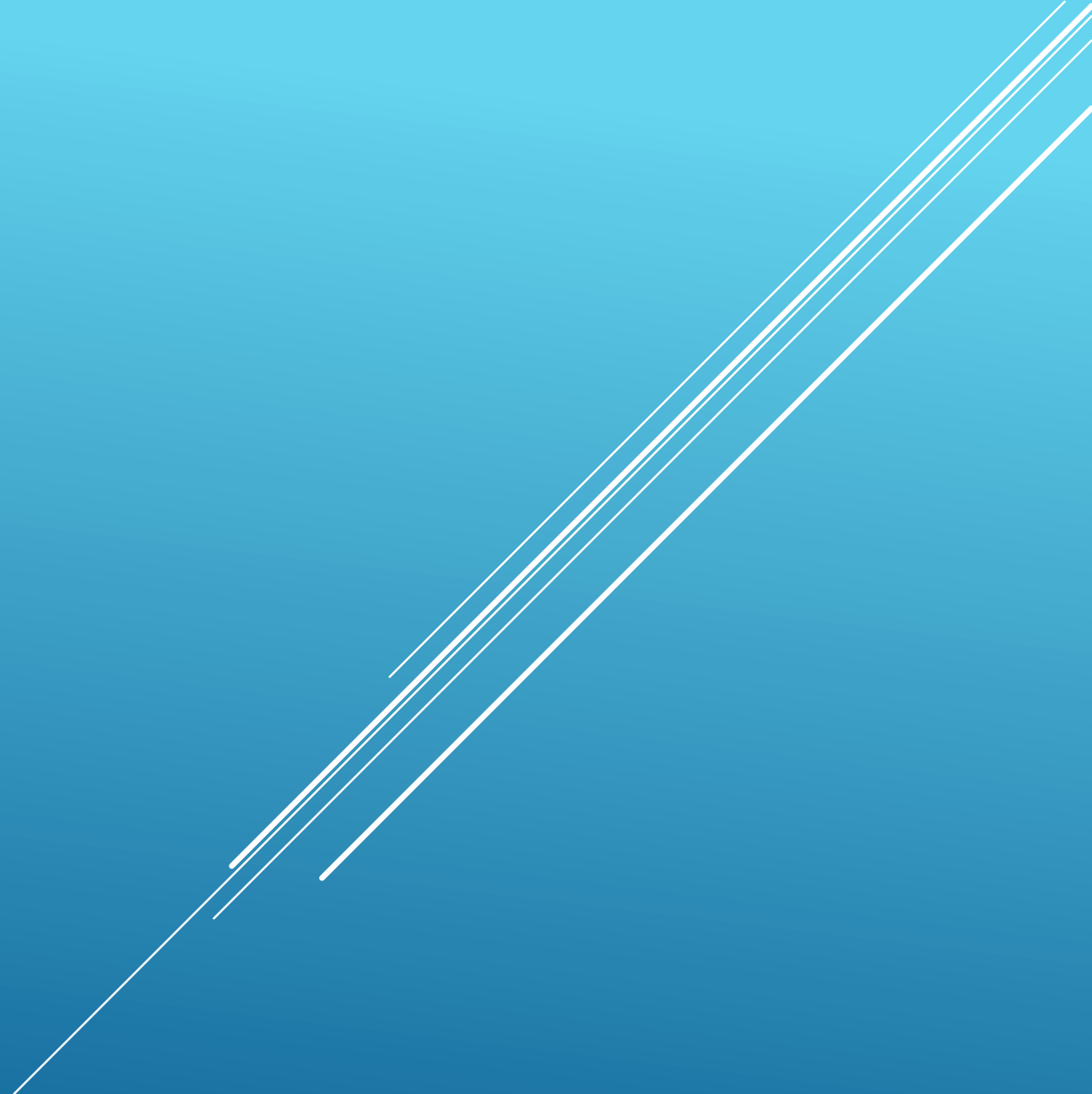


ทฤษฎีการผลิตกับ การบริหารธุรกิจ



- ▶ ธุรกิจมีความ “จำกัด” ในเรื่องปัจจัยการผลิต (คงที่ และผันแปร)
- ▶ ธุรกิจมีช่วงเวลา สถานการณ์ (ทันต่อการจำหน่าย)
- ▶ ธุรกิจต้องมีมาตรฐาน
- ▶ ทุกอย่างต้องใช้ “เงิน” ในการบริหารจัดการ

การผลิต เกี่ยวข้องอย่างไรกับทำธุรกิจ

▶ แนวคิดในเรื่องทฤษฎีการผลิต คึกษาระหว่าง “ปัจจัยการผลิต” และ “ผลผลิต” โดยใช้หลักการว่า

“ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด ... โดยให้ผลผลิตตามที่ต้องการ”

แนวคิดทฤษฎีการผลิต กับการบริหารธุรกิจ

“กระบวนการ หรือขั้นตอนที่เปลี่ยนปัจจัยการผลิตให้เป็นผลผลิต”

ปัจจัยการผลิต เปลี่ยนเป็น สินค้า รวมทั้งเปลี่ยนเป็นสินค้าขั้นกลางทุกชนิด
ในการกระบวนการผลิตด้วย

ความหมายของ ทฤษฎีการผลิต

▶ สัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ที่แสดงอยู่ในฟังก์ชันการผลิต
โดย ... เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง

“ปัจจัยการผลิต และจำนวนปริมาณผลผลิตที่เกิดจากการ
ใช้ปัจจัยการผลิตนั้น ๆ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง

ฟังก์ชันการผลิต

$$\blacktriangleright TP = f(v_1, v_2, v_3, \dots v_n)$$

โดย ...

TP = ปริมาณการผลิตรวม

$v_1, v_2, v_3, \dots v_n$ = ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่ธุรกิจใช้ในการผลิต

เขียนเป็นความสัมพันธ์ได้ ดังนี้



ส่งผลอย่างไร ต่อธุรกิจ

กระบวนการผลิต

ต้นทุนการผลิต

ปัจจัยการผลิต

ค่าแรง

ปริมาณการผลิต

สินค้าเพื่อจำหน่าย

รายได้รวม
ของธุรกิจ

▶ แบ่งออกเป็น ๒ ช่วง ดังนี้

๑. การผลิตระยะสั้น (ปัจจัยคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง)

๒. การผลิตระยะยาว (ปัจจัยคงที่เปลี่ยนแปลงได้ตามความต้องการ)

การแบ่งของทฤษฎีการผลิต

▶ การผลิตระยะสั้น (เหมาะกับธุรกิจการผลิตขนาดเล็ก)

“ช่วงเวลาการผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิตประกอบด้วย ปัจจัยที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงจำนวนได้ (คงที่) และปัจจัยการผลิตที่สามารถเปลี่ยนแปลงจำนวนได้ (ผันแปร) จึงมีการใช้ทั้งปัจจัยทั้ง ๒ อย่างน้อยร่วมกัน ๑ ชนิด

การผลิตระยะสั้น

- ▶ ผลผลิตรวม (**TP : Total product**)
- ▶ ผลผลิตเฉลี่ย (**AP : Average product**)
- ▶ ผลผลิตเพิ่ม (**MP : Marginal product**)

คำศัพท์ที่ต้องรู้ และทำความเข้าใจ

▶ ผลผลิตทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการใช้ปัจจัยผันแปรร่วมกับ
ปัจจัยคงที่ ปริมาณผลผลิตที่ได้จะเปลี่ยนแปลงไปตาม
ปริมาณปัจจัยผันแปรที่ใช้

ผลผลิตรวม (TP : TOTAL PRODUCT)

▶ ผลผลิตรวมทั้งหมดคิดเฉลี่ยต่อปัจจัยผันแปร ๑ หน่วยผลผลิตเฉลี่ยคำนวณได้จาก

$$AP = \frac{TP}{L}$$

AP = ผลผลิตเฉลี่ย

TP = จำนวนผลผลิตรวมทั้งหมด

L = จำนวนปัจจัยผันแปร

ผลผลิตเฉลี่ย (**AP : AVERAGE PRODUCT**)

- ▶ ผลผลิตรวมที่เพิ่มขึ้นเมื่อใช้ปัจจัยผันแปรเพิ่มขึ้น ๑ หน่วย ในระยะแรก que เพิ่มปัจจัยผันแปรเข้าไป ผลผลิตจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้น ต่อมาผลผลิตจะเริ่มลดลง จะกระทั่งเท่ากับศูนย์ และติดลงในที่สุด ซึ่งจะเป็นไปตาม “กฎแห่งการลดน้อยถอยลง” ดังนี้

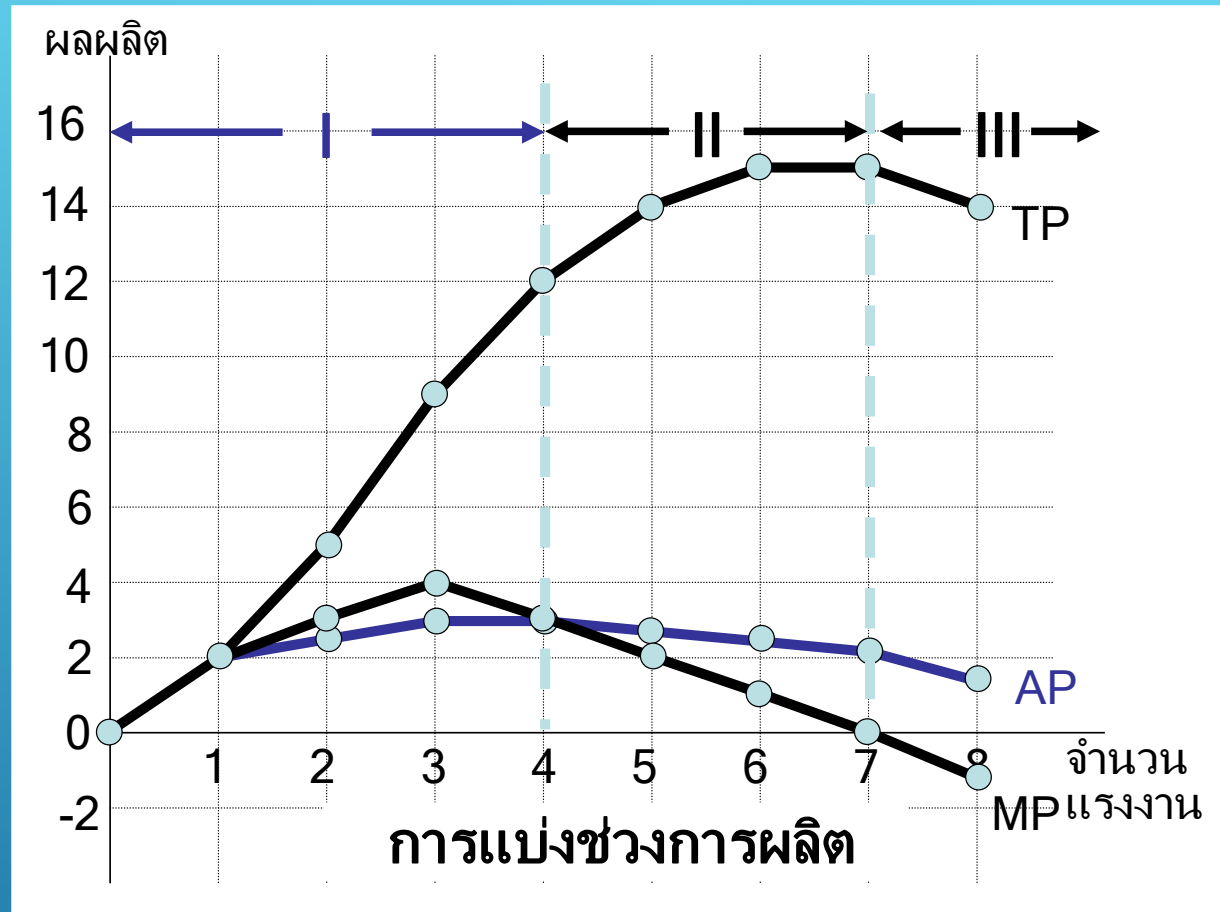
$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

MP = ผลผลิตเพิ่ม

ΔTP = การเปลี่ยนแปลงในผลผลิตรวมทั้งหมด

ΔL = การเปลี่ยนแปลงในปริมาณการใช้ปัจจัยผันแปร

ผลผลิตเพิ่ม (MP : MARGINAL PRODUCT)



แสดงได้ด้วยรูปดังนี้ (การผลิตระยะสั้น)

- ▶ ๑. ความจำกัดของปัจจัยคงที่ ๆ ไม่สามารถเพิ่ม หรือขยายได้ตามความต้องการ
- ▶ ๒. ปัจจัยผันแปรเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม
- ▶ ๓. คชจ.ในการผลิตขึ้นอยู่กับจำนวนปัจจัยผันแปรที่มีต่อการผลิตแต่ละครั้ง
- ▶ ๔. เหมาะกับธุรกิจที่เพิ่มเริ่มต้น
- ▶ ๕. ทักษะของแรงงานการผลิตไม่เท่ากัน

สรุปทฤษฎีการผลิตระยะสั้น

- ▶ ๑. กำหนดปัจจัยผันแปร (ปัจจัยแรงงาน) ที่เหมาะสม
- ▶ ๒. กำหนดแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พิจารณาในช่วงที่ ๒)
- ▶ ๓. ควบคุมค่าจ้างแรงงาน
- ▶ ๔. วางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ
- ▶ ๕. แนวทางในการเพิ่มปัจจัยคงที่

ธุรกิจนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างไร

- ▶ “การผลิตในระยะเวลาที่สามารถเปลี่ยนแปลงขนาด และปริมาณของปัจจัยการผลิตทุกประเภทได้ตามต้องการ” ดังนั้น ปัจจัยการผลิตที่ใช้สำหรับการผลิตมีชนิดเดียว ได้แก่ ปัจจัยผันแปร

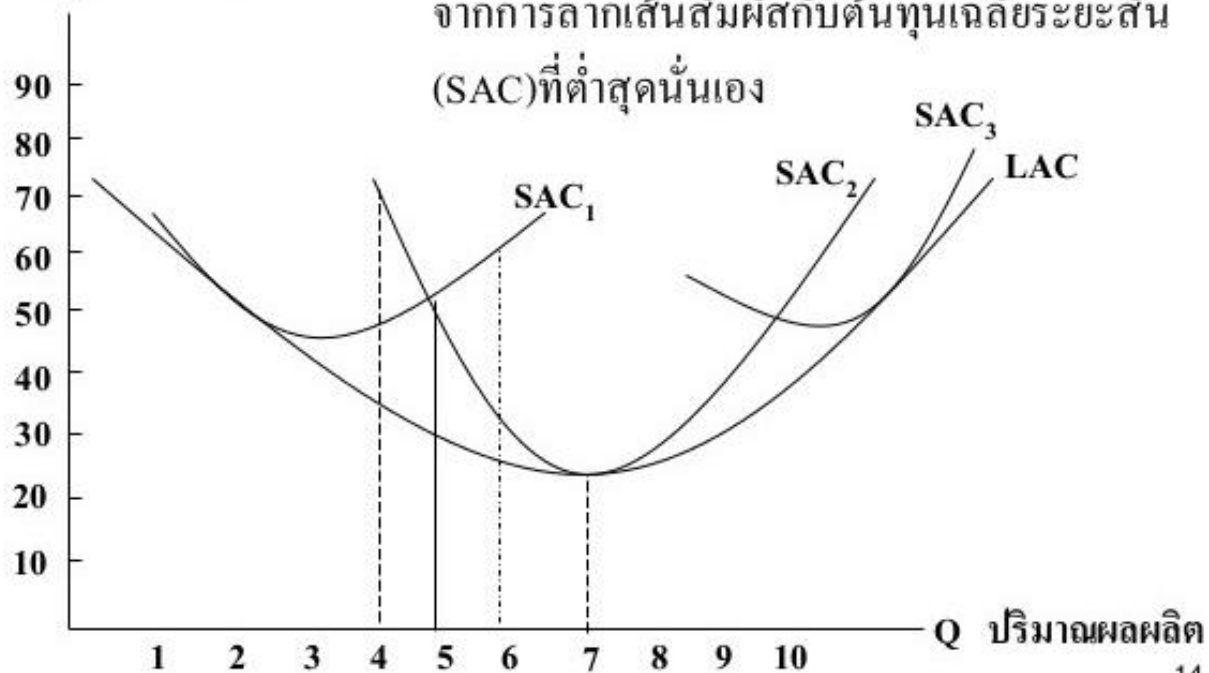
“กฎการประหยัดต่อขนาด”

อธิบายได้ว่า ... ปริมาณผลผลิต เปลี่ยนแปลงไปเพราะปัจจัยการผลิตที่เปลี่ยนไป

การผลิตระยะยาว

ต้นทุนต่อหน่วย

การหาเส้นต้นทุนการผลิตระยะยาว(LAC)หาได้
จากการลากเส้นสัมผัสกับต้นทุนเฉลี่ยระยะสั้น
(SAC)ที่ต่ำสุดนั่นเอง



รูปการผลิตระยะยาว

- ▶ ๑. การเพิ่มปัจจัยทุกชนิดเข้าไปในระบบการผลิตในสัดส่วนเดียวกัน ส่งผลต่อปริมาณ ดังนี้ เพิ่มขึ้น คงที่ ลดลง
- ▶ ๒. ปัจจัยการผลิตให้ผลผลิตที่เท่ากัน (ในระยะยาว)

นักธุรกิจใช้ประโยชน์อย่างไรกับทฤษฎีการผลิตระยะยาว

๑. ประโยชน์ด้านการวางแผนการผลิต = ศึกษาปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต ไปจนถึง ต้นทุนในการผลิตของแต่ละครั้ง

๒. ประโยชน์ด้านการลงทุน = รอบคอบในการลงทุน

๓. ประโยชน์ด้านการกำหนดราคาสินค้า

ต้นทุน

ราคากลาง หรือราคาตลาด

นโยบายในการแข่งขันทางการตลาด

พฤติกรรมผู้บริโภค

๔. ประโยชน์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค = การขยายตลาดใหม่ “ความเต็มใจจะจ่าย”

๕. กลยุทธ์ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

ประโยชน์ในทางธุรกิจ เมื่อนำทฤษฎีการผลิตมาปรับใช้