

### บทที่ 3

## การตัดสินใจกำหนดราคาและนโยบายราคาทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติ (Pricing Decision, Policy and Practices)

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการบริหารธุรกิจทั่วไป ก็เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจ  
ได้รับผลตอบแทน และความพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ภายใต้ขอบเขตจำกัดของสังคม  
วิธีการที่จะดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เหล่านี้ ในทางปฏิบัติมีความยุ่งยาก  
และอุปสรรคมาก เพราะธุรกิจต้องเผชิญกับสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอด  
เวลา การหาวิธีกำหนดราคาได้เป็นนโยบายที่สำคัญอย่างหนึ่งคือการบริหารงานธุรกิจ  
เนื่องจากราคาสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญอันนับแรกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นส่วน  
มาก การกำหนดราคาตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์และในทางปฏิบัติ มีความเกี่ยวพันหลายรูปแบบ  
ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของตลาด ( Market Structure ) ลักษณะโครงสร้างของ  
ตลาดจะแสดงให้เห็น ถึงระดับความรุนแรงของการแข่งขันทางการตลาดนั้นเอง <sup>1</sup> ซึ่ง  
พิจารณาได้จากจำนวนและขนาดของผู้ผลิตและผู้ซื้อ ลักษณะความแตกต่างของสินค้า  
ความยากง่ายในการเข้าสู่การอุตสาหกรรมของผู้ผลิตรายใหม่ และแนวโน้มของความ  
เจริญเติบโตของธุรกิจ ลักษณะโครงสร้างของตลาดจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนด  
พฤติกรรมของผู้ผลิต พฤติกรรมดังกล่าวได้แก่นโยบายในด้านการกำหนดราคา กำหนดก  
ชนิคมคุณภาพและปริมาณการผลิต และพฤติกรรมการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน  
เอง<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Eugene F. Brigham and James L. Pappas, Managerial Economics  
(Illinois : The Dryden Press, 19%) P. 297

<sup>2</sup> Cave Richard, American Industry : Structure, conduct, Perfor-  
mance (New Jersey : Prentice- Hall, Inc. 1967) P. 3536.

ลักษณะโครงสร้างของตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ แบ่งออกได้หลายประเภท ได้แก่

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ( Perfect Competition )
2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ( Imperfect Competition )  
ซึ่งแบ่งออกเป็น
  - 2.1 ตลาดผู้ขายคนเดียวและตลาดผู้ซื้อคนเดียว  
( Monopoly and Monopsony )
  - 2.2 ตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาด  
( Monopolistic Competition )
  - 2.3 ตลาดผู้ขายน้อยรายและตลาดผู้ซื้อน้อยราย  
( Oligopoly and Oligopsony )

ปัจจัยที่กำหนดโครงสร้างของตลาด

ปัจจัยสำคัญในการกำหนดโครงสร้างของตลาด คือ จำนวนผู้ซื้อ ผู้ขาย ลักษณะของสินค้าและจำนวนเงินลงทุน ทั้งนี้

1. ลักษณะสินค้า มีผลกระทบต่อโครงสร้างของตลาด เนื่องจากสินค้าใดที่สามารถหาสินค้าอื่นมาบริโภคทดแทนได้ง่าย ภาวะตลาดของสินค้านั้นจะมีลักษณะแข่งขันกันมาก เช่นตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมกเป็ลือง ( Consumer Goods ) ประเภทสบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก เป็นต้น ถ้าหาทดแทนได้ยาก ความรุนแรงของการแข่งขันจะน้อยกว่าทดแทนง่าย

2. สักส่วนของต้นทุนการผลิตของสินค้า จะมีอิทธิพลต่อโครงสร้างของตลาดด้วย เช่น ถ้าอัตราส่วนของค่าขนส่งต่อต้นทุนทั้งหมดต่ำ จะมีผลทำให้แนวโน้มภาวะการแข่งขันกระจายไปทั่วกว้างขวาง รวดเร็ว กว่าสินค้าที่อัตราส่วนค่าขนส่งต่อต้นทุน

ทั้งหมดสูง แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะสินค้าประกอบด้วย ถ้าสินค้ามีลักษณะเบาเสีย  
ง่าย อันเป็นอุปสรรคที่จะส่งไปขายในที่ไกล ๆ ก็จะมีผลทำให้ตลาดที่อยู่ในชนบทที่  
ไกล ๆ การแข่งขันมีความรุนแรงน้อย

3. จำนวนผู้ผลิตและลักษณะการผลิต ลักษณะการผลิตมีผลอย่างมาก  
ต่อการกำหนดโครงสร้างของตลาด อุตสาหกรรมที่มีการผลิตขนาดใหญ่ (Mass  
Production) ยิ่งผลิตมากต้นทุนยิ่งต่ำ จะทำให้โครงสร้างของตลาดมีผู้ขายเพียง  
ไม่กี่ราย ผู้ผลิตจะเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงน้อยกว่าลักษณะของอุตสาหกรรม  
ขนาดเล็กที่ใคร ๆ สามารถเข้ามาผลิตได้ทำให้จำนวนผู้ผลิตมีมากกว่า

4. จำนวนผู้บริโภค ความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดขึ้นอยู่กับจำนวน  
ผู้บริโภคเช่นเดียวกับผู้ขาย ถ้ามีผู้ซื้อเป็นจำนวนน้อยจะทำให้ภาวะความรุนแรงของ  
การแข่งขันน้อยกว่าตลาดที่มีผู้ซื้อจำนวนมาก ลักษณะเช่นนี้ก่อให้เกิดตลาดผู้ซื้อคนเดียว (Mo-  
nopsomy) หรือตลาดผู้ซื้อน้อยราย (Oligopsomy)

5. จำนวนเงินลงทุน ถ้าเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ การผลิตต้องใช้เงินจำ-  
นวนมากเช่นอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ อุตสาหกรรมเหล็ก เป็นต้น จำนวนเงินจะเป็น  
เครื่องกีดกัน (Barrier to Entry) ของผู้ผลิตรายใหม่ ๆ เป็นอย่างมาก หรือ  
ถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่การผลิตต้องใช้ความรู้ความสามารถที่ชำนาญมากก็จะเป็นเครื่อง  
กีดกันเช่นกัน

### พฤติกรรมของแต่ละตลาดตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์

#### การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

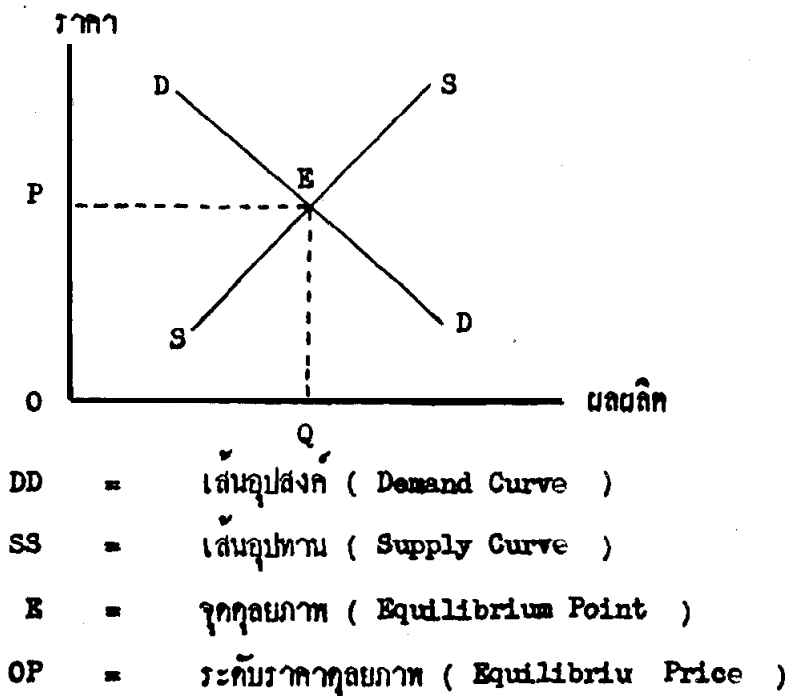
ลักษณะที่สำคัญของตลาดนี้ประกอบไปด้วยผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก  
จนกระทั่งไม่มีผู้ใดหรือฝ่ายใดมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา ราคาของสินค้าในตลาดจะ

ถูกกำหนดโดยเส้นอุปสงค์ของตลาด ( Market Demand ) และเส้นอุปทานของตลาด ( Market Supply ) อันเป็นราคาที่ยอมรับกันทุกฝ่าย กล่าวคือผู้ผลิตยินดีที่จะขายในราคานี้และเป็นจำนวนเท่าที่ตนสามารถจะเสนอขายได้ ฝ่ายผู้ซื้อก็นับที่จะจ่ายในราคานี้ตามจำนวนที่ต้องการ ทั้งนี้จึงไม่มีเหตุผลใดที่ผู้ผลิตจะขายในราคาต่ำกว่าราคาตลาด สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายต่างมีลักษณะเหมือนกัน ( Homogeneous Product ) ในสายตาของผู้ซื้อ นอกจากนี้ตลาดยังเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายเข้าออกในตลาดได้อย่างเสรี ( Free Entry )

การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะกำหนดโดยเส้นอุปสงค์ตัดเส้นอุปทาน เกิดจุดดุลยภาพ ( Equilibrium Price ) ดังรูป

รูปที่ 1.

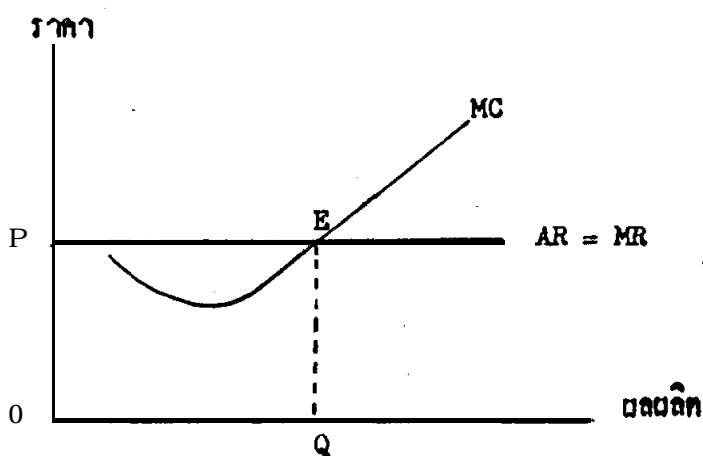


จุกฎสภาพจะเปลี่ยนแปลงต่อเมื่อได้มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์และอุปทานเป็นผลทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายไปหึ่งเส้น (Change in Demand and Supply ) แต่ถ้าหากว่าราคาสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นเปลี่ยนแปลงในตัวเองแล้วจะมีผลเพียงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน ปริมาณการซื้อขาย (Change in Quantities ) เป็นการเคลื่อนภายในเส้นเท่านั้น

### พฤติกรรมแต่ละธุรกิจ ( Firm )

ในสภาพตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ ธุรกิจแต่ละหน่วยจะต้องเป็นผู้รับราคากลาง ( Price Taker ) และสามารถที่จะเสนอขายได้ตามที่ต้องการ ถ้ากำหนดราคาสูงกว่าราคากลางเขาจะขายไม่ได้เลย และจะไม่เป็นการสมเหตุสมผลที่จะกำหนดราคาต่ำกว่าราคากลาง เมื่อเป็นเช่นนี้พฤติกรรมของแต่ละธุรกิจต่างจะต้องพยายามปรับปรุง คุณภาพการผลิตให้ดีขึ้นและวางนโยบายการขายให้เข้ากับสภาพตลาด จึงจะอยู่รอดและสามารถสู้กับคู่แข่งกันได้ ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์รายรับเฉลี่ยจะเท่ากับรายรับส่วนเพิ่ม (จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย) และเท่ากันทุกหน่วยที่ขายได้ เพราะต้องขายในราคาเดียวกันตลอด จึงจะเห็นได้จากรูป

รูปที่ 2.



MC = ต้นทุนส่วนเพิ่มจากการผลิตเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ( Marginal Cost )

MR = รายรับส่วนเพิ่มจากการขายเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ( Marginal Revenue )

AR = รายรับเฉลี่ย ( Average Revenue )

ผู้ผลิตที่ประสงค์จะให้ได้รับกำไรสูงสุด ( Maximize Profit )

จะยึดหลักผลิต ณ จุดซึ่งต้นทุนส่วนเพิ่ม ( MC ) เท่ากับรายรับเฉลี่ย ( AR ) และเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม ( MC ) นั่นคือ  $MC = AR = MR$

ขายในราคา OP และปริมาณเท่ากับ OQ ถ้าการผลิตที่เพิ่มขึ้นแต่ละหน่วยก่อให้เกิดรายรับ ส่วนเพิ่มสูงกว่าต้นทุนส่วนเพิ่ม ขอมทำให้กำไรของผู้ผลิตเพิ่มขึ้น เมื่อผลิตเพิ่มขึ้น แต่ถาการผลิตเพิ่มขึ้นแต่ละหน่วยก่อให้เกิดต้นทุนส่วนเพิ่มสูงกว่ารายรับส่วนเพิ่มแล้ว กำไรของผู้ผลิตจะลดลงหรืออาจขาดทุน ดังนั้น เพื่อให้ได้รับกำไรสูงสุด ผู้ผลิตควรเพิ่มการผลิตรวมที่ต้นทุนส่วนเพิ่มน้อยกว่ารายรับส่วนเพิ่ม

จุดหยุดผลิตของธุรกิจ ( Shut Down Point )

ในระยะสั้นต้นทุนคงที่ ( Fixed Costs ) จะไม่มีบทบาทต่อการตัดสินใจผลิตของธุรกิจ ธุรกิจยังคงผลิตต่อไปตราบใที่ราคาสินค้าสูงกว่าต้นทุนแปรผัน ( Variable Costs ) แม้จะขาดทุนต้นทุนคงที่ก็ตาม แต่ผู้ผลิตก็พยายามที่จะทำใ้ขาดทุนน้อยที่สุด ( Minimize Loss ) จึงเป็นสิ่งน่าสนใจว่าธุรกิจควรจะผลิตห้ัง ๆ ที่ขาดทุนหรือควรจะหยุดผลิต

การอธิบายค่าคอมนี้ ใ้อาศัยการพิจารณาจากต้นทุนคงที่ ในการผลิตระยะสั้นเนื่องจากการผลิตจะต้องมีค่าใช้จ่ายประเภทค่าเช่า, คอกเบี้ย เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดเวลาไม่ว่าจะผลิตหรือไม่ แม้หยุดผลิต ต้นทุนเหล่านี้ก็ยังคงเกิดขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ จะเห็นใ้ว่าธุรกิจควรที่จะผลิตต่อไปตราบใที่รายได้สูงกว่าต้นทุนแปรผัน ทั่ว

อย่าง สมมุติว่า ธุรกิจผลิตสินค้ามีต้นทุนทั้งหมด 3,800 บาท ราคาสินค้าหน่วยละ 40 บาท ผลิตเป็นจำนวน 70 หน่วย ต้นทุนแปรผันเฉลี่ยต่อหน่วย เท่ากับ 35 บาท ธุรกิจจะมีรายรับเท่ากับ 2,800 บาท ในขณะที่เป็นค่าต้นทุนแปรผัน 2,450 บาท ที่เหลือ 350 บาท เป็นรายรับส่วนที่สามารถนำมาชดเชยต้นทุนคงที่ที่เสียไปทำให้ธุรกิจขาดทุนเพียง 650 บาท แทนที่จะเป็น 1,000 บาท ถ้าหยุดผลิตเลย ก็นั้นจึงเป็นเหตุผลว่าธุรกิจควรจะผลิตต่อไปตราบิโตที่ยังคุ้มกับต้นทุนแปรผัน

### ข้อควรคำนึงของผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1. ถ้าราคาตลาดต่ำกว่าต้นทุนการผลิตในระยะสั้น ถ้าผู้ผลิตไม่สามารถจะแก้ไขได้ก็จะต้องยอมรับการขาดทุนนั้น แต่ถ้าในระยะยาวแล้ว ในที่สุดผู้ผลิตรายนี้จะต้องออกจากวงการไป
2. การที่ผู้ผลิตยอมรับการขาดทุนในระยะสั้นนั้น เนื่องจากหวังว่าเขาจะสามารถทำรายได้เพิ่มขึ้นในวันข้างหน้า เมื่อผู้บริโภคยอมรับและสามารถขายได้เพิ่มขึ้น หรือเมื่อปรับปรุงการผลิตมีประสิทธิภาพดีขึ้นต้นทุนจะลดลง
3. ในตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ผู้ผลิตจะต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของราคา เพราะราคาถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานตลาด และสินค้าสามารถทดแทนกันได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์สินค้ามีความแตกต่างกัน ผู้ผลิตย่อมจะมีอำนาจในการกำหนดราคาได้มากกว่า
4. ในตลาดนี้การโฆษณาจะไม่มีผลสำคัญ เพราะสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายเหมือนกัน การโฆษณาของผู้ผลิตรายใดก็ตามจะไม่มีผลต่อการที่จะสร้างความต้องการในสินค้าให้เพิ่มขึ้นไปได้เลย

### คุณภาพของอุตสาหกรรม

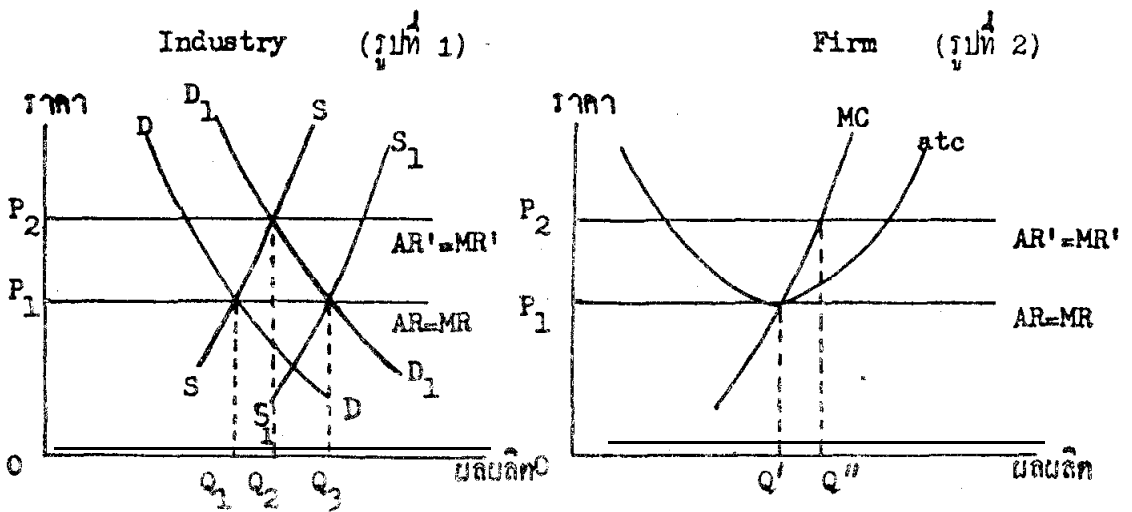
ความหมายของอุตสาหกรรมอย่างกว้าง ๆ หมายถึงผู้ผลิตทั้งหลายที่ผลิตสินค้าคล้าย ๆ กัน ดังเช่น อุตสาหกรรมน้ำตาล อุตสาหกรรมมันสำปะหลัง อุตสาหกรรม

ประเภทเครื่องพิมพ์ อุตสาหกรรมทอผ้า เป็นต้น ในความหมายที่แคบ จะหมายถึงเฉพาะผู้ผลิตสินค้าที่เหมือนกันในสาขาของผู้ซื้อ เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ผลิตสินค้าหลายอย่าง อาจถูกจัดอยู่ในหลายอุตสาหกรรม<sup>3</sup>

การปรับตัวเพื่อให้ได้คุณภาพในระยะยาวของอุตสาหกรรม

การได้คุณภาพในระยะยาวของอุตสาหกรรม หรือผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะมีลักษณะที่ว่าเมื่อได้ราคาระดับหนึ่งจะไม่มีการเข้าออกของผู้ผลิตอีก การปรับตัวในระยะยาวของอุตสาหกรรมจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาหรือผู้ผลิตรายเก่าถอนตัวออกไปที่มีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาเพราะการผลิตรายนั้นไม่มีกำไรเกินปกติ ( Excess Profit ) เป็นแรงจูงใจนั่นเอง ลักษณะการปรับตัวจะเกิดขึ้นดังนี้

กรณีการผลิตมีต้นทุนการผลิตคงที่ ( Constant Cost )



รูปที่ 1. แสดงถึงอุปสงค์และอุปทานของตลาด ( Industry ) ราคาจะถูกกำหนด ณ จุดตัดกันของเส้น  $DD'$  และ  $SS'$  ณ ระดับราคา  $OP_2$  และปริมาณผล

<sup>3</sup> R.L. Varshney and K.L. Maheshwari, op.cit. P. 152



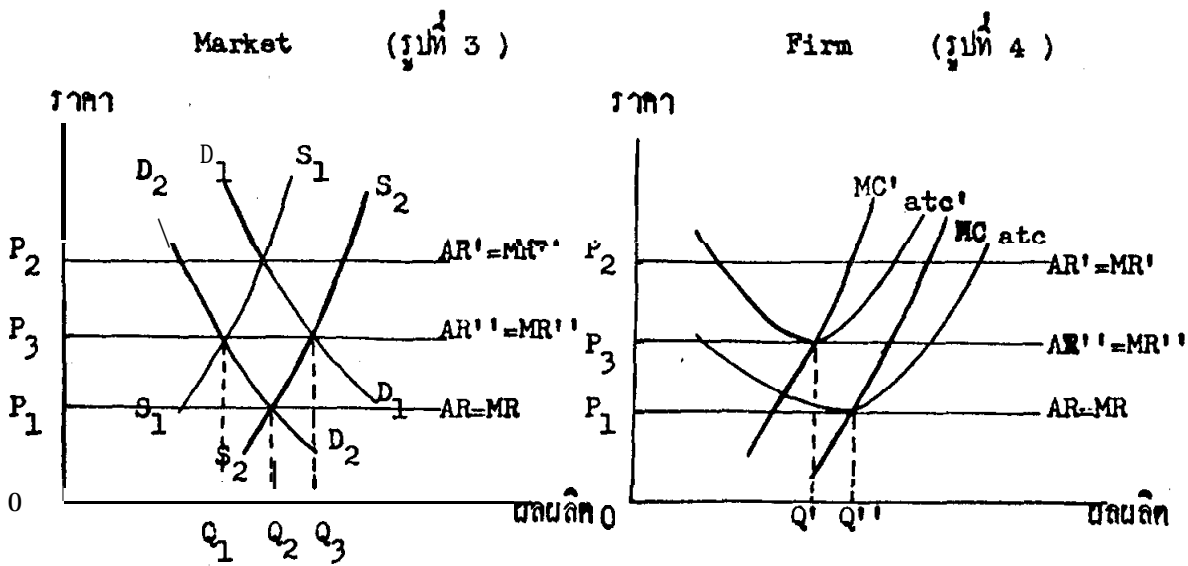
ผลิต  $OQ_1$  รายรับส่วนเพิ่ม ( MR ) และรายรับเฉลี่ย ( AR ) จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนอนโดยลากออกจากแกนราคา ณ ราคักราคา  $OP_1$

รูปที่ 2. แสดงถึงอุปสงค์และอุปทานของผู้ผลิตแต่ละราย ( Firm ) จากรูปผู้ผลิตจะต้องขายสินค้าตามราคาตลาด คือ ณ ราคักราคา  $OP_1$  เป็นปริมาณเท่ากับ  $OQ_1$  เมื่อรวมปริมาณการเสนอขายของผู้ผลิตแต่ละรายเข้าด้วยกัน ก็จะกลายเป็นปริมาณขายในตลาดนั่นเอง ผู้ผลิตแต่ละรายจะได้ดุลยภาพระยะสั้น ( Short-Run Equilibrium ) เนื่องจากผู้ผลิตยี่ห้หลักผลิต ณ ปริมาณ  $MC = MR$  และเท่ากับต้นทุนรวมเฉลี่ย ผู้ผลิตแต่ละรายจึงอยู่ ณ จุดคุ้มทุน ( Break-even Point ) และได้รับเพียงกำไรปกติ ( Normal Profit ) เท่านั้น จะไม่มีสิ่งดึงดูดใจให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามา ผู้ผลิตเดิมจะไม่ออกไปเช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนั้นทำให้ราคาต่อไปได้กว่าในระยะยาวนั้นผู้ผลิตในตลาดจะได้รับเพียงกำไรปกติ ตลาดจะได้ดุลยภาพระยะยาวนั่นเอง

ถ้าสมมุติต่อไปว่าเกิดความต้องการเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้เส้นอุปสงค์ ( Demand ) เปลี่ยนมาเป็นเส้น  $D_1D_1$  ตัดกับเส้นอุปทานเดิม ( SS ) ณ ราคักราคาที่สูงขึ้น เป็นราคักราคา  $OP_2$  และทำให้รายรับเฉลี่ย ( AR ) กับรายรับส่วนเพิ่ม ( MR ) ของผู้ผลิตแต่ละราย เปลี่ยนไปเป็นเส้น  $AR'$  และ  $MR'$  ณ ราคักราคา  $OP_2$  ทั่วๆ ในระยะสั้นผู้ผลิตจะปรับปริมาณการผลิตเป็น  $OQ''$  และผลผลิตของทั้งอุตสาหกรรมจะเพิ่มเป็น  $OQ_3$  ผู้ผลิตแต่ละรายจะได้ดุลยภาพระยะสั้นอีกครั้งหนึ่ง แต่ ณ ราคักราคา  $OP_2$  นี้ อยู่เหนือระดับต้นทุนรวมเฉลี่ย ( Average Total Cost, etc. ) ทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายมีกำไรเกินปกติ ( Excess Profit ) อันจะเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ผลิตรายใหม่สนใจ และเข้ามาผลิตเพิ่มขึ้นเป็นผลทำให้เส้นอุปทานเปลี่ยนมาเป็นเส้น  $S_1S_1$  ราคักราคาจะลดลง การเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนรวมเฉลี่ย ( etc ) เพราะสมมุติให้คงที่ ไม่ว่าผู้ผลิตจะเข้ามาผลิตและซื้อวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้นเท่าใดก็ตาม ราคาวัตุดิบก็ไม่เปลี่ยนแปลง เส้นต้นทุนรวมเฉลี่ยคงเป็นเส้นเดิม แต่เมื่อเส้นอุปทานเปลี่ยนเป็น  $S_1S_1$  ตัดกับ  $D_1D_1$  ณ ราคักราคา  $OP_1$

ตามเดิม ถ้าใครเกินปกติจะหมดไป ผู้ผลิตจะลดปริมาณการผลิตลงเรื่อยจนกระทั่งผลิตเพียงรายละ  $OQ'$  ในระดับราคา  $OP_1$  ตามเดิม ผู้ผลิตจะไ้คุณภาพในระยะสั้นอีกครั้งหนึ่ง และตลาดหรืออุตสาหกรรมจะไ้คุณภาพระยะยาว เพราะ ณ ระดับราคา  $OP_1$  นี้จะไม่มีสิ่งจูงใจให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาผลิตแข่งขันเพิ่มขึ้น

กรณีการผลิตมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้น



การวิเคราะห์เช่นเดียวกับกรณีต้นทุนการผลิตคงที่ ต่างกันในกรณีที่ว่า เมื่อมีผู้ผลิตรายใหม่ เข้ามาผลิตมากขึ้น จะมีการแย่งกันซื้อปัจจัยการผลิตทำให้ราคาสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตรวมเฉลี่ย (  $atc$  ) จะสูงขึ้นเป็นเส้น  $atc'$  การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตของอุตสาหกรรมหรือตลาด จะยึดหลักเส้นอุปสงค์คั่นกับเส้นอุปทาน ส่วนผู้ผลิตแต่ละรายจะยึดหลักผลิต ณ  $MC = MR$  เช่นเดียวกัน <sup>4</sup>

การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ภายใต้เงื่อนไขในการกำหนดราคาของผู้ขายรายเดียว ( Monopoly ) หรือกลุ่มผู้ขายที่รวมหัวกันกำหนดราคา ( Oligopoly และ Monopolistic

<sup>4</sup> อ่านรายละเอียดจากตำราเศรษฐศาสตร์จุลภาค

Competition) นั้น มาตรการที่ใช้กำหนดราคาให้เป็นไปตามต้องการจะทำได้มากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับว่ามีอำนาจผูกขาดมากน้อยเพียงใด โดยทั่วไป แบ่งประเภทของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ตลาดผู้ขายผูกขาด ( Monopoly ) และตลาดผู้ซื้อผูกขาด ( Monopsony )
2. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ( Monopolistic Competition )
3. ตลาดผู้ขายน้อยราย ( Oligopoly ) และตลาดผู้ซื้อน้อยราย ( Oligopsony )

### การกำหนดราคาและปริมาณผลิตในตลาดผู้ขายผูกขาด

ลักษณะสำคัญของตลาดผู้ขายผูกขาด คือมีผู้ขายรายเดียวในตลาดไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้ คู่แข่งขันไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ และผู้ขายอยู่ในฐานะที่จะกำหนดราคาสินค้าได้เองตามเส้นอุปสงค์ที่มีความชันลดลง ( Downward sloping ) แสดงว่า แม้ผู้ขายจะมีอำนาจผูกขาดแต่ก็อยู่ภายใต้ขอบเขตของลักษณะความต้องการของตลาด ถ้าผู้ขายต้องการที่จะขายปริมาณมากขึ้น ก็ต้องลดราคาให้ต่ำลงหรือถ้าจะเพิ่มราคาสูงปริมาณการขายก็จะลดลง ทั้งนี้อำนาจของผู้ผูกขาดจะมากหรือน้อยจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการขึ้นราคาสินค้าโดยไม่ทำให้สูญเสียลูกค้าไป หรือไม่ทำให้ผู้บริโภคลดปริมาณการซื้อจนสินค้าขายไม่หมด และในการเพิ่มระดับราคาสินค้าให้สูงขึ้นเล็กน้อย แต่ไหนแต่ไรขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ของราคา ( Price-Elasticity of Demand ) ของสินค้าที่ผู้ผูกขาดขายอยู่ในตลาด นอกจากนี้ถ้าสินค้าอื่นใช้ทดแทนสินค้าของผู้บริโภคได้บ้าง อำนาจการผูกขาดก็จะลดน้อยลง และโดยมากแล้วสินค้าส่วนใหญ่จะใช้ทดแทนกันได้แม้จะเป็นผู้ผูกขาดก็ตาม เช่น ธุรกิจการรถไฟจะคงค่านึงถึงการแข่งขันของบริการของรถยนต์ รถบรรทุก เป็นต้น ยี่งมีสินค้าอื่นใช้ทดแทนได้มาก ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ของผู้ผูกขาดจะยิ่งมีค่ามาก ทำให้โอกาสที่จะเพิ่มราคาเป็นไปได้ก็น้อยลง

ในทางตรงกันข้ามถ้าสินค้าอื่นทดแทนสินค้าของผู้ผูกขาดได้น้อย ค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าน้อย ผู้ผูกขาดจะมีอำนาจในการเพิ่มราคาสินค้าได้มาก โดยไม่มีผลทำให้ปริมาณการขายลดลงมาก ในความเป็นจริงแล้วมีเงื่อนไขอยู่ 2 ประการที่ทำให้ผู้ผูกขาดมีอำนาจผูกขาดมาก คือ 1. ความไม่สามารถใช้สินค้าอื่นมาทดแทน อย่างไรก็ดีความเป็นการยากที่จะกำหนดได้ว่ากิจการใดผูกขาดหรือกิจการใดไม่ผูกขาด ทั้งนี้การให้ความหมายของการผูกขาดนั้นจึงมีลักษณะแตกต่างกันออกไป ผู้ผูกขาดอาจหมายถึงผู้ขายคนเดียวหรืออาจหมายถึงผู้ที่เผชิญกับเส้นอุปสงค์ที่ลดลงจากซ้ายไปขวาก็ได้ ธุรกิจ ( Firm ) และอุตสาหกรรม ( Industry ) จะหมายถึง สิ่งเดียวกันในตลาดผูกขาด<sup>5</sup> แต่อย่างไรก็ตามในอุตสาหกรรมที่เคยผูกขาดในช่วงเวลาหนึ่ง แต่ภายหลังการผูกขาดอาจเริ่มลดลงและหมดไปในที่สุดได้ สาเหตุอาจเนื่องมาจากรัฐบาลเข้ามาแทรกแซงกิจการผูกขาดนั้น เช่น ชำระการออกกฎหมายควบคุมให้ธุรกิจประเภทธนาคารต้องจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนภายในเวลา 5 ปีนับแต่ออกกฎหมาย หรือการประจักษ์ธุรกิจคันใหม่ ๆ ทำให้สามารถผลิตสินค้าทดแทนกันได้ง่าย ก็จะทำให้เกิดคู่แข่งขึ้นได้ง่ายขึ้น หรือมีการเปลี่ยนแปลงในเส้นอุปสงค์ของผู้บริโภค อาจจะเป็นเพราะจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น รสนิยมเปลี่ยนไปหรือฐานะของผู้บริโภคเปลี่ยนไปก็ได้ อันมีผลกระทบให้สภาพผูกขาดลดลงได้

สาเหตุที่ทำให้เกิดการขายผูกขาด กิจการผูกขาดอาจเกิดขึ้นได้หลายสาเหตุดังต่อไปนี้

1. รัฐบาลให้สิทธิแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคล หรือรัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ แต่เพียงผู้เดียวในการดำเนินธุรกิจ เช่น โรงงานกลั่นน้ำมัน กิจการไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์ เป็นต้น ในกิจการที่ให้บริการด้านสาธารณูปโภค การประหยัดเนื่องจากขนาด ( Economies of Scale ) มีความสำคัญมากจนเป็นไปได้ที่จะให้หลาย ๆ

<sup>5</sup> บุญ ทาสิทธิ์, ทฤษฎีราคา (พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปี พ.ศ. 2514) หน้า 238.

ธุรกิจต่างคนต่างผลิต บางกรณีรัฐบาลอาจสงวนสิทธิในกิจการที่ดำเนินการค้าระหว่างประเทศ เช่น การขายสินค้าทางชนิก ซึ่งรัฐบาลเป็นผู้ทำเอง หรืออาจให้บุคคลรายใดรายหนึ่งดำเนินการในกรณีต่าง ๆ นี้ เป็นการอนุญาตโดยกฎหมายให้สิทธิพิเศษจนทำให้เกิดการผูกขาด

2. ความจำเป็นที่คงเป็นเจ้าของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต ในปริมาณมาก ๆ เช่น ในกรณีที่ขนาดของการผลิตอย่างประหยัด ต้องมีขนาดใหญ่พอ จึงก่อให้เกิดการผูกขาด เช่น โรงงานผลไม้มะม่วง ต้องใช้วัตถุดิบมาก ในแต่ละแห่งที่ตั้งโรงงานจึงมีผู้ผลิตเพียงรายเดียว เป็นการผูกขาดโดยธรรมชาติ ( Natural Monopoly )<sup>6</sup>

3. เป็นผู้ที่มีความชำนาญพิเศษในการผลิตนั้น ๆ หรือมีวิธีการผลิตที่คนอื่นทำไม่ได้ เลียนแบบได้ยาก หรือเป็นเจ้าของวัตถุดิบที่หายาก แต่เพียงผู้เดียว จนกลายเป็นผู้ผูกขาด

4. ความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ห้อยหอนหนึ่งโดยเฉพาะ หรือความไม่รู้ ไม่พยายามแสวงหาสินค้าทำให้เกิดตลาดผู้ขายผูกขาดได้

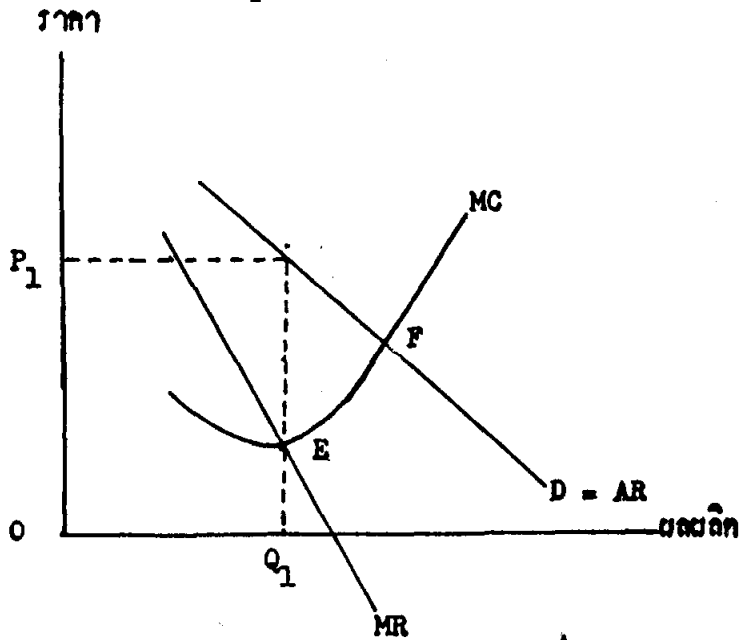
### ตลาดผู้ขายผูกขาด

ผู้ผลิตต้องเผชิญกับเส้นอุปสงค์ที่มีความชัน ( Slope ) เป็นลบ ทอดลงจากซ้ายไปขวา และในการแสวงหากำไรสูงสุด (Maximize Profit) ผู้ผูกขาดจะจำกัดปริมาณการผลิต แต่ยังคงยึดหลักการผลิต ณ จุดที่ต้นทุนส่วนเพิ่ม ( MC ) เท่ากับรายรับส่วนเพิ่ม ( MR )

---

<sup>6</sup> Ferguson and Gould, Micro economics Theory (Illinois : Richard D. Irwin, Inc., 1975) P. 262

รูปที่ 1.



ผู้ขายผูกขาด ผลิตที่  $MC = MR$  ณ จุด E กำหนดราคาหน่วยละ  $OP_1$  ผลิตสินค้าเท่ากับ  $OQ_1$  หน่วย ซึ่งเป็นปริมาณที่น้อยกว่าการผลิตในตลาดแข่งขันที่สมบูรณซึ่งจะผลิต ณ จุด F ที่ผู้ผูกขาดผลิตน้อยกว่า เพราะ MR และ AR ไม่ใช่เส้นเดียวกัน MR ต่ำกว่า AR ราคั้จริงสูงกว่าและปริมาณผลิตน้อยกว่าในตลาดแข่งขันสมบูรณ

ผลเสียของตลาดผู้ขายผูกขาด

1. เมื่อผู้ผลิตมีอำนาจการขายในตลาด ( Market Power ) โดยจำกัดปริมาณการผลิต ผู้ผลิตจะได้กำไรมากกว่ากรณีที่ไม่ม้ออำนาจในการจำกัดปริมาณและการกระทำเช่นนี้ ผู้ที่ควรได้รับความเสียหายคือผู้บริโภคนั่นเอง
2. ทางเลือกของผู้บริโภคมีจำกัด กล่าวคือ ผู้บริโภคอยู่ใต้อิทธิพลของการตัดสินใจของผู้ผูกขาดซึ่งไม่เพียงแต่ในเรื่องราคาแต่ยังรวมถึงเรื่องปริมาณและคุณภาพของสินค้าและบริการอีกด้วย

3. เนื่องจากไม่มีการแข่งขัน ซึ่งหมายความว่า ไม่มีแรงกดดันหรือ  
ปัจจัยใด ๆ กระทบต่อผู้ผูกขาดให้ประหยัดเท่าที่จะเป็นไปได้ หรือพยายามรักษาคัน  
ทุนให้ต่ำไว้เพราะค่าต้นทุนสูง เนื่องจากการสูญเสียเปล่าของผู้ผลิตก็สามารถเพิ่มราคาสินค้า  
ได้

4. อำนาจผูกขาดทำให้การจัดสรรทรัพยากร เป็นไปอย่างไม่มีประ-  
สิทธิภาพหรือไม่ถูกต้องในแง่สังคมส่วนรวม ในเมื่อผู้ผูกขาดจำกัดปริมาณการผลิต ปริ-  
มาณสินค้าจึงมีน้อยเกินความต้องการของคนในสังคม นอกจากนี้ยังใช้ปัจจัยในปริมาณ  
ที่น้อยเมื่อเทียบกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ทั้งหมดในสังคม ยิ่งใช้ปัจจัยน้อยเท่าใดปริมาณ  
ผลิตสินค้ายิ่งสนองความพอใจของผู้บริโภคได้น้อย ทั้งนี้จึงเป็นการจัดสรรทรัพยากร  
ที่ผิดรูปแบบ

### นโยบายกำหนดราคาของผู้ผูกขาดในระยะยาว

ในการกำหนดนโยบายราคา ผู้ขายผูกขาดมักจะพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ  
ในระยะยาวซึ่งอาจนำมาสู่ นโยบายกำหนดราคาปานกลางหรือสมเหตุสมผลมากกว่าที่  
จะพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ในระยะสั้นแต่เพียงอย่างเดียว ปัจจัยต่าง ๆ ที่ต้องคำนึง  
ถึงมีดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นของประชาชนมีความสำคัญที่ทำให้ผู้ผูกขาดต้องคำนึง  
ถึง และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมแสวงหากำไรของผู้ผูกขาดลงได้ เพราะ  
การกำหนดราคาแบบขูดรีดแสดงถึงการเอาเปรียบมากเกินไป อาจมีผลทำให้ผู้บริโภค  
มีอคติและแสดงออกด้วยการคว่ำบาตรไม่ซื้อสินค้านั้น ( Consumer Boycotts ) ซึ่ง  
อาจจะเป็นไปได้ ทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ที่เป็นทางการเช่น  
การจำกัดสิทธิและการควบคุมโดยกฎหมาย

2. โอกาสที่จะมีคู่แข่ง ถ้าผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งตั้งกิจการขึ้นมาโดย  
สามารถป้องกันการแข่งขันได้อย่างแข็งแกร่ง เช่น อาจได้รับลิขสิทธิ์หรือเป็นเจ้าของ

วัตถุดิบ ผู้ผลิตรายนั้นอาจมีนโยบายขายสินค้าราคาสูงโดยไม่มีการแข่งขันได้ แต่ถ้าไม่สามารถที่จะสร้างกำแพงกีดกันได้ ความกลัวผู้อื่นจะเข้ามาแข่งขันก็จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายราคาของผู้ผลิต

3. ขึ้นอยู่กับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์อันเนื่องมาจากราคา ( Price Elasticity of Demand ) ความสามารถในการหาค่าไรเพิ่มโดยจำกัดปริมาณขายคือหัวใจสำคัญของผู้ผลิต ในแง่นี้ถ้าการยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่ามาก ( Highly Elastic ) ผู้ผลิตสามารถที่จะแสวงหาค่าไรจากการลดปริมาณผลิตได้น้อย แต่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าน้อย ( Highly Inelastic ) ผู้ผลิตจะมีกำไรมากขึ้นเมื่อลดปริมาณการผลิตลง <sup>7</sup> ในระยะยาวผู้บริโภคจะมีปฏิกริยาต่อราคามากกว่าในระยะสั้น ปัจจุบันถ้าผู้ผลิตเป็นผู้ที่ตลาดพอยยอมจะไม่ละเลยที่จะคำนึงถึง ถ้าผู้ผลิตเพิ่มราคาสูงเกินไป ผู้บริโภคจะพยายามจำกัดปริมาณการบริโภค กล่าวคือ ผู้บริโภคจะปรับนิสัยการบริโภคของตนแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้คุ้นเคยกับการบริโภคสินค้าราคาต่ำมากขึ้น

ดังนั้นถ้าผู้ผลิตมีความสุขุมรอบคอบ จึงไม่ควรคำนึงถึงการชกกับความพอใจของประชาชน ผู้ผลิตซึ่งรับนิชอบกับการผลิตเพื่อส่วนรวม ควรจะพยายามผลิตอย่างประหยัดต้นทุนด้วยการใช้ขนาดการผลิตที่ทำให้เกิดการประหยัดได้ ( Economies of large Scale Production ) และจะอยู่ในฐานะที่ถ้าจะผลิตเป็นจำนวนสม่ำเสมอและพอเพียง นอกจากนี้ผู้ผลิตยังสามารถที่จะเอาประโยชน์จากการซื้อปัจจัยและขายสินค้าในปริมาณมากได้ นั่นคือสามารถผลิตในระบอบที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม ทำให้สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ตนเอง สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขัน และการเข้ามาแทรกแซงของรัฐบาลได้

---

<sup>7</sup> อานรายละเอียดเกี่ยวกับความยืดหยุ่น ( Elasticity ) ในตำราเศรษฐศาสตร์



## การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดผู้ซื้อผูกขาด ( Monopsony )

### ลักษณะตลาดผู้ซื้อผูกขาด

1. มีผู้ซื้อเพียงรายเดียวในตลาดสินค้าและบริการนั้น
2. คู่แข่งขันไม่สามารถที่จะเข้ามาแข่งขันซื้อได้
3. ผู้ซื้ออยู่ในฐานะที่จะกำหนดราคาซื้อได้

### สาเหตุที่ทำให้เกิดการซื้อผูกขาด

ตลาดผู้ซื้อผูกขาดส่วนมากเกิดขึ้นในตลาด ปัจจัยการผลิตในที่นี้ปัจจัย หรือทรัพยากรไม่สามารถจะเคลื่อนย้ายได้ง่าย ๆ อาจเป็นเพราะ 1. ปัจจัยนั้นมี น้ำหนักมาก ทำให้เสียต้นทุนค่าขนส่งสูง 2. เมื่อนำไปแปรรูปแล้ว น้ำหนักสูญเสีย มากไม่คุ้มกับที่จะขนส่งไปที่ไกล ๆ 3. อาจจะเป็นผลผลิตที่เน่าเสียหายได้ง่าย ไม่สามารถที่จะให้เวลาในการขนย้ายได้นาน ส่วนมากมักจะเป็นสินค้าทางคานเกษตร เช่น อ้อย มันสำปะหลัง ข้าว เป็นต้น จำเป็นต้องนำมาขายในท้องถิ่นนั้น ๆ 4. แรงงานไม่สามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานในที่อื่นได้ หรือย้ายไปทำงานในที่อื่นได้ หรือย้ายไปทำแห่งใหม่ได้ ดังนั้นนายจ้างผู้ซื้อแรงงานจึงอยู่ในฐานะผู้ซื้อผูกขาด

### ต้นทุนของตลาดผู้ซื้อผูกขาด

เมื่อผู้ซื้อผูกขาดในตลาดปัจจัยการผลิต ราคาของปัจจัยการผลิตจะขึ้นอยู่ กับผู้ซื้อจะกำหนดขึ้น อุปสงค์ของธุรกิจ ( Firm ) กับของอุตสาหกรรม ( Industry ) จึงเป็นสิ่งเดียวกัน เส้นอุปทานในการเสนอขายปัจจัยการผลิตมีลักษณะที่ชันจากซ้ายไป ขวา ความชันมีค่าเป็นบวก ( Positively Sloped ) ผู้ซื้อผูกขาดจะต้องให้ราคา สูงขึ้นเมื่อต้องการที่จะซื้อปริมาณมากขึ้นแต่ละหน่วย อันทำให้ค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มในการ ซื้อปัจจัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ( Marginal Expense of Inputs ) เพิ่มขึ้นทำให้ต้นทุน รวมเพิ่มขึ้น เมื่อเพิ่มปัจจัยแปรผันเพิ่มขึ้นแต่ละหน่วยนั่นเอง

ตารางต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย

หน่วย : บาท

ปัจจัยแปรผัน [Variable Inputs]	ราคาต่อหน่วย ( Price Per unit)	ต้นทุนทั้งหมด (Total. Cost of Inputs )	ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Expense of Inputs )
1	2.00	2	
2	2.50	5	3
3	<b>3.00</b>	9	4
4	3.50	14	5
5	<b>4.00</b>	20	6
6	4.50	27	7
7	5.00	35	<b>8</b>
<b>8</b>	5.50	<b>44</b>	9
9	6.00	54	10
10	6.50	65	11

ที่มา : Ferguson and Gould "Micro Economic Theory "

ผู้ซื้อผู้ขายจะต้องจ่ายซื้อปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้นแต่ละหน่วย ในราคาที่สูงขึ้นหน่วยละ 50 สตางค์ ก็เท่ากับว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนไม่เพียงแต่การจ่ายให้ปัจจัยการผลิตหน่วยเพิ่มใหม่เท่านั้น แต่รวมถึงจะต้องจ่ายให้แก่หน่วยก่อน ๆ ในอัตราใหม่ ด้วยความเส้นอุปทานซึ่งมีความชันเป็นบวกเส้นมีลักษณะทอขึ้นจากซ้ายไปขวา ดังนั้น ค่าใช้จ่ายเพิ่มต่อหน่วย ( Marginal Expense of Inputs, MCI ) แต่ละหน่วยจึงมีค่าสูงกว่าราคาต่อหน่วย พิจารณาได้จากรูป