

# เศรษฐศาสตร์เพื่อประกอบธุรกิจอาหาร

(เรื่อง การกำหนดราคาในตลาด)

ครูเข้ม อภิภัทรวิโรดม

สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการอาหาร

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร



## ตลาด (Market)

- กิจกรรมการตกลงซื้อขายสินค้าและบริการรวมทั้งปัจจัยการผลิต
- ไม่ได้หมายถึง “สถานที่”

# ประเภทของตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์  
(Perfect Competitive Market)
2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์  
(Imperfect Competitive Market)



## 2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

2.1 ตลาดผูกขาด

(Monopoly)

2.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย

(Oligopoly)

2.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

(Monopolistic Competition)

# ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly Competitive Market)

## ลักษณะสำคัญ

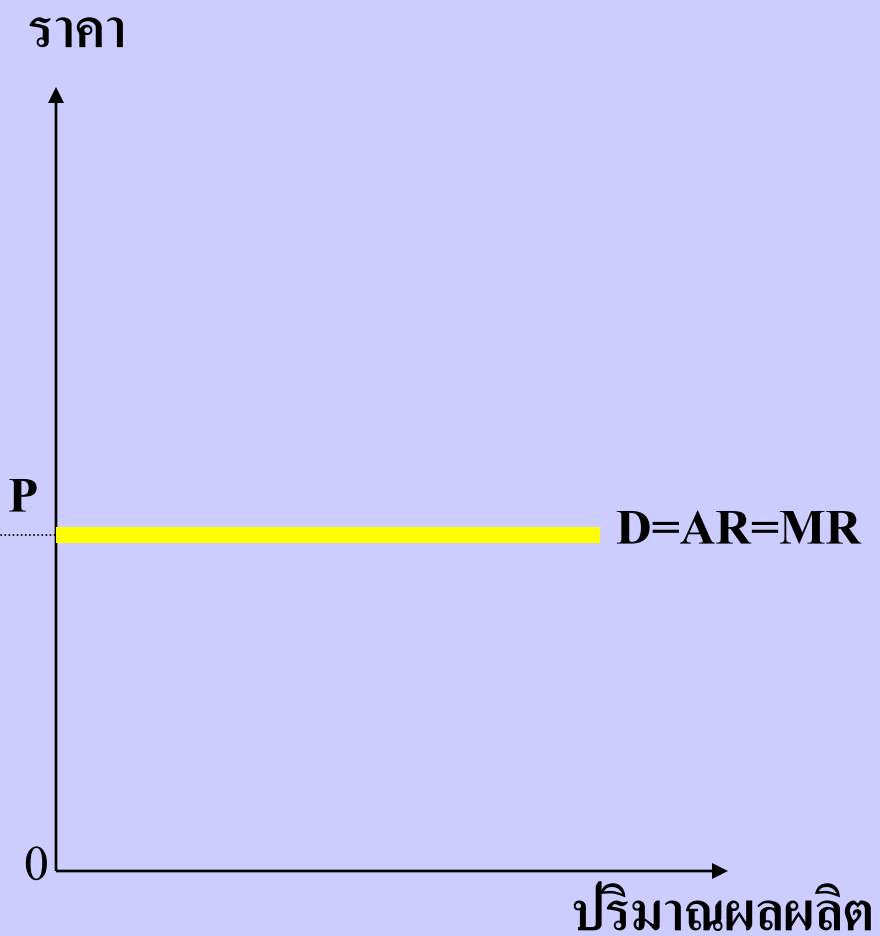
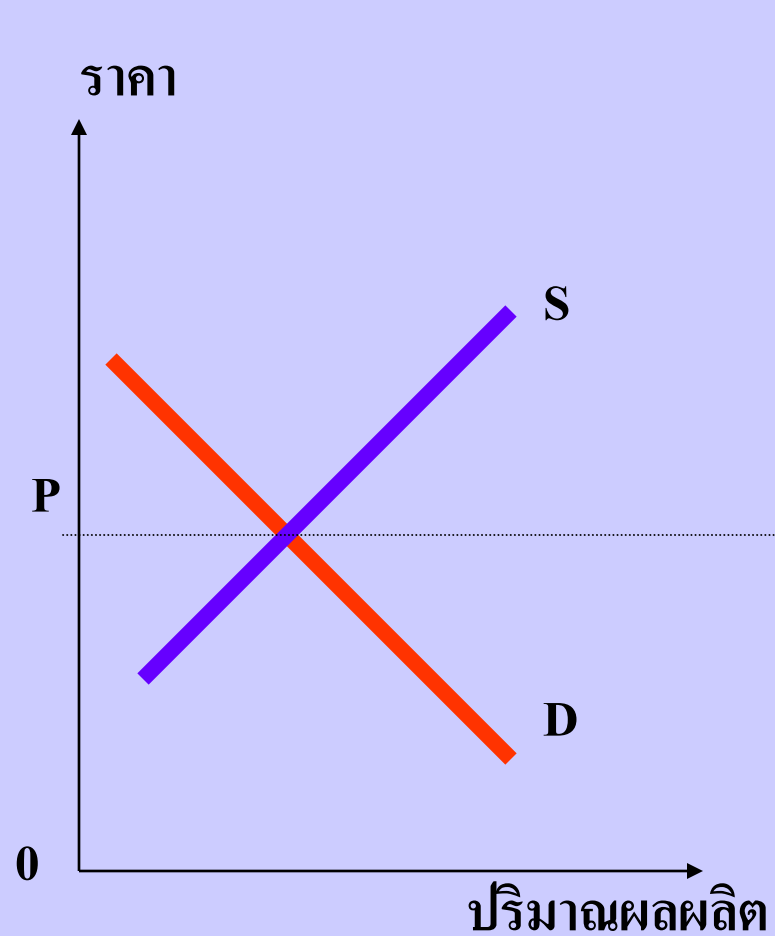
1. มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก
2. สินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (Homogeneous Product)
3. ผู้ขายเข้าและออกจากกิจการได้อย่างเสรี (Freedom of entry or exit)



## ลักษณะสำคัญ (ต่อ)

4. สินค้าสามารถโยกย้ายได้อย่างเสรี (Free mobility)
5. ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้เกี่ยวกับสภาพของตลาดได้เป็นอย่างดี  
(Perfect knowledge)

# รูปแสดงเส้นตีมานด์และซัพพลายของอุตสาหกรรม และหน่วยธุรกิจ



# การวิเคราะห์คุณภาพระยะสั้น

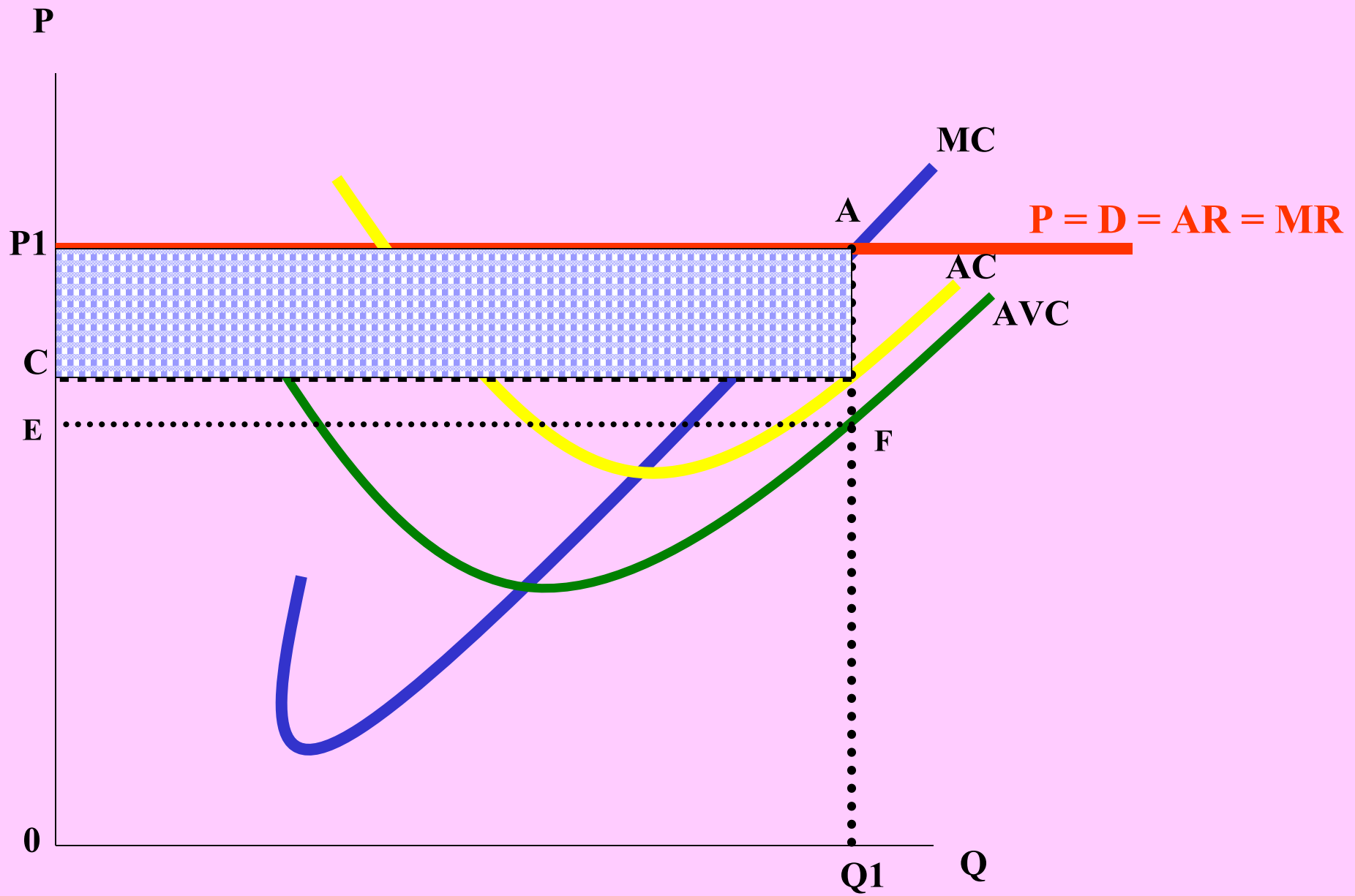


เงื่อนไขที่ทำให้เลือกผลิต แล้วได้รับกำไรสูงสุดคือ

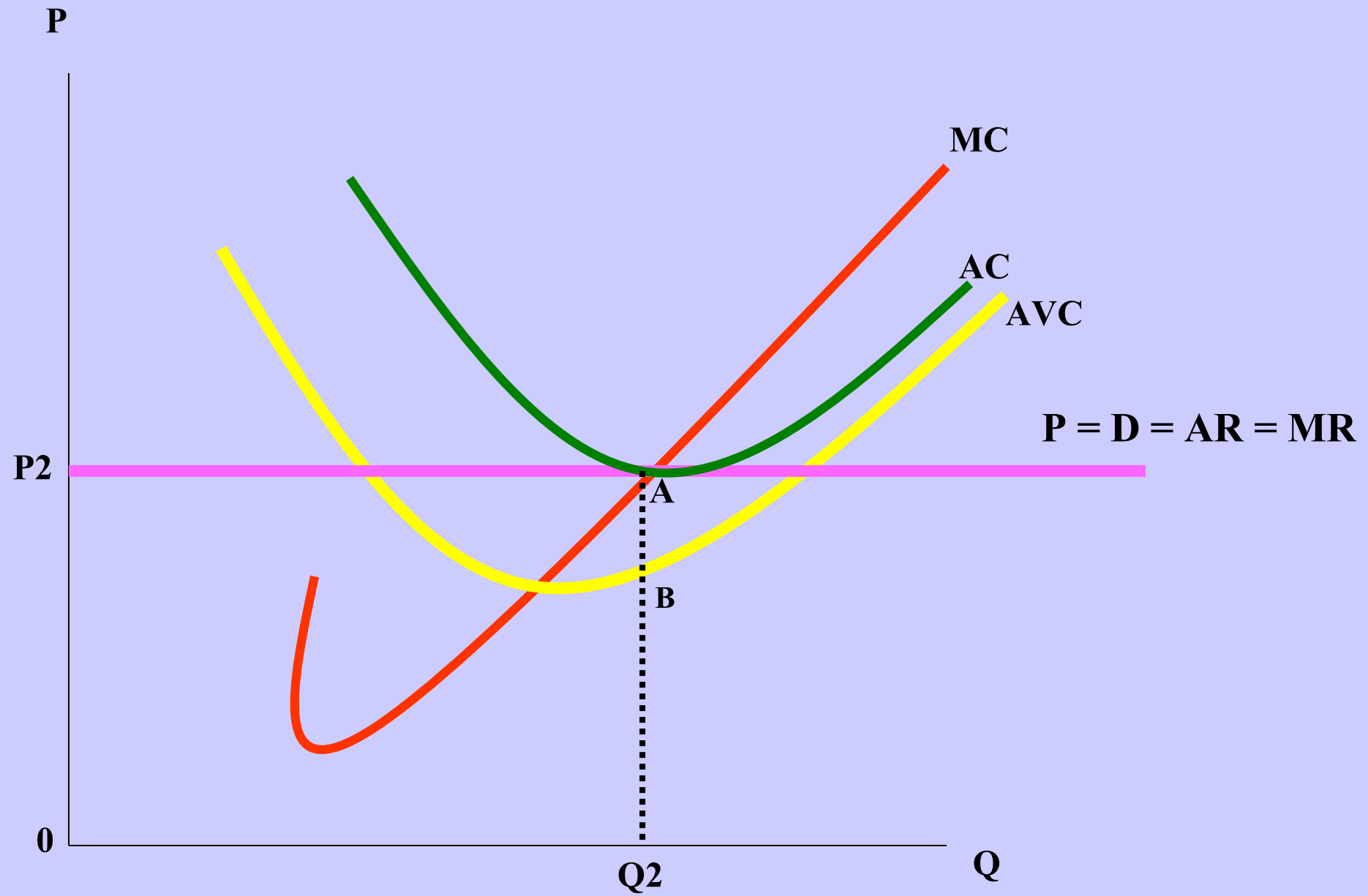
ณ จุดที่

$$MR = MC$$

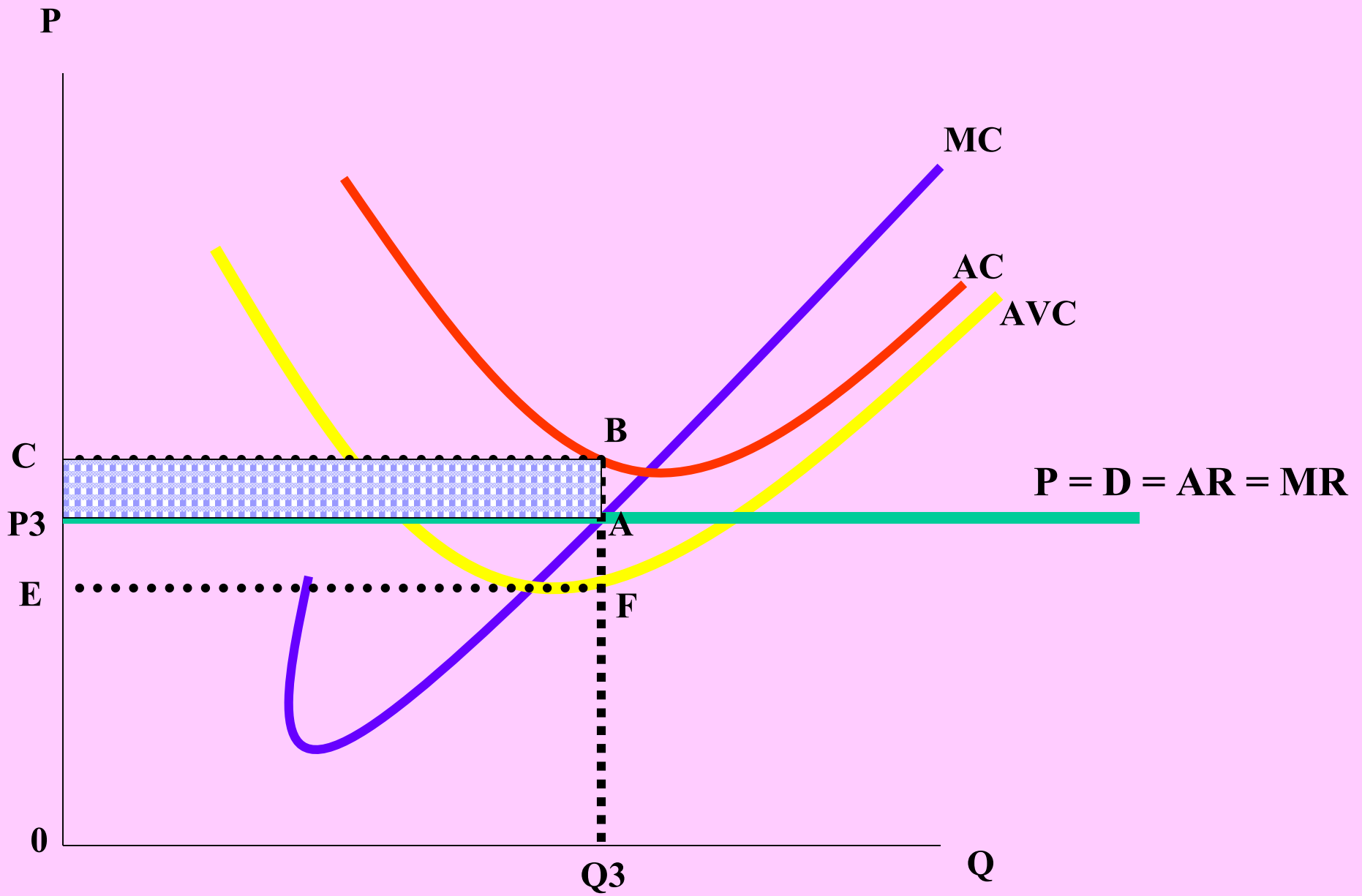




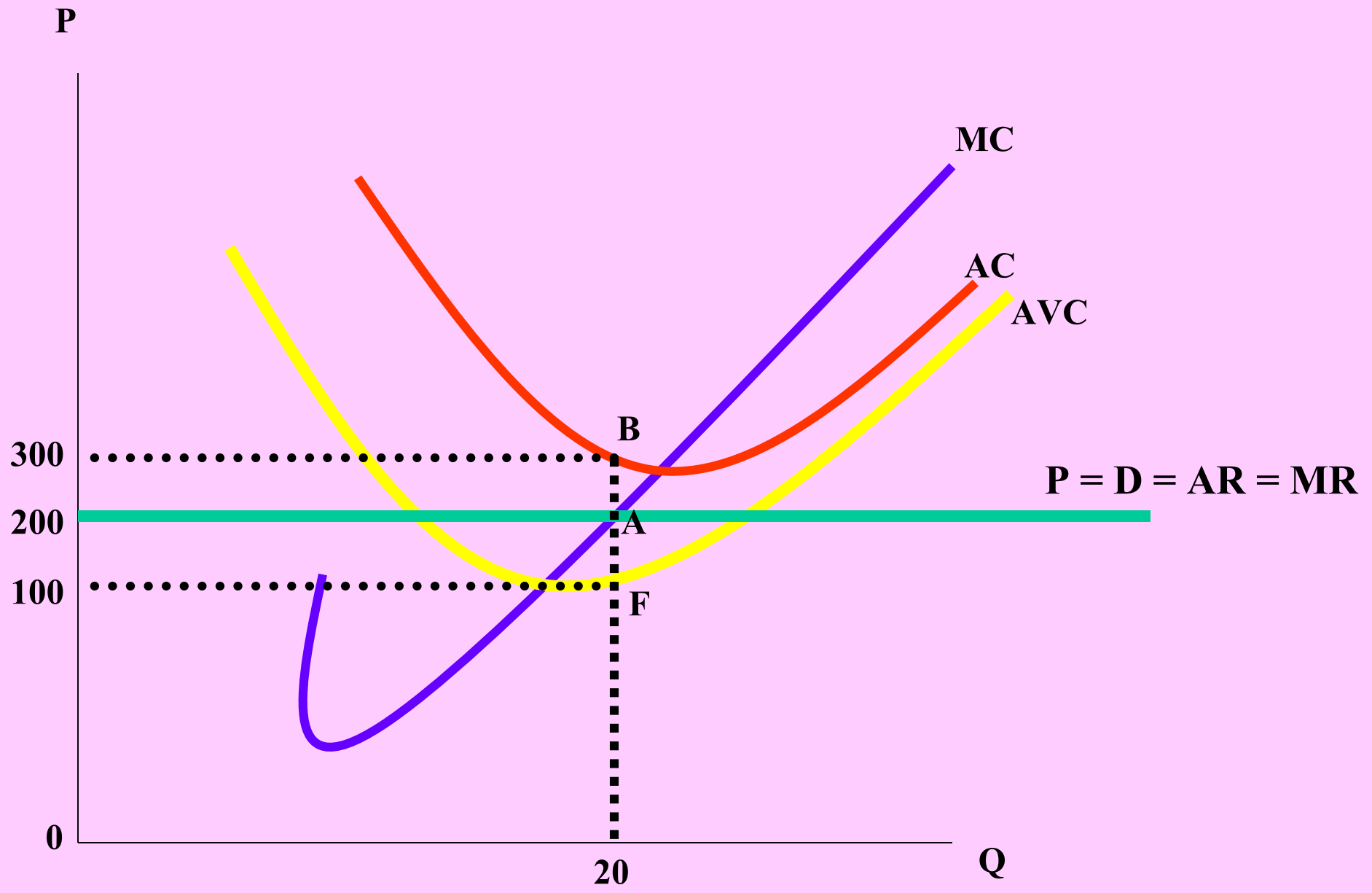
กำไรส่วนเกิน (Excess Profit)

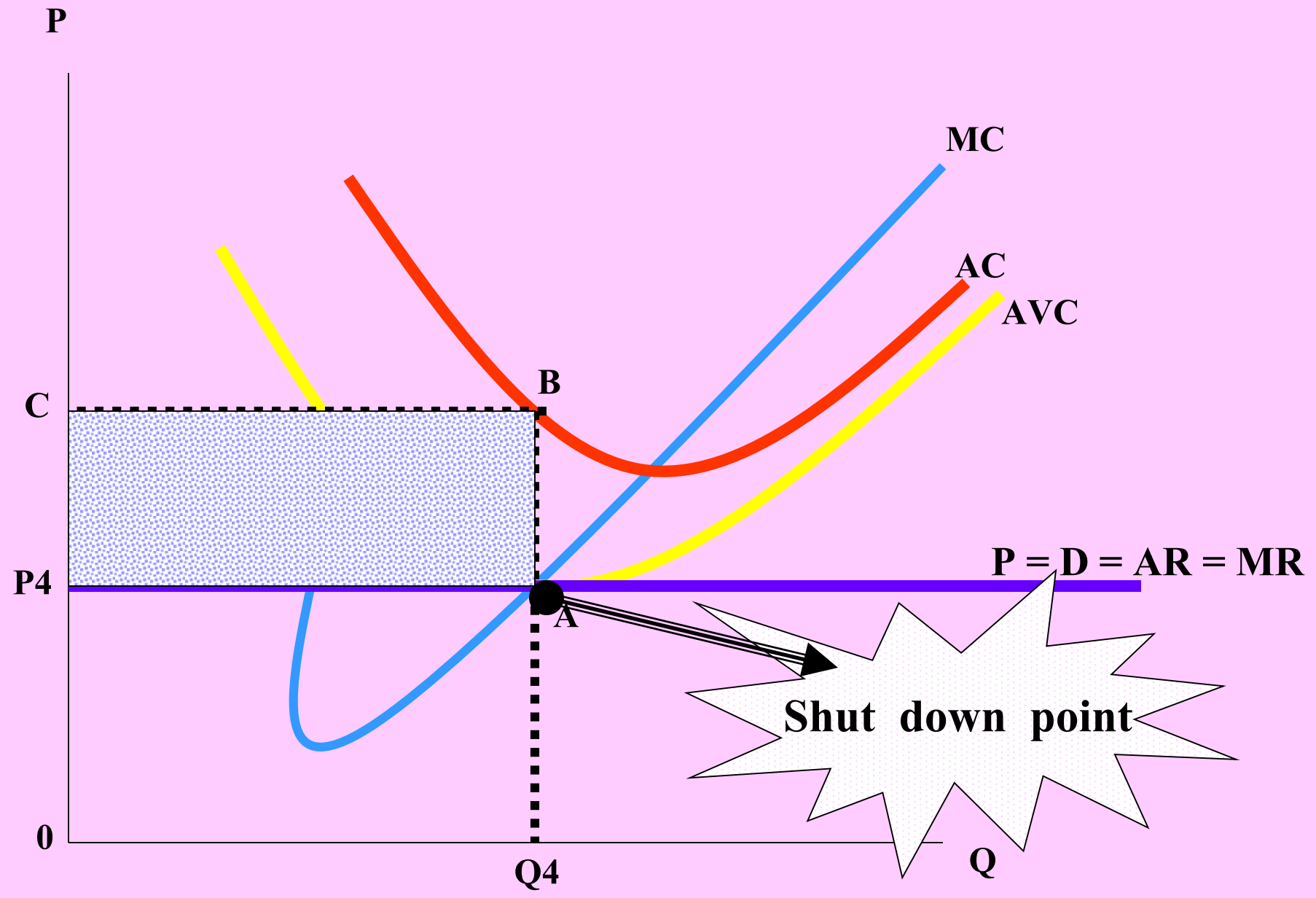


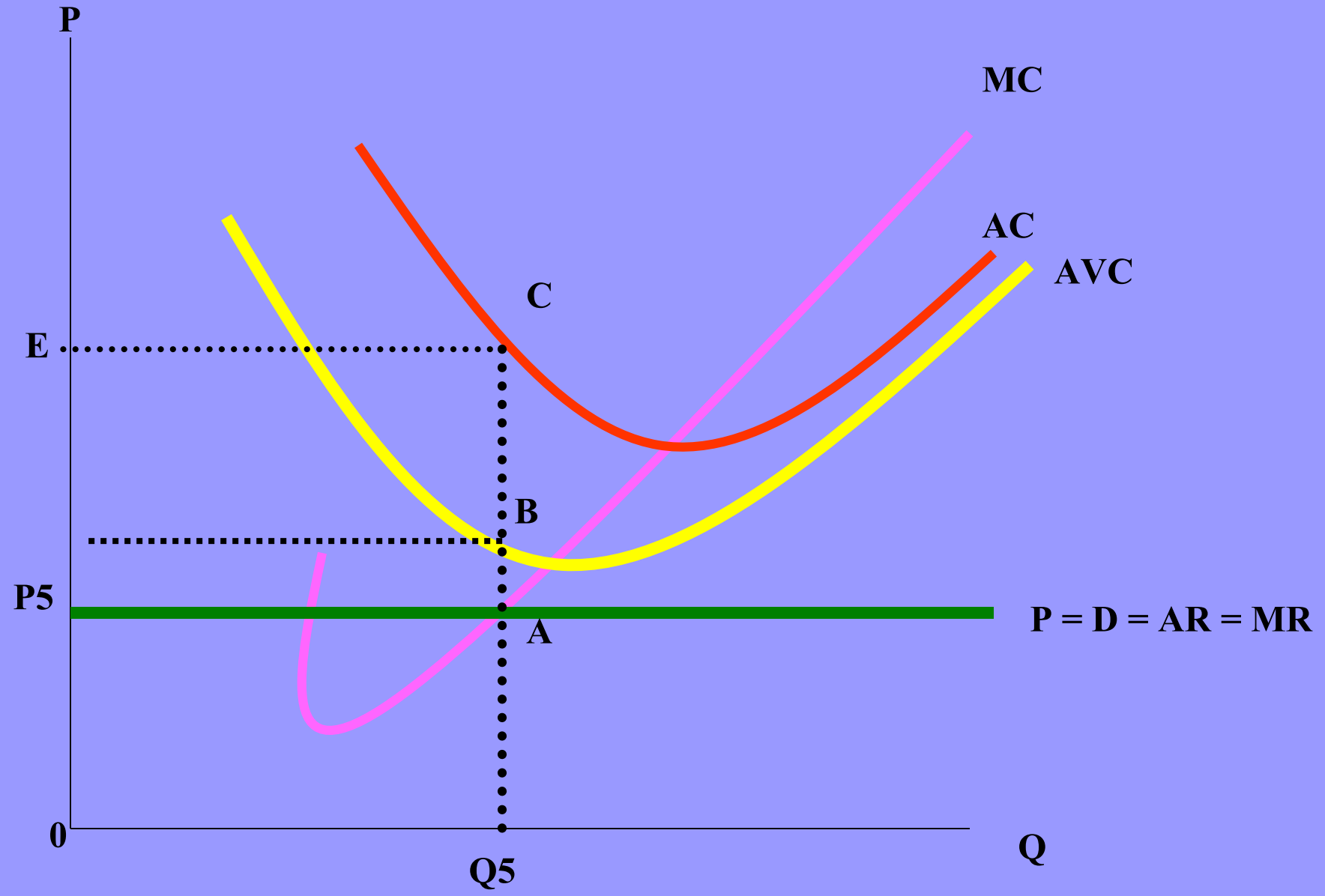
กำไรปกติ (Normal Profit)

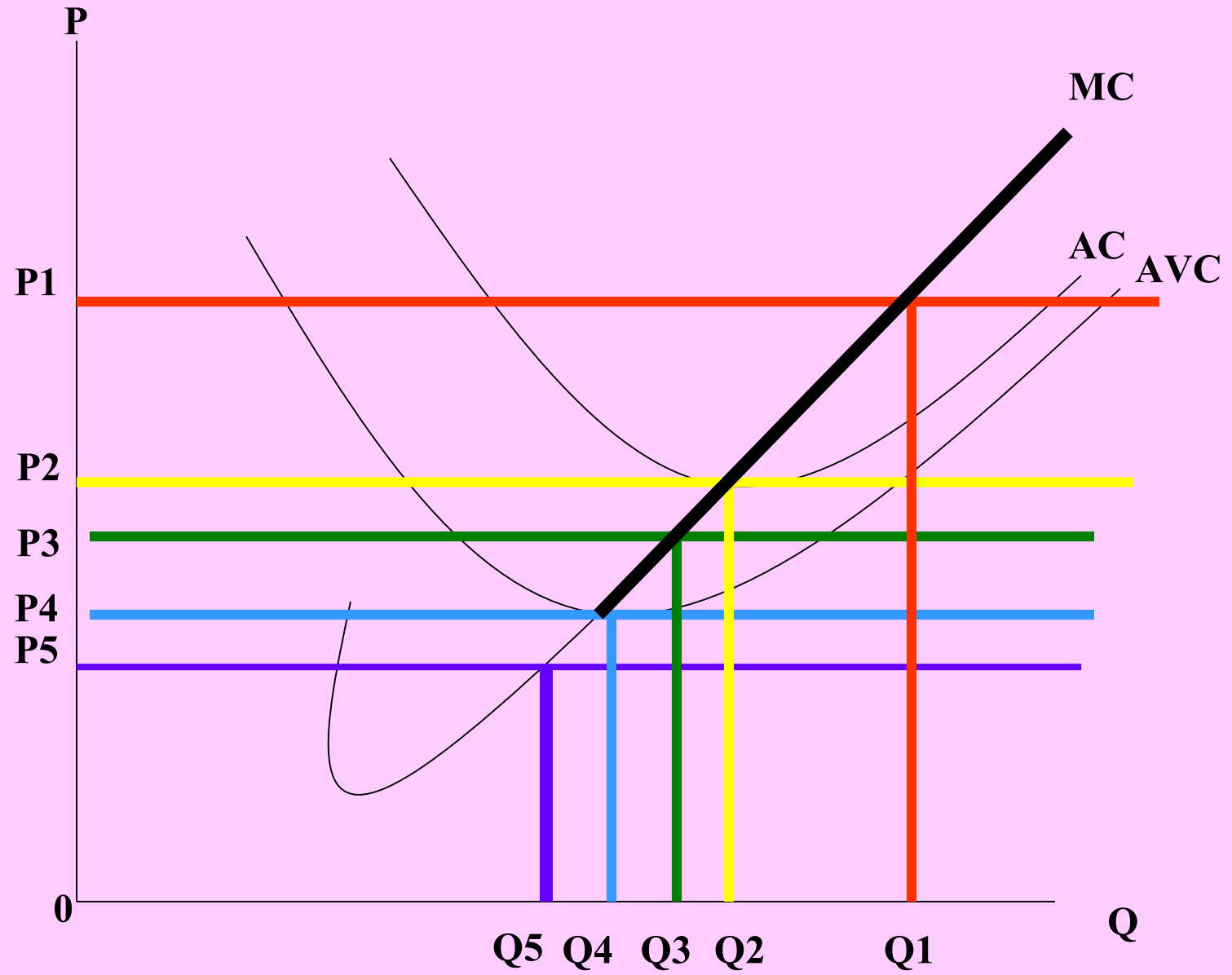


ขาดทุน (Loss)

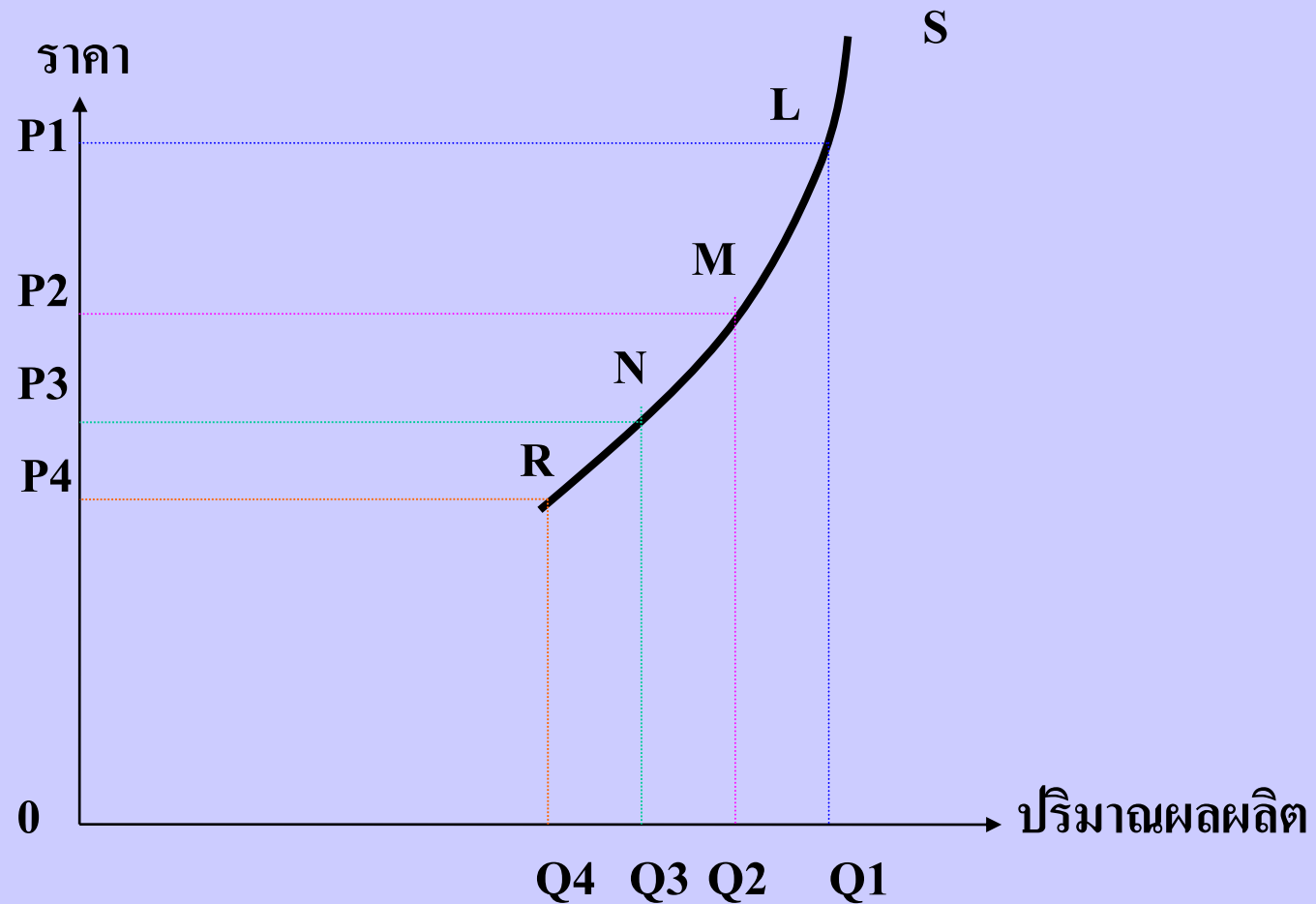








# รูปแสดงการลากเส้นช่วงปลายระยะสั้นของหน่วยธุรกิจจากเส้น MC



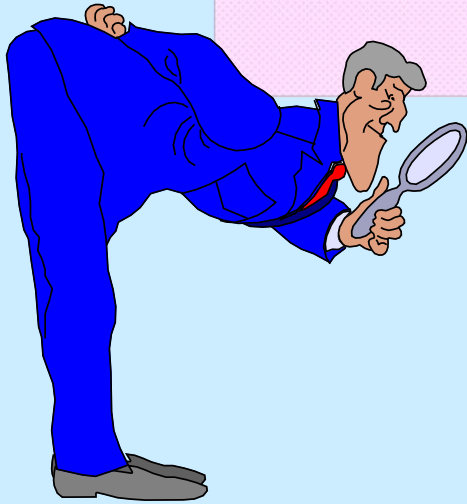


# สรุป

## ดุลยภาพระยะสั้นของหน่วยธุรกิจ

- กำไรเป็นกำไรสูงสุด ถ้าขาดทุนเป็นการขาดทุนน้อยที่สุด  
ณ จุดที่  $MC = MR$
- ในระยะสั้นหน่วยธุรกิจสามารถจะได้รับกำไรส่วนเกิน กำไรปกติ หรือ ขาดทุน

## การวิเคราะห์ดุลยภาพระยะยาว

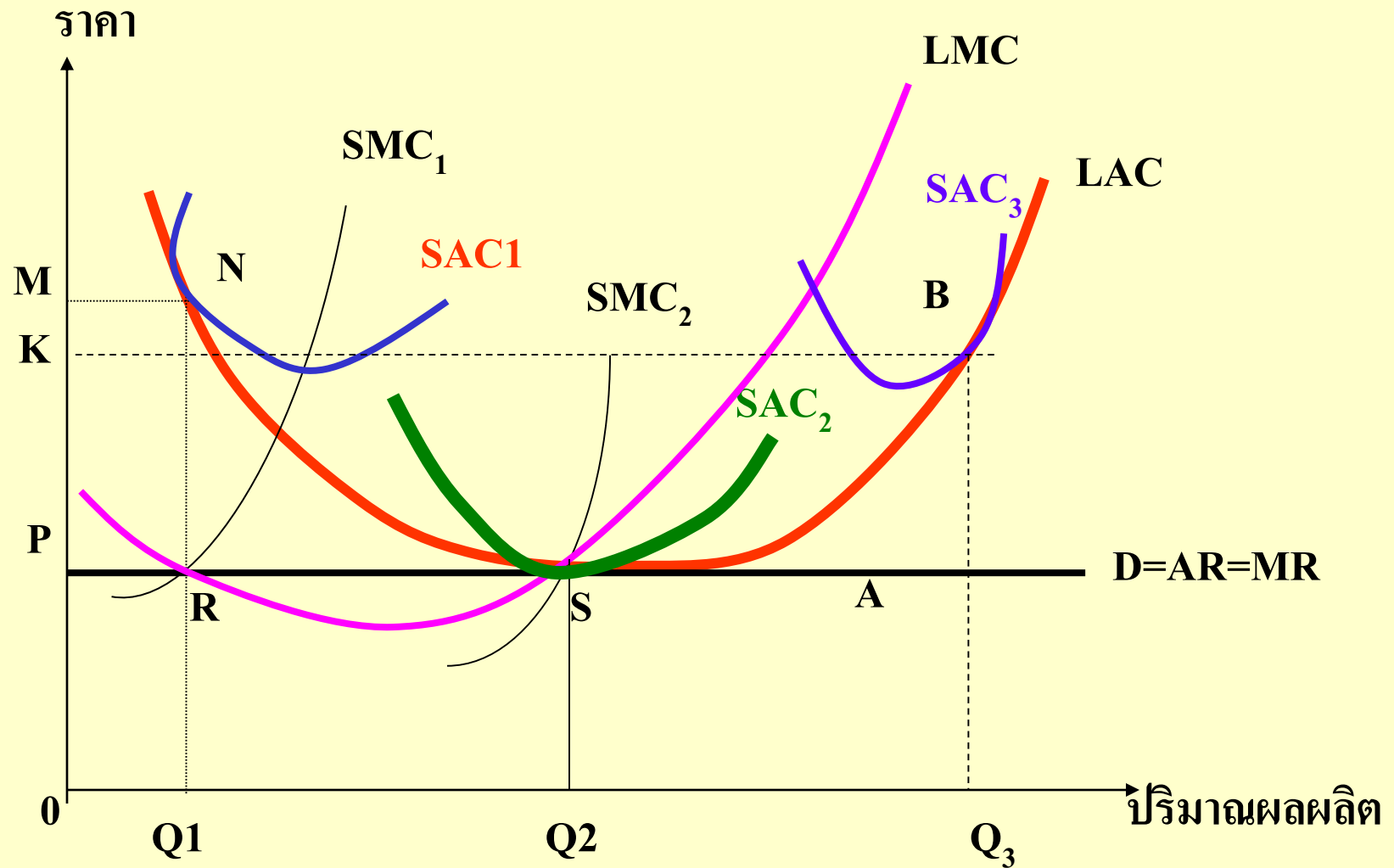


เงื่อนไขดุลยภาพ คือ

$$D = P = AR = MR = SMC = LMC = LAC = SAC$$

- หน่วยผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงขนาดและจำนวนปัจจัยการผลิตทุกชนิดได้ตามต้องการ
- สามารถปรับขนาดโรงงานให้เหมาะสมกับการผลิตได้ตลอดเวลา
- หน่วยผลิตยังสามารถเลิกทำการผลิตเมื่อเห็นว่าผลตอบแทนที่รับรู้ไม่คุ้ม
- ผู้ผลิตรายอื่นสามารถเข้ามาแข่งขันได้โดยเสรี

# รูปแสดงดุลยภาพของหน่วยธุรกิจในระยะยาว



## สรุป

ณ ดุลยภาพในระยะยาวผู้ผลิตจะได้รับเพียงกำไรปกติ(Normal Profit) อันเป็นผลเนื่องมาจากคุณสมบัติ Free entry

## แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1. ผู้บริโภคจะได้รับความพอใจสูงสุดในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ
2. ผู้ผลิตสามารถจัดสรรทรัพยากร หรือปัจจัยการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
3. ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาต่ำที่สุด

# ตลาดผูกขาด (Pure Monopoly)

## ลักษณะสำคัญ

1. มีผู้ผลิตหรือผู้ขายรายเดียว เรียกว่า “ผู้ผูกขาด” (Monopolist)
2. สินค้ามีลักษณะพิเศษไม่เหมือนใคร ไม่สามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทนได้อย่างใกล้เคียง



## ลักษณะสำคัญ (ต่อ)

3. ผู้ผูกขาดมีอำนาจในการกำหนดราคา (Price Maker)
4. ผู้ผูกขาดสามารถกีดกันไม่ให้ผู้อื่นเข้ามาผลิตแข่งขันได้



## สาเหตุของการผูกขาด

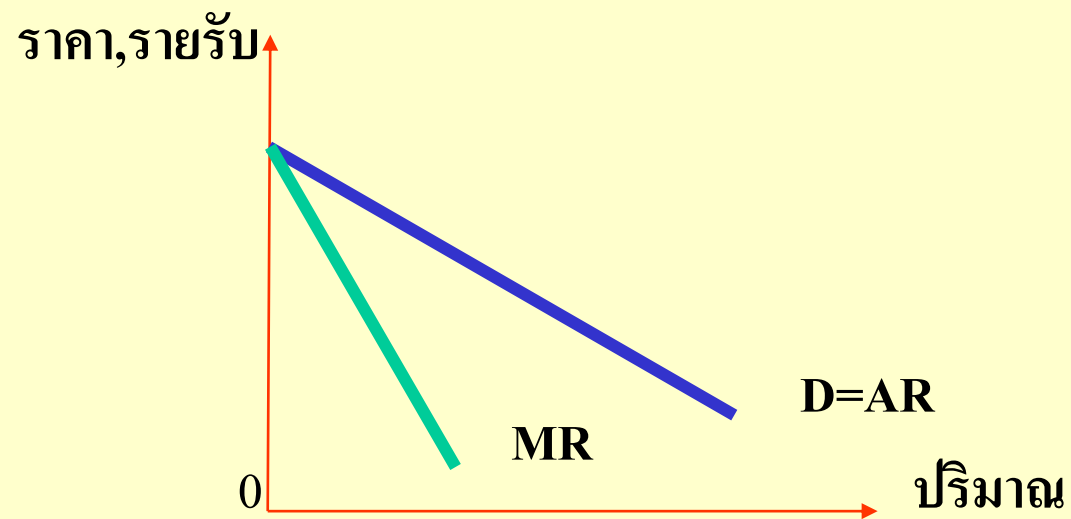
1. ผู้ผลิตหลายรายรวมตัวกันผูกขาดการผลิต
2. รัฐออกกฎหมายให้ผูกขาดการผลิตแต่ผู้เดียว เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจและสังคมส่วนรวม

## สาเหตุของการผูกขาด (ต่อ)

3. เป็นการผลิตที่ต้องใช้ทุนจำนวนมาก และต้องมีขนาดการผลิตที่ใหญ่ เพื่อจะได้รับประโยชน์จากการประหยัดของขนาดการผลิต
4. การเป็นเจ้าของวัตถุดิบแต่ผู้เดียว
5. การจดทะเบียนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย

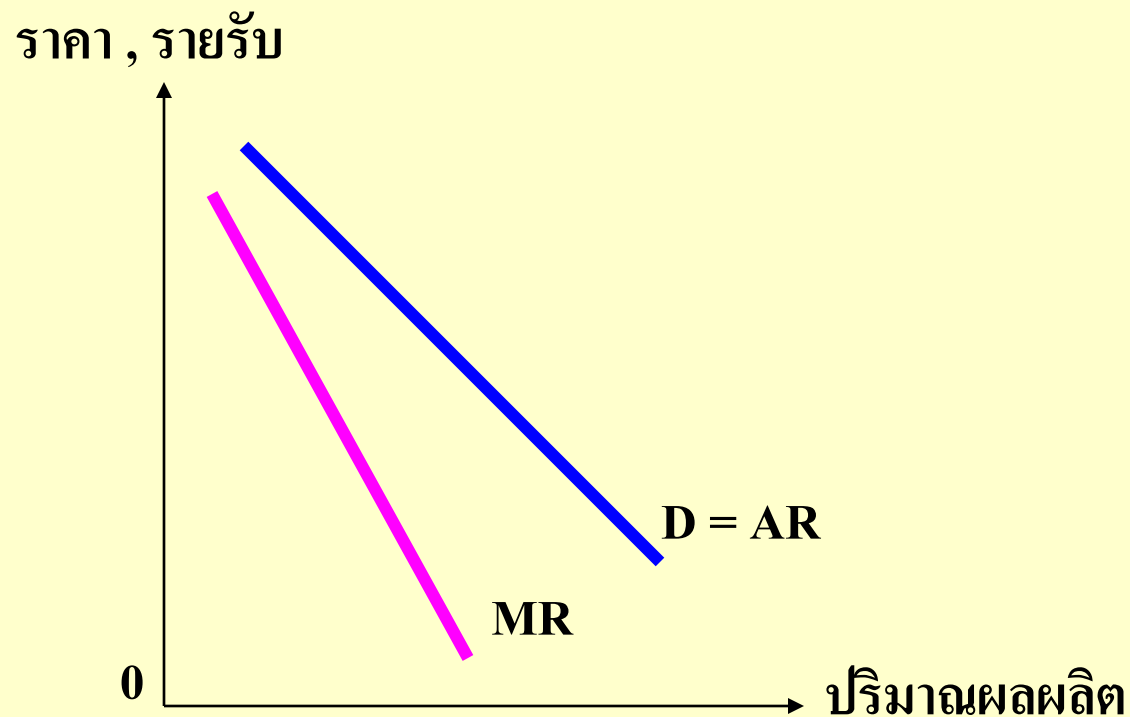
## ลักษณะเส้นอุปสงค์ของผู้ผลิต

- มีลักษณะลาดลงจากซ้ายมาขวา
- เส้นอุปสงค์เป็นเส้นเดียวกับเส้นราคา (P) และเส้นรายรับเฉลี่ย (AR)
- เส้นรายรับเพิ่ม (MR) มีความชันเป็น 2 เท่าของ AR



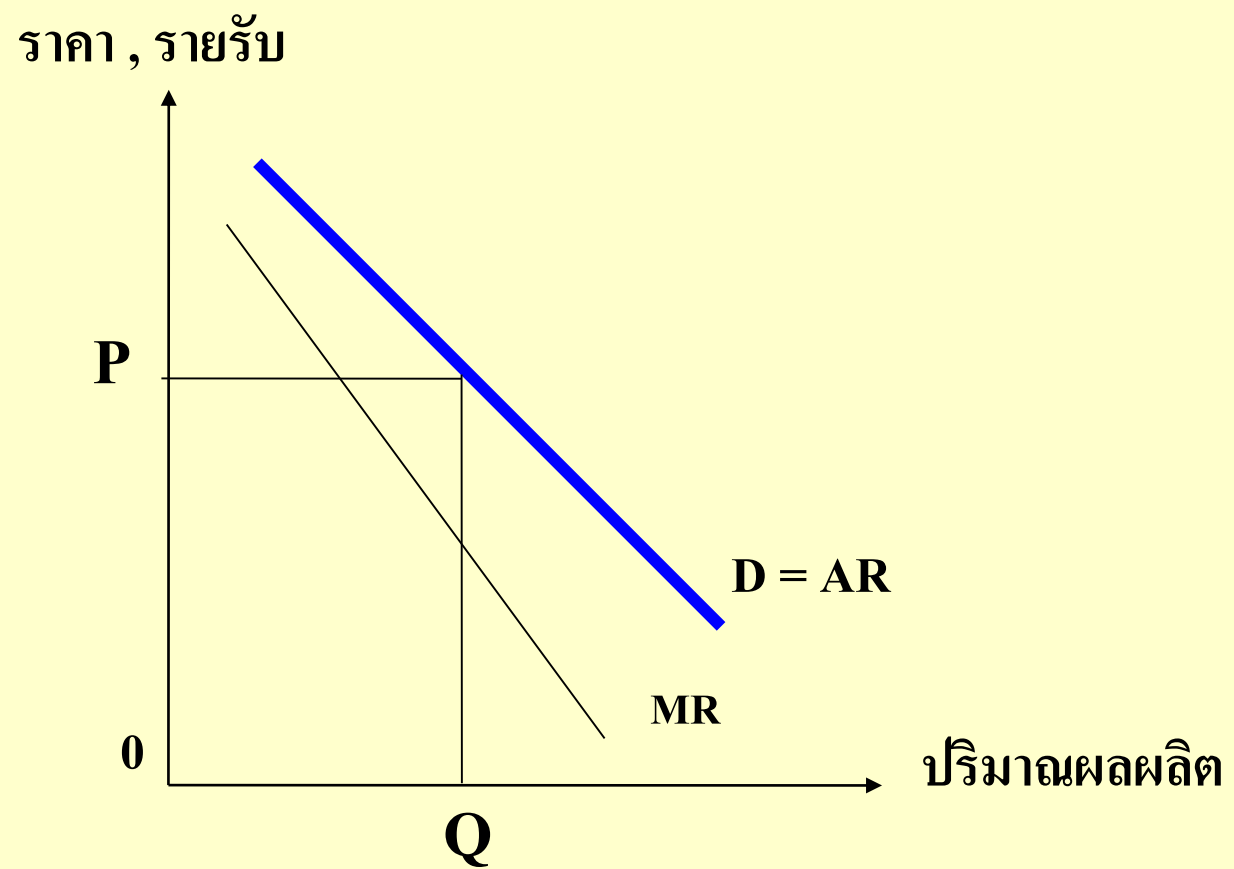
# เส้นอุปสงค์และรายรับส่วนเพิ่มของการผูกขาด

- เนื่องจากตลาดผูกขาดแท้จริงมีผู้ผลิตเพียงรายเดียว
- อุปสงค์ตลาด = อุปสงค์ของผู้ผูกขาด



# ตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม

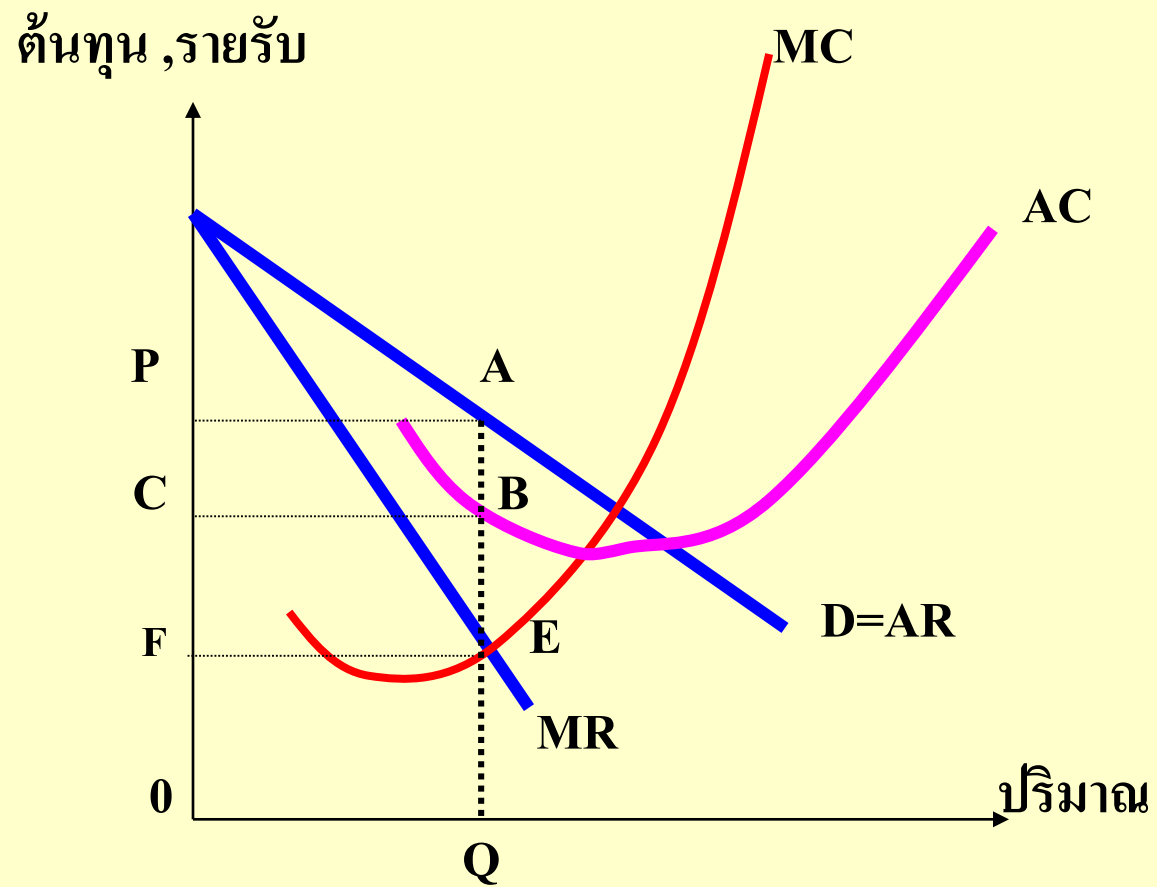
- ผู้ผูกขาดมีอิสระในการกำหนดราคาหรือปริมาณการผลิต
  - \* ถ้าผู้ผูกขาดกำหนดราคา : ตลาดเป็นผู้กำหนดปริมาณการผลิตและปริมาณขาย
  - \* ถ้าผู้ผูกขาดกำหนดปริมาณการผลิตและปริมาณขาย : ตลาดเป็นผู้กำหนดราคา



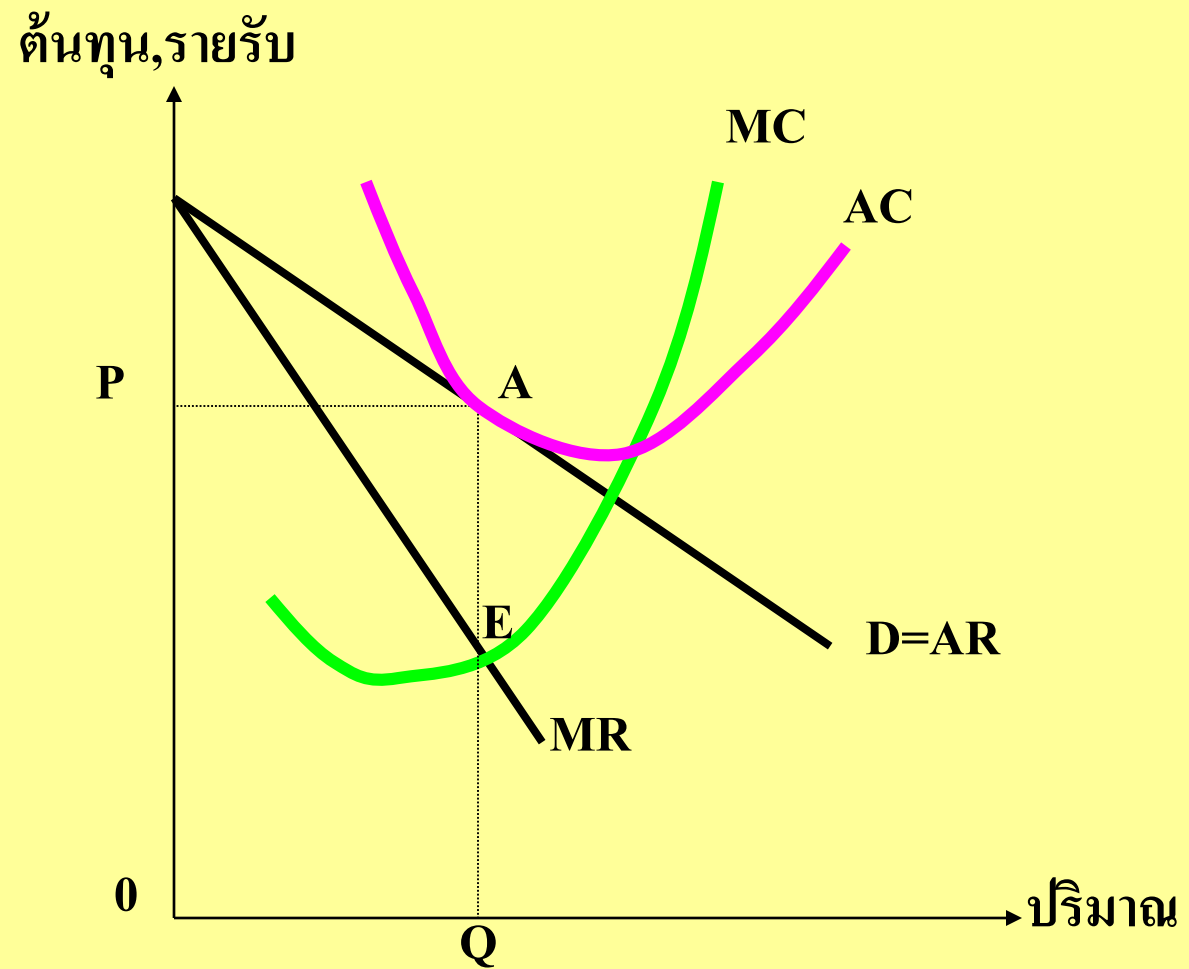
# การวิเคราะห์ดุลยภาพระยะสั้นของผู้ผูกขาด

เงื่อนไข ที่เลือกผลิตคือ

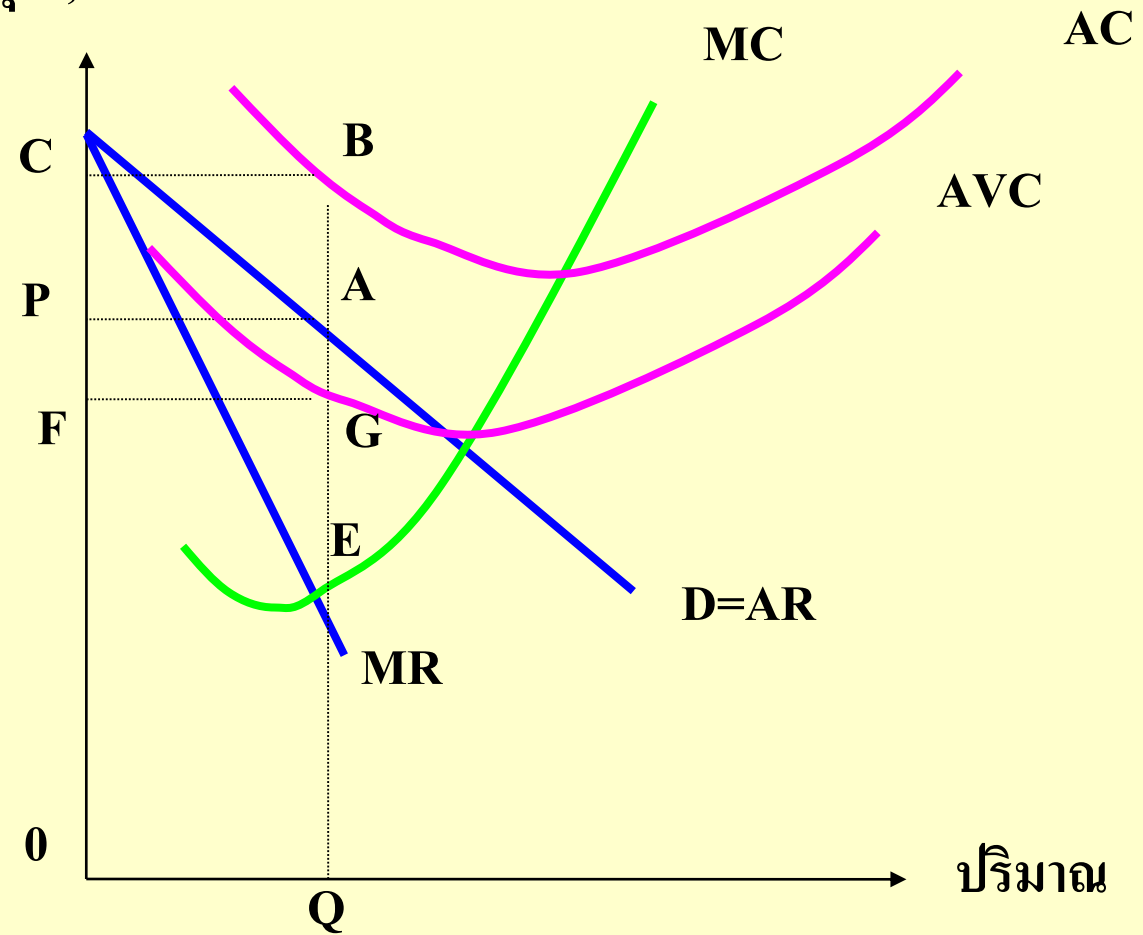
$$MR = MC$$

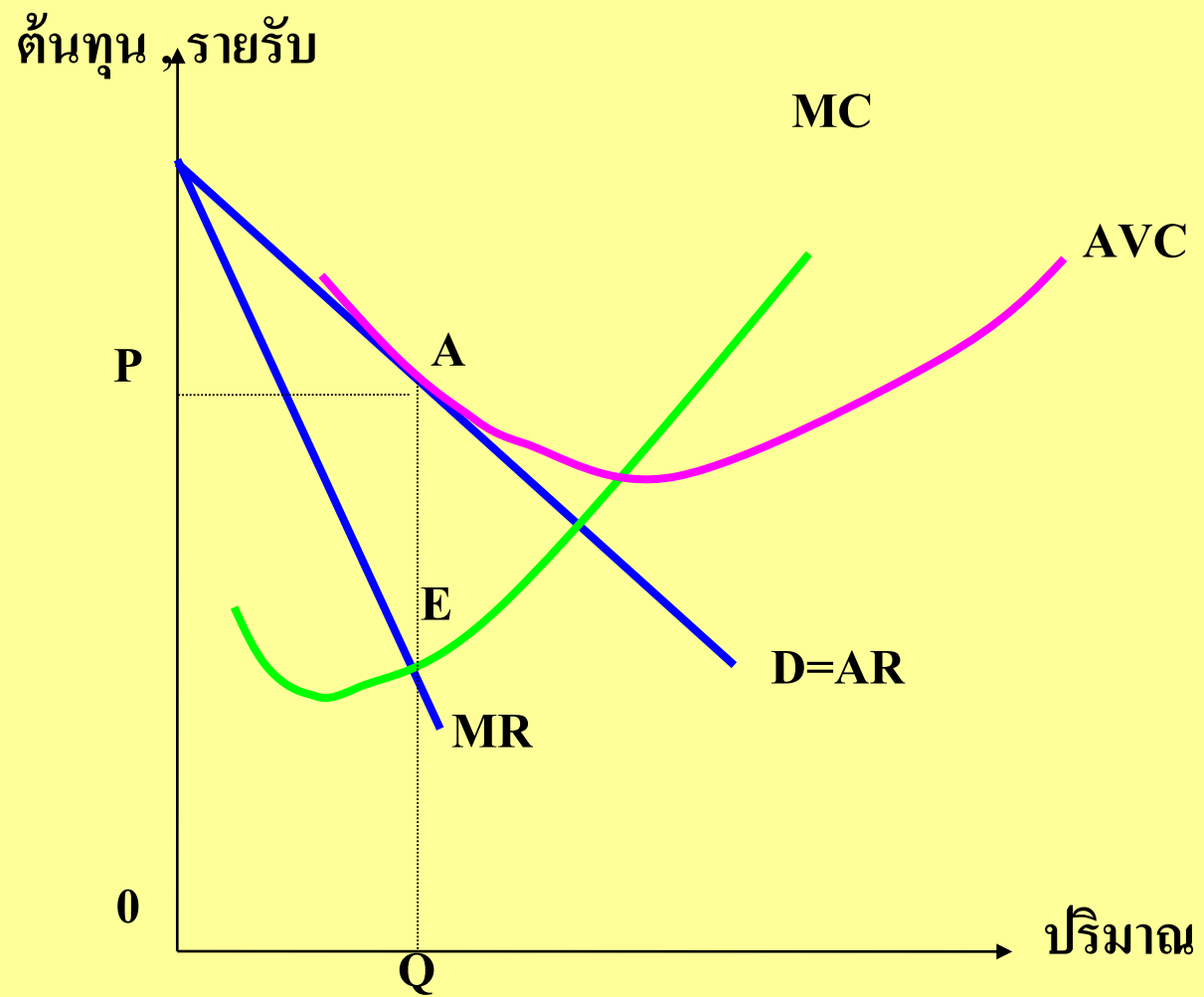






ต้นทุน , รายรับ





# สรุป

การผลิตในระยะสั้นของผู้ผลิตผูกขาดอาจ  
เผชิญกับ



กำไรเกินปกติ



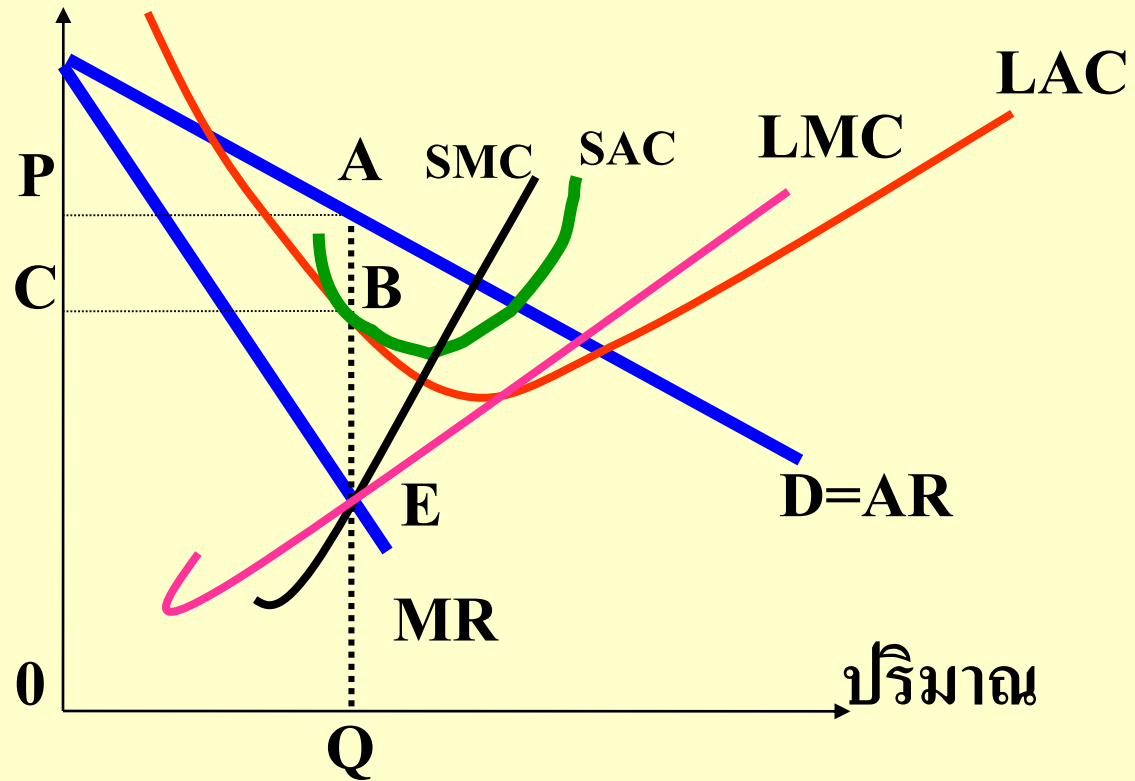
กำไรปกติ



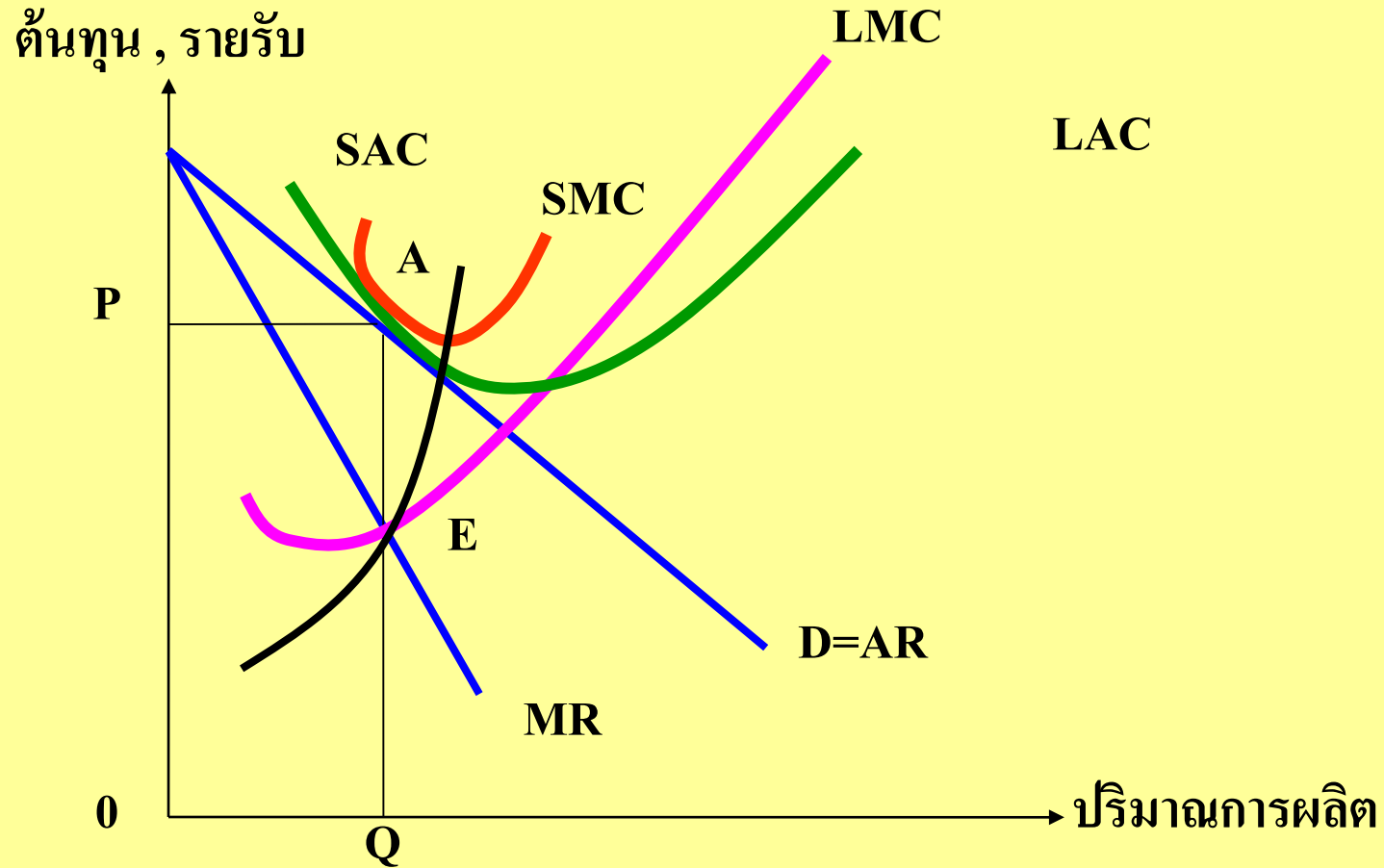
ขาดทุน

# ดุลยภาพระยะยาวของผู้ผูกขาด

ต้นทุน, รายรับ



# ดุลยภาพระยะยาวของผู้ผูกขาด



คุณภาพในระยะยาวของผู้ผลิตในตลาด

ผูกขาดจะเผชิญกับ



กำไรเกินปกติ



กำไรปกติ

# ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

## ลักษณะสำคัญ

1. มีผู้ขายจำนวนน้อย และผู้ขายเหล่านี้อาจรวมตัวในการกำหนดราคาสินค้า
2. ผู้ขายแต่ละรายมีส่วนแบ่งตลาด (Market share) มาก แต่อำนาจในการกำหนดราคาหรือปริมาณขายของผู้ขายแต่ละรายมีน้อยกว่าตลาดผูกขาด



## ลักษณะสำคัญ (ต่อ)

3. สินค้าที่ซื้อขายในตลาดมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าของผู้ขายแต่ละรายจะมีผลกระทบต่อผู้ขายรายอื่น
4. ผู้ขายมักจะไม่ลดราคาแข่งขันกัน เพราะการแข่งขันลดราคาสินค้าจะทำให้ลายผลประโยชน์ของผู้ผลิตทุกคน

## สาเหตุที่ไม่มีการแข่งขันกันด้านราคา

1. การลดราคาจะทำให้ผู้ผลิตรายอื่นลดราคาตามได้ง่าย ทำให้ปริมาณขายไม่เพิ่มมากขึ้นตามที่คาดการณ์
2. การใช้วิธีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการเป็นวิธีที่จะทำตามได้ยากและใช้เวลานาน
3. ผู้ผลิตในตลาดนี้มักมีเงินทุนมากจึงสามารถที่จะลงทุนโฆษณาและพัฒนาคุณภาพสินค้าได้ดี



# ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)

## ลักษณะสำคัญ

1. มีผู้ขายจำนวนมาก
2. ไม่มีการกีดกันผู้ที่เข้ามาใหม่

## ลักษณะสำคัญ (ต่อ)

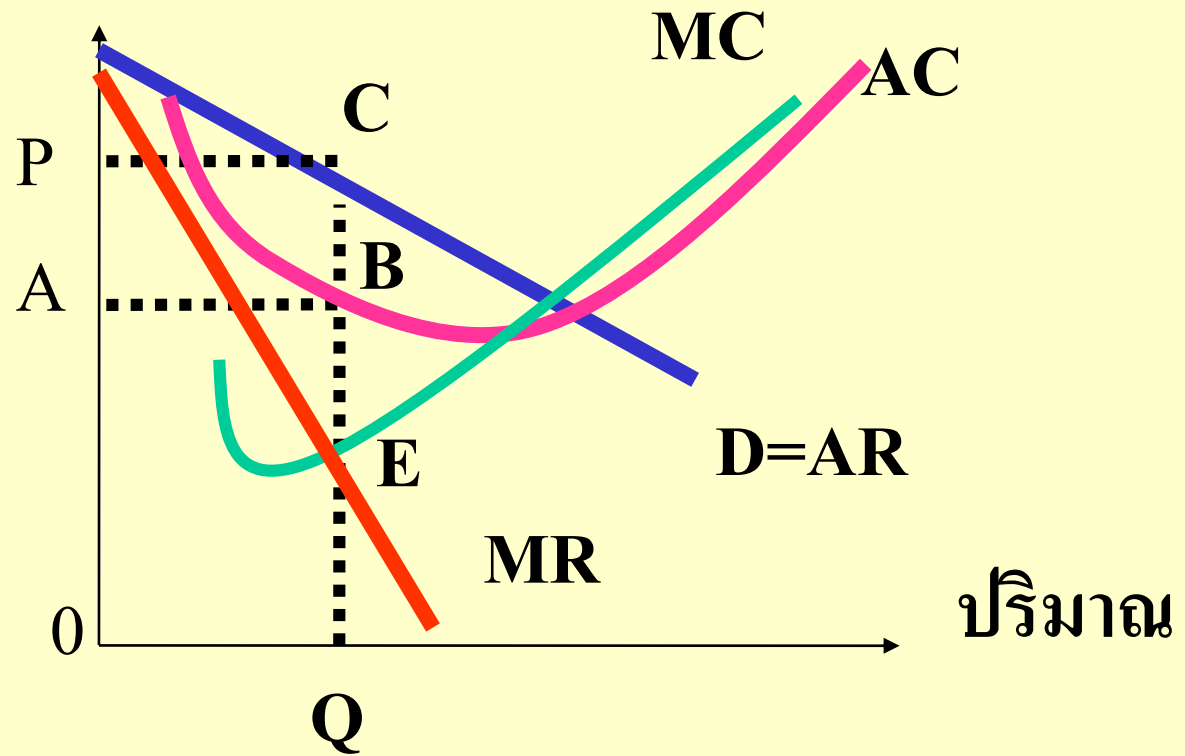
3. สินค้าของผู้ผลิตมีความแตกต่างกัน โดยอาจแตกต่างกันโดยรูปลักษณะของตัวสินค้า หรือการแตกต่างกันในความรู้สึกรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลจากการโฆษณา การบรรจุหีบห่อ การบริการ ฯลฯ รวมไปถึงถึงคุณภาพของสินค้าด้วย

## การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตในระยะสั้น

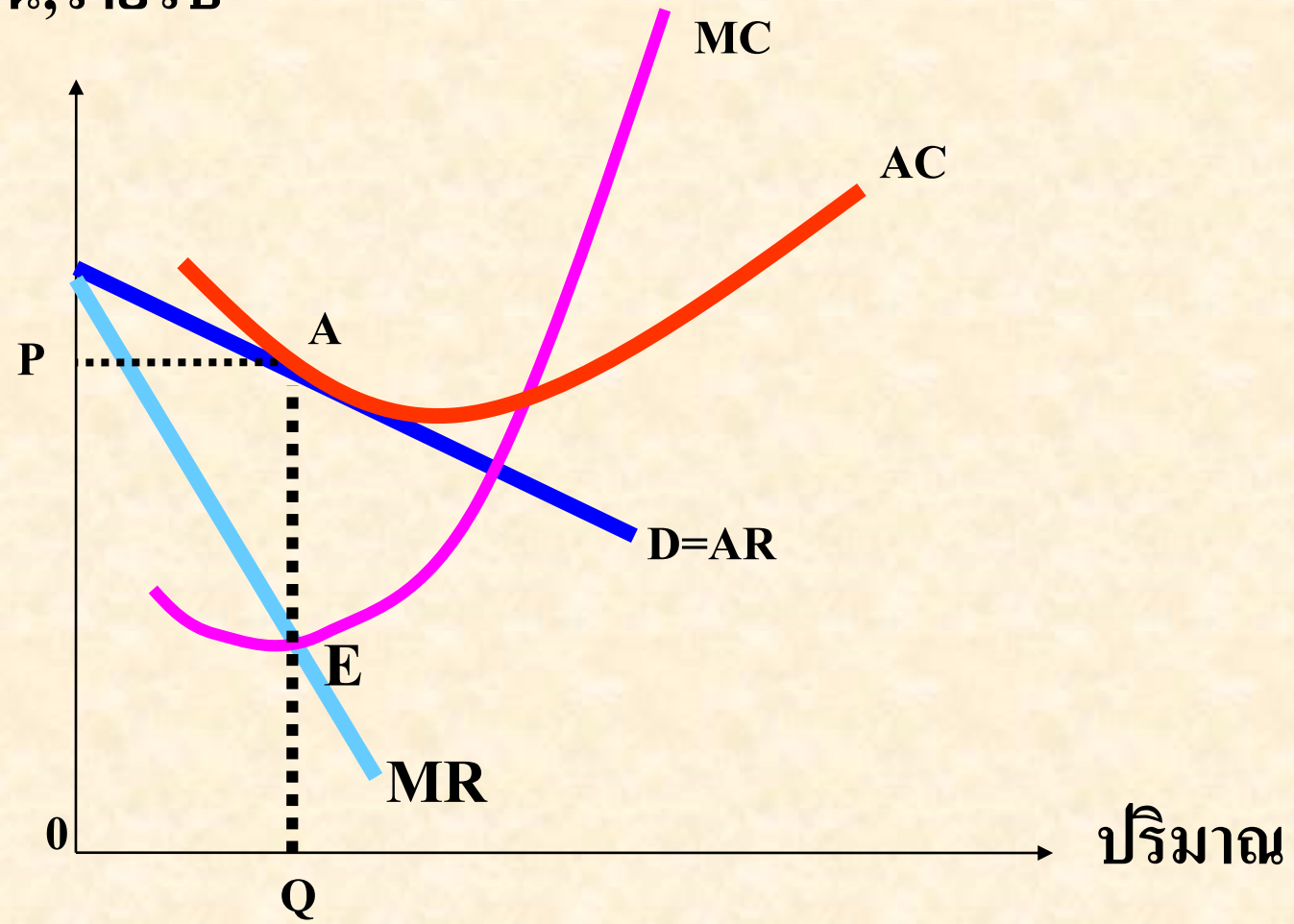
ผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดแสวงหา  
กำไรสูงสุด โดยทำการผลิตที่

$$MC = MR$$

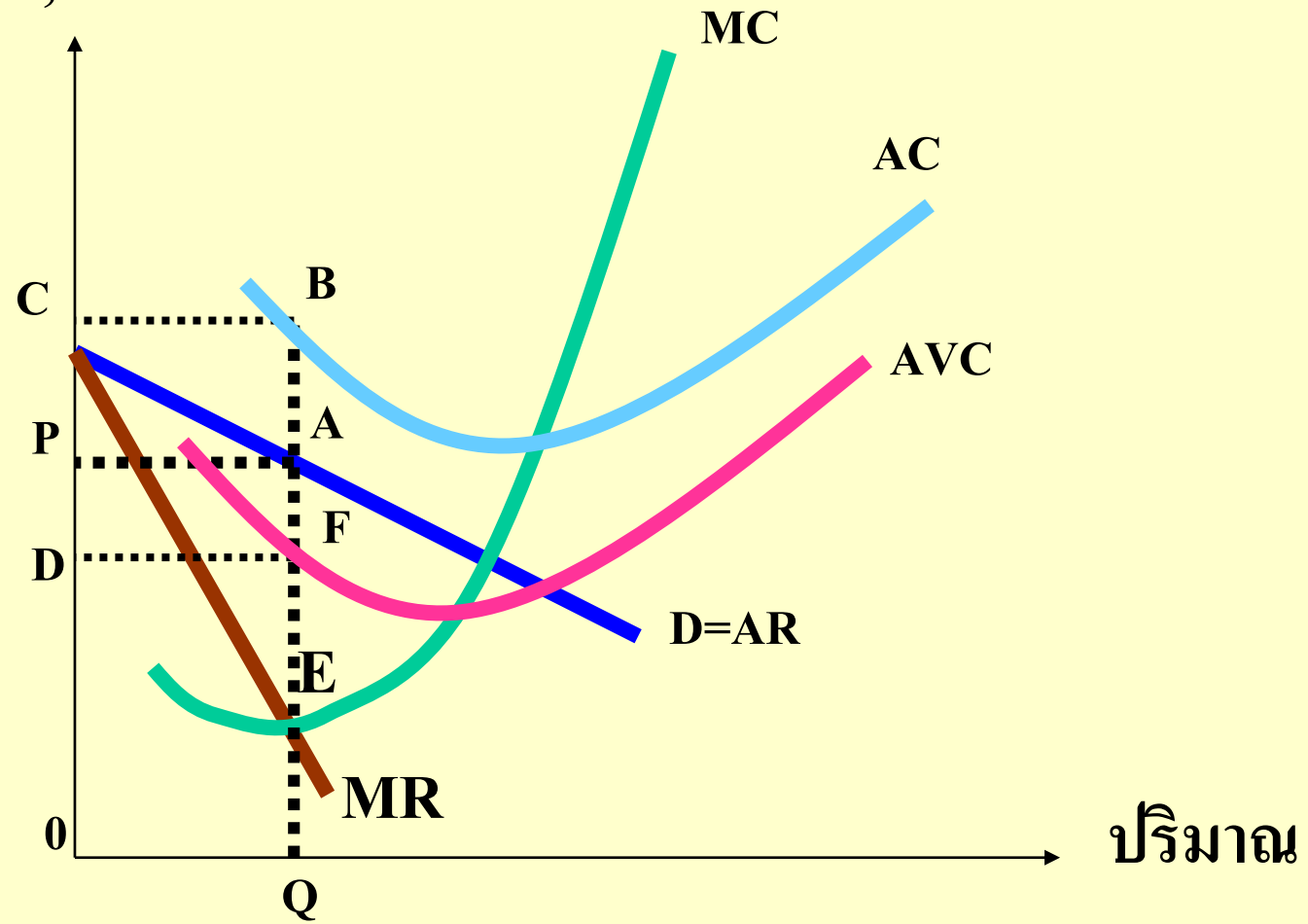
ราคา



ต้นทุน, รายรับ

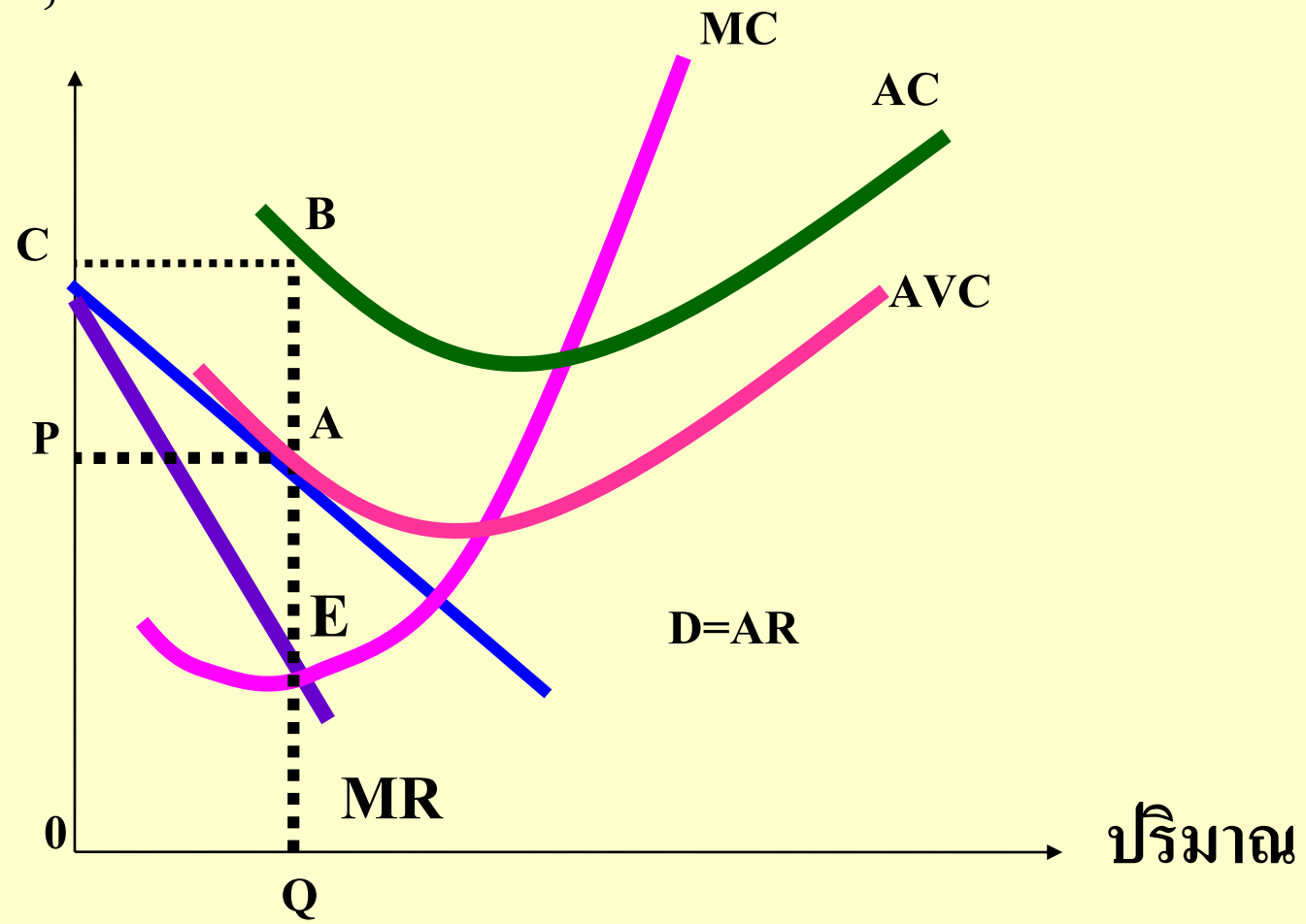


ต้นทุน, รายรับ





ต้นทุน, รายรับ



## สรุป

ในระยะสั้น ผู้ผลิตมีโอกาสได้รับ

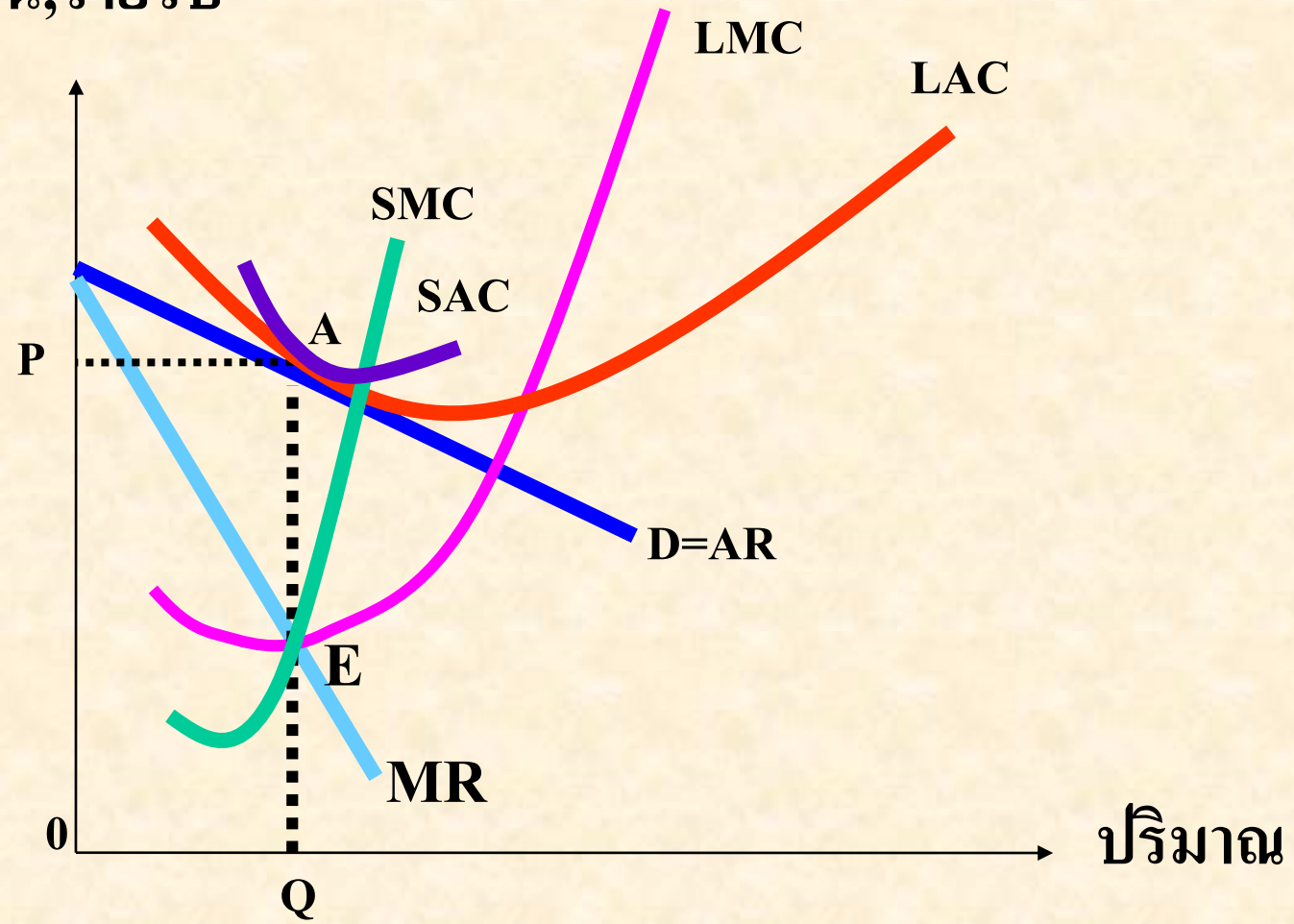
- กำไรเกินปกติ
- กำไรปกติ
- ขาดทุน

## การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตในระยะยาว

เงื่อนไข

$$SAC = LAC = D = AR > SMC = LMC = MR$$

ต้นทุน, รายรับ



ในระยะยาว ผู้ผลิตจะได้รับเพียงกำไรปกติเท่านั้น  
เนื่องจากคุณสมบัติ การเข้าออกได้อย่างเสรี  
( Free entry ) ของผู้ผลิตในตลาด