เศรษฐศาสตร์เพื่อประกอบธุรกิจอาหาร

เรื่อง เศรษฐศาสตร์การผลิตในธุรกิจอาหาร ตอนที่ 1

ครูเขม อภิภัทรวโรดม
สาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

อุปทาน (Supply) คือ ความต้องการขาย โดยต้องมี ความเต็มใจที่จะเสนอขายหรือให้บริการ และความสามารถในการเสนอขายหรือให้บริการ เป็นเรื่องของผู้ผลิต

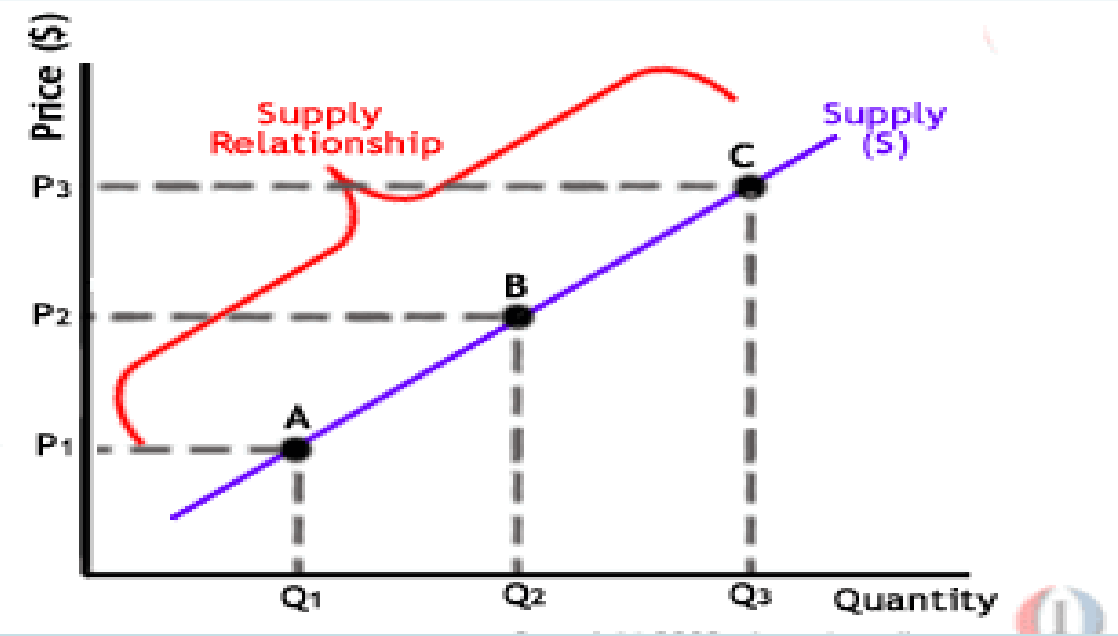
มีปัจจัยกำหนดอุปทาน ได้แก่

- ราคาสินค้า
- ราคาสินค้า
- ฤดูกาล
- ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

- ต้นทุนการผลิต เทคนิคการผลิต
  - ราคาปัจจัยการผลิต
  - จำนวนผู้ผลิตหรือผู้ขาย
  - การเก็บภาษี
  - สภาพดินฟ้าอากาศ

กฎของอุปทาน P↑ S↑ P↓ S ↓

ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น ความต้องการขายจะเพิ่มขึ้น ถ้าราคาสินค้าต่ำลง ความต้องการขายจะลดลง



ตารางอุปทานเงาะของชาวสวนแห่งหนึ่ง

ราคา (บาท)	ปริมาณอุปทาน (กิโลกรัม)
10	20
12	30
14	40
16	50
18	60
20	70

จำไว้ว่า ถ้าถามกฎต้องดู 2 ปัจจัย คือ ราคา และความต้องการซื้อหรือขาย ปัจจัยอื่นๆ ไม่เกี่ยว

ราคาดุลยภาพ คือ ระดับราคาที่ปริมาณซื้อและปริมาณขายเท่ากัน

ปริมาณดุลยภาพ คือ ปริมาณซื้อ และปริมาณขายเท่ากันพอดี ณ ราคาดุลยภาพ

จุดดุลยภาพ คือ ระดับราคา และปริมาณที่เกิดขึ้นตรงจุดที่เส้นอุปสงค์ และเส้นอุปทานตัดกันบนกราฟ

อุปสงค์ส่วนเกิน – สินค้าขาดตลาด เกิดใต้จุดดุลยภาพ

อุปทานส่วนเกิน – สินค้าล้นตลาด เกิดบนจุดดุลยภาพ

สินค้าที่ใช้ประกอบกัน **ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มสูงขึ้น อุปสงค์ต่อสินค้าที่ใช้ประกอบกันจะลดต่ำลง**

สินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ **ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มสูงขึ้น อุปสงค์ต่อสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้จะสูงขึ้น**

ราคาดุลยภาพ

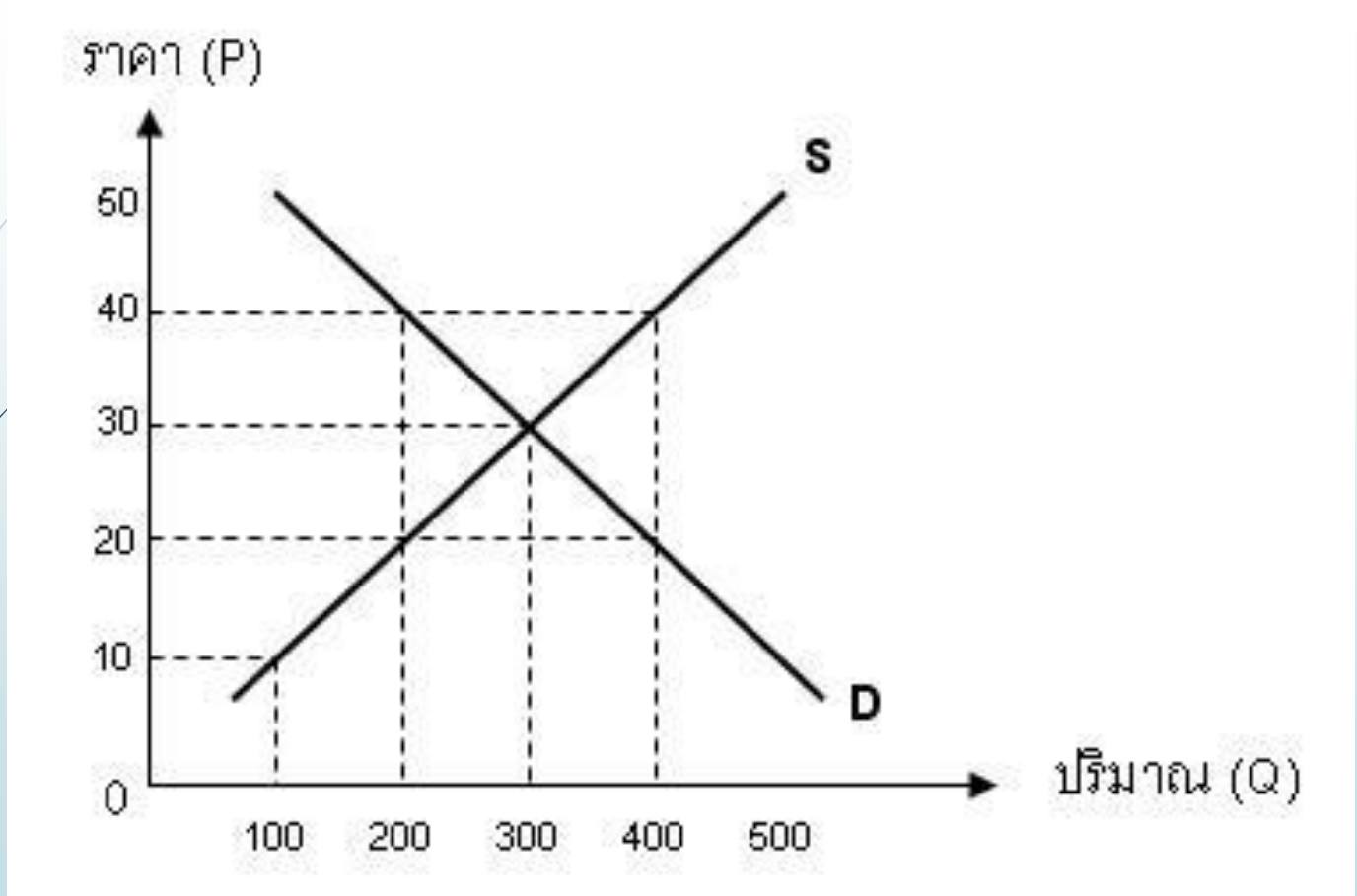
- ราคาสินค้าที่ ผู้ซื้อ พอใจซื้อ
ผู้ขาย พอใจขาย

* เปลี่ยนได้ ตามราคาสินค้า *

ปริมาณดุลยภาพ

- ปริมาณสินค้าที่ ผู้ซื้อ ซื้อหมด
  ผู้ขาย ขายหมด

เปลี่ยนได้ ตามปริมาณ อุปสงค์ อุปทาน


ราคา (P)
S
50
40
30
20
10
0
D
ปริมาณ (Q)
100
200
300
400
500

อุปสงค์ส่วนเกิน

- อุปสงค์เกินอุปทาน
- ซื้อ มากกว่า ขาย = สินค้าขาดตลาด

ผลคือ - ราคาสินค้าจะแพงขึ้น

- การผลิตจะเพิ่มขึ้น

อุปสงค์ส่วนเกิน

- อุปสงค์ เกิน อุปทาน

ซื้อ เกิน ขาย = สินค้าขาดตลาด

ผลคือ - ราคาสินค้าจะแพงขึ้น

- การผลิตจะเพิ่มขึ้น

อุปทานส่วนเกิน

- อุปทาน เกิน อุปสงค์
- ขาย เกิน ซื้อ = สินค้าล้นตลาด

ผลคือ - ราคาสินค้าจะถูกลง

- การผลิตจะลดลง

การกำหนดราคาสินค้า และบริการในทางปฏิบัติของหน่วยธุรกิจ

1. ต้นทุนการผลิต ถ้าต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ผู้ขายมักจะกำหนดราคาสินค้า และบริการสูงขึ้นไปด้วย แต่ถ้าไม่กระทบต่อกำไรมากนัก ผู้ขายส่วนใหญ่มักจะตรึงราคาไว้

การกำหนดราคาสินค้า และบริการในทางปฏิบัติของหน่วยธุรกิจ

2. สภาวะของตลาด ผู้ขายต้องหาวิธีการที่ทำให้ราคาสินค้าและบริการของตนเองไม่สูงกว่าผู้ขายรายอื่น เช่น ลดต้นทุนการผลิต ลดราคา มีของแถม เพื่อเพิ่มยอดขาย