

บทที่ 4

พฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์
2. ทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน



เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคไทย ใน 3 GEN



- พฤติกรรมเด่น
- การตลาดพิชิตใจ

ชาย) วัย 20-29 ปี

สบายๆ อะไรก็ได้
หาซื้อสะดวก/พิชิตใจคนรอบข้าง



- พฤติกรรมเด่น
- การตลาดพิชิตใจ

ชาย) วัย 30-39 ปี

สนใจเฉพาะเรื่องแบบเจาะลึก
สินค้าคุ้มค่า/ท้าทายความสามารถ



- พฤติกรรมเด่น
- การตลาดพิชิตใจ

ชาย) วัย 40-55 ปี

ทำงานหนักเพื่อคนรอบข้าง
ผลักดันสู่ความสำเร็จ
/ให้รางวัลคืนแก่ชีวิต



- พฤติกรรมเด่น
- การตลาดพิชิตใจ

หญิง) วัย 20-29 ปี

แสวงหาความแปลกใหม่เสมอ
หลากหลาย/มีสีสัน/สร้างกระแส



- พฤติกรรมเด่น
- การตลาดพิชิตใจ

หญิง) วัย 30-39 ปี

รู้แล้วว่าตัวเองต้องการอะไร
คุณสมบัติชัดเจน/ชวนให้ลอง
/ใช้แล้วรู้สึกดีกับตัวเอง



- พฤติกรรมเด่น
- การตลาดพิชิตใจ

หญิง) วัย 40-55 ปี

ระมัดระวัง รอบคอบ
ดีต่อสุขภาพที่สุด/ข้อมูลน่าเชื่อถือ
ชัดเจน

ลักษณะสินค้าที่ถูกใจผู้บริโภคทั้ง 3 GEN

คุณภาพสูง



ดีต่อสุขภาพ



ใช้เพราะเคยชิน



คุ้มค่าใช้งาน



ASTV ผู้จัดการ
infoGraphics
www.manager.co.th

1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์

อรรถประโยชน์ (Utility)

หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการจำนวนหนึ่ง

อรรถประโยชน์รวม (Total Utility: TU)

หมายถึง ความพอใจทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับจาก
การบริโภคสินค้าหรือบริการจำนวนหนึ่ง

- อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Marginal Utility : MU)

หมายถึง ความพอใจรวมที่ได้รับเพิ่มขึ้นจากการบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} \quad \text{หรือ} \quad \frac{(TU_2 - TU_1)}{Q_2 - Q_1}$$

$$MU = \frac{TU_{n+1} - TU_n}{Q_{n+1} - Q_n}$$

เมื่อ TU_n คือ อรรถประโยชน์รวมที่เกิดก่อน

TU_{n+1} คือ อรรถประโยชน์รวมที่เกิดหลัง

Q_n คือ ปริมาณสินค้าที่เกิดก่อน

Q_{n+1} คือ ปริมาณสินค้าที่เกิดทีหลัง

อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU) และอรรถประโยชน์รวม (TU)

หน่วยสินค้า (Q)	อรรถประโยชน์รวม (TU)	อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU)
0	0	-
1	4	4
2	7	3
3	9	2
4	10	$\frac{10-9}{4-3} = 1 / 1 = 1$
5	10	0
6	9	$\frac{9-10}{6-5} = -1 / 1 = -1$

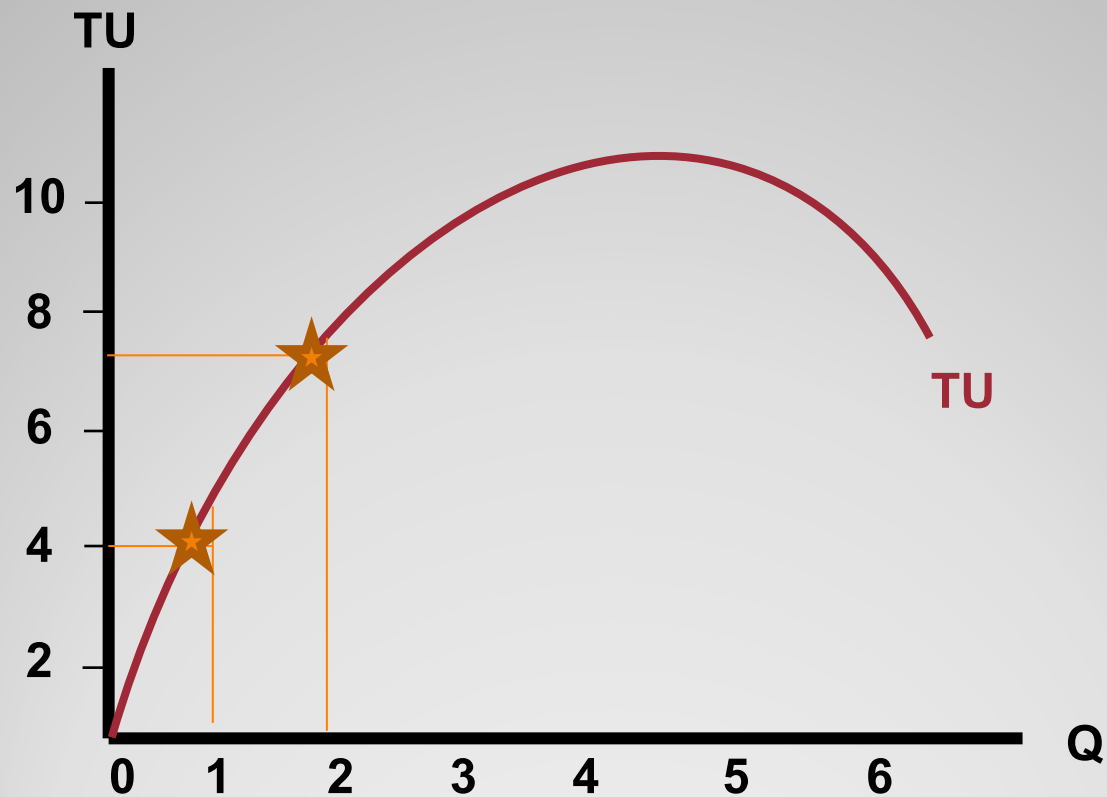
$$\text{MU} = \frac{TU_{n+1} - TU_n}{Q_{n+1} - Q_n} = \frac{4-0}{1-0} = 4/1 = 4$$

$$\text{MU} = \frac{7-4}{2-1} = 3/1 = 3$$

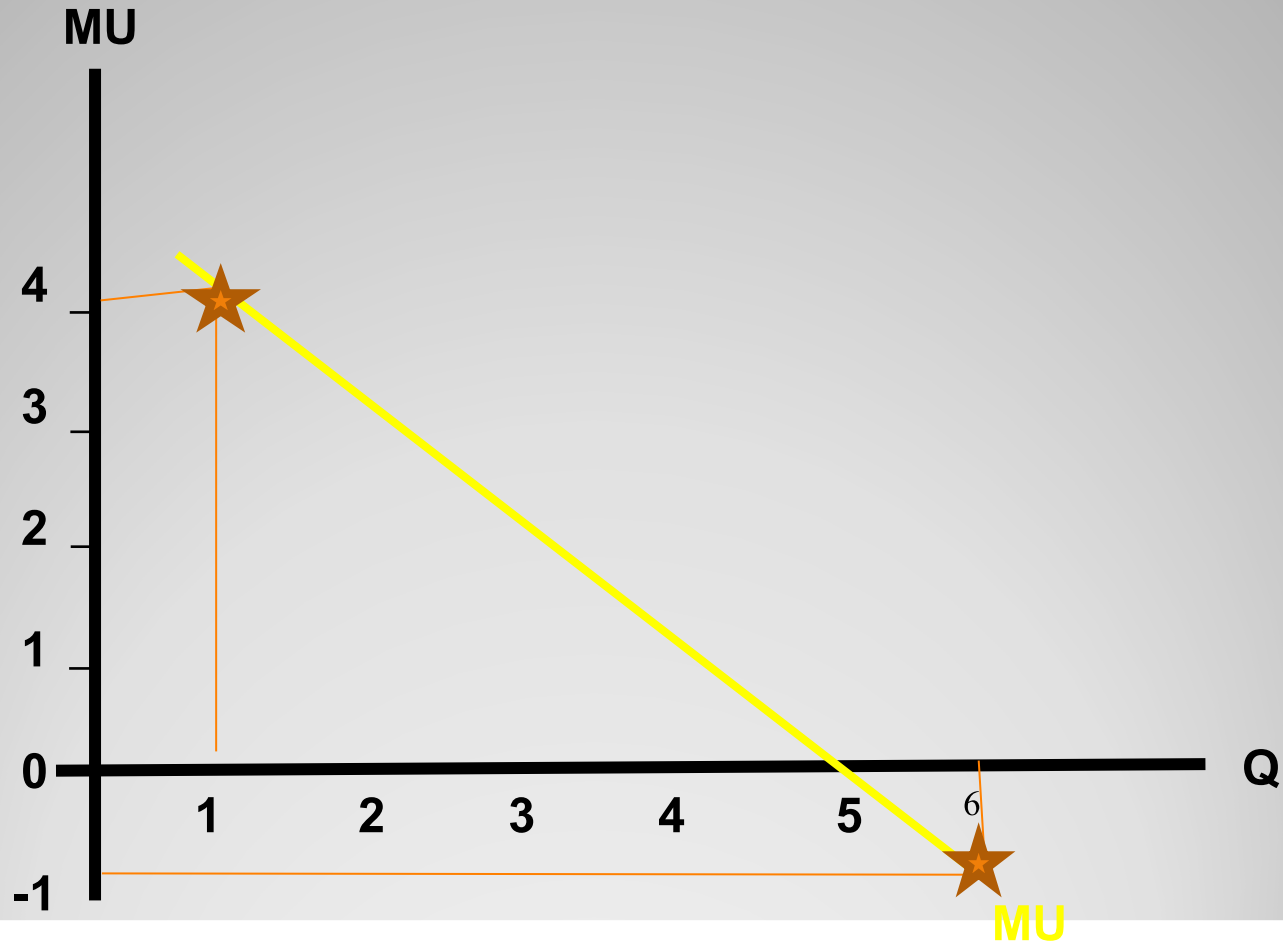
$$\text{MU} = \frac{10-10}{5-4} = 0/1 = 0$$

$$\text{MU} = \frac{TU_{n+1} - TU_n}{Q_{n+1} - Q_n} = \frac{9-10}{6-5} = -1/1 = -1$$

ลักษณะของเส้นอรรถประโยชน์รวม



ลักษณะของเส้นอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม



ความสัมพันธ์ของ TU และ MU

1. เมื่อ TU เพิ่มขึ้น MU จะลดลงเรื่อยๆ และมีค่าเป็นบวก
2. เมื่อ TU มีค่าสูงสุดแล้วคงที่ MU จะเท่ากับ 0
3. เมื่อ TU ลดลง MU จะมีค่าติดลบ

**ดุลยภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์

ดุลยภาพของผู้บริโภค หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มกับการเปลี่ยนแปลงของราคาของสินค้าชนิดนั้นๆ เมื่อนำมาหารกันแล้วจะได้ ค่าเท่ากัน

สูตร การหาดุลยภาพของผู้บริโภค คือ

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots = \frac{MU_z}{P_z}$$

กำหนดให้ MU_x, MU_y, \dots, MU_z คือ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม

$P_x, \dots, P_y, \dots, P_z$ คือ ราคาของสินค้าชนิดนั้น

สมมติให้ น้ำปล่าว $MU_x = 120, P_x = 10$

น้ำอัดลม $MU_y = 120, P_y = 10$

$$\frac{\text{น้ำปล่าว } 120}{10} = 12 \quad \text{และ} \quad \frac{120}{10} = 12$$

อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มต่อเงิน 1 บาท ที่ได้รับจากการบริโภค น้ำเปล่าและการบริโภคน้ำอัดลม

หน่วยสินค้า: ขวด (Q)	อรรถประโยชน์ ส่วนเพิ่มจากการ บริโภคน้ำเปล่า (MUx)	MUx / Px Px=10	อรรถประโยชน์ ส่วนเพิ่มจากการ บริโภคน้ำอัดลม (MUy)	MUy / Py Py = 10
1	120	<u>120/10= 12 *</u>	140	140/10 = 14
2	100	10	120	<u>120/10 = 12*</u>
3	60	<u>60/10 = 6**</u>	110	11
4	30	3	60	<u>60/10 = 6**</u>
5	20	2	40	4
6	0	0	0	0

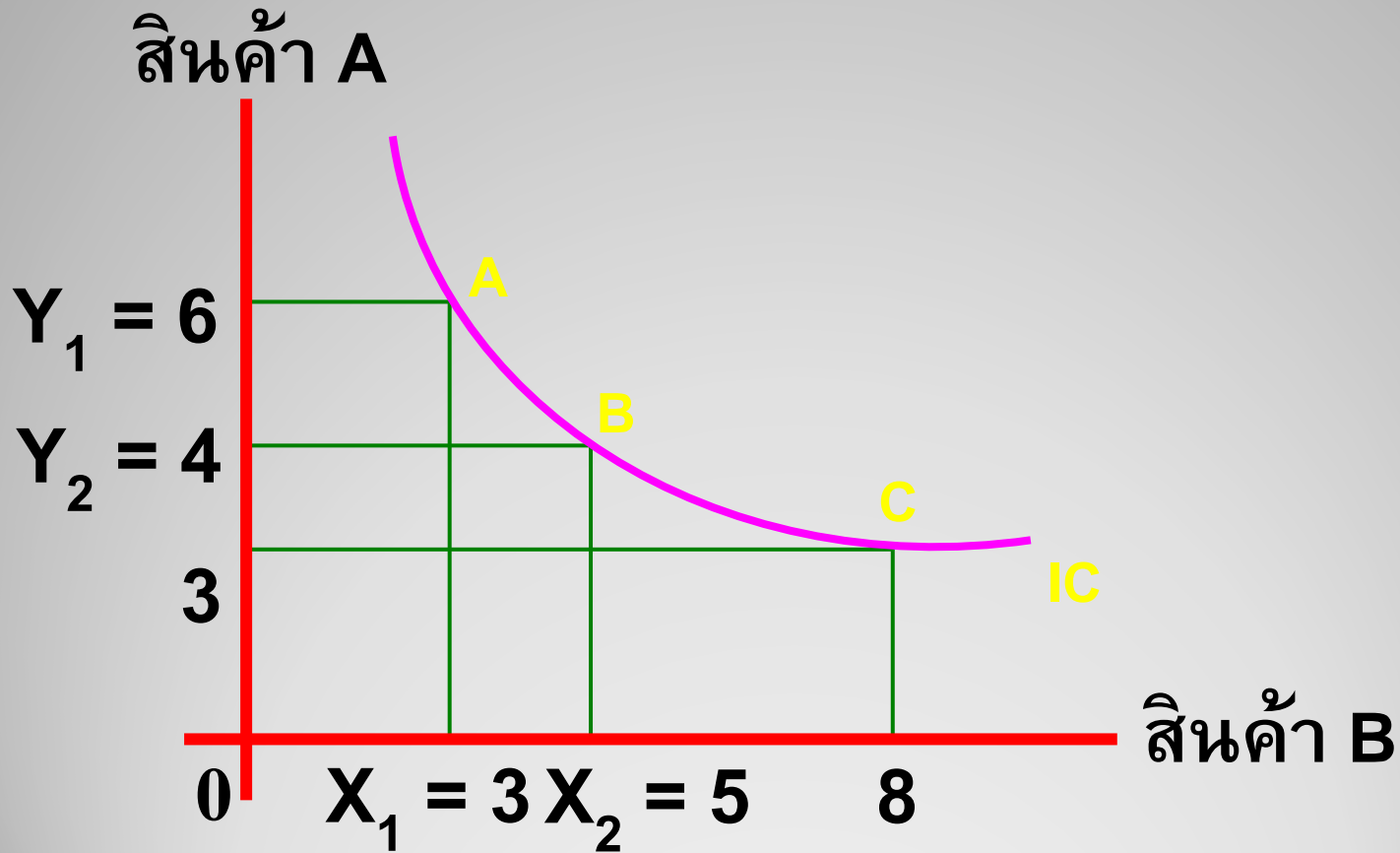
อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มต่อเงิน 1 บาท ที่ได้รับจากการบริโภค น้ำเปล่าและการบริโภคน้ำอัดลม

หน่วยสินค้า: ขวด (Q)	อรรถประโยชน์ ส่วนเพิ่มจากการ บริโภคน้ำเปล่า (MU_x)	MU_x/P_x $P_x = 10$	อรรถประโยชน์ส่วน เพิ่มจากการบริโภค น้ำอัดลม (MU_y)	MU_y/P_y $P_y = 11$
1	120	12	140	12.7
2	100	100/10=10*	120	10.9
3	60	6	110	110/11=10*
4	30	3	60	5.4
5	20	2	40	3.6
6	0	0	0	0

2. ทฤษฎีว่าด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน

2.1 เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve : IC) เป็นเส้นที่แสดงสัดส่วนต่าง ๆ กันของ **สินค้า 2 ชนิด** ซึ่งให้ความพอใจเท่า ๆ กันแก่ผู้บริโภค

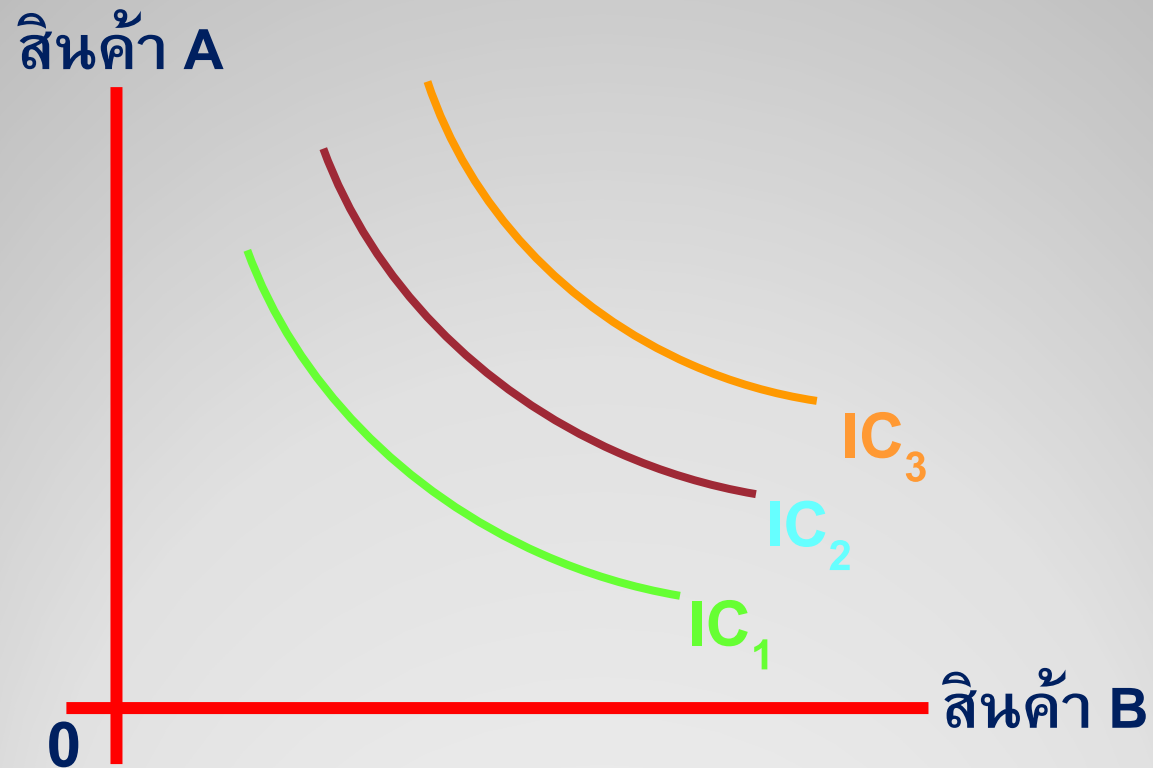
เส้นความพอใจเท่ากัน (IC)



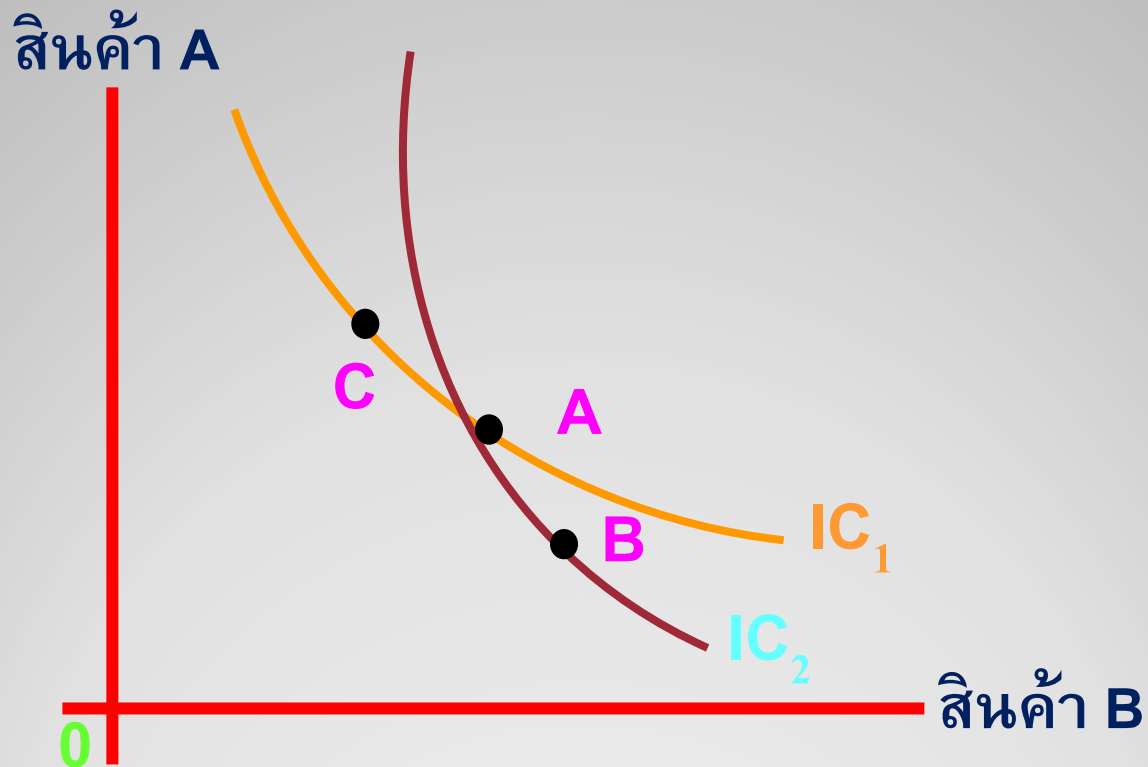
ลักษณะเส้นความพอใจเท่ากัน

1. เป็นลักษณะทอดจากซ้ายไปขวา
2. เป็นเส้นโค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิด
3. แผนภาพเส้นความพอใจเท่ากัน
4. เส้นความพอใจเท่ากันจะไม่ตัดกัน

แผนภาพเส้นความพอใจเท่ากัน



เส้นความพอใจเท่ากัน 2 เส้นตัดกัน(ไม่ถูก)



2.2 เส้นงบประมาณ (Budget Line)

เส้นงบประมาณ คือ เส้นที่แสดงปริมาณการซื้อสินค้าในสัดส่วนต่าง ๆ ของสินค้า 2 ชนิด ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้จากรายได้หรืองบประมาณจำนวนหนึ่ง

สมการงบประมาณ สามารถเขียนได้ดังนี้ I คือรายได้
(I คือ income)

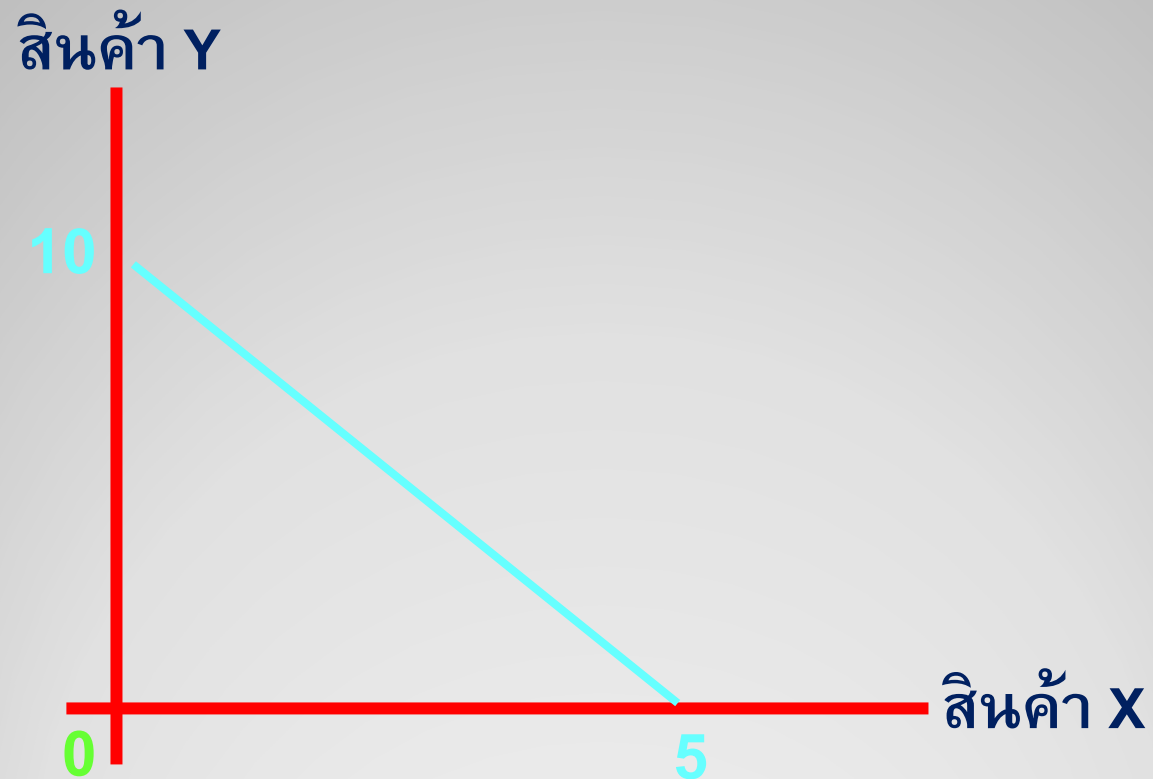
$$I = P_X X + P_Y Y$$

ส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้า X และ Y ที่ซื้อได้ด้วย เงิน 100 บาท เมื่อราคาสินค้า X เท่ากับ 20 บาท และ **ราคาสินค้า Y เท่ากับ 10 บาท**

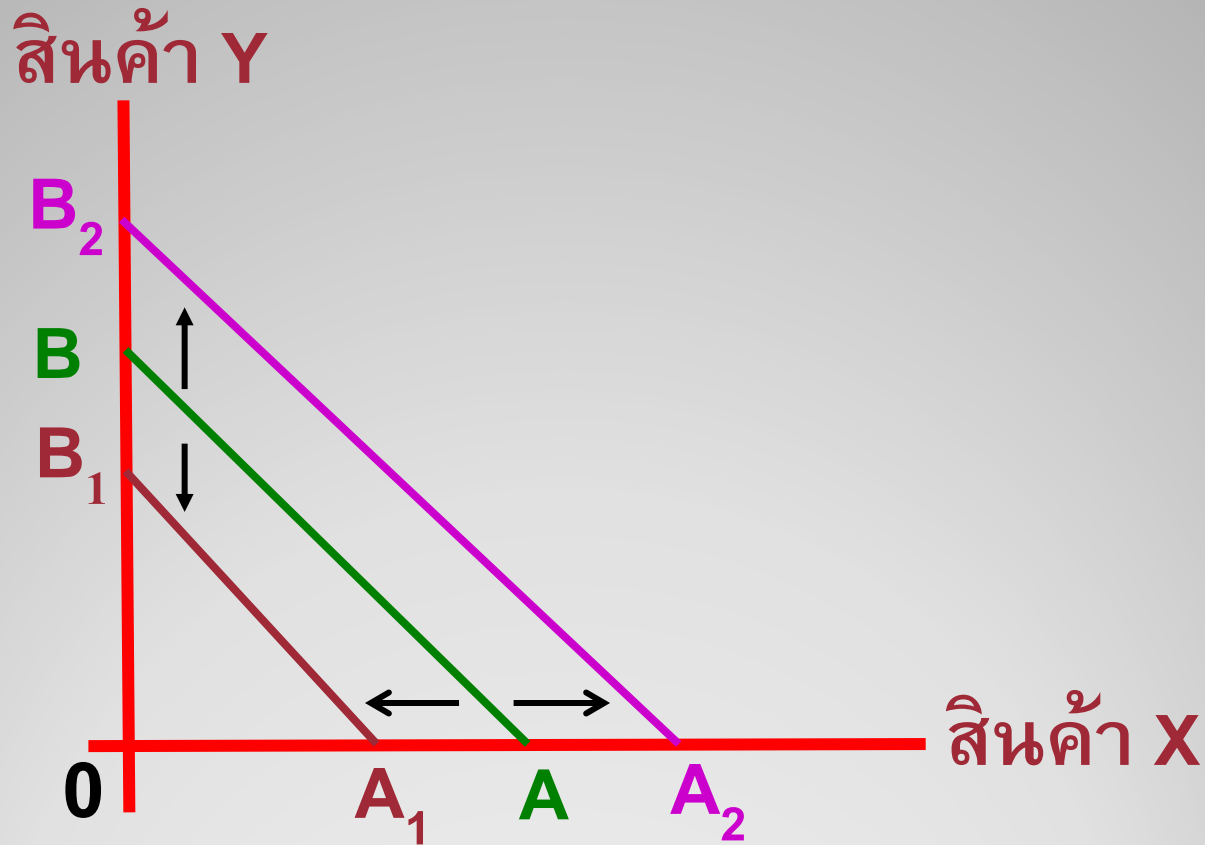
***** ภายใต้งบประมาณ เท่ากับ 100 บาท**

ปริมาณสินค้า X	5x20	4x20	3	2	1	0
ปริมาณสินค้า Y	0	2x10	4	6	8	10

เส้นงบประมาณที่ได้

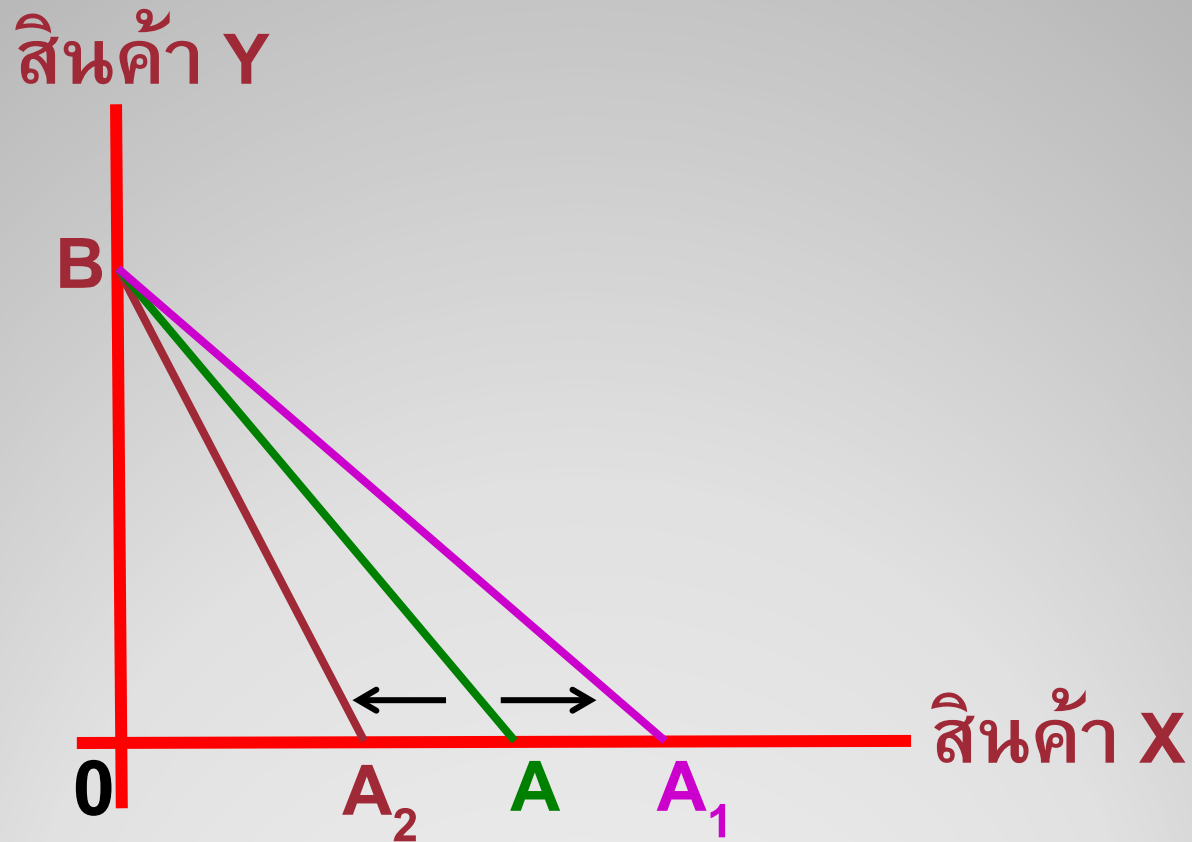


1. รายได้เปลี่ยนแปลง (Income Changes)



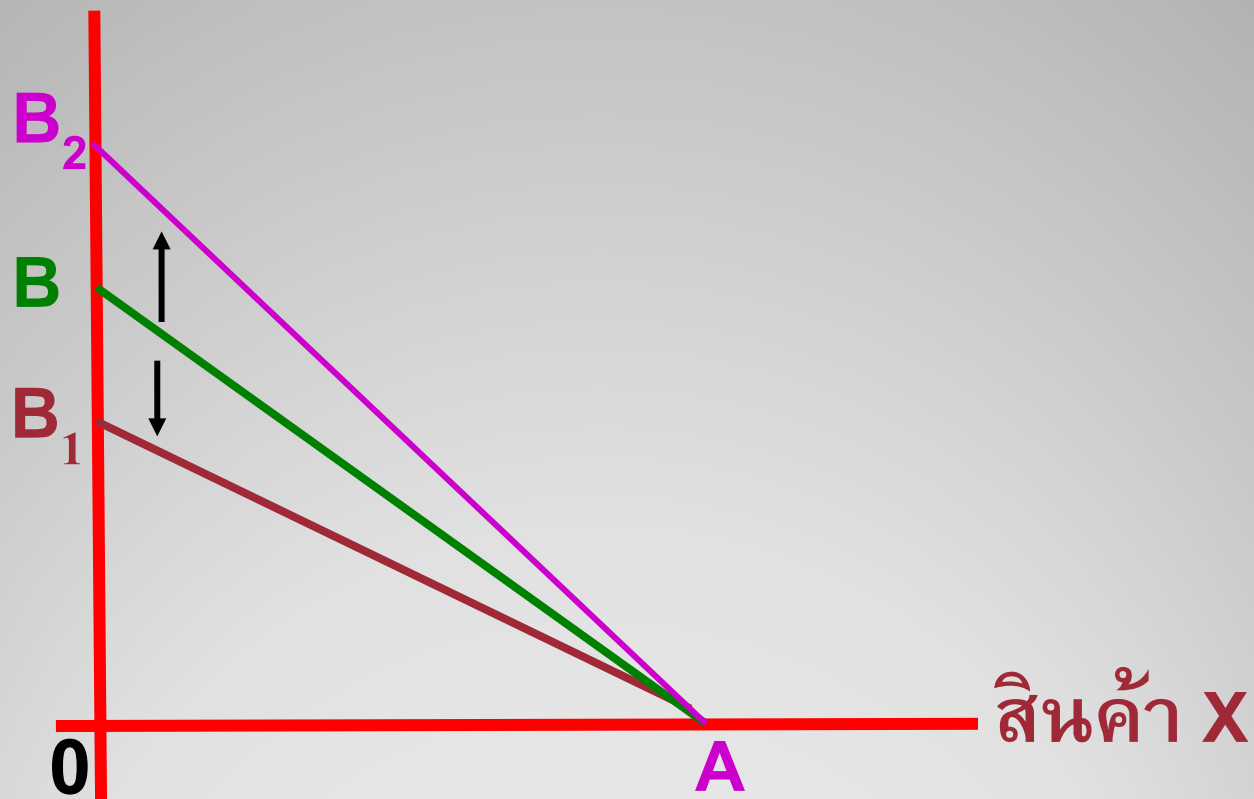
เส้นงบประมาณเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป

2. ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง (Price Changes)



เส้นงบประมาณเมื่อราคาสินค้า X เปลี่ยนแปลงไป

สินค้า Y



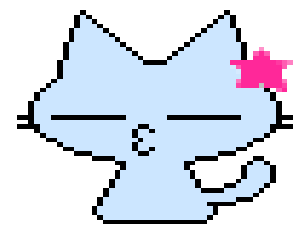
ดุลยภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน

ดุลยภาพของผู้บริโภค

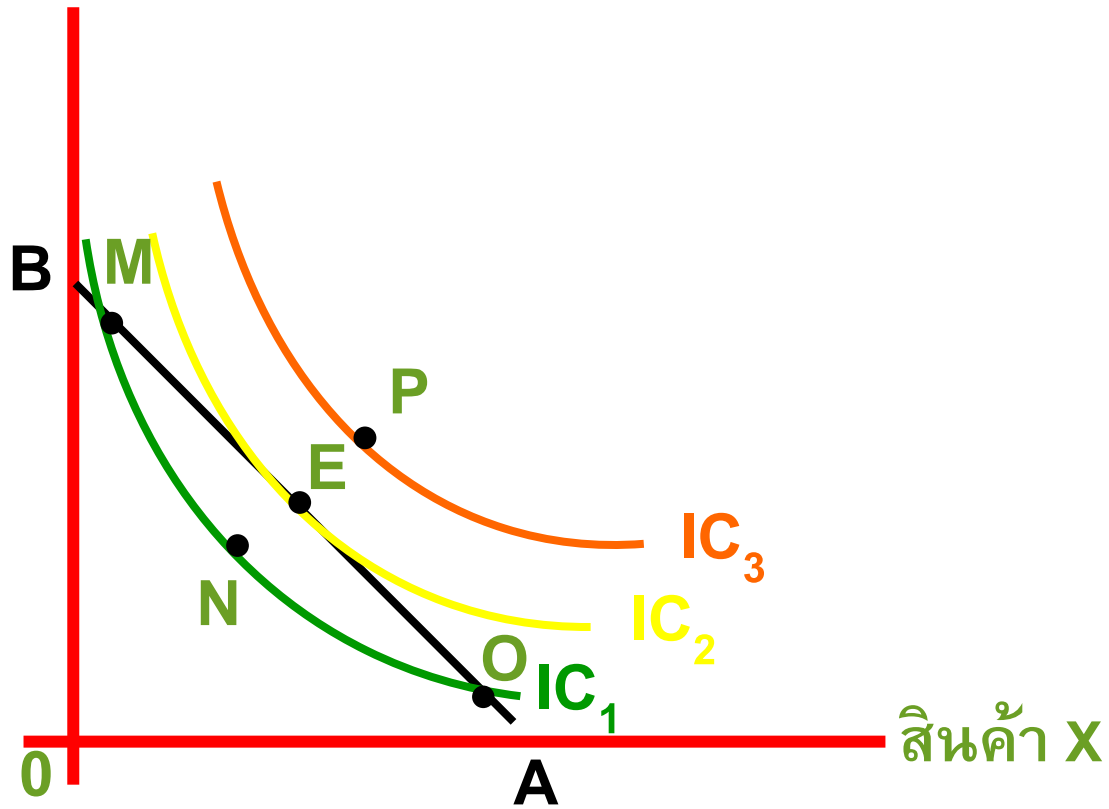
คือ ระดับที่ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดหรือความพอใจสูงสุดในการบริโภคหรือซื้อสินค้าจากการบริโภคสินค้า 2 ชนิดร่วมกันภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของผู้บริโภค

1. กรณีรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง
2. กรณีราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง

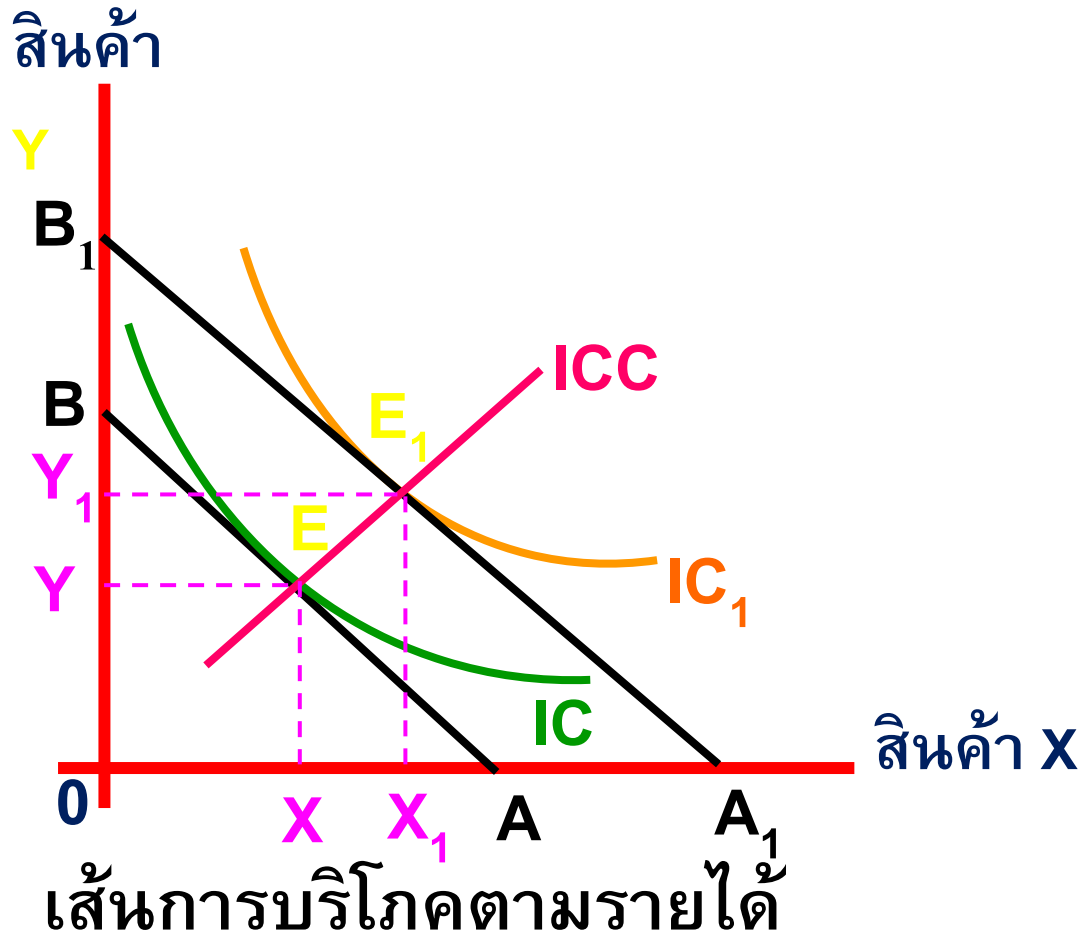


สินค้า Y

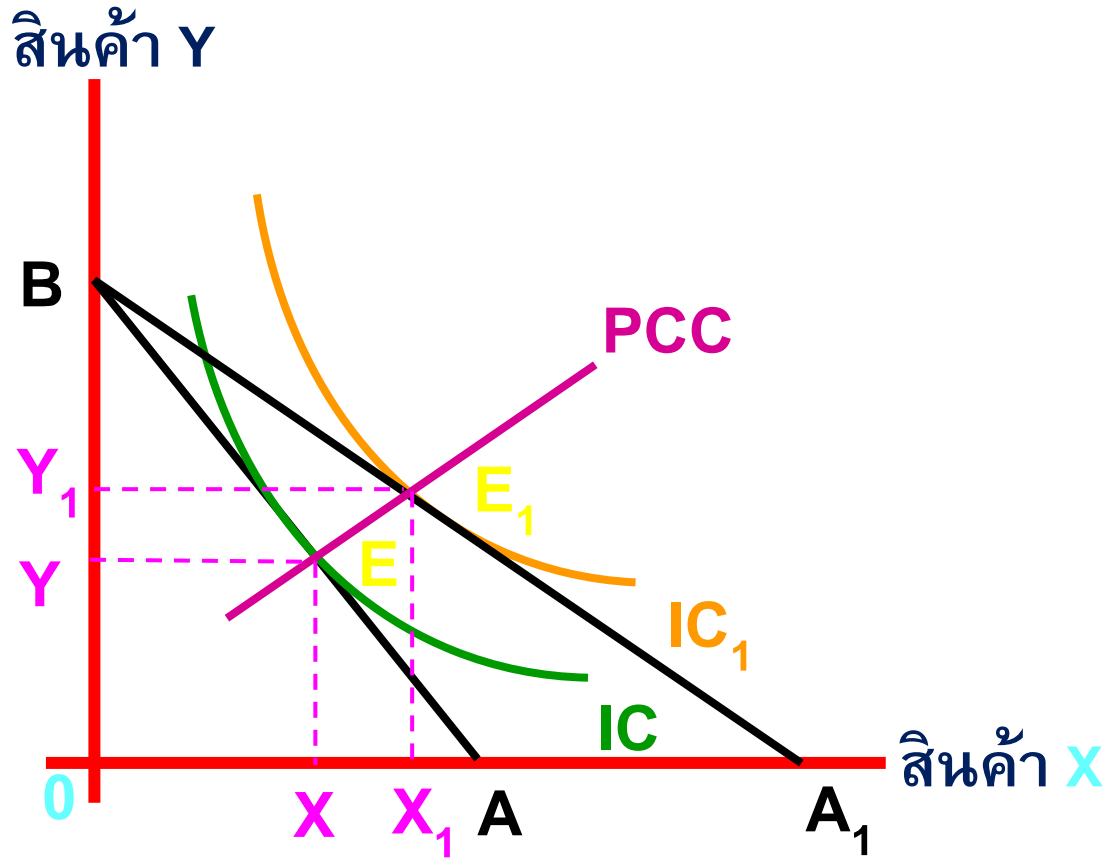


แสดงดุลยภาพผู้บริโภค

1. กรณีรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงจนจุดดุลยภาพของผู้บริโภค

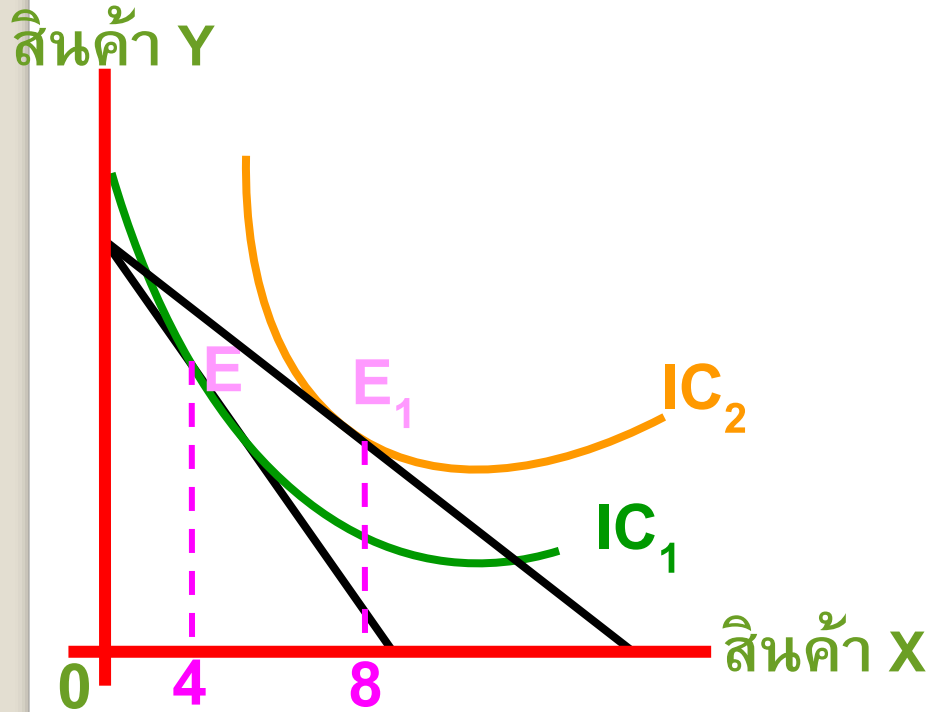


2. กรณีราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง ณ.จุดดุลยภาพของผู้บริโภค (PCC)

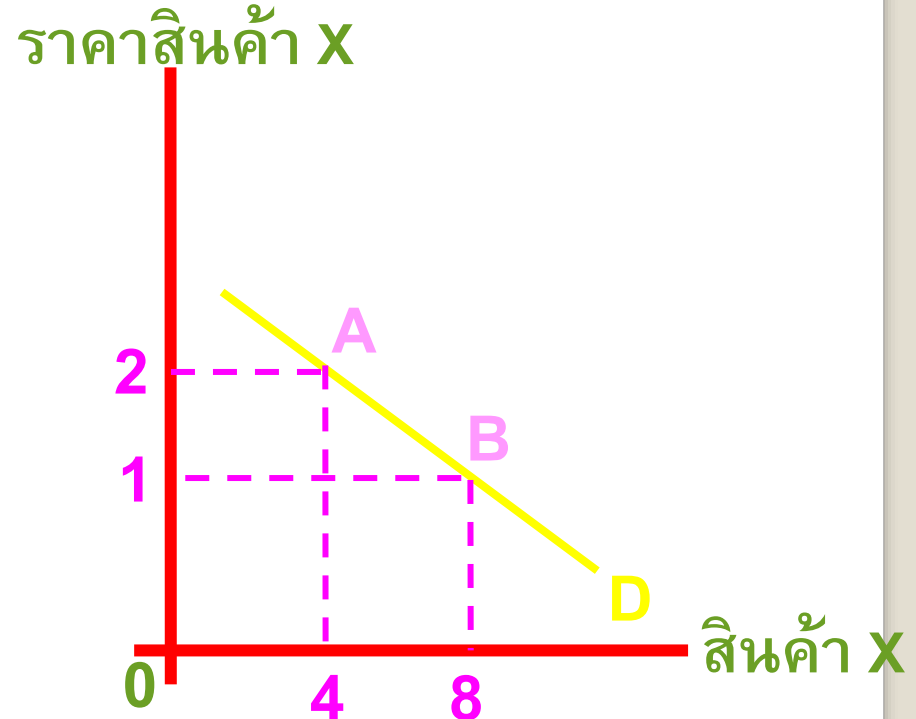


เส้นการบริโภคตามราคา

การหาเส้นอุปสงค์จากเส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ



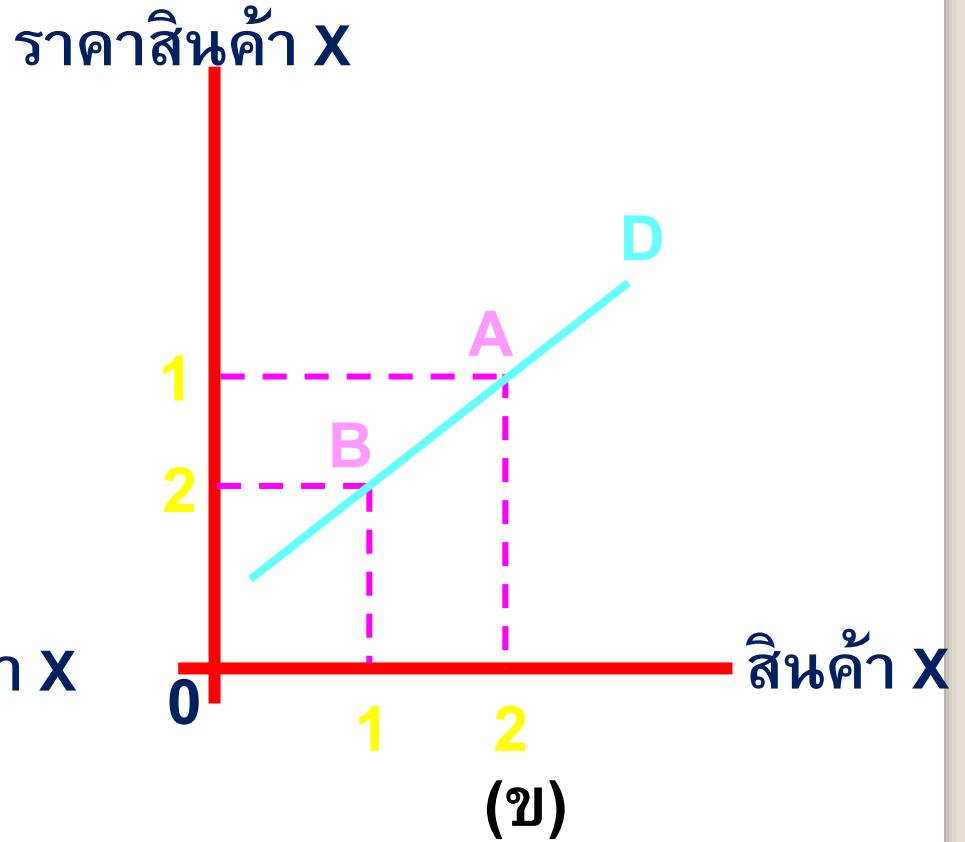
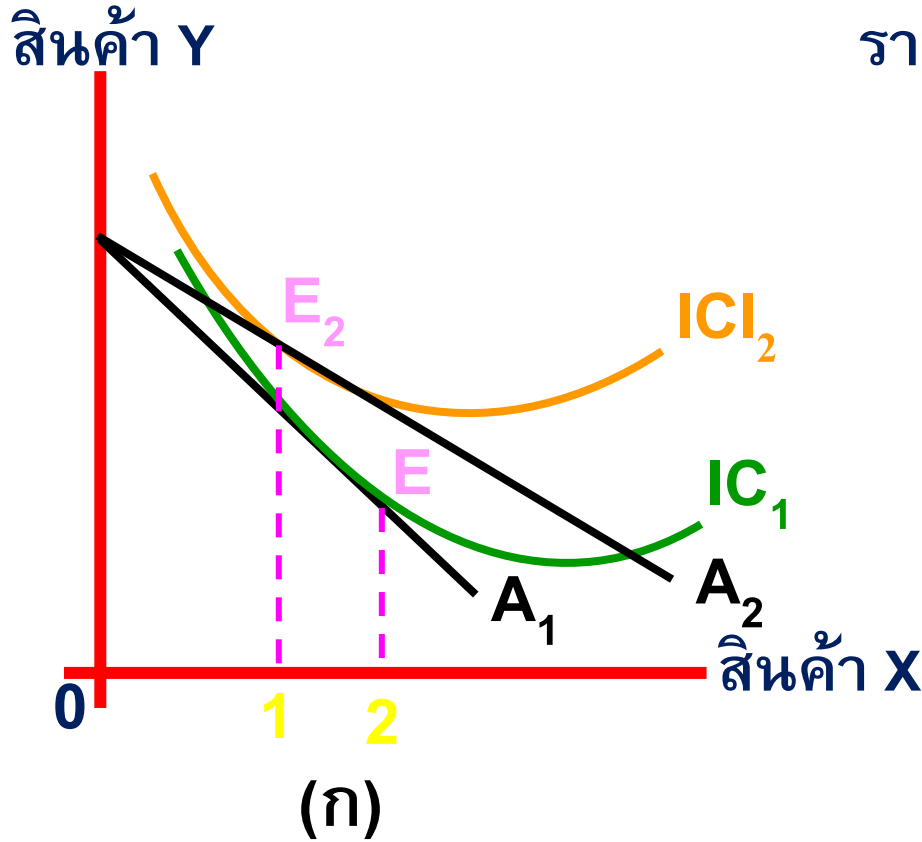
(ก)



(ข)

การเกิดเส้นอุปสงค์ของสินค้า X กรณีสินค้า X เป็นสินค้าปกติ

การหาเส้นอุปสงค์จากเส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ



การเกิดเส้นอุปสงค์ของสินค้า X กรณีสินค้า X เป็นสินค้าด้อย

ผลทางการทดแทนและผลทางรายได้

1. **ผลทางการทดแทน (Substitution Effect)** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าชนิดหนึ่งจะทำให้จำนวนซื้อสินค้าชนิดนั้นของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน โดยการบริโภคสินค้าชนิดอื่นจะเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้าม

2. เปลี่ยนแปลงผลทางรายได้ (Income Effect)

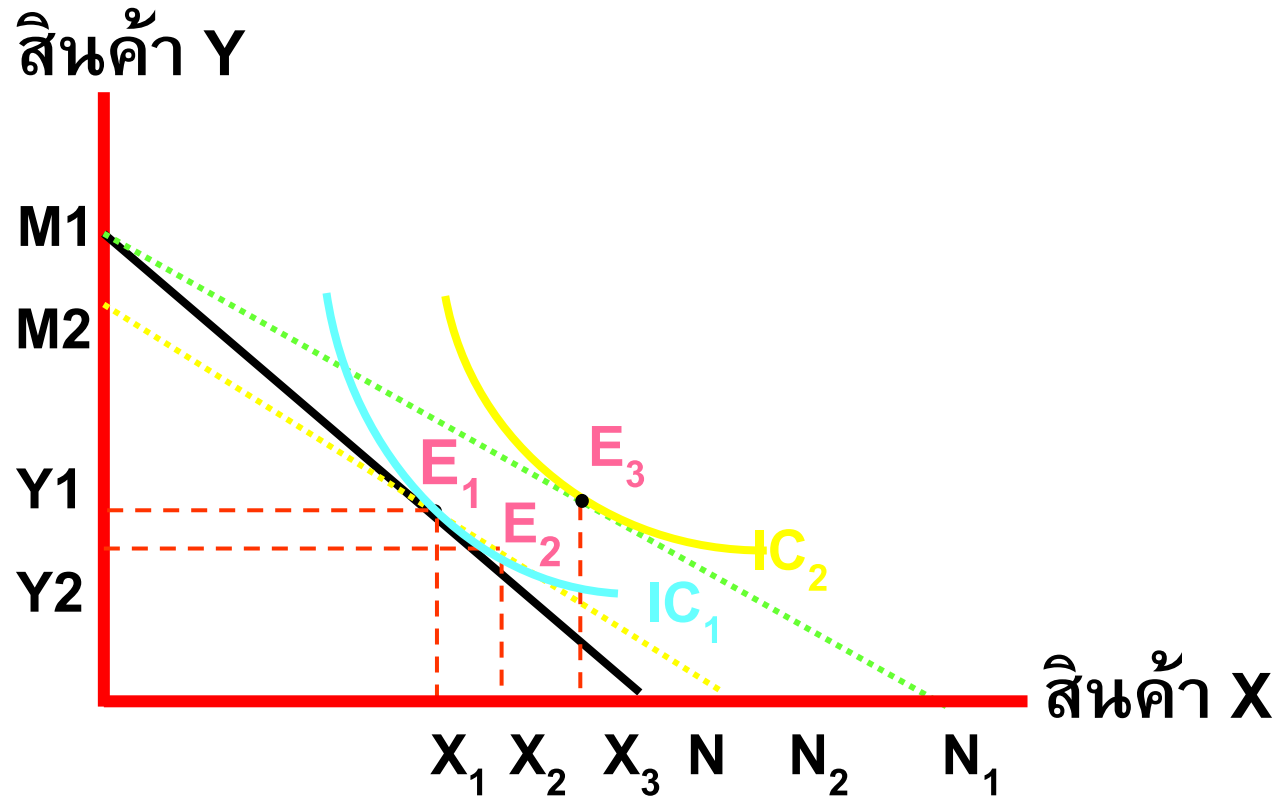
หมายถึง การงราคาสินค้าชนิดหนึ่ง ทำให้รายได้แท้จริงของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงหรืออำนาจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง จำนวนซื้อสินค้าของผู้บริโภคจึงเปลี่ยนแปลงด้วย

ผลทางราคา = ผลทางการทดแทน + ผลทางรายได้

Price Effect = Substitution Effect+ Income

Effect

ผลทางการทดแทนและผลทางรายได้



ผลทางการทดแทนและผลทางรายได้

ดังนั้น เราสามารถสรุปผลด้วยสมการได้ว่า

ผลรวม = ผลทางการทดแทน + ผลทางรายได้

$$\mathbf{X_1X_3} = \mathbf{X_1X_2} + \mathbf{X_2X_3}$$

แบบฝึกหัดบทที่ 4

1. จากตารางค่าอัตราประโยชน์ในการบริโภคสินค้าจำนวนต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ให้นักศึกษาหาค่าอัตราประโยชน์ส่วนเพิ่ม

1.2 ให้นักศึกษาแสดงกราฟเส้นอัตราประโยชน์รวม (TU)

1.3 ให้นักศึกษาแสดงกราฟเส้นอัตราประโยชน์ส่วนเพิ่ม

(MU)

ปริมาณสินค้า A (หน่วยที่)	อรรถประโยชน์รวม (TU)	อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU)
0	0	
1	8	
2	15	
3	21	
4	26	
5	28	
6	28	
7	25	