

5 โครงสร้างตลาด

การกำหนดราคาในตลาด

และการแบ่งแยกราคา



ความหมายของตลาด

ตลาดในความหมายแบบแคบ

สถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน เพื่อตกลงแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างกัน และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิทธิความเป็นเจ้าของในสินค้าหรือบริการนั้นๆ

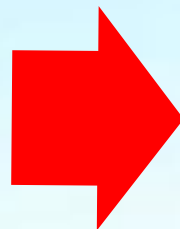
ตลาดในความหมายแบบกว้าง

กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่มีความจำเป็นและความต้องการ (Needs and Wants) ในผลิตภัณฑ์ มีความเต็มใจ มีความสามารถในการแลกเปลี่ยน และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้รับความพอใจของตน

ไม่เน้นสถานที่



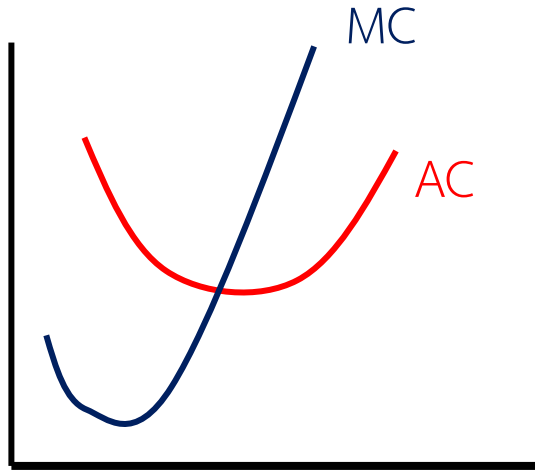
มีการซื้อขาย



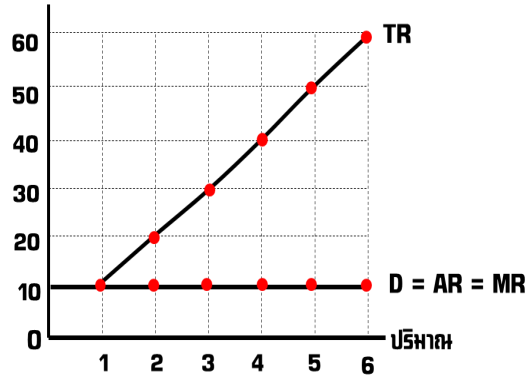
ตลาดทาง
เศรษฐศาสตร์



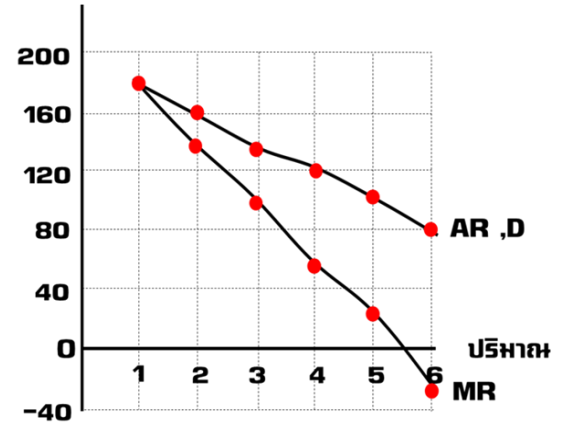
สิ่งที่ต้องทบทวน



รายรับ (TR AR และ MR)



ราคา ,รายรับ (AR,MR)



กำไรทางเศรษฐศาสตร์

1. กำไรปกติ
2. กำไรเกินปกติ
3. ขาดทุน

การกำหนดกำไรสูงสุด

$$MR = MC$$

ประเภทของตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

ตลาดแข่งขัน
สมบูรณ์

ตลาดแข่งขัน
ไม่สมบูรณ์

ตลาดผูกขาด

ตลาดผู้ขาย
น้อยราย

ตลาดกึ่งแข่งขัน
กึ่งผูกขาด

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competitive Market)

ลักษณะสำคัญ

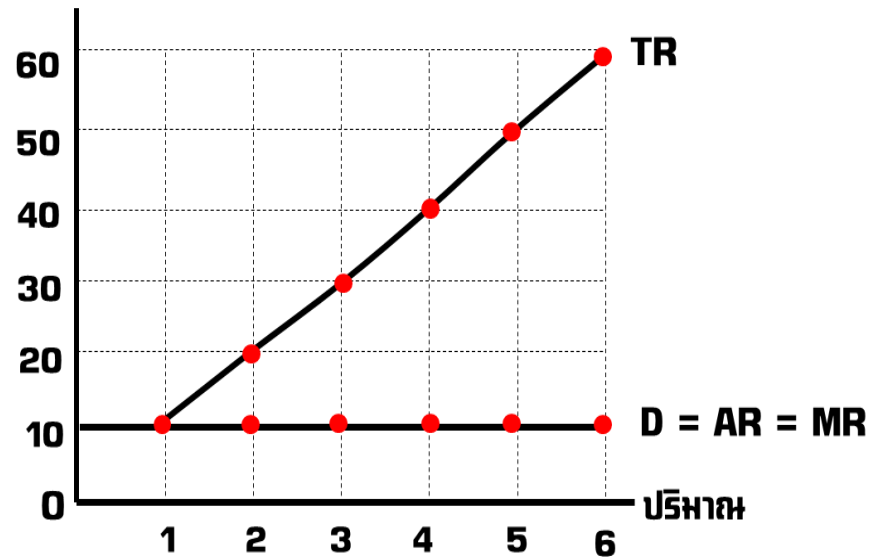
- มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากและสินค้าเหมือนกัน
(Homogeneous Product)
- ราคาถูกกำหนดจากตลาด (PriceTaker)
- การเข้าออกจากตลาดเป็นไปอย่างเสรีไม่มีการกีดกัน
- การเคลื่อนย้ายทรัพยากรเป็นไปอย่างเสรี
- ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้เกี่ยวกับสภาพของตลาดเป็นอย่างดี
ด้านราคา ปริมาณ คุณภาพ แหล่งซื้อขาย ฯ



ตารางความสัมพันธ์ระหว่าง D, MR , AR ,TR ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

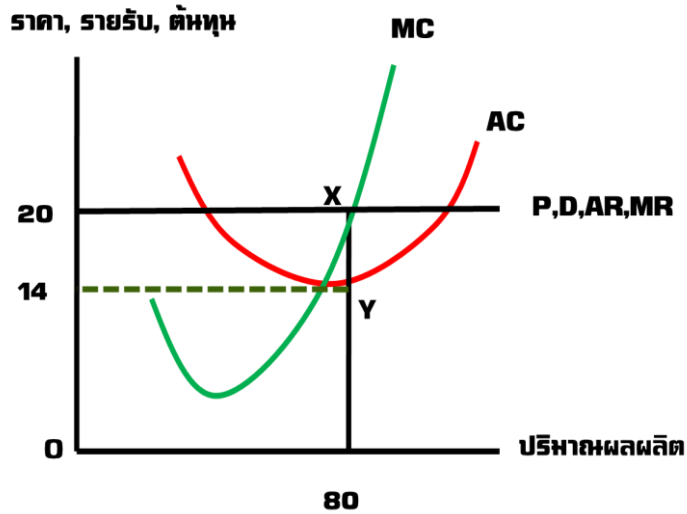
Q	P	TR	AR	MR
1	10	10	10	10
2	10	20	10	10
3	10	30	10	10
4	10	40	10	10
5	10	50	10	10
6	10	60	10	10

รายรับ (TR AR และ MR)



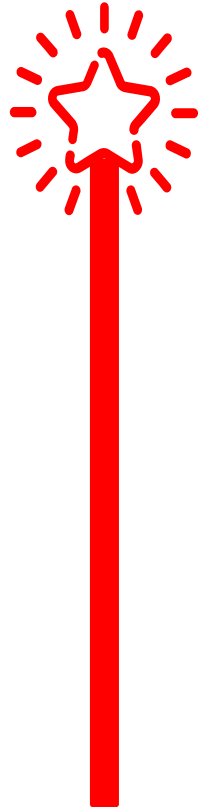
ดุลยภาพการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ดุลยภาพการผลิตในระยะสั้น

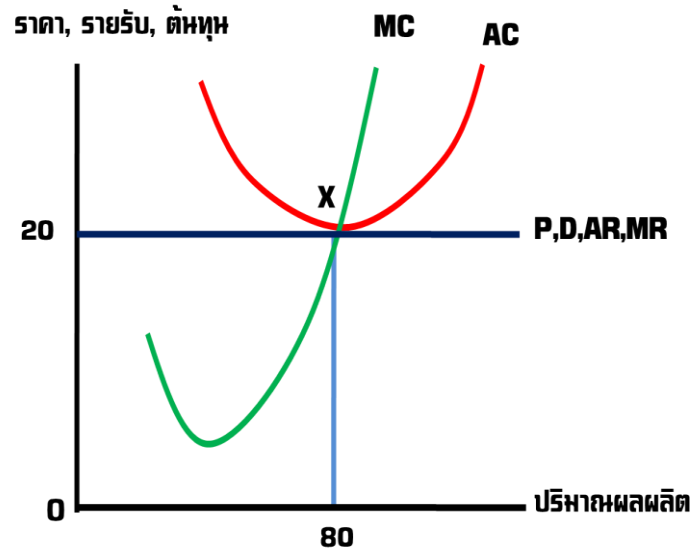


ดุลยภาพในการผลิตคือ $MR=MC$

โดย $AR > AC$ และ ผู้ผลิตมีกำไรเกินปกติ



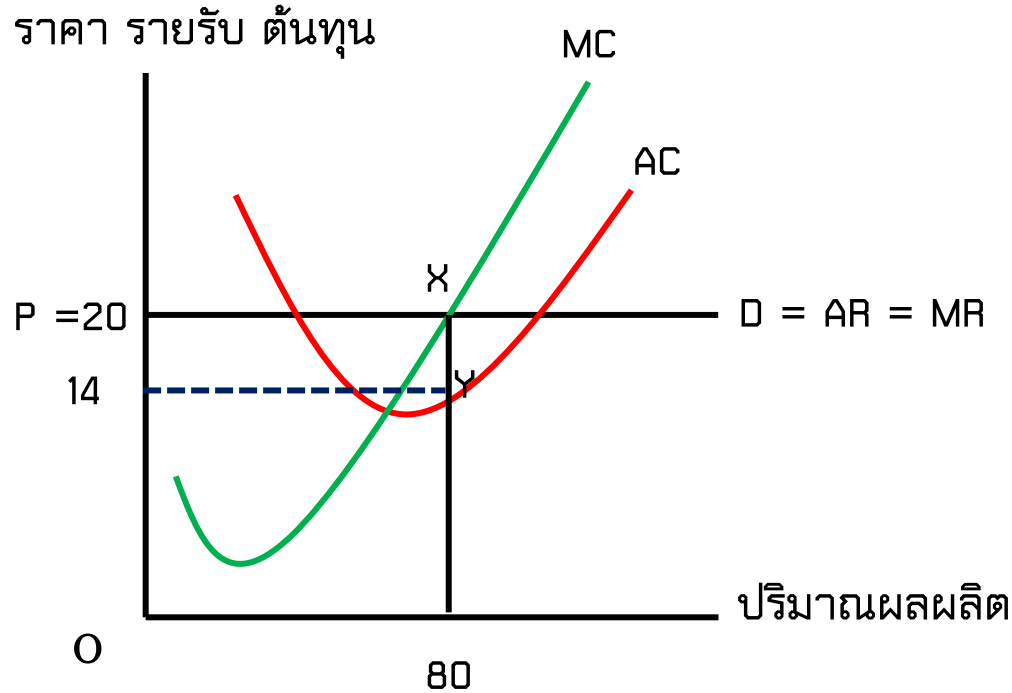
ดุลยภาพการผลิตในระยะยาว



ดุลยภาพในการผลิตคือ $MR = MC$

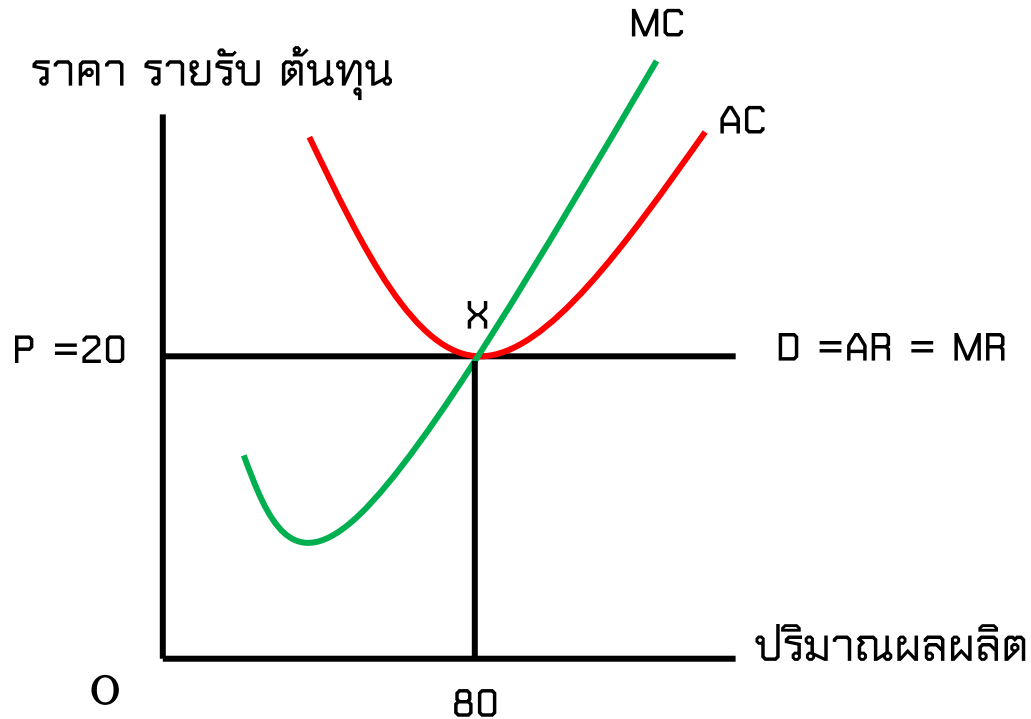
โดย $AR = AC$ ผู้ผลิตมีกำไรปกติ

ดุลยภาพการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ : ระยะสั้น



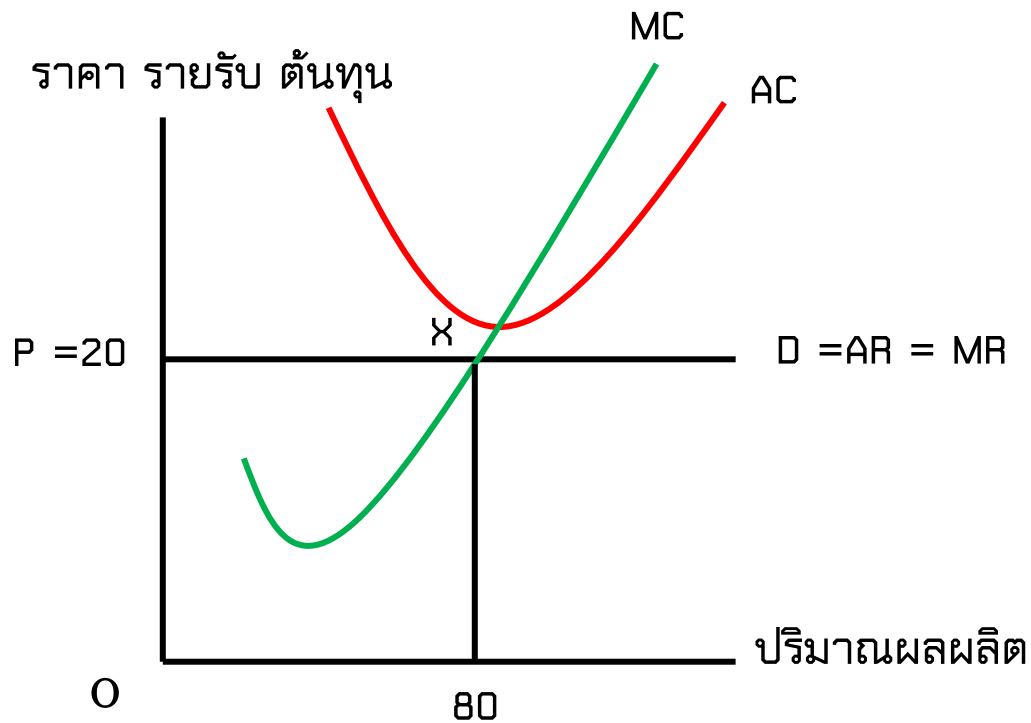
ดุลยภาพในการผลิตคือ MR = MC โดย AR > AC และ ผู้ผลิตมีกำไรเกินปกติ

ดุลยภาพการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์: ระยะยาว



ดุลยภาพในการผลิตคือ MR = MC โดย AR = AC และ ผู้ผลิตมีกำไรปกติ

การออกจากตลาดเมื่อขาดทุน (AC > AR)



ตัวอย่าง ถ้าน้ำตาลเป็นสินค้าที่อยู่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ และให้ราคาตลาดของน้ำตาลเท่ากับ 50 บาท/กิโลกรัม และต้นทุนคงที่ในการผลิตน้ำตาลมีค่าเท่ากับ 100 บาท ต้นทุนแปรผันมีค่าเท่ากับปริมาณผลผลิตทั้งหมด (คิดเป็นกิโลกรัม) ยกกำลังสอง จงวิเคราะห์

1. ปริมาณผลิตที่ได้กำไรสูงสุด
2. กำไรที่ผู้ผลิตได้รับเป็นกำไรประเภทใด
3. กำไรทั้งหมดที่ผู้ผลิตได้รับ



สิ่งที่โจทย์ให้

$$TFC = 100$$

$$TVC = Q^2$$

$$P=AR=MR=50$$

การวิเคราะห์คำถาม

1. ปริมาณผลิตที่ได้กำไรสูงสุด
2. กำไรที่ผู้ผลิตได้รับเป็นกำไรประเภทใด
3. กำไรทั้งหมดที่ผู้ผลิตได้รับ

MR และ MC

AR และ AC

TR และ TC

1. ปริมาณผลิตที่ได้กำไรสูงสุด : ต้องพิจารณาที่ MR กับ MC



จาก $TC = TFC + TVC$
ดังนั้น $TC = 100 + Q^2$
แต่ $MC = \frac{dTC}{dQ}$
ดังนั้น $MC = 2Q$



ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์
 $P = AR = MR = 50$



จากเงื่อนไขที่ผู้ผลิตจะได้กำไรสูงสุด คือ

$$\begin{aligned} MC &= MR \\ \text{ดังนั้น } 2Q &= 50 \\ Q &= 25 \end{aligned}$$

ดังนั้นการผลิตให้ได้กำไรสูงสุด
ต้องผลิตน้ำตาล จำนวน 25 กิโลกรัม



2. กำไรที่ผู้ผลิตได้รับเป็นกำไรประเภทใด

การจะหาว่าเป็นเป็น

กำไรประเภทใดต้อง

พิจารณาจาก

AR และ AC

จากโจทย์กำหนด

$P = 50$

ดังนั้น

$AR = 50$

การหาค่า AC

$$\begin{aligned} AC &= \frac{TC}{Q} \\ AC &= \frac{100+(25 \times 25)}{25} \\ AC &= 29 \end{aligned}$$

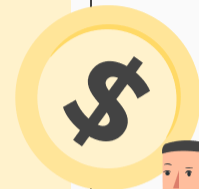
ดังนั้นกำไรที่ได้รับเป็นกำไรเกินปกติ

เพราะ $AR > AC$

3. กำไรทั้งหมดที่ผู้ผลิตได้รับ

การหำกำไรทั้งหมดต้องพิจารณาที่ TR และ TC

$$\begin{aligned}\text{กำไร} &= \text{รายรับทั้งหมด} - \text{ต้นทุนทั้งหมด} \\ &= (P \times Q) - TC \\ &= (50 \times 25) - [100 + (25 \times 25)] \\ &= 1250 - 725 \\ &= 525 \text{ บาท}\end{aligned}$$



ผลการดำเนินงานของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ผลดีของการแข่งขัน

1. การแข่งขันก่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
2. การแข่งขันสนองความต้องการของผู้บริโภค และคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้พ้นจากการเอาัดเอาเปรียบของผู้ผลิต
3. การแข่งขันทำให้อุตสาหกรรมต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของตนตลอดเวลา
4. การแข่งขันส่งเสริมการผลิตสินค้าใหม่ ๆ และการพัฒนาเทคนิคใหม่

ผลการดำเนินงานของตลาดแข่งขันสมบูรณ์



ผลเสียของการแข่งขัน

1. จากข้อดีของการแข่งขันที่ทำให้เกิดสินค้าใหม่ๆ หากสินค้าใหม่ๆ มีมากเกินไป ความจำเป็น เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรการผลิตอีกแบบหนึ่ง
2. สืบเนื่องจากการผลิตสินค้าซ้ำๆ กันแต่ต่างกันตรงยี่ห้อหรือรูปลักษณ์ ผู้ผลิตบางรายอาจไม่สนใจที่จะเพิ่มยอดขายโดยการปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น
3. การแข่งขันในการผลิตบางอย่างเป็นอุปสรรคต่อการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพราะผู้ผลิตมีขนาดเล็กเกินไป
4. เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายต้องแข่งขันกันด้วยประสิทธิภาพและราคา หากผู้ผลิตรายใดครอบครองเทคโนโลยีการผลิตที่เหนือกว่าคู่แข่ง ก็จะเปรียบในเชิงแข่งขัน

ตลาดผูกขาด (Monopoly)

ลักษณะสำคัญ

- ผู้ผลิตหรือผู้ขายรายเดียว“ผู้ผูกขาด” (Monopolist)
- สินค้ามีลักษณะพิเศษไม่เหมือนใคร
- ผู้ผูกขาดมีอำนาจในการกำหนดราคา (Price Maker)
- ผู้ผูกขาดสามารถกีดกันไม่ให้ผู้อื่นเข้ามาผลิตแข่งขันได้
- การผูกขาดมีทั้งการผูกขาดแท้จริงและผูกขาดชั่วคราว

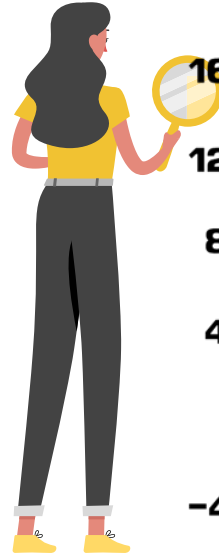


สาเหตุที่ก่อให้เกิดการผูกขาด

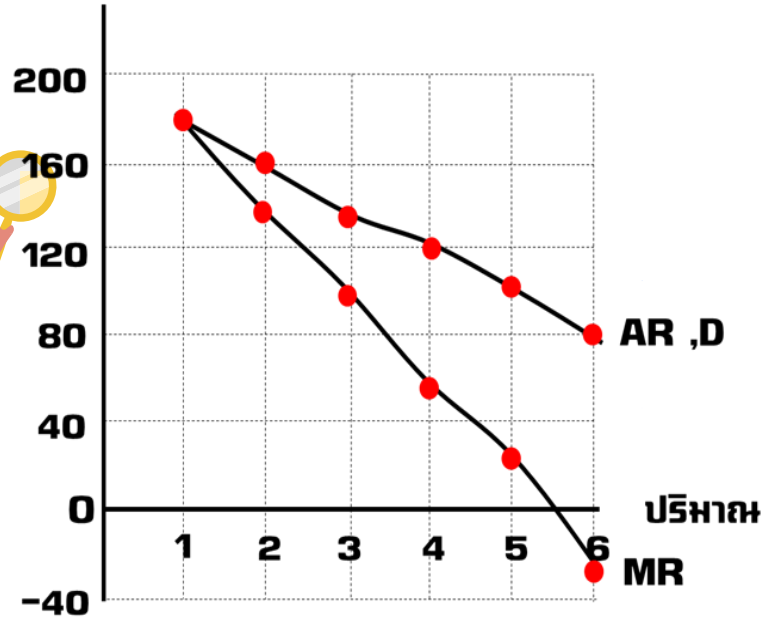
- 1) ผู้ผลิตหลายรายรวมตัวกันเป็นบริษัทเดียว
- 2) ได้สิทธิผูกขาดตามกฎหมาย เช่น กิจการสาธารณูปโภค โรงงานยาสูบ
- 3) ต้องทำการผลิตขนาดใหญ่และลงทุนสูงมากจึงจะมีประสิทธิภาพ ทำให้ในท้องถิ่นหนึ่งหรือในประเทศหนึ่งมีกิจการประเภทนี้ได้เพียงกิจการใหญ่กิจการเดียว และไม่มีกิจการรายย่อยแข่งขันได้
- 4) เป็นเจ้าของทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตสำคัญเพียงผู้เดียว
- 5) ได้ลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตรจากการคิดค้น ผู้อื่นลอกเลียนไม่ได้

ความสัมพันธ์ระหว่าง D, MR , AR ,TR ในกรณีตลาดผูกขาด

Q	P	TR	AR	MR
1	180	180	180	180
2	160	320	160	140
3	140	420	140	100
4	120	480	120	60
5	100	500	100	20
6	80	480	80	-20



ราคา ,รายรับ (AR,MR)



ดุลยภาพของหน่วยธุรกิจในตลาดผูกขาด

ดุลยภาพของตลาด

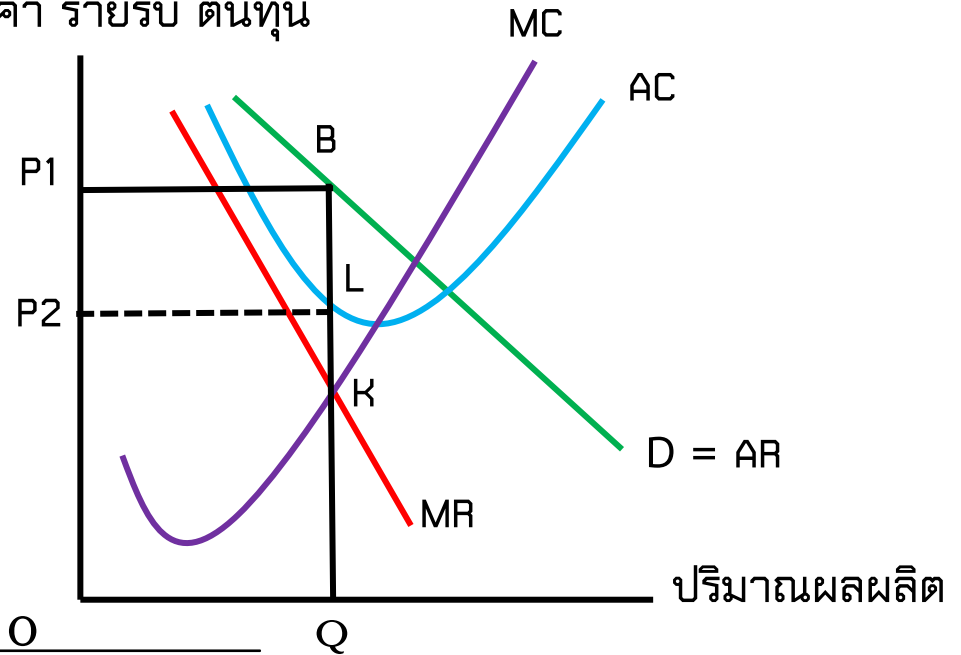
ผูกขาดคือ $MR=MC$

โดย $AR > AC$

และผู้ผลิตมีกำไรเกินปกติ



ราคา รายรับ ต้นทุน





ผลดีของการผูกขาด

1. กิจกรรมบางอย่างต้องอาศัยการผลิตขนาดใหญ่จึงจะลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงได้ ตัวอย่างเช่น การผลิตไฟฟ้าด้วยพลังน้ำ
2. เนื่องจากการแข่งขันโดยการผลิตสินค้าซ้ำๆ กัน หรือเกือบจะเหมือนกัน สร้างความสิ้นเปลืองในการใช้ทรัพยากรการผลิต เป็นจุดอ่อนที่ผู้ नियมระบบวางแผนจากส่วนกลาง (centrally planning) หยิบยกเป็นข้อโจมตีอยู่เสมอ
3. ค่าใช้จ่ายในการขาย (Selling Expense) ผู้ผูกขาดไม่จำเป็นต้องโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย นอกจากการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์เป็นครั้งคราวเท่านั้น



ผลเสียของการผูกขาด

1. การผูกขาดก่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรทั้งระบบเศรษฐกิจอย่างไม่มีประสิทธิภาพจากการวิเคราะห์ตลาดผูกขาด เราทราบแล้วว่าการผูกขาดทำให้ปริมาณการผลิตน้อยกว่าที่ควรจะเป็นและราคาสูงกว่าที่ควรจะเป็น
2. ผู้บริโภคไม่ได้รับการคุ้มครองให้พ้นจากการขูดรีดของผู้ผูกขาด เพราะผู้บริโภคไม่สามารถหาซื้อสินค้าอย่างเดียวกันจากผู้ผลิตรายอื่น





ตัวอย่าง เนื่องจากบุหรีเป็นอันตรายต่อสุขภาพ
ของประชาชน รัฐบาลจึงไม่อนุญาตให้เอกชน
รายใดเข้ามาทำการผลิตแต่ได้ทำการผลิตเอง
แต่เพียงผู้เดียว สมมติให้อุปสงค์ของบุหรี
สามารถแสดงได้ด้วยสมการ $Q = 400 - P$
และต้นทุนทั้งหมดในการผลิตบุหรีของรัฐบาล
สามารถแสดงได้ด้วย $TC = 1,500 + Q^2$

1. รัฐบาลต้องผลิตบุหรีหรือออกขายก็ซอง และตั้ง
ราคาของละก็บาทจึงจะได้กำไรสูงสุด
2. กำไร (ขาดทุน) ที่ได้เป็นเท่าใด
3. ถ้าต้นทุนคงที่สูงขึ้นเป็น 10,000 บาท กำไร
ของการผลิตบุหรีเป็นเท่าใด(หรือขาดทุน
เท่าใด)

1. รัฐบาลต้องผลิตบุหรี่ปูหรือออกขายกี่ซอง และตั้งราคาซองละกี่บาทจึงจะได้กำไรสูงสุด

จากโจทย์กำหนดให้

$$\begin{aligned} Q &= 400 - P \\ \text{ดังนั้น } P &= 400 - Q \\ \text{รายรับรวม (TR)} &= P \times Q \\ \text{ดังนั้น } TR &= (400 - Q)Q \\ &= 400Q - Q^2 \\ MR &= 400 - 2Q \\ \text{โจทย์กำหนดให้} \\ TC &= 1,500 + Q^2 \\ \text{ดังนั้น } MC &= 2Q \end{aligned}$$

เงื่อนไขกำไรสูงสุด

$$\begin{aligned} MR &= MC \\ \text{ดังนั้น } 400 - 2Q &= 2Q \\ 4Q &= 400 \\ Q &= 100 \\ \text{จาก } P &= 400 - Q \\ \text{ดังนั้น } P &= 400 - 100 \\ &= 300 \end{aligned}$$





ต้องผลิตบุหรี่ปูหรือออกขาย 100 ซอง
และตั้งราคาซองละ 300 บาท

2. กำไร (ขาดทุน) ที่ได้เป็นเท่าใด

$$\begin{aligned} TR &= 400 Q - Q^2 \\ &= (400 \times 100) - (100 \times 100) \\ &= 40,000 - 10,000 \\ &= 30,000 \text{ บาท} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} TC &= 1,500 + Q^2 \\ &= 1,500 + (100 \times 100) \\ &= 1,500 + 10,000 \\ &= 11,500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{กำไร} &= TR - TC \\ &= 30,000 - 11,500 \\ &= 18,500 \end{aligned}$$

  ดังนั้นกิจการมีกำไร 18,500 บาท



3. ถ้าต้นทุนคงที่สูงขึ้น
เป็น 10,000 บาท
กำไรของการผลิตหรือ
เป็นเท่าใด (หรือ
ขาดทุนเท่าใด)



ถ้าต้นทุนคงที่ เปลี่ยนเป็น 10,000 บาท
ดังนั้น

$$\begin{aligned} \text{TC} &= 10,000 + Q^2 \\ \text{TC} &= 10,000 + (100 \times 100) \\ &= 10,000 + 10,000 \\ &= 20,000 \\ \text{กำไร} &= 30,000 - 20,000 \\ &= 10,000 \text{ บาท} \end{aligned}$$

สรุป

กิจการมีกำไร 10,000 บาท

ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

ลักษณะสำคัญ

- ❑ มีจำนวนหน่วยธุรกิจและผู้ขายน้อยราย แต่ละรายจะเป็นรายใหญ่
- ❑ ลักษณะของสินค้าหรือบริการในตลาดอาจเหมือนหรือแตกต่างกันและสามารถใช้ทดแทนกันได้
- ❑ การเข้าสู่ตลาดของหน่วยธุรกิจรายใหม่จะเข้ามาได้ยาก แต่การออกจากตลาดของหน่วยธุรกิจเมื่อไม่ประสบความสำเร็จทำได้ง่าย

พฤติกรรมที่กำหนดราคาตลาดผู้ขายน้อยราย

Price war

Cut Throat Competition

Collusion

Cartel



1. การร่วมมือกันของตลาดผู้ขายน้อยราย (Cartel) ถ้าหน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยร่วมมือกันโดยการกำหนดราคาตลาดมักนิยมใช้วิธีรวมหัวกันตกลงราคา (Collusion) หรือรวมหัวกันผูกขาด ทั้งโดยเปิดเผยและไม่เปิดเผย ซึ่งนอกจากตกลงกันเรื่องราคาแล้ว จำเป็นจะต้องตกลงเรื่องจำกัดปริมาณผลิตด้วย เพื่อให้ราคาอยู่ในระดับสูง

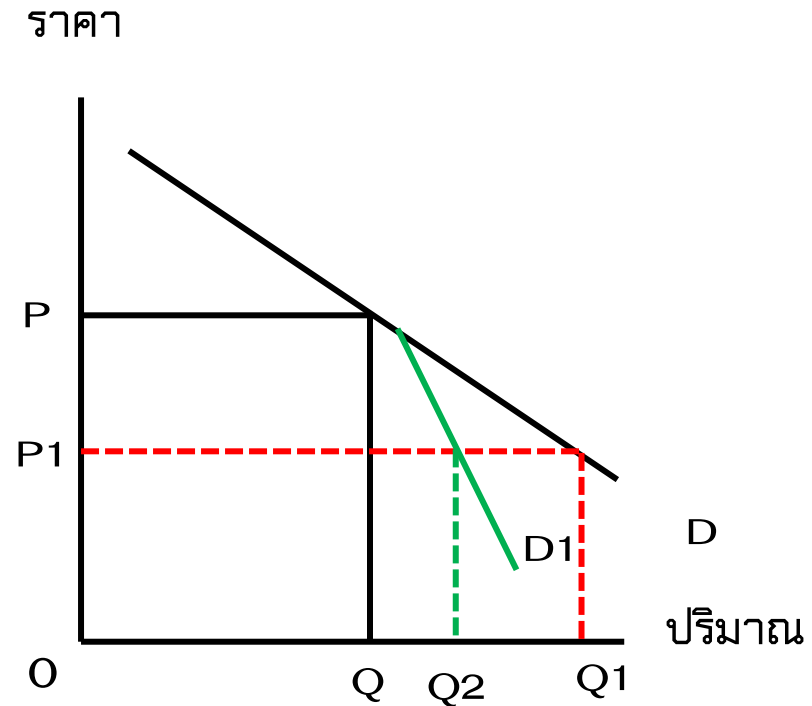
2. หน่วยธุรกิจมีการแข่งขันกันจะเป็นการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง (Cut Throat Competition) โดยการแข่งขันกันลดราคาสินค้า (Price War) ทั้งนี้เพื่อแย่งชิงลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าของตนเองมากที่สุด เมื่อมีสงครามราคาเกิดขึ้นผู้ขายจะพยายามลดราคาสินค้าของตนเองให้ต่ำลงไปเรื่อยๆ จนกว่าจะเอาชนะคู่แข่งได้ ทำให้สินค้าชนิดนั้นมีราคาถูกลง



ลักษณะของเส้นอุปสงค์ในตลาดผู้ขายน้อยราย

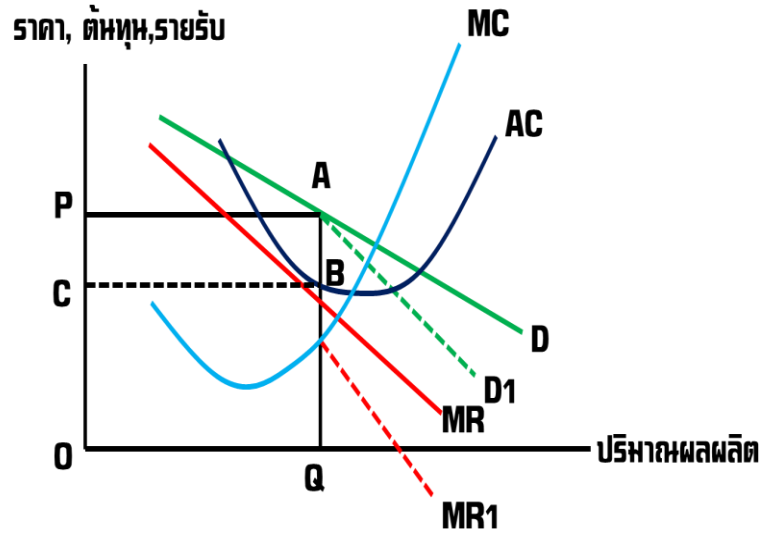
เนื่องจากตลาดผู้ขายน้อยราย เป็นตลาดที่มีคุณลักษณะอยู่ระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์กับตลาดผูกขาด แต่ค่อนข้างไปทางตลาดผูกขาดมากกว่า พฤติกรรมในตลาดนี้ค่อนข้างหลากหลาย

ในการวิเคราะห์ราคาและปริมาณผลผลิตของตลาดผู้ขายน้อยรายค่อนข้างยุ่งยากมากกว่าตลาดผูกขาด เพราะตำแหน่งของเส้นอุปสงค์ไม่สามารถได้แน่นอน ขึ้นอยู่กับการกระทำโต้ตอบของผู้ผลิตรายอื่นในตลาด ดังนั้น ตลาดผู้ขายน้อยรายจะมีเส้นอุปสงค์หักงอ เรียกว่า **Kinked Demand**



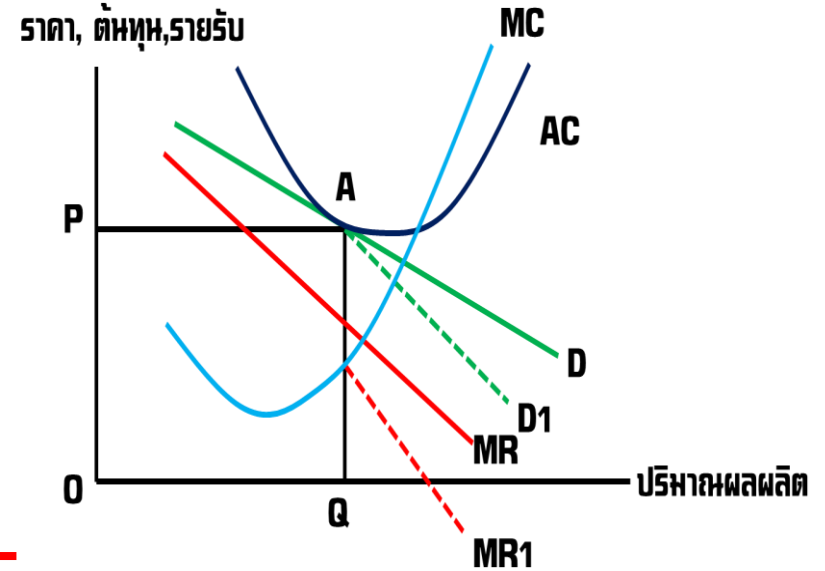
ดุลยภาพของผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยราย

ระยะสั้น



ดุลยภาพของตลาดผู้ขายน้อยรายคือ $MR=MC$ โดย $AR > AC$ และผู้ผลิตมีกำไรเกินปกติ

ระยะยาว



ดุลยภาพของตลาดผู้ขายน้อยรายคือ $MR=MC$ โดย $AR = AC$ และผู้ผลิตมีกำไรปกติ

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition Market)

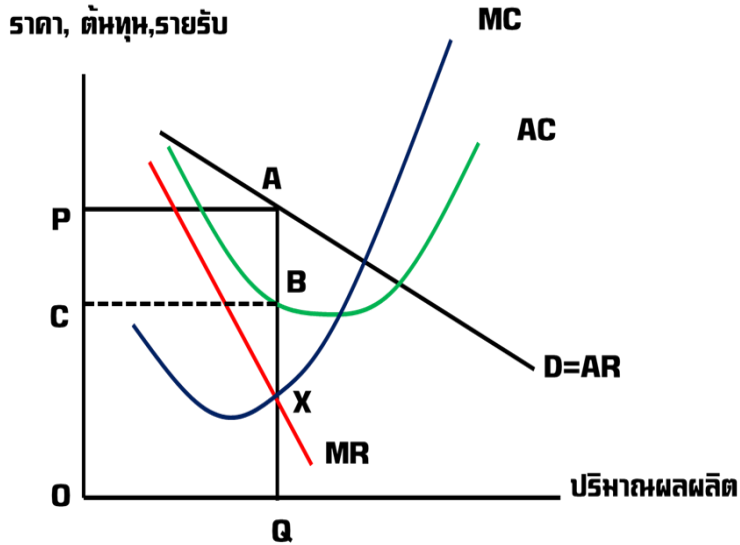
เนื่องจากตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาดเป็นตลาดที่มีคุณลักษณะอยู่ระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์กับตลาดผูกขาด แต่ค่อนข้างไปทางตลาดแข่งขันสมบูรณ์มากกว่า

ลักษณะสำคัญ

- ผู้ขายจำนวนมาก แต่ละรายเป็นเพียงส่วนย่อยของตลาด
- สินค้าแตกต่างกัน แต่ใช้แทนกันได้
- ไม่มีอุปสรรคกีดกันการเข้ามาแข่งขัน
- ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้ในภาวะตลาดค่อนข้างดี
- อาจเกิดการผูกขาดได้ระดับหนึ่งเป็นการชั่วคราว

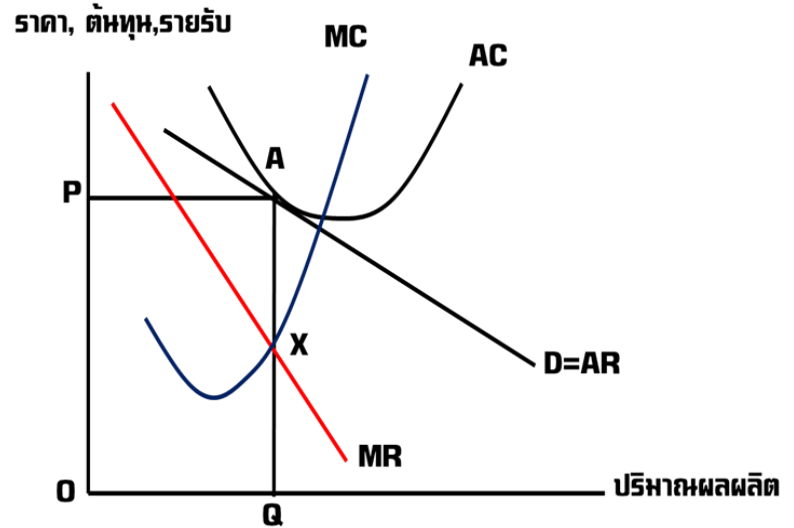
ดุลยภาพของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ระยะสั้น



ดุลยภาพ $MR=MC$ โดย $AR>AC$
ผู้ผลิตได้รับกำไรเกินปกติ

ระยะยาว



ดุลยภาพ $MR=MC$ โดย $AR=AC$
ผู้ผลิตได้รับกำไรปกติ

การแบ่งแยกทางราคา (Price Discrimination)

หมายถึง การขายสินค้าชนิดเดียวกัน โดยตั้งราคาที่แตกต่างกัน โดยราคาสินค้าที่แตกต่างกันไม่ได้มาจากต้นทุนที่แตกต่างกัน แต่มาจากความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน หรือความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่แตกต่างกัน



สาเหตุของกาแบ่งแยกราคา

1. ผู้ขายมีอำนาจในการกำหนดราคา เนื่องจากกาแบ่งแยกราคา ทำให้ได้รับกำไรเพิ่มขึ้น
2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในตลาด มีความแตกต่างกัน



เงื่อนไขที่ทำให้การแบ่งแยกราคาขายประสบความสำเร็จ



1. การแบ่งแยกตลาดต้องหาวิธีป้องกันไม่ให้เกิดการนำสินค้าจากแหล่งที่มีการกำหนดราคาสินค้าต่ำมาบริโภคในตลาดที่มีราคาสินค้าสูงได้
2. ตลาดที่มีการแบ่งแยกจะต้องมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าที่แตกต่างกัน และ ผู้บริโภคไม่สามารถที่จะสืบรู้ข้อมูลถึงกันได้อย่างสมบูรณ์

ประเภทของการแบ่งแยกราคา

การแบ่งแยกราคา
แบ่งได้ 3 ประเภท
คือ



การแบ่งแยกราคา
ลำดับที่ 1

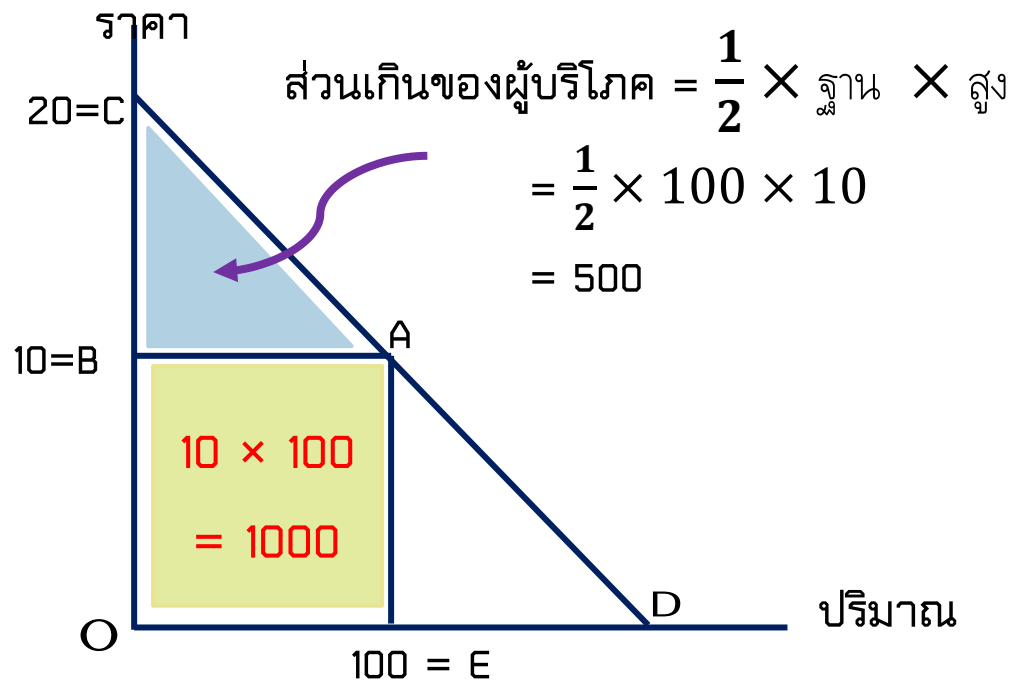
ประเภทการ
แบ่งแยกราคา

การแบ่งแยกราคา
ลำดับที่ 3

การแบ่งแยกราคา
ลำดับที่ 2

การแบ่งแยกราคาลำดับที่ 1 (First degree price discrimination)

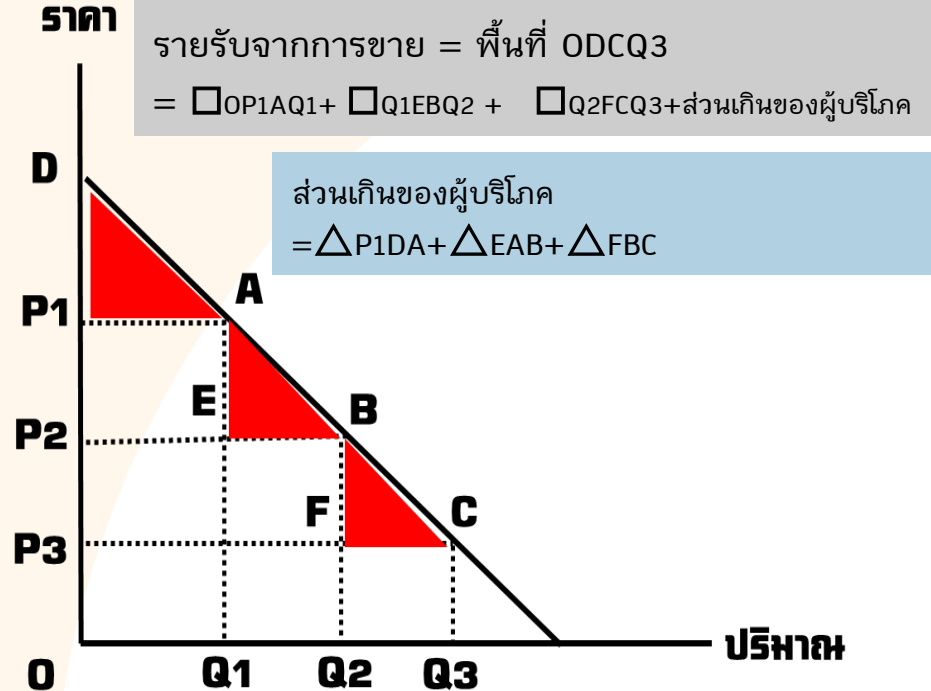
เป็นลักษณะของการแบ่งแยกราคาขายแบบสมบูรณ์ คือ ผู้ขายทราบว่าความต้องการของผู้บริโภค และจะพยายามคิดราคาสูงสุดเท่าที่จะทำได้ ดังนั้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในราคาสูงสุดที่สามารถจ่ายได้ นั่นคือผู้ขายสามารถเก็บเอาส่วนเกินผู้บริโภคไปทั้งหมด

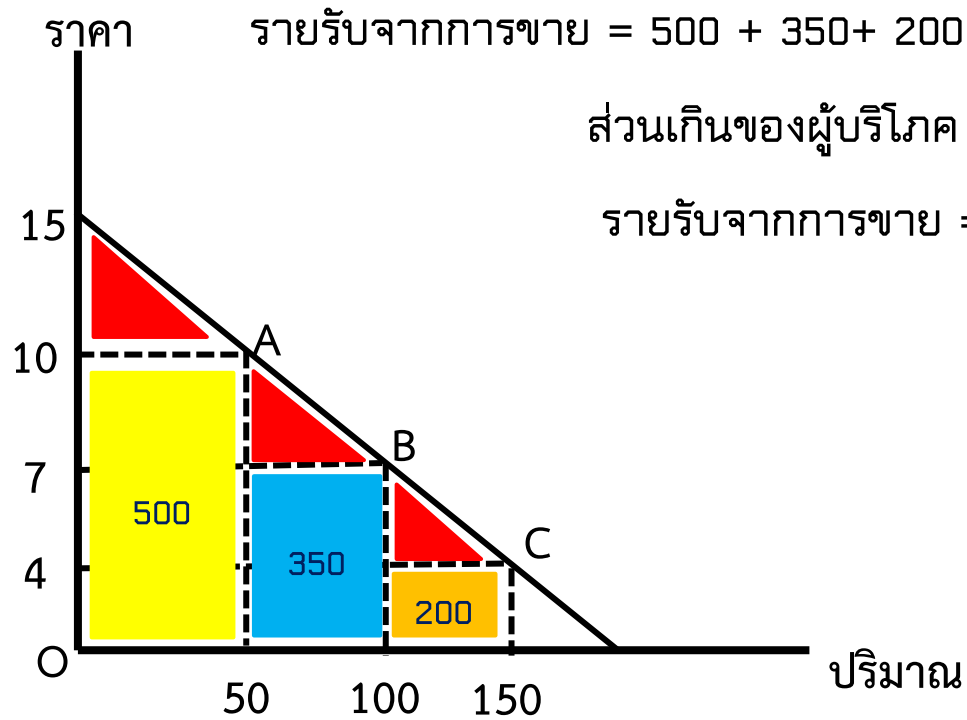


สรุป รายรับรวม = 1000 + 500 = 1,500 บาท

การแบ่งแยกราคาลำดับที่ 2 (Second degree price discrimination)

เป็นการกำหนดราคาขายไว้ราคาหนึ่งสำหรับปริมาณขายจำนวนหนึ่งและกำหนดราคาขายในระดับที่ต่ำลงสำหรับปริมาณขายในอีกจำนวนหนึ่งที่ถัดไป ซึ่งด้วยวิธีการดังกล่าวนี้หน่วยธุรกิจจะสามารถดึงเอาส่วนเกินของผู้บริโภคไปเพียงส่วนหนึ่ง ไม่ใช่ทั้งหมดเหมือนในกรณีแรก

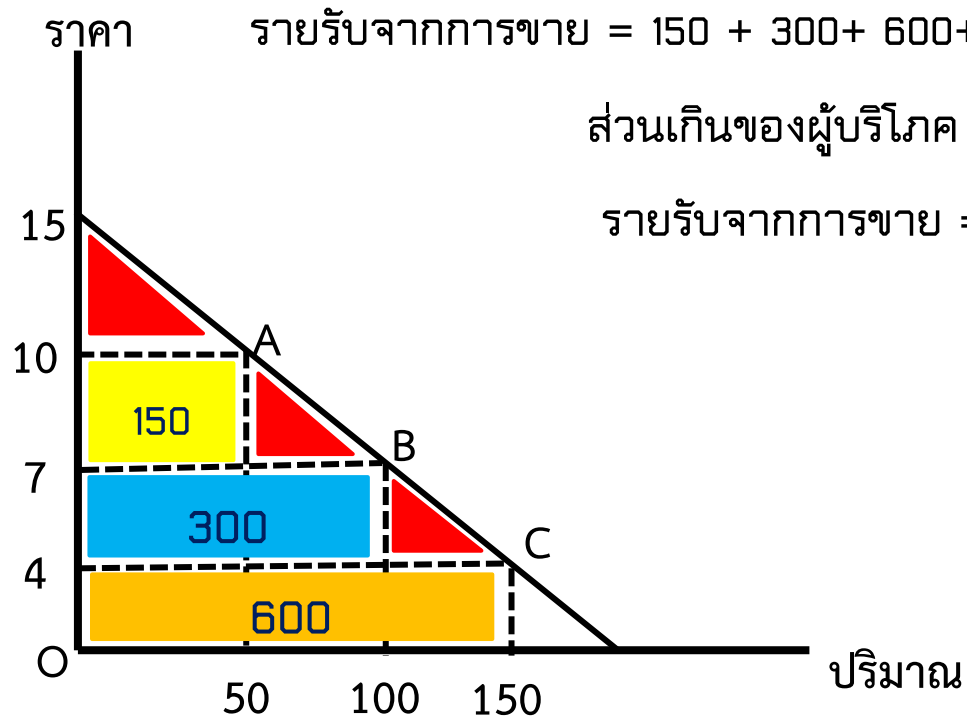




รายรับจากการขาย = 500 + 350 + 200 + ส่วนเกินของผู้บริโภค

ส่วนเกินของผู้บริโภค = 125 + 75 + 75 = 275

รายรับจากการขาย = 1050 + 275 = 1325



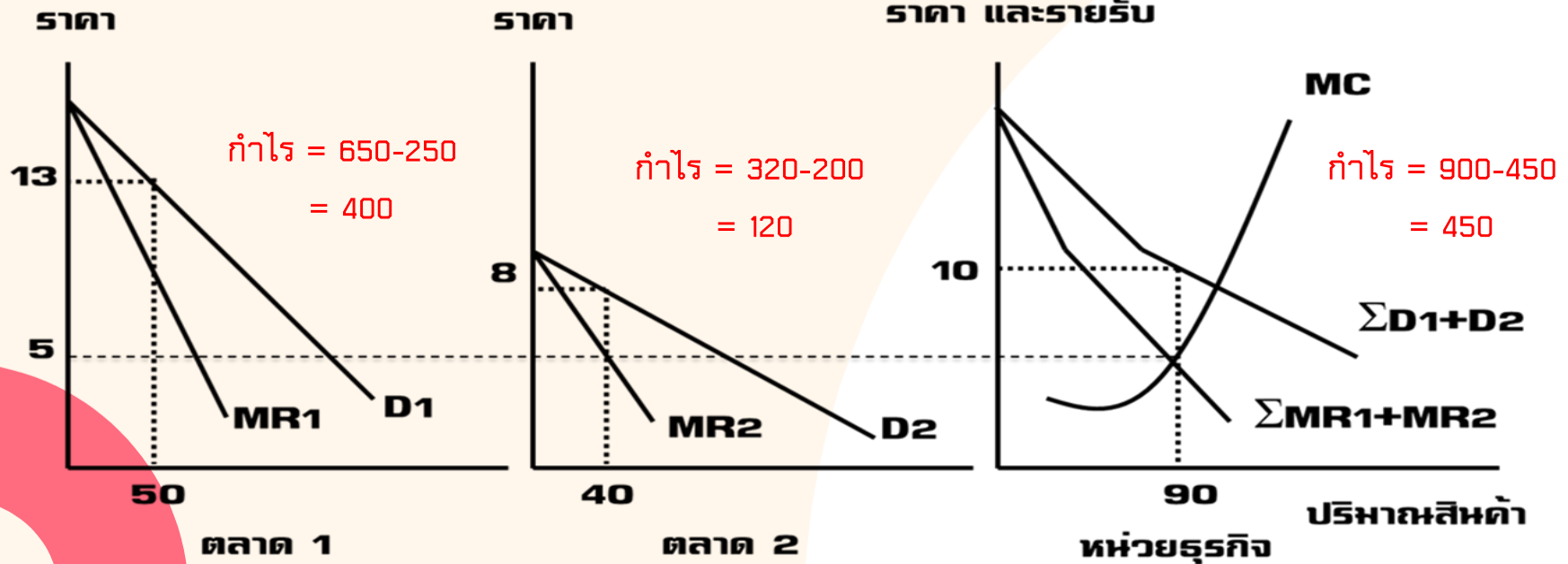
รายรับจากการขาย = 150 + 300 + 600 + ส่วนเกินของผู้บริโภค

ส่วนเกินของผู้บริโภค = 125 + 75 + 75 = 275

รายรับจากการขาย = 1050 + 275 = 1325

การแบ่งแยกราคาลำดับที่ 3 (Third degree price discrimination)

เป็นการแบ่งแยกราคาระหว่างตลาดที่ต่างกัน หรือกลุ่มผู้บริโภคที่ต่างกัน ผู้ขายจึงกำหนดราคาที่แตกต่างกันและมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการขายในราคาที่แตกต่างกัน โดยผู้ขายจะกำหนดราคาสินค้าที่สูงกว่าในตลาดที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาน้อยและจะกำหนดราคาสินค้าที่ต่ำกว่าในตลาดที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูง



ตัวอย่าง บริษัทผลิตเก้าอี้แห่งหนึ่งของไทยผลิตสินค้าเพื่อขายในประเทศ โดยมีแหล่งขาย 2 แหล่งและกำหนดราคาขายไม่เท่ากัน เนื่องจากเห็นว่าบริษัทจะมีกำไรเพิ่มขึ้นมีสมการอุปสงค์ดังนี้

สมการอุปสงค์ตลาดที่ 1 คือ $P = 400 - 5Q$

สมการอุปสงค์ตลาดที่ 2 คือ $P = 500 - 10Q$

และสมการต้นทุนของบริษัทคือ $TC = 10,000 + 20Q$

จงหา

1.1 ราคาขายและปริมาณขายในตลาดที่ 1

1.2 ราคาขายและปริมาณขายในตลาดที่ 2

1.3 กำไรทั้งหมดที่บริษัทได้รับจากการแบ่งแยกราคาขาย



วิธีทำ

สมการอุปสงค์ตลาดที่ 1 คือ $P = 400 - 5Q$

จาก $TR = P \times Q$

ดังนั้น $TR = (400 - 5Q)Q$
 $= 400Q - 5Q^2$

$MR1 = 400 - 10Q$

สมการอุปสงค์ตลาดที่ 2 คือ $P = 500 - 10Q$

จาก $TR = P \times Q$

ดังนั้น $TR = (500 - 10Q)Q$
 $= 500Q - 10Q^2$

$MR2 = 500 - 20Q$

สมการต้นทุนของบริษัท

คือ $TC = 10,000 + 20Q$

ดังนั้น $MC = 20$



ราคาขายและปริมาณขายในตลาดที่ 1

เงื่อนไขกำไรสูงสุดคือ MR

$$400 - 10 Q_1$$

$$10 Q_1$$

$$Q_1$$

ปริมาณขายในตลาดในตลาดที่ 1

$$= MC$$

$$= 20$$

$$= 380$$

$$= 38$$

$$= 38 \text{ หน่วย}$$

จาก P_1

$$= 400 - 5 Q_1$$

$$= 400 - 5 (38)$$

$$= 400 - 190$$

$$= 210$$

ราคาขายในตลาดในตลาดที่ 1

$$= 210 \text{ บาท}$$



1



ราคาขายและปริมาณขายในตลาดที่ 2

เงื่อนไขกำไรสูงสุดคือ MR

$$500 - 20 Q_2$$

$$20 Q_2$$

$$Q_2$$

ปริมาณขายในตลาดที่ 2

$$= MC$$

$$= 20$$

$$= 480$$

$$= 24$$

$$= 24 \text{ หน่วย}$$

จาก P_2

P_2

$$= 500 - 10 Q_2$$

$$= 500 - 10 (24)$$

$$= 260$$

ราคาขายในตลาดที่ 2

$$= 260$$

บาท



2



3



กำไรทั้งหมดที่บริษัทได้รับจากการแบ่งแยกราคาขาย

$$\begin{aligned}\text{กำไร } (\pi) &= (TR_1 + TR_2) - TC \\ &= (7,980 + 6,240) - 11,240 \\ &= 2,980 \text{ บาท}\end{aligned}$$



ทบทวนบทเรียนได้จาก

1. เอกสารประกอบการสอน
2. ทำแบบฝึกหัด



ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษยาพร ภูทอง



Bunyapom.po@ssru.ac.th



0944944514



0944-944514

