

บทที่ 3

อุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพของตลาด

เนื้อหาการศึกษา

1. อุปสงค์(Demand)

ความหมาย และปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ฟังก์ชันอุปสงค์และกฎของอุปสงค์

การศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์ 3 ประเภท

อุปสงค์ต่อราคา

ตารางอุปสงค์และเส้นอุปสงค์

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

อุปสงค์ต่อรายได้ : กรณีสินค้าปกติ และ สินค้าด้อยความสำคัญ

อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น : กรณีสินค้าประกอบกันและสินค้าทดแทนกัน

อุปสงค์บุคคลและอุปสงค์ของตลาด

2. อุปทาน(Supply)

ความหมายและปัจจัยกำหนดอุปทาน

กฎของอุปทาน

ตารางอุปทานและเส้นอุปทาน

อุปทานของหน่วยผลิตและอุปทานของตลาด

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานและการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน

3. ดุลยภาพของตลาดสินค้าและบริการ

การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด กรณีต่างๆ 4 กรณี

4. การแทรกแซงตลาดสินค้าของรัฐบาล

การกำหนดราคาขั้นต่ำ

การกำหนดราคาขั้นสูง

สาระสำคัญการศึกษา

1. **อุปสงค์**คือ ปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในสินค้าชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ โดยมีความตั้งใจและความสามารถในการซื้อสินค้า

2. **ปัจจัยกำหนดอุปสงค์** ประกอบด้วย ราคาสินค้าชนิดนั้น รายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง รสนิยมของผู้บริโภค ฯลฯ

3. **กฎของอุปสงค์** แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาสินค้าชนิดนั้นกับปริมาณเสนอซื้อสินค้า เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะตรงกันข้าม

4. **อุปสงค์ต่อราคา** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าชนิดนั้นกับปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์

5. **การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ต่อราคาสินค้า**แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ (1) เปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ ที่เคลื่อนย้ายบนเส้นอุปสงค์เดิม(move along the Curve) มีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า (2) การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายไปทั้งเส้น(shift) มีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ใช่ราคา เช่น รายได้ รสนิยม เป็นต้น

6. **อุปสงค์ต่อรายได้** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเสนอซื้อสินค้ากับรายได้ของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ (1) สินค้าปกติ (Normal goods) : ความสัมพันธ์ของตัวแปรรายได้กับปริมาณการเสนอซื้อสินค้า ไปในทิศทางเดียวกันเช่น รายได้เพิ่ม เสนอซื้อสินค้าเพิ่ม เป็นต้น (2) สินค้าด้อยความสำคัญ(Inferior good) : ความสัมพันธ์ของตัวแปรรายได้กับปริมาณเสนอซื้อสินค้า ไปในทิศทางตรงกันข้าม เช่น รายได้เพิ่ม เสนอซื้อสินค้าด้อยความสำคัญลดลง

7. **อุปสงค์ราคาสินค้าชนิดอื่น** แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาสินค้าชนิดหนึ่งกับปริมาณเสนอซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ (1) สินค้าประกอบกัน (Complementary goods) : ความสัมพันธ์ของตัวแปรราคาสินค้าชนิดหนึ่งกับ ปริมาณเสนอซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน เช่น ราคาสมุดเพิ่มขึ้น ปริมาณเสนอซื้อสมุดลดลงและยังทำให้ปริมาณการเสนอซื้อปากกาดลดลงด้วย (2) สินค้าทดแทนกัน(Substitution goods) : ความสัมพันธ์ของตัวแปรราคาสินค้าชนิดหนึ่งกับปริมาณเสนอซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ราคาเนื้อหมูสูงขึ้น ปริมาณเสนอซื้อเนื้อหมูลดลง แต่ปริมาณเสนอซื้อเนื้อไก่จะเพิ่มขึ้น เป็นต้น

8. **อุปสงค์ของบุคคล** แสดงความสัมพันธ์ของปริมาณการเสนอซื้อสินค้า ณ ระดับราคาต่าง ๆ กัน แต่เมื่อนำอุปสงค์ส่วนบุคคลของสินค้าชนิดหนึ่งหลายๆคนมารวมกัน จึงถือว่าเป็นอุปสงค์ในสินค้าของตลาด

9. **อุปทาน(Supply)** คือ ปริมาณการเสนอขายสินค้าและบริการของหน่วยผลิตหรือหน่วยธุรกิจ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กัน

10. **ปัจจัยกำหนดอุปทาน** ประกอบด้วย ราคาสินค้าชนิดนั้น ราคาปัจจัยการผลิต ต้นทุนการผลิตสินค้า เทคนิคการผลิตสินค้า และสภาพดินฟ้า อากาศ เป็นต้น

11. **กฎของอุปทาน** กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณการเสนอขายสินค้า จะเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า เช่น ราคาเพิ่ม ปริมาณเสนอขายเพิ่ม

12. **อุปทานของหน่วยผลิตแห่งหนึ่ง** ปริมาณการเสนอขายสินค้าขึ้นอยู่กับราคาสินค้า เมื่อรวมอุปทานของหน่วยผลิตหลายๆหน่วยในสินค้าชนิดหนึ่ง ก็จะเป็นอุปทานของตลาด

13. **การเปลี่ยนแปลงอุปทาน** แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ (1) การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานที่อยู่บนเส้นอุปทานเดิมมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้า (2) การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน เส้นอุปทานจะเคลื่อนย้ายทั้งเส้น มีสาเหตุ มาจากการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ใช่ราคาสินค้า เช่น ราคาปัจจัยการผลิต เทคนิคการผลิต สภาพดิน ฟ้าอากาศ เป็นต้น

14. **ดุลยภาพในตลาดสินค้าและบริการ** คือ ภาวะที่ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าเท่ากับปริมาณการเสนอขายสินค้า ณ ระดับราคาหนึ่ง ดังนั้น จึงเรียกว่า ราคาดุลยภาพและปริมาณซื้อขายดุลยภาพ

15. **การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพ 4 กรณี** คือ (1) กรณีระดับอุปสงค์เพิ่ม-ลด (อุปทานคงที่) (2) กรณีระดับอุปทานเพิ่ม-ลด(อุปสงค์คงที่) (3) กรณีอุปสงค์เพิ่มและอุปทานลดลงในสัดส่วนเดียวกัน (4) กรณีอุปสงค์เพิ่มและอุปทานลดในสัดส่วนเท่ากัน ทั้งหมดนี้ จะมีผลต่อราคาและปริมาณซื้อ-ขายอย่างไร

16. **การแทรกแซงตลาดสินค้าของรัฐบาล** มี 2 ประเภทคือ (1) การกำหนดราคาขั้นต่ำ ให้สูงกว่าราคาตลาดในขณะนั้น ทำให้เกิดอุปทานส่วนเกิน(Excess Supply) (2) การกำหนดราคาขั้นสูง ให้ต่ำกว่าราคาตลาดในขณะนั้น ทำให้เกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (Excess Demand) รวมทั้งมาตรการต่างๆที่จะนำมาใช้ในทั้งสองกรณี

จุดประสงค์ของการศึกษา

เมื่อนักศึกษาอ่านจบบทที่ 3 แล้ว ควรจะตอบคำถามในประเด็นต่างๆต่อไปนี้ได้

1. อุปสงค์มีความหมายอย่างไร การศึกษาอุปสงค์แบ่งออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง
2. อุปสงค์ต่อราคา มีปัจจัยอะไรเป็นตัวกำหนด และกฎของอุปสงค์กล่าวไว้ว่าอย่างไร
อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงได้ 2 ลักษณะเป็นอย่างไร
3. อุปสงค์ต่อรายได้: มีมุมมองสินค้าออกเป็น 2 ชนิดได้แก่สินค้าอะไร และในแต่ละชนิด มีความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณการเสนอซื้อสินค้าอย่างไร
4. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นๆ: มีมุมมองสินค้าออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่อะไร และในแต่ละชนิด จะมีความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าชนิดหนึ่งกับปริมาณการเสนอซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งอย่างไร
5. อุปทานมีความหมายอย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่เป็นตัวกำหนดอุปทาน กฎของอุปทานกล่าวไว้ว่าอย่างไร
6. การเปลี่ยนแปลงอุปทานมีกี่ประเภท แต่ละประเภทเรียกว่าอะไร มีปัจจัยอะไรเป็นสาเหตุทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
7. คุณภาพของสินค้าและบริการในตลาดสินค้าชนิดหนึ่งเกิดขึ้นได้อย่างไร เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทาน จะมีผลต่อราคาและปริมาณซื้อ-ขายสินค้าอย่างไร
8. การแทรกแซงตลาดสินค้าของรัฐบาลมีกี่ประเภท เรียกชื่อว่าอะไร การแทรกแซงในแต่ละประเภทมีจำเป็นและวัตถุประสงค์อย่างไร การแทรกแซงตลาดจะเกิดผลดีแก่ผู้ผลิตหรือผู้บริโภคสินค้า จะต้องมีการอะไรมารองรับบ้าง

3.1 อุปสงค์(Demand)

อุปสงค์คือปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆกัน โดยมีความตั้งใจ(willing)และความสามารถ(ability to pay)ในการซื้อสินค้าในช่วงเวลาหนึ่ง (เช่น หนึ่งวัน หนึ่งสัปดาห์ หนึ่งเดือน หรือ หนึ่งปี)

ดังนั้นอุปสงค์ในทางเศรษฐศาสตร์ จึงมีลักษณะที่เป็นความต้องการที่สามารถตอบสนองได้จริง(Effective demand) ต่างกับความต้องการ(want) ในสินค้าและบริการที่มีราคาแพงของผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อไม่เพียงพอ ก็ไม่สามารถซื้อสินค้านั้นได้

3.1.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์

การที่อุปสงค์หรือปริมาณเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ช่วงระยะเวลาหนึ่ง จะมียกน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

- (1) ราคาสินค้าและบริการชนิดนั้น
- (2) ระดับรายได้ของผู้บริโภค
- (3) ราคาสินค้าและบริการชนิดอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- (4) รสนิยมของผู้บริโภค
- (5) การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตของผู้บริโภค
- (6) ขนาดของประชากร
- (7) ฤดูกาล เป็นต้น

ราคาสินค้าและบริการชนิดนั้น : ผู้บริโภคที่มีเหตุผล จะต้องการแสวงหาอรรถประโยชน์ หรือความพึงพอใจสูงสุด ในการบริโภคสินค้า ดังนั้นจะมีปฏิกริยาตอบโต้เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น เขาจะซื้อสินค้าน้อยลง หรือถ้าราคาสินค้าลดลง เขาจะซื้อสินค้ามากขึ้น พฤติกรรมในลักษณะเช่นนี้ เป็นไปตามที่เรียกว่า กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) ทั้งนี้โดยสมมติฐานที่อยู่เบื้องหลังปัจจัยอื่นๆคงที่(Other Thing Being Equal) และผู้บริโภคใช้รายได้ในการซื้อสินค้าทั้งหมดอีกด้วย

ระดับรายได้ของผู้บริโภค : ระดับรายได้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดว่า ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการในระดับเท่าใด ดังนั้นเมื่อมีรายได้สูงขึ้น ย่อมต้องซื้อสินค้าและบริการได้มากขึ้นในกรณีที่เป็นสินค้าปกติ

ระดับราคาสินค้าชนิดอื่นๆที่เกี่ยวข้อง : สมมติมีสินค้า 2 ชนิด ซึ่งทดแทนกันกันได้ ได้แก่ สินค้าเนื้อหมู กับเนื้อไก่ เมื่อราคาสินค้าเนื้อหมูสูงขึ้น ปริมาณซื้อเนื้อหมูจะลดลง แต่ผู้บริโภคจะหันไปซื้อเนื้อไก่(ราคาคงที่) มากขึ้น เป็นต้น

รสนิยม(Tastes) : รสนิยมของผู้บริโภคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะกำหนดว่า ผู้บริโภคจะมีความต้องการสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในระดับใด การเปลี่ยนแปลงของรสนิยมก็จะทำให้ระดับความต้องการในสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย

การคาดคะเนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต(Expectation) : การที่ผู้บริโภคคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตว่า ราคาสินค้าจะปรับตัวสูงขึ้นหรือลดลง จะมีผลต่อปริมาณซื้อสินค้าของผู้บริโภค เช่น ถ้าผู้บริโภคคิดว่าราคาจะสูงขึ้น ย่อมจะซื้อสินค้ามากขึ้น ทั้งๆที่ไม่จำเป็นต้องใช้ในวันนี้

ขนาดของประชากร(Size of Population) : จำนวนและโครงสร้างอายุของประชากร จะมีผลต่อปริมาณซื้อสินค้าและลักษณะสินค้าบางชนิดที่เหมาะสมกับอายุของคน

ปัจจัยด้านฤดูกาล (Seasonal Factors) : มีสินค้าบางชนิดระดับอุปสงค์อยู่กับฤดูกาล เช่น เสื้อกันหนาว ร่มกันฝน เป็นต้น

3.1.2. ฟังก์ชันอุปสงค์(Demand Function)

เป็นสมการที่แสดงความสัมพันธ์ทางคณิตศาสตร์ระหว่างปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้าและบริการ (Q_x) กับปัจจัยอื่นๆที่เป็นตัวกำหนด โดยมีรูปแบบดังนี้

$$Q_x = f (P_x , Y , P_y , T , E , P , S \dots)$$

ตัวแปร Q_x หมายถึง ปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้าและสินค้าและบริการ X

P_x หมายถึง ระดับราคาสินค้า X

P_y หมายถึง ระดับราคาสินค้า Y ที่เกี่ยวข้อง

T หมายถึง รสนิยมของผู้บริโภค

E หมายถึง การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต

P หมายถึง ขนาดของประชากร

S หมายถึง ฤดูกาล

3.1.3. การศึกษาอุปสงค์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

(1) อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) : จากที่กล่าวมาแล้วว่า อุปสงค์คือ ความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาต่างๆ กัน ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยมีอำนาจซื้อสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า อุปสงค์ (Demand) แทน สามารถเขียนเป็นสมการดังนี้

$$Q^d_x = f(P_x) \text{ โดยกำหนดให้ } Q^d_x = D_x$$

สมการอุปสงค์ต่อราคา คือ สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้า X กับปริมาณการเสนอซื้อสินค้า X สมมติความสัมพันธ์ของตัวแปร P_x กับ Q_x เป็นความสัมพันธ์แบบเส้นตรง (Linear Relationship) สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Q^d_x = a - bP_x$$

ทั้งนี้ โดย Q^d_x หมายถึง ปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้า X

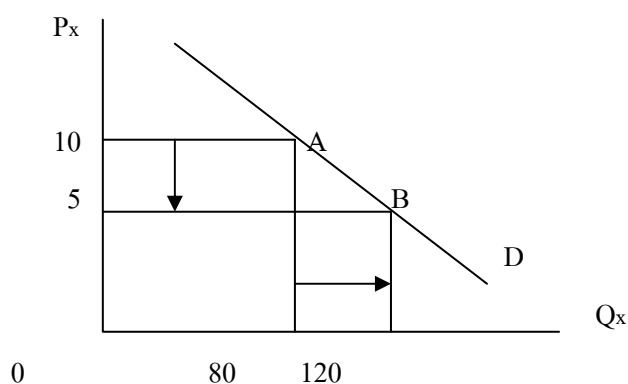
P_x หมายถึง ระดับราคาสินค้า X

a หมายถึง ค่าตัวคงที่

b หมายถึง ค่าความชันของเส้นอุปสงค์

ซึ่งเราสามารถเขียนเป็นอุปสงค์ ได้ดังต่อไปนี้

รูปภาพที่ 3.1 เส้นอุปสงค์ในสินค้า X



จากรูปภาพที่ 3.1 เส้น D คือเส้นอุปสงค์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณความต้องการเสนอซื้อ โดยเส้นอุปสงค์จะบอกให้ทราบว่า ณ ระดับราคาต่างๆ ปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้า จะมีมากน้อยแค่ไหน เช่น ณ ราคา 10 บาท ปริมาณเสนอซื้อจำนวน 80 หน่วย แต่เมื่อราคาลดลงเป็น 5 บาท ปริมาณเสนอซื้อเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 120 หน่วย

ลักษณะสำคัญของเส้นอุปสงค์ : เส้นอุปสงค์โดยทั่วไป จะมีลักษณะทอดลงจากซ้ายไปขวามือ มีความลาดชัน (slope) เป็นลบ ทั้งนี้เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ที่ว่า ตัวแปรราคา กับตัวแปรปริมาณความต้องการเสนอซื้อ จะมีความสัมพันธ์ในลักษณะตรงกันข้าม คือ ราคาสูง จะทำให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าน้อย และถ้าราคาต่ำ จะทำให้ปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้านี้มีมากขึ้น ดังปรากฏในรูปภาพที่ 3.1 ที่กล่าวแล้ว

ตารางอุปสงค์ (Demand Schedule)

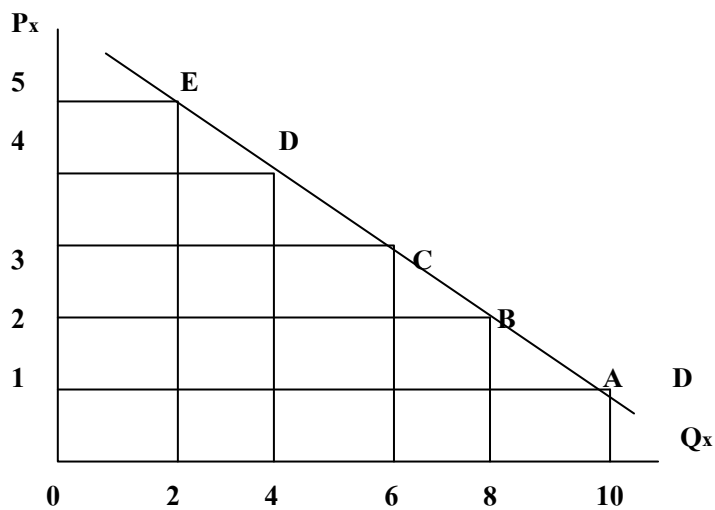
ตารางอุปสงค์ คือ ตารางที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณความต้องการเสนอซื้อ และลักษณะความสัมพันธ์ต้องเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ที่กล่าวแล้ว ดังตัวอย่างใน ตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณเสนอซื้อสินค้า

ราคาสินค้า X (P_x) หน่วย : บาท	ปริมาณความต้องการเสนอซื้อสินค้า X (Q_x) หน่วย : กิโลกรัม
1	10
2	8
3	6
4	4
5	2

จากตารางที่ 3.1 นำความสัมพันธ์ระหว่าง ราคากับปริมาณ มาสร้างเป็นเส้นกราฟ
จะได้เป็นเส้นอุปสงค์ในรูปภาพ 3.2 ดังนี้

รูปภาพที่ 3.2 แสดงปริมาณอุปสงค์ในสินค้า X ณ ระดับราคาต่างๆ

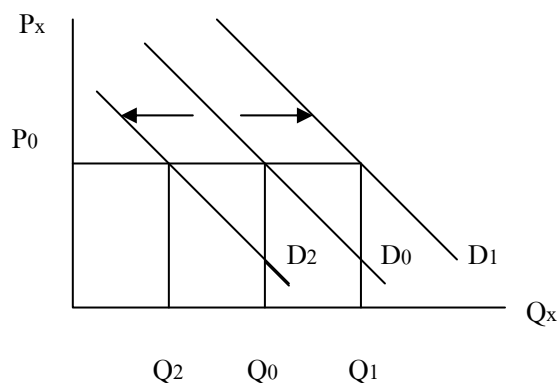


การเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ (Change in Quantity Demand) และการเปลี่ยนแปลงระดับของอุปสงค์(Change in Demand)

(1) การเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ : เป็นการเปลี่ยนแปลงปริมาณการเสนอซื้อสินค้า ที่เป็นไปตามระดับราคาต่างๆกัน เป็นการเคลื่อนย้ายอยู่บนเส้นอุปสงค์เดิม(Move along The Curve) นับตั้งแต่ สินค้า X ระดับราคา 1 บาท/กิโลกรัม ปริมาณเสนอซื้อจำนวน 10 กิโลกรัม ที่จุด A ไปจนกระทั่งจุด B , C , D และ E ราคา 5 บาท/กิโลกรัม ปริมาณเสนอซื้อจำนวน 2 กิโลกรัม ทั้งหมดเคลื่อนย้ายอยู่บนเส้นอุปสงค์ D เราจึงเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อสินค้า(Q_x) อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า(P_x) นั่นเอง

(2) การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ : เป็นลักษณะที่เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายไปทั้งเส้น(Shift) โดยสาเหตุมาจากตัวแปรที่มีใช้ราคาสินค้า เช่น รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง จึงทำเส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายไปทั้งเส้น ถ้าเคลื่อนย้ายไปทางซ้าย แสดงว่าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง หรือถ้าเคลื่อนย้ายไปทางขวาแสดงว่า ผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น ดังในรูปภาพที่ 3.3

รูปภาพที่ 3.3 แสดงการเคลื่อนย้ายเส้นอุปสงค์ทั้งเส้น(Shift)



จากรูปภาพที่ 3.3 การที่เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายจากเส้น D_0 เป็นเส้น D_1 ไปทางขวามือเรียกว่า อุปสงค์เพิ่มขึ้น และการเคลื่อนย้ายไปทางซ้ายมือ จากเส้น D_0 เป็นเส้น D_2 เรียกว่า อุปสงค์ลดลง ทั้งนี้โดยมีสาเหตุ มาจากปัจจัยทางด้านรายได้เปลี่ยนแปลง (ราคาสินค้าคงที่)

(2) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) : หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับรายได้ต่างๆ กัน โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยเขียนในรูปฟังก์ชันได้ดังนี้

$$Q_x = f (Y)$$

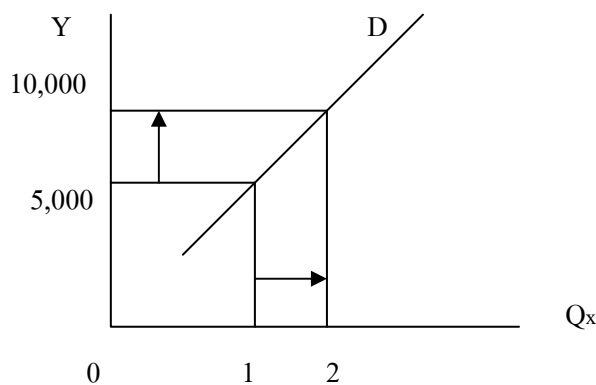
Q_x หมายถึง ปริมาณการเสนอซื้อสินค้า X

Y หมายถึง ระดับรายได้ของผู้บริโภค

การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรรายได้ กับปริมาณการเสนอซื้อสินค้า จะมีมุมมองสินค้าออกเป็น 2 ชนิดคือ

ก. สินค้าปกติ (Normal goods) : มีความสัมพันธ์ของตัวแปรว่า เมื่อผู้บริโภคมีรายได้สูงขึ้น จะซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น และถ้ารายได้ลดลง ก็จะซื้อสินค้าและบริการลดลง ดังนั้น สินค้าปกติ ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณเสนอซื้อ เป็นลักษณะเชิงบวกหรือไปในทิศทางเดียวกัน ดังรูปภาพที่ 3.4

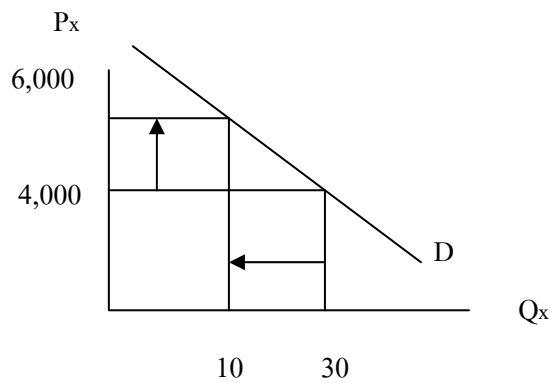
รูปภาพที่ 3.4 ลักษณะของเส้นอุปสงค์ต่อรายได้ กรณีสินค้าปกติ



จากรูปภาพที่ 3.4 สมมติผู้บริโภคคนหนึ่งซื้อ นายแดง เมื่อมีได้เดือนละ 5,000 บาท เขาจะซื้อเสื้อเดือนละ 1 ตัว ต่อมาเขามีรายได้สูงขึ้นเป็นเดือนละ 10,000 บาท จะซื้อเสื้อเดือนละ 2 ตัว แสดงว่าเสื้อเป็นสินค้าปกติ

ข. สินค้าด้อยความสำคัญ (Inferior goods) : จะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายได้กับปริมาณเสนอซื้อสินค้าเป็นแบบลบ กล่าวคือถ้ารายได้สูงขึ้น จะเสนอซื้อสินค้าลดลง หรือถ้ารายได้ลดลง จะเสนอซื้อสินค้าด้อยความสำคัญมากขึ้น บางครั้งเราเรียกสินค้าของคนจน ดังรูปภาพที่ 3.5

รูปภาพที่ 3.5 ลักษณะเส้นอุปสงค์ต่อรายได้ กรณีสินค้าด้อยความสำคัญ



จากรูปภาพที่ 3.5 เมื่อนายแดง มีรายได้เดือนละ 4,000 บาท ใช้บริการรถเมล์ประจำทางแบบพัดลมเดือนละ 30 ครั้ง ต่อมาเมื่อเขามีรายได้สูงขึ้นเป็น 6,000 บาท เขาใช้บริการรถเมล์ประจำทางแบบพัดลมลดลง เหลือเดือนละ 10 ครั้ง แต่หันไปใช้รถประจำทางปรับอากาศหรือรถแท็กซี่มากขึ้น แสดงให้เห็นว่า ในสายตาของนายแดง รถเมล์ประจำทางพัดลมเป็นสินค้าด้อยความสำคัญ

(3) **อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นๆ (Cross Demand) :** หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง ในขณะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆของสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้อง เขียนเป็นรูปฟังก์ชัน ได้ดังนี้

$$Q_A = f(P_B)$$

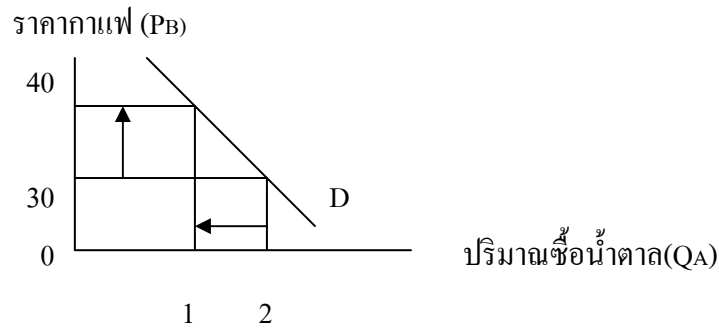
Q_A หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อสินค้า A

P_B หมายถึง ราคาสินค้า B

อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น หรืออุปสงค์ไขว้ มีมุมมองสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

ก. **สินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary goods) :** เป็นสินค้า 2 ชนิดเมื่อผู้บริโภคต้องการใช้สินค้าชนิดหนึ่ง ก็จะต้องซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งตามมาด้วย เช่น สมุดกับปากกา กาแฟกับน้ำตาล เป็นต้น เมื่อมีเหตุจากราคากาแฟสูงขึ้น จะทำให้การบริโภคกาแฟลดลง และยังไปทำให้การบริโภคน้ำตาลลดลงด้วย ดังรูปภาพที่ 3.6

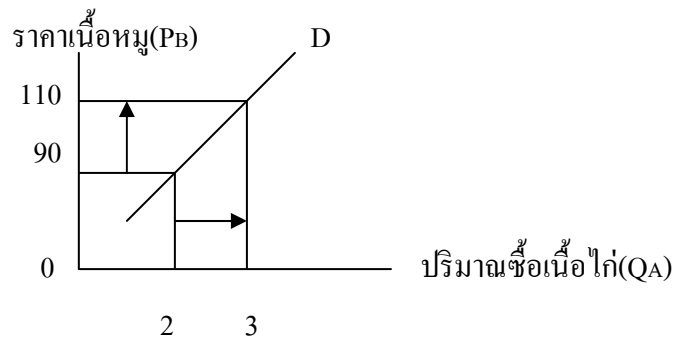
รูปภาพที่ 3.6 เส้นอุปสงค์ไขว้ กรณีสินค้าที่ใช้ประกอบกัน



จากรูปภาพที่ 3.6 นายคำซื้อน้ำตาล จำนวน 2 กิโลกรัม เมื่อกาแฟสำเร็จถุงละ 30 บาท แต่เมื่อราคากาแฟสูงขึ้นเป็นถุงละ 40 บาท จะซื้อน้ำตาลลดเหลือ 1 กิโลกรัมต่อเดือน เป็นต้น แสดงว่าถ้าเป็นสินค้าประกอบกัน ตัวแปรราคากาแฟ(PB) กับปริมาณซื้อน้ำตาล(QA) จะมีความสัมพันธ์ต่อกันเป็นลบ

ข. **สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน(Substitution goods)** : ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ผู้บริโภคอาจไปเลือกซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ทดแทนกันได้ เช่น สินค้าชากับกาแฟ เนื้อหมูกับเนื้อไก่ น้ำพริกกับน้ำมันพริก เป็นต้น ดังรูปภาพข้างล่างนี้

รูปภาพที่ 3.7 เส้นอุปสงค์ไขว้ กรณีสินค้าทดแทนกัน



จากรูปภาพที่ 3.7 เมื่อเนื้อหมู ราคา 90 บาท/กิโลกรัม นายขาว จะซื้อเนื้อไก่มาบริโภคในครอบครัวเดือนละ 2 กิโลกรัม ต่อมาราคาเนื้อสูงขึ้นเป็น 110 บาท/กิโลกรัม นายขาวจะซื้อเนื้อหมูลดลง แต่ไปซื้อเนื้อไก่มากขึ้นเป็น 3 กิโลกรัม/เดือน

3.1.4. อุปสงค์ส่วนบุคคล และอุปสงค์ตลาด

เส้นอุปสงค์ที่เราศึกษาผ่านมาจากตารางและเส้นอุปสงค์นั้น ถือว่าเป็นอุปสงค์ของบุคคล (Individual Demand) ต่อไปเราจะศึกษาอุปสงค์ของตลาด ซึ่งก็คือ ผู้ซื้อสินค้าชนิดหนึ่งรวมทุกคนในตลาด นั่นเอง

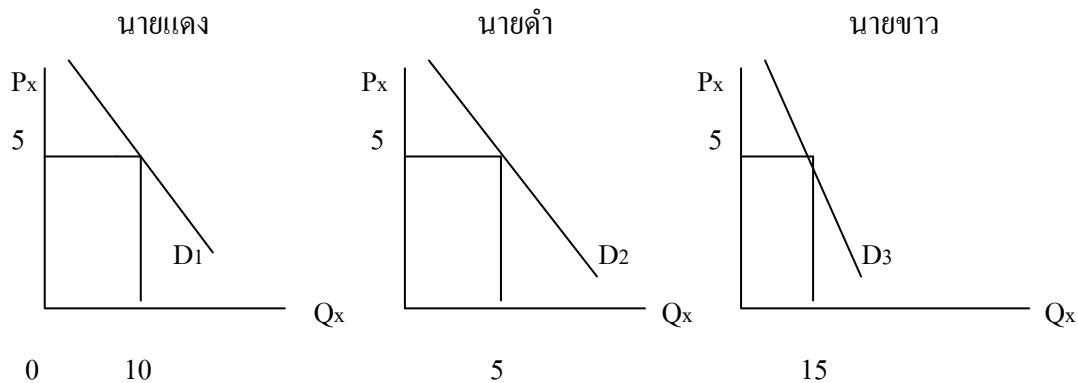
อุปสงค์ของตลาด(Market Demand) คือ ผลรวมของอุปสงค์ส่วนบุคคลทั้งหมดในสินค้าชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆกัน

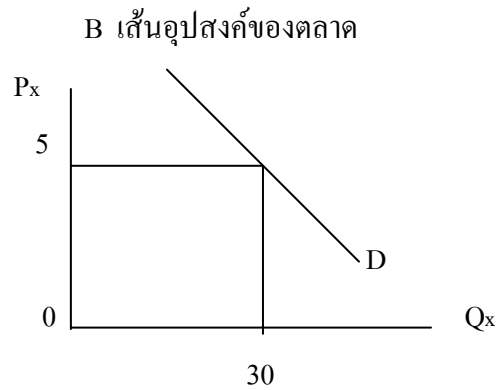
ตารางที่ 3.2 อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ตลาด

ราคา P_x	Q_x นายแดง	Q_x นายดำ	Q_x นายขาว	อุปสงค์ตลาด
5	10	5	15	30
4	20	10	18	48
3	30	15	21	66
2	45	20	24	84
1	50	25	27	100

รูปภาพที่ 3.8 แสดงอุปสงค์ของบุคคลและตลาด

A เส้นอุปสงค์ส่วนบุคคล





จากรูปภาพที่ 3.8 A แสดงถึงเส้นอุปสงค์ส่วนบุคคลเริ่มต้นจากเส้นอุปสงค์ส่วนบุคคลของนายแดง นายดำ และนายขาว จะแสดงปริมาณเสนอซื้อสินค้าและบริการจำนวน 10, 5 และ 15 หน่วย ณ ระดับราคา 5 บาท โดยสมมติว่าสินค้านี้มีผู้ซื้อจำนวน 3 คนเท่านั้น

และรูปภาพที่ B แสดงเส้นอุปสงค์ของตลาด เมื่อนำปริมาณเสนอซื้อสินค้าของ นายแดง นายดำ และนายขาว ณ ระดับราคา 5 บาทมารวมกัน จะได้ปริมาณเสนอซื้อของตลาดเท่ากับ 30 หน่วย

3.2 อุปทาน (Supply)

อุปทานคือ การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ราคาและปริมาณการเสนอขายสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาต่างๆ ซึ่งผู้ผลิตมีความตั้งใจและมีความสามารถจะผลิตออกมาขายได้ การศึกษาเกี่ยวกับอุปทานจะมีเฉพาะอุปทานต่อราคาเท่านั้น

3.2.1 ปัจจัยกำหนดอุปทาน : ประกอบด้วยตัวแปรต่างๆดังนี้

- (1) ราคาสินค้าชนิดนั้น
- (2) ราคาของปัจจัยการผลิต
- (3) ต้นทุนการผลิต
- (4) เทคนิคการผลิต
- (5) สภาพดิน ฟ้า อากาศ เป็นต้น

กำหนดค่าสัญลักษณ์ของตัวแปรต่าง ๆ

Q_x หมายถึง ปริมาณเสนอขายสินค้าและบริการ X

P_x หมายถึง ราคาสินค้า X

P_y หมายถึง ราคาปัจจัยการผลิต Y

C หมายถึง ต้นทุนการผลิตสินค้า X

T_e หมายถึง เทคนิคการผลิตสินค้า X

CL หมายถึง สภาพดินฟ้าอากาศ

จากสัญลักษณ์ดังกล่าว เราสามารถนำมาแสดงเป็นความสัมพันธ์ ระหว่างอุปทานกับปัจจัยที่กำหนด อุปทานในรูปแบบสมการทางคณิตศาสตร์ ได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, P_y, C, T_e, CL, \dots)$$

จากสมการทางคณิตศาสตร์ ตัวแปรทางขวามือทั้งหมด จะเป็นตัวกำหนด ปริมาณการเสนอขาย แต่ ถ้าเราสมมติว่า P_x เป็นเพียงตัวแปรเดียวที่กำหนดปริมาณการเสนอขายสินค้า ก็จะเขียนสมการได้ ดังนี้

$$Q^S_x = f(P_x)$$

ถ้าเขียนเป็นสมการเส้นตรง (Linear Function) จะได้ดังนี้

$$Q^S_x = a + b P_x$$

3.2.2. กฎของอุปทาน (The law of Supply)

กล่าวไว้ว่า ถ้าราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น ปริมาณเสนอขายสินค้าจะเพิ่มขึ้น ถ้า ราคาสินค้าและบริการลดลง ปริมาณเสนอขายสินค้าจะลดลงตาม ตามกฎของอุปทานแสดงให้เห็น ว่า ราคาสินค้าและปริมาณเสนอขายสินค้า มีสัมพันธ์กันเป็นเชิงบวก หรือเปลี่ยนแปลงในทิศทาง เดียวกัน

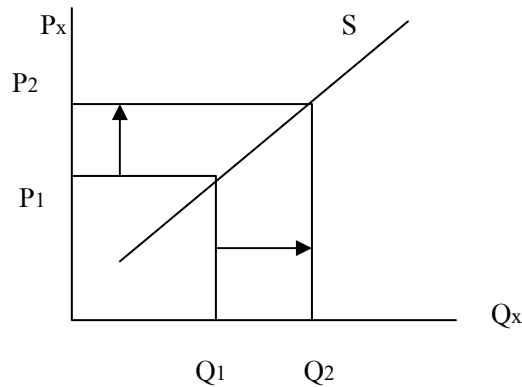
3.2.3. ตารางอุปทานและเส้นอุปทาน (Supply schedule and Supply Curve)

ตารางที่ 3.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าและปริมาณเสนอขาย

ราคาสินค้า(P_x)	ปริมาณเสนอขายสินค้า(Q_x)
1 บาท	10 หน่วย
2	20
3	30
4	40
5	50

และหากนำไปเขียนเป็นรูปกราฟ จะได้เส้นอุปทานดังต่อไปนี้

รูปภาพที่ 3.9 เส้นอุปทานในสินค้าชนิดหนึ่ง



อธิบายรูปภาพที่ 3.9 เส้นอุปทานจะมีความชัน ทอดขึ้นจากซ้ายไปขวา ณ ระดับราคา P_1 ปริมาณการเสนอขายสินค้าเท่ากับ Q_1 ต่อมาราคาเพิ่มเป็น P_2 ปริมาณเสนอขายสินค้า จะเพิ่มขึ้นตามเป็น Q_2

3.2.4. อุปทานของหน่วยผลิตกับอุปทานของตลาด

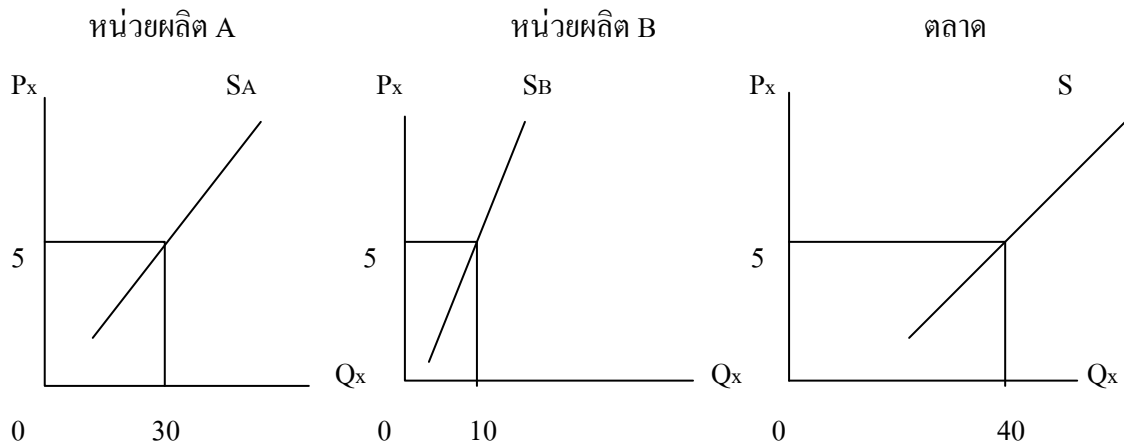
อุปทานตลาดคือ ผลรวมของอุปทานแต่ละหน่วยผลิตที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ เช่นในอุตสาหกรรมผลิตสินค้า X หรือตลาดสินค้า X สมมติว่ามีผู้ผลิตอยู่ 2 รายคือหน่วยผลิต ก และหน่วยผลิต ข ซึ่งอุปทานของหน่วยธุรกิจทั้ง 2 เป็นดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 อุปทานของหน่วยธุรกิจและอุปทานในตลาด

ราคาสินค้า X บาท	อุปทานหน่วยผลิต ก	อุปทานของหน่วยผลิต ข	อุปทานของตลาด
1	10	0	10
3	20	5	25
5	30	10	40
7	40	15	55
9	50	20	70

จากตารางที่ 3.4 เราสามารถที่จะหาอุปทานของตลาดจาก ผลรวมของอุปทานหน่วยผลิตแต่ละรายที่เสนอขาย ณ ระดับราคาต่างๆ และถ้านำข้อมูลในตารางมาสร้างรูปภาพ ก็จะสามารถเส้นอุปทานของแต่ละหน่วยผลิตและตลาดได้ ดังรูปภาพที่

รูปภาพที่ 3.10 เส้นอุปทานของหน่วยธุรกิจและของตลาด

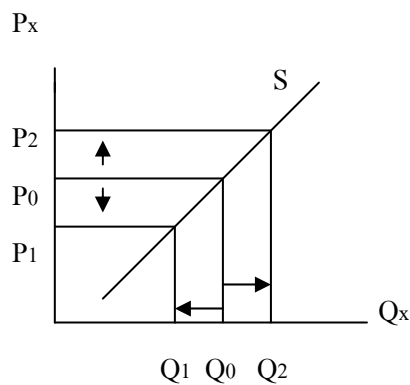


อธิบายรูปภาพที่ 3.10 ณ ระดับราคา 5 บาท หน่วยผลิต A และ B เสนอขายสินค้า 30 , 10 หน่วยตามลำดับ เมื่อนำปริมาณเสนอขายของหน่วยผลิตทั้งสองรวมกัน จะเป็นปริมาณเสนอขายตลาดเท่ากับ 40 หน่วย

3.2.4. การเปลี่ยนแปลงอุปทาน มี 2 ลักษณะดังนี้

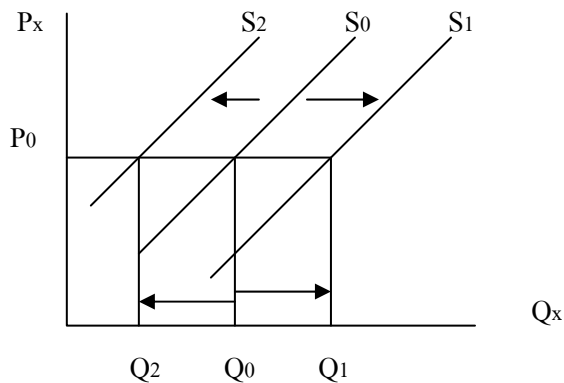
(1) การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน (Change in quantity Supply) : มีสาเหตุมาจาก การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า เพิ่ม-ลด จะมีผลทำให้ปริมาณการเสนอขายสินค้าของผู้ผลิตเพิ่ม-ลด ตามกฎของอุปทานที่กล่าวมาแล้ว ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการเคลื่อนย้ายอยู่บนเส้นอุปทานเดิม เท่านั้น ดังรูปภาพที่ 3.11

รูปภาพที่ 3.11 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทาน



(2) **การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน** (Change in Supply) : มีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีใช้ราคาสินค้า เปลี่ยนแปลงเช่น ต้นทุนการผลิตเปลี่ยนแปลง จะมีผลทำให้เส้นอุปทานเคลื่อนย้ายไปทั้งเส้น (Shift) ไปจากเส้นเดิม ดังรูปภาพต่อไปนี้

รูปภาพที่ 3.12 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน



จากรูปภาพที่ 3.12 เริ่มต้นจากเส้นอุปทาน S_0 ณ ระดับราคา P_0 ผู้ผลิตจะเสนอขายสินค้าและบริการเท่ากับ Q_0 ต่อมาต้นทุนการผลิตสินค้าสูงขึ้น ทำให้เส้นอุปทานเคลื่อนย้ายไปทางซ้ายมือทั้งเส้นเป็น S_2 อุปทานลดลง ผู้ผลิตจะเสนอขายสินค้าปริมาณ Q_2 หรือในทิศทางตรงกันถ้าต้นทุนการผลิตลดลง เส้นอุปทานจะเคลื่อนย้ายไปทางขวามือเป็นเส้น S_1 ผู้ผลิตเสนอขายสินค้าเพิ่มขึ้นเป็น Q_1 เป็นต้น

3.3 คุณภาพของตลาด(Market Equilibrium)

ตลาดสินค้าที่มีการแข่งขันเป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะกัน เพื่อซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน ตามที่เขาจะปรารถนา แต่ในทางเศรษฐศาสตร์ ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องมาพบปะกันโดยตรงก็ได้ แต่ธุรกรรมทางเศรษฐกิจอาจเกิดขึ้นโดยผ่านเครื่องมือสื่อสารในปัจจุบัน เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ก็มีการซื้อขายเกิดขึ้นได้แล้ว

จากการศึกษาที่ผ่านมาเราแยกศึกษาเรื่องอุปสงค์และอุปทาน แต่ผู้ซื้อสินค้าและผู้ขายสินค้ามีทัศนคติต่อราคาต่างกัน ทั้งนี้ผู้ซื้อสินค้าเป็นผู้จ่ายเงินและผู้ขายสินค้าเป็นผู้รับเงิน ดังนั้นถ้าราคาสินค้าสูงขึ้นย่อมเป็นข่าวร้ายสำหรับผู้บริโภค แต่จะเป็นข่าวดีสำหรับผู้ผลิตหรือผู้ขาย ในขณะที่ราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะลดปริมาณการเสนอซื้อสินค้าลงตามเส้นอุปสงค์ และผู้ผลิตจะเสนอขายสินค้าเพิ่มไปตามเส้นอุปทาน ประเด็นคือ ความขัดแย้งเช่นนี้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ซื้อสินค้าจะแก้ไขได้อย่างไร

ดังนั้นแนวทางการแก้ไขปัญหาคือ เราต้องนำเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานมาพิจารณาในรูปกราฟเดียวกัน จุดตัดของเส้นทั้งสองจะทำให้ทราบระดับราคาสินค้าที่ทั้ง 2 ฝ่ายจะเสนอซื้อและขายสินค้าในปริมาณสินค้าที่เท่ากัน

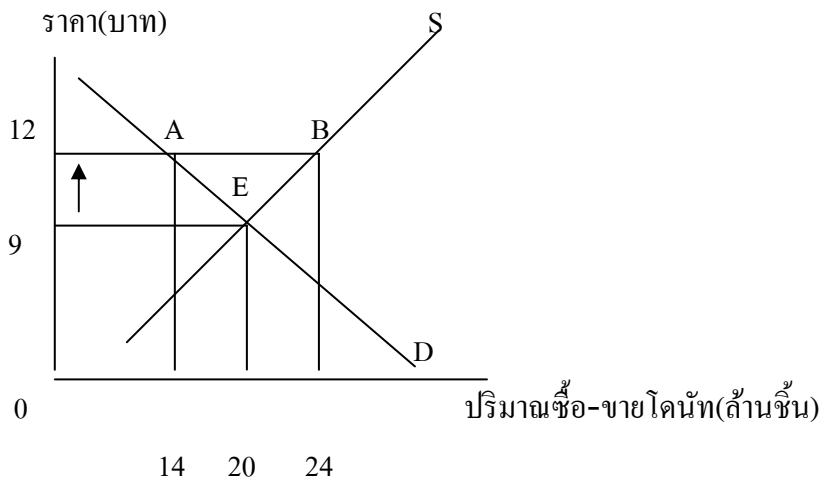
จากนี้ไปหากลองมาดูการทำงานของตลาดสินค้าชนิดหนึ่ง ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานในรูปภาพ แสดงตลาดสินค้าโดนัท โดยใช้ตารางที่ 3.5 และรูปภาพที่ 3.13 นำเส้นอุปสงค์, เส้นอุปทาน มาอยู่ในรูปภาพเดียวกัน

ตารางที่ 3.5 แสดงปริมาณอุปสงค์และอุปทาน คุณภาพในตลาดสินค้าโดนัท

หน่วย : ล้านชิ้นต่อสัปดาห์

ราคาโดนัท บาท/ชิ้น	ปริมาณอุปสงค์ ล้านชิ้น/สัปดาห์	ปริมาณอุปทาน ล้านชิ้น/สัปดาห์	มีส่วนเกิน หรือ ขาดแคลน	ผลต่อราคา
15	8	28	เกิน 20	ลดลง
12	14	24	เกิน 10	ลดลง
9	20	20	เท่ากัน	คงที่
6	26	16	ขาด 10	เพิ่มขึ้น
3	32	12	ขาด 20	เพิ่มขึ้น

รูปภาพที่ 3.13 คุณภาพในตลาดสินค้าและบริการโดนัท



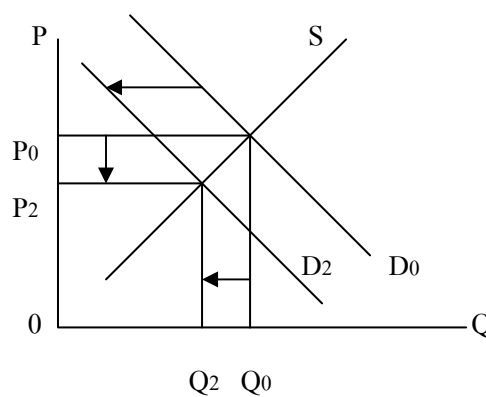
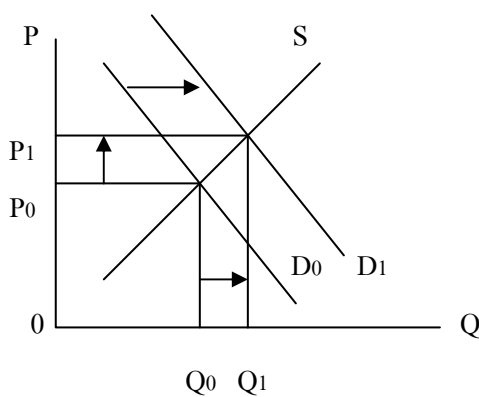
อธิบายรูปภาพที่ 3.13 สมมติโดนัทราคา 12 บาท/ชิ้น ณ ราคานี้ผู้ผลิตจะเสนอขายโดนัท จำนวน 24 ล้านชิ้นต่อสัปดาห์ แต่ผู้บริโภคต้องการเสนอซื้อโดนัท จำนวน 14 ล้านชิ้น/สัปดาห์ ทำให้มีอุปทานส่วนเกิน(Excess Supply) จำนวน 10 ล้านชิ้น/สัปดาห์ ดังนั้นผู้ผลิตย่อมไม่ต้องการให้เกิดเหตุการณ์สินค้าขายไม่หมด ต้องขจัดส่วนเกินให้หมดไปด้วยการลดราคาโดนัทไปที่ 9 บาท/ชิ้น ผลิตลดลงไปสู่จุดที่ 20 ล้านชิ้น/สัปดาห์ ที่จุด E จะมีความสมดุลระหว่างปริมาณเสนอซื้อและเสนอขายสินค้า

อีกด้านหนึ่งสมมติว่า ณ โดนัทราคา 6 บาท/ชิ้น ผู้บริโภคโดนัทต้องการเสนอซื้อจำนวน 26 ล้านชิ้น/สัปดาห์ แต่ผู้ผลิตมีความประสงค์จะผลิตออกขายจำนวน 16 ล้านชิ้น/สัปดาห์ มีผลทำให้สินค้าไม่พอกับความต้องการหรือขาดแคลนจำนวน 10 ล้านชิ้น/สัปดาห์ เหตุการณ์เช่นนี้ ผู้บริโภคย่อมไม่สมหวังกับความต้องการได้ทั้งหมด จึงอาจจะยอมเพิ่มราคาให้บ้าง และผู้ผลิตก็ย่อมจะเห็นเหตุการณ์อย่างรวดเร็ว จึงยินดีจะเสนอขายมากขึ้นโดย จะทำให้มีแรงกดดันนำไปสู่ ที่ราคา 9 บาท/ชิ้น จึงเกิดความสมดุลระหว่างปริมาณการเสนอซื้อและการเสนอขายโดนัทจำนวน 20 ล้านชิ้น/สัปดาห์ เกิดขึ้นได้

3.3.1. การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของตลาด : โดยพิจารณาใน 4 กรณี ดังต่อไปนี้

(1) กรณีระดับอุปสงค์เพิ่ม และลดลง (อุปทานคงที่)

ก. อุปสงค์เพิ่ม รูปภาพที่ 3.14 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ ข.อุปสงค์ลด

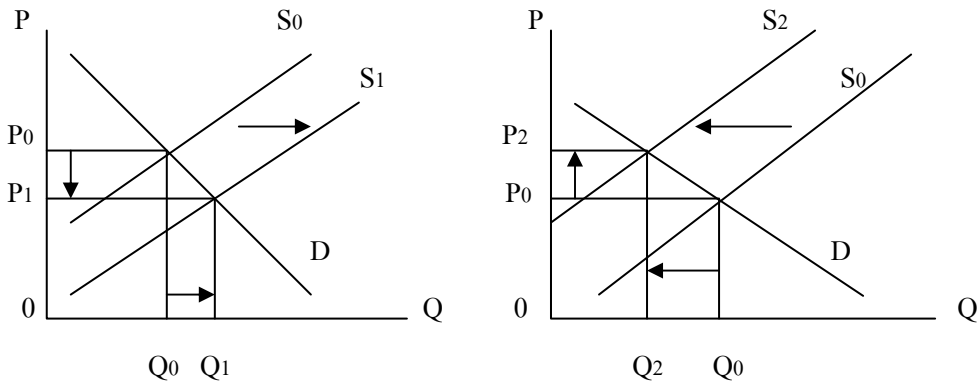


อธิบาย รูปภาพ ก เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่ม ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายทั้งเส้น(shift) จาก D_0 เป็น D_1 มีผลกระทบทำให้ราคาเพิ่ม จาก P_0 เป็น P_1 และปริมาณการเสนอซื้อขายเพิ่มจาก Q_0 เป็น Q_1

อธิบาย รูปภาพ ข เมื่อผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายทั้งเส้น(shift) จาก D_0 เป็น D_2 มีผลกระทบทำให้ราคาลดลง จาก P_0 เป็น P_2 และปริมาณการเสนอซื้อขายลดลงจาก Q_0 เป็น Q_2

(2) กรณีระดับอุปทานเพิ่มและลดลง (อุปสงค์คงที่)

ก.อุปทานเพิ่ม รูปภาพที่ 3.15 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน ข.อุปทานลด

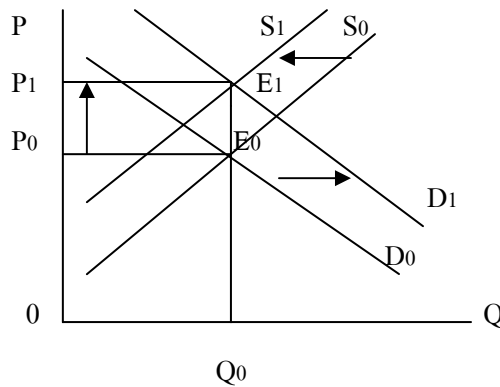


อธิบาย รูปภาพ ก ต้นทุนการผลิตลดลง ทำให้ทำให้เส้นอุปทานเคลื่อนย้ายทั้งเส้น(Shift)ทางขวามือ จาก S_0 เป็น S_1 มีผลต่อราคาตกลงจาก P_0 เป็น P_1 และปริมาณเสนอซื้อขายเพิ่มขึ้นจาก Q_0 เป็น Q_1

อธิบาย รูปภาพ ข ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น ทำให้ทำให้เส้นอุปทานเคลื่อนย้ายทั้งเส้น(Shift)ทางซ้ายมือ จาก S_0 เป็น S_2 มีผลต่อราคาเพิ่มขึ้นจาก P_0 เป็น P_2 และปริมาณเสนอซื้อขายลดลงจาก Q_0 เป็น Q_2

(3) กรณีอุปสงค์เพิ่มและอุปทานลดลง (ในสัดส่วนเท่ากัน)

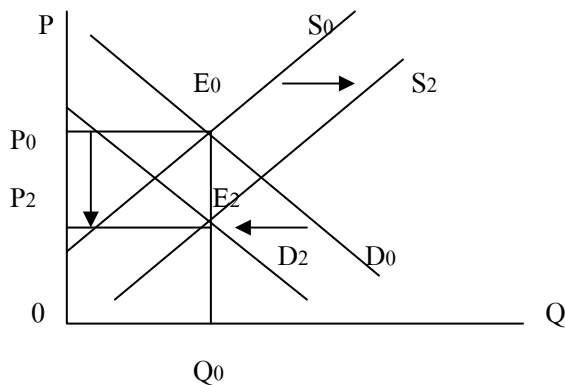
รูปภาพที่ 3.16 แสดงการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์เพิ่มและระดับอุปทานลดลง



อธิบาย รูปภาพที่ 3.16 เริ่มต้นจากเส้นอุปสงค์ D_0 ตัดกับเส้นอุปทาน S_0 แสดงภาวะดุลยภาพ โดยมีราคาดุลยภาพ P_0 และปริมาณซื้อขายดุลยภาพ Q_0 ต่อมาสมมติให้ อุปสงค์เพิ่มและอุปทานลดในสัดส่วนเท่ากัน ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายทั้งเส้นไปทางขวามือ และเส้นอุปทานเคลื่อนย้ายทั้งเส้นไปทางซ้ายมือ ตัดกันที่ E_1 มีผลทำให้เกิดดุลยภาพใหม่ ราคาสินค้า สูงขึ้นจาก P_0 เป็น P_1 แต่ปริมาณซื้อขายดุลยภาพคงที่

(4) กรณีอุปทานเพิ่มและอุปสงค์ลด (ในสัดส่วนเท่ากัน)

รูปภาพที่ 3.17 แสดงระดับอุปสงค์ลดลงและระดับอุปทานเพิ่ม



อธิบาย รูปภาพ 3.17 เริ่มต้นจากเส้นอุปสงค์ D_0 ตัดกับเส้นอุปทาน S_0 ที่จุด E_0 แสดงภาวะดุลยภาพที่ ราคาเท่ากับ P_0 และปริมาณซื้อขายเท่ากับ Q_0 ต่อมาสมมติให้อุปทานเพิ่มขึ้น และอุปสงค์ลดลงในสัดส่วนเดียวกัน ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายทั้งเส้นไปทางซ้ายมือเป็นเส้น D_2 และเส้นอุปทานเคลื่อนย้ายทั้งเส้นไปทางขวามือเป็นเส้น S_2 ตัดกันที่จุด E_2 มีผลทำให้เกิดดุลยภาพใหม่ ราคาดุลยภาพใหม่ ลดลงจากเดิมคือ P_2 และปริมาณซื้อขายดุลยภาพคงเดิมที่ Q_0

3.4 การแทรกแซงตลาดของรัฐบาล

ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมหรือระบบตลาด โดยทั่วไปมีกลไกราคาเป็นตัวจัดสรรทรัพยากรการผลิต การจำแนกแจกจ่ายและการบริโภค การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการ จะเป็นตัวส่งสัญญาณให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของแต่ละฝ่ายต้องการ ทั้งอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าและบริการสูงสุดหรือกำไรจากการผลิตมากที่สุด

แต่เนื่องจากผู้ผลิตและบริโภค อาจจะได้ข้อมูลข่าวสารไม่เท่ากันรวมทั้ง สภาพดินฟ้าอากาศก็ตามเป็นเหตุให้ราคาสินค้าในตลาดตกต่ำมาก อันเนื่องผลผลิตมีเกินความต้องการ หรือราคาสินค้าเพิ่มขึ้นมาก อันเนื่องมากสภาพดินฟ้าอากาศไม่ดี ผลผลิตลดลง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อประชาชนมากบ้าง น้อยบ้าง รัฐบาลมีบทบาทหน้าที่ควรปกป้องผู้ผลิตสินค้าให้มีกำไรพอสมควร หรือดูแลผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าในราคาไม่สูงมากเกินไปจนเกินกว่าที่ควรจะเป็น

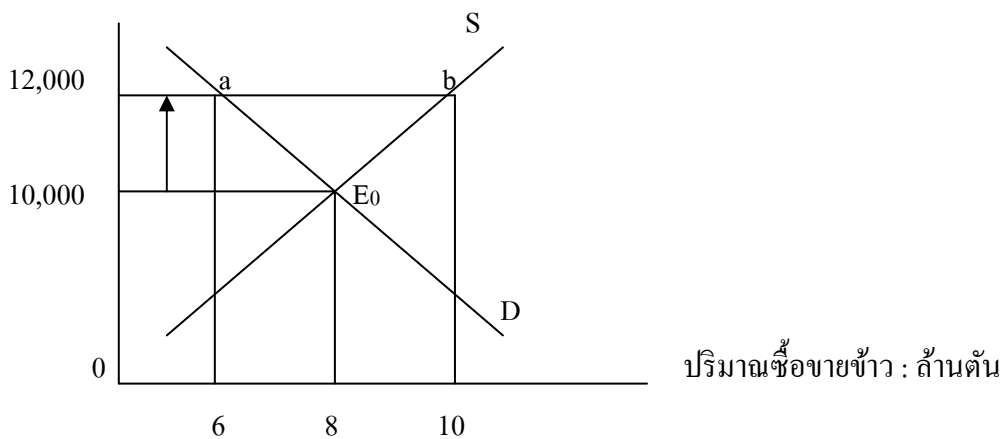
ดังนั้นจึงเป็นมูลเหตุให้รัฐบาล ต้องเข้ามาแทรกแซงตลาดสินค้าและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการปกป้องผู้ผลิต โดยการกำหนดราคาซื้อขายสินค้าขั้นต่ำ หรือการดูแลประชาชนผู้บริโภคสินค้าและบริการ โดยการกำหนดราคาสินค้าขั้นสูง ซึ่งจะอธิบายโดยละเอียดต่อไป

3.4.1. **การกำหนดราคาขั้นต่ำ** (Price Floors): มีที่มาจากกรณีที่ราคาสินค้าในตลาดที่มีการแข่งขันขณะนั้นราคาต่ำมากเกินไป ทำให้ผู้ผลิตสินค้านำออกมาขายแล้ว ขาดทุน หรือมีกำไรน้อยมาก โดยเฉพาะสินค้าเกษตรซึ่งเกี่ยวข้องกับเกษตรกรเป็นล้านครอบครัว ย่อมมีผลกระทบรุนแรง

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่รัฐบาลจะต้องเข้าแทรกแซง โดยเข้าไปกำหนดราคาซื้อขายสินค้าขั้นต่ำของสินค้านั้น ซึ่งบางครั้งเราเรียกว่า **การประกันราคาหรือพยุงราคา** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกันรายได้ให้กับผู้ผลิตสินค้ามีกำไรในระดับที่เหมาะสม สามารถดำเนินการผลิตต่อไปได้ แต่รัฐบาลก็ไม่สามารถบังคับผู้ซื้อสินค้าได้เช่นกัน ดังนั้นรัฐบาลต้องมีมาตรการรองรับ อย่างน้อย 2 มาตรการ เพื่อให้สามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ อธิบายได้ดังต่อไปนี้

(1) **มาตรการรับซื้อผลผลิตส่วนเกิน** (Excess Supply) : สวมคิดเกี่ยวกับสินค้าข้าวเปลือกของประเทศไทย ดังนั้นจึงเป็นการเกี่ยวข้องกับ เกษตรกรในฐานะผู้ผลิต และโรงสีในฐานะผู้รับซื้อผลผลิต เนื่องจากมีปัญหาการขาดข้าวเปลือกในตลาดราคาซื้อขายต่ำกว่าปีที่ผ่านมา จนเป็นเหตุให้เกษตรกรขาดทุน หรือมีกำไรน้อยมาก ดังนั้นรัฐบาลจึงประกาศให้มีการกำหนดราคาขั้นต่ำในการซื้อขายข้าวเปลือก ซึ่งมีระดับราคาสูงกว่าราคาตลาดขณะนั้น ดังรูปภาพดังต่อไปนี้

รูปภาพที่ 3.18 แสดงการกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยใช้มาตรการรับซื้อผลผลิตส่วนเกิน
ราคาข้าวเปลือก : บาท/ตัน



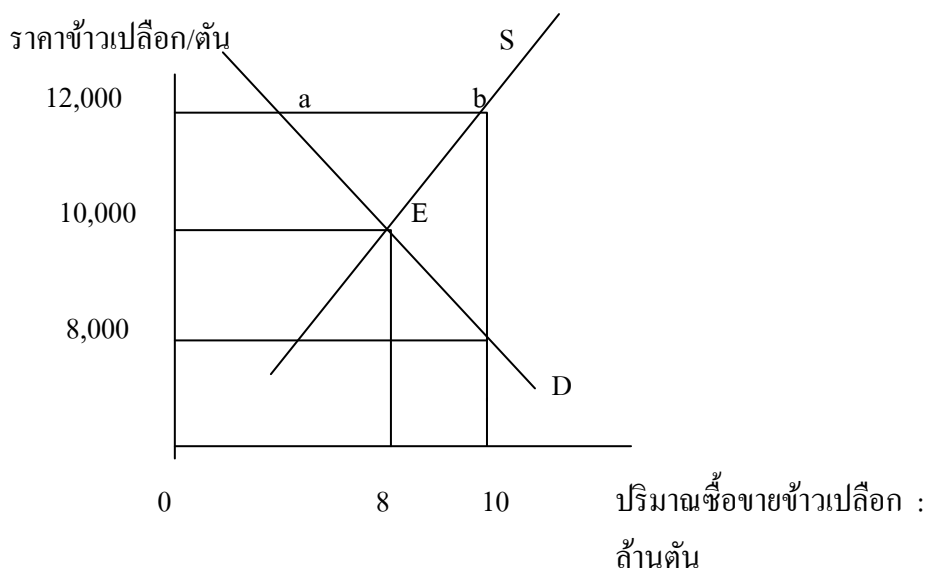
อธิบายรูปภาพที่ 3.18 เส้นอุปสงค์ D เป็นตัวแทนของโรงสีในการรับซื้อข้าวเปลือก เส้นอุปทาน S เป็นตัวแทนของเกษตรกรในการเสนอขายข้าวเปลือก ทั้ง 2 เส้นตัดกันที่จุด E₀ ราคาตลาดซื้อขายข้าวเปลือกตันละ 10,000 บาท(ซึ่งต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ตันละ 12,000 บาท) โรงสีต้องการซื้อข้าวเปลือกจำนวน 8 ตัน รัฐบาลพิจารณาเห็นว่าราคาดังกล่าวต่ำเกินไป เกษตรกรไม่มีกำไร

เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้น จากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ราคาปุ๋ย ยาฆ่าแมลง และค่าจ้างแรงงาน เกือบเกี่ยวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตข้าวตันละตันละ 9,500 บาท

ดังนั้นจึงประกาศให้มีการกำหนดราคาซื้อขายขั้นต่ำข้าวเปลือก ที่ระดับราคา 12,000 บาทต่อตัน ณ ราคาขั้นต่ำดังกล่าวโรงสีจะซื้อข้าวเปลือก จำนวน 6 ล้านตัน และเกษตรกรมีความประสงค์จะเสนอขายข้าวเปลือกจำนวน 10 ล้านตัน ทำให้มีอุปทานส่วนเกิน ab (Excess supply) จำนวน 4 ล้านตัน เพื่อให้การกำหนดราคาขั้นต่ำปฏิบัติได้ รัฐบาลจำเป็นต้องรับซื้อผลผลิตส่วนเกิน ดังกล่าวแทนโรงสี โดยใช้งบประมาณ จำนวน 48,000 ล้านบาท ก็จะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้

(2) มาตรการจ่ายเงินอุดหนุนแก่ผู้ผลิต : เนื่องจากมาตรการรับซื้อผลผลิตส่วนเกินมีความยุ่งยากต้องจัดหาไซโลและแปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสารจากภาคเอกชน ต้องเสียค่าเช่าโกดัง และบางครั้งมีปัญหาข้าวสารเสื่อมสภาพ เพราะวาระขายออกไปต่างประเทศชำกินไป เป็นต้น รัฐบาลจะเปลี่ยนมาใช้มาตรการจ่ายเงินอุดหนุนให้แก่เกษตรกร ตามส่วนต่างของราคาที่โรงสีรับซื้อ กับราคาเป้าหมายขั้นต่ำที่กำหนดไว้ คูณด้วยจำนวนข้าวเปลือกที่เกษตรกรขายให้โรงสี ดังรูปภา หน้าต่อไป

รูปภาพที่ 3.19 แสดงการกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยใช้มาตรการจ่ายเงินอุดหนุนผู้ผลิต

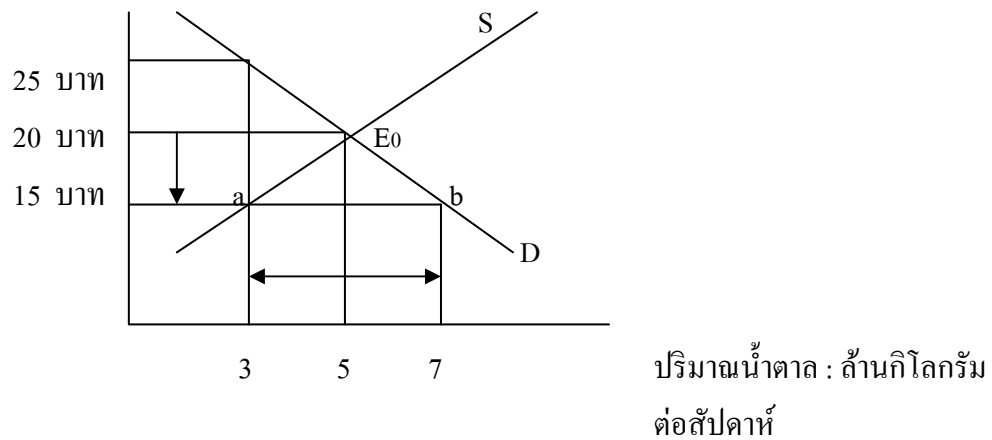


อธิบาย รูปภาพที่ 3.19 รัฐบาลยังกำหนดราคาขั้นต่ำอยู่ที่ตันละ 12,000 บาท แต่ไม่ต้องการมีปัญหายุ่งยากในการบริหารจัดการข้าวเปลือก โกดัง และอื่นๆมาก จึงขอร้องให้โรงสีรับซื้อข้าวเปลือกจากชาวนาทั้งหมด จำนวน 10 ล้านตัน แต่โรงสีมีเงื่อนไขว่า จะรับซื้อข้าวในราคาตันละ 8,000 บาทเท่านั้น จึงมีส่วนต่างระหว่างราคาขั้นต่ำกับราคาที่โรงสีรับซื้อ ตันละ 4,000 บาท ดังนั้นจึงต้องใช้งบประมาณจำนวน 40,000 ล้านบาท ก็จะบรรลุป้าหมายช่วยเหลือเกษตรกรที่ต้องการได้(กรณีนี้รัฐบาลจะไม่มีข้าวเปลือกอยู่ในมือ)

3.4.2. **การกำหนดราคาขั้นสูง** (Price Ceilings) : สืบเนื่องมาจาก สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับการดำรงชีพของประชาชน ดังนั้นเพื่อราคาตลาดของสินค้าดังกล่าวสูงขึ้นมากย่อมสร้างความเดือดร้อนให้กับประชาชนผู้บริโภคสินค้า ทำให้มีรายได้ที่แท้จริงต่ำลง อำนาจซื้อสินค้าลดลง รายได้ที่เป็นตัวเงินซื้อสินค้าได้น้อยลง

ดังนั้นรัฐบาลต้องเข้ามาแทรกแซงราคาตลาด โดยมีการกำหนดราคาซื้อขายสินค้าขั้นสูง ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาดในขณะนั้น ร้านค้าใดขายสินค้าเกินราคาขั้นสูงถือว่าผิดกฎหมาย ทั้งนี้โดยมุ่งหวังบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน ดังรูปภาพหน้าต่อไป

รูปภาพที่ 3.20 แสดงการกำหนดราคาสินค้าขั้นสูง
ราคาน้ำตาล/กิโลกรัม

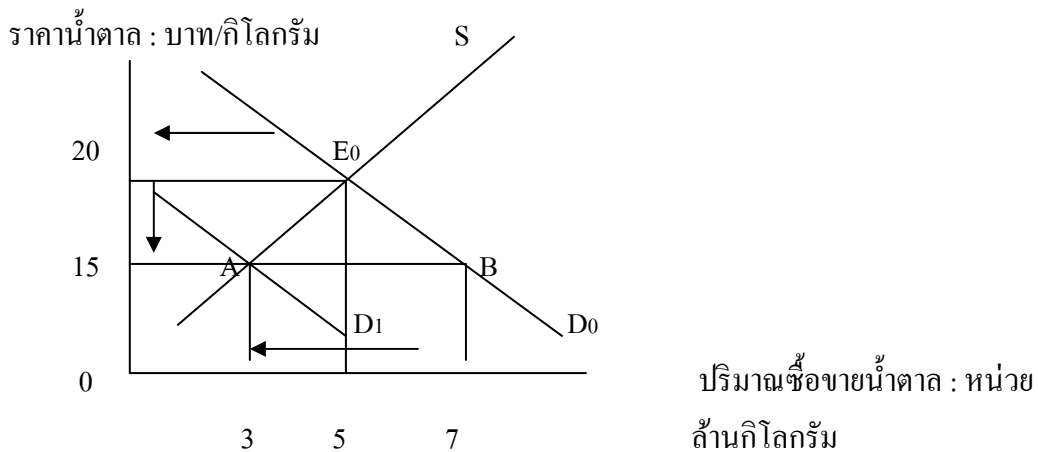


อธิบาย รูปภาพที่ 3.20 เส้นอุปสงค์น้ำตาลของบริโภคคือ เส้น D และเส้นอุปทานน้ำตาลของผู้ผลิตคือ เส้น S ทั้ง 2 เส้นตัดกันที่จุด E0 ราคาน้ำตาลในท้องตลาดราคา 20 บาท/กิโลกรัม ปริมาณซื้อขายจำนวน 5 ล้านกิโลกรัมต่อสัปดาห์ เป็นราคาและปริมาณซื้อขายดุลยภาพ

รัฐบาลพิจารณาเห็นว่าราคาน้ำตาลดังกล่าวสูงเกินไป สร้างความเดือดร้อนให้กับผู้บริโภคน้ำตาล จึงประกาศราคาซื้อขายน้ำตาลขึ้นสูง อยู่ที่ราคา 15 บาท/กิโลกรัม และห้ามผู้ผลิตน้ำตาลขายเกินราคาที่กำหนด ผู้ใดขายเกินราคาถือว่าผิดกฎหมาย จากรูปภาพจะพบว่าเมื่อกำหนดราคาขึ้นสูง ผู้ผลิตน้ำตาลเต็มใจที่จะนำน้ำตาลออกขายจำนวน 3 ล้านกิโลกรัมต่อสัปดาห์ แต่ผู้บริโภคต้องการซื้อน้ำตาล จำนวน 7 ล้านกิโลกรัม/สัปดาห์ มีน้ำตาลไม่เพียงพอกับความต้องการ จำนวน 4 ล้านกิโลกรัมต่อสัปดาห์ ทำให้มีปัญหา ตลาดมืด(ราคา 25 บาท) เกิดขึ้นตามมา ดังนั้น รัฐบาลจำเป็นต้องมีมาตรการรองรับอย่างน้อย 2 มาตรการดังต่อไปนี้

(1) **ลดปริมาณอุปสงค์น้ำตาลของผู้บริโภค** : เนื่องจากเมื่อรัฐบาลกำหนดราคาขึ้นสูง ซึ่งเป็นราคาต่ำกว่าราคาตลาดในขณะนั้น ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อน้ำตาลมากขึ้น ทั้งๆที่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้บริโภคในขณะนั้น แต่กักตุนไว้ก่อน กลัวว่าสินค้าจะหมดจากตลาด

รูปภาพที่ 3.21 การแก้ไขอุปสงค์ส่วนเกิน โดยการลดปริมาณอุปสงค์



อธิบาย รูปภาพที่ 3.21 เส้นอุปสงค์น้ำตาลคือ เส้น D_0 ตัดกับเส้นอุปทานน้ำตาล S_0 ที่จุด E_0 ราคาน้ำตาลในตลาดเท่ากับ 20 บาท/กิโลกรัม รัฐบาลกำหนดราคาขึ้นสูงที่ราคา 15 บาท/กิโลกรัม ทำให้ผู้ผลิตยินดีขายน้ำตาลเพียง 3 ล้านกิโลกรัมต่อสัปดาห์ แต่ผู้บริโภคต้องการซื้อจำนวน 7 ล้านกิโลกรัม/สัปดาห์ น้ำตาลมีไม่เพียงพอกับความต้องการ(AB)จำนวน 4 ล้านกิโลกรัม

ดังนั้นรัฐอาจแก้ไขปัญหาโดยการพยายามลดอุปสงค์น้ำตาลของผู้บริโภค ให้เหลือประมาณ 3 ล้านกิโลกรัม/สัปดาห์ โดยวิธีการออกกฎป้องกันการซื้อน้ำตาลได้ตามความจำเป็นสมมติซื้อได้ไม่เกินครอบครัวละ 2 กิโลกรัม/สัปดาห์ จะทำให้อุปสงค์น้ำตาลลดลงไปที่ D_1 ตัดกับเส้นอุปทานน้ำตาลที่จุด A ปัญหาน้ำตาลก็บรรเทาเบาบางลงได้

(2) การเพิ่มอุปทานน้ำตาล : โดยการที่รัฐบาลนำเข้าน้ำตาลจากต่างประเทศ ตามปริมาณที่ขาดแคลนภายในประเทศ สัปดาห์ละ 4 ล้านตัน ก็จะแก้ไขปัญหาได้ แต่รัฐบาลต้องรับภาระการขาดทุนในส่วนต่างราคานำเข้ากับราคาในประเทศ โดยจัดสรรงบประมาณอุดหนุนหรือรัฐบาลอาจขอความร่วมมือให้โรงงานน้ำตาลผลิตเพิ่มขึ้น ขายในราคาขั้นสูง 15 บาทต่อกิโลกรัม และรัฐบาลจ่ายเงินอุดหนุนให้โรงงานน้ำตาลตั้งแต่ 5 บาทต่อกิโลกรัมเป็นต้นไป หรือตามที่โรงงานน้ำตาลเรียกร้องก็ได้

คำถามท้ายบท

จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

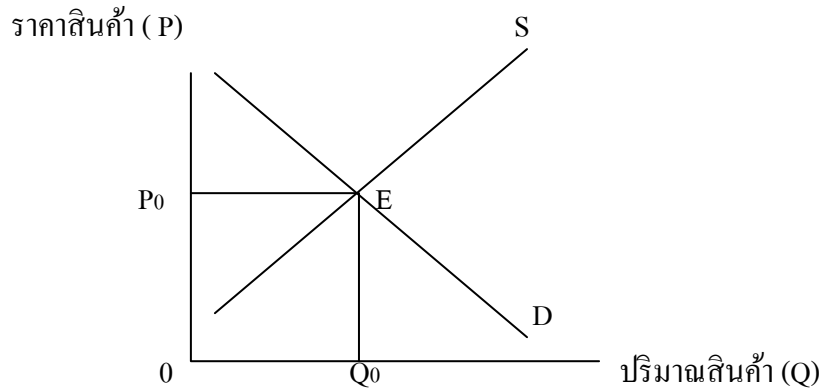
- ฟังก์ชันอุปสงค์คือ ฟังก์ชันที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง
 - (1) ปริมาณเสนอซื้อสินค้ากับปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวกำหนด
 - (2) ปริมาณเสนอขายสินค้ากับปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวกำหนด
 - (3) ปริมาณเสนอซื้อสินค้ากับต้นทุนการผลิต
 - (4) ปริมาณเสนอขายสินค้ากับรายได้ผู้บริโภค
- ข้อความใดต่อไปนี้เป็นไปตามกฎของอุปสงค์
 - (1) เมื่อราคาเพิ่ม การบริโภคกาเฟลลดลง
 - (2) เมื่อราคาเงาะลดลง ปริมาณซื้อเงาะเพิ่มขึ้น
 - (3) เมื่อผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ซื้อทุเรียนลดลง
 - (4) เมื่อราคากุ้งเพิ่ม ปริมาณซื้อกุ้งกึ่งที่
- ปัจจัยใดต่อไปนี้เป็นตัวกำหนดอุปสงค์
 - (1) ราคาสินค้าชนิดนั้น
 - (2) รายได้ของผู้บริโภค
 - (3) รสนิยมของผู้บริโภค
 - (4) ถูกทุกข้อ
- การเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อสินค้าที่อยู่บนเส้นอุปสงค์เดิม มีสาเหตุมาจากปัจจัย
 - (1) รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง
 - (2) รสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง
 - (3) ต้นทุนการผลิตเปลี่ยนแปลง
 - (4) ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องเปลี่ยนแปลง
- กรณีสินค้าปกติ (Normal goods) หมายถึง
 - (1) สินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อมากขึ้น เมื่อมีรายได้ลดลง
 - (2) สินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อมากขึ้น เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น
 - (3) สินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อมากขึ้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้น
 - (4) สินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อน้อยลง เมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้น
- กรณีสินค้า เนื้อหมูกับเนื้อไก่ เป็นสินค้าทดแทนกัน ถ้าราคาเนื้อหมูเพิ่มขึ้น จะมีผลอย่างไร
 - (1) ปริมาณซื้อเนื้อหมูลดลง
 - (2) ปริมาณซื้อเนื้อไก่เพิ่มขึ้น
 - (3) ราคาเนื้อไก่ลดลง
 - (4) ถูกทั้งข้อ (1) และ (2)
- ปัจจัยใดต่อไปนี้เป็นตัวกำหนดอุปทานในสินค้า
 - (1) ราคาสินค้า
 - (2) ต้นทุนการผลิต
 - (3) ราคาปัจจัยการผลิต
 - (4) ถูกทุกข้อ

8. ข้อความใดต่อไปนี ถือว่าสอดคล้องกับกฎของอุปทานในสินค้า
- (1) ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น ปริมาณเสนอซื้อลดลง
 - (2) ราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น
 - (3) ราคาสินค้าลดลง ปริมาณเสนอขายลดลง
 - (4) ราคาสินค้าลดลง ปริมาณเสนอขายเพิ่มขึ้น
9. การเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน มีสาเหตุมาจากปัจจัยใด
- (1) ราคาสินค้า
 - (2) รสนิยมของผู้บริโภค
 - (3) รายได้ของผู้บริโภค
 - (4) ต้นทุนการผลิต
10. การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปทานในสินค้า มีสาเหตุมาจาก
- (1) ราคาสินค้า
 - (2) รสนิยมของผู้บริโภค
 - (3) รายได้ของผู้บริโภค
 - (4) ต้นทุนการผลิต
11. จุดดุลยภาพในตลาดสินค้าและบริการชนิดหนึ่ง คือจุดที่
- (1) แสดงว่าผู้ผลิตได้รับกำไรสูงสุด
 - (2) แสดงความพอใจสูงสุดของผู้บริโภค
 - (3) เส้นอุปสงค์ตัดกับเส้นอุปทาน
 - (4) จุดคุ้มทุนของผู้ผลิต
12. เมื่อเส้นอุปสงค์ตัดกับเส้นอุปทานในสินค้าที่จุด E ถ้ามีอุปสงค์เพิ่ม ทำให้เคลื่อนย้ายไปทางขวามือทั้งเส้น (อุปทานคงที่) จะมีผลอย่างไร
- (1) ราคาสินค้าลดลง
 - (2) ปริมาณซื้อ-ขายสินค้าลดลง
 - (3) ราคาสินค้าลดลงและปริมาณเสนอซื้อ-ขายสินค้าเพิ่มขึ้น
 - (4) ราคาสินค้าและปริมาณเสนอซื้อ-ขายสินค้าเพิ่มขึ้น
13. เมื่อเส้นอุปสงค์ตัดกับเส้นอุปทานในสินค้าที่จุด E ถ้ามีอุปสงค์ลดลงและอุปทานเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเดียวกัน จะมีผลอย่างไร
- (1) ราคาสินค้าคงที่และปริมาณเสนอซื้อ-ขายเพิ่มขึ้น
 - (2) ราคาสินค้าเพิ่มขึ้นและปริมาณซื้อ-ขายสินค้าคงที่
 - (3) ราคาสินค้าคงที่และปริมาณซื้อ-ขายสินค้าลดลง
 - (4) ราคาสินค้าลดลงและปริมาณซื้อ-ขายสินค้าคงที่
14. ปริมาณซื้อ-ขายสินค้าดุลยภาพในสินค้า จะไม่เปลี่ยนแปลงในกรณีใด
- (1) อุปสงค์เพิ่มเท่ากับอุปทาน
 - (2) อุปทานลดลงเท่ากับอุปสงค์ลดลง
 - (3) อุปสงค์ลดลงเท่ากับอุปทานเพิ่มขึ้น
 - (4) อุปสงค์เพิ่มมากกว่าอุปทานที่ลดลง

15. เมื่อเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานตัดกันที่จุด E_0 ต่อมาถ้าระดับอุปทานเพิ่มและอุปสงค์คงที่ จะมีผลอย่างไร

- (1) ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น (2) ราคาสินค้าลดลง
(3) ปริมาณซื้อขายลดลง (4) ปริมาณซื้อขายคงที่

จงใช้รูปภาพนี้ เพื่อตอบคำถามข้อที่ 16-17



16. เมื่อรัฐบาลแทรกแซงตลาดสินค้าข้าวเปลือก โดยการกำหนดราคาขั้นต่ำ จะมีผลอย่างไร

- (1) เกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (2) เกิดอุปทานส่วนเกิน
(3) ราคาแทรกแซงต่ำกว่าราคาตลาดขณะนั้น (4) ราคาสินค้าและบริการคงที่

17. เมื่อรัฐบาลแทรกแซงตลาดสินค้าน้ำตาล โดยการกำหนดราคาขั้นสูง จะมีผลอย่างไร

- (1) เกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (2) เกิดอุปทานส่วนเกิน
(3) ราคาแทรกแซงสูงกว่าราคาตลาดขณะนั้น (4) ผิดทุกข้อ

18. มาตรการใดต่อไปนี้เป็นสิ่งที่รัฐบาลควรจะทำ เมื่อเข้าไปแทรกแซงตลาดโดยการกำหนดราคาขั้นต่ำ

- (1) รับซื้อผลผลิตส่วนเกินจากผู้ผลิต (2) นำเข้าสินค้าที่ขาดแคลนจากต่างประเทศ
(3) แจกคูปองซื้อสินค้าให้ประชาชน (4) จ่ายเงินอุดหนุนแก่ผู้บริโภคร

19. เหตุผลที่รัฐบาลเข้าแทรกแซงตลาดสินค้า โดยกำหนดราคาสินค้าขั้นสูง เนื่องจาก

- (1) ราคาสินค้าในตลาดต่ำเกินไป (2) ราคาสินค้าในตลาดสูงเกินไป
(3) ปริมาณสินค้าไม่พอกับความต้องการ (4) ปริมาณสินค้ามีมากเกินไป

20. การแทรกแซงตลาด โดยการกำหนดราคาสินค้าขั้นสูงของรัฐบาล มักจะเกิดปัญหาอะไรตามมา

- (1) ราคาสินค้าสูงเกินไปสำหรับผู้บริโภคคนอื่น (2) สินค้ามีคุณภาพลดลง
(3) เกิดตลาดมืด (4) เกิดสินค้าขายไม่หมด

เฉลยคำถามท้ายบท

ข้อ 1 (1) ข้อ 2 (2) ข้อ 3 (4) ข้อ 4 (4) ข้อ 5 (2) ข้อ 6 (2) ข้อ 7 (4)
ข้อ 8 (3) ข้อ 9 (4) ข้อ 10 (1) ข้อ 11 (3) ข้อ 12 (4) ข้อ 13 (4) ข้อ 14 (3)
ข้อ 15 (2) ข้อ 16 (2) ข้อ 17 (1) ข้อ 18 (1) ข้อ 19 (2) ข้อ 20 (3)