การผลิต ต้นทุนการผลิต และรายรับจากการผลิต

รายวิชา 100-101 : Week 03 (1)

ความหมายของการผลิต

- **Production/Operations** เป็นกระบวนการแปรสภาพทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิต ให้เป็นผลผลิตในรูปสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเวลาที่เหมาะสม

ระบบการผลิต

ปัจจัยการผลิต (Input)	→	กระบวนการแปรสภาพ (Process)	→	ผลผลิต (Output)

- *ที่ดิน*
- *คน / แรงงาน*
- *ทุน*
- *ผู้ประกอบการ*

- *สินค้า*
- *บริการ*

เป้าหมายของการผลิต

มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด ใช้ทรัพยากร
หรือ ต้นทุนการผลิตน้อยที่สุด

ดุลยภาพของผู้ผลิต

ปัจจัยการผลิต แบ่งเป็น 2 ประเภท

- **ปัจจัยคงที่** เป็นปัจจัยที่ไม่แปรผันตามปริมาณการผลิต
  - ตัวอย่างเช่น ขนาดที่ดิน จำนวนเครื่องจักร ขนาดอาคารโรงงาน

- **ปัจจัยแปรผัน** เป็นปัจจัยการผลิตที่แปรผันไปตามปริมาณการผลิต
  - ตัวอย่างเช่น เชื้อเพลิง ค่าขนส่ง วัตถุดิบต่างๆ แรงงานมนุษย์

วิเคราะห์ต้นทุนตามระยะเวลาในการผลิต แบ่งเป็น

- **ระยะสั้น (Short Run หรือ SR)**

  ผู้ผลิตไม่สามารถปรับเปลี่ยนปัจจัยคงที่ได้ การผลิตจึงประกอบด้วยปัจจัยคงที่และปัจจัยแปรผัน

- **ระยะยาว (Long Run หรือ LR)**

  ผู้ผลิตสามารถปรับเปลี่ยนปัจจัยคงที่ได้ ดังนั้นปัจจัยการผลิตทั้งหมดสามารถปรับเปลี่ยนได้

วิเคราะห์การผลิตระยะสั้น

การผลิตระยะสั้น (Short Run) เป็นการผลิตที่มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ชนิด คงที่และจะเพิ่มปริมาณการผลิตโดยปรับปัจจัยแปรผันชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งผลที่ได้พิจารณาจาก

- ผลผลิตรวม (Total Product หรือ TP)
- ผลผลิตเฉลี่ย (Average Product หรือ AP)
- ผลผลิตส่วนเพิ่ม (Marginal Product หรือ MP)

การเปลี่ยนแปลงจำนวนผลผลิตเมื่อเพิ่มปัจจัยแปรผันทีละหน่วย

ปัจจัยคงที่ (K)	ปัจจัยผันแปร (L)	ผลผลิตรวม (Total Product:TP)	ผลผลิตเฉลี่ย (Average Products: AP)	ผลผลิตเพิ่ม (Marginal Product: MP)
1	1	10	10.0	10
1	2	24	12.0	14
1	3	39	13.0	15
1	4	52	13.0	13
1	5	61	12.2	9
1	6	66	11.0	5
1	7	66	9.4	0
1	8	64	8.0	-2

กฎการลดน้อยถอยลงของผลผลิตส่วนเพิ่ม

(The Law of Diminishing Marginal Product /Utility)

- การผลิตถ้าเพิ่มการใช้ปัจจัยแปรผัน จนเลยระดับการใช้งานปัจจัยแปรผันจำนวนหนึ่งไปแล้ว หรือการใช้ปัจจัยแปรผันไม่เหมาะสมร่วมกับปัจจัยคงที่ในการผลิต จะส่งผลให้ผลผลิตสินค้าส่วนเพิ่มหน่วยหลังค่อย ๆ ลดลง และ ถ้ายังเพิ่มปัจจัยแปรผัน ผลผลิตส่วนเพิ่มจะติดลบในที่สุด
- กฎนี้จะเป็นจริงในการผลิตระยะสั้นเท่านั้น เพราะในระยะยาวผู้ผลิตสามารถกำหนดสัดส่วนเพิ่มลดปัจจัยทุกตัวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมได้ตามต้องการ

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายทุกอย่างที่เกิดขึ้นในการผลิต

- ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป เพื่อให้ได้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมา เช่น ค่าเช่าที่ดิน เมื่อต้องการที่ดินมาสร้างโรงงาน

ประเภทของต้นทุนการผลิต

1. ต้นทุนที่จ่ายเป็นตัวเงิน หรือค่าใช้จ่ายจริง

   (Explicit Cost)

2. ต้นทุนที่ไม่ได้จ่ายเป็นตัวเงิน หรือ ค่าใช้จ่ายที่ไม่ชัดแจ้ง

   (Implicit cost)

ประเภทของต้นทุนการผลิต

ยังสามารถจำแนก ได้แบ่งเป็น

- ต้นทุนทางบัญชี (Accounting Cost)
- ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost)
- ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Cost)
- ต้นทุนเอกชนและต้นทุนสังคม (Private Cost and Social Cost)

การวิเคราะห์ต้นทุนระยะสั้น

ต้นทุนรวม = ต้นทุนคงที่ + ต้นทุนแปรผัน

ในพิจารณาต้นทุนอาจจำแนกเป็นต่อไปนี้

- ต้นทุนคงที่รวม (Total Fixed Cost : TFC)
- ต้นทุนผันแปรรวม (Total Variable Cost : TVC)
- ต้นทุนรวม (Total Cost : TC = TFC + TVC)
- ต้นทุนรวมเฉลี่ย (Average total cost : ATC) หรือต้นทุนเฉลี่ย (Average cost : AC = TC/Q)
- ต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average fixed cost : AFC : AFC = TFC/Q)
- ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average variable cost : AVC TVC/Q)
- ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Marginal cost : $(MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q})$

รายรับจากการผลิต

(Revenue)

รายรับจากการขายหรือรายรับจากการผลิต

- รายได้ที่ผู้ผลิตได้รับจากการขายผลผลิตของตนตามราคาตลาด

รายรับรวม (Total Revenue : TR)

- รายรับทั้งหมดที่ผู้ขายได้รับจากการขายสินค้าตามราคาที่กำหนด

$$TR = f(Q) = P \times Q$$

เมื่อ P คือ ราคาต่อหน่วย

Q คือ ปริมาณขาย

รายรับเฉลี่ย (Average Revenue : AR)

- รายรับรวมเฉลี่ยต่อหน่วยสินค้า

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \times Q}{Q} = P$$

กำไร (Profit)

กำไร = TR - TC

กำไรทางเศรษฐศาสตร์

= TR - ต้นทุนชัดแจ้ง - ต้นทุนแอบแฝง

การพิจารณาระหว่างรายรับกับต้นทุนการผลิต

ถ้า TR = TC
กำไร = “ศูนย์”

กำไรปกติ
(Normal Profit)

ถ้า TR > TC
กำไร > “ศูนย์”

กำไรแท้จริง หรือกำไรทางเศรษฐศาสตร์
(Economic Profit)

ถ้า TR < TC
กำไร < “ศูนย์”

ขาดทุน
(Economic Loss)

นายมานะ เป็นพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ซึ่งได้รับเงินเดือนคิดแล้วปีละ100,000 บาท ต่อมามานะลาออกแล้วมาเปิดร้านเบอร์เกอรี่ โดยเอาตึกแถวที่ตนเองเคยให้คนอื่นเช่าปีละ 30,000 บาท มาทำเป็นร้าน ในปีนั้น มานะได้รายได้ทั้งหมด 450,000 บาท แต่ต้องเสียค่าจ้างพนักงานร้านและวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เป็นจำนวน 250,000 บาท และ 50,000 บาท ตามลำดับ นายมานะได้รับกำไรประเภทใดในทางเศรษฐศาสตร์

รายการ	บัญชี	เศรษฐศาสตร์
รายได้	450,000	450,000
หัก ต้นทุนชัดแจ้ง		
- ค่าจ้าง	250,000	250,000
- อุปกรณ์	50,000	50,000
หัก ต้นทุนแอบแฝง		
- เงินเดือนที่ควรได้	-	100,000
- เงินค่าเช่า	-	30,000
กำไร	150,000	20,000

แบบฝึกหัด

1. จงบอกความหมายของการผลิต

2. ปัจจัยการผลิตถ้าแบ่งประเภทตามการใช้ ร่วมกับเวลา มีกี่ประเภท อะไรบ้างให้ยกตัวอย่างประกอบ

3.การผลิตระยะสั้น ถ้าเพิ่มปัจจัยแปรผันมากขึ้นเรื่อยๆ ผลผลิตจะเพิ่มขึ้นตามเสมอไปหรือไม่ เพราะอะไร

4. การปลูกพืชพรรณทางการเกษตร มีค่าใช้จ่ายได้แก่ ค่าเช่าที่ดิน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าแรงงาน ค่าปุ๋ย ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่ารถแทรกเตอร์ ค่าอุปกรณ์เก็บเกี่ยว จากค่าใช้จ่ายดังกล่าว จงแจกแจงว่าค่าใช้จ่ายใดเป็นต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายใดเป็นต้นทุนแปรผัน

5.การผลิตกระเป๋าหนัง มีค่าใช้จ่ายในการผลิต ได้แก่ ค่าแรง 2,500 บาท ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ 700 บาท ค่าวัสดุตกแต่งและเย็บกระเป๋า 1,200 บาท ค่าเครื่องจักร 15,000 บาท คาดว่ามีอายุใช้งาน 10 ปี ค่าหนัง 2,000 บาท จงคำนวณต้นทุนการผลิตทั้งหมด

โครงสร้างตลาด และการกำหนดราคา

รายวิชา 100-101 : Week 03 (2)

ความหมายของตลาด

ตลาด (Market) หมายถึง

—สถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขาย มาพบปะติดต่อซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ รวมทั้งปัจจัยการผลิต

—ทางเศรษฐศาสตร์ ยังรวมถึงการที่ผู้ซื้อผู้ขายตกลงซื้อขายกัน โดยไม่จำเป็นต้องพบปะกัน

ความหมายของตลาด

- **ตลาด เป็นการสะท้อนของอุปสงค์และอุปทาน โดยการแสดงออกทางราคา ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง อาจไม่มีสถานที่แน่นอน แต่ผู้บริโภคสามารถทราบการเคลื่อนไหวของสินค้าชนิดนั้นๆ ได้**

- ยกตัวอย่างตลาด ตลาดเงิน ตลาดทองคำ ตลาดน้ำมันเป็นต้น

เช่น ราคาทองคำแท่งวันนี้ บาทละ 17,500 บาท ไม่ได้บอกชัดเจนว่าเป็นการซื้อขายที่ไหน แต่สามารถบอกได้ว่าขณะนี้มีราคาเท่าไหร่

โครงสร้างตลาดและการกำหนดราคา

ในบริบทของเศรษฐศาสตร์

คำว่า “ตลาด” จะหมายถึงการตกลงซื้อขาย

ประเภทของตลาด

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition)
2. ตลาดผูกขาด (Monopoly)
3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)
4. ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

(Perfectly Competitive Market)

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1.1 ลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มี 5 ประการ ดังนี้

(1) มีผู้ผลิตและผู้บริโภครายย่อยๆเป็นจำนวนมาก

(2) ผู้ผลิตแต่ละรายขายสินค้าชนิดเดียวกันและมีคุณลักษณะเหมือนกัน

(3) ผู้ผลิตรายใหม่มีอิสระในการเข้ามาแข่งขัน/ผู้ผลิตรายเก่ามีอิสระในการปิดกิจการ

(4) สามารถเคลื่อนย้ายสินค้าได้อย่างเสรี

(5) ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับตลาด (เช่น ราคา คุณภาพ ฯลฯ) อย่างสมบูรณ์

ในโลกแห่งความเป็นจริง ตลาดที่ใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือตลาดสินค้าเกษตร เช่น ข้าวเปลือก ข้าวโพด มันสำปะหลัง ฯลฯ

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1.2 การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เนื่องจากมีผู้ผลิตและผู้บริโภครายย่อยเป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตแต่ละรายจึงไม่มีบทบาทในการกำหนดราคา ราคาจะถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของตลาด

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1.3 กำไรในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ผู้ผลิตเลือกระดับการผลิตที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด (ขาดทุนน้อยที่สุด) ณ ระดับการผลิตดังกล่าว

ราคาสินค้า (R) = ต้นทุนของสินค้าหน่วยสุดท้าย (MC)

ตัวอย่าง

นายนิคมผลิตข้าวเปลือกขายในราคาตลาด 10,000 บาทต่อตัน เขาใช้ข้อมูลจากตารางเพื่อการตัดสินใจว่า ควรเลือกระดับการผลิตเท่าไรจึงจะก่อให้เกิดกำไรสูงสุด (ขาดทุนน้อยที่สุด)

ปริมาณ / ตัน	ต้นทุนรวม	ต้นทุนเพิ่ม
0	-	-
1	8,400	8,400
2	18,000	9,600
3	28,000	10,000
4	40,000	12,000

เลือกผลิต 3 ตันต่อปี

เพราะ ณ ระดับผลผลิต 3 ตันต่อปี

ต้นทุนเพิ่ม = ราคา = 10,000 บาท/ตัน

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1.3 กำไรในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ระยะสั้น ผู้ผลิตสามารถได้กำไรหรือขาดทุนทางเศรษฐศาสตร์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของอุปสงค์ตลาดและโครงสร้างทางด้านต้นทุนของผู้ผลิต

ระยะยาว กำไรทางเศรษฐศาสตร์จะเท่ากับศูนย์ (ผู้ผลิตได้รับเพียงกำไรปกติ) ผู้ผลิตจะเลือกขนาดโรงงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้สามารถผลิตได้โดยเสียต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาวต่ำสุด

ตัวอย่าง

ในระยะยาว นายนิคมมีขนาดฟาร์ม ปริมาณดุลยภาพระยะสั้น ต้นทุนเฉลี่ยดังนี้

ขนาดฟาร์ม	ปริมาณดุลยภาพระยะสั้น	ต้นทุนเฉลี่ย
10 ไร่	4 ตัน	2,400 บาท/ตัน
15 ไร่	6 ตัน	2,200 บาท/ตัน
20 ไร่	10 ตัน	2,000 บาท/ตัน
25 ไร่	15 ตัน	2,300 บาท/ตัน

นายนิคมควรเลือกขนาดฟาร์มใดจึงจะมีประสิทธิภาพสูงสุด และผลกำไรเป็นอย่างไร

นายนิคมจะเลือกฟาร์มขนาด 20 ไร่ ผลิต 10 ตัน เพราะเสียต้นทุนเฉลี่ยระยะยาวต่ำสุด 2,000 บาท/ไร่
นายนิคมมีจะกำไรทางเศรษฐศาสตร์จะเท่ากับศูนย์เพราะเป็นดุลยภาพในระยะยาว

2.ตลาดผูกขาด (Monopoly)

2. ตลาดผูกขาด

2.1 ตลาดผูกขาดมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

(1) มีผู้ผลิตเพียง 1 ราย

(2) ผลิตสินค้าที่ไม่สามารถหาสินค้าชนิดอื่นๆมาทดแทนได้

(3) มีอุปสรรคขัดขวางมิให้ผู้ผลิตรายอื่นๆเข้ามาแข่งขัน

2. ตลาดผูกขาด

สาเหตุของการผูกขาด มีดังนี้

(1) การควบรวมกิจการ

(2) การได้รับสัมปทาน

(3) การประหยัดต่อขนาด (Economy of scale)

(4) การผูกขาดแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ

(5) การคุ้มครองจากลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร

2. ตลาดผูกขาด

2.2 การกำหนดราคาในตลาดผูกขาด

ผู้ผูกขาดมีอำนาจในการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในระดับที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด (ขาดทุนน้อยที่สุด) ณ ระดับการผลิตดังกล่าว

รายรับเพิ่ม (MR) = ต้นทุนเพิ่ม (MC)

2.3 กำไรในตลาดผูกขาด

ผู้ผูกขาดอาจได้กำไรหรือขาดทุนทางเศรษฐศาสตร์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. ตลาดผูกขาด

ตัวอย่าง

นายนิยมเป็นเจ้าของร้านตัดผมแห่งเดียวในชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนลูกค้าต่อวัน รายรับรวม รายรับเพิ่ม ต้นทุนรวม และต้นทุนเพิ่ม ดังตาราง

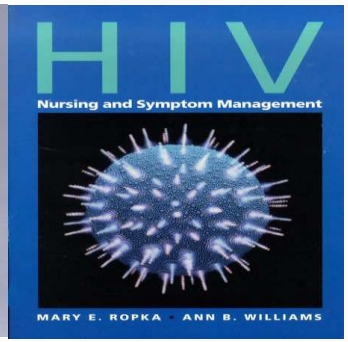
จำนวนลูกค้า	รายรับรวม	รายรับเพิ่ม	ต้นทุนรวม	ต้นทุนเพิ่ม	ราคา
0	-	-	-	-	-
1	80	80	10	10	80
2	150	70	15	5	75
3	210	60	25	10	70
4	260	50	45	20	65
5	300	40	85	40	60
6	320	20	145	60	53

นายนิยมคิดค่าบริการตัดผม 60 บาทและบริการลูกค้า 5 รายต่อวัน จึงมีกำไรสูงสุด

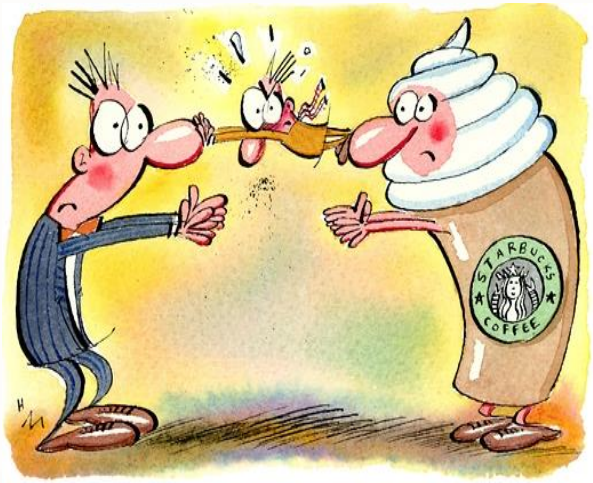
เพราะ รายรับเพิ่ม (MR) = ต้นทุนเพิ่ม (MC) = 40 บาท

ตัวอย่างตลาดผูกขาด ในประเทศไทย

- **การผูกขาดการผลิตไฟฟ้า** รัฐเป็นเจ้าของ การลงทุนสูงเกิดผลกำไรต้องใช้เวลานาน
- **ยารักษาโรค** ยาบางตัวมีการจดสิทธิบัตรยาไว้ ไม่สามารถผลิตเลียนแบบได้



3.ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)



3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

3.1 ลักษณะของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีลักษณะบางประการเหมือนกับ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ในขณะเดียวกันก็มีลักษณะบางอย่างใกล้เคียงกับตลาดผูกขาด

3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ลักษณะที่เหมือนกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์

(1) มีผู้ผลิตและผู้บริโภครายย่อยๆเป็นจำนวนมาก

(2) ผู้ผลิตรายใหม่มีอิสระในการเข้ามาแข่งขัน/ผู้ผลิตรายเก่ามีอิสระในการปิดกิจการ

ลักษณะที่ใกล้เคียงกับตลาดผูกขาด

สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีลักษณะแตกต่างกันเล็กน้อย สินค้าเหล่านั้นยังคงใช้ทดแทนกันได้เป็นอย่างดี

สินค้าในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องหนัง เครื่องสำอาง สบู่ แชมพู ยาสีฟัน ปากกา ฯลฯ

3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

3.2 การกำหนดราคาในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายผลิตสินค้าแตกต่างกัน ผู้ผลิตจึงมีอำนาจในการกำหนดราคา กล่าวคือ ผู้ผลิตแต่ละรายไม่จำเป็นต้องขายสินค้าในราคาเท่ากัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายสามารถใช้ทดแทนกันได้เป็นอย่างดี การเพิ่มราคาจะทำให้ปริมาณซื้อลดลงเป็นอย่างมาก

3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

3.3 กำไรในตลาดกึ่งแข่งขันผูกขาด

ผู้ผลิตมีอำนาจในการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในระดับที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด (ขาดทุนน้อยที่สุด)

ระยะสั้น ผู้ผลิตอาจจะได้กำไรหรือขาดทุนทางเศรษฐศาสตร์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางด้านต้นทุนของผู้ผลิต

ระยะยาว กำไรทางเศรษฐศาสตร์จะเท่ากับศูนย์ (ผู้ผลิตได้รับเพียงกำไรปกติ) ข้อแตกต่างระหว่างตลาดกึ่งแข่งขันฯกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ก็คือ ผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะเลือกขนาดโรงงานที่เหมาะสมที่สุด กล่าวคือ ผลิตโดยเสียต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาวต่ำสุด ในขณะที่ ผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันฯ ผลิตจากโรงงานที่มีประสิทธิภาพต่ำกว่า เสียต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาวสูงกว่า

4.ตลาดผู้ขายน้อยราย (OLIGOPOLY)

4. ตลาดผู้ขายน้อยราย

4.1 ลักษณะของตลาดผู้ขายน้อย

(1) มีผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย

(2) ตลาดผู้ขายน้อยรายมี 2 ประเภท

ประเภทแรก เรียกว่า “Pure Oligopoly” ผู้ผลิตแต่ละรายขายสินค้าชนิดเดียวกันและมีลักษณะใกล้เคียงกันมาก เช่น สังกะสี ทองแดง เม็ดพลาสติก เหล็ก น้ำตาลทราย ฯลฯ

ประเภทที่สอง เรียกว่า “Differentiated Oligopoly” สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีลักษณะแตกต่างกันเล็กน้อย สามารถบริโภคทดแทนกันได้ เช่น น้ำอัดลม รถยนต์ สถานีบริการน้ำมัน เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ

4. ตลาดผู้ขายน้อยราย

4.2 การกำหนดราคาในตลาดผู้ขายน้อยราย

(1) ทฤษฎีเส้นอุปสงค์หักงอ

(Kinked Demand Curve)

(2) การกำหนดราคาตามผู้นำในตลาด

4. ตลาดผู้ขายน้อยราย

4.2 การกำหนดราคาในตลาดผู้ขายน้อยราย

(1) ทฤษฎีเส้นอุปสงค์หักงอ (Kinked Demand Curve)

ผู้ผลิตแต่ละรายเชื่อว่า

- **ถ้าเพิ่มราคา** ผู้ผลิตรายอื่นจะไม่เพิ่มราคาตาม
  ปริมาณซื้อสินค้า จะลดลงอย่างมาก
- **ถ้าลดราคา** ผู้ผลิตรายอื่นจะตอบโต้โดยการลดราคาตาม
  ปริมาณซื้อสินค้า จึงเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตแต่ละรายจึงพยายามรักษาระดับราคาให้คงที่

(2) การกำหนดราคาตามผู้นำในตลาด

ได้แก่ การกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

4. ตลาดผู้ขายน้อยราย

4.3 กำไรในตลาดผู้ขายน้อยราย

ผู้ผลิตมีอำนาจในการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในระดับที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด (ขาดทุนน้อยที่สุด)

- ระยะสั้น ผู้ผลิตอาจจะได้กำไรหรือขาดทุนทางเศรษฐศาสตร์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางด้านต้นทุนของผู้ผลิต

- ระยะยาว ไม่สามารถวิเคราะห์ได้ ขึ้นอยู่กับ

(1) ผู้ผลิตรายใหม่ๆเข้ามาแข่งขันได้หรือไม่

(2) ผู้ผลิตรายเดิมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแข่งขันอย่างไร

ตัวอย่างตลาดผู้ขายน้อยราย

- **น้ำมัน** มีมากมายหลายยี่ห้อ

ได้แก่ ป.ต.ท. , เอสโซ่, คาลเท็กซ์, เชลล์

โดยปัจจุบัน ป.ต.ท. มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด และเป็นผู้นำในการกำหนดราคา ดังนั้นในแต่ละวัน หากมีการปรับราคาขายปลีก ผู้ขายรายอื่นก็จะปรับเปลี่ยนราคา ตามราคาขายปลีกของ ป.ต.ท.ด้วย

ทำไมต้องกำหนดราคาในทางธุรกิจ

1. เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับหน่วยธุรกิจ
2. กำหนดราคาเพื่อหาจุดคุ้มทุน
3. การตั้งราคาเพื่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ
   - 3.1 เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด
   - 3.2 เพื่อปกป้องหรือป้องกันคู่แข่งรายใหม่
   - 3.3 เพื่อสร้างภาพพจน์ให้สินค้าดูแตกต่าง

ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดราคา

1. สภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจ
2. ความยืดหยุ่นอุปสงค์ของสินค้าแต่ละชนิด
3. รายได้ของผู้บริโภค
4. สภาวะเศรษฐกิจขณะนั้น
5. อื่น ๆ

การบ้าน นักศึกษากลุ่มละ 2 คน

จงเลือกตัวอย่างของสินค้าในตลาดแต่ละประเภทได้แก่

(1) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

(2) ตลาดกึ่งแข่งขันผูกขาด

(3) ตลาดผูกขาด

(4) ตลาดผู้ขายน้อยราย

(ประเภทละ 1 ชนิด) พร้อมอธิบายว่า เหตุใด จึงอยู่ในตลาดนั้น

เอกสารอ้างอิง

ภาณุมาศ สนโศรก และคณะ. **เอกสารประกอบการสอน เศรษฐศาสตร์สำหรับนักธุรกิจ.** กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม, 2542.

วิภาวี พิจิตบันดาล. **เอกสารประกอบการสอน รายวิชา เศรษฐศาสตร์สำหรับชาวบ้าน.** พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2543.

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดหุ้น. **เครื่องมือเพื่อวิเคราะห์การลงทุนเศรษฐศาสตร์.** กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2548.