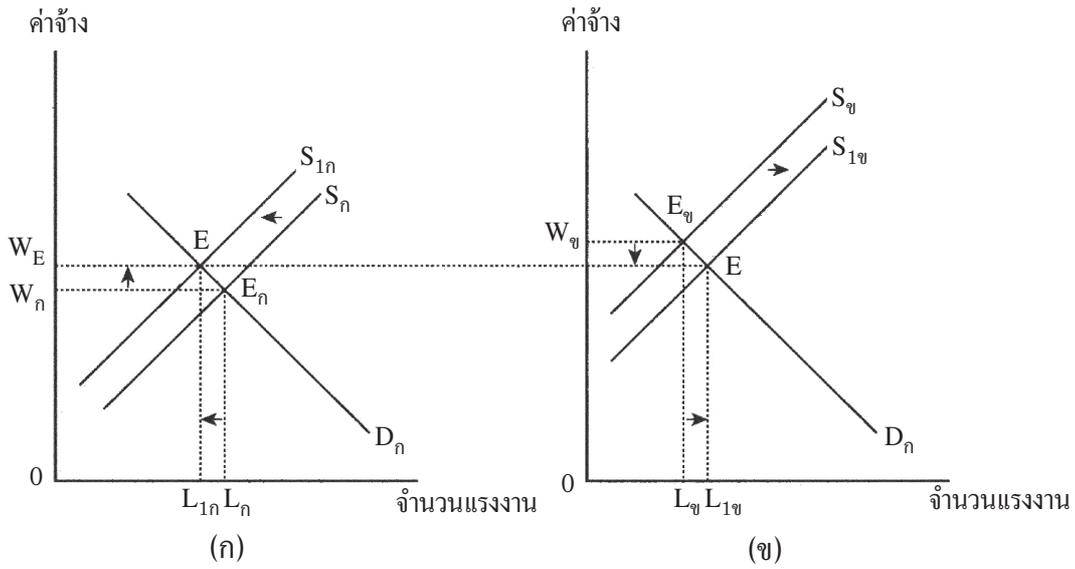
## ไสตท์ศน์ # 7.7 ค่าจ้างแรงงานถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของแรงงาน

**ค่าจ้างแรงงานถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของแรงงาน** ในตลาดที่แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรีในระยะยาว อัตราค่าจ้างของแรงงานประเภทเดียวกันจะปรับตัวเข้าสู่ค่าจ้างเดียวกัน อย่างไรก็ตามค่าจ้างแรงงานแตกต่างกันได้ด้วยปัจจัย 3 ประการคือ 1) ปัจจัยที่ทำให้แต่ละอาชีพจ่ายค่าจ้างต่างกัน 2) ปัจจัยที่ทำให้บุคคลไม่สามารถแข่งขันได้ และ 3) ปัจจัยด้านเวลา

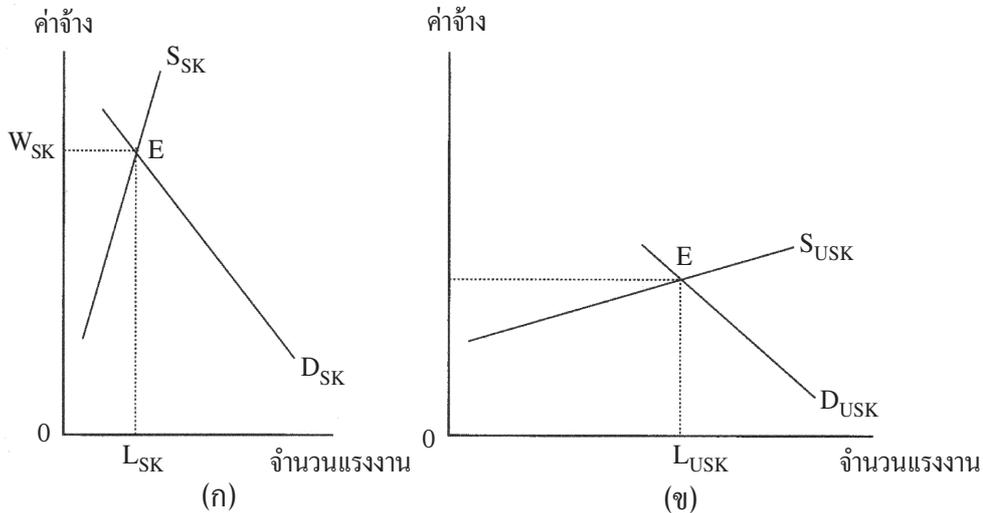


ภาพที่ 7.14 ค่าเช่าดุลยภาพ

ไสตท์ศน์ # 7.7 ค่าจ้างแรงงานถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของแรงงาน (ต่อ)



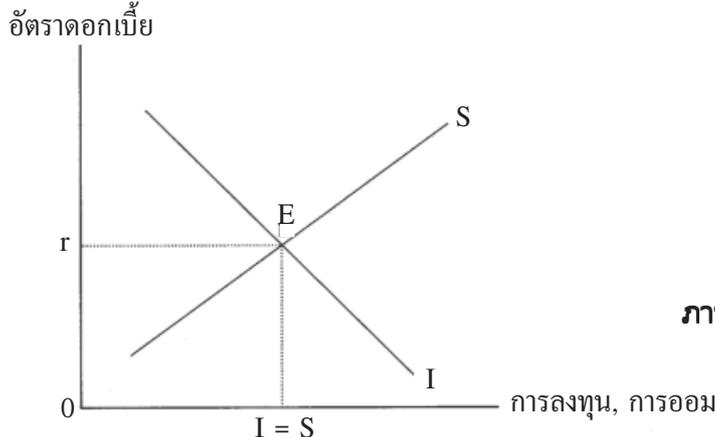
ภาพที่ 7.15 การปรับตัวของอัตราค่าจ้างดุลยภาพของแรงงานในแต่ละสถานที่



ภาพที่ 7.16 ความแตกต่างระหว่างอัตราค่าจ้างของแรงงานที่มีความชำนาญและแรงงานที่ไม่มีความชำนาญ

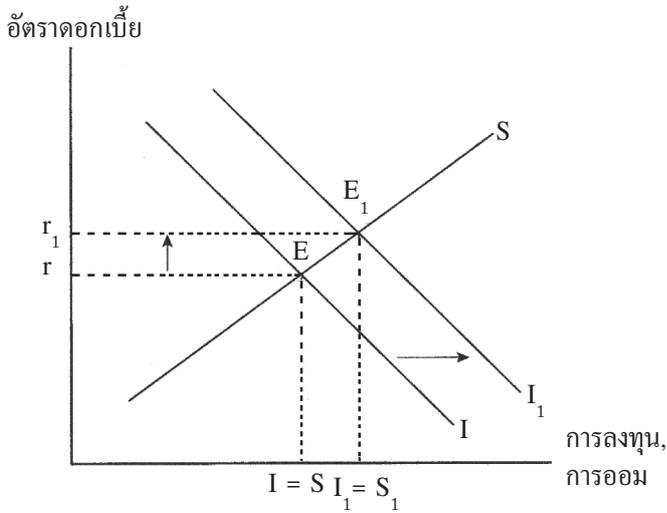
ไสตท์ศน์ # 7.8 ดอกเบี้ย

**ดอกเบี้ย** หมายถึง อัตราส่วนระหว่างรายได้จากการใช้ปัจจัยทุนกับมูลค่าของปัจจัยทุนชนิดนั้น ทั้งนี้ อุปสงค์ต่อการลงทุนและอุปทานของเงินออมจะกำหนดอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด

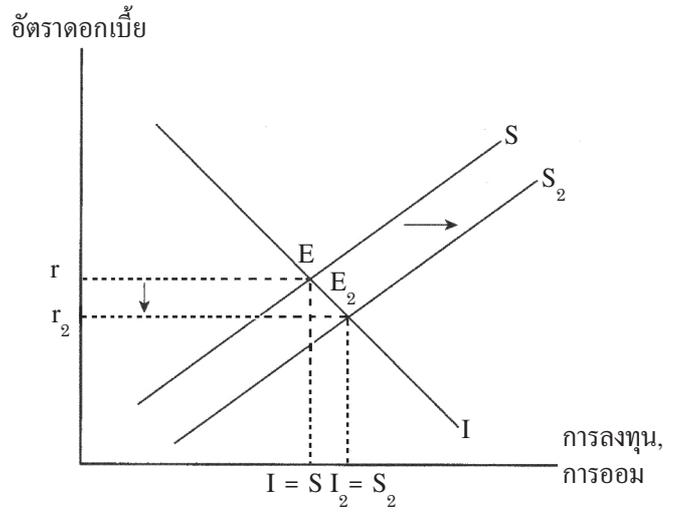


ภาพที่ 7.17 อัตราดอกเบี้ยดุลยภาพ

## ไสตท์ศน์ # 7.8 ดอกเบี้ย (ต่อ)



ภาพที่ 7.18 อัตราดอกเบี้ยดลยภาพสูงขึ้น



ภาพที่ 7.19 อัตราดอกเบี้ยดลยภาพลดลง

## ไสตท์ศน์ # 7.9 กำไร

**กำไร** หมายถึง ส่วนต่างระหว่างผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการคาดว่าจะได้รับกับผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริง ผลต่างดังกล่าวเกิดจากความไม่แน่นอน กำไรจึงเป็นผลตอบแทนที่ตกเป็นของผู้ประกอบการจากการยอมรับความไม่แน่นอนในการดำเนินกิจการ

กำไรทางบัญชีเกิดจากรายรับทั้งหมดลบด้วยต้นทุนทางบัญชี ซึ่งต้นทุนทางบัญชีจะคำนวณเฉพาะแต่ต้นทุนที่ชัดเจน (explicit cost) เท่านั้น ส่วนกำไรทางเศรษฐศาสตร์เกิดจากรายรับทั้งหมดลบด้วยต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งการคำนวณจะประกอบด้วยต้นทุนชัดเจนบวกด้วยต้นทุนจําบัง (implicit cost) หรือค่าเสียโอกาส (opportunity cost) ดังนั้นต้นทุนทางบัญชีจะต่ำกว่าต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ส่งผลให้กำไรทางบัญชีสูงกว่ากำไรทางเศรษฐศาสตร์ หลักในการตัดสินใจของผู้ประกอบการว่าควรลงทุนหรือไม่ก็คือ หากไม่ได้กำไรทางเศรษฐศาสตร์ก็ไม่ควรลงทุน

## หน่วยที่ 8 ความล้มเหลวของตลาด ผลกระทบภายนอก และสินค้าสาธารณะ

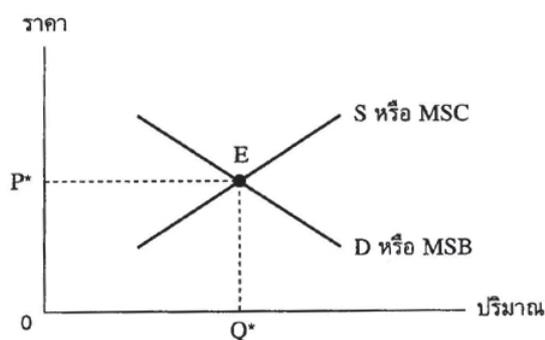
### ไฮไลท์ # 8.1 ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

**แนวคิดในด้านประสิทธิภาพของ อัดัม สมิธ (Adam Smith)** การจัดสรรทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยกลไกตลาดที่มีการแข่งขัน ซึ่งจะทำหน้าที่โดยอัตโนมัติหรือที่เรียกว่าเป็นการทำงานของ “มือที่มองไม่เห็น” (the invisible hand) รัฐบาลจึงไม่จำเป็นต้องมีบทบาทในทางเศรษฐกิจที่จะกำหนดว่าผลิตอะไร ผลิตอย่างไร และผลิตเพื่อใคร

**ประสิทธิภาพพาเรโต (Pareto Efficiency)** ในตลาดสินค้าใดๆ หรือในระบบเศรษฐกิจโดยรวมจะเกิดประสิทธิภาพหรือมีการใช้ทรัพยากรซึ่งสังคมโดยรวมได้รับประโยชน์สูงสุดก็ต่อเมื่อ ตลาดหรือระบบเศรษฐกิจนั้นๆ อยู่ในสถานะที่ไม่สามารถทำให้ผู้หนึ่งผู้ใดได้รับประโยชน์หรือเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นโดยไม่ไปลดประโยชน์หรือทำให้ผู้อื่นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลง คำว่าประโยชน์ในที่นี้เป็นค่ากลางๆ ถ้ามองในฝั่งผู้บริโภคจะหมายถึงความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ แต่หากมองในฝั่งผู้ผลิตก็จะหมายถึงกำไร

**ทฤษฎีบทพื้นฐานเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (The Fundamental Theorems of Welfare Economics)** อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกับประสิทธิภาพ โดยมีทฤษฎีบทพื้นฐาน 2 ทฤษฎีที่ใช้อธิบาย คือ

**ทฤษฎีบทพื้นฐานที่ 1** อธิบายว่าตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพพาเรโต โดยที่ราคาจะเป็นตัวชักนำให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตตัดสินใจดำเนินการเพื่อให้ตนเองได้รับประโยชน์สูงสุด ซึ่งในที่สุดแล้วก็จะเข้าสู่จุดดุลยภาพของตลาด และส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมได้รับประโยชน์สูงสุดด้วย โดยประสิทธิภาพของตลาดจะเกิด ณ ระดับที่อุปสงค์ของตลาดเท่ากับอุปทาน โดยเป็นจุดที่ผลประโยชน์ส่วนเพิ่มของสังคมที่ได้รับจากการบริโภค (MSB) เท่ากับราคาสินค้า ( $P^*$ ) และเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มของสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิต (MSC) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าเงื่อนไขประสิทธิภาพของตลาดคือ  $MSB = MSC$  นั่นเอง



ภาพที่ 8.1 ดุลยภาพของตลาดสินค้าชนิดหนึ่ง

**ทฤษฎีบทพื้นฐานที่ 2** อธิบายว่า ระดับการจัดสรรทรัพยากรที่มีความเท่าเทียมกันตามที่สังคมต้องการ สามารถเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพแบบพาเรโตได้โดยอาศัยกลไกของระบบตลาดที่มีการแข่งขัน เมื่อมีการกระจายทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตในเบื้องต้นเสียใหม่อย่างเหมาะสม ทฤษฎีบทพื้นฐานที่ 2 นี้เป็นแนวคิดที่ชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเท่าเทียมหรือการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมโดยไม่จำเป็นต้องเข้าแทรกแซงตลาดโดยตรง โดยหากรัฐบาลสามารถจัดสรรทรัพยากรใหม่ให้เหมาะสม ก็จะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมและความเท่าเทียมในสังคมมากขึ้นได้

## ไต่ทัศน์ # 8.2 ความล้มเหลวของตลาด

**ความล้มเหลวของตลาด (market failure)** หมายถึง การที่ระบบตลาดไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรให้สวัสดิการสังคมสูงสุด ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อกลไกการจัดสรรทรัพยากรของตลาดไม่สามารถนำไปสู่เงื่อนไขตามหลักพาเรโตได้ กรณีดังกล่าวจำเป็นที่รัฐบาลจะต้องเข้ามามีบทบาทเพื่อแก้ไขให้สังคมมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ นอกเหนือจากลักษณะตามสมมติฐานของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ที่จะต้องเป็นจริงเพื่อให้กลไกตลาดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในทางปฏิบัติก็พบว่าข้อจำกัดมากอยู่แล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ทำให้กลไกตลาดไม่สามารถทำหน้าที่ได้ เช่น สินค้าที่การผลิตหรือบริโภคทำให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลอื่นหรือสิ่งแวดล้อมภายนอก หรือลักษณะของสินค้าที่เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมมากกว่าที่ผู้ซื้อหรือผู้ผลิตที่มีต้นทุนแต่ละรายได้รับ เป็นต้น

## ไต่ทัศน์ # 8.3 เหตุผลความจำเป็นที่ต้องมีรัฐบาลในระบบเศรษฐกิจ

เหตุผลสำคัญในทางเศรษฐกิจที่จำเป็นต้องมีรัฐบาล ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวม ได้แก่

1. เพื่อจัดตั้งและดูแลระบบกรรมสิทธิ์หรือสิทธิในทรัพย์สินของประชาชน
2. เพื่อจัดสรรทรัพยากรซึ่งมีอยู่จำกัดอยู่นอกกลไกตลาด
3. เพื่อบริหารจัดการให้ระบบเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้และความมั่งคั่งแก่ประชาชน

## ไต่ทัศน์ # 8.4 บทบาทหน้าที่ของรัฐบาลในการแก้ปัญหาความล้มเหลวของตลาด

รัฐบาลจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาความล้มเหลวของตลาด ซึ่งมีสาเหตุที่ทำให้เกิดขึ้นได้หลายประการ ได้แก่

**1. กรณีตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์** หรือมีผู้มีอำนาจตลาด (market power) เกิดขึ้น กรณีนี้ ได้แก่ ตลาดผูกขาด ตลาดผู้ขายน้อยราย และตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด โดยกรณีที่ถือว่าตลาดไม่มีการแข่งขันอย่างสิ้นเชิงได้แก่ ตลาดผูกขาด ซึ่งผู้ผูกขาดจะสามารถกำหนดราคาขายได้เอง โดยจะพิจารณาผลิต ณ ระดับที่ทำให้ตนเองได้รับประโยชน์หรือกำไรสูงสุด ( $MC = MR$ ) ซึ่งจะไม่ใช่จุดดุลยภาพเดียวกับดุลยภาพของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ กรณีดังกล่าวจึงทำให้มีการผลิตสินค้าสู่ตลาดน้อยกว่าระดับที่ทำให้สังคมรับสวัสดิการหรือเกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์สูงสุด

**2. ผลกระทบภายนอก** หมายถึง ผลกระทบที่เกิดจากการซื้อขายแลกเปลี่ยนในตลาดที่ไม่ได้สะท้อนให้เห็นในราคาสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ซึ่งจะทำให้กลไกตลาดไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะมีการผลิตหรือบริโภคมากหรือน้อยเกินไปแล้วแต่กรณี เนื่องจากผู้ผลิตหรือผู้บริโภคไม่ได้รับประโยชน์หรือมีภาระค่าใช้จ่ายจากต้นทุนของสังคมที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของตน

## ไสตท์ศน์ # 8.4 บทบาทหน้าที่ของรัฐบาลในการแก้ปัญหาความล้มเหลวของตลาด (ต่อ)

**3. ลินค้าสาธารณะ** เป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนโดยรวม โดยการบริโภคสินค้าสาธารณะ โดยผู้บริโภค รายใดรายหนึ่งจะไม่มีผลทำให้ผู้อื่นบริโภคได้น้อยลงและไม่สามารถกีดกันการบริโภคของผู้อื่นได้ ทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้โดยไม่ต้องร่วมรับภาระค่าใช้จ่าย หากผู้ผลิตเอกชนจะทำธุรกิจผลิตและขายสินค้าประเภทนี้ก็จะไม่สามารถดำรงกิจการให้อยู่ได้ การผลิตก็จะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าที่สังคมจะได้รับประโยชน์สูงสุด กลไกตลาดจึงไม่อาจจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพได้

**4. ความไม่สมบูรณ์ด้านข้อมูลข่าวสาร** เนื่องจากกรณีตลาดแข่งขันสมบูรณ์มีข้อสมมติที่สำคัญประการหนึ่งคือ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า รวมถึงระดับราคาและสภาพแวดล้อมในตลาดเป็นอย่างดีและโดยเท่าเทียมกัน ดังที่เรียกว่า มีข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศที่สมบูรณ์ (perfect information) และข้อมูลมีความสมมาตร (symmetric information) ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารดังกล่าวมักเกิดขึ้นได้ยาก รวมทั้งการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าอาจทำได้ยาก หรือมีต้นทุนที่สูงทั้งด้านค่าใช้จ่ายและเวลาที่ใช้ในการค้นหาซึ่งทำให้เกิดข้อมูลสมมาตรหรือข้อมูลไม่เท่าเทียมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

**5. ผลกระทบจากเศรษฐกิจมหภาค** หากเศรษฐกิจขาดเสถียรภาพหรือเกิดความผันผวนจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจหรือพฤติกรรมของผู้ผลิตและผู้บริโภคในตลาด เนื่องจากความผันผวนดังกล่าวทำให้เกิดความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนของธุรกิจ จึงทำให้มีการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดน้อยเกินไป และอาจนำไปสู่การขาดเสถียรภาพทั้งใน ด้านเสถียรภาพของราคา เสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนและตลาดการเงิน และเกิดปัญหาการว่างงาน

## ไสตท์ศน์ # 8.5 ความหมายและลักษณะของผลกระทบภายนอก

**ผลกระทบภายนอก (externalities)** หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานภาพของบุคคลอื่นที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยบุคคลที่ได้รับผลกระทบไม่ได้รับหรือจ่ายเพื่อชดเชยแก่ผลกระทบดังกล่าว กรณีที่เกิดผลกระทบภายนอกขึ้นจากการผลิตและบริโภคสินค้าหรือบริการ สังคมจะให้ความสนใจต่อผลลัพธ์หรือสถานภาพของผู้ที่ได้รับผลกระทบนอกเหนือไปจากสถานภาพของผู้ซื้อ-ผู้ขายสินค้าหรือบริการในตลาด เนื่องจากผู้ซื้อ-ผู้ขายไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบภายนอกที่จะเกิดขึ้นในการกำหนดอุปสงค์-อุปทานของตน คุณภาพของตลาดสินค้าหรือบริการที่ก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกจึงไม่ใช่ระดับการผลิตที่ทำให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุดของสังคมโดยรวม

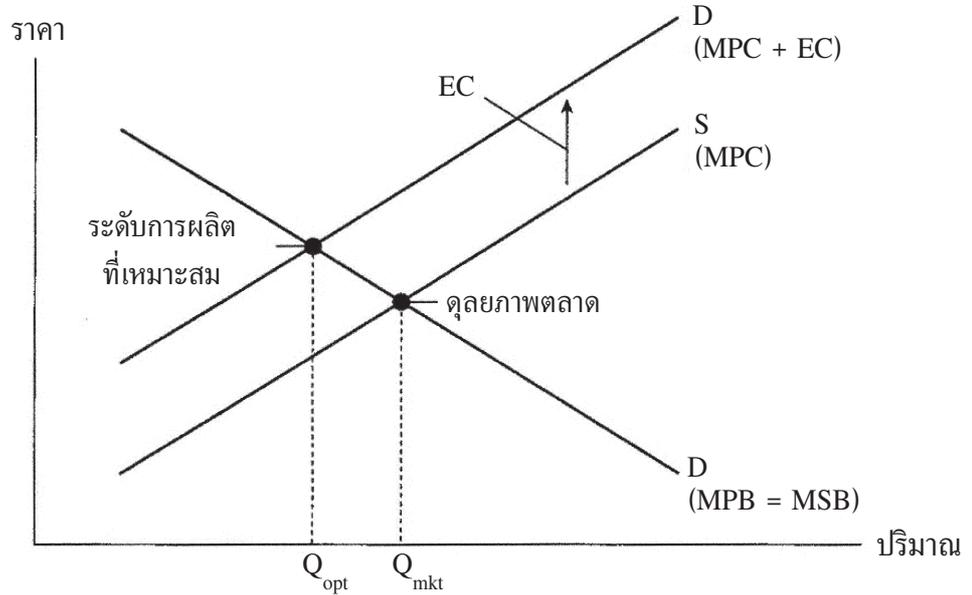
ผลกระทบภายนอกที่เกิดขึ้นอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

**1. ผลกระทบภายนอกเชิงลบ (negative externality)** ซึ่งเป็นผลกระทบภายนอกที่ทำให้สถานภาพของบุคคลอื่นแย่ลง

**2. ผลกระทบภายนอกเชิงบวก (positive externality)** ซึ่งเป็นผลกระทบภายนอกที่ทำให้สถานภาพของบุคคลอื่นดีขึ้น

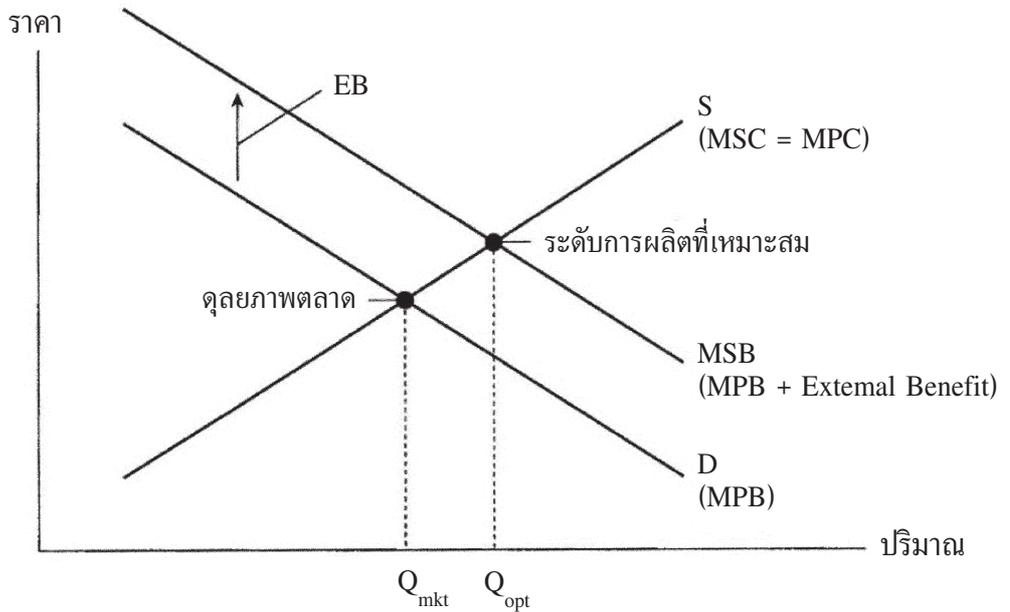
ไฮดรทัศน์ # 8.6 ระดับผลกระทบภายนอกที่เหมาะสม

กรณีผลกระทบภายนอกเชิงลบ



ภาพที่ 8.2 ผลกระทบภายนอกเชิงลบกับระดับการผลิตที่เหมาะสม

กรณีผลกระทบภายนอกเชิงบวก



ภาพที่ 8.3 ผลกระทบภายนอกเชิงบวกกับระดับการผลิตที่เหมาะสม

## ไต่ทัศน์ # 8.7 การจัดการผลกระทบภายนอก

**การจัดการผลกระทบภายนอกโดยรัฐบาล** แนวทางนโยบายที่รัฐบาลสามารถใช้ในการบริหารจัดการผลกระทบภายนอกให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่

**1. การใช้นโยบายกำกับและควบคุม (command-and-control policies)** เป็นแนวทางที่รัฐบาลใช้กฎหมายควบคุมพฤติกรรมของผู้ผลิตและผู้บริโภคตรง โดยอาจกำหนดเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติหรือห้ามปฏิบัติ ตัวอย่างเช่น กรณีการปล่อยน้ำเสียที่มีสารเคมีเป็นพิษลงสู่ลำธารสาธารณะ

**2. การใช้นโยบายเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ (market-based policies)** เป็นการจ้ดระบบเพื่อให้มีการจัดสรรผลประโยชน์ (หรือเรียกเก็บค่าใช้จ่าย) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ตัดสินใจดำเนินกิจกรรมหรือแก้ปัญหาในส่วนของตนเองเพื่อประโยชน์สูงสุด (หรือมีต้นทุนต่ำที่สุด) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเช่นกัน เช่น การเก็บภาษีมลพิษ และการซื้อขายใบอนุญาตปล่อยมลพิษ

**การจัดการผลกระทบภายนอกโดยเอกชน** โดยเอกชนอาจแก้ไขโดยใช้หลักจริยธรรมและมาตรการทางสังคมที่เอกชนสามารถจัดการกันเองได้ หรืออาจใช้วิธีการจัดตั้งเป็นมูลนิธิ องค์กรการกุศล หรือองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มีวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาผลกระทบภายนอก ซึ่งใช้เงินจากผู้บริจาคเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ

ในการที่จะประเมินว่าตลาดเอกชนสามารถแก้ปัญหาผลกระทบภายนอกได้มากเพียงใดนั้น มีแนวคิดที่เป็นที่ยอมรับเรียกว่า **ทฤษฎีโคส** ซึ่งกล่าวว่าถ้าหากเอกชนหรือผู้ที่มีส่วนได้เสียสามารถเจรจาเพื่อจัดสรรทรัพยากรกันตัวเองแล้ว จะถือว่ากลไกตลาดเอกชนสามารถแก้ปัญหาผลกระทบภายนอกและจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ไต่ทัศน์ # 8.8 ความหมายและลักษณะของสินค้าสาธารณะ

**การจำแนกสินค้าประเภทต่างๆ**

**ตารางที่ 8.1** ประเภทของสินค้าจำแนกตามลักษณะการกีดกันและการเป็นปรปักษ์ในการบริโภค

ลักษณะสินค้า/บริการ	สามารถกีดกันการบริโภค (excludable in consumption)	ไม่สามารถกีดกันการบริโภค (non-excludable in consumption)
<b>เป็นปรปักษ์ในการบริโภค</b> (rival in consumption)	<b>สินค้าเอกชน</b> (private goods)	<b>ทรัพยากรร่วม</b> (common resources)
<b>ไม่เป็นปรปักษ์ในการบริโภค</b> (non-rival in consumption)	<b>สินค้าสโมสร</b> (club goods)	<b>สินค้าสาธารณะ</b> (public goods)

**สินค้าสาธารณะ (public goods)** เป็นสินค้าที่ไม่สามารถกีดกันและไม่เป็นปรปักษ์ในการบริโภค กรณีสินค้าสาธารณะจึงไม่สามารถป้องกันไม่ให้ผู้ใดเข้ามาบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งการบริโภคของบุคคลหนึ่งก็ไม่ทำให้บุคคลอื่นๆ สามารถบริโภคได้น้อยลง ตัวอย่างเช่น เสียงกริ่งสัญญาณเตือนภัยจากพายุและคลื่นในชุมชน การป้องกันประเทศ ถนนสาธารณะที่ไม่อยู่ในสภาวะจราจรแออัด สวนสาธารณะ การแสดงดอกไม้ไฟ

## ไฮด์ทศน์ # 8.9 ปัญหาความล้มเหลวของตลาดที่เกิดจากสินค้าสาธารณะและทรัพยากรร่วม

**กรณีสินค้าสาธารณะ** จากกรณีตัวอย่าง (เรื่องที่ 8.3.1) การแสดงดอกไม้ไฟ ซึ่งหากคนในชุมชนจ่ายเงินสนับสนุนกิจกรรมการแสดงดอกไม้ไฟอย่างต่อเนื่อง จำนวนเงินดังกล่าวจะถือเป็นสิ่งที่สะท้อนคุณค่าที่คนในชุมชนได้รับจากการจัดแสดงดอกไม้ไฟหรือประโยชน์ที่ชุมชนได้รับซึ่งสูงกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น ก็จะสามารถจัดแสดงดอกไม้ไฟในแต่ละปีเรื่อยมาได้ แต่เนื่องจากการจัดแสดงดอกไม้ไฟไม่สามารถกีดกันการบริโภคได้ดังกล่าว จึงเป็นประโยชน์ต่อคนส่วนหนึ่งที่จะมีพฤติกรรมเป็นผู้บริโภคหรือใช้ประโยชน์โดยไม่จ่ายเงิน หรือที่เรียกว่า free rider ซึ่งจะทำให้ระบบตลาดล้มเหลวในการจัดการให้เกิดดุลยภาพที่มีประสิทธิภาพต่อสังคมโดยรวม เมื่อจำนวนคนที่ซื้อตัวมีน้อยจนไม่เพียงพอที่จะสร้างรายได้มากกว่าต้นทุนการจัดแสดง ผู้ประกอบการก็จะตัดสินใจไม่จัดแสดงดอกไม้ไฟในงานเทศกาล

**กรณีทรัพยากรร่วม** มีลักษณะเหมือนกับสินค้าสาธารณะคือไม่สามารถกีดกันผู้อื่นเข้ามาบริโภคได้ ทุกๆ คนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วมได้อย่างเสรี แต่ที่แตกต่างกันคือทรัพยากรร่วมจะมีลักษณะที่เป็นปรปักษ์ในการบริโภค กล่าวคือการบริโภคหรือใช้ทรัพยากรร่วมโดยผู้ใดผู้หนึ่งจะทำให้ผู้อื่นสามารถบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้น้อยลง ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ทำให้เกิดปัญหาขึ้นในอีกลักษณะหนึ่ง ดังนั้น เมื่อมีการจัดสรรหรือเปิดให้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วม ผู้กำกับดูแลจะต้องระมัดระวังว่าจะปล่อยให้ทรัพยากรร่วมถูกใช้ประโยชน์มากเท่าใด ซึ่งหากไม่ดำเนินการอย่างรอบคอบอาจทำให้เกิดปัญหาที่เรียกว่า โศกนาฏกรรมของทรัพยากรร่วม (tragedy of the commons) ซึ่งเกิดจากการบริโภคหรือใช้ประโยชน์มากเกินไปในระดับที่เหมาะสมทำให้เกิดความเสียหายขึ้น

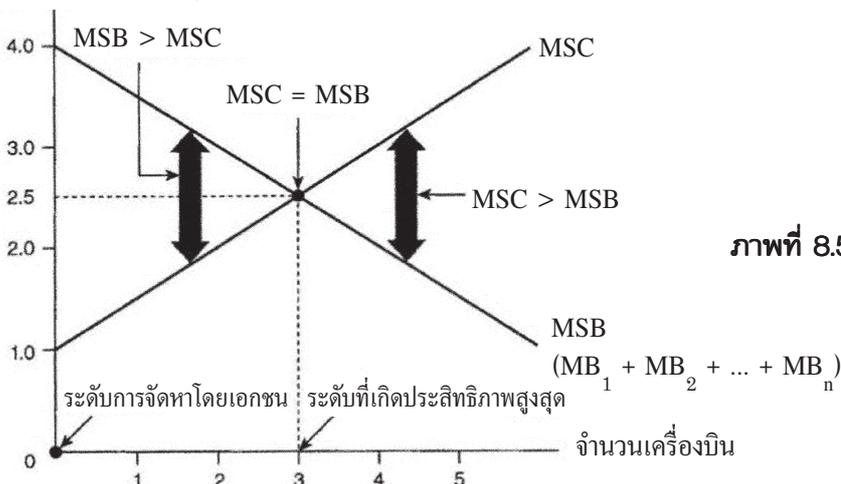
รัฐบาลจึงจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขเพื่อให้สังคมได้ประโยชน์สูงสุดในการจัดการสินค้าสาธารณะ และการเปิดให้ใช้ทรัพยากรร่วม โดยกรณีของสินค้าสาธารณะ รัฐบาลอาจเป็นผู้จัดหาเองโดยใช้แหล่งเงินอื่น เช่น ภาษีท้องถิ่น และกรณีทรัพยากรร่วม รัฐบาลอาจใช้วิธีออกกฎหมายควบคุมหรือการเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการใช้มากเกินไป

## ไฮด์ทศน์ # 8.10 ปริมาณสินค้าสาธารณะที่เหมาะสม

ปริมาณสินค้าสาธารณะที่เหมาะสม

MSC, MSB

(ล้านบาทต่อเครื่องบิน 1 ลำ)



ภาพที่ 8.5 ปริมาณสินค้าสาธารณะที่เหมาะสม

## ไต่ถาม # 8.11 การจัดการสินค้าสาธารณะ

**การจัดการสินค้าสาธารณะโดยรัฐบาล** รัฐบาลมีอำนาจหน้าที่และบทบาทสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรของสังคมให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการจัดหาสินค้าสาธารณะซึ่งรัฐบาลมีศักยภาพที่จะแก้ปัญหาได้ โดยเป็นผู้สนับสนุนหรือดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง โดยรัฐบาลสามารถใช้เงินรายได้จากภาษีที่เก็บจากประชาชนมาบริหารจัดการงานด้านต่างๆ ทั้งนี้ ในการจัดหาสินค้าสาธารณะบางอย่าง รัฐบาลอาจไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ เอง โดยอาจว่าจ้างให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการโดยใช้งบประมาณจากรัฐบาล เช่น การสร้างถนนสาธารณะ บริการจัดเก็บขยะ เป็นต้น

ในหลายกรณี การจัดหาสินค้าสาธารณะของรัฐบาลอาจไม่ได้อยู่ในระดับที่สังคมได้รับประโยชน์สูงสุด ซึ่งตามทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงแล้วก็คือ ระดับที่ผลประโยชน์ส่วนเพิ่มของสังคมเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มของสังคม ( $MSB = MSC$ ) และนำไปสู่ความล้มเหลวของรัฐบาล (government failure) สาเหตุอาจเนื่องมาจากพฤติกรรมที่หน่วยงานของรัฐมักต้องการได้รับงบประมาณจากรัฐบาลกลางให้มากที่สุดจึงเสนอโครงการที่จัดหาสินค้าสาธารณะมากเกินไป (over provision) หรืออาจเข้าใจว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงข้อมูลรายละเอียดว่าระดับสินค้าสาธารณะที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ผู้มีอำนาจจึงอาจถูกชักนำจากผู้ได้รับประโยชน์ให้จัดหาหรือผลิตสินค้าสาธารณะที่มากเกินไปซึ่งทำให้การจัดสรรทรัพยากรขาดประสิทธิภาพ

**การจัดการสินค้าสาธารณะโดยเอกชน** การจัดการสินค้าสาธารณะโดยเอกชนโดยทั่วไปมักจะไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากปัญหาผู้บริโภคที่ไม่จ่ายเงิน ซึ่งเมื่อผู้จัดหาหรือผู้ผลิตสินค้าสาธารณะที่เป็นเอกชนได้รับรายได้จากผู้บริโภคไม่เพียงพอก็จะไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ จำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการสนับสนุนทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม หรือไม่เช่นนั้นก็จะต้องหยุดกิจการ

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีภาคเอกชนจำนวนมากที่สามารถผลิตสินค้าหรือบริการสาธารณะที่เปิดให้เข้าใช้ประโยชน์ได้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยบริการต่างๆ ซึ่งเป็นสินค้าสาธารณะเหล่านี้จะไม่ได้พึ่งรายได้จากผู้ใช้ประโยชน์โดยตรงเป็นหลัก เนื่องจากจะทำให้เกิดความล้มเหลวจากปัญหาผู้บริโภคที่ไม่จ่ายเงินดังกล่าวมาแล้ว แต่จะอาศัยเงินทุนของผู้ก่อตั้ง เงินบริจาค ค่าสปอนเซอร์จากผู้สนับสนุน และค่าโฆษณาจากผู้ผลิตสินค้าอื่นๆ เพื่อใช้ในการจัดหาและดำเนินการให้สินค้าสาธารณะดังกล่าวมีใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

**แบบประเมินผลตนเองหลังรับการสอนเสริม  
ครั้งที่ 1**

**ให้นักศึกษาตอบคำถามต่อไปนี้สั้นๆ (โดยสุ่มขึ้นมาตอบข้อละ 1 – 2 คน)**

1. ปัจจัยกำหนดอุปสงค์และอุปทานมีอะไรบ้าง
2. ตามทฤษฎีอรรถประโยชน์เงื่อนไขของดุลยภาพของผู้บริโภคเป็นอย่างไร
3. ตามทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากันหาดุลยภาพของผู้บริโภคได้อย่างไร วาดกราฟประกอบ
4. จงอธิบายการผลิตระยะยาวมาให้เข้าใจ
5. ดุลยภาพระยะสั้นในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นอย่างไรบ้าง จงอธิบาย
6. ราคาอุดมคติและราคายุติธรรมต่างกันอย่างไร
7. ลักษณะที่เหมือนกันของตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดคือลักษณะใด
8. ลักษณะที่เหมือนกันของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดตลาดผู้ขายน้อยรายคือลักษณะใด
9. ผลตอบแทนปัจจัยการผลิตมีอะไรบ้าง
10. จงอธิบายความหมายของ “ผลกระทบภายนอก” และ “สินค้าสาธารณะ”

**ขอให้นักศึกษาตอบในที่ว่างข้างล่างนี้ ไม่ควรใช้เวลาเกิน 10 นาที**

1. ....  
.....  
.....  
.....
2. ....  
.....  
.....  
.....
3. ....  
.....  
.....  
.....
4. ....  
.....  
.....  
.....

5. ....  
.....  
.....  
.....

6. ....  
.....  
.....  
.....

7. ....  
.....  
.....  
.....

8. ....  
.....  
.....  
.....

9. ....  
.....  
.....  
.....

10. ....  
.....  
.....  
.....

