บทที่ 4

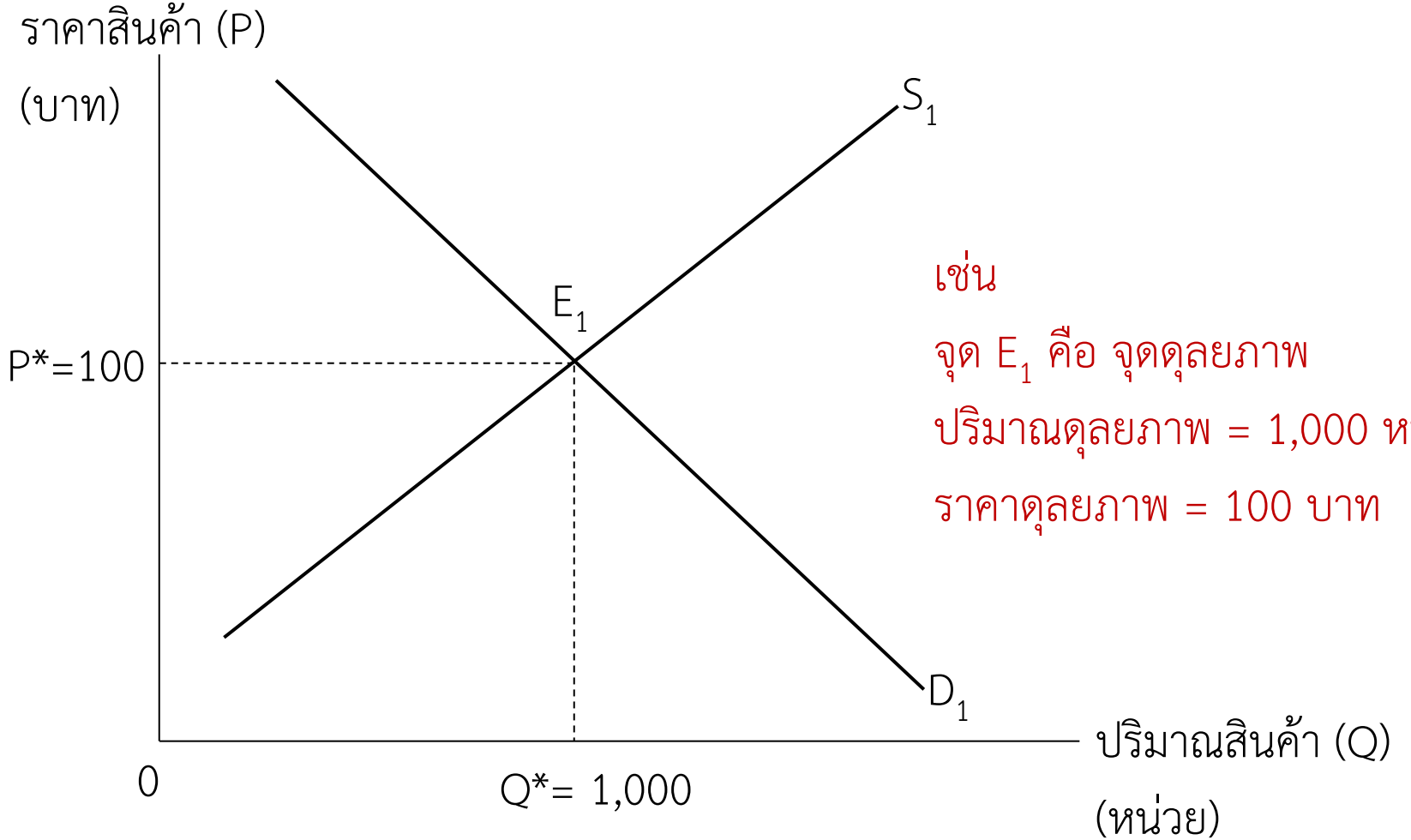
ดุลยภาพของตลาด

- การกำหนดราคาและดุลยภาพตลาด
- การเปลี่ยนแปลงภาวะดุลยภาพ
- การเข้าแทรกแซงราคาของรัฐบาล
- ตลาดและการแข่งขัน

• การกำหนดราคาและดุลยภาพตลาด

ดุลยภาพของตลาด (Market Equilibrium) คือ ภาวะที่ปริมาณความต้องการเสนอซื้อเท่ากับปริมาณความต้องการเสนอขาย ณ ระดับราคาใดราคาหนึ่ง โดยที่เส้นอุปสงค์ตัดกับเส้นอุปทาน ซึ่งเรียกว่า **จุดดุลยภาพ** (Equilibrium Point) โดยระดับราคาดังกล่าว คือ **ราคาดุลยภาพ** (Equilibrium Price) และปริมาณนั้น คือ **ปริมาณดุลยภาพ** (Equilibrium Quantity)

ดุลยภาพตลาด



เช่น

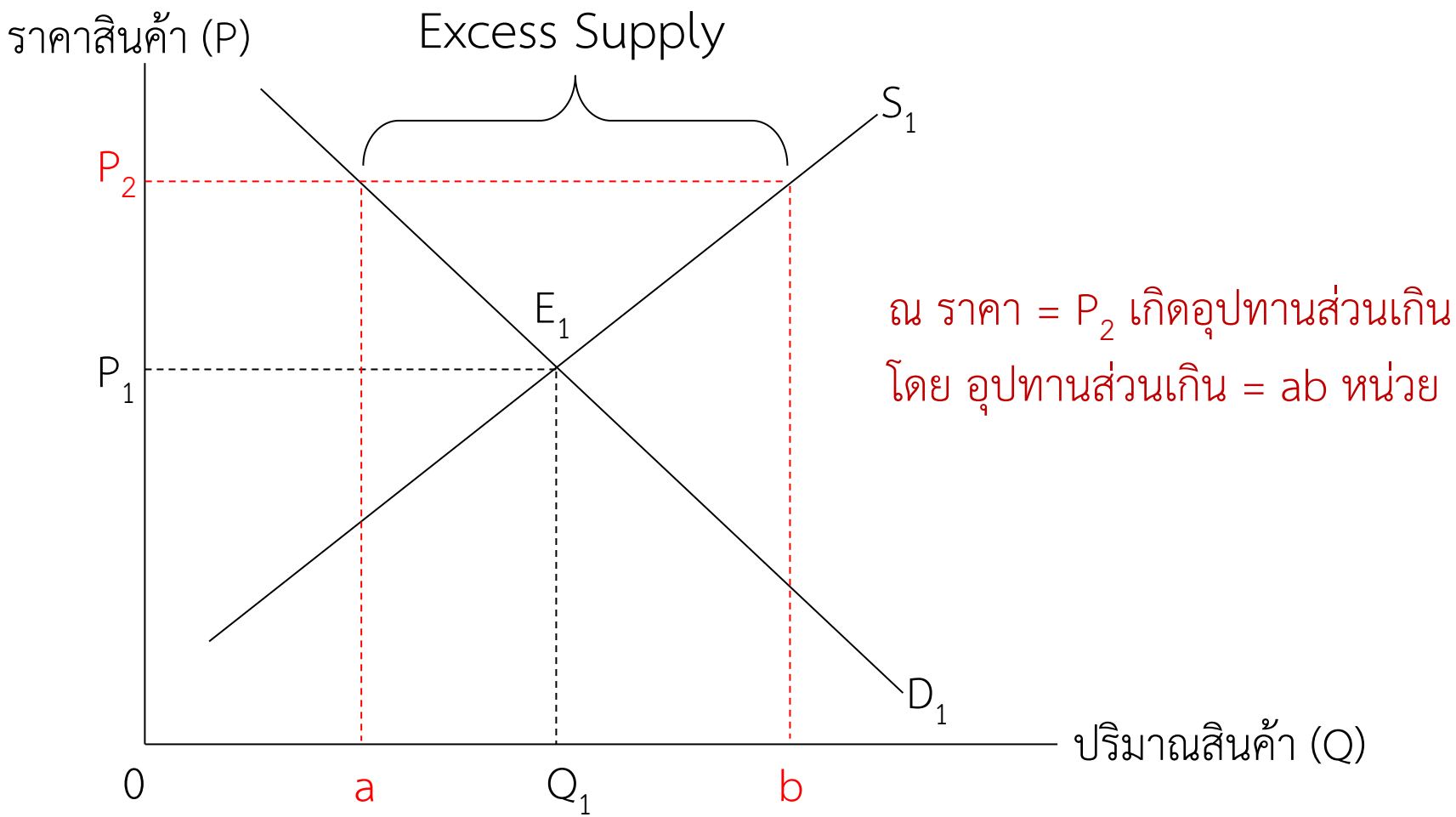
จุด E_1 คือ จุดดุลยภาพ

ปริมาณดุลยภาพ = 1,000 หน่วย

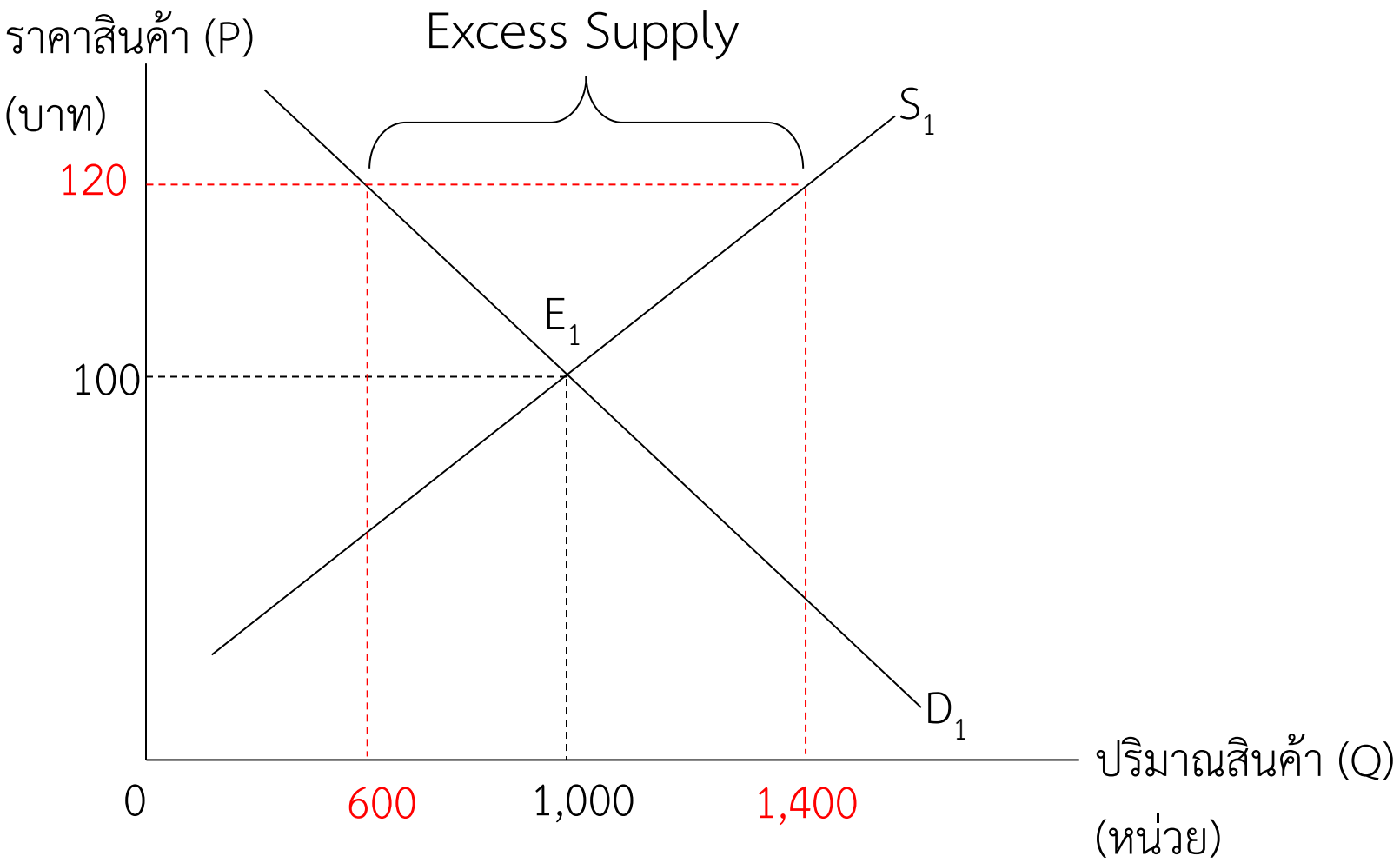
ราคาดุลยภาพ = 100 บาท

อุปทานส่วนเกิน (Excess Supply)

อุปทานส่วนเกิน หมายถึง ปริมาณเสนอขายมากกว่าปริมาณเสนอซื้อ

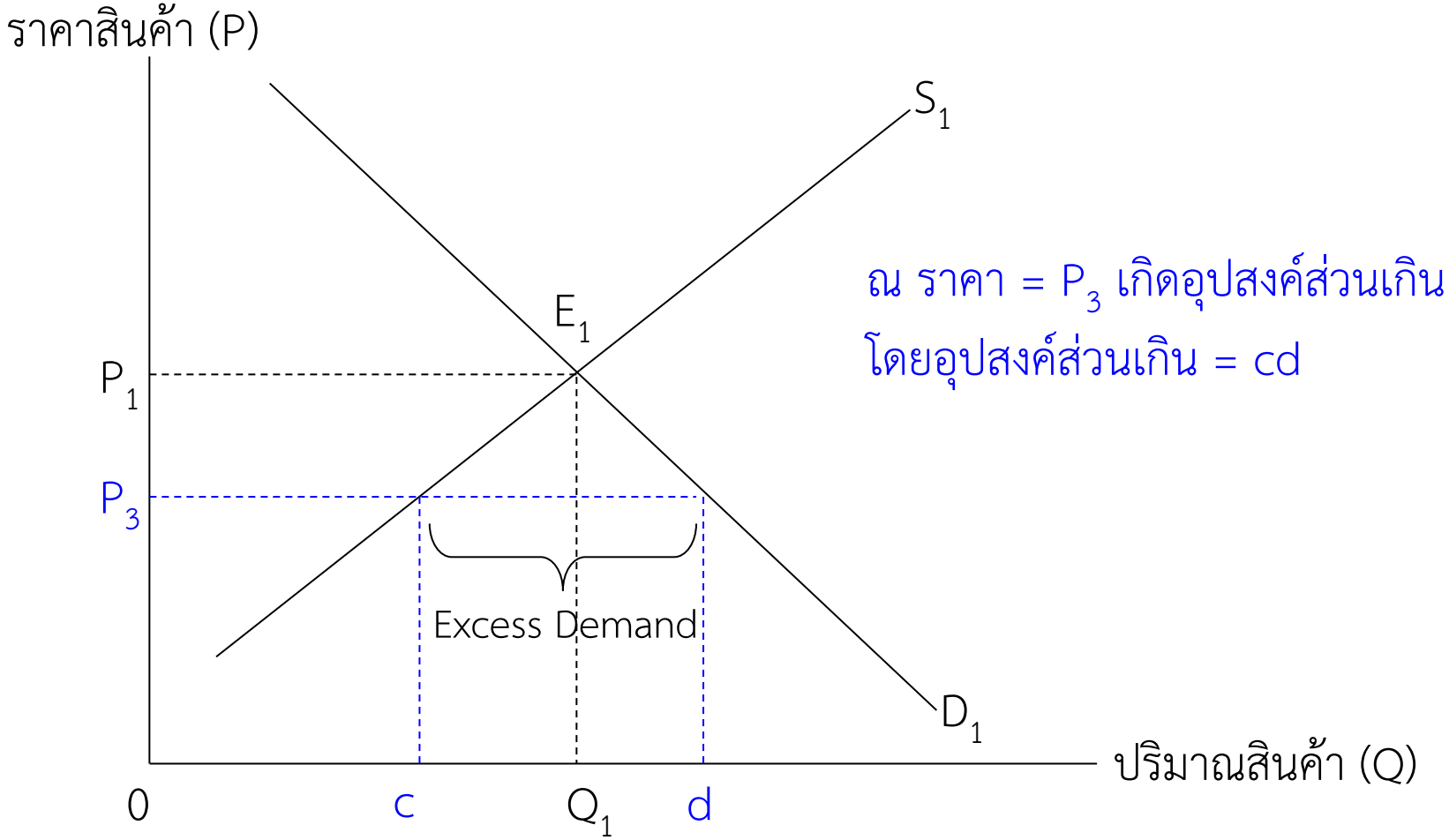


เช่น ณ ราคา = 120 บาท เกิดอุปทานส่วนเกิน = 1,400 – 600 = 800 หน่วย



○ อุปสงค์ส่วนเกิน (Excess Demand)

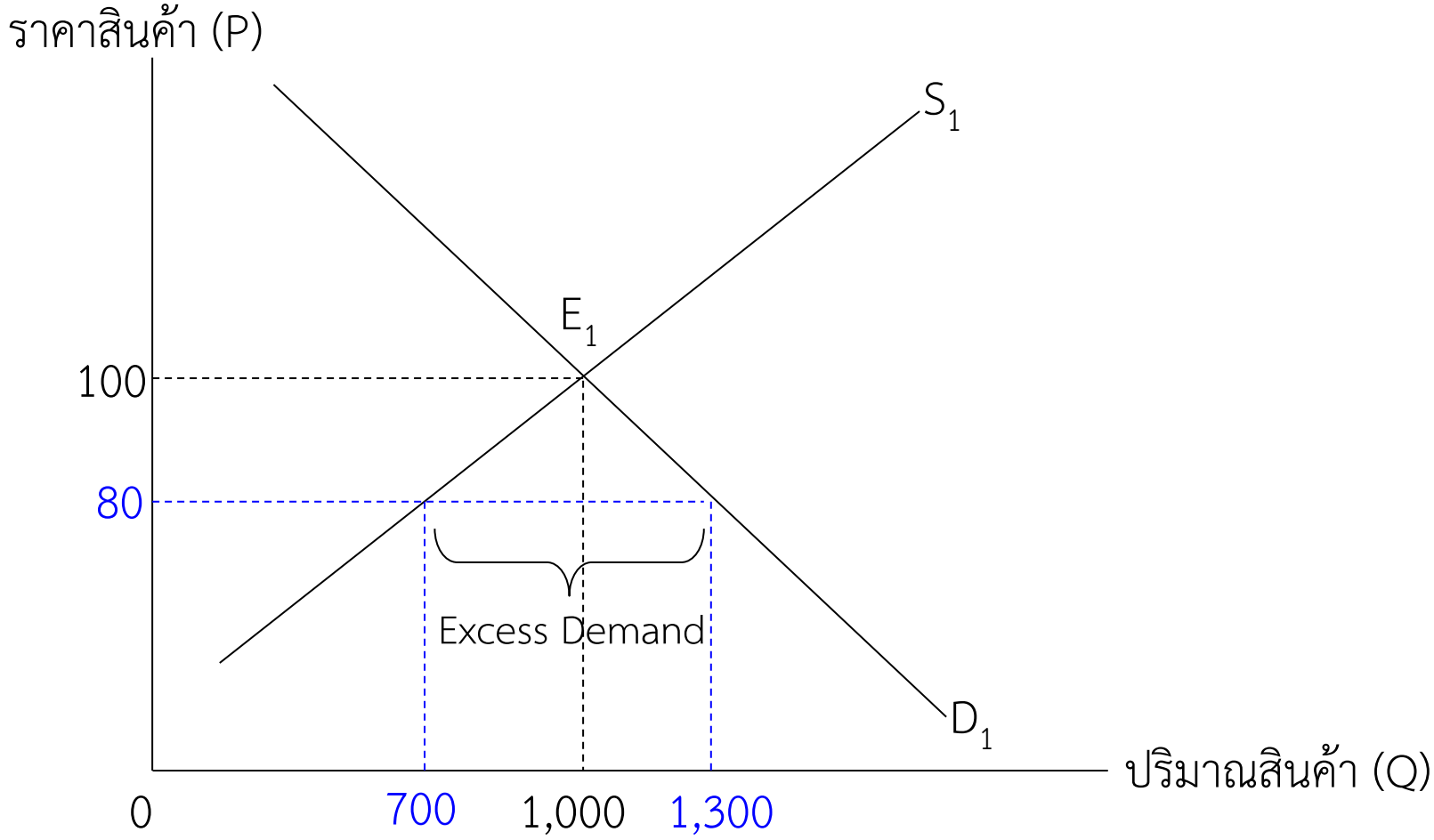
อุปสงค์ส่วนเกิน หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อมากกว่าปริมาณเสนอขาย



ณ ราคา = P_3 เกิดอุปสงค์ส่วนเกิน

โดยอุปสงค์ส่วนเกิน = cd

เช่น ณ ราคา = 80 บาท เกิด อุปสงค์ส่วนเกิน = 1,300–700 = 600 หน่วย

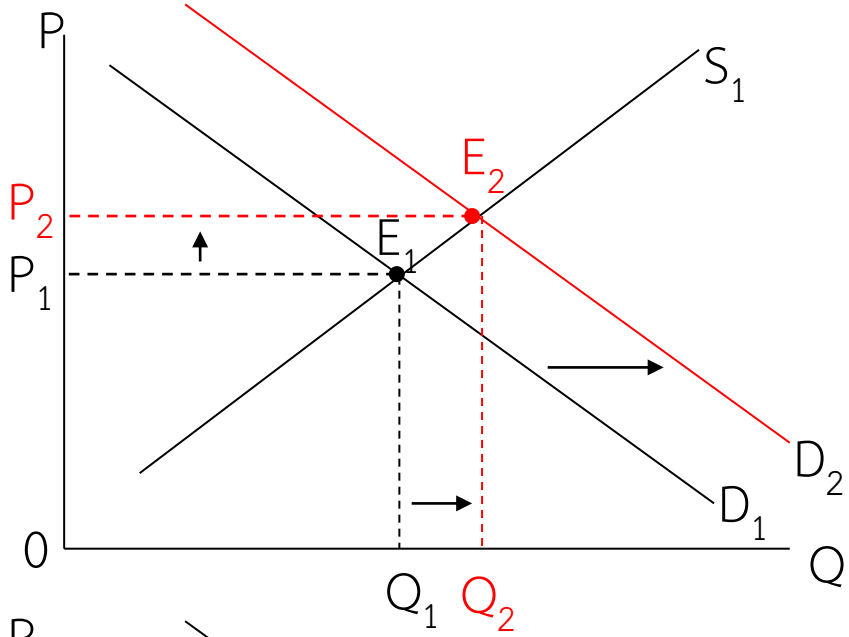


• การเปลี่ยนแปลงภาวะดุลยภาพ

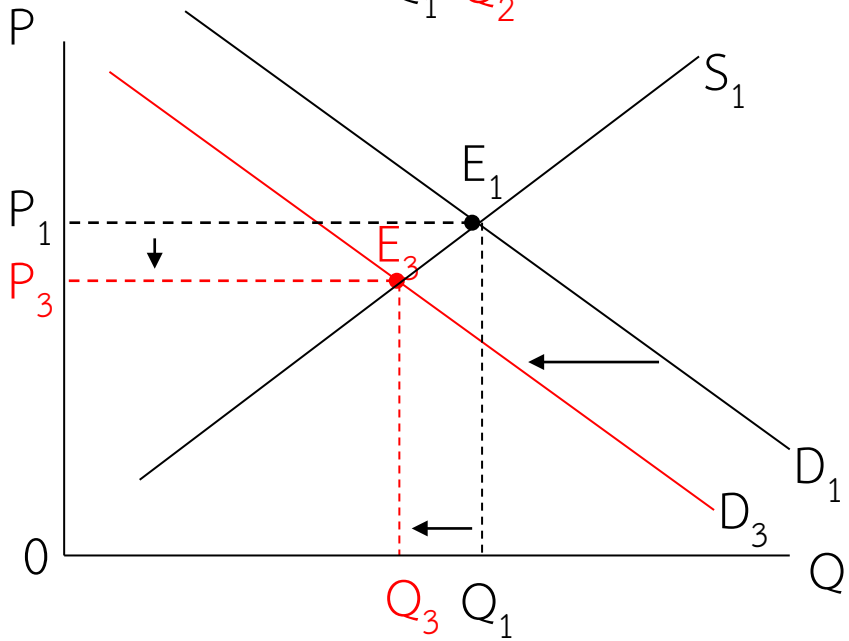
ภาวะดุลยภาพของตลาดจะเปลี่ยนแปลงก็ต่อเมื่ออุปสงค์หรืออุปทานเปลี่ยนแปลง โดยการเปลี่ยนแปลงภาวะดุลยภาพของตลาดอาจเกิดขึ้นได้ใน 3 กรณี ได้แก่

1. อุปสงค์เปลี่ยนแปลง โดยที่อุปทานคงที่
2. อุปทานเปลี่ยนแปลง โดยที่อุปสงค์คงที่
3. ทั้งอุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลง

1. อุปสงค์เปลี่ยนแปลง โดยที่อุปทานคงที่



กรณีอุปสงค์เพิ่มขึ้น



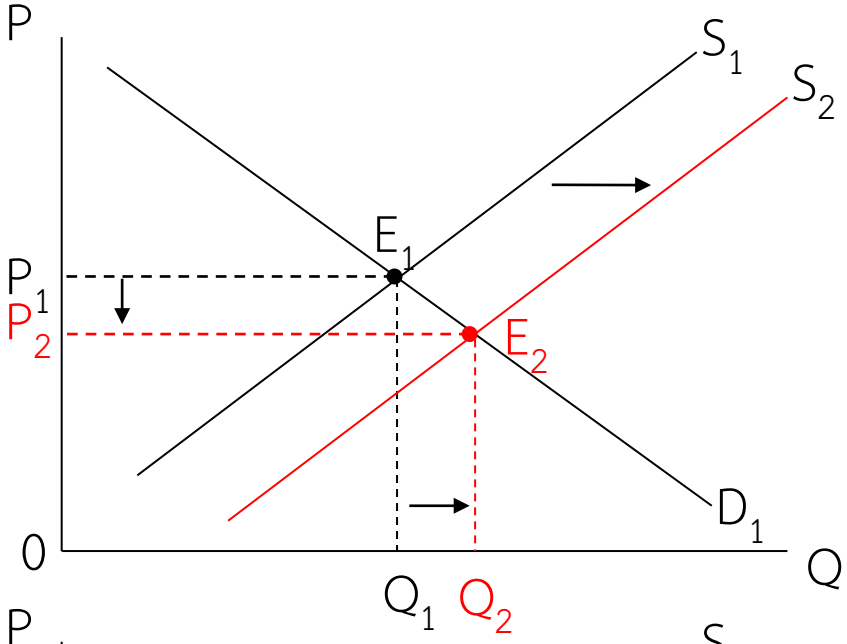
กรณีอุปสงค์ลดลง

คำถาม

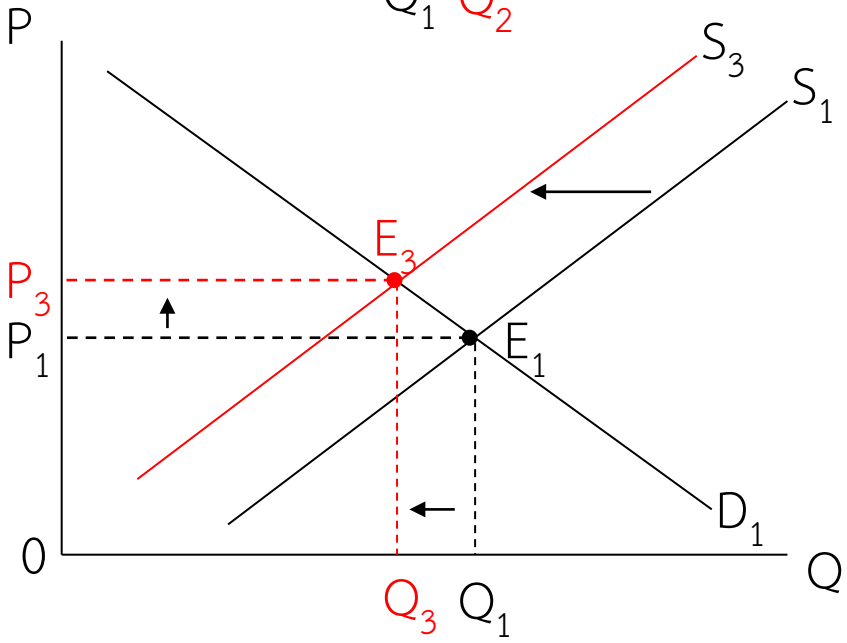
การย้ายเส้นอุปสงค์ เกิดจากสาเหตุใดได้บ้าง ?

- รายได้เปลี่ยนแปลง
- รสนิยมเปลี่ยนแปลง
- ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องเปลี่ยนแปลง

2. อุปทานเปลี่ยนแปลง โดยที่อุปสงค์คงที่



กรณีอุปทานเพิ่มขึ้น



กรณีอุปทานลดลง

คำถาม

การย้ายเส้นอุปทาน เกิดจากสาเหตุใดได้บ้าง ?

- ราคาปัจจัยการผลิตเปลี่ยนแปลง
- เทคโนโลยีการผลิตเปลี่ยนแปลง
- สภาพดินฟ้าอากาศ

3. ทั้งอุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลง

อุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลง เกิดจากปัจจัยที่กำหนดทั้งอุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลง มีผลทำให้เส้นอุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลงพร้อมกัน การเปลี่ยนแปลงนี้มีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ 4 กรณี ได้แก่

1. อุปสงค์เพิ่ม อุปทานเพิ่ม
2. อุปสงค์เพิ่ม อุปทานลด
3. อุปสงค์ลด อุปทานเพิ่ม
4. อุปสงค์ลด อุปทานเพิ่ม

เมื่ออุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลง ก็จะทำให้ภาวะดุลยภาพเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ ราคาและปริมาณดุลยภาพจะเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเท่าใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับทิศทางและความมากน้อยของการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์อุปทาน

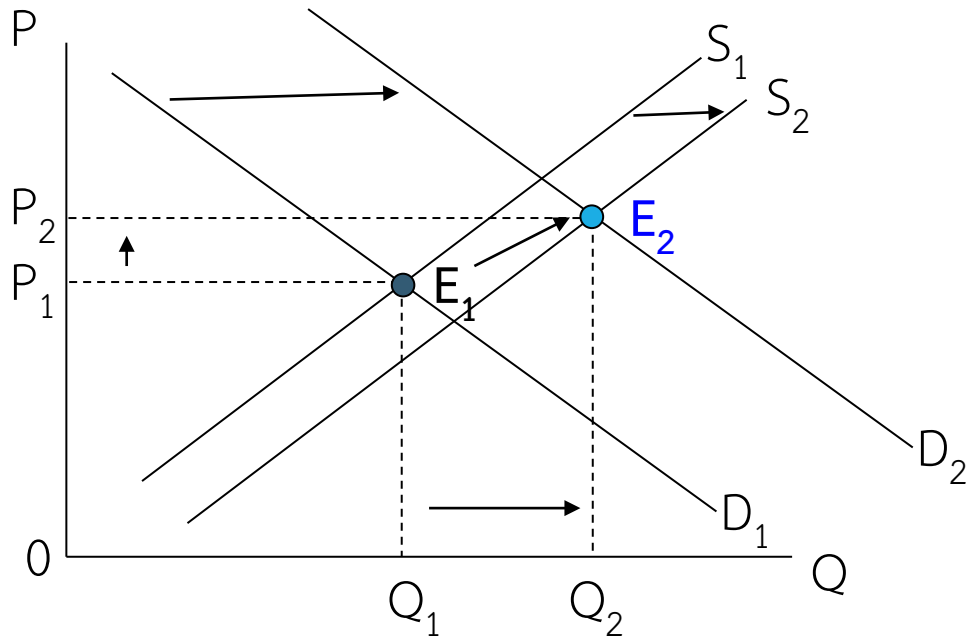
เช่น

กรณีอุปสงค์และอุปทานเพิ่มทั้งคู่

กรณีเช่นนี้จะทำให้ปริมาณดุลยภาพเพิ่มขึ้น แต่การเปลี่ยนแปลงราคาดุลยภาพสามารถเป็นไปได้สามรูปแบบ คือ 1) ราคาเพิ่มขึ้น 2) ราคาคงที่ และ 3) ราคาลดลง

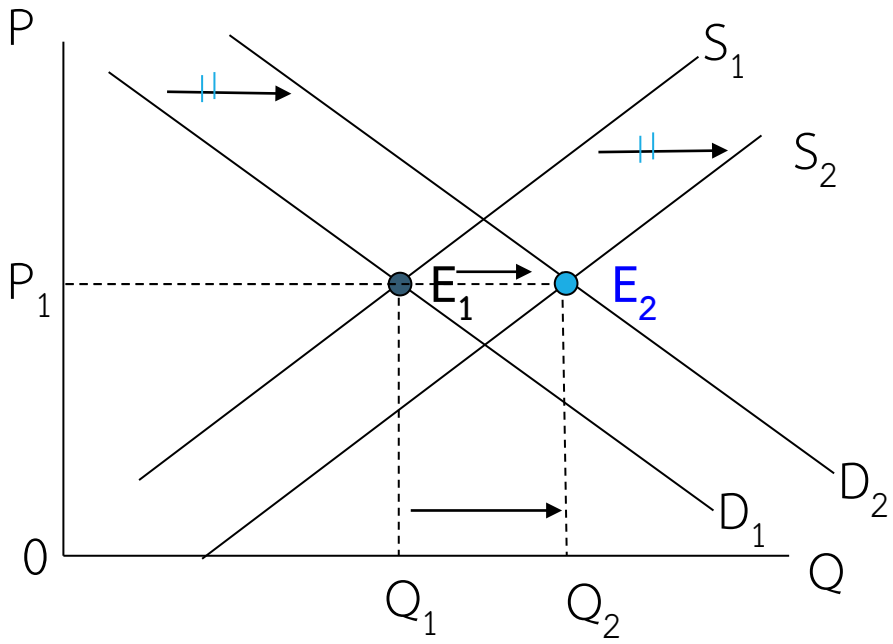
3.1 อุปสงค์และอุปทานเพิ่ม

Demand เพิ่มขึ้นมากกว่า Supply ที่เพิ่ม → ปริมาณและราคาเพิ่มขึ้น



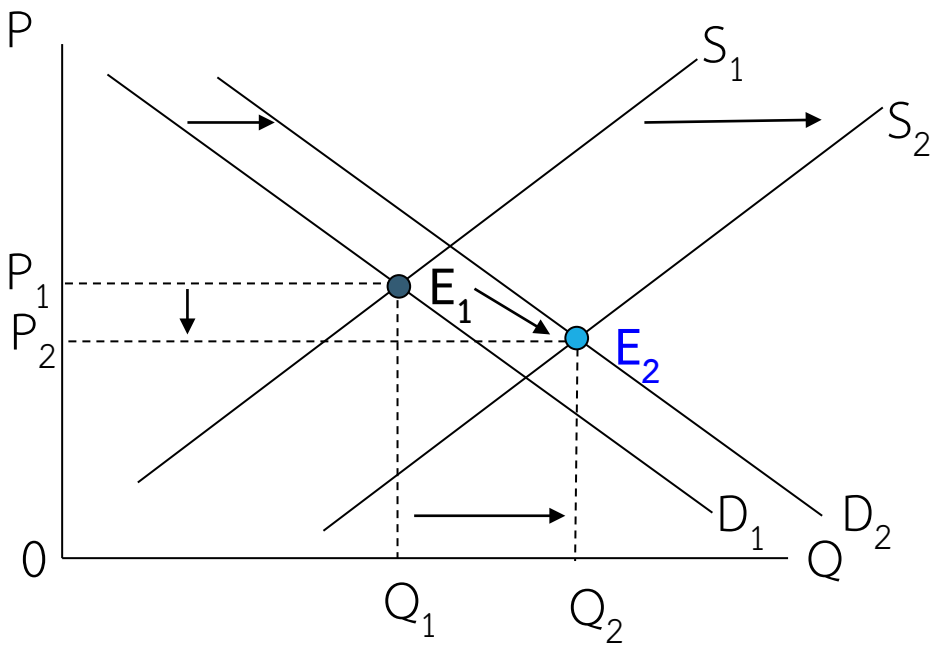
3.1 อุปสงค์และอุปทานเพิ่ม

Demand เพิ่มขึ้นเท่ากับ Supply ที่เพิ่ม → ปริมาณเพิ่มขึ้น แต่ราคาดุลยภาพคงที่

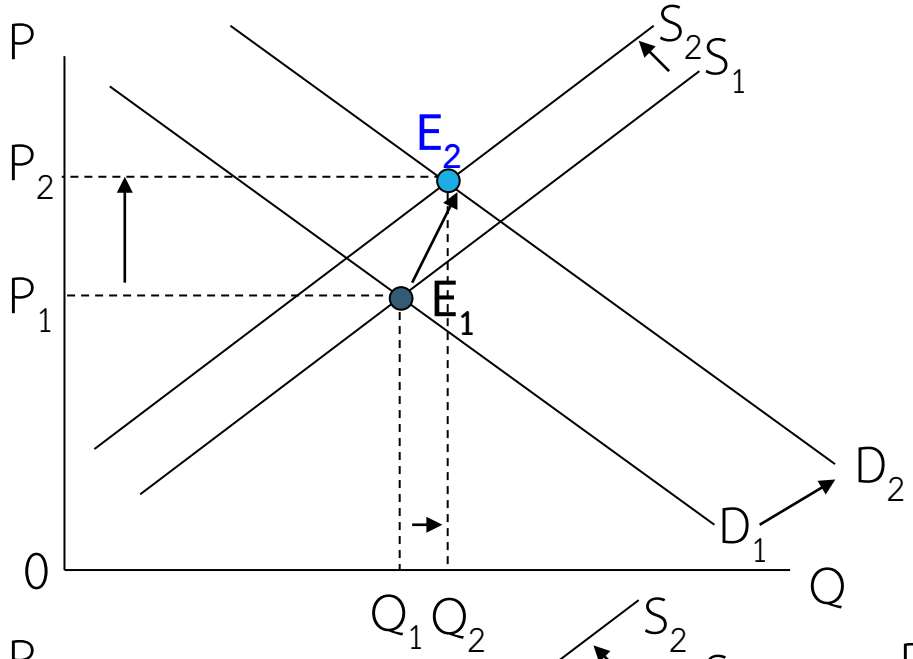


3.1 อุปสงค์และอุปทานเพิ่ม

Demand เพิ่มขึ้นน้อยกว่า Supply ที่เพิ่ม → ปริมาณเพิ่มขึ้น แต่ราคาลดลง

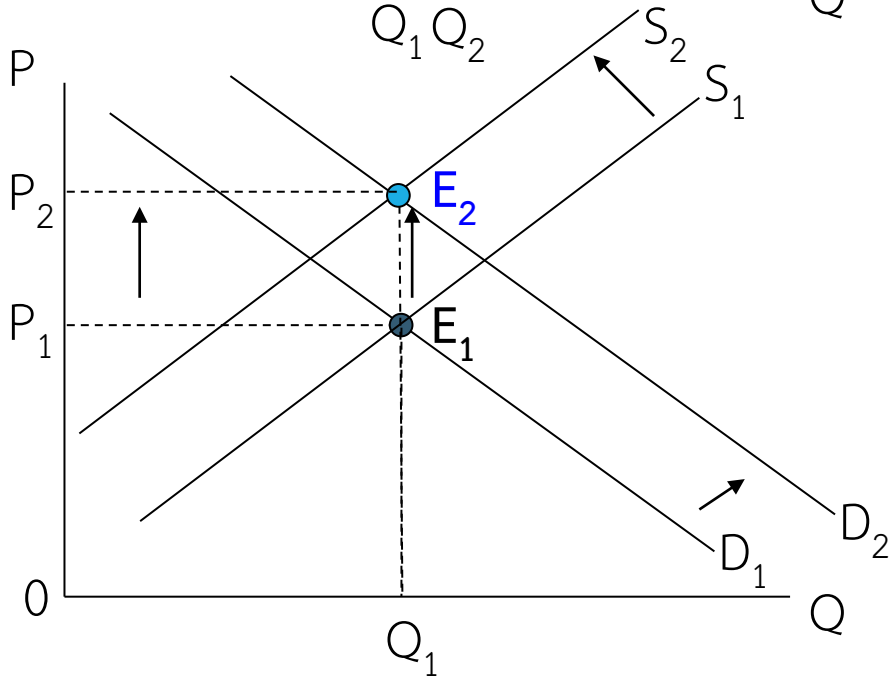


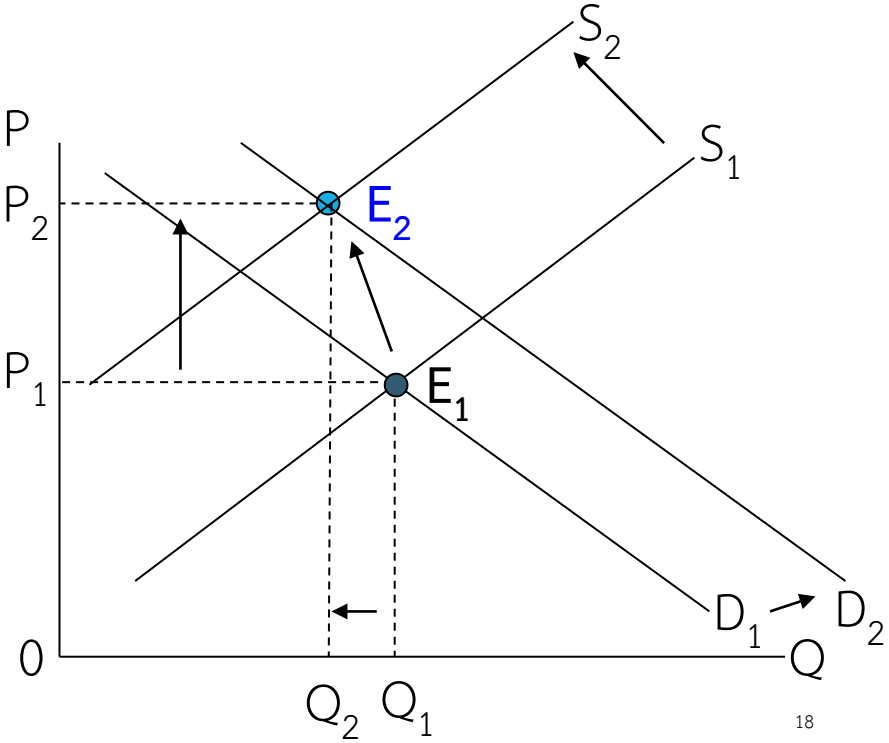
3.2 อุปสงค์เพิ่ม แต่อุปทานลด



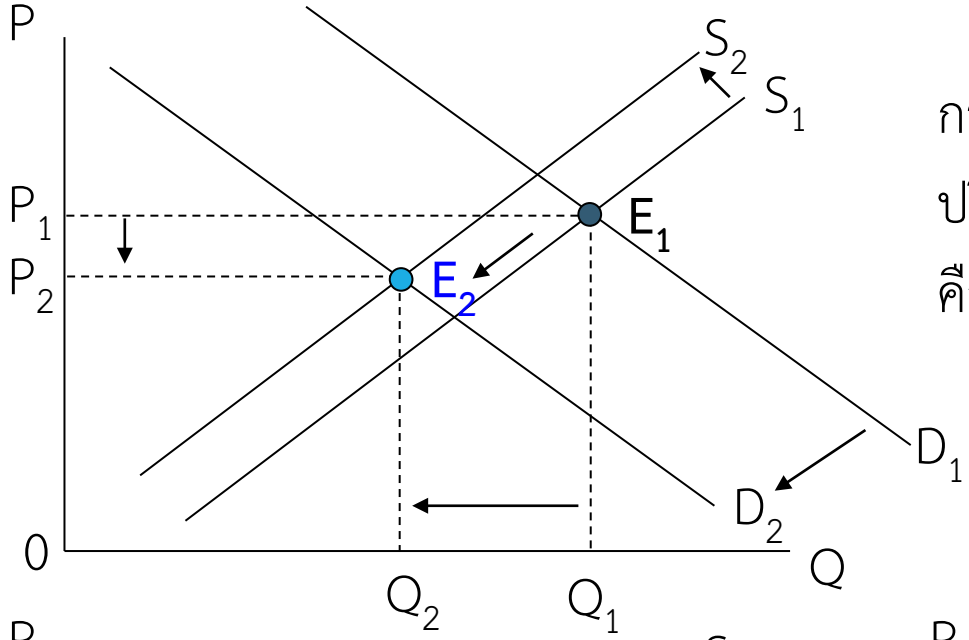
กรณีอุปสงค์เพิ่ม อุปทานลด ทำให้**ราคาเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณเป็นได้ทั้งสาม**แบบ

คือ ปริมาณอาจเพิ่มขึ้น หรือคงที่ หรือลดลง

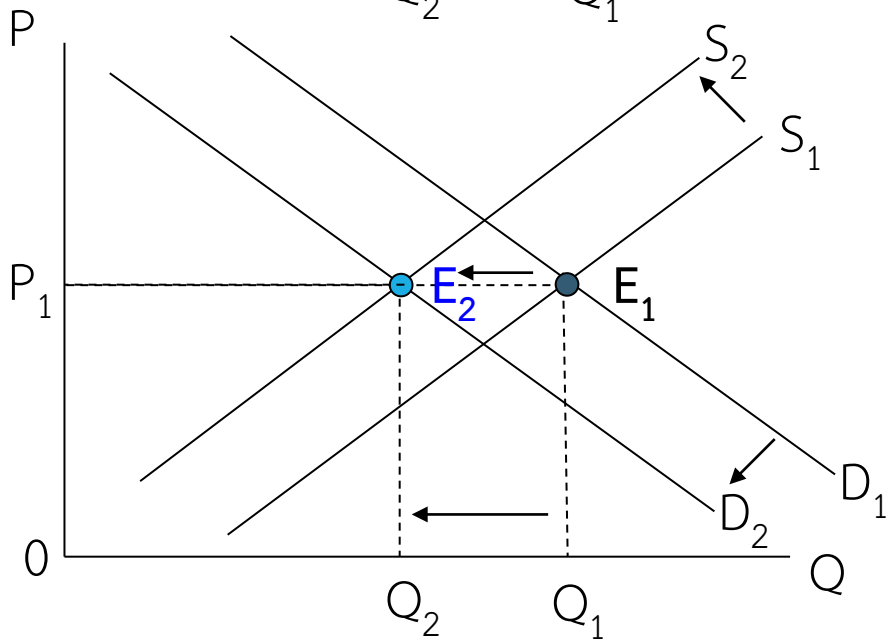


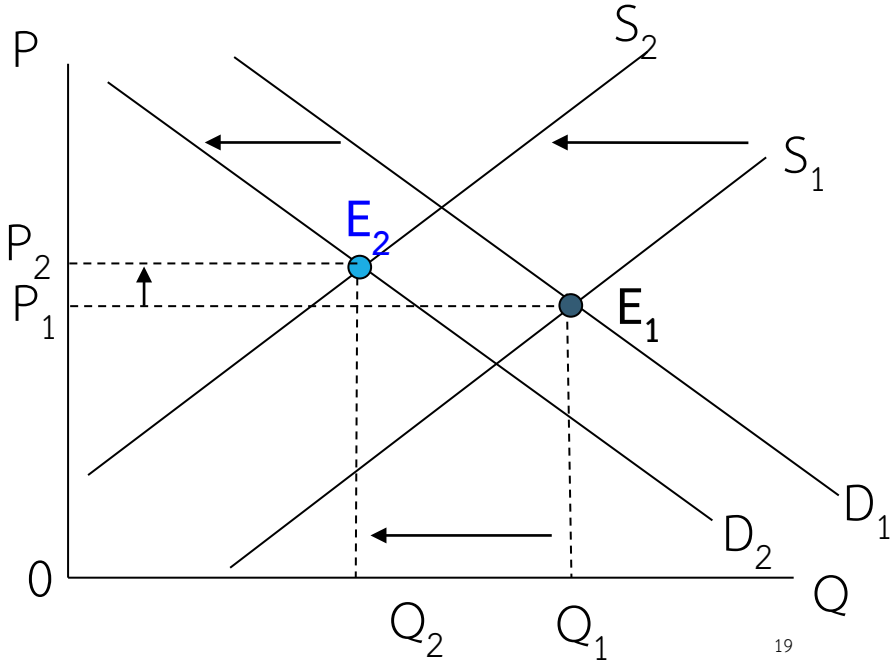


3.3 อุปสงค์และอุปทานลด

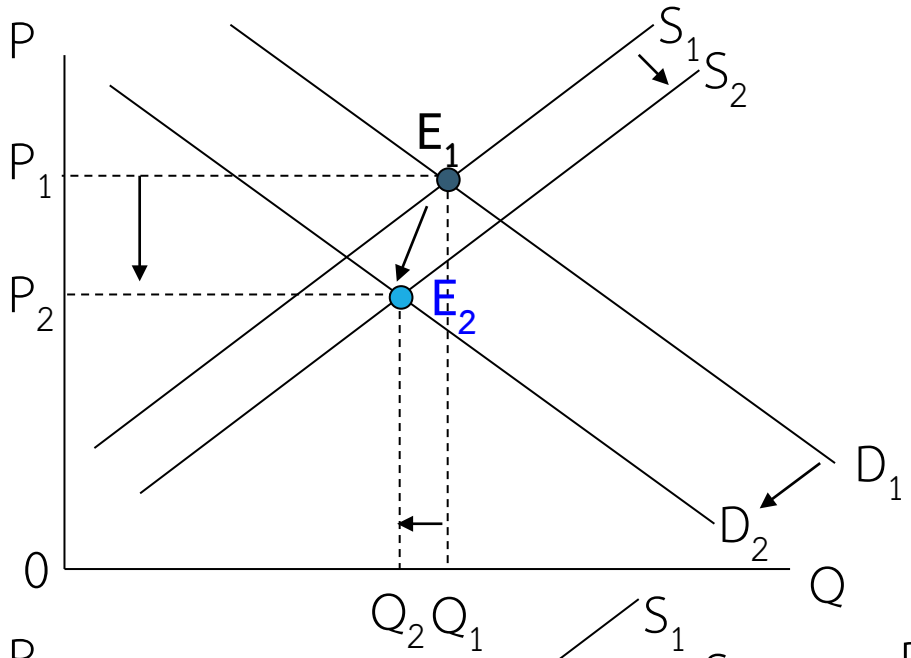


กรณีอุปสงค์และอุปทานลดลงจะทำให้ปริมาณลดลง แต่ราคาเป็นได้ทั้งสามแบบ คือ ราคาอาจเพิ่มขึ้น หรือคงที่ หรือลดลง

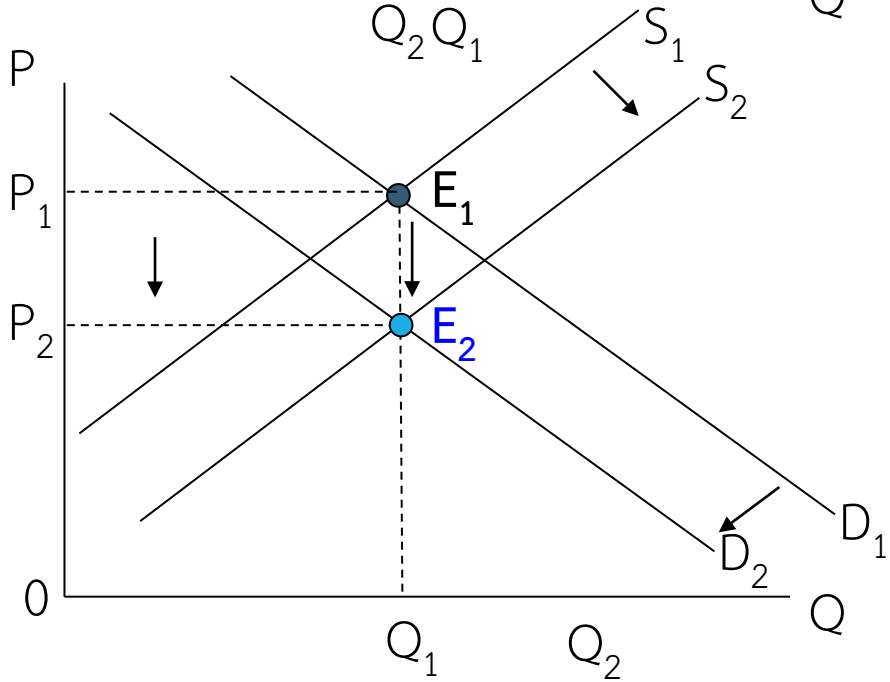


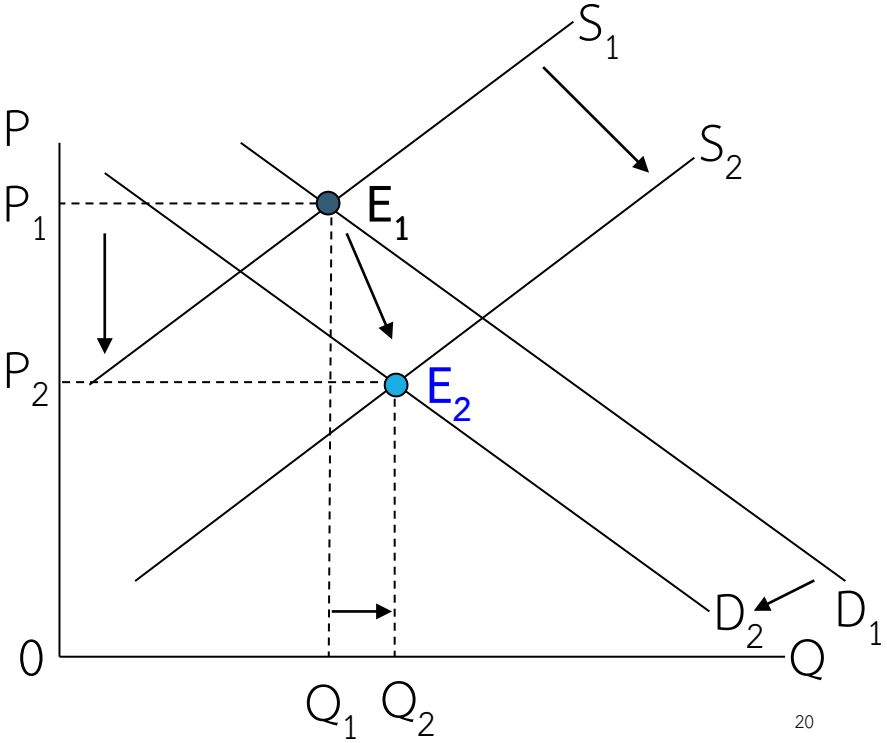


3.4 อุปสงค์ลด แต่อุปทานเพิ่ม



กรณีที่อุปสงค์ลดลงแต่อุปทานเพิ่มขึ้นจะทำให้ราคาลดลง แต่ปริมาณจะเป็นได้สามแบบคือ ปริมาณเพิ่มขึ้น คงที่ หรือลดลง





• การเข้าแทรกแซงราคาของรัฐบาล

โดยปกติแล้วรัฐบาลจะไม่เข้าแทรกแซงการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยจะปล่อยให้กลไกราคาทำงาน แต่ในบางครั้งที่กลไกราคาทำงานแล้วมีผลทำให้ราคาสินค้าสูงเกินไปจนทำให้ผู้บริโภคโดยทั่วไปเดือดร้อน หรืออาจทำให้ราคาสินค้าต่ำมากจนทำให้ผู้ผลิตเดือดร้อน ไม่คุ้มกับต้นทุนการผลิตก็ต้องอาศัยการเข้าแทรกแซงราคาโดยรัฐบาล โดยการแทรกแซงราคาแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. การประกันราคาขั้นต่ำ หรือการพยุงราคา

2. การกำหนดราคาขั้นสูง หรือการควบคุมราคา

1. <u>การประกันราคาขั้นต่ำ หรือการพยุงราคา</u>

(Price support; Minimum price; P_s)

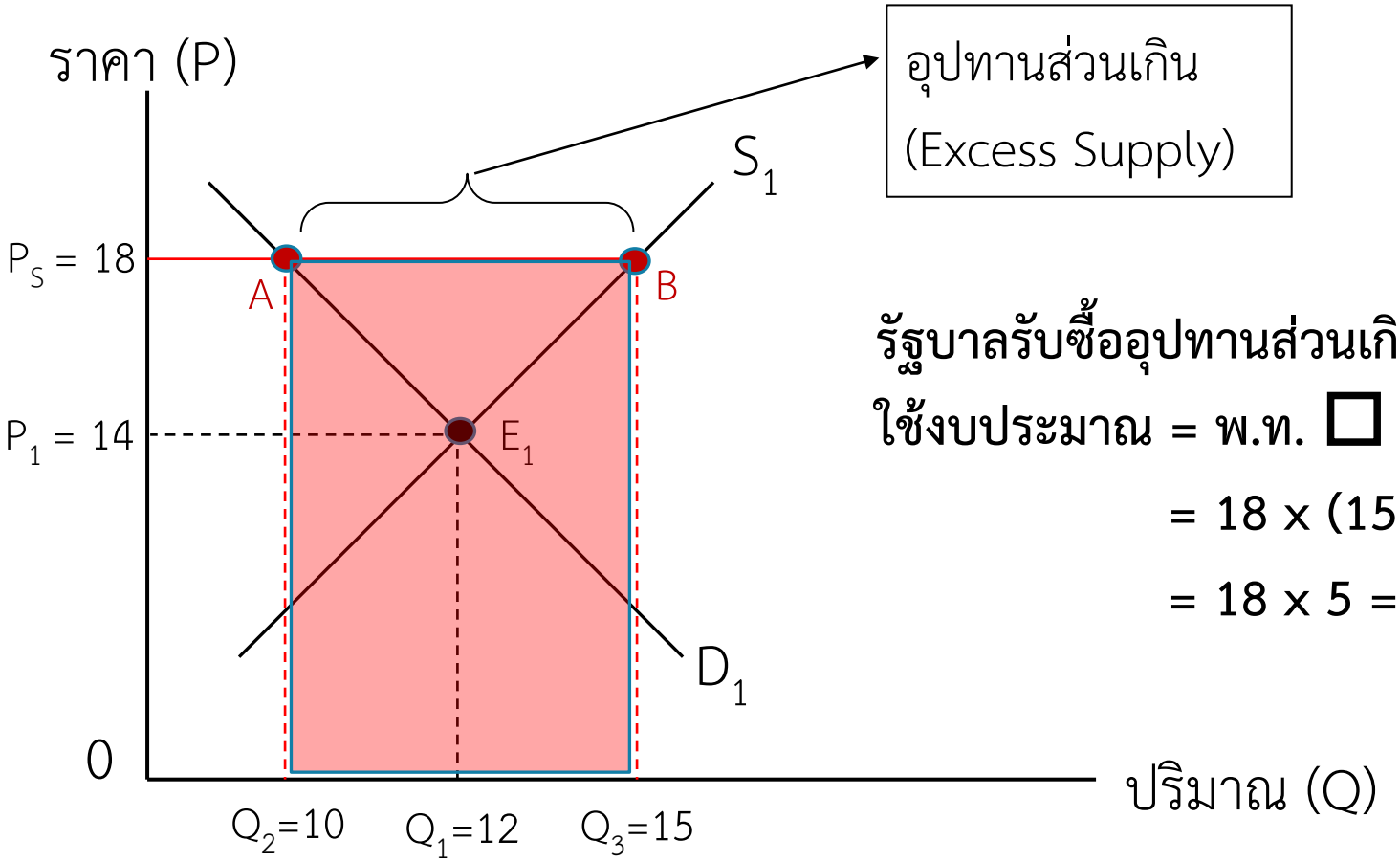
หมายถึง วิธีการที่รัฐบาลเข้าไปช่วยเหลือผู้ผลิตให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น โดยการแทรกแซงราคาสินค้าให้สูงกว่าราคาดุลยภาพในตลาด ซึ่งราคาที่รัฐบาลประกันจะต้องเป็นราคาที่สูงกว่าราคาดุลยภาพเสมอ

ที่ผ่านมาสินค้าที่รัฐบาลมักใช้การประกันราคาเข้าช่วยเหลือผู้ผลิต มักเป็นสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานน้อย เช่น ข้าวเปลือก ข้าวโพด ยางพารา เป็นต้น

การประกันราคาขั้นต่ำ มีวิธีการดังนี้

1.1 <u>กรณีการรับซื้ออุปทานส่วนเกิน</u>

เมื่อรัฐบาลทำการประกันราคาขั้นต่ำแล้ว รัฐบาลจะรับซื้อสินค้าที่ผู้ผลิตขายไม่หมด (อุปทานส่วนเกิน) เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตสามารถขายสินค้าได้ในราคาต่อหน่วยที่สูงขึ้น ตามที่รัฐบาลประกันราคาขั้นต่ำไว้



รัฐบาลรับซื้ออุปทานส่วนเกิน = AB

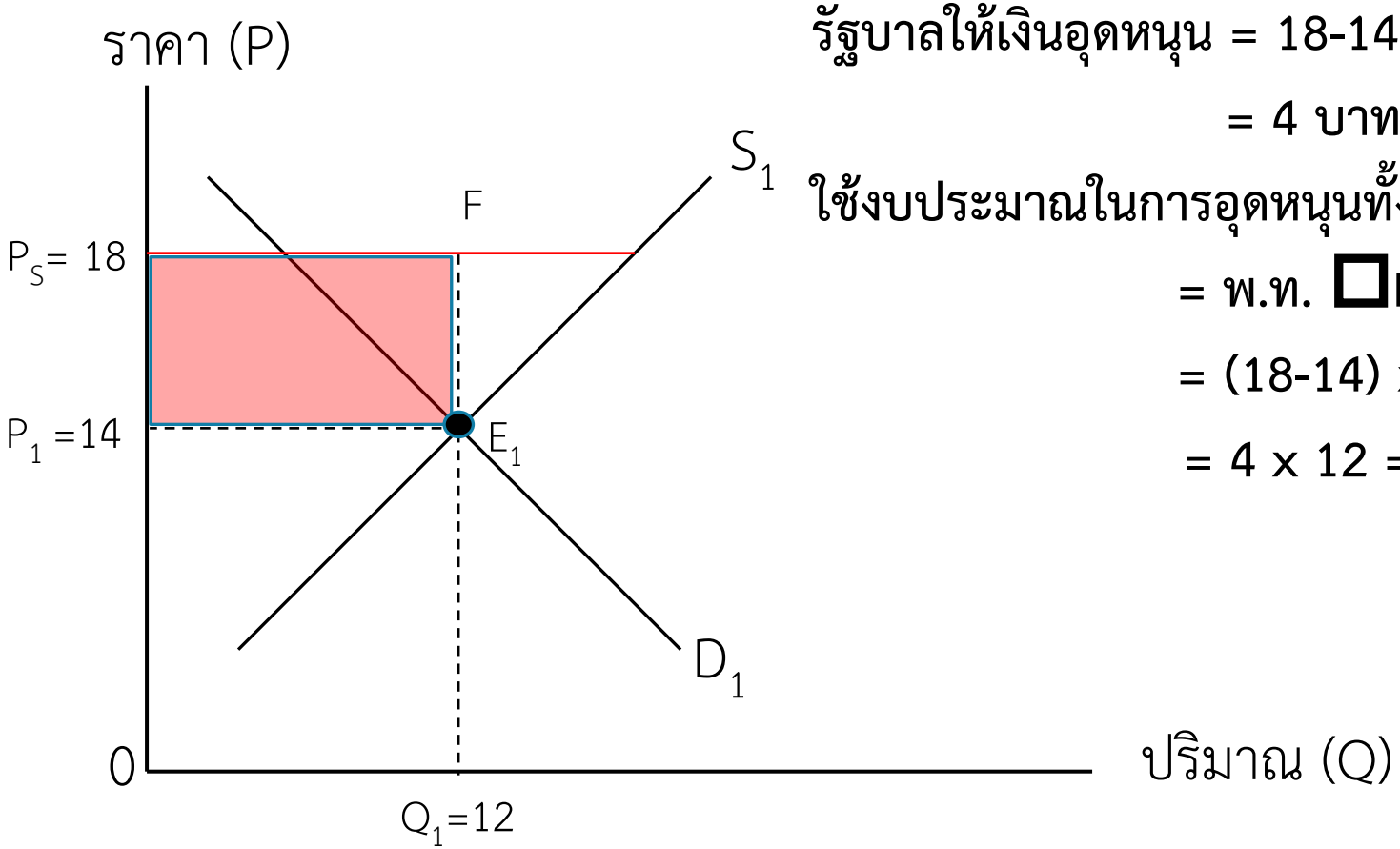
ใช้งบประมาณ = พ.ท. □ ABQ_3Q_2

= 18 x (15 – 10)

= 18 x 5 = 90 บาท

1.2 <u>กรณีการให้เงินอุดหนุนแก่เกษตรกร</u>

กรณีที่รัฐบาลปล่อยให้มีการซื้อขายสินค้าตามกลไกตลาด แต่รัฐบาลจ่ายเงินอุดหนุนให้แก่เกษตรกรเพิ่มเติม เพื่อให้เกษตรกรได้รับเงินเท่ากับราคาประกันขั้นต่ำ



รัฐบาลให้เงินอุดหนุน = 18-14

= 4 บาทต่อหน่วย

ใช้งบประมาณในการอุดหนุนทั้งสิ้น

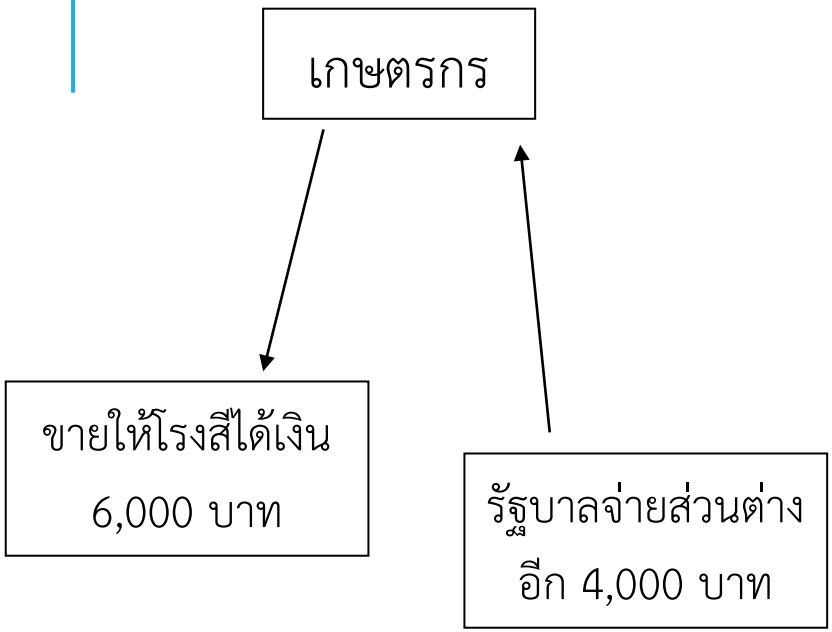
= พ.ท. □$P_SFE_1P_1$

= (18-14) x 12

= 4 x 12 = 48 บาท

การประกันราคา

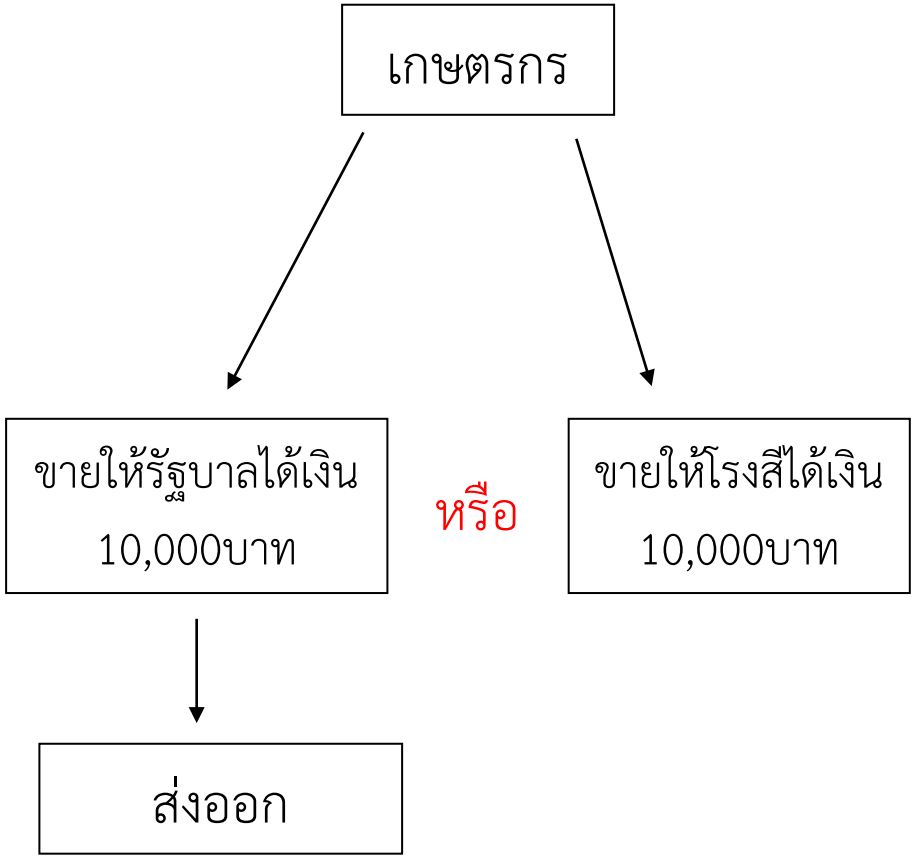
สมมุติรัฐบาลประกันราคาข้าวที่ 10,000 บาท



นั่นคือ เกษตรกรจะได้รับเงิน 10,000 บาท ในจำนวนนี้ได้จากโรงสี 6,000 บาท และได้จากรัฐบาลอีก 4,000 บาท

การรับจำนำ

สมมุติรัฐบาลรับจำนำข้าวที่ 10,000 บาท



นั่นคือเกษตรกรจะได้เงิน 10,000 บาท ซึ่งอาจจะได้จากรัฐบาล 10,000 บาทหากนำข้าวไปจำนำ หรือได้จากโรงสี 10,000 บาทหากขายให้โรงสี

? ทำอย่างไรจึงจะทำให้ราคาสินค้าเพิ่มขึ้นระยะยาว

มาตราการในระยะยาว

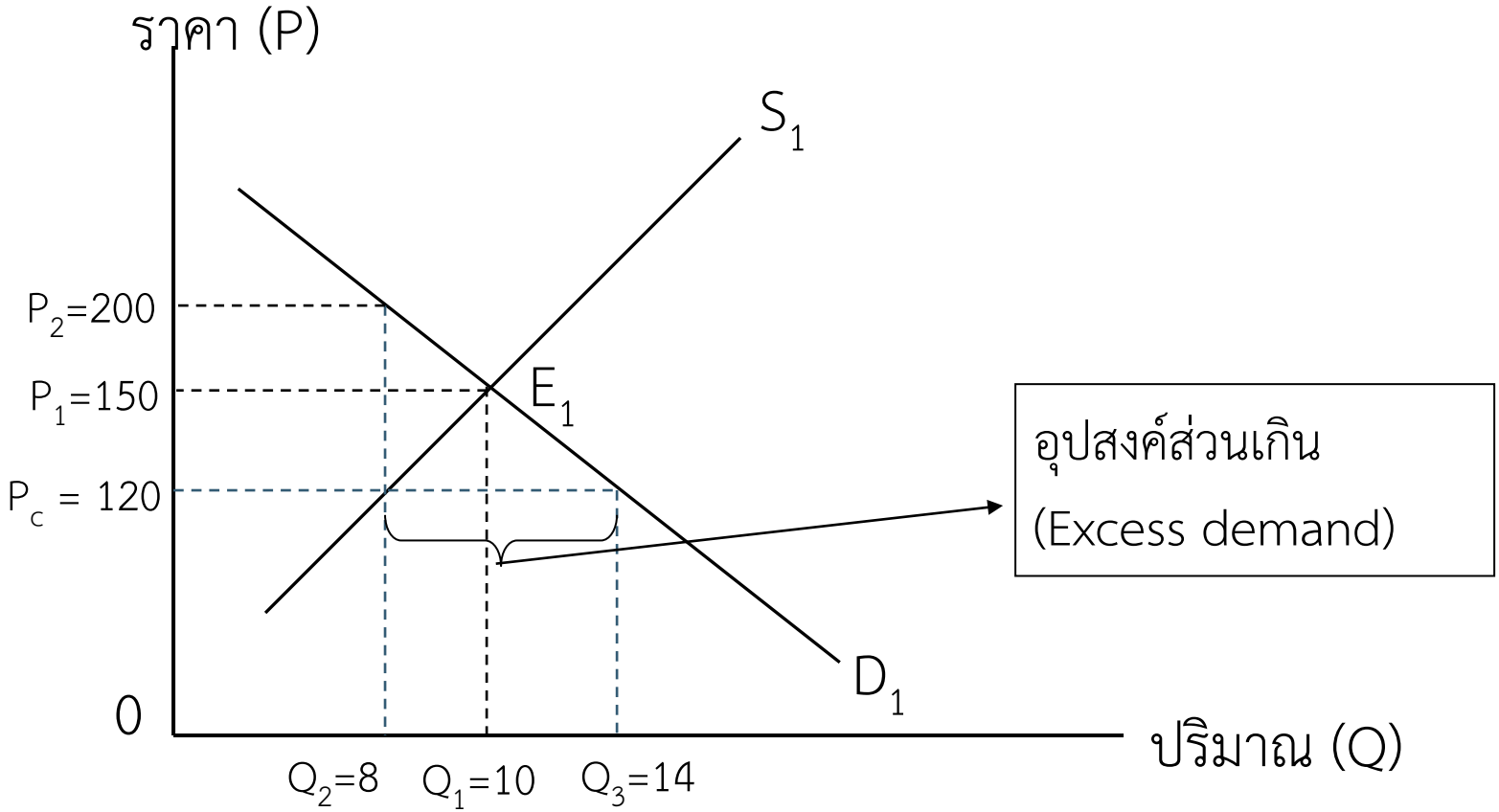
- ลดอุปทาน : ส่งเสริมให้ผู้ผลิตลดการปลูกพืชชนิดนั้นลง เพื่อทำให้อุปทานต่อสินค้าชนิดนี้ลดลง ซึ่งจะส่งผลให้ราคาสินค้านี้เพิ่มสูงขึ้น
- เพิ่มอุปสงค์ : รัฐบาลอาจทำการขยายตลาดส่งออกสินค้าดังกล่าว เพื่อเพิ่มอุปสงค์ต่อสินค้านั้น ซึ่งก็จะทำให้ราคาสินค้านั้นปรับเพิ่มสูงขึ้น

2. การกำหนดราคาขั้นสูง หรือการควบคุมราคา
(Price ceiling; Price Control; Pc)

หมายถึง วิธีการแทรกแซงราคาโดยรัฐบาลเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนสินค้า กล่าวคือ เมื่อสินค้าขาดแคลน ราคาสินค้าก็จะปรับตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน ดังนั้น รัฐบาลจึงเข้ามากำหนดราคาขั้นสูงเพื่อควบคุมราคาไม่ให้สูงจนเกินไป โดยระดับราคาที่รัฐบาลเข้าไปควบคุมนี้จะอยู่ต่ำกว่าระดับราคาดุลยภาพของตลาด

สินค้าที่รัฐบาลควบคุมราคา เช่น ข้าวสาร เนื้อสัตว์ ไข่ไก่ น้ำมันพืช เป็นต้น

สมมติราคาดุลยภาพที่ระดับ P1 เป็นราคาที่สูงเกินไป รัฐบาลจึงเข้าควบคุมราคาให้อยู่ในระดับไม่เกิน Pc แต่ที่ระดับราคาควบคุมนี้ ทำให้เกิดอุปสงค์ส่วนเกินจำนวน Q_2Q_3 ซึ่งรัฐบาลต้องจัดสรรสินค้าให้ดี ให้พอกับความต้องการของผู้บริโภค (เช่น โครงการธงฟ้า) ไม่อย่างนั้นอาจเกิด ตลาดมืด (Black Market) ซึ่งราคาอาจสูงถึง P_2 เลยก็ได้



• ตลาดและการแข่งขัน

ตลาด หมายถึง สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งซึ่งมีสินค้าวางจำหน่าย และมีผู้ซื้อผู้ขายต่อรองราคากัน ถ้าตกลงกันได้ก็จะมีการส่งมอบสินค้าให้แก่กัน นอกจากนี้ยัง ตลาดยังหมายถึงการติดต่อซื้อขายสินค้ากัน โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ต้องมาพบกันก็ได้ แต่ติดต่อกันได้โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเตอร์เน็ต เป็นต้น เช่นการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น

การจัดประเภทตลาดตามลักษณะของการแข่งขัน แบ่งตลาดออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competitive Market)
2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competitive Market)
   - ตลาดผูกขาด
   - ตลาดผู้ขายน้อยราย
   - ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competitive Market)

ลักษณะที่สำคัญของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1. มีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก
2. สินค้าที่ซื้อขายกันมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (Homogeneous Product)
3. ผู้ผลิตสามารถเข้าและออกจากกิจการได้อย่างเสรี (Free Entry and Free Exit)
4. สินค้าและปัจจัยการผลิตสามารถโยกย้ายได้อย่างเสรี (Free Mobility)
5. ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้เกี่ยวกับสภาพของตลาดอย่างดี (Perfect Knowledge)

2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competitive Market)

เป็นตลาดที่ผู้ขายมีจำนวนไม่มาก แต่ปริมาณการขายสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายเป็นสัดส่วนที่มากในตลาด มีการกีดกันผู้ขายรายใหม่ไม่ให้เข้าสู่ตลาดด้วยวิธีการต่าง ๆ และสามารถกำหนดราคาได้บ้าง อีกทั้งผู้ซื้อและผู้ขายไม่ทราบความเป็นไปของตลาดได้อย่างสมบูรณ์ โดยสามารถแบ่งตลาดประเภทนี้ออกเป็น 3 ตลาด ดังนี้

2.1 ตลาดผูกขาด (Monopoly)

ลักษณะสำคัญของตลาดผูกขาด

1. มีผู้ขายเพียงรายเดียว ซึ่งเรียกว่าผู้ผูกขาด (Monopolist)
2. สินค้าที่ผลิตไม่เหมือนใครหาสินค้าอื่นทดแทนได้ยาก
3. ผู้ขายเป็นผู้กำหนดราคาหรือปริมาณสินค้า
4. ผู้ผูกขาดสามารถกีดกันไม่ให้ผู้อื่นเข้ามาผลิตแข่งขันได้

2.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

ลักษณะสำคัญของตลาดผู้ขายน้อยราย

1. มีผู้ขายตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป โดยทั่วไปประมาณ 3-4 ราย การตัดสินใจของผู้ขายรายใดรายหนึ่งมีผลกระทบต่อผู้ขายรายอื่น ๆ และผู้ขายรายอื่น จะมีการโต้ตอบทันที
2. สินค้าที่ขายมี 2 ลักษณะ คือ

    2.1 มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (pure oligopoly) เช่น น้ำมัน เป็นต้น

    2.2 มีลักษณะแตกต่างกัน แต่ใช้ทดแทนกันได้ (differentiated oligopoly) เช่น รถยนต์ เป็นต้น
3. ผู้ขายรายใหม่เข้ามาดำเนินการแข่งขันไม่ได้ อาจโดยมีการโฆษณาซึ่งต้องใช้เงินจำนวนมาก และบางกิจการต้องเป็นกิจการขนาดใหญ่ จึงจะเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale)

4. ผู้ขายหรือผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยรายไม่นิยมแข่งขันกันด้วยราคา แต่แข่งขันกันด้วยคุณภาพและการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา (Non-price Competition) เนื่องจาก

- หากลดราคาจะไม่ช่วยให้ผู้ขายสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นมากนัก เนื่องจากคู่แข่งจะโต้ตอบโดยการลดราคาตามทันที
- ผู้ขายน้อยรายส่วนมากเชื่อว่าการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาสามารถเอาชนะคู่แข่งได้นานกว่า เช่น คุณภาพสินค้า เป็นต้น
- เป็นผู้ผลิตรายใหญ่จึงมีปริมาณสินค้ามากและมีเงินทุนจำนวนมากด้วย

2.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)

ลักษณะสำคัญของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

1. มีจำนวนผู้ขายมากราย แต่น้อยกว่าตลาดแข่งขันสมบูรณ์
2. ผู้ขายแต่ละรายขายสินค้าที่คล้ายกันแต่ไม่เหมือนกัน เนื่องจากคุณภาพ บริการ การโฆษณา การบรรจุหีบห่อ
3. ไม่มีสิ่งกีดขวางการเข้าตลาดของผู้ผลิตรายใหม่
4. ไม่มีการร่วมมือกันระหว่างผู้ซื้อหรือผู้ผลิต