งานสิทธิ์
เอกสารแสดงหัวหน้าชุมชน หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น การสอนเสริมครั้งที่ 1
จัดทำขึ้นเพื่อเป็นบริการแก่นักศึกษาในการสอนเสริม

จัดทำด้วยวิธี:
คณะกรรมการบริหารชุดวิชาหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

บรรยายการ/ออกแบบ:
หน่วยผลิตสื่อสอนเสริม ศูนย์ผลิตทัศนศึกษา ล้านนาเทคโนโลยีการศึกษา

จัดพิมพ์:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พิมพ์ที่:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พิมพ์ครั้งที่: 62 ภาค 1/2561 ปรับปรุง
แผนการสอนเสริมครั้งที่ 1

การสอนเสริมพุทธศักราช 60120 หลักสูตรศาสตร์เบื้องต้น
รายชื่อหน่วยที่สอนเสริม

หน่วยที่ 1 อุปสงค์ ยุทธาน และคุณภาพของตลาด
 1.1 อุปสงค์
 1.2 ยุทธาน
 1.3 คุณภาพของตลาด

หน่วยที่ 2 ทางเลือกของผู้บริโภค
 2.1 ทางเลือกของผู้บริโภคตามเหตุการณ์ระยะยาว
 2.2 ทางเลือกของผู้บริโภคตามเหตุการณ์ความพอใจเท่ากัน

หน่วยที่ 3 การผลิตและต้นทุนการผลิต
 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตและผลิตถึงระดับ
 3.2 การผลิตระยะยาว
 3.3 ต้นทุนการผลิต

หน่วยที่ 4 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดยุทธศาสตร์
 4.1 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
 4.2 ตลาดยุทธศาสตร์

หน่วยที่ 5 ตลาดกีฬาแข่งขันกีฬาอาชีพและตลาดผู้ขายน้อยราย
 5.1 ตลาดกีฬาแข่งขันกีฬาอาชีพ
 5.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย
6. ตลาดปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนปัจจัยการผลิต
   6.1 ตลาดปัจจัยการผลิต
   6.2 ผลตอบแทนปัจจัยการผลิต

7. ความเสี่ยงหลักของตลาด ผลกระทบภายนอก และสินค้าสาระ
   7.1 ความเสี่ยงหลักของตลาด
   7.2 ผลกระทบภายนอก
   7.3 สินค้าสาระ

แนวคิด
1. ยุทธศาสตร์ หมายถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องคงที่ กฎของอุปสงค์แสดงความเสี่ยงที่ระหว่างราคาที่บริการอาจผลิต โดยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงข้าม ถ้าคือ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นบริการอุปสงค์จะลดลง และเมื่อราคาลดลงบริการอุปสงค์จะเพิ่มขึ้น

2. อุปทาน หมายถึงบริการเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตหรือของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง กฎของอุปทานแสดงความเสี่ยงที่ระหว่างราคาที่บริการเสนอขายโดยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน ถ้าคือ เมื่อราคาสินค้าลดลงบริการเสนอขายจะลดลง และเมื่อราคาเพิ่มขึ้นบริการเสนอขายจะเพิ่มขึ้น

3. ดุลยภาพของตลาด หมายถึงสถานะที่บริการเสนอซื้อที่ทำกับบริการเสนอขาย ดุลยภาพของตลาดเกิดขึ้น ณ ระดับที่ผู้ซื้อได้ซื้อและผู้ขายได้ขายตามบริการที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาดอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ การเปลี่ยนแปลงของอุปทาน หรือการเปลี่ยนแปลงของทั้งอุปสงค์และอุปทาน

4. ธรรมประโยชน์แสดงความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับรายได้ที่มีและให้ผลกระทบร้อยละสูงสุด เมื่อราคาของสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงทางเลือกเปลี่ยนไปด้วยในทิศทางตรงข้าม พฤติกรรมการบริโภคโดยมีธรรมประโยชน์เป็นเครื่องมือชี้แจงเป็นฐานในการสร้างอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการ

5. ความพึงพอใจของผู้บริโภคอาจแสดงระดับตัวยงสในความพึงพอใจที่ทำกัน เมื่อนำเสนอที่ประมณ์ที่แสดงความจำเป็นของรายได้ผู้บริโภครวมกับแผนที่ส่งความพึงพอใจที่ทำกัน จะพบจุดดุลยภาพผู้บริโภคที่ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด เมื่อราคาสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคเปลี่ยนบริการสินค้าหรือบริการในการบริโภคตัวอย่างในทิศทางตรงข้ามกับการเปลี่ยนแปลงราคา พฤติกรรมการบริโภคที่แสดงตัวยงสในความพึงพอใจทำกันจึงเป็นฐานในการสร้างอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการยุคได้เช่นกัน
6. การผลิต คือ กระบวนการประพานิชย์การผลิตด้วย ให้เป็นสินค้าหรือบริการ การผลิตประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และผลผลิต การผลิตในระยะสั้นมีที่ปัจจัยการผลิตที่เป็นปัจจัยคงที่และปัจจัยปรับปรุง โดยมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีผลผลิตส่วนเพิ่มหรือผลผลิตขยายสูงสุดที่สุด การผลิตในระยะยาวจะมีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว คือ ปัจจัยปรับปรุง และมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีผลผลิตเสื่อมผลผลิตเท่ากันและเส้นทอนท่ากัน

7. ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตได้จ่ายออกไป ได้แก่ ปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนสินค้าหรือบริการที่ต้องการ หรือค่าใช้จ่ายที่ทำให้สู่ตัวของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น ผ่านกระบวนการผลิตหรือค่าใช้จ่ายที่ทำให้รายประโยชน์ของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น โครงสร้างต้นทุนระยะสั้นที่ล่าสุด ได้แก่ ต้นทุนรวมต้นทุนเสียและต้นทุนส่วนเพิ่ม สำหรับต้นทุนการผลิตในระยะยาวนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับต้นทุนรวมเสียในระยะยาว

8. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นตลาดที่มีผู้ขายและผู้ซื้อจำนวนมาก โดยผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายจะมีความต้องการซื้อและขายสินค้าจำนวนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับตลาด สินค้าที่ขายอยู่ในตลาดจะมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ ไม่มีผู้ซื้อหรือผู้ขายรายใดสามารถกำหนดราคาหรือมีอิทธิพลในการกำหนดราคาตลาด ผู้ซื้อและผู้ขายต้องทราบราคาสินค้าที่มีขายกันในตลาดเป็นอย่างดี และผู้ขายสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้อย่างเสรีโดยไม่กักหรือราคาทุนเป็นแรงจูงใจให้เข้าหรือออกจากตลาด

9. ตลาดอุปถัมภ์เป็นตลาดที่มีผู้ขายเพียงรายเดียวผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้ผู้ขายขาดและตลาดหรืออุปถัมภ์การเป็นสิ่งเดียว ทำให้ผู้เข้าแข่งขันในตลาดอุปถัมภ์ไม่สามารถทำได้เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเข้ามาดำเนินการในตลาด

10. ตลาดแข่งขันที่มีผู้ขายเป็นตลาดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ กล่าวคือ มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก สินค้าที่ขายในตลาดจะมีลักษณะแตกต่างกันแต่สามารถทดแทนกันได้ ทำให้ผู้ขายสามารถกำหนดราคาได้เช่นเดียวกับตลาดอุปถัมภ์ แต่ไม่เหมือนตลาดอุปถัมภ์เนื่องจากอุปสรรคต่อสินค้ามีความยั่งยืนต่อราคามากกว่าในตลาดอุปถัมภ์ ผู้ขายสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้อย่างเสรีโดยไม่กักหรือราคาทุนเป็นแรงจูงใจให้เข้าหรือออกจากตลาด

11. ตลาดผู้ขายนโยบายเป็นตลาดที่มีผู้ขายเพียงรายเดียวผลิตสินค้าที่แตกต่างกันแต่สามารถทดแทนกันได้ ยุทธศาสตร์สินค้ามีความยั่งยืนต่อราคานโยบายในตลาดแข่งขันที่มีกฏการตลาดแต่มากกว่าในตลาดอุปถัมภ์ การมีผู้ขายนโยบายส่งผลให้ในระยะยาวในการกำหนดสินค้าหรือนโยบายอื่นๆ มีผลแก่กันและกันอย่างมาก การเข้ามาแข่งขันในตลาดผู้ขายนโยบายไม่สามารถทำได้โดยเร็วเนื่องจากมีข้อจำกัดโดยหน่วยธุรกิจที่อยู่ในตลาดมีระดับการผลิตในปริมาณมาก ทำให้เกิดการประยุกต์ตอบสนอง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่มีต้นทุนในการผลิตสูงเพราะมีปริมาณการผลิตจากฐานนโยบาย
12. ตลาดปัจจัยการผลิตหมายถึงตลาดที่มีการซื้อขายปัจจัยการผลิตเพื่อทำาการผลิตสินค้าและบริการโดยให้ความสำคัญทางด้านผู้ซื้อ ว่าผู้ซื้อจะซื้อปัจจัยการผลิตอย่างไรเพื่อให้ได้กำไรสุดคุ้ม ทั้งนี้อุปสงค์ต่อปัจจัยการผลิตเป็นอุปสงค์สิบเอ็ดและอุปสงค์กว้างขวางที่ขึ้นกันและกัน และสามารถแบ่งตลาดปัจจัยการผลิตออกเป็น 2 ประเภทคือตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันสมบูรณ์และตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์

13. ปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ ทั้งคุณ ทรัพยากร และผู้ประกอบการ โดยปัจจัยการผลิตแต่ละประเภทจะมีผลต่อบังคับด้วยผลตอบแทนของที่ดินคือค่าเช่า ผลตอบแทนของแรงงานคือค่าจ้าง ผลตอบแทนของทุนคือดอกเบี้ย และผลตอบแทนของผู้ประกอบการคือกำไร

14. ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจต้นทุนเมื่อสัดส่วนในการใช้หรือจัดสรรทรัพยากรมีอยู่ให้เกิดประโยชน์ต่อสัดส่วนโดยรวมสูงสุด ส่วนความสัมพันธ์ของตลาด หมายถึง การที่ระบบตลาดไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรให้สวัสดิการสัมพันธ์สูงสุด ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์การจัดสรรทรัพยากรของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ไม่สามารถนำไปสู่เงินบาทหรือผลกำไรได้ โดยมีสาเหตุที่ทำาให้เกิดขึ้นได้หลายประการ จับเป็นที่รู้จักจะต้องเข้ามามีบทบาทในการเกี่ยวให้สัดส่วนการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

15. ผลกระทบภายนอกเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมหรือการกระท่างบุคคลหรือองค์กรหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อสถานภาพของบุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยบุคคลที่ได้รับผลกระทบไม่ได้รับหรือขาดสิทธิ์ทางกฎหมาย ผลกระทบภายนอกเป็นประเด็นสำคัญที่ทำาให้เกิดผลกระทบไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพได้ ซึ่งในการจัดการผลกระทบภายนอกอาจดำเนินการได้โดยรัฐบาลและเอกชน ซึ่งจะมีศักยภาพและงบลงทุนที่แตกต่างกัน

16. สถานะการณ์ นอกจากนี้ สถานะที่ไม่สามารถเกิดกันและไม่เป็นประโยชน์ในการบริโภค กล่าวคือไม่สามารถป้องกันไม่ให้ผู้ใดเข้ามาบริโภคหรือใช้ประโยชน์สินค้าหรือการใช้ทรัพยากรมา รวมทั้งการบริโภคของบุคคลหนึ่งที่ไม่ทำาให้บุคคลอื่น ๆ สามารถบริโภคได้ต่อเนื่อง ซึ่งประเด็นลักษณะเกิดขึ้นต่อปัญหายุติการโดยไม่อาจแก้ไข ทำาให้เกิดผลกระทบไม่สามารถจัดสรรได้อย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบการเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแก้ปัญหาโดยเป็นผู้สนับสนุนหรือดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง สำหรับการจัดการสินค้าหรือทรัพยากรโดยเอกชนโดยทั่วไปนักจะไม่ประสบความเสี่ยงเนื่องจากปัญหายุติการไม่อาจแก้ไข แต่หากปรับปรุงบูรณาการให้มีรายได้จากแหล่งอื่นนอกเหนือโดยไม่พึ่งพาเงินที่ผู้บริโภคจ่ายได้ ก็จะสามารถดำเนินกิจการและเกิดประโยชน์ต่อสัดส่วนโดยรวมได้เช่นกัน

วัตถุประสงค์
หลักจากพิจารณารูปแบบประเด็นต่าง ๆ ในส่วนของความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์และปัญหาทางเศรษฐศาสตร์แล้ว นักศึกษาสามารถ
1. อธิบายความหมาย กฎของอุปสงค์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดผลอุปสงค์และการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ได้
2. อธิบายความหมาย ภูมิใจของลูกพ่อ และวิเคราะห์ปัจจัยก้าวหน้าลูกพ่อและการเปลี่ยนแปลงของลูกพ่อได้
3. อธิบายความหมายของการตูดอย่าตัดและการเปลี่ยนแปลงตูดอย่าตัดของลูกพ่อได้
4. ใช้แนวคิดวิทยาศาสตร์ในการอธิบายผลลัพธ์ของผู้บริโภคได้
5. ใช้แนวคิดความพิษของในการอธิบายผลลัพธ์ของผู้บริโภคได้
6. อธิบายแนวคิดและลักษณะการผลิตได้
7. อธิบายและวิเคราะห์เหตุที่ผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้
8. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดแรงจัดซื้อลูกค้าได้
9. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดลูกค้าได้
10. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดที่แข็งขันที่สุดลูกค้าได้
11. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดผู้เข้าถึงรายได้
12. อธิบายและวิเคราะห์ตลาดปัจจัยการผลิตได้
13. อธิบายและวิเคราะห์ผลตอบแทนปัจจัยการผลิตได้
14. อธิบายความหมายและลักษณะของการลงทุนการลงทุน และแนวทางการจัดการผลกระทบภายนอกได้
15. อธิบายความหมายและลักษณะของสินค้าสาธารณะ และแนวทางการจัดการสินค้าสาธารณะได้

กิจกรรมการสอนเสริม

1. ประเมินผลการสอนเสริมโดยใช้คำถามสั้น ๆ 5 คำถาม
2. สรุปสาระสั้นๆของหน่วยที่ 2 – 8 ประกอบเอกสารตัวนุ่น
3. เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการสอนเสริมเข้าถึงคำถามปัญหา
4. ประเมินผลหลังการสอนเสริมโดยใช้คำถามสั้นๆ ซึ่งให้ไว้ให้ทุกภาค

การสอนเสริม

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

การประเมินผล

1. สังเกตปฏิบัติการและสิ่งให้ของผู้รับการสอนเสริม
2. สังเกตการณ์ที่ส่งร่วมในการรับการสอนเสริม
3. คุณลักษณะการตอบคำถามของผู้รับการสอนเสริมจากแบบประเมินเพื่อนำมาเปรียบเทียบหาความก้าวหน้า
4. ประเมินความคิดเห็นส่วนรวมของผู้เข้ารับการสอนเสริม
5. ประเมินผลการสอนด้วยตนเองจากแนวทางและรูปแบบที่กำหนด
แบบประเมินผลดนองก่อนรับการสอนเสร็จ
ครั้งที่ 1

ให้นักศึกษาตอบคำถามต่อไปนี้สั้นๆ (โดยสุ่มขึ้นมาตอบข้อละ 1 – 2 ค่น)

1. อุปสงค์ อุปทาน ดุลยภาพของตลาดคืออะไร
2. บรรทธุบัณฑิต (Utility) หมายถึงอะไร บรรธุบัณฑิตส่วนเพิ่มและบรรธุบัณฑิตรวมมีความสัมพันธ์กันหรือไม่哟างไร
3. เส้นความพอใจเท่ากันและเส้นประสานมีลักษณะอย่างไร
4. จงอธิบายการผลิตระยะสั้นมาให้เข้าใจ
5. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์มีลักษณะอย่างไร
6. ตลาดแข่งขันมีลักษณะอย่างไร
7. ตลาดเก่งแข่งขันกึ่งสมบูรณ์มีลักษณะอย่างไร
8. ตลาดผู้ขายน้อยรายมีลักษณะอย่างไร
9. ตลาดปัจจัยการผลิตหมู่ย่อมอะไร แบ่งออกเป็นกี่ประเภท
10. ความสัมพันธ์ของตลาด หมายถึงอะไร และเกิดจากสาเหตุใดได้บ้าง

ขอให้นักศึกษาตอบในที่ว่างช่วงล่างนี้ ไม่ควรใช้เวลาเกิน 10 นาที

1. ...........................................................................................................................................................................................................................
2. ...........................................................................................................................................................................................................................
3. ...........................................................................................................................................................................................................................
ชุดวิชา 60120 หลักเศรษฐศาสตร์ป้องกัน

코드ที่ # 1.1 ชุดวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ป้องกัน

- อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพตลาด (2)
- ทางเลือกของผู้บริโภค (3)
- การผลิตและต้นทุนการผลิต (4)
- ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดอนุรักษ์ (5)
- ตลาดที่แข่งขันที่มีการจำกัดและตลาดผู้ขายน้อยราย (6)
- ตลาดปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนปัจจัยการผลิต (7)
- ความเสี่ยงที่จะต้องรับผิดชอบจากนโยบายการเงินและสินค้าสาธารณะ (8)
- รายได้ประชาชาติและการวิจารณ์รายได้ประชาชาติ (9)
- ส่วนประกอบของรายได้ประชาชาติและการกำหนดรายได้ประชาชาติคูณกิจภาพ (10)
- การผลิตและนโยบายการผลิต (11)
- การเงินและนโยบายการเงิน (12)
- เงินเฟ้อ เงินมีด และการร่วมงาน (13)
- การค้าและการเงินระหว่างประเทศ (14)
- การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย (15)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บเป็นตัวเลขของหน่วยในการสำนักงาน
สภาสุขภาวะครูบุตร

- ความหมาย กฎ และประเภทของอุปสรรค
- ปัจจัยกำหนดอุปสรรคและการเปลี่ยนแปลงของอุปสรรค
- ความอันตรายของอุปสรรค
- ความหมาย กฎ และประเภทของอุปทาน
- ปัจจัยกำหนดอุปทานและการเปลี่ยนแปลงของอุปทาน
- ความอันตรายของอุปทาน
- ความหมายดัลลิงของตลาดและการปรับตัวเข้าสู่ดัลลิงของตลาด
  - การเปลี่ยนแปลงดัลลิงของตลาด

สาระประโยชน์
- ดัลลิงของผู้บริโภคตามทฤษฎีโบราณประโยชน์
- ความเพียงพอของผู้บริโภค
- การเลือกบริโภคเพื่อให้ได้รับความเพียงพอสูงสุด
- อุปสรรคของผู้บริโภคที่ได้จากแนวคิดความเพียงพอ
  - แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต
  - แนวคิดระยะสั้น
  - เลือกผลิตเท่ากัน
  - เลือกทุกเท่ากัน
  - ส่วนประกอบปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมที่สุด
  - ผลใดต่ออนาคต
  - การผลิตในระยะยาว
  - แนวคิดของผู้ทุกการผลิต
  - ต้นทุนการผลิตในระยะสั้น
  - ต้นทุนการผลิตในระยะยาว

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- ลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- อุปสรรคและรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- การแข่งขันระหว่างสินค้าของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- กำไรและขาดทุนในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- ดัลลิงของผู้บริโภคในตลาดแข่งขันสมบูรณ์
  - ลักษณะตลาดสูงสุดและเรื่องใดที่ทำให้เกิดการก้าวกระโดด
  - อุปสรรคและรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดสูงสุด
  - ดัลลิงของผู้ผู้บริโภค
  - ราคาในอุปสรรคสินค้าและราคาอุปสรรค

ตลาดหยุด
- ลักษณะของตลาดหยุดผลิตและเรื่องใดที่ทำให้เกิดการก้าวกระโดด
- อุปสรรคและรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดหยุดผลิต
- ดัลลิงของผู้ผู้บริโภค
- ราคาไม่เปลี่ยนสินค้าและราคาอุปสรรค

ตลาดแข่งขัน
- ลักษณะของตลาดแข่งขันผลิตและเรื่องใดที่ทำให้เกิดการก้าวกระโดด
- อุปสรรคและรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันผลิต
- ดัลลิงของผู้ผู้บริโภค
- ราคาในอุปสรรคสินค้าและราคาอุปสรรค
หน่วยที่ 2 อุปสงค์ อุปทาน และคุณลักษณะของตลาด

ตอนที่ # 2.1 ความหมายและเกณฑ์ของอุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

กราฟแสดงการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในทิศทางตรงกันข้าม

ราคา (P)

ไม่เข้าใจ

ปริมาณ (Q)

กราฟที่ 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณอุปสงค์

ตอนที่ # 2.2 อุปสงค์รายบุคคลและอุปสงค์ของตลาด

อุปสงค์รายบุคคล แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภครายหนึ่งเดินซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าดังนี้

ราคา (P)

ไม่เข้าใจ

ปริมาณ (Q)

กราฟที่ 2.1 เลื่อนอุปสงค์รายบุคคล

อุปสงค์ของตลาด เป็นผลรวมของอุปสงค์รายบุคคล ณ ระดับราคาเดียวกัน

ราคา (P)

ไม่เข้าใจ

ปริมาณ (Q)

กราฟที่ 2.2 อุปสงค์รายบุคคลและอุปสงค์ของตลาด
### ฝึกหัด #2.3 อุปสงค์ต่ำรายได้และอุปสงค์เขียว

อุปสงค์ต่ำรายได้ หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับรายได้ต่ำๆ ของผู้บริโภค

อุปสงค์เขียว หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่ำๆ ของสินค้าชนิดยืนที่เกี่ยวข้อง

### ฝึกหัด #2.4 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ได้แก่
1. ระดับราคาน้ำหรือบริการ  
2. รายได้ของผู้บริโภค  
3. ระดับของผู้บริโภค  
4. ระดับราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง  
5. จำนวนและองค์ประกอบของประชากร  
6. การคาดคะเนในอนาคต  
7. ทุกสภาวะ  
8. เทศกาล

### ฝึกหัด #2.5 การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้น โดยที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ เป็นการเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดียวกัน

![ภาพที่ 2.5 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน](image)

การเปลี่ยนแปลงสัมประสิทธิ์ อุปสงค์ หมายถึงการเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์ไปทางส่วน เป็นการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งในทุกระดับราคา อันเนื่องมาจาก การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นๆ

![ภาพที่ 2.6 การเปลี่ยนแปลงสัมประสิทธิ์อุปสงค์](image)
สวัสดีค่ะ #2.6 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นแสดงให้เห็นว่าราคาปริมาณเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ 1 ตัวปริมาณจะเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ เพราะ

การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบจุด  การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบส่วน

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

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

สวัสดีค่ะ #2.7 ประเภทของความยืดหยุ่นของอุปสงค์

อุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลย

ภาพที่ 2.8 อุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลย

อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย

ภาพที่ 2.9 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย

อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก

ภาพที่ 2.10 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก

อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก

ภาพที่ 2.11 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก
โสดทัศน์ # 2.7  ประเภทของการมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (ต่อ)


โสดทัศน์ # 2.8  ความหมายและภูมิของอุปทาน

อุปทาน หมายถึงความต้องการของผู้บริโภคสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตหรือของธุรกิจหรือธุรกิจหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

ภูมิของอุปทาน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณของสินค้าหรือบริการที่จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

ภาพที่ 2.14 เชื่อมอุปทาน
เอกสาร # 2.9 อุปทานรายบุคคลและอุปทานของตลาด

อุปทานรายบุคคลหรืออุปทานของสูงสุด เป็นการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้เชี่ยวชาญรายหนึ่งกับราคาสินค้าชนิดนั้น

อุปทานของตลาด เป็นการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งทั้งหมดหรือทั้งตลาดของผู้เชี่ยวชาญกับราคาสินค้าชนิดนั้น

![กราฟ](image1)

ภาพที่ 2.15 เส้นอุปทานของผู้ผลิตแต่ละรายและอุปทานของตลาด

เอกสาร # 2.10 ปัจจัยกำหนดอุปทาน

ปัจจัยกำหนดอุปทาน ได้แก่
1. ระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิด
2. เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต
3. จำนวนผู้ผลิต
4. ระดับราคาปัจจัยผลิต
5. ระดับราคาสินค้าหรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง
6. สถานภาพภูมิอากาศ
7. เป้าหมายของผู้ผลิต
8. นโยบายของรัฐบาล
โสดักษ์ # 2.11 การเปลี่ยนแปลงของอุปทาน

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานบนสั่งอุปทานเดิมกัน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอขายสินค้า
หรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าหรือบริการนั้น โดยปัจจัยอื่นๆ

![Diagram](image_url)

ภาพที่ 2.17 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน
บนสั่งอุปทานเดิมกัน

การเปลี่ยนแปลงสั่งอุปทาน หมายถึง การคลื่นย้ายของสั่งอุปทานทั้งสั่น เป็นการเปลี่ยนแปลงอุปทาน
ของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นๆ

![Diagram](image_url)

ภาพที่ 2.18 การเปลี่ยนแปลงสั่งอุปทาน

โสดักษ์ # 2.12 ความยืดหยุ่นของอุปทาน

ความยืดหยุ่นของอุปทาน จะวัดการตอบสนองของปริมาณอุปทานต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าดังนี้

การคำนวณค่าความยืดหยุ่นแบบจุด การคำนวณค่าความยืดหยุ่นแบบข้าง

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

\[ E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_2 + P_1}{Q_2 + Q_1} \]
1. อุปทานที่ไม่มีความอิสระอยู่แล้ว

ราคา (P)

\[ E_s = 0 \]

\[ P_2 \dot{\rightarrow} B \rightarrow P_1 \]

\[ 0 \rightarrow Q_1 \rightarrow \text{ปริมาณ (Q)} \]

\[ \text{ภาพที่ 2.20 อุปทานที่ไม่มีความอิสระอยู่แล้ว} \]

2. อุปทานที่มีความอิสระอยู่น้อย

ราคา (P)

\[ 0 < E_s < 1 \]

\[ P_2 \dot{\rightarrow} B \rightarrow P_1 \]

\[ 0 \rightarrow Q_1 \rightarrow Q_2 \rightarrow \text{ปริมาณ (Q)} \]

\[ \text{ภาพที่ 2.21 อุปทานที่มีความอิสระอยู่น้อย} \]

3. อุปทานที่มีความอิสระอยู่คงที่

ราคา (P)

\[ E_s = 1 \]

\[ P_2 \dot{\rightarrow} B \rightarrow P_1 \]

\[ 0 \rightarrow Q_1 \rightarrow Q_2 \rightarrow \text{ปริมาณ (Q)} \]

\[ \text{ภาพที่ 2.22 อุปทานที่มีความอิสระอยู่คงที่} \]

4. อุปทานที่มีความอิสระอยู่มาก

ราคา (P)

\[ 1 < E_s < \infty \]

\[ P_2 \dot{\rightarrow} B \rightarrow P_1 \]

\[ 0 \rightarrow Q_1 \rightarrow Q_2 \rightarrow \text{ปริมาณ (Q)} \]

\[ \text{ภาพที่ 2.23 อุปทานที่มีความอิสระอยู่มาก} \]

5. อุปทานที่มีความอิสระอยู่อย่างสมบูรณ์

ราคา (P)

\[ E_s = \infty \]

\[ P_1 \rightarrow A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow S \rightarrow 0 \rightarrow Q_1 \dot{\rightarrow} Q_2 \dot{\rightarrow} Q_3 \rightarrow \text{ปริมาณ (Q)} \]

\[ \text{ภาพที่ 2.24 อุปทานที่มีความอิสระอยู่อย่างสมบูรณ์} \]
โสดทัศน์ # 2.14 ความหมายคุณภาพของตลาด

คุณภาพของตลาด เป็นสภาวะที่บริษัทเสนอสินค้ากับบริษัทเสนอสินค้าในตลาด ราคาในระดับที่อุปสงค์เท่ากับอุปทานเรียกว่าราคาคุณภาพ และปริมาณในระดับราคาณปัจจุบันเรียกว่าปริมาณคุณภาพ

โสดทัศน์ # 2.15 การปรับตัวเข้าสู่คุณภาพของตลาด

โสดทัศน์ # 2.16 การเปลี่ยนแปลงคุณภาพของตลาด

การเปลี่ยนแปลงคุณภาพของตลาดอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดอุปสงค์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสินอุปสงค์และการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดอุปทานและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสินอุปทาน
โสดทัศนะ # 2.17 การเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์

1. อุปสงค์เพิ่มขึ้น

รวมทั้ง 2.27 การเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของตลาด
เนื่องจากอุปสงค์เพิ่มขึ้น

2. อุปสงค์ลดลง

รวมทั้ง 2.28 การเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของตลาด
เนื่องจากอุปสงค์ลดลง

โสดทัศนะ # 2.18 การเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปทาน

1. อุปทานเพิ่มขึ้น

รวมทั้ง 2.29 การเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของตลาด
เนื่องจากอุปทานเพิ่มขึ้น

2. อุปทานลดลง

รวมทั้ง 2.30 การเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของตลาด
เนื่องจากอุปทานลดลง
หน่วยที่ 3 ทางเลือกของผู้บริโภค

แผนที่ # 3.1 ความหมายของอรรถประโยค

อรรถประโยค (Utility) หมายถึง ความพอใจในการบริโภคสินค้าและบริการ

แผนที่ # 3.2 อารกประโยคส่วนเพิ่ม

อรรถประโยคส่วนเพิ่ม (Marginal Utility: MU) หมายถึงอรรถประโยคที่เพิ่มขึ้นเมื่อบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นอีก 1 หน่วย หรือเมื่อบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะได้รับอรรถประโยคเพิ่มขึ้น แต่จะเพิ่มขึ้นอย่างไรก็ตามจงทำากับสูญและท้ายของเพิ่มขึ้นอีกจะทำาให้ติดลบได้ ดังนั้นการบริโภคสินค้าและบริการในแต่ละครั้งจะได้อารกประโยคส่วนเพิ่มไม่เท่ากัน

ตารางที่ 3.1 อารกประโยคส่วนเพิ่มและอารกประโยครวม

<table>
<thead>
<tr>
<th>จำนวนหน้า</th>
<th>อารกประโยคส่วนเพิ่ม (MU)</th>
<th>อารกประโยครวม (TU)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Q หน่วย: แก้ว</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>20</td>
<td>20</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>16</td>
<td>36</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>14</td>
<td>50</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>8</td>
<td>58</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>0</td>
<td>58</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>-10</td>
<td>48</td>
</tr>
</tbody>
</table>
 piknak # 3.3 อารกประโยชน์รวม

อรกประโยชน์รวม (Total Utility: TU) หมายถึงอรกประโยชน์รวมทั้งหมดที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการจำนวนหนึ่ง

 piknak # 3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอรกประโยชน์รวมและอรกประโยชน์ส่วนเพิ่ม

ความสัมพันธ์ระหว่างอรกประโยชน์รวมและอรกประโยชน์ส่วนเพิ่ม อาจแสดงในรูปสมการดังนี้

1. \( MU_n = TU_n - TU_{n-1} \)
2. \( MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} \)

ตาราง 3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอรกประโยชน์รวมและอรกประโยชน์ส่วนเพิ่ม

<table>
<thead>
<tr>
<th>จำนวนสินค้า</th>
<th>อารกประโยชน์รวม</th>
<th>อารกประโยชน์ส่วนเพิ่ม</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>12</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>22</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>28</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>30</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>30</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>26</td>
<td>-4</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ภาพ 3.1 ส่วนอรกประโยชน์รวม (TU) และส่วนอรกประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU)
สัดส่วน # 3.5 กฎการลดหย conducของอกรรรมประโยชน์ส่วนเพิ่ม

กฎการลดหย conducของอกรรรมประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Law of Diminishing Marginal Utility) แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อบริโภคสินค้าหน่วยแรกจะมีความพอใจหรืออกรรรมประโยชน์ส่วนเพิ่มมากกว่านานหนึ่ง แต่เมื่อบริโภคสินค้าหน่วยที่ 2 ความพอใจหรืออกรรรมประโยชน์ส่วนเพิ่มจะลดลง ซึ่งสังเกตได้จากภาพที่ 3.1 เลนอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มจะลดลงเรื่อย ๆ เมื่อปริมาณหน่วยเพิ่มขึ้น

สัดส่วน # 3.6 คุณภาพของผู้บริโภคตามเหตุการณ์อกรรรมประโยชน์

คุณภาพของผู้บริโภค (consumer equilibrium) เป็นภาวะที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับอกรรรมประโยชน์สูงสุด การเปลี่ยนแปลงไปจากจุดนี้ โดยการซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อชีวิตหรือลดหย conducจะทำให้อกรรรมประโยชน์รวมที่ผู้บริโภคได้รับ ต่ำลงหรือยอดลงไป

ทางเลือกของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ความพอใจสูงสุดหรืออกรรรมประโยชน์สูงสุดจากแบบประมาณที่มีอยู่จำกัด เนื่องจากคุณภาพของผู้บริโภคจะอยู่ที่ 

\[
\frac{\text{MU}_x}{\text{Px}} = \frac{\text{MU}_y}{\text{Py}}
\]

ตารางที่ 3.4 อกรรรมประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU) และอกรรรมประโยชน์รวม (TU) ของสินค้า X และสินค้า Y

<table>
<thead>
<tr>
<th>จำนวนสินค้า</th>
<th>สินค้า X</th>
<th>Px = 20</th>
<th>สินค้า Y</th>
<th>Py = 40</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ชื่อ</td>
<td>MUx</td>
<td>TUx</td>
<td>MUy</td>
<td>TUY</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>200</td>
<td>200</td>
<td>280</td>
<td>280</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>160</td>
<td>360</td>
<td>200</td>
<td>480</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>140</td>
<td>500</td>
<td>160</td>
<td>640</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>80</td>
<td>580</td>
<td>80</td>
<td>720</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>0</td>
<td>580</td>
<td>40</td>
<td>760</td>
</tr>
</tbody>
</table>
คุณภาพของผู้บริโภคตามทุกผู้อภิปรายประโยชน์ (ต่อ)

การเลือกของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ความพอใจสูงสุดหรือมีอภิปรายประโยชน์รวมสูงสุดจากงบประมาณที่กำหนด 100 บาท

ตารางที่ 3.5 อภิปรายประโยชน์ส่วนเพิ่มจากการใช้เงิน 1 บาทของสินค้า X และสินค้า Y

<table>
<thead>
<tr>
<th>จำนวนสินค้า</th>
<th>สินค้า X</th>
<th>Px = 20</th>
<th>สินค้า Y</th>
<th>Py = 40</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ชั้น</td>
<td>MUx</td>
<td>TUx</td>
<td>MUx/Px</td>
<td>MUy</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>200</td>
<td>200</td>
<td>200/20 = 10</td>
<td>280</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>160</td>
<td>360</td>
<td>160/20 = 8</td>
<td>200</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>140</td>
<td>500</td>
<td>140/20 = 7</td>
<td>160</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>80</td>
<td>580</td>
<td>80/20 = 4</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>0</td>
<td>580</td>
<td>0/20 = 0</td>
<td>40</td>
</tr>
</tbody>
</table>

จากตารางที่ 3.5 ตามเงื่อนไขของคุณภาพของผู้บริโภคจะอยู่ที่ \( \frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} \) ซึ่งมีอยู่ 2 ทางเลือกคือ

### ทางเลือกที่ 1
กรณีที่ \( \frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = 7 \)

### ทางเลือกที่ 2
กรณีที่ \( \frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = 4 \)

คุณภาพของผู้บริโภคตามเงื่อนไขที่กำหนด ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้า X จำนวน 3 ชิ้น และเลือกซื้อสินค้า Y จำนวน 1 ชิ้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้ความพอใจสูงสุดหรือได้อภิปรายประโยชน์รวมสูงสุดตามงบประมาณที่มีอยู่ 100 บาท

คุณภาพของผู้บริโภคกรณีเลือกซื้อสินค้าและบริการมากกว่า 2 ชนิด เนื่องจากคุณภาพของผู้บริโภคที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดหรือได้อภิปรายประโยชน์รวมสูงสุดได้ในงบประมาณที่กำหนด อยู่ที่ \( MUx = MUy = MUz \) กล่าวคือคุณภาพของผู้บริโภคตามทุกผู้อภิปรายประโยชน์ ผู้บริโภคจะได้รับ \( \frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = \frac{MUz}{Pz} \) อภิปรายประโยชน์รวมสูงสุดได้ส่วนมากจากที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าแต่ละชนิดภายในเงื่อนไขที่ทำให้อภิปรายประโยชน์ส่วนเพิ่มของเงิน 1 บาทในการซื้อสินค้าแต่ละชนิดเท่ากันหมด
คุณภาพของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ผลของการเปลี่ยนแปลงของราคาและปริมาณความต้องการของสินค้าและบริการจะทำให้รายจ่ายความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณชื่อสินค้าและบริการ ซึ่งก็คือส่วนอุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการนั้น

ทางเลือกของผู้บริโภคในการที่จะเลือกสินค้าเปลี่ยนแปลงไป

จากเดิมสินค้า $X$ ราคา 20 บาท ($P_x = 20$) และสินค้า $Y$ ราคา 40 บาท ($P_y = 40$) มีเงินเบิกประมาณ 100 บาท สมมติหากนักเรียนเลือกสินค้า $X$ คงที่ 20 บาท ($P_x = 20$) แต่ราคาสินค้า $Y$ ลดลงจากเดิมขึ้นและ 40 บาท เหลือเพียงชั่วโมงละ 20 บาท ($P_y = 20$) เมื่อราคาสินค้า $Y$ เปลี่ยนแปลงไปจึงต้องหาคุณภาพของผู้บริโภคใหม่ ตามตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 คุณภาพของผู้บริโภคในการที่จะเลือกสินค้า $Y$ ลดลง

<table>
<thead>
<tr>
<th>จำนวนสินค้า</th>
<th>ราคาสินค้า $X$</th>
<th>ราคาสินค้า $Y$</th>
<th>MUx</th>
<th>TUx</th>
<th>MUx/Px</th>
<th>MUy</th>
<th>TUy</th>
<th>MUy/Py</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ชั่ว</td>
<td>ราคาสินค้า $X$</td>
<td>ราคาสินค้า $Y$</td>
<td>MUx</td>
<td>TUx</td>
<td>MUx/Px</td>
<td>MUy</td>
<td>TUy</td>
<td>MUy/Py</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>200</td>
<td>200</td>
<td>200</td>
<td>200</td>
<td>200/20 = 10</td>
<td>280</td>
<td>280</td>
<td>280/20 = 14</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>160</td>
<td>360</td>
<td>160</td>
<td>360</td>
<td>160/20 = 8</td>
<td>200</td>
<td>480</td>
<td>200/20 = 10</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>140</td>
<td>500</td>
<td>140</td>
<td>500</td>
<td>140/20 = 7</td>
<td>160</td>
<td>640</td>
<td>160/20 = 8</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>80</td>
<td>580</td>
<td>80</td>
<td>580</td>
<td>80/20 = 4</td>
<td>80</td>
<td>720</td>
<td>80/20 = 4</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>0</td>
<td>580</td>
<td>0</td>
<td>580</td>
<td>0/20 = 0</td>
<td>40</td>
<td>760</td>
<td>40/20 = 2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

กรณีนี้คุณภาพของผู้บริโภคหรือผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดจากเงินเบิกประมาณที่มีอยู่ 100 บาท เมื่อสินค้า $Y$ เลือกขึ้นละ 40 บาท ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า $Y$ จำนวน 1 ชิ้น และเมื่อราคาสินค้า $Y$ ลดลง เป็นชั่วโมงละ 20 บาท ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า $Y$ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 3 ชิ้น ซึ่งทำให้ยิ่งราคาสินค้าของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคกว่าเมื่อราคาสินค้าลดลง ความต้องการซื้อสินค้าขูดต้นนี้จะสูงขึ้น และในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นความต้องการซื้อสินค้าขูดต้นนี้จะลดลง ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ที่ว่าปริมาณซื้อสินค้าและบริการ $(Q)$ จะแปรผกผันกับราคาสินค้าและบริการ $(P)$ นั้น ๆ และจากความสัมพันธ์ดังกล่าวในตารางที่ 3.9 สามารถหาอุปสงค์ของสินค้า $Y$ ได้ตามภาพที่ 3.3

ตารางที่ 3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณซื้อสินค้า $Y$ ตามทางเลือกของผู้บริโภค

<table>
<thead>
<tr>
<th>ราคาสินค้า $Y$ (บาท)</th>
<th>ปริมาณซื้อสินค้า $Y$ (ชิ้น)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>40</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>3</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### สดทัศน์ # 3.7 เสนอประสิทธิภาพโดยปัญหาการנוรูป

ศาสตร์ทัศน์ # 3.7 เสนอประสิทธิภาพโดยปัญหาการถูรูป (ต่อ)

#### ภาพที่ 3.2 เสนอประสิทธิภาพของสินค้า Y

ดังนั้น ตามทฤษฎียกระยะระยะฟิวซ์สามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือทางเลือกของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในงบประมาณที่มีอยู่จำกัดเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดหรือได้รับการประโยชน์สูงสุดและสามารถแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคออกมาได้ในรูปของเส้นประสิทธิภาพ

### สดทัศน์ # 3.8 ความหมายของสินราคาที่ทำกัน

#### เสนอความพอใจทำกัน (Indifference Curve: IC) หมายถึงเส้นที่แสดงถึงส่วนผสมต่าง ๆ (combinations)ของสินค้าตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป ซึ่งแต่ละส่วนผสมนั้นให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคทำกัน ซึ่งทุก ๆ จุดบนเส้นความพอใจสีแสดงว่าจะมีความพอใจทำกัน ดังนั้น เสนอความพอใจสีแสดงว่าจะมีความพอใจทำกัน

#### ตารางที่ 3.10 ตัวอย่างส่วนผสมของจำนวนสินค้า X และสินค้า Y ที่ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคทำกัน

<table>
<thead>
<tr>
<th>ส่วนผสม</th>
<th>จำนวนสินค้า Y: เถ้า</th>
<th>จำนวนสินค้า X: ส้ม</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>A</td>
<td>18</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>B</td>
<td>12</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>C</td>
<td>8</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>D</td>
<td>6</td>
<td>8</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### ภาพที่ 3.3 เสนอความพอใจทำกันที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า X และ Y
เส้นความพอใจท่ากันโดยทั่วไปจะมีลักษณะ ต้องเป็น
1. เส้นความพอใจท่ากันจะมีลักษณะเป็นเส้นโค้งที่จุดกำเนิด (convex to the origin) เป็นเส้นโค้งที่ลัดวงกลมข้างใน长期แข็งกลม
2. เส้นความพอใจท่ากันมีลักษณะเป็นเส้นต่อเนื่อง
3. เส้นความพอใจท่ากันของบุคคลคนเดียวที่จะตัดกันไม่ได้

อัตราการแทนส่วนพื้นที่ของสินค้า

อัตราการแทนส่วนพื้นที่ของสินค้า $X$ สำหรับสินค้า $Y$ (Marginal Rate of Substitution of $X$ for $Y$) จนจุดใดๆ บนเส้นความพอใจท่ากัน ก็คืออัตราส่วนระหว่างปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่แสดงของสินค้า $Y$ ต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นของสินค้า $X$ ที่ระดับความพอใจเท่าเดิม หรือ $MRS_{xy} = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$

โดย $MRS_{xy}$ หมายถึง อัตราการแทนส่วนพื้นที่ของสินค้า $X$ สำหรับสินค้า $Y$
$\Delta Y$ หมายถึง ปริมาณที่เปลี่ยนแปลงในสินค้า $Y$ ซึ่งเป็นปริมาณที่ลดลง จึงมีค่าเป็นลบ
$\Delta X$ หมายถึง ปริมาณที่เปลี่ยนแปลงในสินค้า $X$ ซึ่งเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้น จึงมีค่าเป็นบวก

เส้นประมาณ

1. ความหมายและลักษณะของเส้นประมาณ
เส้นประมาณ (Budget Line) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงส่วนประมาณต่างๆ ของจำนวนสินค้า $2$ ชนิดที่สามารถซื้อได้ด้วยงบประมาณหรือเงินจำนวนหนึ่ง ณ ราคาตลาดของสินค้าทั้งสองชนิด
 существует # 3.12 การเปลี่ยนแปลงของเส้นงบประมาณ

การที่เส้นงบประมาณ จะเปลี่ยนแปลงไปหรือเคลื่อนย้ายมีสาเหตุเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้หรือ
งบประมาณและการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า

 существует # 3.13 คุณภาพของผู้บริโภค

คุณภาพของผู้บริโภค คือจุดที่เส้นงบประมาณสัมผัสกับสินค้าในที่ทำกัน ซึ่งก็คือจุดที่ความชันของ
เส้นงบประมาณทำกับความชันของเส้นค่าสินค้าทำกัน ทั้งนี้ ความชันของเส้นงบประมาณ ทำกับ ⁻PX และ
ความชันของเส้นค่าสินค้าทำกับ MRSXY

\[
\text{MRS}_{XY} = \frac{-P_X}{P_Y}
\]

คุณภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีสินค้าสินค้าทำกัน อยู่ที่

ภาพที่ 3.14 จุดคุณภาพของผู้บริโภค

ประเทศไทย # 3.14 การสร้างเส้นยุทธศาสตร์ตามทฤษฎีสินค้าสินค้าทำกัน

ภาพที่ 3.15 คุณภาพของผู้บริโภคเมื่อราคาสินค้า X ลดลง
ผลของการเปลี่ยนแปลงเรียกว่าผลกระทบราคา (price effect) ซึ่งประกอบด้วย 2 สาเหตุ ได้แก่

1. ผลกระทบรายได้ (income effect)
2. ผลกระทบการทดแทน (substitution effect)

\[ X_1 X_2 = X_1 X_A + X_A X_2 \]

(ผลทางราคา) (ผลทางการทดแทน) + (ผลทางรายได้)
หน่วยที่ 4 การผลิตและต้นทุนการผลิต

รหัสหน่วย # 4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต

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

- การผลิตประกอบด้วย 3 ส่วนหลักคือ ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และ ผลผลิต

- พิจารณาการผลิต (production function) หมายถึงฟังก์ชันที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตกับผลผลิตภายใต้ทัณฑ์โดยการผลิตที่ใช้ในขณะนั้น และแสดงให้ทราบว่าในกรณีผลิตสินค้าชนิดนั้นต้องใช้ปัจจัยการผลิตอะไรบ้าง การเขียนฟังก์ชันการผลิตในลักษณะของสมการหนึ่งตัวศาสตร์มีรูปแบบทั่วไปคือ

\[ Q = f(X_1, X_2, X_3, ..., X_n) \]

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

- ปัจจัยการผลิตหรือทรัพยาการผลิต เป็นปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ ในทางเศรษฐศาสตร์ มีการจัดประเภทของปัจจัยการผลิตออกเป็น 4 ประเภท คือ ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ

- ปัจจัยการผลิตคงที่ (fixed input) หมายถึง ปัจจัยการผลิตที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณได้ทันท่วงที ความต้องการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กล่าวคือ ไม่ว่าผลผลิตจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงหรือหยุด การผลิต

- ปัจจัยการผลิตแปรัน (variable input) หมายถึง ปัจจัยการผลิตที่เปลี่ยนแปลงปริมาณได้ทันท่วงที ความต้องการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กล่าวคือ หากมีการเพิ่มปริมาณผลผลิตก็จะใช้ ปริมาณปัจจัยการผลิตแปรันมากขึ้น

- การผลิตในระยะสั้น หมายถึง ระยะเวลาที่ปัจจัยการผลิตหนึ่งหรือมากกว่าไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทันท่วงทีต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิต ซึ่งถือเป็นปัจจัยการผลิตคงที่ การเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิต เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณปัจจัยการผลิตแปรันเท่านั้น

- การผลิตในระยะยาว หมายถึง ระยะเวลางานปัจจัยการผลิตทุกชนิดเปลี่ยนแปลงปริมาณได้ทันท่วงที ต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิต ปัจจัยการผลิตทุกชนิดจึงเป็นปัจจัยการผลิตแปรัน เท่านั้น ระยะยาวจึงมีต่อ การใช้ปัจจัยการผลิตแปรันเท่านั้น
การผลิตระยะสั้น หมายถึง การผลิตที่หน่วยผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตโดยการเพิ่มหรือลดปัจจัยการผลิตเป็นน้อย แต่ไม่อาจเพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงขนาดของโรงงานหรือเครื่องจักรที่เป็นปัจจัยการผลิตที่ได้จัดนั้น การผลิตระยะสั้นจึงเป็นการผลิตที่ใช้ทั้งปัจจัยการผลิตที่ร่วมกันปัจจัยการผลิตเป็นน้อย

ผลิตผลรวม (Total Product: TP) เป็นปริมาณผลผลิตทั้งหมดที่ได้จากการใช้ปัจจัยการผลิตที่จำนวนหนึ่งร่วมกับปัจจัยการผลิตเป็นน้อยจำนวนต่าง ๆ กันในการวิเคราะห์ผลิต

ผลิตผลเฉลี่ย (Average Product: AP) เป็นปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อปัจจัยปริมาณหนึ่งหน่วย ค่าผลิตผลเฉลี่ยนี้เป็นการวัดผลผลิต (Productivity) ของปัจจัยการผลิตเป็นน้อยที่ถูกใช้ในการวิเคราะห์จำนวนต่าง ๆ ของปัจจัยการผลิตเพิ่มเติมให้ผลผลิตเฉลี่ยที่เท่ากันในการวิเคราะห์ผลิตเน้นในกรณีที่ปัจจัยปริมาณเป็นปัจจัยการผลิตเป็นน้อยผลผลิตของแรงงานจึงแสดงให้เห็นว่าแรงงานแต่ละคนสามารถให้ผลผลิตเฉลี่ยกันและเท่ากัน การคำนวณผลิตผลเฉลี่ยกันได้ดังนี้

\[ AP = \frac{TP}{L} \]

หรือ \[ AP_L = \frac{TP}{L} \]

ผลิตผลส่วนเพิ่ม (Marginal Product: MP) เป็นปริมาณผลผลิตรวมที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ปัจจัยการผลิตเป็นน้อย 1 หน่วย ผลิตผลส่วนเพิ่มนี้ จะบวกให้ทราบว่า ณ จุดนั้นการใช้ปัจจัยการผลิตเป็นน้อย จำนวนเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 หน่วยจะมีผลต่อการผลิตเป็นน้อยจำนวนเท่าใด การคำนวณผลิตผลส่วนเพิ่มนี้ได้ดังนี้

\[ MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L} \]

กฎการดูน้อยของลงของผลผลิตส่วนเพิ่ม ในช่วงแรก ๆ ที่มีการใช้ปัจจัยการผลิตเป็นน้อยเพิ่มขึ้น ผลิตผลส่วนเพิ่มนี้ไม่เพิ่มขึ้น แต่จะลดลง จนถึงระดับหนึ่ง ต่อจากนั้นถ้าเพิ่มปัจจัยการผลิตเป็นน้อยมากขึ้นอีก ผลิตผลส่วนเพิ่มนี้จะเริ่มลดลง จนถึงระดับสุดท้าย

ผลิตผลรวม ผลิตผลเฉลี่ยและผลิตผลส่วนเพิ่มนี้มีความสัมพันธ์กันโดยพิจารณาจากส่วนผลผลิตเบื้องต้นเป็น 3 ช่วง คือ ผลิตผลรวมเพิ่มนี้ในอีท่าที่เพิ่มขึ้น ผลิตผลรวมเพิ่มนี้ในอีท่าที่ลดลง และผลิตผลรวมตลอด

\[ TP = \frac{MP}{\Delta L} \]

\[ AP = \frac{TP}{L} \]

\[ MP_L = \frac{TP}{L} \]
โปรดระบุตัวอย่างการอธิบายเนื้อหาในภาษาไทยที่ปรากฏในภาพด้วยภาษาไทย
โสดหัตถศิลป์ # 4.4 เส้นผลผลิตเท่ากัน (ต่อ)

- อัตราการทดแทนทางเทคนิคส่วนเพิ่ม แสดงถึงการทดแทนกันของปัจจัยการผลิตทั้ง 2 ชนิด คือปัจจัยทุน (K) และปัจจัยแรงงาน (L) โดยผลปริมาณปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งลบ 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 อัตราส่วนดังกล่าวทำให้ทราบว่าปัจจัยการผลิตได้มีผลต่อการผลิตสูงกว่ากัน (เครื่องหมายลบของ MRTS แสดงถึงทิศทางการทดแทนกันระหว่างปัจจัยการผลิตเท่ากันไม่ได้มีความหมายในเชิงปริมาณที่แสดงถึงความยากหรือน้อย)

โสดหัตถศิลป์ # 4.5 เส้นค่าทุนเท่ากัน

- เส้นค่าทุนเท่ากัน (Isocost: Is) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงความสามารถในการซื้อปัจจัยการผลิต 2 ชนิด ในสัดส่วนแตกต่าง ๆ กัน ตามราคาของปัจจัยการผลิตหนึ่ง และใช้จ่ายไปในจำนวนเงินทั้งหมดเท่ากับเงินทุนเจ้าของที่ต้องจ่ายเงินที่สูงที่สุด ทั้งนี้หน่วยผลผลิตจะติดสิ่งซื้อปัจจัยการผลิต 2 ชนิดในสัดส่วนที่ทำให้ได้ผลผลิตตามตัวการต่ำสุดเงินงบประมาณ หรือต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด

- เส้นค่าทุนเท่ากันมีการเคลื่อนย้ายไปจากเส้นเดิมได้ดังนี้

![ภาพที่ 4.5 เส้นค่าทุนเท่ากัน](image)

1. จ่ายประมาณหรือเงินทุนเปลี่ยนแปลง

![ภาพที่ 4.6 การเคลื่อนย้ายเส้นค่าทุนเท่ากันเมื่อส่งระบบเปลี่ยนแปลง](image)
โปรดช่วยเหลือ # 4.5 เส้นด้านทุนเท่ากัน (ต่อ)

2. ราคาต่อหน่วยของปัจจัยการผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลง แต่ระบบการผลิตต้อง

![グラフ](https://via.placeholder.com/150)

**ภาพที่ 4.7 การเคลื่อนย้ายเส้นด้านทุนเท่ากัน เมื่อราคาต่อหน่วยปัจจัยแรงงานเปลี่ยนแปลง**

โปรดช่วยเหลือ # 4.6 ส่วนประมาณปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมสุด

- ส่วนประมาณปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมสุดของหน่วยผลิตหรืออุปลักษณะของหน่วยผลิตจะพิจารณาจาก
  เส้นผลิตเท่ากันและเส้นด้านทุนเท่ากัน โดยมีแนวคิดที่ว่าถ้าผู้ประกอบการผลิตเท่ากันกับเส้นทุนเท่ากัน
  ซึ่ง ณ จุดที่มีมัลติมิเตอร์ที่มีความชันของเส้นผลิตเท่ากันเท่ากับความชันของเส้นด้านทุนเท่ากัน

![グラフ](https://via.placeholder.com/150)

**ภาพที่ 4.9 ส่วนประมาณปัจจัยการผลิตที่ใช้ด้านทุนต่ำสุด**

- เนื่องจากส่วนส่วนประมาณปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมสูงสุดใน 2 กรณี คือ
  1. การผลิตที่เส้นด้านทุนต่ำสุดอยู่ได้จับแนวนอนผลิตเท่ากัน
  2. การผลิตที่ได้ผลผลิตสูงสุดอยู่ได้จับทุนการผลิตเท่ากัน
ตอนที่ # 4.6 ทฤษฎีการผลิตที่เหมาะสม (ต่อ)

- การเปลี่ยนแปลงทฤษฎีการผลิต
  1. การเปลี่ยนแปลงทฤษฎีการผลิตของหน่วยผลิต

ภาพที่ 4.10 การเปลี่ยนแปลงทฤษฎีการผลิตของหน่วยผลิตเนื่องจากมีเงินทุนเพิ่มขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงทฤษฎีการผลิตของหน่วยผลิตเนื่องจากค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น

ภาพที่ 4.11 การเปลี่ยนแปลงทฤษฎีการผลิตของหน่วยผลิตเนื่องจากค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น

- เส้นขยายการผลิต ถ้าเชื่อมจุดตู้ยาภาพต่าง ๆ ของหน่วยผลิตเข้าด้วยกันแล้ว เส้นที่เชื่อมจุดตู้ยาภาพนั้นกิจ
  จะเป็นเส้นที่แสดงลักษณะการขยายการผลิต

ภาพที่ 4.12 เส้นขยายการผลิต
ผลได้ต่อข้านค หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตเนื่องจากการเพิ่มหรือลดปริมาณปัจจัยการผลิต ทุกชนิดในสัดส่วนเดียวกัน

ผลได้ต่อข้านคแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ
1. ผลได้ต่อข้านคเพิ่มขึ้น
2. ผลได้ต่อข้านคคงที่
3. ผลได้ต่อข้านคลดลง

ภาพที่ 4.13 ผลได้ต่อข้านคเพิ่มขึ้น

ภาพที่ 4.14 กรณีผลได้ต่อข้านคคงที่

ภาพที่ 4.15 ผลได้ต่อข้านคลดลง
● ต้นทุนการผลิต เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจผลิตสินค้าและบริการของหน่วยผลิต เพราะต้นทุนการผลิตเป็นค่าใช้จ่ายที่ทำให้รู้จักค่าของผลผลิตเพิ่มขึ้นในกระบวนการผลิต หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่ทำให้ ผลกระทบของผลผลิตเพิ่มขึ้น หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในกระบวนการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้เป็นผลผลิต แบบเอก обычноเป็น

1. ต้นทุนคงที่ เป็นต้นทุนของปัจจัยการผลิตคงที่ ประกอบด้วย ต้นทุนที่ดิน ต้นทุนสินค้าประเภททุน และต้นทุนสินทรัพย์ประกอบการ หรือเป็นต้นทุนที่คงที่ไม่ว่าจะผลิตสินค้าและบริการมากหรือน้อยเพียงใดหรือไม่ผลิตเลย ก็ตาม ซึ่งจะมีต้นทุนคงที่ระยะสั้น เช่น ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เป็นต้น

2. ต้นทุนแปรเปลี่ยน เป็นต้นทุนของปัจจัยการผลิตแปรผันทุนชนิดที่หน่วยผลิตใช้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการซื้อปัจจัยนำเข้า หรือเป็นต้นทุนของปัจจัยที่ใช้ในการผลิตที่แปรผันได้ในหน่วยผลิตได้ หน่วยผลิตหนึ่ง เช่น ต้นทุนแรงงาน หรือน้นทุนวัสดุ เป็นต้น

3. ต้นทุนค่าเสียโอกาส หมายถึง ลิ้นจSCRูค่าสูญเสียที่ต้องละไป เมื่อมีการตัดสินใจเลือกใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อการหน่วยงานใด

4. ต้นทุนต้นขั้นจ้าง (explicit cost) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดของการผลิตที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของหน่วยผลิตที่จ่ายให้กับผู้เช่าปัจจัยการผลิตที่มีการจ่ายจริงและเป็นรายการที่ลงบันทึกรายจ่ายของหน่วยผลิต เช่น ค่าแรงเงินเดือน ค่าวัสดุมัน ค่าเช่า ดอกเบี้ย ค่าโฆษณา เป็นต้น

5. ต้นทุนไม่ต้นขั้นจ้าง (implicit cost) หรือต้นทุนแปรเปลี่ยน หมายถึง ต้นทุนที่เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิตของเจ้าของหน่วยผลิตที่ไม่ได้มีการจ่ายจริง และไม่ได้ยินศึกษาในบัญชีรายจ่ายของหน่วยผลิต เช่น ค่าแรง ค่าเช่า ดอกเบี้ย รวมถึงผลตอบแทนอื่น ๆ จากทรัพย์สินของเจ้าของหน่วยผลิต

6. ต้นทุนทางปัญญา หมายถึง ต้นทุนที่มีการจ่ายจริงในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยผลิต เช่น ค่าข้างเงินเดือน พนักงาน ค่าเช่าที่ดิน ค่าเช่าอาคาร ค่าวัสดุมัน ค่าโฆษณา ค่าออกแบบ เป็นต้น

● เส้นที่ต้นทุนคงที่ (AFC) เป็นเส้นที่แสดงถึงค่าเฉลี่ยต่อหน่วยผลผลิตของต้นทุนคงที่ทั้งหมดซึ่งมีลักษณะคงที่ขัดข้องกับทางจากข้างซ้ายไปทางขวา โดยตลอดเวลาจะลดลงอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นจะลดลงในอีกตราที่ลดลงเร็ม ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นหรือมีลักษณะเป็นเส้นที่ฟูช chairedในที่สอง

● เส้นทุนแปรเปลี่ยน (AVC) เป็นเส้นที่แสดงถึงค่าเฉลี่ยต่อหน่วยผลผลิตของต้นทุนแปรเปลี่ยนทั้งหมดซึ่งมีลักษณะคงที่ขัดข้องกับทางซ้ายเช่นเดียวกัน ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยต่อหน่วยและต่อค่ายา สูงขึ้นอีกตามลักษณะของเส้นที่ต้นทุนแปรเปลี่ยนที่เพิ่มขึ้นในอีกตราที่ลดลงในตอนแรก แล้วเพิ่มขึ้นในอีกตราที่เพิ่มขึ้นในตอนหลัง

● เส้นทุนรวมเสีย (ATC) เป็นเส้นที่แสดงถึงค่าเฉลี่ยต่อหน่วยผลผลิตของต้นทุนรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นผลรวมของเส้นที่ต้นทุนคงที่ (AFC) และเส้นทุนแปรเปลี่ยนเสีย (AVC) ซึ่งมีลักษณะคงที่ด้วยซึ่งกันและกัน แต่ไม่ สามารถกับเส้นที่ต้นทุนแปรเปลี่ยนเสีย

● เส้นที่ต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC) เป็นเส้นที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนรวมเนื่องมีการเปลี่ยนแปลง ปริมาณผลผลิต ซึ่งจะมีค่าสูงในตอนแรกและต่ำ ๆ ลดลง จนกระทั่งต่ำสุด และเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้งหนึ่งตามลักษณะความขึ้นของเส้นที่ต้นทุนรวม
ภาพที่ 4.16 ต้นทุนรวม ต้นทุนคงที่รวม ต้นทุนแปรนั้นรวม

ภาพที่ 4.17 เส้นต้นทุนรวมเฉลี่ย เส้นต้นทุนแปรนั้นเฉลี่ย และเส้นต้นทุนคงที่เฉลี่ย

ภาพที่ 4.18 เส้นต้นทุนรวมเฉลี่ย เส้นต้นทุนคงที่เฉลี่ย เส้นต้นทุนแปรนั้นเฉลี่ย และเส้นต้นทุนส่วนเพิ่ม
ต้นทุนรวมระยะยาว
ระยะเวลาหน่วยผลิตสามารถเลือกให้ส่วนประมาณปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม โดยใช้ต้นทุนการผลิตตัวสุดท้ายตามเส้นระยะยาวการผลิต (expansion path) ซึ่งก็คือต้นทุนรวมระยะยาว (Long-run Total Cost: LTC) ของแต่ละปริมาณผลิต

ต้นทุนเฉลี่ยระยะยาว (Long-run Average Cost: LAC) หมายถึง ต้นทุนต่อหน่วยผลิตเมื่อปัจจัยการผลิตทั้งหมดเป็นปัจจัยการผลิตแปรผันค่านวณได้ คือ \( LAC = \frac{LTC}{Q} \)

ต้นทุนส่วนเพิ่มระยะยาว (Long-run Marginal Cost: LMC) หมายถึง ต้นทุนรวมระยะยาวที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อผลิตเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย หรือเป็นต่าความชัน ณ จุดต่าง ๆ บนเส้น LTC ซึ่งค่านวณได้จากอัตราส่วนของการเปลี่ยนแปลงต้นทุนรวมระยะยาว (ΔLTC) ต่อการเปลี่ยนแปลงของผลผลิต (ΔQ)

\[ \text{คือ } LMC = \frac{\Delta LTC}{\Delta Q} \]

การประหยัดต่อขายและการไม่ประหยัดต่อขาย
1. การประหยัดต่อขาย สามารถอธิบายได้จากลักษณะของเส้น LAC ที่เป็นรูปตัวอย่างที่ถูกต้อง กรณีที่หน่วยผลิตไม่เท่ากันจึงจะได้รับผลต่อขายของต้นทุนการผลิตที่หน่วยผลิตขยายขนาดการผลิตและต้นทุนเฉลี่ยระยะยาวมีแนวโน้มลดลง

2. การไม่ประหยัดต่อขาย เป็นลักษณะของการที่ต้นทุนเฉลี่ยระยะยาวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเมื่อมีการขยายขนาดการผลิตเพิ่มขึ้น หลังจากที่ผ่านช่วงของการประหยัดต่อขายที่เป็นไปได้ทั้งหมดแล้ว
บทที่ 5 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดยุทธ์

สัดส่วนตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ
1. มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากและแต่ละรายจะมีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับทั้งตลาด
2. สินค้าที่ซื้อขายมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ
3. ผู้ซื้อและผู้ขายทราบราคาสินค้าที่ซื้อขายในตลาดเป็นอย่างดี
4. หน่วยยุทธ์กิจสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้โดยเสรี

สัดส่วน # 5.2 อุปสงค์ของหน่วยยุทธกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

อุปสงค์ของหน่วยยุทธกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นเส้นตรงขนานกับแกนนอนและตัดแกนตั้ง ณ ระดับราคาที่ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของตลาด

ภาพที่ 5.1 อุปสงค์และอุปทานของตลาด และอุปสงค์ของหน่วยยุทธกิจ
เอกสาร # 5.3 รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์หมายถึงรายรับทั้งหมดที่เพิ่มขึ้นเมื่อหน่วยธุรกิจขายสินค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ จะเท่ากับราคาสินค้าที่ถูกกำหนดโดยตลาด หรือ MR = P

![Graph](image)

ภาพที่ 5.2 เส้นรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เอกสาร # 5.4 การเปลี่ยนแปลงราคาตลาดและเส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

![Graph](image)

ภาพที่ 5.3 การเปลี่ยนแปลงราคาตลาดและเส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์
1. การวิเคราะห์โดยพิจารณาจากรายรับทั้งหมด (TR) และต้นทุนทั้งหมด (TC)
 ได้กำไรเกินปกติ เมื่อ TR > TC
 ได้กำไรปกติ เมื่อ TR = TC
 และขาดทุน เมื่อ TR < TC

2. การวิเคราะห์โดยพิจารณาจากรายรับส่วนเพิ่ม (MR) และต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC)
 ในการนี้หน่วยธุรกิจจะได้รับกำไรสูงสุด (หรือขาดทุนน้อยที่สุด) เมื่อขายหรือผลิตสินค้าณ ปริมาณที่รายรับส่วนเพิ่มเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม หรือ MR = MC

![Diagram showing profit maximization](image)

ภาพที่ 5.4 การแสดงกำไรสูงสุดของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์โดยพิจารณาจากรายรับส่วนเพิ่ม (MR) ต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC)

โปรดที่ # 5.6 การวิเคราะห์กำไรและขาดทุนในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจ

- P > SAC หน่วยธุรกิจจะได้รับกำไรเกินปกติ
- P = SAC หน่วยธุรกิจจะได้รับกำไรปกติ
- และ P < SAC หน่วยธุรกิจจะขาดทุน
โสดทัศน์ # 5.7 หน่วยธุรกิจได้รับกำไรเกินปกติ

\[ MR = SMC \text{ และ } TR > TC \text{ หรือ } P > SAC \]

\[ P^* = 10 \]
\[ SAC = 8 \]

\[ q^* = 1,000 \]

ภาพที่ 5.5 กรณีหน่วยธุรกิจได้รับกำไรเกินปกติ

โสดทัศน์ # 5.8 หน่วยธุรกิจได้รับกำไรปกติหรือกำไรเกินปกติเป็นสูญ

\[ MR = SMC \text{ และ } TR = TC \text{ หรือ } P = SAC \]

\[ P^* = SAC = 10 \]

\[ q^* = 1,000 \]

ภาพที่ 5.6 กรณีหน่วยธุรกิจได้รับกำไรปกติ

โสดทัศน์ # 5.9 หน่วยธุรกิจขาดทุนแต่ยังคงผลิตต่อไป

\[ MR = SMC \text{ และ } TR < TC \text{ หรือ } P < SAC \text{ แต่ } P \geq SAVC \]

\[ SAC = 12 \]
\[ P^* = 10 \]
\[ SAVC = 9 \]

\[ q^* = 1,000 \]

ภาพที่ 5.7 กรณีหน่วยธุรกิจขาดทุน แต่ยังคงทำการผลิต
สัดส่วน # 5.10 หน่วยธุรกิจขาดทุนและได้รับผลตอบแทน

หารายได้เท่ากับต้นทุนหรือราคาต่ำกว่าต้นทุนขั้นต่ำ

\[ \text{MR} = \text{SMC} \text{ และ TR} < \text{TC} \text{ หรือ P} < \text{SAC} \text{ และ P} < \text{SAVC} \]

ภาพที่ 5.8 กราฟหน่วยธุรกิจขาดทุนและได้รับผลตอบแทน

สัดส่วน # 5.11 เส้นอุปทานในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เส้นอุปทานในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์คือ SMC ในช่วงที่เท่ากับหรือสูงกว่า SAVC

ภาพที่ 5.9 เส้นอุปทานในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

สัดส่วน # 5.12 เส้นอุปทานตลาดในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เส้นอุปทานตลาดในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้จากการรวมเส้นอุปทานในระยะสั้นของหน่วยธุรกิจทุกหน่วยในเข้ำด้วยกัน

\[ S = \Sigma \text{SMC} \]

ภาพที่ 5.10 เส้นอุปทานตลาดในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์
สดทัศน์ # 5.13 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจากรีชมีหน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาแข่งขัน

หน่วยธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ในตลาดได้รับกำไรเกินปกติ กล่าวคือ P > LAC ทำให้ TR > LTC ทำให้เกินปกติที่หน่วยธุรกิจได้รับจึงให้หน่วยธุรกิจรายอื่นเข้ามาผลิตแข่งขันกับหน่วยธุรกิจเดิมที่อยู่ในตลาด

ภาพที่ 5.11 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์กรณีมีหน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาแข่งขัน

สดทัศน์ # 5.14 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจกรณีมีหน่วยธุรกิจออกไปจากตลาด

หน่วยธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ในตลาดประสบกับการขาดทุน กล่าวคือ P < LAC ทำให้ TR < LTC หน่วยธุรกิจที่ขาดทุนและไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ก็จะเลิกผลิตและออกไปจากตลาด

ภาพที่ 5.12 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์กรณีมีหน่วยธุรกิจออกไปจากตลาด
##### ปัญหา # 5.15 คุณภาพในระยะยาวของหน่วยยุทธิกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

\[ P = MR = LMC = LAC \]
โดยเป็นจุดการผลิตที่ LAC มีค่าที่สูด

![Diagram showing price (P), marginal revenue (MR), long-run marginal cost (LMC), and long-run average cost (LAC) curves, illustrating the market equilibrium point (E), the price (P^*), and the quantity (q^*) where demand equals marginal revenue.]

#### ปัญหา # 5.16 ลักษณะของตลาดยุคชาติ

ลักษณะของตลาดยุคชาติ คือ
1. มีผู้ขายหรือหน่วยยุทธิกิจเพียงรายเดียวในตลาด
2. ไม่มีลิขสิทธิ์แทนกันเด็ดขาดหรือทดแทนกันได้ยาก
3. ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้

#### ปัญหา # 5.17 เลือกใช้ทำให้เกิดการยุคชาติ

เลือกใช้ทำให้เกิดการยุคชาติ คือ
1. อุปสรรคทางด้านกฎหมาย
2. การผลิตที่ทำให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขยายขนาดการผลิต
3. ความสามารถในการควบคุมปัจจัยการผลิตที่สำคัญ

---

---

---
โสดทัศน์ # 5.18 อุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดยุทธ์

อุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดยุทธ์ต้องเป็นเส้นตรงที่มีเส้นอุปสงค์ตลาด เพราะหน่วยธุรกิจและตลาดเป็นสิ่งเดียวกันโดยมีคุณสมบัติและเป็นไปตามกฎของอุปสงค์

![Diagram](image1)

ภาพที่ 5.15 เส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแยงอินทรีย์และตลาดยุทธ์

โสดทัศน์ # 5.19 รายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดยุทธ์

ส่วนหน่วยธุรกิจในตลาดยุทธ์ราคาสินค้าที่ขายจะมากกว่ารายรับส่วนเพิ่มเมื่อหรือ P > MR

![Diagram](image2)

ภาพที่ 5.16 เส้นอุปสงค์และเส้นรายรับส่วนเพิ่มของหน่วยธุรกิจในตลาดยุทธ์

โสดทัศน์ # 5.20 การวิเคราะห์คุณภาพของผู้ประกอบการ

เงื่อนไขที่ทำให้ผู้ประกอบการได้รับกำไรสูงสุดคือจะมีการผลิตเกิดขึ้น ณ ระดับปริมาณผลิตที่ทำให้รายรับส่วนเพิ่ม (MR) เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC) หรือ MR = MC

![Diagram](image3)

ภาพที่ 5.18 คุณภาพของผู้ประกอบการ
ตอนที่ 5.21 คุณภาพของผู้ประกอบการที่ได้รับกำไรสูงสุด

\[ MC = MR \text{ แล้ว } P > ATC \text{ หรือ } TR > TC \]

\[ MC = MR \text{ แล้ว } P < ATC \text{ หรือ } TR < TC \]

ภาพที่ 5.19 คุณภาพของผู้ประกอบการที่ได้รับกำไรสูงสุด

ตอนที่ 5.22 คุณภาพของผู้ประกอบการที่ประสบกับการขาดทุน

\[ MC = MR \text{ แล้ว } P < ATC \text{ หรือ } TR < TC \]

ภาพที่ 5.20 คุณภาพของผู้ประกอบการที่ประสบกับการขาดทุน
 социально # 5.23 ราคาในอุตสาหกรรม

ราคาในอุตสาหกรรมหมายถึงราคาที่ทำให้ต้นทุนทั้งหมดในการผลิตสินค้า หรือ $P = MC$

 социально # 5.24 ราคาลงทุนรวม

ราคาลงทุนรวมหมายถึงราคาที่ทำให้ต้นทุนทั้งหมดในการผลิต หรือ $P = AC$
หน่วยที่ 6 ตลาดสี่แข่งขันกิจการและตลาดผู้ขายน้อยราย

สัดส่วนตลาดสี่แข่งขันกิจการ คือ
1. มีผู้ขายหรือหน่วยธุรกิจจำนวนมาก
2. ลูกค้าของผู้ขายมีความแตกต่างกัน
3. ผู้ขายสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้โดยเสรี

สัดส่วนตลาดสี่แข่งขันกิจการ

แนวทฤษฎี # 6.2 การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตในตลาดสี่แข่งขันกิจการในระยะสั้น

กรณีที่ 1 หน่วยธุรกิจได้รับกำไรเกินปกติ
MR = SMC และ P > SAC หรือ TR > TC หรือ TR – TC > 0

วางแผนที่ 6.2 หน่วยธุรกิจในตลาดสี่แข่งขันกิจการ
ได้รับกำไรเกินปกติ

กรณีที่ 2 หน่วยธุรกิจได้รับกำไรปกติ
MR = SMC และ P = SAC หรือ TR = TC หรือ TR – TC = 0

วางแผนที่ 6.3 หน่วยธุรกิจในตลาดสี่แข่งขันกิจการ
ได้รับกำไรปกติ
โปรดอ่านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดเกี่ยวกับความขัดแย้งในระยะสั้น (ต่อ)

กราฟที่ 3 หน่วยธุรกิจขาดทุน

MR = SMC และ P < SAC หรือ TR < TC หรือ TR – TC < 0

กราฟที่ 4 หน่วยธุรกิจในตลาดเกี่ยวกับขั้นตอน

 annoyance moment ภูมิทัศน์ จำนวนผู้ซื้อ

ผลลัพธ์ # 6.3 การเข้าหรือออกจากตลาดของหน่วยธุรกิจในตลาดเกี่ยวกับขั้นตอน

กราฟที่ 1 หน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาในตลาด

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

หน่วยธุรกิจจะได้กำไรเกินปกติ

กราฟที่ 5 กรณีหน่วยธุรกิจรายใหม่เข้ามาในตลาด

กราฟที่ 2 หน่วยธุรกิจออกจากตลาด

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

หน่วยธุรกิจประสบกับขาดทุน

กราฟที่ 6 กรณีหน่วยธุรกิจออกจากตลาด
 sokatharn # 6.4 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันที่ยุ่งยาก

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

![Diagram](image)

**ภาพที่ 6.7 ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจในตลาดกึ่งแข่งขันที่ยุ่งยาก**

sokatharn # 6.5 ความไม่ยิ่งใหญ่ในการผลิตและความไม่ยิ่งใหญ่ในการจัดสรรทรัพยากรในตลาดกึ่งแข่งขันที่ยุ่งยาก

ตลาดกึ่งแข่งขันที่ยุ่งยากไม่เกิดให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตเพราะไม่เกิดการผลิต ณ ระดับที่ ATC ต่ำสุด และไม่เกิดประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรเนื่องจากไม่ได้ผลิต ณ ระดับที่ P = MC

![Diagram](image)

**ภาพที่ 6.9 ความไม่ยิ่งใหญ่ในการตลาดกึ่งแข่งขันที่ยุ่งยาก**
ผลทัศน์ # 6.6 ผลของการนโยบายต่อสิ่งแวดล้อมและการต้านทานของเลกยุทธ์

ผลการนโยบายของหน่วยธุรกิจทำให้เกิดความเสียหายในสินค้าของหน่วยธุรกิจเพิ่มขึ้น ทำให้ลูกคัสต์ต้องเสียค่าของหน่วยธุรกิจสูงขึ้น ขณะเดียวกันเมื่อสินค้าของหน่วยธุรกิจได้รับความเสียหายเพิ่มขึ้นก็ย่อมทำให้ความยั่งยืนของลูกคัสต์ต้องเสียสินค้าของหน่วยธุรกิจลดลง เล็กยุทธ์ของหน่วยธุรกิจเพิ่มความช้ามากขึ้น

![Diagram](image)

ภาพที่ 6.10 ผลของการนโยบายต่อสิ่งแวดล้อมและการต้านทานของเลกยุทธ์

ผลทัศน์ # 6.7 ผลของการนโยบายต่อการประหยัดเนื่องจากขาด

การที่ต้องหนุนทั้งหมดและผลของการที่หน่วยธุรกิจขายสินค้าได้อย่างขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการนโยบายแสดงว่าการนโยบายทำให้หน่วยธุรกิจเกิดการประหยัดเนื่องจากขาดการผลิต

![Diagram](image)

ภาพที่ 6.11 ผลของการนโยบายต่อการประหยัดเนื่องจากขาด

ผลทัศน์ # 6.8 สัญญาณตลาดผู้ซื้อหน่วยราย

สัญญาณตลาดผู้ซื้อหน่วยราย คือ
1. มีหน่วยธุรกิจมีผล
2. สินค้าของหน่วยธุรกิจอาจมีลักษณะเหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้
3. มีอุปสรรคในการเข้าหรือออกจากตลาดของหน่วยธุรกิจ
 vỏสีที่ 6.9 การสมรู้ร่วมคิดกันของหน่วยธุรกิจ

การที่หน่วยธุรกิจดำเนินนโยบายร่วมกันโดยการจัดการแข่งขันระหว่างกัน ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจและทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหน่วยธุรกิจเพิ่มขึ้น

ผลที่ 6.10 การวางแผนเพื่อครอบคลุม

หน่วยธุรกิจที่รวมกลุ่มกันเป็นการผลิตจะมีการตกลงร่วมกันในเรื่องปริมาณขายหรือปริมาณผลิต การตั้งราคาและการแบ่งปันผลกำไรให้แก่แต่ละหน่วยธุรกิจในกลุ่ม โดยการผลิตจะกำหนดปริมาณผลิตและราคาเพื่อให้กลุ่มได้กำไรสูงสุด

ผลที่ 6.11 กลุ่มธุรกิจนั้นราคา

หน่วยธุรกิจรายใหญ่จะกำหนดราคาและปริมาณผลิตที่ทำการให้ได้กำไรสูงสุด นั่นคือ ราคาและปริมาณผลิต ณ ระดับที่รายรับส่วนเพิ่มเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม หน่วยธุรกิจรายเล็กจะตั้งราคาตามหน่วยธุรกิจรายใหญ่และผลิตสินค้าทั้งหมดตามที่การณ์ในปริมาณที่เหลือจากที่หน่วยธุรกิจรายใหญ่ผลิตเพียงพอของอุปสงค์ตลาด

ผลที่ 6.12 กลุ่มธุรกิจราคาการแข่งขัน

การแข่งราคาเกิดจากการที่หน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยรายไม่ต้องการซื้อสินค้า เนื่องจากกำไรจากขึ้นราคาแล้วหน่วยธุรกิจคู่แข่งในขึ้นราคาตาม ตนเองก็จะเสียส่วนแบ่งตลาด ในทางตรงกันข้าม หน่วยธุรกิจก็ไม่ต้องการลดราคาเพื่อเพิ่มยอดขาย เนื่องจากผลการขายก็ไม่เพิ่มขึ้น ก็เกิดขึ้น ทำให้กำไรลดลงด้วย การร่วมมือกันโดยไม่เป็นทางการของหน่วยธุรกิจในการลดราคาสินค้าไว้ ณ ระดับใดระดับหนึ่งจึงเกิดขึ้น
โสดหัสน์ # 6.13 การตั้งราคาเพื่อขัดจุดแข็งชัน

การตั้งราคาเพื่อขัดจุดแข็งชัน เป็นการตั้งราคาสินค้าเพื่อขัดจุดแข็ง หรือตั้งราคาต่ำเพื่อกัดกันไม่ให้
หมู่ธุรกิจรายใหญ่เข้ามาแข่งขัน

โสดหัสน์ # 6.14 ความหมายของทฤษฎีแกน

ทฤษฎีแกน หมายถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมที่มีเหตุผลของหมู่ธุรกิจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

โสดหัสน์ # 6.15 เกมที่มีการรวมเมือกันและเกมที่ไม่มีการรวมเมือกัน

เกมที่มีการรวมเมือกัน หมายถึงเกมที่หมู่ธุรกิจมีการรวมเมือกหรือปรับขนาดรายได้ในการกำหนดราคา
หรือตั้นเนินนโยบายแบบรู้วิธีคิด

โสดหัสน์ # 6.16 ภาวะกลืนไม่เข้าคาไม่ออกของนักโทษ

เกมภาวะกลืนไม่เข้าคาไม่ออกของนักโทษ เป็นเกมที่แสดงถึงการพื้นฐานได้รับที่สุดท้ายนี้ของเกมที่ไม่มี
การรวมเมือก เนื่องจากผู้เล่นทั้งคู่ไม่สามารถบรรลุผลสำหรับเกมที่ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่สุดหรือเสียหายน้อยที่สุดได้
c ดุลยภาพของเกมเป็นดุลยภาพที่ทำให้ผู้เล่นได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

โสดหัสน์ # 6.17 กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าของหน่วยธุรกิจ

กลยุทธ์การตั้งราคาค้าเป็นกลยุทธ์เด่น เพราะเป็นกลยุทธ์ที่หน่วยธุรกิจ A และ B เลือกโดยไม่น่าจะ
ถูกฝ่ายหนึ่งจะเลือกกลยุทธ์ใด

โสดหัสน์ # 6.18 กลยุทธ์การโพลเลอสินค้าของหน่วยธุรกิจ

กลยุทธ์โพลเลอเป็นกลยุทธ์เด่น เพราะเป็นกลยุทธ์ที่หน่วยธุรกิจแต่ละรายเลือกโดยไม่น่าจะถูกฝ่ายหนึ่งจะ
เลือกกลยุทธ์ใด
หน่วยที่ 7 ตลาดปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนปัจจัยการผลิต

鹶節😟 # 7.1 ตลาดปัจจัยการผลิต

ตลาดปัจจัยการผลิต หมายถึงตลาดที่มีการซื้อขายปัจจัยการผลิตเพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการโดยให้ความสำคัญทางส่วนหนึ่งว่าผู้ซื้อจะซื้อปัจจัยการผลิตอย่างไรเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด

อุปสงค์ต่อปัจจัยการผลิตเป็นอุปสงค์สินปัจจัย และอุปสงค์รวม ที่เชี่ยวชาญกันและกัน

ตลาดปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันสมบูรณ์ เป็นตลาดที่ผู้ผลิตและผู้ขายปัจจัยการผลิตงานมากมาย ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายเป็นรายเล็กๆ เพื่อเปรียบเทียบกับตลาด ปัจจัยการผลิตมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ ผู้ซื้อและผู้ขายปัจจัยการผลิตแต่ละรายไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาปัจจัยการผลิต ราคาปัจจัยการผลิตถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของตลาด

![Market Diagram]( Diagram.png)

ภาพที่ 7.1 อุปสงค์และอุปทานปัจจัยการผลิตของตลาดและของผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละราย

鹶節😟 # 7.2 ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์

ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ตลาดปัจจัยการผลิตยุทธการ
2. ตลาดปัจจัยการผลิตยุทธการน้อย
3. ตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันแข่งขันยุทธการ

![Market Diagram]( Diagram.png)

ภาพที่ 7.2 เสนออุปทานปัจจัยการผลิตในตลาดปัจจัยการผลิตแข่งขันไม่สมบูรณ์
เอกสาร # 7.3 หลักการจ้างปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด

หลักการจ้างปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด หมายถึง จะต้องจ้างปัจจัยการผลิตจนกระทั่งรายรับส่วนเพิ่มจากการจ้างปัจจัยการผลิต (MRP) เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มของการใช้ปัจจัยการผลิต (MFC)

แบ่งออกเป็น 4 กรณีคือ
1. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตและตลาดผลิตผลแยงซื้อสูง (อธิบายตารางที่ 7.1)
2. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตแยงซื้อสูงแต่ตลาดผลิตผลแยงซื้อน้อยสูง (อธิบายตารางที่ 7.2)
3. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตแยงซื้อสูงแต่ตลาดผลิตผลแยงซื้อน้อยสูง (อธิบายตารางที่ 7.3)
4. กรณีตลาดปัจจัยการผลิตและตลาดผลิตผลแยงซื้อน้อยสูง (อธิบายตารางที่ 7.4)

เอกสาร # 7.4 ราคากับการเงินเครื่องมือการกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด

การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด ราคากับการเงินเครื่องมือมี 3 ภาพ คือ

![ภาพที่ 7.3 ตลาดแรงงานแยงซื้อสูงรูป ตลาดแรงงานแยงซื้อสูงและรายรับจากผลิตผลส่วนเพิ่ม](attachment:image1.png)

เอกสาร # 7.5 การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด แบ่งเป็น 4 กรณี

การกำหนดการจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด แบ่งเป็น 4 กรณี คือ

1. กรณีตลาดแรงงานและตลาดผลิตผลแยงซื้อสูง

![ภาพที่ 7.4 การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานและตลาดผลิตผลแยงซื้อสูง](attachment:image2.png)
2. การนิยามแรงงานแสดงขั้นสมบูรณ์แต่ละผลิตภัณฑ์ขั้นไอสมบูรณ์

![Diagram](image1)

\[ W = MFC_L = 100 \]

\[ S_L \]

\[ L(2) \quad L(4) \quad L(6) \]

ภาพที่ 7.5 การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานแสดงขั้นสมบูรณ์แต่ละผลิตภัณฑ์ขั้นไอสมบูรณ์

3. การนิยามแรงงานแสดงขั้นโมเดลแสดงขั้นโมเดลขั้นสมบูรณ์

![Diagram](image2)

\[ MFC_L = MRP_{L(PC)} = 160 \]

\[ W = 130 \]

\[ L(2) \quad L(4) \quad L(6) \]

ภาพที่ 7.6 การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานแสดงขั้นโมเดลแต่ละผลิตภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์

4. การนิยามตลาดแรงงานและตลาดผลิตภัณฑ์ขั้นไอสมบูรณ์

![Diagram](image3)

\[ MFC_L = MRP_{L(PC)} = 120 \]

\[ W = 110 \]

\[ L(1) \quad L(2) \quad L(4) \]

ภาพที่ 7.7 การจ้างแรงงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดกรณีตลาดแรงงานและตลาดผลิตภัณฑ์ขั้นสมบูรณ์
โสดาศน์ # 7.6 อุปทานของที่ดินมีจำนวนจำกัด

อุปทานของที่ดินมีจำนวนจำกัด เลือกอุปทานของที่ดินจึงเป็นสิ่งที่กำหนดด้วยกฎแห่งความยืดหยุ่นของอุปทานที่ต้องการมีค่าเป็นศูนย์ คำเข้าของที่ดินจึงขึ้นอยู่กับอุปสงค์ต่อการใช้ที่ดิน กล่าวคือ ถ้าหากอุปสงค์ต่อการใช้ที่ดินสูงขึ้น คำเข้าของที่ดินก็จะเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากอุปสงค์ต่อการใช้ที่ดินลดลง คำเข้าของที่ดินก็จะลดลง

[ภาพที่ 7.10 คำเข้าคูณภาพ]

โสดาศน์ # 7.7 ค่าจ้างแรงงานถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของแรงงาน

ค่าจ้างแรงงานถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของแรงงาน ในตลาดที่แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสร็จ นัยเรียกว่า อัตราค่าจ้างของแรงงานประเภทเดียวกันจะปรับตัวเข้าสู่ค่าจ้างเดียวกัน อย่างไรก็ตามค่าจ้างแรงงานแตกต่างกันได้ด้วยปัจจัย 3 ประเภทคือ 1) ปัจจัยที่ทำให้ได้ผลและอาชีพจ่ายค่าจ้างต่างกัน 2) ปัจจัยที่ทำให้บุคคลไม่สามารถแข่งขันได้ และ 3) ปัจจัยอื่นๆ

[ภาพที่ 7.14 คำเข้าคูณภาพ]
โจทย์คำนวณ # 7.7 ค่าจ้างแรงงานถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของแรงงาน (ต่อ)

จากภาพที่ 7.15 การปรับตัวของอัตราค่าจ้างคู่เท่าของแรงงานในแต่ละสถานที่

จากภาพที่ 7.16 ความแตกต่างระหว่างอัตราค่าจ้างของแรงงานที่มีความชำนาญและแรงงานที่ไม่มีความชำนาญ

โจทย์คำนวณ # 7.8 ตอบเบี้ย

ตอบเบี้ย หมายถึง อัตราส่วนระหว่างรายได้จากการใช้ปัจจัยทุนกับมูลค่าของปัจจัยทุนชนิดนั้น ทั้งนี้ อุปสงค์ต่อการลงทุนและอุปทานของเงินออมจะกำหนดอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาดอัตราดอกเบี้ย

จากภาพที่ 7.17 อัตราดอกเบี้ยคู่เท่าภาพ
สโลตแหนบ # 7.8 ดอกเบี้ย (ต่อ)

![Diagram](image1)

ภาพที่ 7.18 อัตราดอกเบี้ยคุณภาพสูงสุด

![Diagram](image2)

ภาพที่ 7.19 อัตราดอกเบี้ยคุณภาพลดลง

สโลตแหนบ # 7.9 กำไร

กำไร หมายถึง ส่วนต่างระหว่างผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการคาดว่าจะได้รับกับผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริง ผลต่างดังกล่าวเกิดจากความไม่แน่นอน กำไรจึงเป็นผลตอบแทนที่คาดเป็นของผู้ประกอบการจากการยอมรับความไม่แน่นอนในการดำเนินกิจการ

กำไรทางบัญชีเกิดจากการวิเคราะห์ผลตอบแทนว่าคุ้มค่าหรือไม่คุ้มค่า ซึ่งในที่นี้หมายถึงที่จะคุ้มค่าหรือไม่คุ้มค่าที่ ซึ่งการคำนวณจะประกอบด้วยต้นทุนทางบัญชี (explicit cost) หรือคำนวณโดยการวิเคราะห์ (implicit cost) หรือค่าเสียโอกาส (opportunity cost) ต้นทุนทางบัญชีเรียกว่ากำไรทางเศรษฐศาสตร์ ส่งผลให้กำไรทางบัญชีสูงกว่ากำไรทางเศรษฐศาสตร์ หลักในการตัดสินใจของผู้ประกอบการว่าควรลงทุนหรือไม่ก็คือ หากไม่ได้กำไรทางเศรษฐศาสตร์ก็ไม่ควรลงทุน
หน่วยที่ 8 ความสัมพันธ์ของตลาด ผลกระทบภาษียา และสินค้าสาธารณประโยชน์

โดยที่ # 8.1 ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

แนวคิดในด้านประสิทธิภาพของ อดัม สมิธ (Adam Smith) การจัดสรรทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยกลไกตลาดที่มีการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้ราคาโดยอัตโนมัติหรือที่เรียกว่าเป็นการทำนายของ "มือที่มองไม่เห็น" (the invisible hand) รูปแบบจึงไม่จำเป็นต้องมีบทบาทในทางเศรษฐกิจที่จะกำหนดราคาผลผลิตไว้ แต่ละอย่างไว้ และผลิตเพื่อใคร

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Pareto Efficiency) ในตลาดสินค้าใดๆ หรือในระบบเศรษฐกิจโดยรวมจะเกิดประสิทธิภาพพร้อมกับการใช้ทรัพยากรที่ส่งผลโดยตรงได้รับประโยชน์สูงสุดก่อนเมื่อตลาดหรือระบบเศรษฐกิจนั้นๆอยู่ในสภาพที่ไม่สามารถทำให้ผู้คนมีรายได้รับประโยชน์หรือเปลี่ยนแปลงไปทางที่ดีขึ้นโดยไม่ไปผลประโยชน์หรือทำให้ผู้คนเปลี่ยนแปลงไปทางที่แย่ ค้าการประโยชน์ในที่นี้เป็นค่ากลางๆ ที่มองไม่เห็นบริโภคจะหมายถึงความเพียงพอหรือมีธรรมชาติของผู้ผลิตก็จะหมายถึงราคา

ทฤษฎีบทพื้นฐานเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (The Fundamental Theorems of Welfare Economics) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกับประสิทธิภาพ โดยมีทฤษฎีบทพื้นฐาน 2 ทฤษฎีที่ใช้อธิบายคือ

ทฤษฎีบทพื้นฐานที่ 1 อธิบายว่าตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์จะเกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ โดยที่ราคาจะเป็นรักษาให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตตอบสนองในด้านการเพื่อให้ตนเองได้รับประโยชน์สูงสุด ซึ่งในที่สุดแล้วก็จะเข้าสู่จุดดุลยภาพของตลาด และผลิตที่ระบบเศรษฐกิจโดยรวมได้รับประโยชน์สูงสุดด้วย โดยประสิทธิภาพของตลาดจะเกิด ณ ระดับที่อุปทานของตลาดเท่ากับอุปทาน โดยเป็นจุดที่ส่งประโยชน์ส่วนเพิ่มของสินค้าที่ได้รับจากการบริโภค (MSB) เท่ากับราคาสินค้า (P*) และทำกับต้นทุนส่วนเพิ่มของสินค้าที่เกิดขึ้นจากการผลิต (MSC) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งความได้อัตราประสิทธิภาพของตลาดคือ MSB = MSC นั่นเอง

![ภาพที่ 8.1 ดุลยภาพของตลาดสินค้าชนิดหนึ่ง](image)

ทฤษฎีบทพื้นฐานที่ 2 อธิบายว่า ระดับการจัดสรรทรัพยากรที่มีความเท่าที่ยอมกันตามที่สังคมต้องการ สามารถเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพแบบราคาได้โดยอาศัยกลไกของระบบตลาดที่มีการแข่งขัน เมื่อมีการกระจายทรัพยากรหรือจัดการผลิตในเบื้องต้นสี่แบบอย่างเหมาะสม ทฤษฎีบทพื้นฐานที่ 2 นี้เป็นแนวคิดที่ชัดเจนว่า รัฐบาลไม่มีบทบาทหลักในการสร้างความเท่าที่ยอมหรือการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมโดยไม่จำเป็นต้องเข้าแทรกแซงตลาดโดยตรง โดยหากรัฐบาลสามารถจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม ก็จะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมและความเท่าทีมในลักษณะมากขึ้นได้
โสดหานุ # 8.2 ความสัมพันธ์ของตลาด

ความสัมพันธ์ของตลาด (market failure) หมายถึง การที่ระบบตลาดไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดการขาดแคลนทรัพยากรของตลาดไม่สามารถนำไปสู่จุดที่ลงทุนได้ 
กรณีที่ดังกล่าวจึงเป็นที่รับรู้และต้องเข้าใจในการทำนายเพื่อให้สอดคล้องกับการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด 
ทั้งนี้ นอกเหนือจากลักษณะตามสมบูรณ์ของตลาดเชิงลึกสมบูรณ์ที่จะต้องเป็นจริงเพื่อให้เกิดผลของตลาดท่านได้ 
อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในการปฏิบัติงานมีข้อจำกัดมากมาย ถ้ามีปัญจัยอื่น ๆ ที่ทำให้ผลของตลาดไม่สามารถ 
ทำนายได้ เช่น สินค้าที่มีผลิตหรือบริโภคทำให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลอื่นหรือสิ่งแวดล้อมภายนอก หรือ 
ลักษณะของสินค้าที่เกิดประโยชน์ต่อลดมัคคุมาลงมากกว่าที่ผู้ซื้อหรือผู้ผลิตที่มีต้นทุนแต่ละรายได้รับ เป็นต้น

โสดหานุ # 8.3 เหตุผลความจำเป็นที่ต้องมีรัฐบาลในระบบเศรษฐกิจ

เหตุผลสำคัญในการทำให้เกิดเหตุผลให้ต้องมีรัฐบาล ซึ่งมีหน้าที่ในการดำเนินการ 
ต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวม ได้แก่

1. เพื่อจัดตั้งและควบคุมระบบสิทธิ์หรือสิทธิ์ในทรัพย์สินของประชาชน
2. เพื่อจัดสรรทรัพยากรซึ่งมีอยู่จำกัดที่อยู่ในเอกภาพตลาด
3. เพื่อปรับใช้การจัดการให้ระบบเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้และความมั่งคั่งแก่ประชาชน

โสดหานุ # 8.4 บทบาทหน้าที่ของรัฐบาลในการแก้ปัญหาความสัมพันธ์ของตลาด

รัฐบาลจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาความสัมพันธ์ของตลาด ซึ่งมีสาเหตุที่ทำให้ 
เกิดขึ้นได้หลายประการ ได้แก่

1. การผลิตเชิงลึกไม่สมบูรณ์ หรือมีผู้มีอำนาจตลาด (market power) เกิดขึ้น การนี้ ได้แก่ ตลาดยุทธศาส 
ตลาดผู้ขายนโยบาย และตลาดเชิงขั้นตอนที่กิจการ โดยกรณีที่เกิดขึ้นตลาดไม่มีการแข่งขันอย่างสิ้นเชิงได้แก่ ตลาดยุทธศาส 
เชิงผู้บริโภคจะสามารถกำหนดราคาได้โดยไม่ได้รับผลกระทบจากคู่แข่งผู้ผลิต (MC = MR) ซึ่งจะไม่ได้รับผลผลิตดังกล่าว 
ตลาดเชิงขั้นตอนที่กิจการมีการผลิตสินค้าสุดท้ายโดยจะมีการสร้างการผลิตที่ไม่ส่งผลต่อราคาสินค้าสุดท้าย

2. ผลกระทบภายนอก หมายถึง ผลกระทบที่เกิดจากการซื้อขายและผลประโยชน์ในตลาดที่ไม่ได้สะท้อนให้เห็น 
ในราคาสินค้าหรือบริการที่จ้างหน่วย ซึ่งจะทำให้ผลของตลาดไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ 
โดยจะมีการผลิตหรือบริโภคยากที่จะถูกแยกไปแล้วแต่กรณี เนื่องจากผู้ผลิตหรือผู้บริโภคไม่ได้รับประโยชน์หรือมี 
การค่าใช้จ่ายจากต้นทุนของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการทำนายของตลาด
3. สินค้าสาธารณะ เป็นสินค้าที่ทุกฝ่ายจะได้ประโยชน์เกินกว่าราคาต้นทุนโดยรวม โดยการบริโภคสินค้าสาธารณะ ทุกฝ่ายจะได้ประโยชน์ แต่ไม่สามารถจะได้ประโยชน์เกินกว่าราคาต้นทุนโดยรวมได้ ทำให้ ผู้บริโภคสินค้าสาธารณะไม่ได้ประโยชน์ หรือได้ประโยชน์โดยไม่ต้องจ่ายเงินกับทางร้าน ซึ่งทำให้สินค้าสาธารณะมีค่าน้อยกว่าราคาต้นทุนโดยรวม เป็นสินค้าที่มีคุณค่าต่<Personredd>ที่ต่ำกว่าค่าต้นทุน

4. ความไม่เสมอบุรุษในการแข่งขัน

ความไม่เสมอบุรุษในการแข่งขันเป็นการแข่งขันที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ แต่ไม่สามารถจะได้ประโยชน์เกินกว่าราคาต้นทุนโดยรวม ทำให้ความไม่เสมอบุรุษในการแข่งขันมีค่าต่่อย่างต่ำกว่าค่าต้นทุนโดยรวม ซึ่งทำให้สินค้าการแข่งขันมีค่าต่่อย่างต่ำกว่าค่าต้นทุนโดยรวม

5. ผลกระทบจากเศรษฐกิจ

ผลกระทบจากเศรษฐกิจเป็นการที่สินค้าส่วนใหญ่จะได้ประโยชน์เกินกว่าราคาต้นทุนโดยรวม ทำให้สินค้ามีค่าต่่อย่างต่ำกว่าค่าต้นทุนโดยรวม ซึ่งทำให้สินค้ามีค่าต่่อย่างต่ำกว่าค่าต้นทุนโดยรวม

ผลการกระทบภายนอก (externalities) หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลหรือสังคมที่ไม่ได้ต้องการหรือไม่ได้ต้องการให้เกิดขึ้น

1. ผลกระทบภายนอกเชิงลบ (negative externality) ซึ่งเป็นผลกระทบที่ทำให้ผลกระทบเชิงลบต่อสังคมที่เกิดขึ้น

2. ผลกระทบภายนอกเชิงบวก (positive externality) ซึ่งเป็นผลกระทบที่ทำให้ผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมที่เกิดขึ้น
โสดทัศน์ # 8.6 ระดับผลกระทบภายนอกที่เหมาะสม

กราฟที่ 8.2 ผลกระทบภายนอกเชิงลบกับระดับการผลิตที่เหมาะสม

กราฟที่ 8.3 ผลกระทบภายนอกเชิงบวกกับระดับการผลิตที่เหมาะสม
การจัดการผลกระทบภายนอกโดยรัฐบาล แนวทางนโยบายที่รัฐบาลสามารถใช้ในการบริหารจัดการผลกระทบภายนอกให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่

1. การใช้นโยบายกำกับและควบคุม (command–and–control policies) เป็นแนวทางที่รัฐบาลใช้กฎหมายควบคุมพฤติกรรมของผู้ส่งผลและผู้รับผลของกิจกรรม โดยอาจกำหนดเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติหรือห้ามปฏิบัติ ด้วยอย่างเช่น กรณีการปล่อยน้ำเสียที่มีสารเคมีเป็นพิษของสัตว์หรือพืช

2. การใช้นโยบายเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ (market–based policies) เป็นการจัดระบบที่ให้มีการจัดสรรผลประโยชน์ (หรือเรียกเก็บค่าใช้จ่าย) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ตัดสินใจดำเนินกิจกรรมหรือแก้ปัญหาน้ำในส่วนของตนเองเพื่อประโยชน์สูงสุด (หรือมีต้นทุนต่ำที่สุด) ซึ่งจะทำให้ผลผลิตโดยรวมเกิดประสิทธิภาพสูงสุดเช่นกัน เช่น การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม และการชี้นำนโยบายปลอมพลิก

การจัดการผลกระทบภายนอกโดยเอกชน โดยเอกชนอาจแก้ปัญหาการขาดแคลนและผลกระทบทางสังคมที่เอกชนสามารถจัดการกันเองได้ หรืออาจใช้วิธีการจัดตั้งเป็นมูลนิธิ องค์การกุศล หรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาผลกระทบภายนอก ซึ่งใช้เงินจากผู้บริจาคเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

ในการที่จะประเมินว่าตลาดเอกชนสามารถแก้ไขปัญหาผลกระทบภายนอกได้มากเพียงใดนั้น มีแนวคิดที่เป็นที่ยอมรับว่า ทรัพยากรสิ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อเอกชนหรือผู้ที่มีส่วนได้เสียสามารถจำแนกโจทย์ที่จัดสรรทรัพยากรกันได้อย่างจะให้ถือว่ากลางในตลาดเอกชนสามารถแก้ไขปัญหาผลกระทบภายนอกและจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

---

**โต๊ะค้าน # 8.8 ความหมายและลักษณะของสินค้าสาธารณะ**

**การจัดแยกสินค้าประเภทต่าง ๆ**

ตารางที่ 8.1 ประเภทของสินค้าจำากัดตามลักษณะการกัดกันและการเป็นปัจจัยในการบริโภค

<table>
<thead>
<tr>
<th>สินค้าตัวเลข (excludable in consumption)</th>
<th>สินค้าเกิดการบริโภค (rival in consumption)</th>
<th>ทรัพยากรรวม (common resources)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>สามารถกัดกันการบริโภค (exclusive goods)</td>
<td>สินค้าเกิดการบริโภค (private goods)</td>
<td>สินค้าสาธารณะ (public goods)</td>
</tr>
<tr>
<td>ไม่สามารถกัดกันการบริโภค (non-exclusive goods)</td>
<td>สินค้ามูลค่า (club goods)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

สินค้าสาธารณะ (public goods) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถกัดกันและไม่เป็นปัจจัยในการบริโภค การนี้สินค้าสาธารณะจะไม่สามารถป้องกันผู้ไม่ได้รับไปได้หรือใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งการบริโภคของบุคคลคนหนึ่งก็ไม่ทำให้บุคคลอื่น ๆ สามารถบริโภคได้ยังอยู่ ด้วยอย่างเช่น สงครามสัญญาณเดือนกั้นจากพายุและคลื่นในชุมชน การป้องกันประเทศ ถนนสาธารณะที่ไม่เป็นไปตามราชาอยาก สถานการณ์การแสดงออกไม่ไฟ
ปัญหาความเหลื่อมเหละของตลาดที่เกิดจากสินค้าสาธารณะและทรัพยากรร่วม

การสินค้าสาธารณะ จากกรณีตัวอย่าง (เรื่องที่ 8.3.1) การแสดงผลไม่ได้ ซึ่งหากคนในชุมชนจำนวน สมบูรณ์ก็จะการแสดงผลไม่ได้โดยตรงเนื่อง จำนวนเงินทั้งหลังจะถือเป็นสิ่งที่จะห้องครุ่นค่าที่คนในชุมชน ได้รับจากการจัดแสดงผลไม่ได้หรือประโยชน์ที่ชุมชนได้รับซึ่งสูงกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น ก็สามารถการจัดแสดงผลไม่ได้ในแต่ละปีเรียงกลับ แต่เนื่องจากการจัดแสดงผลไม่ได้ไม่สามารถกับการบริโภคเดิมกล่าว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อ คนส่วนหนึ่งที่จะมีผลตัวการเป็นผู้บริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ไม่ถูกเงิน หรือที่เรียกว่า free rider ซึ่งจะทำให้ระบบ ตลาดส่งเสริมในการจัดการให้เกิดผลต่อเวลที่มีประสิทธิภาพต่อสังคมโดยรวม เมื่อจำนวนคนที่ซื้อตัวมีน้อยลงไม่ เพียงพอจะทำให้สร้างรายได้มากกว่าต้นทุนการจัดแสดง ผู้ประกอบการก็จะตัดสินใจไม่จัดแสดงผลไม่ได้ในเฉพาะกาล

การทรัพยากรร่วม มีลักษณะเหมือนกับสินค้าสาธารณะคือไม่สามารถกับกันผู้อื่นเข้ามาบริโภคได้ ทุกๆ คน สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วมได้อย่างเสรี แต่ที่แตกต่างกันคือทรัพยากรร่วมจะมีลักษณะที่เป็น ประกันในการบริโภค กล่าวคือบริโภคหรือใช้ทรัพยากรร่วมโดยผู้ใดผู้หนึ่งจะทำให้ผู้อื่นไม่สามารถบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ผล ซึ่งประเด็นถึงกล่าวนี้ทำให้เกิดปัญหาซึ่งในอีกกลุ่มขึ้น ดังนั้น เมื่อมีการจัดสรรทรัพยากรให้ ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วม ผู้กำกับดูแลจะต้องระดมร่างว่าจะปล่อยให้ทรัพยากรร่วมใช้ประโยชน์มากเท่าใด ซึ่งหากไม่ดำเนินการอย่างรอบคอบอาจทำให้เกิดปัญหาที่เรียกว่า โควตาการร่วมของทรัพยากรร่วม (tragedy of the commons) ซึ่งเกิดจากการบริโภคหรือใช้ประโยชน์มากเกินระดับที่เหมาะสมจนทำให้เกิดความเสียหายขึ้น

รัฐบาลจึงจำเป็นต้องเข้ามีบทบาทในการแก้ไขเพื่อให้ผลไม่ได้ประโยชน์สูงสุดในการจัดการสินค้าสาธารณะ และการเป็นผู้จัดหาทรัพยากรร่วม โดยกรณีของสินค้าสาธารณะ รัฐบาลอาจเป็นผู้จัดหาโดยใช้แหล่งเงินอื่น เช่น ภาษี ท้องถิ่น และกรณีทรัพยากรร่วม รัฐบาลอาจใช้วิธีอื่นๆภูมิภาคควบคุมหรือการเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้เพื่อให้ เกิดปัญหาการใช้มากเกินไป

[#8.9 ปัญหาความเหลื่อมเหละของตลาดที่เกิดจากสินค้าสาธารณะและทรัพยากรร่วม]

![Diagram of public goods and common resources]

## #8.10 ปริมาณสินค้าสาธารณะที่เหมาะสม

![Diagram showing the optimal level of public goods]

**MSC, MSB**

(ตามบทต่อเรื่องมี 1 ตัว)

**MSB > MSC**

**MSC = MSB**

**MSC > MSB**

**MSB**

(MB₂ + MB₃ + ... + MBₙ)

จำนวนเครื่องยิน
การจัดการสินค้าสาธารณะโดยรัฐบาล รัฐบาลมีอำนาจหน้าที่และบทบาทสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรของสังคมให้กับประโยชน์สุขสุข รวมถึงการจัดหาสินค้าสาธารณะซึ่งรัฐบาลมักถือเป็นภารกิจที่จะแก้ปัญหาได้โดยเป็นผู้สนับสนุนหรือดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง โดยรัฐบาลสามารถใช้เงินรายได้จากภาษีที่เก็บจากประชาชนมาบริหารจัดการงานต่างๆ ทั้งนี้ ในการจัดหาสินค้าสาธารณะบางอย่าง รัฐบาลอาจไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ เงิน โดยอาจจ้างให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการโดยใช้งบประมาณจากรัฐบาล เช่น การสร้างถนนสาธารณะ บริการจัดเก็บขยะ เป็นต้น

ในหลายกรณี การจัดหาสินค้าสาธารณะของรัฐบาลอาจไม่ได้รับประโยชน์สุขสุข ซึ่งตามกฎหมายที่ได้กล่าวถึงแล้วก็คือ ระดับที่ผลประโยชน์ส่วนเพื่อนของสังคมเท่ากันทั่วทั้งส่วนของสังคม (MSB = MSC) และนำไปสู่ความสมดุลของรัฐบาล (government failure) สาเหตุอาจเนื่องมาจากการที่หน่วยงานของรัฐบาลต้องการได้รับงบประมาณจากงบประมาณของแต่ละภาคส่วนของรัฐบาลเพื่อการจัดหาสินค้าสาธารณะมากเกินไป (over provision) หรืออาจเข้าใจว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงข้อมูลรายละเอียดว่าระดับสินค้าสาธารณะที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไรผู้มีอำนาจจึงอาจจัดให้มีกรณีให้จัดหาหรือผลิตสินค้าสาธารณะมากเกินไปซึ่งทำให้การจัดสรรทรัพยากรขาดประสิทธิภาพ

การจัดการสินค้าสาธารณะโดยเอกชน การจัดการสินค้าสาธารณะโดยเอกชนโดยทั่วไปมักจะไม่ประสบความสุขเรื่องจากปัญหาอุปสรรคที่ไม่อาจจ่ายเงิน ซึ่งเมื่อผู้จัดหาหรือผู้ผลิตสินค้าสาธารณะจะเป็นเอกชนได้รับรายได้จากผู้บริโภคไม่เพียงพอที่จะสามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ จำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการสนับสนุนทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม หรือไม่เช่นนั้นก็จำเป็นที่จะต้องหยุดกิจการ

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีภาคเอกชนจำนวนมากที่สามารถผลิตสินค้าหรือบริการสาธารณะที่เปิดให้เข้าใช้ประโยชน์ได้โดยไม่ต้องคำจ่าย โดยบริการต่างๆ ซึ่งเป็นสินค้าสาธารณะเหล่านี้จะไม่ได้รับรายได้จากผู้ใช้ประโยชน์โดยตรงเป็นหลัก เนื่องจากจะทำให้เกิดความสมดุลจากปัญหายุ่งยากที่ไม่อาจเงินดังกล่าวแล้วแต่ละสิ่งจะมีค่ารองรับจากผู้จัดหาและค่าตอบแทนจากผู้ผลิตสินค้าอื่นๆ เพื่อใช้ในการจัดหาและดำเนินการให้สินค้าสาธารณะดังกล่าวมีได้อย่างต่อเนื่อง
แบบประเมินผลงานหลักสูตรการสอนเสริม

ครั้งที่ 1

ให้นักศึกษาตอบคำถามต่อไปนี้สิ้นๆ (โดยสุ่มขึ้นมาตอบข้อละ 1 – 2 ข้อ)

1. ปัจจัยกำหนดดูยุทธการและธุรกิจมีอะไรบ้าง
2. ตามทฤษฎี กรอบหมายหรือเงื่อนไขของดูยุทธการของผู้บริโภคเป็นอย่างไร
3. ตามทฤษฎีสังคมความพอใจท่ากันหาดูยุทธการของผู้บริโภคได้อย่างไร ว่าควรทำอย่างไร
4. ทำความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์มาให้เข้าใจ
5. ดูยุทธ์ประโยชน์สิ้นในตลาดแห่งชนสมบูรณ์เป็นอย่างไรบ้าง จงยื่นบัตร
6. ทำความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดจะมีอยู่ว่าที่ไหน
7. ลักษณะที่เหมือนกันของตลาดแห่งชนสมบูรณ์และตลาดที่แข่งขันกับผู้ประกอบการคือลักษณะใด
8. ลักษณะที่เหมือนกันของตลาดที่แข่งขันกับผู้ประกอบการน้อยกว่าคือลักษณะใด
9. ผลตอบแทนปัจจัยผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง
10. จงอธิบายความหมายของ "ผลการลงยาบอน์" และ "สินค้าสาธารณะ"

ขอให้นักศึกษาตอบในที่ว่างข้างล่างนี้ไม่ควรใช้เวลาเกิน 10 นาที

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