

บทที่ 8

การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์



เนื้อหา

1. ความหมายตลาดผูกขาด
2. คุณภาพระยะสั้นของผู้ผลิตในตลาดผูกขาด
3. คุณภาพระยะยาวของผู้ผลิตในตลาดผูกขาด
4. การควบคุมราคาของผู้ผูกขาด
5. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
6. คุณภาพระยะสั้นของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
7. คุณภาพระยะยาวของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
8. ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย
9. คุณภาพระยะสั้นของผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยราย
10. คุณภาพระยะยาวของผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยราย

วัตถุประสงค์ของการเรียน

- 1. บอกความหมายของการกำหนดราคาในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (ผูกขาด/ผู้ขายน้อยราย/กึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด)
- 2. อธิบายปัจจัยกำหนดราคาในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์
- 3. วิเคราะห์การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ตลาดสินค้า

- ความหมายของตลาดสินค้า

ตลาดสินค้าในวิชาเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ภาวะที่เกิดการตกลงซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย



ตลาดทางเศรษฐกิจศาสตร์

- ไม่ต้องมีสถานที่ ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ห่างไกลกันก็สามารถตกลงซื้อขายสินค้าได้ เช่น

- ติดต่อซื้อขายกันทางโทรศัพท์

Fax Internet ทางออนไลน์



ตลาดสินค้าและบริการ



ตลาดแรงงาน



ตลาดหลักทรัพย์

ลักษณะของโครงสร้างตลาด

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

(IMPERFECTLY COMPETITIVE MARKET)

ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตลาดย่อย คือ

2.1 ตลาดผูกขาด (MONOPOLY)

2.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย (OLIGOPOLY)

2.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (MONOPOLISTIC
COMPETITION)

การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

➤ ความหมายของตลาด

➤ จำนวนผู้ขาย

➤ การเข้าสู่ตลาด

➤ ประเภทของสินค้า

➤ ลักษณะของสินค้า

ตลาดผูกขาด (MONOPOLY)



- คือ ตลาดที่มีผู้ขายอยู่เพียงคนเดียว ทำให้ผู้ขายมีอิทธิพลเหนือราคาและปริมาณสินค้าอย่างสมบูรณ์ในการที่จะเพิ่มหรือลดราคาและควบคุมจำนวนขายทั้งหมด (total supply) ได้ตามต้องการ ส่วนมากจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ใช้เงินลงทุนมาก มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กรายอื่นๆ ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้

ประเภทของตลาด



ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ประเภทสินค้า	จำนวนผู้ขาย	ลักษณะสินค้า	การเข้าสู่ตลาด
		ไม่สามารถแข่งขันประเภทสินค้า	ผู้ผลิตรายอื่นไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ในระยะสั้น

ผูกขาด



ลักษณะตลาดผูกขาด (MONOPOLY)

มีผู้ผลิตหรือผู้ขายรายเดียว

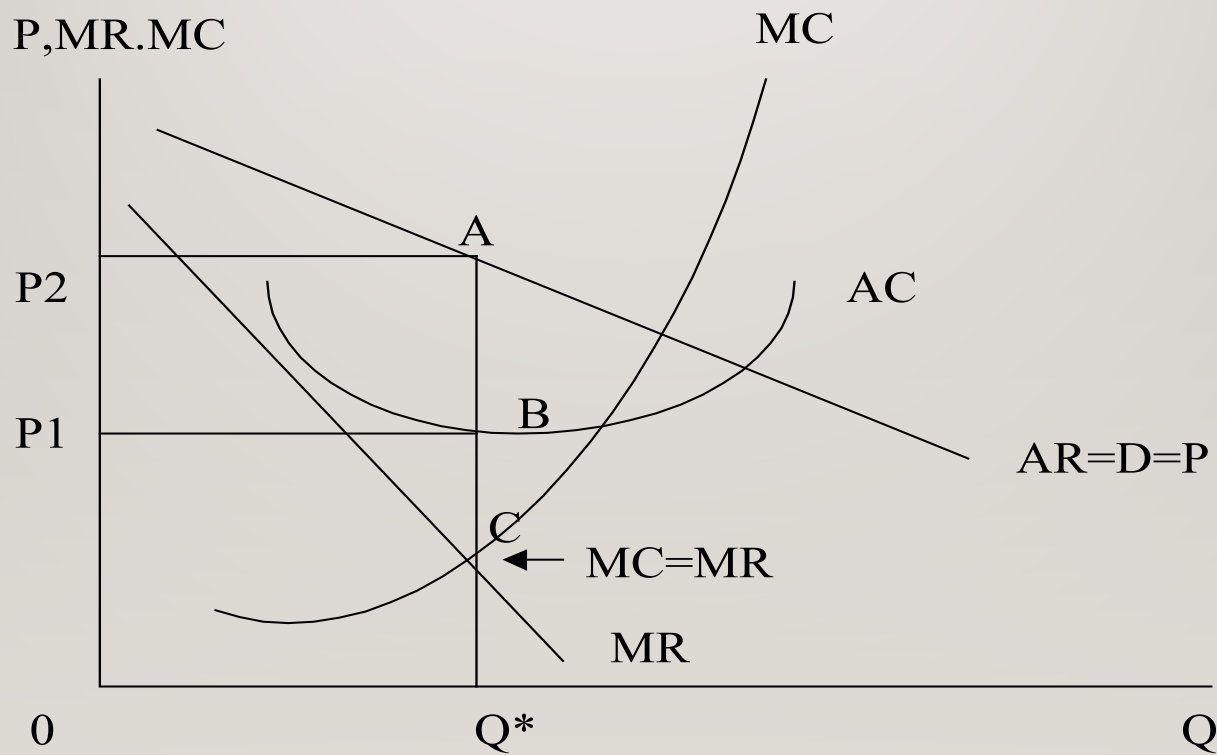
- การเข้ามาแข่งขันในตลาดทำ
ไม่ได้

สินค้าของผู้ผลิตไม่สามารถหา
สินค้าอื่นมาทดแทนได้

เส้นอุปสงค์ของตลาดเป็นเส้น
เดียวกับอุปสงค์ในสินค้าของ

คุณภาพของผู้ผลิตในตลาดผูกขาด

- เงื่อนไขของผู้ผลิตในตลาดผูกขาดที่ทำให้ได้รับกำไรสูงสุด $MC = MR$



คุณภาพของผู้ผลิตในตลาดผูกขาด

- จะเห็นได้ว่าในตลาดผูกขาดระดับราคาจะสูงกว่า MC เพราะที่ MR อยู่ต่ำกว่าเส้น $D = AR = P$ เสมอ นั่นคือคุณภาพระยะสั้นของผู้ผลิตในตลาดผูกขาดกรณีได้กำไรปกติและกำไรเกินปกติ จะเกิดขึ้น ณ ระดับผลิตที่ทำให้ $MC = MR < P > AC$

วิธีการควบคุมราคาขายของผู้ผูกขาด

- สำหรับวิธีการควบคุมราคาขายของผู้ผูกขาดนั้นมีหลายวิธี แต่ที่นิยมใช้กับผู้ผูกขาดมีอยู่ 2 วิธี คือ
 - 1) ราคายุติธรรม (fair price)
 - 2) ราคาอุดมคติ (ideal price)

1) ราคายุติธรรม (FAIR PRICE)

- คือการตั้งราคา ณ ระดับราคาที่รายรับเฉลี่ย (AR) เท่ากับ ต้นทุนเฉลี่ย (AC)พอดี หรือ $P = AR = AC$ ซึ่งการตั้งราคาแบบนี้ผู้ผลิตจะไม่ขาดทุนแน่นอน แต่ก็จะไม่มีการส่วนเกินจะได้รับเพียงกำไรปกติเท่านั้น

2) ราคาอุดมคติ (IDEAL PRICE)

- คือ การตั้งราคา ณ ระดับที่รายรับเฉลี่ยเท่ากับต้นทุนเพิ่ม หรือ $P = AR = MC$ เพื่อมุ่งให้การ ใช้ทรัพยากรของสังคม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพราะต้นทุนเพิ่มจะ สะท้อนถึงต้นทุนค่าเฉลี่ยของปัจจัยการผลิตที่สังคมได้ สูญเสียไปในการผลิตสินค้า ซึ่งการตั้งราคาแบบอุดมคตินี้ จะเป็นราคาที่ให้สังคมได้รับผลประโยชน์สูงสุด

สรุป

● ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

- ระยะสั้น ผู้ผลิตอาจได้รับกำไรปกติ กำไรเกินกว่าปกติ หรือขาดทุนก็ได้ ขึ้นอยู่กับต้นทุนของผู้ผลิต, ราคาตลาด
- ระยะยาว ผู้ผลิตจะได้รับเฉพาะกำไรปกติเท่านั้น

● ตลาดผูกขาด

- ในระยะสั้น ผู้ผลิตจะได้รับกำไรเกินปกติ, กำไรปกติ หรือขาดทุน
- ในระยะยาว ผู้ผลิตมีแนวโน้มจะได้รับกำไรปกติ

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

MONOPOLISTIC COMPETITION

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (MONOPOLISTIC COMPETITION)

- ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เป็นตลาดประเภทนี้มีลักษณะ
- คือ มีผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก และทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างมีอิสระเต็มที่ในการที่จะวางนโยบายการขายและการซื้อของตน โดยไม่กระทบกระเทือนคนอื่น แต่สินค้าที่ผลิตมีลักษณะหรือมาตรฐานแตกต่างกันถือเป็นสินค้าอย่างเดียวกัน แต่ก็มีหลายตราหลายยี่ห้อ การบรรจุหีบห่อ การโฆษณาต่างกัน

ประเภทของตลาด

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ประเภทสินค้า



จำนวนผู้ขาย



ลักษณะสินค้า

คล้ายกัน
ไม่เหมือนกัน
ทดแทนกันได้

การเข้าสู่ตลาด

ผู้ผลิตสามารถ
เข้าออกตลาด
ได้อย่างเสรี

กึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ลักษณะตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

สินค้าของผู้ขายมีความ
แตกต่างกัน สามารถ
ทดแทนกันได้

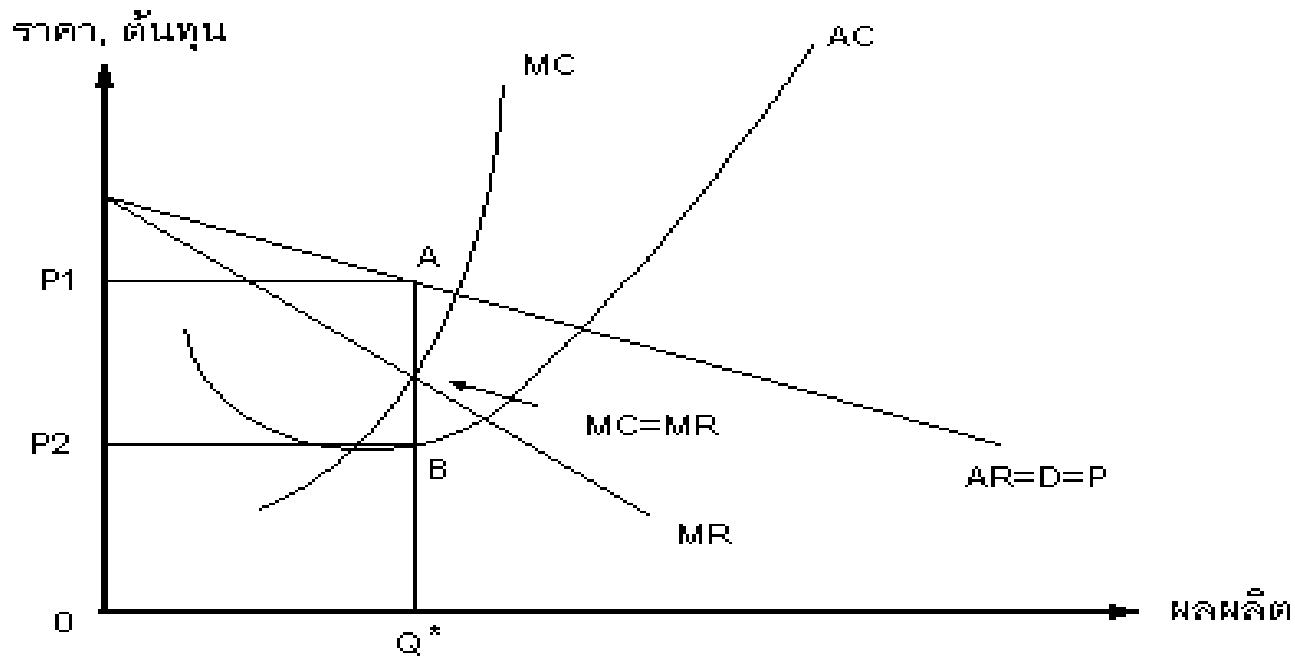
มีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก
ราย และผู้ขายแต่ละ
คนสามารถควบคุม
ราคาสินค้าได้บ้าง

การแข่งขันทางการ
ขาย จะอาศัยการ
โฆษณาส่งเสริมการขาย

เส้นอุปสงค์ในสินค้าเป็นเส้นทอดลงจาก
ซ้ายมาขวา มีค่าความชันเป็นลบ แต่จะ
มีค่าความยืดหยุ่นมากกว่าตลาดผูกขาด

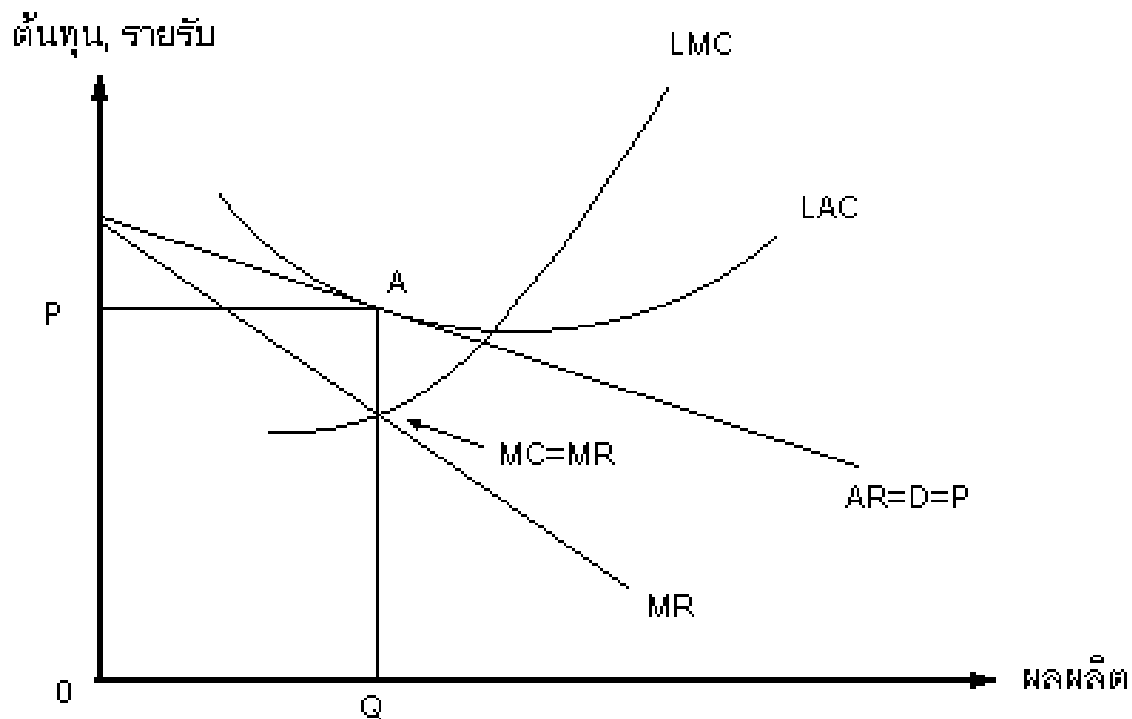
ผู้ผลิตแต่ละรายสามารถเข้าออก
ตลาดได้อย่างเสรี

ดุลยภาพในระยะสั้นของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด



ดังนั้นแม้ว่าขาดทุนผู้ผลิตควรผลิตต่อไปให้ถ้า $P > AVC$ เพื่อให้ขาดทุนน้อยที่สุด นั่นคือ ดุลยภาพระยะสั้นของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดจะเกิดขึ้น ณ ระดับปริมาณผลผลิตที่ทำให้ $MC = MR < P > AVC$ หรือ $P > AC$

ดุลยภาพในระยะยาวของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด



ดุลยภาพในระยะยาวของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ดุลยภาพระยะยาวของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดจะเกิดดุลยภาพ ณ ระดับปริมาณผลผลิตที่ทำให้ $LMC = MR < P = LAC$ (ซึ่งโดยข้อเท็จจริงเมื่อผู้ผลิตเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาวแล้วก็ย่อมแสดงว่าผู้ผลิตนี้มีดุลยภาพในระยะสั้นด้วย โดยมีเงื่อนไขดุลยภาพในระยะยาว คือ $LMC = SMC = MR < P = LAC = SAC$ แต่ในที่นี้เพื่อมิให้ภาพการวิเคราะห์ยุ่งยากซับซ้อนจึงแสดงเฉพาะเส้น LAC และ LMC เท่านั้นมิได้แสดงเส้น SAC และ SMC)

สรุป

- **ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด**
 - ระยะสั้น ผู้ผลิต มีแนวโน้มจะได้รับการกำไรเกินปกติ
 - ระยะยาว ผู้ผลิต มีแนวโน้มจะได้รับการกำไรปกติ

ลักษณะตลาดผู้ขายน้อยราย (OLIGOPOLY)

- ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย เป็น ตลาดประเภทนี้จะมีผู้ขายเพียงไม่กี่ราย และผู้ขายแต่ละรายจะขายสินค้าเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับปริมาณสินค้าทั้งหมดในตลาด ถ้าหากว่า ผู้ขายรายใดเปลี่ยนราคาหรือ นโยบายการผลิตและการขายแล้วก็จะกระทบกระเทือนต่อผู้ผลิตรายอื่นๆ

ประเภทของตลาด

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ประเภทสินค้า



จำนวนผู้ขาย



ลักษณะสินค้า

แตกต่างกันแต่มี
มาตรฐานเดียวกัน

การเข้าสู่ตลาด

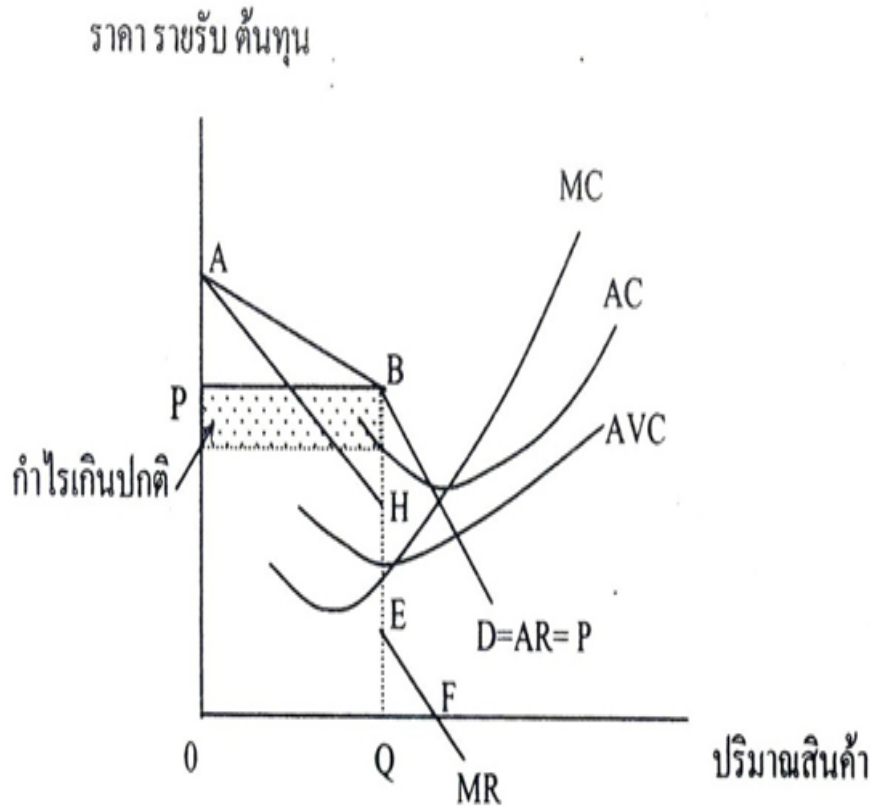
ผู้ผลิตรายใหม่เข้า
สู่ตลาดได้
ค่อนข้างยาก

ผู้ขายน้อยราย



ลักษณะตลาดผู้ขายน้อยราย

คุณภาพของผู้ผลิตระยะสั้นในตลาดผู้ขายน้อยราย



จะเห็นว่าระยะสั้น ABD คือ เส้นอุปสงค์และเส้นรายรับเฉลี่ย ($D = AR$) ซึ่งหักมุม ณ จุด B ระดับราคา OP และเส้น MR ขาดตอนในช่วง HE ผู้ผลิตจะได้รับกำไรสูงสุด เมื่อกำหนดปริมาณผลผลิต ณ ระดับที่ $MC = MR$ ในช่วงที่ MR ขาดตอน จะได้ปริมาณผลผลิต คือ OQ และราคา คือ OP ซึ่งเป็นระดับราคา ณ จุดหักมุมพอดี และจากภาพเส้นต้นทุนเฉลี่ย (AC) อยู่ต่ำกว่าราคาทำให้ผู้ผลิตได้กำไรเกินปกติในระยะสั้น

คุณภาพในระยะยาวของผู้ผลิต ในตลาดผู้ขายน้อยราย

- ปริมาณ และ ราคาคุณภาพ ขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงขนาดของกิจการ และความยากง่ายที่ผู้ผลิตใหม่จะเข้าสู่ตลาด
- เน้นการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา (โฆษณา พัฒนาคุณภาพสินค้า)

การรวมตัวกันระหว่างหน่วยธุรกิจในลักษณะต่างๆ

- ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะกรณีการเป็นผู้นำราคาและการรวมตัวกันในรูปของคาร์เทล (cartel)
 1. การเป็นผู้นำราคา (price leadership)
 2. การรวมกลุ่มแบบคาร์เทล

- 1. การเป็นผู้นำราคา (price leadership)

หมายถึง การที่หน่วยธุรกิจต่าง ๆ พากันยินยอมขายสินค้าตามราคาที่

หน่วยธุรกิจผู้นำได้กำหนด ซึ่งการเป็นผู้นำราคานี้่นอาจจะเป็นผู้นำราคาใน
ลักษณะที่หน่วยธุรกิจนั้นเป็นผู้ผลิตรายใหญ่เพียงรายเดียว หรืออาจเป็นผู้นำ
ราคาที่หน่วยธุรกิจมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าหน่วยธุรกิจรายอื่น ๆ ในตลาด

- **2 การรวมกลุ่มแบบคาร์เทล** หมายถึง การที่หน่วยธุรกิจหลายแห่งรวมตัวเข้าด้วยกัน โดยตกลงว่าจะไม่แข่งขันระหว่างกัน การตกลงอาจเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ และลักษณะการรวมตัวแบ่งออกเป็น

2.1 การรวมอย่างสมบูรณ์ (perfect collusion) จะมีลักษณะเหมือนตลาดผูกขาดกล่าวคือหน่วยธุรกิจทุกรายจะตกลงร่วมกันที่จะดำเนินนโยบายเดียวกันทุกเรื่อง ราคาสินค้าจะมีเพียงราคาเดียวหรือกำหนดราคาตายตัว (price fixed)

2.2 การรวมตัวกันอย่างไม่สมบูรณ์ (imperfect – collusion) จะเป็นการรวมตัวกัน โดยมีข้อตกลงระหว่างหน่วยธุรกิจในการกำหนดนโยบายบางเรื่อง ซึ่งโดยปกติหน่วยธุรกิจมักจะตกลงกันในการกำหนดราคาขายไว้ว่าเป็นราคาเดียวกัน ส่วนนโยบายส่งเสริมการขายอื่น ๆ ปล่อยให้หน่วยธุรกิจมีเสรีภาพที่ดำเนินนโยบายอย่างใดก็ได้ที่ไม่อยู่ในข้อตกลง

Q&A

THANK YOU

● กิจกรรม แบบฝึกหัดบทที่ 8

* ให้นักศึกษาวิเคราะห์และตอบคำถามจากกรณีศึกษา บริษัทแห่งหนึ่ง