

บทที่ 7

ส่งมอบสินค้าลูกค้าปลีกและค้าส่งวัสดุสร้างเมืองไทย

เปิดการรณรงค์ "DOHOME" หนึ่งชุมชน
เพื่อสร้างเสริมและพัฒนาชุมชนเมืองไทยให้มีความเจริญ



ดร.จิราภรณ์ บุญยั้ง

ตลาดนัดเปิดเทส

Night Vintage



❑ วัตถุประสงค์ของการเรียน

- 1. เพื่อให้ทราบความหมายของตลาด
- 2. เพื่อทราบลักษณะต่าง ๆ ของตลาด
- 3. เพื่อเตรียมเทียบและวิเคราะห์ตลาดแต่ละประเภทได้

ตลาดในระบบเศรษฐกิจ



❑ โครงสร้างของตลาดทางธุรกิจ

- การตลาด คือ การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้นๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ



□ องค์ประกอบของตลาด

1. มีสิ่งที่จะโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ คือ สินค้าหรือบริการ
2. มีตลาด คือ ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ
3. มีผู้ขายสินค้าหรือบริการ



● ตลาดตามความหมายของบุคคลทั่วไป

ตลาด หมายถึง สถานที่ ที่เป็นศูนย์กลางในการ
แลกเปลี่ยน สถานที่ที่ผู้ซื้อผู้ขายจะไปตกลงซื้อขายสินค้ากัน

ตลาดตามความหมายของนักธุรกิจหรือนักการตลาด

ตลาด คือ บุคคล หน่วยงาน องค์กรที่มีความคิดที่จะซื้อ
สิ่งแล้ว ใช้จ่ายเงินซื้อ และมีความตั้งใจที่จะซื้อสิ่งแล้วนั้น



❑ ขนาดตลาด (MARKET SIZE)

ขนาดตลาด

คือ ความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่มากเพียงใด คุณภาพ และปริมาณเท่าใดที่ลูกค้าต้องการ ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้สามารถ ตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถในการสร้างผลกำไรด้วยการ นำเสนอสินค้าและบริการเฉพาะอย่าง

ซึ่งจะสรุปได้ว่าจำนวนลูกค้าที่มีความต้องการสินค้า ทั้งหมดในขอบเขตของธุรกิจที่เป็นไปได้จะต้องกว้างพอที่จะช่วย

□ หน้าทีของตลาด

● 1. การจัดหาสินค้า

คือการจัดหาสินค้าและบริการมาเพื่อจำหน่ายแก่ลูกค้า ในตลาด
หนึ่งๆจะมีสินค้าทุกชนิดไว้สนองความต้องการของผู้ซื้อหรือ
ลูกค้า ตามหน้าที่นี้ผู้มีบทบาทในการจัดหาหรือซื้อสินค้าก็คือ นัก
ธุรกิจ ผู้ประกอบการ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก พ่อค้าคนกลาง รวมทั้ง
ผู้บริ โภคด้วย โดยประมาณการด้านอุปสงค์และอุปทานให้
เหมาะสมกับสภาพการณ์ของตลาด การจะจัดหาสินค้า ชนิดและ

ลักษณะใด จำนวนมากน้อยเท่าใด ขึ้นอยู่กับบรรณนิยมของผู้บริโภค

● 2. การเก็บรักษาสินค้า

การเก็บรักษาสินค้าเพื่อไว้จำหน่ายแก่ผู้บริโภคนั้นมีเหตุผล 2 ประการ คือ **ประการแรก** เก็บรักษาไว้เพื่อรอเวลาในการจำหน่ายให้ได้ราคาดี เพราะถ้าจำหน่ายในช่วงนั้นราคายังต่ำเนื่องจากในช่วงนั้นมีสินค้าเหล่านั้นอยู่มาก เช่น เมื่อถึงฤดูตัดอ้อย อ้อยจะมีราคาถูกลง เนื่องจากมีผู้ขายนำอ้อยออกมาขายมาก ทำให้ราคาไม่ดี ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของตลาดอ้อยที่จะทำการเก็บสินค้าไว้และทยอยออกมาขายเมื่อพ้นฤดูเก็บเกี่ยวไปแล้ว ทำให้ได้ราคาดี

ประการที่สอง เก็บรักษาไว้เพื่อให้มีคุณภาพเหมาะสมแก่การบริโภค

3. การขายสินค้าและบริการ

เป็นหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของตลาด แต่ความหมายของการขายสินค้านั้นอาจมองกว้างไปถึงการส่งเสริมการขายและการโฆษณาชักชวนให้มีการซื้อ หรือ กระทำอย่างใดก็ตามที่เป็นการชักจูงให้ผู้ซื้อซื้อสินค้ามากขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการให้สูงขึ้น และมีกำไรมากขึ้นด้วย



4. การกำหนดมาตรฐานสินค้า

เป็นหน้าที่ของตลาดอีกอย่างหนึ่งที่จะต้องทำการคัดแยกคุณภาพ คุณสมบัติ รูปแบบ และสินค้าชนิดเดียวกันไว้ด้วยกัน เพื่อเตรียมจัดจำหน่ายแก่ผู้ซื้ออย่างสะดวกสบายขึ้น

การกำหนดมาตรฐานของสินค้านี้อาจใช้เกณฑ์การแบ่งแยกหลายๆวิธี เช่น ถูมาตรฐานน้ำหนัก ส่วนประกอบทางเคมี สี รูปร่าง ขนาด เป็นต้น



5. การขนส่ง

การที่สินค้าจากผู้ผลิตจะถึงมือผู้บริโภคได้ก็ต้องอาศัยการขนส่ง
ทำการขนส่งสินค้าจากโรงงานหรือแหล่งที่ทำการผลิตออกสู่ตลาดและ
สู่ผู้บริโภค การทำหน้าที่ขนส่งนี้จัดว่าเป็นหน้าที่ของตลาดอย่างหนึ่ง

7. การเงิน

หน้าที่ทางการเงินของตลาดจะเข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอนของตลาด นับตั้งแต่การขนส่ง การจัดมาตรฐานสินค้า การเก็บรักษาสินค้า จนกระทั่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค เพราะทุกขั้นตอนต้องอาศัยเงินมาจับจ่ายใช้สอยเป็นทุนหมุนเวียน เพื่อให้หน้าที่ต่างๆของตลาดดำเนินไปอย่างบรรลุผลด้วย



● ขนาดของตลาด

หมายถึง ขอบเขตการค้าของสินค้าใดสินค้านั้น ซึ่งตามปกติ ตลาดสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะกว้างหรือแคบขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การคมนาคมและเทคโนโลยีสื่อสาร

การนำสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคได้นั้นต้องอาศัยการขนส่ง ถ้าการขนส่งกระทำได้รวดเร็ว ปลอดภัย เสียค่าขนส่งถูก ผู้ผลิตหรือผู้ขายก็สามารถส่งสินค้าออกไปขายที่ไกลๆ ได้ ตลาดก็จะมีอาณาเขตกว้างขวาง แต่ถ้าการขนส่งสินค้าล่าช้าไม่สะดวก เสียค่าขนส่งตลาดก็มีอาณาเขตแคบลง เช่นเดียวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร ถ้าการติดต่อสื่อสารยังสะดวกรวดเร็วมากเท่าไรก็สามารถส่งสินค้าไปขายยังที่ต่างๆ ได้มาก หลากหลายรูปแบบ ตลาดก็จะมีอาณาเขตกว้างขวางขึ้น เช่น การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2. ลักษณะของสินค้า

สินค้าบางชนิดมีตลาดแคบเนื่องจากลักษณะของสินค้านั้นๆ ได้แก่ สินค้าที่เน่าเสียหรือแตกง่าย เช่น กระเบื้อง เครื่องแก้ว เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถขนส่งไปขายในพื้นที่ห่างไกลได้ หรือจะต้องเสียค่าขนส่งแพงเนื่องจากต้องขนส่งทางเครื่องบิน รวมถึงสินค้าที่มีน้ำหนักมากหรือใช้พื้นที่มาก แต่มีมูลค่าต่ำ เช่น หิน ทราย เป็นต้น

3. นโยบายของรัฐบาล

เป็นสาเหตุสำคัญในการกำหนดอาณาเขตของตลาด เช่น การกำหนดโควต้าส่งออก หรือการขึ้นอัตราภาษีส่งออกกับสินค้าบางชนิด ทำให้ตลาดสินค้าชนิดนั้นมีอาณาเขตแคบลง

4. ความต้องการของสินค้า

สินค้าที่เป็นต้องการของคนโดยทั่วไป ย่อมทำให้ตลาดสินค้าชนิดนั้นมีอาณาเขตกว้างเขต เช่น ตลาดโทรศัพท์ โน้ตบุ๊ก เป็นต้น ส่วนสินค้าบางชนิดเป็นที่ต้องการเฉพาะบุคคลบางกลุ่ม หรือบางท้องถิ่น เท่านั้น ย่อมทำให้ตลาดสินค้านั้นมีอาณาเขตแคบ เช่น ตลาดเครื่องเพชร ตลาดสินค้า ยี่ห้อดังจากต่างประเทศ เช่น กระจเป่า นาฬิกา เป็นต้น

ตลาดสินค้า

- ความหมายของตลาดสินค้า

ตลาดสินค้าในวิชาเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ภาวะที่
เกิดการตกลงซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างผู้ซื้อและ

ผู้ขาย



ตลาดทางเศรษฐศาสตร์

- ~~ไม่ต้องมีสถานที่ ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ห่างไกลกันก็สามารถตกลงซื้อขายสินค้าได้~~
เช่น
 - ติดต่อซื้อขายกันทางโทรศัพท์ Fax Internet ได้
 - ตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการ เรียกว่า ตลาดสินค้าและบริการ
 - การตกลงซื้อขายแรงงาน เรียกว่า ตลาดแรงงาน
 - การตกลงซื้อขายหุ้น เรียกว่า ตลาดหุ้น



การแบ่งตลาดสินค้าตามลักษณะของโครงสร้างตลาด

1. จำนวนผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดมีอย่างน้อยเพียงใด
2. ลักษณะของสินค้าที่มีการซื้อขายมีความเหมือนกันทุกประการหรือมีความแตกต่างกัน
3. ความสามารถในการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต
4. ความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของตลาด



ลักษณะของโครงสร้างตลาด

ทำให้สามารถแบ่งตลาดสินค้า

ตามโครงสร้างออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (PERFECTLY COMPETITIVE MARKET)

2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (IMPERFECTLY COMPETITIVE MARKET)

ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตลาดย่อย คือ

2.1 ตลาดผูกขาด (MONOPOLY)

2.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย (OLIGOPOLY)

2.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (MONOPOLISTIC COMPETITION)



** หัวข้อที่จัดทำและนำเสนอ

ส่ง วันที่ 28 ก.ย. 2564 /นำเสนอ วันพุธที่ 29 ก.ย. 2564

1. ความหมายของตลาด
2. จำนวนผู้ซื้อ ผู้ขาย
3. ลักษณะของสินค้า
4. ลักษณะความสามารถในการเคลื่อนย้ายของตลาด ความยากง่ายของการเข้าสู่ตลาด
5. ความสามารถในการรับรู้ข่าวสาร การส่งเสริมการตลาด
6. สินค้าในตลาด เช่นอะไร ตัวอย่างเช่น ข้าว ไฟฟ้า ไม้กอล์ฟ สินค้าแบรนด์เนม
7. ข้อดี ข้อเสียของตลาด

* สไลด์ที่ ต้องเป็นชื่อเรื่องตลาด

** สไลด์สุดท้าย เป็นชื่อ กลุ่ม

รายงานกลุ่ม 5 กลุ่ม คะแนนเต็ม 15 คะแนน

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
2. ตลาดผูกขาด
3. ตลาดผู้ขายน้อยราย
4. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
5. อุตสาหกรรม寡占
- ความหมาย
- ลักษณะ
- ประเภท
- ประโยชน์
- ข้อดี ข้อเสีย

การจัดทำ

1. ทำเป็นเล่มรายงาน 1 เล่ม (ส่งตัวอย่างเล่มการพิมพ์รายงานการวิจัย ประกอบ ด้วย ส่งเป็นไฟล์ **PDF** (รายงาน 15 หน้า ขึ้นไป)
 - ปก
 - คำนำ
 - สารบัญ
 - สารบัญตาราง
 - สารบัญภาพ
 - เนื้อหา

2. จัดทำเป็น POWER POINT (ส่งตัวอย่างให้ดู)

- ประกอบด้วย หัวข้อที่กำหนดให้
-
-
-
- ตั้งคำถาม 4 ข้อ

เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ บุญยิ่ง. (2561). เอกสารประกอบการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาค. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพฯ.
- พิจิตตรา ประภัสรมณู. ตลาดผูกขาด
ที่มา: <http://econ.tu.ac.th/class/archan/Pichittra/EC%20311/311%20week%209.pdf> .
ค้นคว้า เมื่อวันที่..15 ก.ย. 2564
-

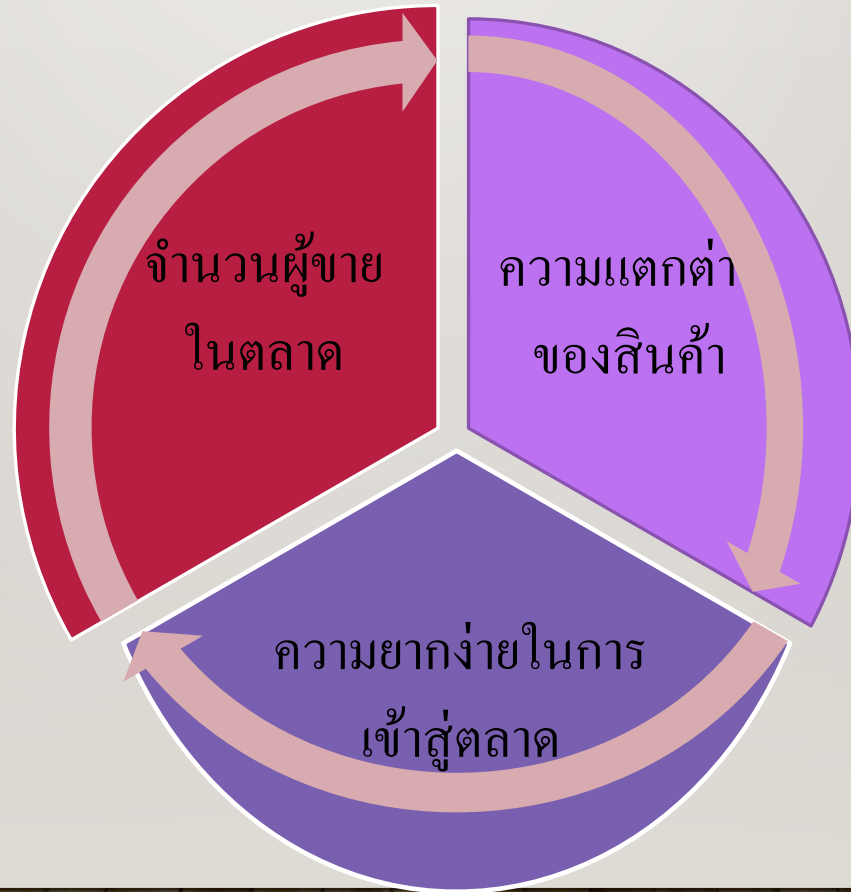
เอกสารอ้างอิง

ที่มา :เว็บไซต์ : -

[HTTP://ECONOMICSTHAI.BLOGSPOT.COM/2013/02/BLOG-POST_22.HTML](http://ECONOMICSTHAI.BLOGSPOT.COM/2013/02/BLOG-POST_22.HTML).ค้นคว้า เมื่อวันที่ 15 ก.ย.2564

การแบ่งโครงสร้างของตลาด

พิจารณาจากเงื่อนไขต่างๆ ดังนี้



ลักษณะ ตลาดสินค้าแข่งขันสมบูรณ์

มีผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก

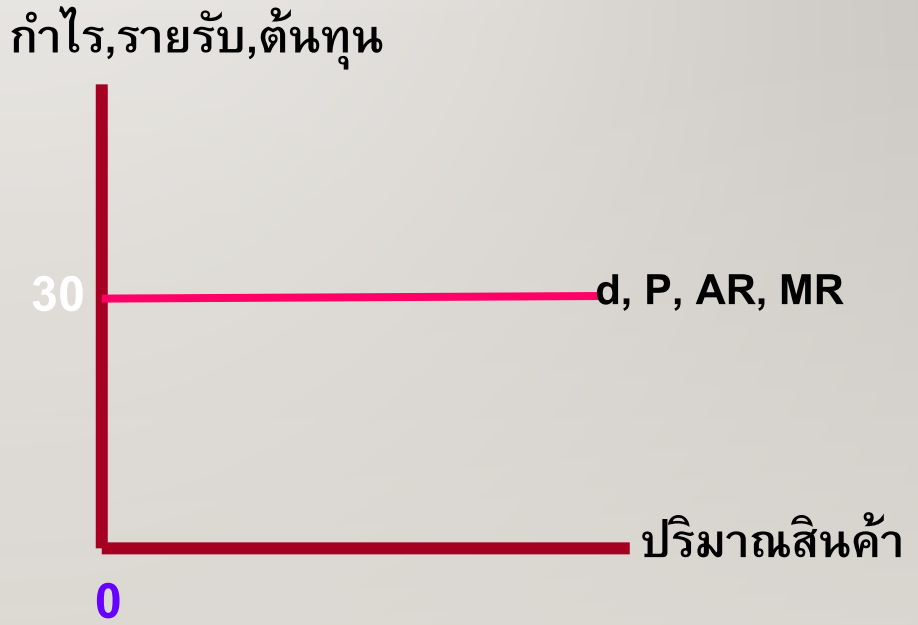
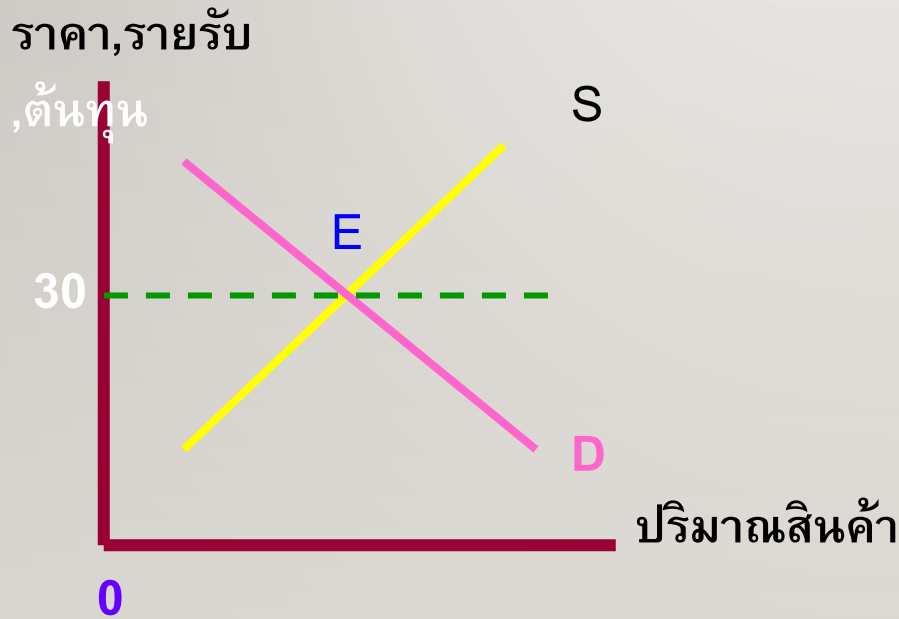
สินค้ามีลักษณะเหมือนกันทุกประการ

ผู้ผลิตรายใหม่ไม่มีอุปสรรคใดในการเข้ามาร่วมแข่งขันในตลาด

การเคลื่อนย้ายทรัพยากรการผลิตเป็นไปอย่างเสรี

ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้ในข้อมูลข่าวสาร การตลาดอย่างสมบูรณ์

การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์



เส้นอุปสงค์และอุปทานของตลาด

เส้นอุปสงค์ของผู้ขายแต่ละราย

แข่งขันสมบูรณ์

คุณภาพของผู้ผลิตในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

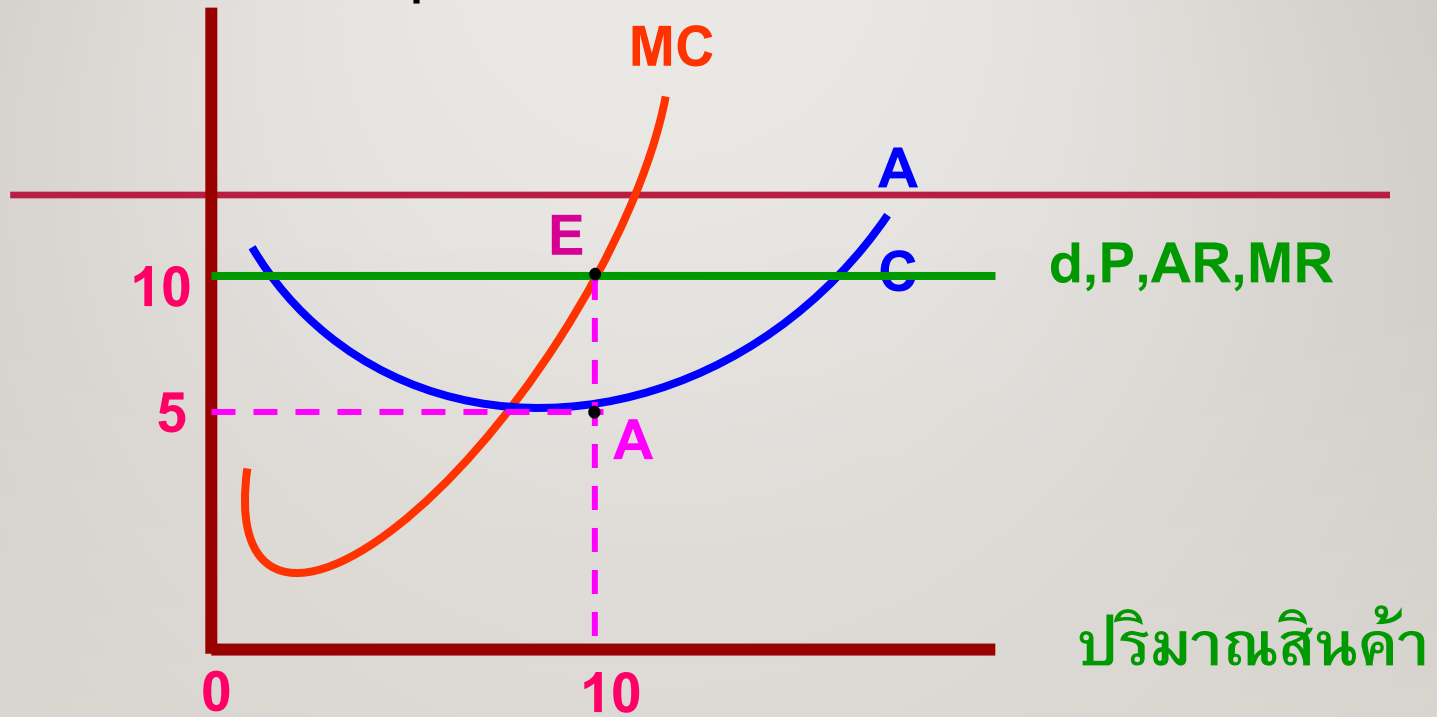
คุณภาพของผู้ผลิต หมายถึง สถานะที่หน่วยธุรกิจ

ตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าและบริการในระดับที่เหมาะสมที่สุด

 กรณีผู้ผลิตได้กำไรเกินปกติ

ผู้ผลิตจะได้นำกำไรเกินปกติ ถ้ามูลค่าสินค้าที่ขายได้สูงกว่าต้นทุนเฉลี่ย

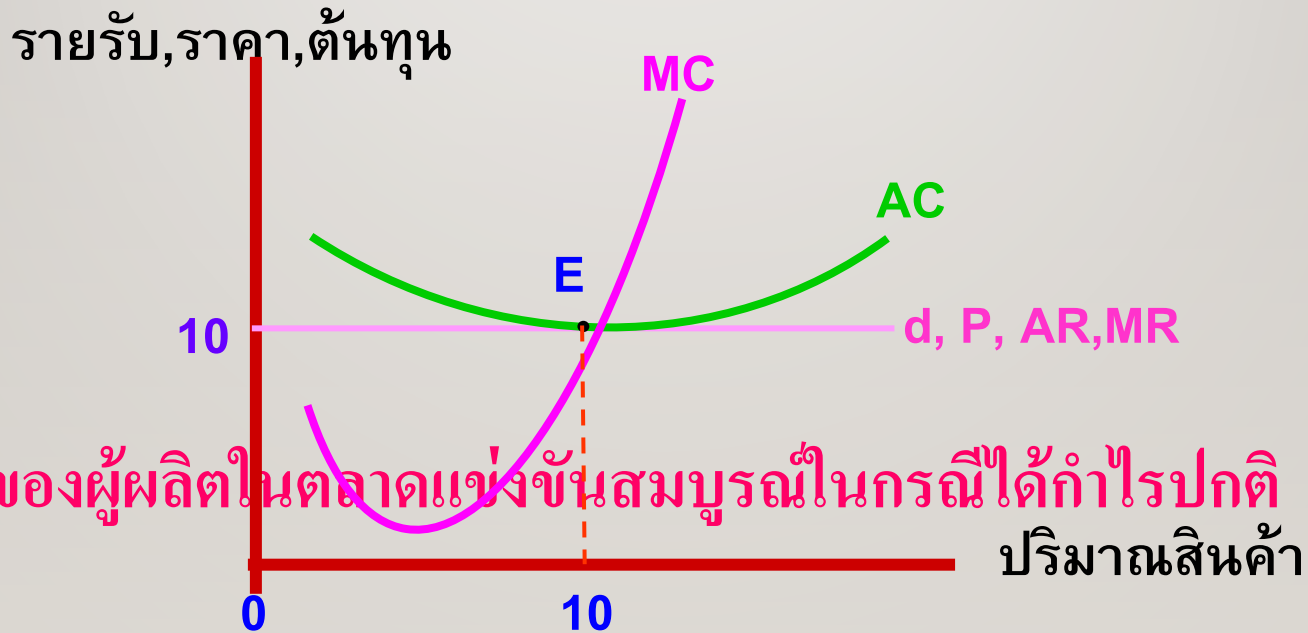
รายรับ,ราคา,ต้นทุน



คุณภาพของผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ในกรณีได้กำไรเกินปกติ

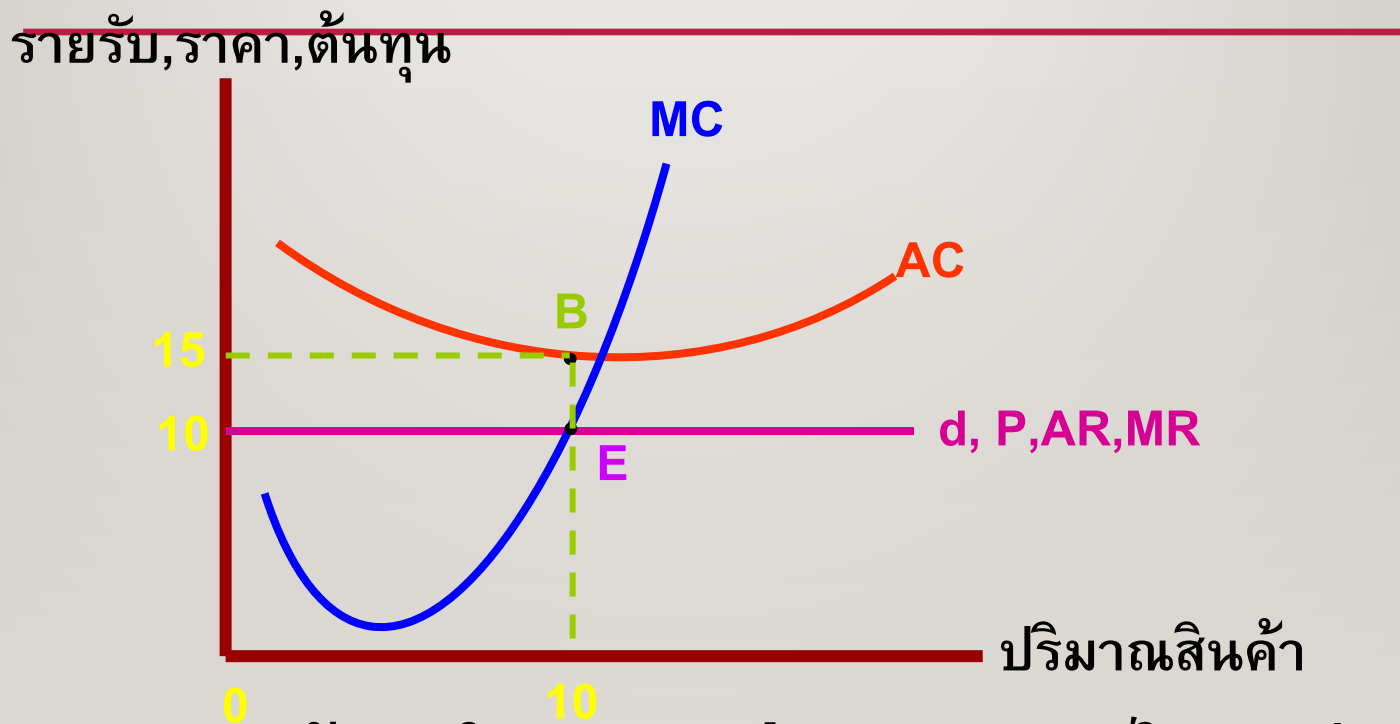
➡ กรณีผู้ผลิตได้กำไรปกติ

ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติ ถ้าราคาสินค้าที่ขายได้เท่ากับต้นทุนเฉลี่ย



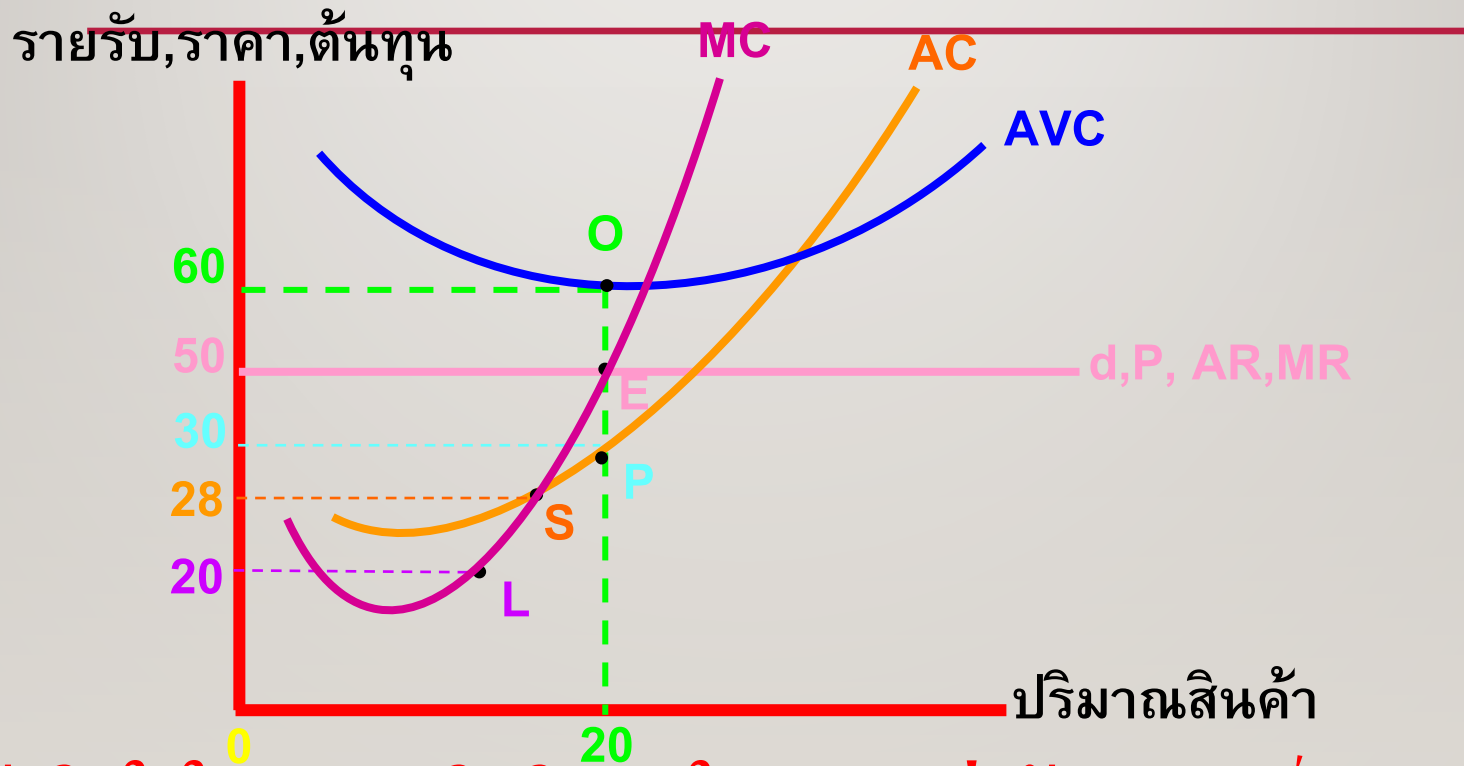
👉 กรณีผู้ผลิตได้ขาดทุน

ผู้ผลิตจะขาดทุน ถ้าราคาสินค้าที่ขายได้ต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ย



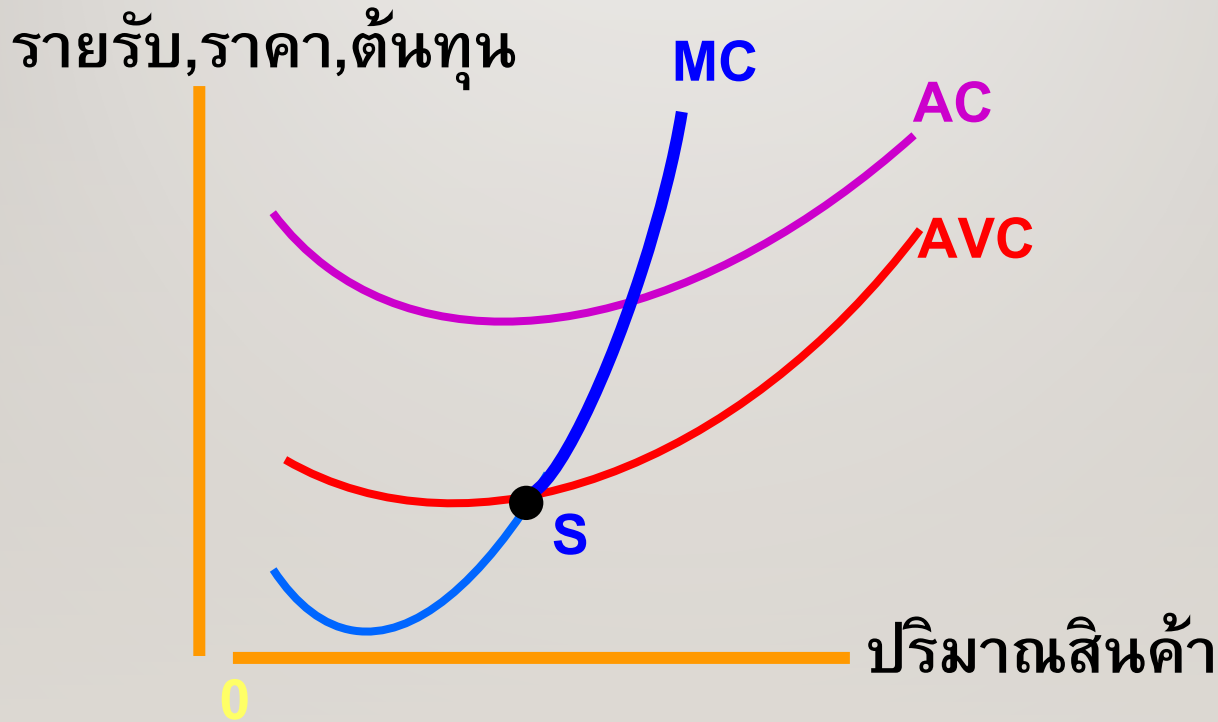
คุณภาพของผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ในกรณีขาดทุน

การตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตในระยะสั้น



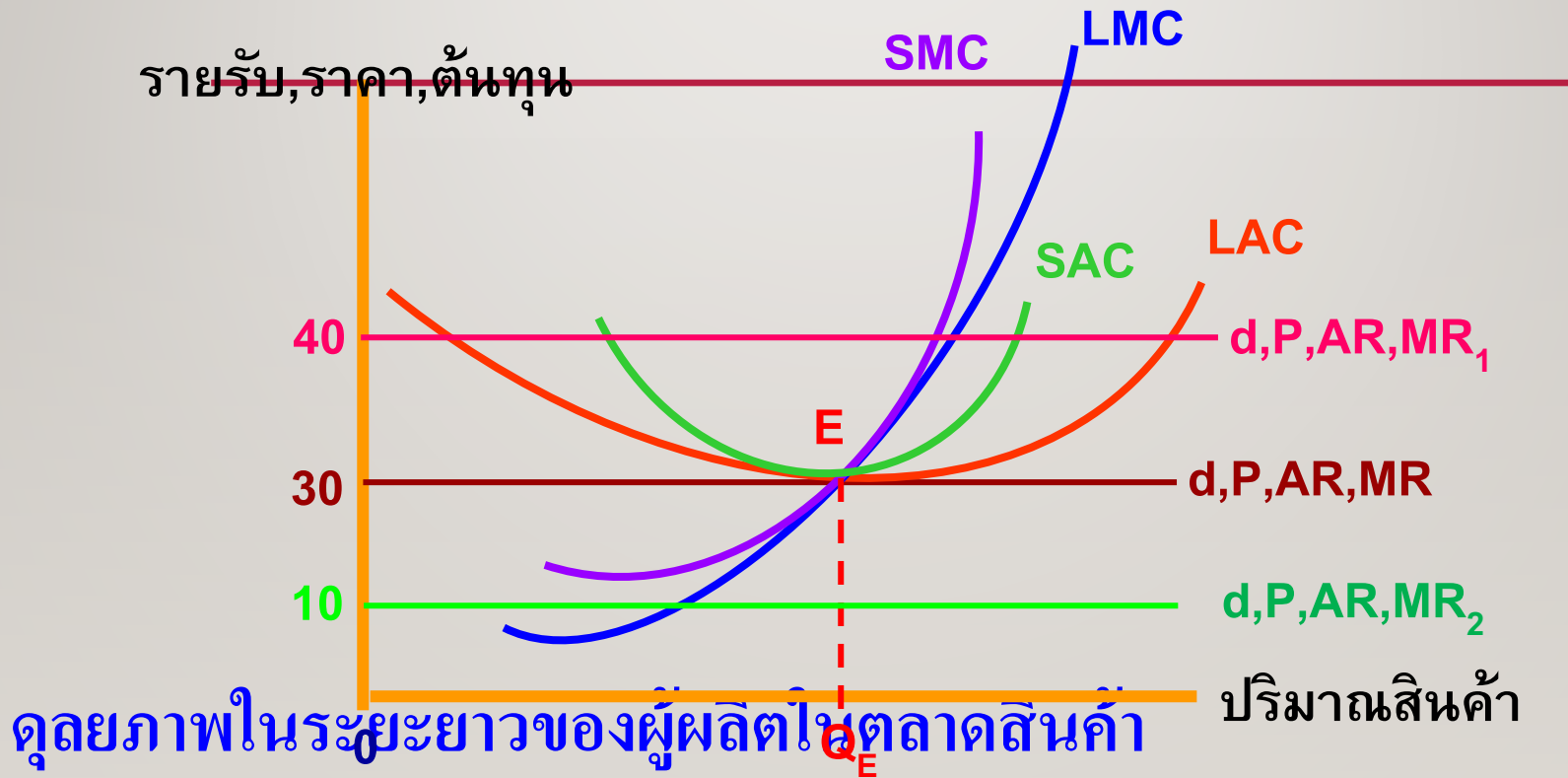
การตัดสินใจในการดำเนินการในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เส้นอุปทานในระยะสั้นของผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์



เส้นอุปทานในระยะสั้นของกิจการ

คุณภาพของผู้ผลิตในระยะยาว



ดังนั้นจุดดุลยภาพราคาสินค้าเท่ากับ 30 บาท
ปริมาณจะเท่ากับ OQ หน่วยผู้ผลิต
จะได้กำไรสูงสุด เนื่องจาก

$$P = AR = AC = MR = MC$$

ผลดีและผลเสียของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ต่อระบบเศรษฐกิจ

ผลดีของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ต่อระบบเศรษฐกิจ

คือ การพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ ผู้บริโภคไม่ถูกเอา
รัดเอาเปรียบ และผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

ผลเสียของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ต่อระบบเศรษฐกิจ

คือ อาจทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการผลิตสินค้าประเภท
นั้นจน เกินความจำเป็นและทำให้สิ้นเปลืองทรัพยากรใน
การผลิต



Q&A

THANK YOU



● กิจกรรม แบบฝึกหัดบทที่ 5

“เรื่องโครงสร้างของตลาดประเภทต่าง ๆ”

- กิจกรรมกลุ่ม
- การนำเสนอในชั้นเรียน

หัวข้อที่จัดทำและนำเสนอ

1. ความหมายของตลาด
2. จำนวนผู้ซื้อ ผู้ขาย
3. ลักษณะของสินค้า
4. ลักษณะความสามารถในการเคลื่อนย้ายของตลาด ความยากง่ายของการเข้าสู่ตลาด
5. ความสามารถในการรับรู้ข่าวสาร การส่งเสริมการตลาด
6. สินค้าในตลาด เช่นอะไร ตัวอย่างเช่น ข้าว ไฟฟ้า ไม้กอล์ฟ สินเบรอนด์เนม

* สไลด์ที่ ต้องเป็นชื่อเรื่องตลาด

** สไลด์สุดท้าย เป็นชื่อ กลุ่ม