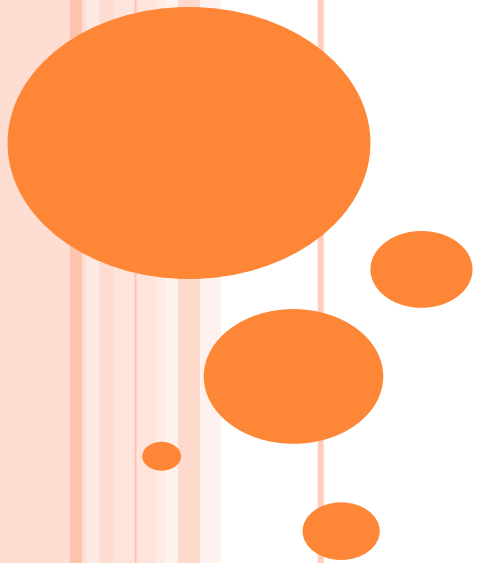


ตลาดในความหมายทางเศรษฐศาสตร์



ความหมายของการตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

บริบทที่มีการตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการ
หรือสิ่งใด ๆ ชนิดหนึ่งระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

เช่น ตลาดข้าวเปลือก ตลาดโคกระบือ ตลาดผักและผลไม้
ตลาดแรงงาน ตลาดหุ้น ตลาดเงินตราต่างประเทศ



องค์ประกอบของตลาด

- ผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)
- ผู้ขาย (ผู้ผลิต)
- สินค้าหรือบริการหรือสิ่งที่ขาย



การพิจารณาลักษณะหรือคุณสมบัติของตลาด (เกณฑ์ที่ใช้แบ่งประเภทของตลาดตามโครงสร้าง)

1. จำนวนผู้ผลิต :

มีจำนวนมากราย หรือน้อยราย

2. ลักษณะของสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตแต่ละราย :

มีลักษณะที่เหมือนกัน หรือ แตกต่างกัน

3. ความยาก-ง่ายในการเข้า-ออกจากตลาด :

ผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้ามาผลิตแข่งขันกับรายเดิมได้หรือไม่

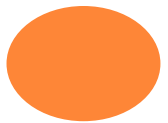
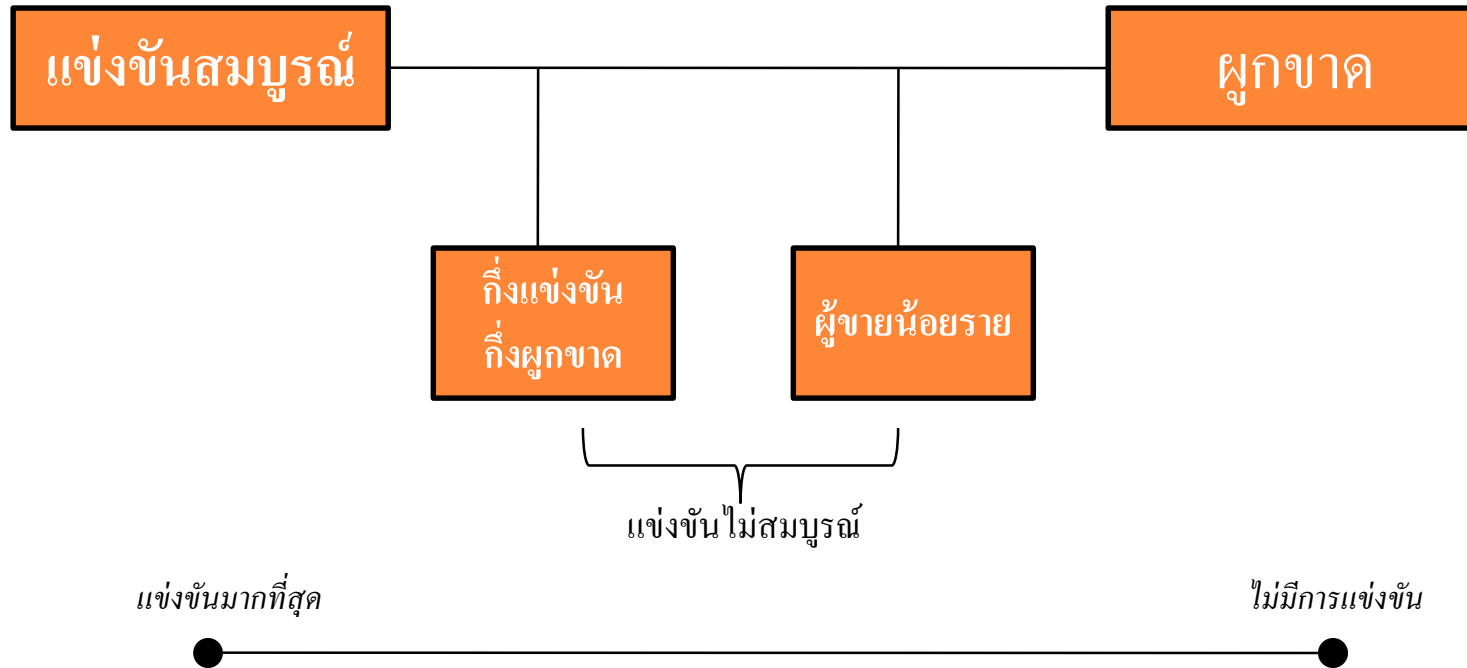


ประเภทของตลาด

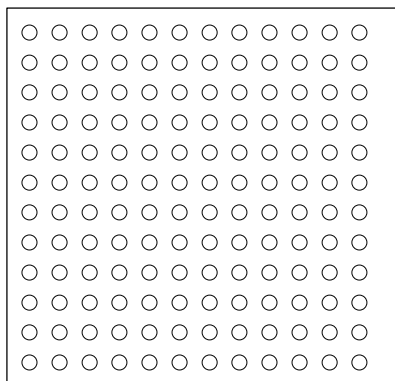
1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition)
2. ตลาดผูกขาด (Monopoly)
3. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competition)
 - ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)
 - ตลาดกึ่งผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)



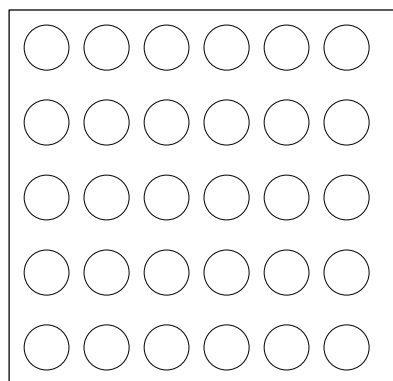
ตลาดประเภทต่างๆตามระดับของการแข่งขัน (จากมากไปน้อย)



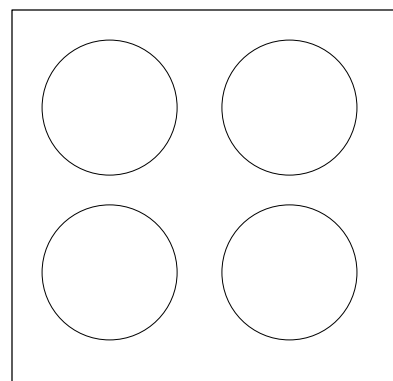
จำนวนหน่วยผลิตในตลาดประเภทต่างๆ



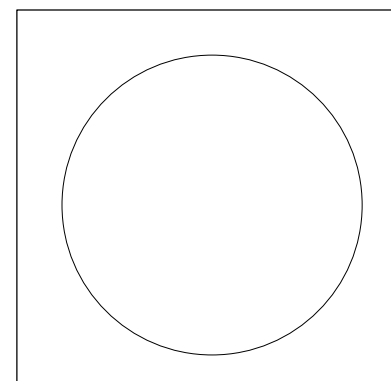
แข่งขันสมบูรณ์



ถึงแข่งขันถึงผูกขาด



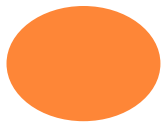
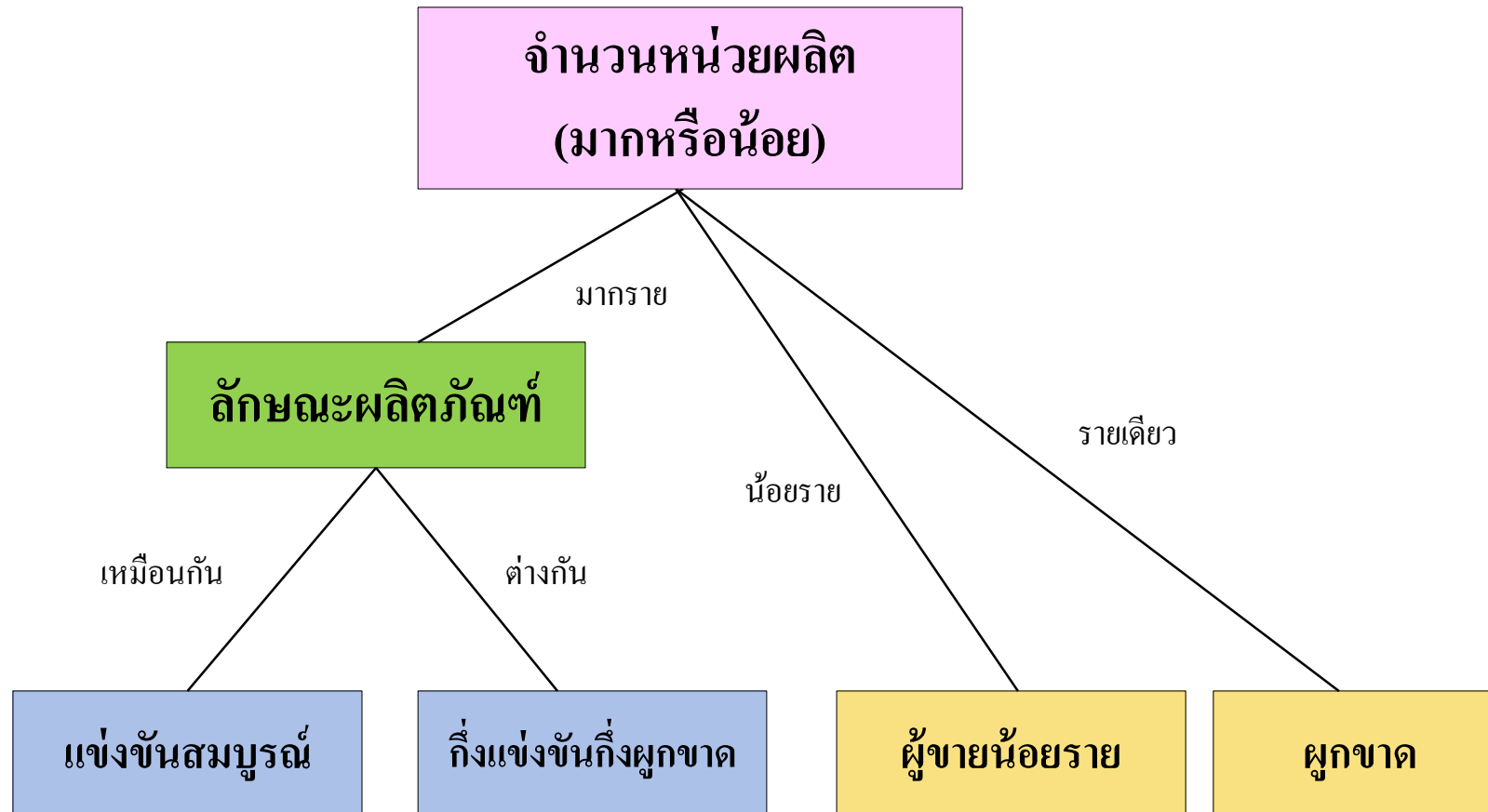
ผู้ขายรายน้อย



ผูกขาด



การพิจารณารูปแบบของตลาด ตามจำนวนผู้ผลิตและลักษณะสินค้า



ตลาดรูปแบบต่างๆ

- ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition Market)
- ตลาดผูกขาด (Monopoly)
- ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competition)
- ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)
- ตลาดกึ่งผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)



ลักษณะหรือคุณสมบัติของการตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1. มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากแต่ละรายเป็นรายเล็กๆ จึงไม่มีรายใดมีอิทธิพลเหนือตลาดผู้ขายแต่ละรายเป็นผู้รับราคา (price taker)
2. สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (homogeneous products) สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ผู้บริโภคจะซื้อของใครก็ได้
3. ผู้ผลิตเข้า-ออกจากตลาดได้ง่าย (free entry and free exit) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะยาว



ตัวอย่างของสินค้า

ที่มีโครงสร้างตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ได้แก่ สินค้าเกษตร เช่น ข้าวเปลือก มันสำปะหลัง
ผักผลไม้ เป็นต้น

หุ้น หรือ พันธบัตรของบริษัทหนึ่งที่ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์



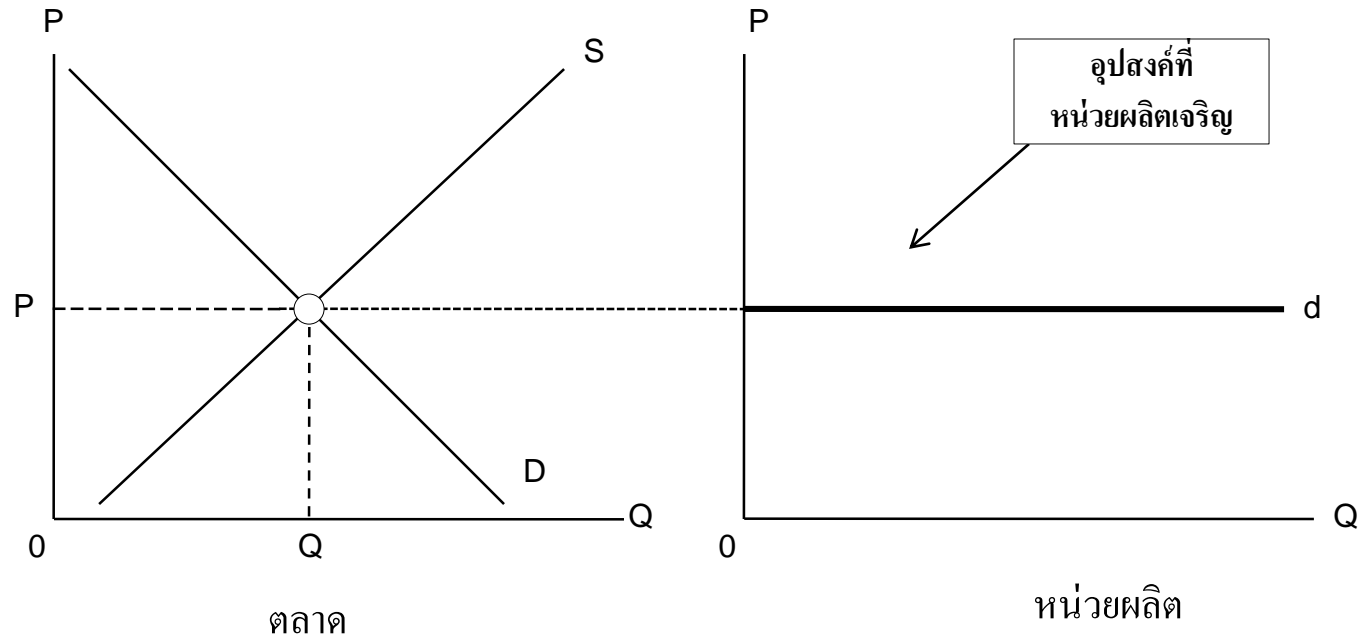
อุปสงค์ที่หน่วยผลิตเผชิญ

หมายถึง อุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภค
มีต่อสินค้าหรือบริการของหน่วยผลิตรายนั้นๆ

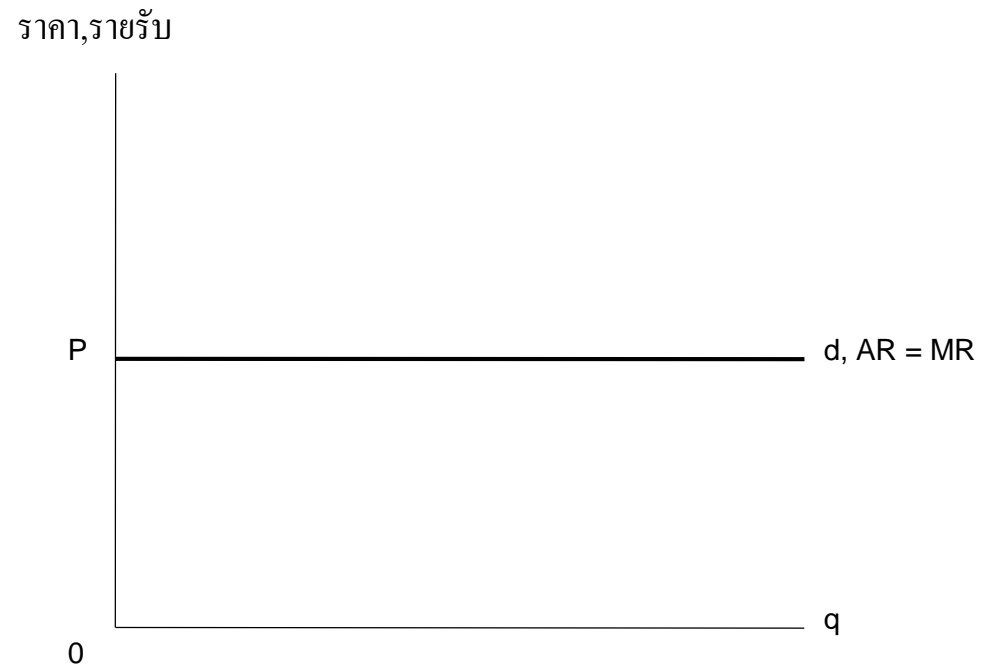
อาจเรียกว่า อุปสงค์ในสายตา หรือในความรู้สึกรักของผู้ผลิต



เส้นอุปสงค์ที่หน่วยผลิตเฉลี่ย



เส้นอุปสงค์และรายรับของหน่วยผลิต



คุณภาพของหน่วยผลิต

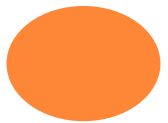
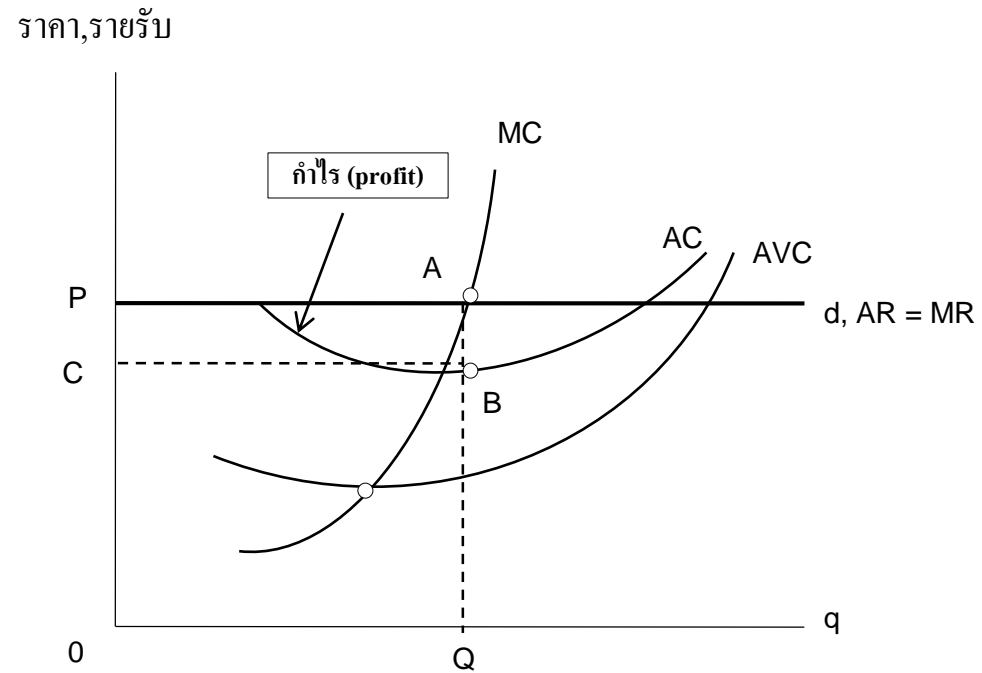
หมายถึง ภาวะที่ทำให้หน่วยผลิตได้รับกำไรสูงสุด
ภาวะดังกล่าวจะเกิดขึ้น ณ ระดับและราคาที่ทำให้
รายรับส่วนเพิ่ม (MR) เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC)

- คุณภาพในระยะสั้น
- คุณภาพในระยะยาว



ดุลยภาพในระยะสั้นของหน่วยผลิต

กรณีมีกำไร



คุณภาพในระยะสั้นของหน่วยผลิต

กรณีขาดทุน : ควรจะผลิตต่อไปหรือไม่

หากหน่วยผลิตประสบกับภาวะการณขาดทุน

การตัดสินใจว่า ควรจะดำเนินการผลิตต่อไปหรือไม่

ขึ้นอยู่กับว่า ราคาที่ขายได้ (P) หรือรายรับเฉลี่ย (AR)

สูงกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ย (AVC) หรือไม่

- ถ้า P ต่ำกว่า AVC ควรหยุดผลิต
- ถ้า P สูงกว่า AVC ควรผลิตต่อไป



คุณภาพในระยะยาวของหน่วยผลิต

ในระยะยาว : ไม่มีปัจจัยคงที่ จึงไม่มีต้นทุนคงที่
จะมีก็เฉพาะต้นทุนแปรผันเท่านั้น
ดังนั้น ถ้าขาดทุน จะเลิกผลิตทันที

ในระยะยาว : จะไม่มีหน่วยผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์รายใด
มีกำไรเกินปกติ เพราะถ้าหากรายใดมีกำไรเกินปกติแล้ว
จะจูงใจให้หน่วยผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาผลิตแข่งขันมากขึ้น
จะส่งผลให้ราคาสินค้าลดลง จนกระทั่งไม่มีกำไรในที่สุด



ลักษณะหรือคุณสมบัติของตลาดผูกขาด

1. มีผู้ผลิตเพียงรายเดียว

ผู้ผลิตมีอิทธิพลเหนือตลาด คือ สามารถกำหนดราคาได้

ผู้ผลิตรายนั้นจึงเป็นผู้ตั้งราคา (price maker)

2. สินค้าของผู้ผูกขาดมักหาสินค้าชนิดอื่นมาทดแทนได้ยาก

3. ผู้ผลิตรายใหม่ไม่สามารถเข้ามาผลิตเพื่อแข่งขันได้

เนื่องจากมีอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาด



ตัวอย่างสินค้าและบริการ

ที่มีโครงสร้างแบบตลาดผูกขาด

สินค้า ได้แก่ บุหรี่ (แต่การขายไม่ผูกขาด)
น้ำประปา

บริการ ได้แก่ ไปรษณีย์ เคเบิลทีวี ไฟฟ้า
รถไฟ รถไฟฟ้า ทางด่วน



อุปสงค์และรายรับที่ผู้ผูกขาดเผชิญ

เนื่องจากในตลาดผูกขาดมีหน่วยผลิตเพียงรายเดียว

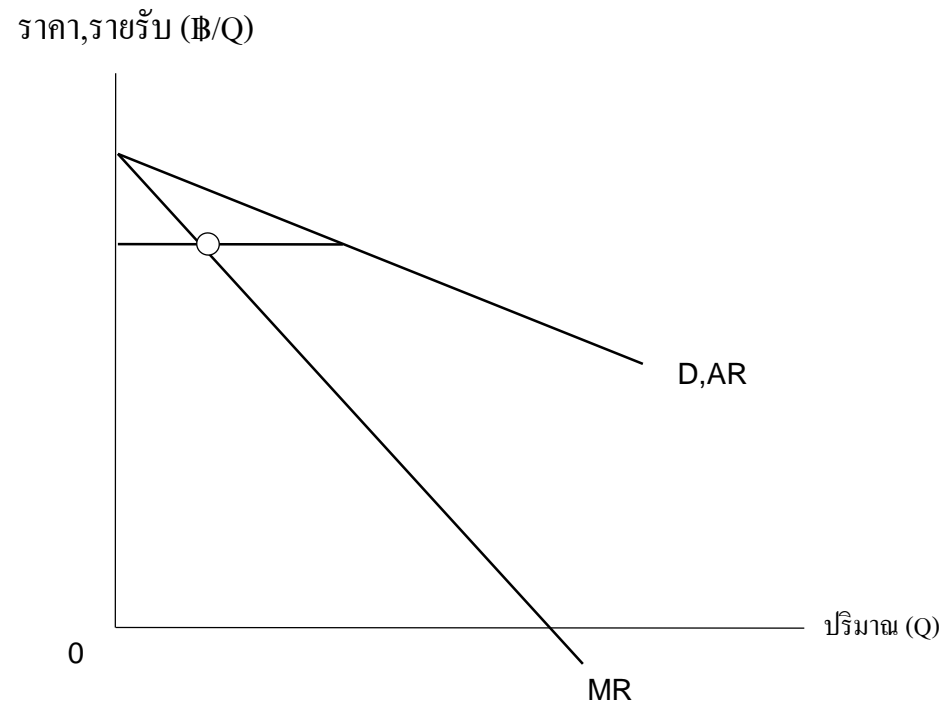
ดังนั้น อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการของตลาดเป็นเช่นไร

อุปสงค์ที่ผู้ผูกขาดเผชิญย่อมเป็นเช่นนั้นด้วย

อุปสงค์ที่ผู้ผูกขาดเผชิญ ก็คือ อุปสงค์ตลาด

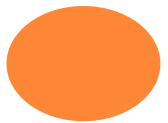
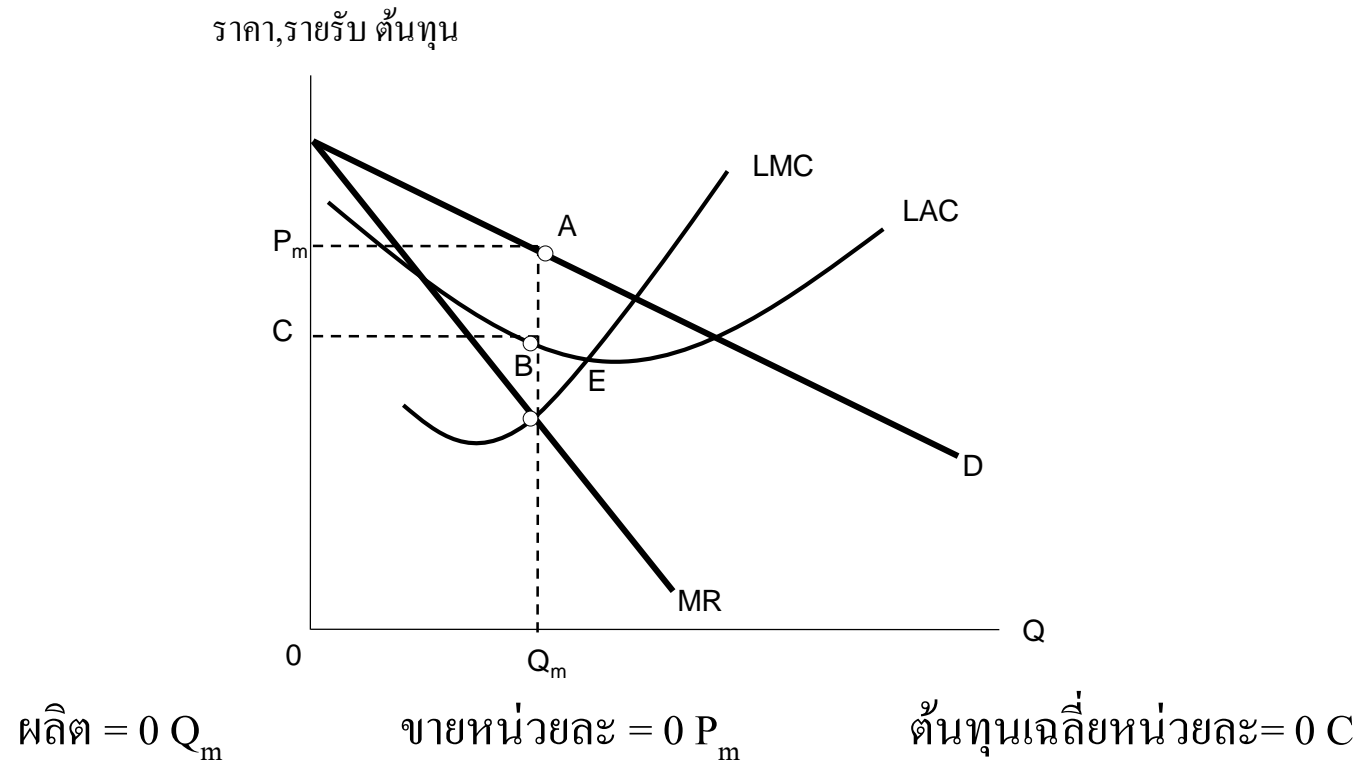


เส้นอุปสงค์และรายรับที่ผู้ผูกขาดเผชิญ



คุณภาพของหน่วยผลิตในตลาดผูกขาด

คุณภาพในระยะยาว



ลักษณะหรือคุณสมบัติของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

1. มีผู้ผลิตหรือผู้ขายตั้งแต่สองรายขึ้นไป

ถ้ามีน้อยราย แสดงว่าเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

แต่ถ้ามีมากราย แสดงว่าเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

2. หน่วยผลิตแต่ละรายมีอำนาจผูกขาดในระดับหนึ่ง

จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนหน่วยผลิต

และพฤติกรรมที่มีต่อกันระหว่างหน่วยผลิต

3. หน่วยผลิตมีข้อจำกัดในการรับรู้หรือเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร



ลักษณะของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

1. มีผู้ผลิตหรือผู้ขายจำนวนมาก แต่ละรายเป็นรายเล็กๆ
สัดส่วนของสินค้ามีไม่มาก
2. สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกัน แต่ก็สามารถ
ใช้ทดแทนกันได้
3. ผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ (ในระยะยาว)



ตัวอย่างของสินค้าและบริการ

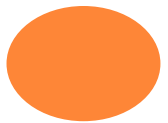
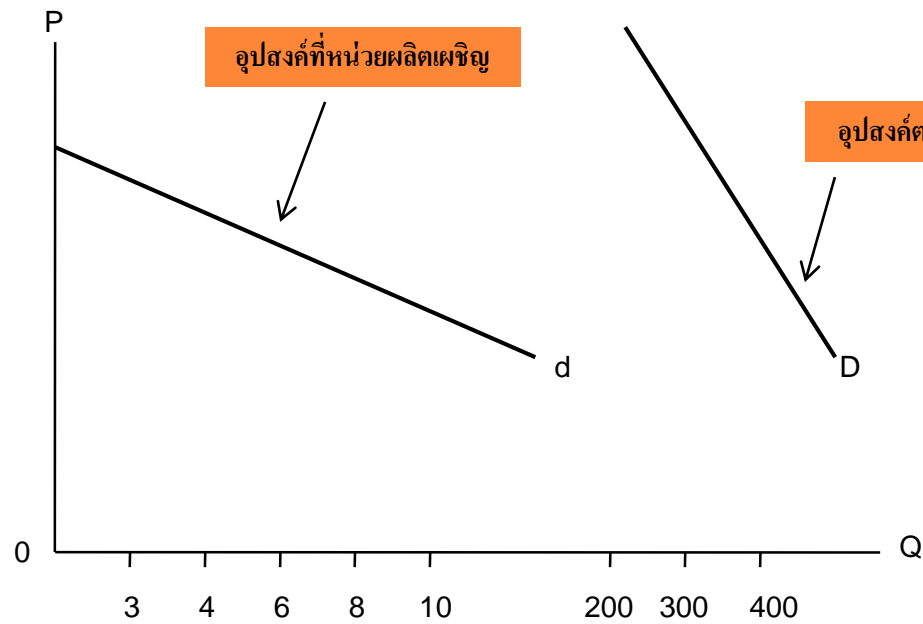
ที่มีโครงสร้างแบบตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

สินค้า ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า ปากกาลูกกลิ้ง
น้ำดื่มบรรจุขวด เป็นต้น

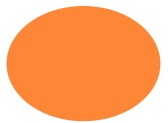
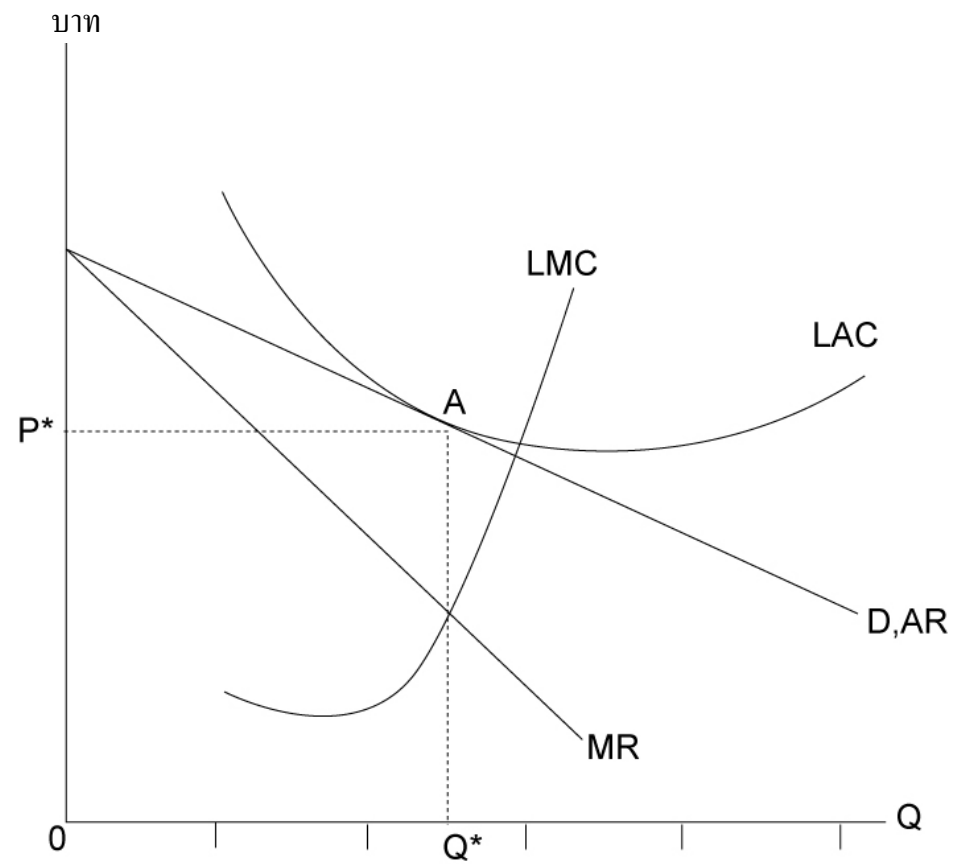
บริการ ได้แก่ ร้านเสริมสวย ร้านอาหาร ภัตตาคาร
ร้านถ่ายเอกสาร เป็นต้น



อุปสงค์ที่หน่วยผลิตเผชิญ



ดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยผลิต



ลักษณะหรือคุณสมบัติของตลาดผู้ขายน้อยราย

1. มีจำนวนผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่มาก

แต่ละรายอาจแข่งขันกัน หรืออาจสมรู้ร่วมคิดกัน

2. สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายอาจเหมือนกันหรือต่างกัน

ถ้าเหมือนกัน: “ตลาดผู้ขายรายน้อยที่แท้จริง” (pure oligopoly)

ถ้าต่างกัน: “ตลาดผู้ขายน้อยรายที่ต่างกัน” (differentiate oligopoly)

หรือ ตลาดผู้ขายน้อยรายไม่แท้ (impure oligopoly)

3. ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดได้ยาก

เนื่องจากมีอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาด



ตัวอย่างของสินค้าและบริการ

ที่มีโครงสร้างแบบตลาดผู้ขายน้อยราย

สินค้า ได้แก่ เหล็ก ทองคำ น้ำมันเชื้อเพลิง เบียร์
ปูนซีเมนต์ รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า

บริการ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า สถานีโทรทัศน์ โทรศัพท์
สายการบิน โรงภาพยนตร์



ข้อดีและข้อเสียของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ข้อดี

1. ผู้บริโภคซื้อสินค้าในราคายุติธรรม

คือ ราคาเท่ากับต้นทุนเฉลี่ย และต้นทุนส่วนเพิ่ม

2. การผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด

คือ ผู้ผลิต ผลิตสินค้า ณ จุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ย

3. ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

เพราะสินค้าของแต่ละรายเหมือนกันทุกประการ



ข้อดีและข้อเสียของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ข้อเสีย

1. ไม่จูงใจให้มีการพัฒนาการผลิต ผ่านการวิจัยและพัฒนา
2. ผู้บริโภคบางคนอาจไม่ได้รับความพอใจสูงสุด
เนื่องจากสินค้าไม่หลากหลาย
3. อาจมีการผลิตหรือใช้ทรัพยากรเกินระดับที่สังคมต้องการ
ถ้ามีผลกระทบภายนอกเชิงลบ



ข้อเสียและข้อเสียของตลาดผูกขาด

ข้อดี

1. ในกรณีที่มี การประหยัดจากขนาด การผลิตจะมี ประสิทธิภาพกว่าตลาดแข่งขันสมบูรณ์
2. เปิดโอกาสให้มีการวิจัยและพัฒนาเทคนิคการผลิต เพราะมีเงินทุนมาก และคุ้มกับการลงทุน
3. ในกรณีที่มีผลกระทบภายนอกในเชิงลบ ปริมาณการผลิต อาจจะไม่เกินระดับที่สังคมต้องการ



ข้อเสียและข้อเสียของตลาดผูกขาด

ข้อเสีย

1. อาจจะไม่มีความสนใจในการปรับปรุงการผลิตและคุณภาพสินค้า เนื่องจากไม่มีคู่แข่ง
2. ปริมาณสินค้านักมีน้อย และมีราคาสูง
3. การใช้ทรัพยากรมักไม่มีประสิทธิภาพ
เนื่องจากปริมาณการผลิตมักต่ำกว่าที่ควรจะเป็น



ข้อเสียและข้อเสียของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ข้อดี

1. ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากความหลากหลายของสินค้า
2. มีการพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอยู่ตลอดเวลา
เนื่องจากการแข่งขันในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ราคา



ข้อเสียและข้อเสียของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ข้อเสีย

1. การผลิตไม่มีประสิทธิภาพหรือสังคมได้ประโยชน์ไม่เต็มที่
ยังมีกำลังการผลิตส่วนเกิน หรือผลิตน้อยเกินไป
2. อาจนำมาซึ่งการทุ่มเททรัพยากรเพื่อการแข่งขันหรือ
การทำลายคู่แข่ง ซึ่งไม่ได้ก่อประโยชน์แก่สังคม



ความล้มเหลวของระบบตลาด

(MARKET FAILURE)

คือ การที่กลไกราคา หรือระบบตลาดไม่อาจชักนำ
ให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจหนึ่งๆ เข้าสู่คุณภาพแบบพारेโต
หรือภาวะที่สังคมได้รับสวัสดิการสูงสุดได้



สาเหตุของความล้มเหลว ของระบบตลาดหรือกลไกราคา

- โครงสร้างตลาดผูกขาด (อำนาจเหนือตลาด)
- ผลกระทบภายนอก
- สิ้นค้าสาธารณะ
- สารสนเทศไม่สมบูรณ์ (อสมมาตรสารสนเทศ)



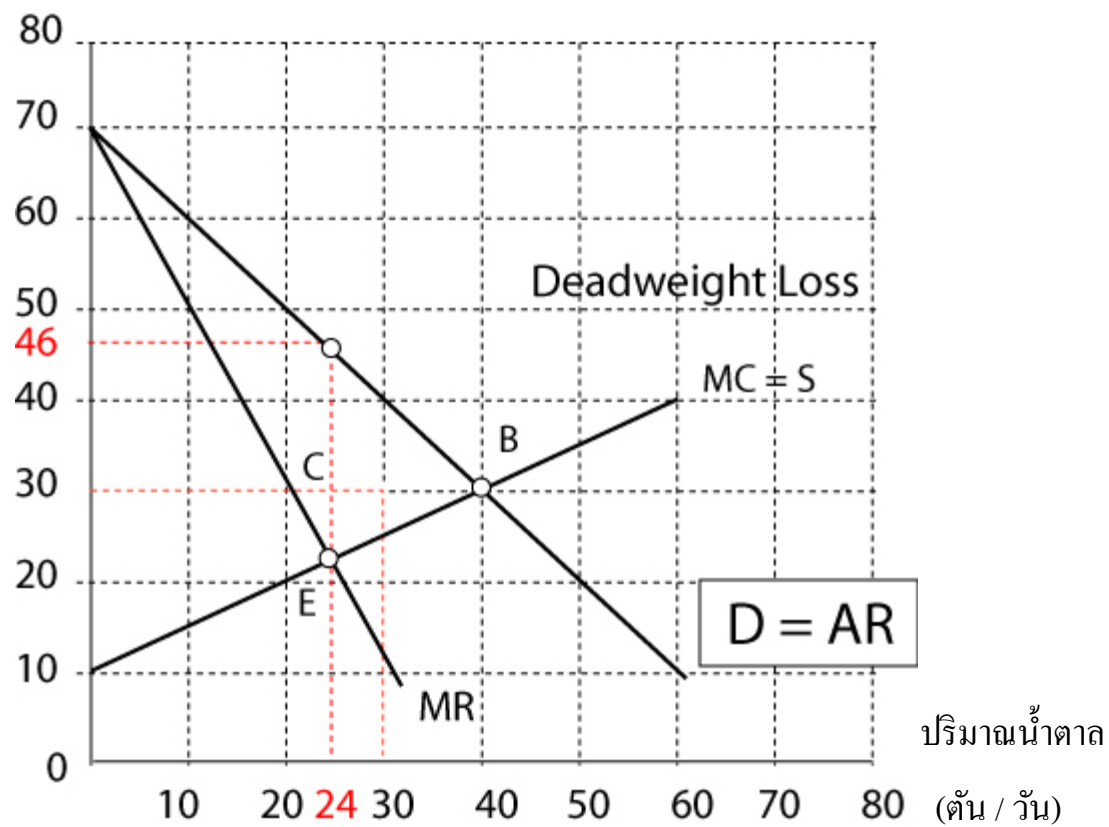
สาเหตุความล้มเหลว ของระบบตลาดเนื่องจากตลาดผูกขาด

- ปริมาณการผลิตน้อยเกินไป (underproduction)
ทำให้สังคมได้รับประโยชน์ไม่เต็มที่
หรือเกิด ความสูญเสียเปล่าทางเศรษฐกิจ
หรือ *deadweight loss*



ตลาดผูกขาดกับประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

ราคา ต้นทุน รายรับ (พันบาท)



ผลกระทบภายนอก (*EXTERNALITIES*)

ผลเสียหรือผลประโยชน์ที่ตกไปยัง
บุคคลอื่น อันเป็นผลมาจากการผลิต
หรือการบริโภคของอีกบุคคลหนึ่ง



ความล้มเหลวของตลาด เนื่องจากผลกระทบภายนอก

ปัญหาของการมีผลกระทบภายนอก
ก็คือ ผลเหล่านี้ไม่รวมอยู่ในราคาตลาด
ทำให้ราคาตลาดไม่สามารถเป็นสัญญาณ
ในการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ



ความล้มเหลวเนื่องจากผลกระทบภายนอก

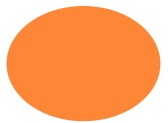
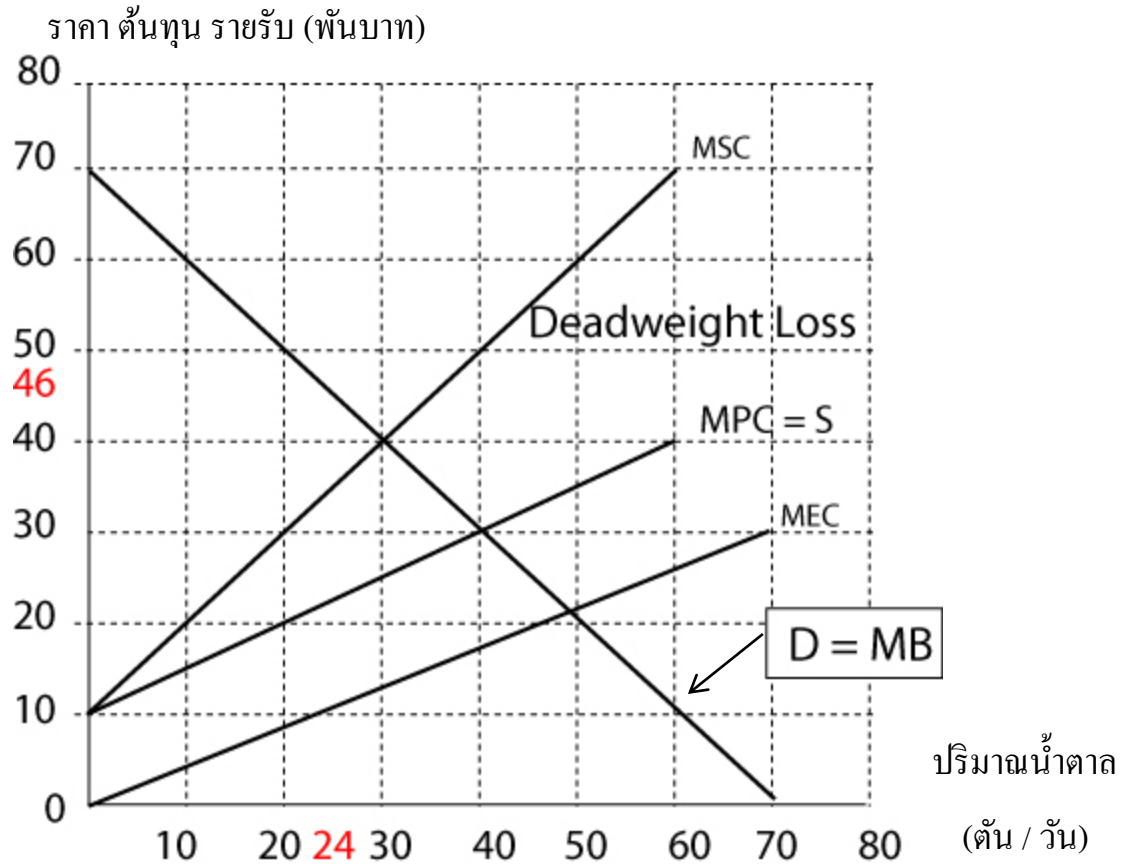
กรณีผลกระทบในเชิงลบ

- ◎ ต้นทุนเอกชนส่วนเพิ่ม (Marginal Private Cost : MPC)
- ◎ ต้นทุนภายนอกส่วนเพิ่ม (Marginal External Cost : MEC)
- ◎ ต้นทุนสังคมส่วนเพิ่ม (Marginal Social Cost : MSC)

$$MSC = MPC + MEC$$



ผลกระทบภายนอกเชิงลบกับความล้มเหลวของตลาด (ตลาดแข่งขันสมบูรณ์)



ความล้มเหลวเนื่องจากสินค้าสาธารณะ หรือ สินค้ามหาชน (PUBLIC GOODS)

สินค้าสาธารณะ สินค้าสาธารณะที่แท้จริง (Pure Public Goods)

คือ สินค้าและบริการที่มีคุณสมบัติสำคัญ 2 ประการดังนี้

1. ไม่เป็นปฏิปักษ์ในการบริโภค (Nonrival)

ถ้าคนหนึ่งบริโภคมากขึ้น อีกคนหนึ่งจะได้บริโภคน้อยลง

2. ไม่สามารถบริโภค (Nonexclusive)

สามารถกีดกันมิให้คนหนึ่งคนใดบริโภคได้



คุณสมบัติของประเภทสินค้า

	Exclusive	Non-Exclusive
Rival	รถยนต์ ทางด่วน	หนังกลางแปลง ปลาในทะเลหลวง
Non-Rival	สัญญาณเคเบิลทีวี การแสดงผลงานศิลป์	การป้องกันประเทศ สัญญาณโทรทัศน์ วิทยุ



ปัญหา *FREE RIDER* (ผู้ไม่ยอมจ่าย, ผู้โดยสารฟรี) ในการบริโภคสินค้าสาธารณะ

คือ ผู้ที่ไม่แสดงความเต็มใจหรือยินดีที่จะจ่ายค่าสินค้าสาธารณะชนิดนั้น ๆ หรือการที่ผู้บริโภคไม่เปิดเผยอุปสงค์ที่แท้จริงของตนเองออกมาจึงไม่มีเอกชนรายใด สนใจผลิตสินค้าประเภทนี้เพราะไม่สามารถกีดกันผู้โดยสารฟรี (Free Rider) ได้

รัฐบาลอาจเข้ามามีบทบาทในการบริการเสียเอง



ความล้มเหลวของตลาดเนื่องจากสารสนเทศไม่สมบูรณ์ (*IMPERFECT INFORMATION*)

หรือ อสมมาตรสารสนเทศ
(Asymmetric Information)

ก่อให้เกิดความล้มเหลวของตลาดในรูปแบบต่างๆดังนี้

- ★ Adverse Selection
- ★ Moral Hazard
- ★ Principal-Agent Problem



การเลือกที่เป็นปรักภัยในตลาดสินค้า

สินค้าคุณภาพต่างกัน แต่ขายในราคาเดียวกันเพราะผู้ซื้อ หรือผู้ขายมีข้อมูล ไม่เพียงพอที่จะประเมินคุณภาพที่แท้จริง ของสินค้า ณ เวลานั้นส่งผลให้ ตลาดมีสินค้าคุณภาพต่ำ ออกวางขายมากเกินไป หรือมีสินค้าคุณภาพสูงน้อยเกินไป เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า ของเหลวใต้อองคิหรือปัญหา

สินค้าย้อมแมว (Lemon Problem)

