

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 2

ทฤษฎีอุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพตลาด

เนื้อหา

1. แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์
 - 1.1 ความหมายของคำว่า “อุปสงค์”
 - 1.2 ฟังก์ชันอุปสงค์ กฎของอุปสงค์ ตารางอุปสงค์ และเส้นอุปสงค์
 - 1.3 ตัวกำหนดอุปสงค์
 - 1.4 การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ
 - 1.5 การย้ายเส้นอุปสงค์ / การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์
 - 1.6 ข้อแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อกับการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์
 - 1.7 อุปสงค์ของบุคคลและอุปสงค์ของตลาด
2. แนวคิดเกี่ยวกับอุปทาน
 - 2.1 ความหมายของอุปทาน
 - 2.2 ฟังก์ชันอุปทาน กฎแห่งอุปทาน สมการอุปทาน ตารางอุปทาน และเส้นอุปทาน
 - 2.3 ตัวกำหนดอุปทาน
 - 2.4 การเปลี่ยนแปลงปริมาณขาย
 - 2.5 การย้ายเส้นอุปทาน / การเปลี่ยนแปลงอุปทาน
3. ดุลยภาพของตลาดและการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพ

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจในแนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ กฎอุปสงค์ ฟังก์ชันอุปสงค์ สมการอุปสงค์ ตารางอุปสงค์และเส้นอุปสงค์ ตัวกำหนดอุปสงค์ การเปลี่ยนแปลงปริมาณและการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์แนวคิดเกี่ยวกับอุปทาน กฎอุปทาน ฟังก์ชันอุปทาน สมการอุปทาน ตารางอุปทานและเส้นอุปทาน ตัวกำหนดอุปทาน การเปลี่ยนแปลงปริมาณและการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน ดุลยภาพตลาดและการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพใหม่
2. เพื่อให้ นักศึกษาอธิบายแนวคิด กฎ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทานดังข้อ 1 นำมาซึ่งการวิเคราะห์ วิพากษ์ รวมทั้งสามารถยกตัวอย่างในสถานการณ์ปัจจุบัน นำมาวิเคราะห์ตามแนวคิดดังกล่าวได้

3. เพื่อให้นักศึกษาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันจากการนำแนวคิด กฎและทฤษฎีมาใช้ วิเคราะห์อุปสงค์ อุปทานของตลาดได้

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

1. ฟังคำบรรยายประกอบ Power Point เกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียนจากเอกสารคำสอนบทที่ 2
2. ผู้สอนและผู้เรียนอภิปรายร่วมกัน พร้อมทั้งค้นคว้าจากแหล่งต่างๆ
3. ผู้สอนและผู้เรียนช่วยกันสรุปประเด็นสำคัญ โดยการนำเสนอรายงานเป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม
4. ผู้สอนและผู้เรียนให้ศึกษาด้วยการวิเคราะห์กรณีศึกษา ศึกษาจากใช้ปัญหาแก้โจทย์ รวมทั้งให้ทำใบความรู้และปฏิบัติกิจกรรมตามใบงาน
5. ผู้สอนสนทนาซักถามผู้เรียนเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียนจากเอกสารคำสอน
6. ตอบคำถามทบทวนประจำบทที่ 2

สื่อการเรียนรู้การสอน

1. เอกสารคำสอนวิชา “เศรษฐศาสตร์จุลภาค”
2. สื่อ Power Point ประกอบคอมพิวเตอร์แบบพกพา พร้อมด้วยเครื่องฉาย LCD Projector
3. คำถามทบทวนประจำบทที่ 2

การวัดผล

1. สังเกตการณ์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการแสดงความคิดเห็น
2. ประเมินผลชิ้นงานต่าง ๆ ทั้งเป็นรายบุคคลและเป็นรายกลุ่ม
3. สังเกตการณ์วิเคราะห์จากการสนทนาซักถามผู้เรียนเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียน รวมทั้งไหวพริบการตอบคำถาม
4. ตรวจการตอบคำถามทบทวนประจำบท
5. ทดสอบย่อย ทดสอบกลุ่ม สอบกลางภาคและสอบปลายภาค

บทที่ 2

ทฤษฎีอุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพตลาด

ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมมีเครื่องมือ ในการตัดสินใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายให้เกิดการ แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยคำว่า “กลไกราคา” หรือ “กลไกตลาด” โดยการทำงานของกลไก ดังกล่าวเป็นการร่วมมือกัน ระหว่างการตัดสินใจความต้องการซื้อของอุปสงค์ (Demand) กับความต้องการขายของอุปทาน (Supply) เมื่อ ณ ระดับราคาความต้องการตัดสินใจ ของทั้งอุปสงค์และอุปทานสัมพันธ์กันในจุดที่เหมาะสม จะเกิดราคาที่สามารถแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการได้ นั่นคือ “จุดดุลยภาพ” (Equilibrium) ถือว่าเป็นจุดที่ความต้องการซื้อของอุปสงค์ กับความต้องการขายของอุปทานเกิดผลประโยชน์สูงสุดทั้ง 2 ฝ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ซึ่งคำว่า “สินค้าและบริการ” รวมทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค หรือสินค้าอื่นๆ อาทิเช่น เงินตรา ทุน แรงงาน การบริการต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นการพิจารณาถึงกระบวนการทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีอุปทาน เป็นหัวใจพื้นฐานของการเข้าใจระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมผ่านระบบกลไกราคา ที่เป็นปัจจัยทางตรงที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้ผลิตอย่างแท้จริง ต่อการกำหนดระดับราคาในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใดของผู้ซื้อและผู้ขาย

แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์

1. ความหมายของคำว่า “อุปสงค์” (Demand)

ความหมายของคำว่า “อุปสงค์” มีนักวิชาการในประเทศได้ให้ความหมายไว้ โดยนำเสนอพอสังเขป ดังนี้

นราทิพย์ ชูติวงศ์ (2552: 19) ได้อธิบายว่า อุปสงค์ หมายถึง ความเต็มใจที่จะซื้อพร้อมกับความสามารถที่จะซื้อพร้อมกันไป การมีความปรารถนาที่จะซื้อโดยปราศจากอำนาจซื้อหนุนหลังใน ความหมายทางเศรษฐศาสตร์จะเป็นเพียง Want มิใช่ Demand

ชยันต์ ตันติวิศดาการ (2553: 6) อธิบายว่า อุปสงค์ หมายถึง ปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคเต็มใจและสามารถจ่ายได้ ณ ระดับราคานั้นๆ

วิรุณสิริ ใจมา (2559: 33) ได้อธิบายว่า อุปสงค์ คือ รายการที่แสดงถึงจำนวนต่างๆ ของสินค้าชนิดหนึ่งๆที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อ และสามารถซื้อได้ในแต่ละระดับราคาที่เป็นไปได้ของสินค้าชนิดนั้น ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 36) อธิบายว่า อุปสงค์ คือ จำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้นหรือ ณ ระดับรายได้ต่างๆ ของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน (2562: 14) อธิบายว่า อุปสงค์ของสินค้า (Quantity demanded) หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าที่ระดับราคาต่างๆ โดยความต้องการซื้อสินค้านี้ ต้องมีกำลังในการซื้อด้วยเช่นกัน

ส่วนความหมายของคำว่า “อุปสงค์” มีนักวิชาการต่างประเทศได้ให้ความหมายไว้ โดยนำเสนอพอสังเขป ดังนี้

Marshall (1920: 62) ได้อธิบายเอาไว้ว่า อุปสงค์จะมีความสัมพันธ์กันกับราคาและปริมาณความต้องการซื้อ ซึ่งเมื่อเราต้องการที่จะได้มากเท่าไรก็จะพอใจที่จะซื้อในแต่ละระดับของราคาตามที่เราต้องการ หรือตามสถานการณ์ที่ต้องการซื้อ

Samuelson and William (2002: 47) อธิบายว่า อุปสงค์เป็นความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณของสินค้าในตลาด โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวจะนำไปสู่ตารางอุปสงค์หรือคลื่นอุปสงค์ของความต้องการซื้อ

Parkin (2008: 61) อธิบายว่า ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค จะมีการวางแผนการซื้อสัมพันธ์กับระดับราคาในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด

McEachern (2009: 72) ได้อธิบายว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่เหมาะสมกับปริมาณที่ผู้ซื้อต้องการ ซื้อในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่

Arnold (2010: 54) อธิบายว่า อุปสงค์เป็นความตั้งใจของผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ ที่มีความแตกต่างระหว่างปริมาณกับระดับราคา ที่ผู้ซื้อมีความพึงพอใจ

Taylor and Weerapana (2010: 53) อธิบายไว้ว่า คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางเศรษฐกิจ 2 ตัวแปรได้แก่ 1) ราคาของสินค้านั้น และ 2) ปริมาณสินค้าชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ราคานั้นระหว่างช่วงเวลานั้น โดยที่กำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ มีค่าคงที่

จากความหมายของคำว่า “อุปสงค์” (Demand) ของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถสรุปได้ว่า อุปสงค์เกี่ยวข้องกับระหว่างตัวแปร 2 ตัว ประกอบด้วย ราคา (Price) และปริมาณ (Quantity) นั่นคือ จำนวนของปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้ซื้อที่มีความต้องการเกี่ยวข้องกับระดับราคาในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่ เรียกว่า “อุปสงค์ต่อราคา” แต่ส่วนใหญ่เรียกสั้นๆ ว่า “อุปสงค์” และสามารถแบ่งเป็นอุปสงค์ต่อราคาแบบต่างๆ ได้ 5 แบบ คือ 1) อุปสงค์รายบุคคล (Individual demand) 2) อุปสงค์ของหน่วยผลิต (Firm demand) 3) อุปสงค์ของอุตสาหกรรมหรือตลาด (Industry or market demand) 4) อุปสงค์จากต่างประเทศ (Foreign demand) 5) อุปสงค์มวลรวม (Aggregate demand)

คำว่า “อุปสงค์” มิได้เป็นความต้องการ (Want) ของผู้ซื้อเท่านั้น แต่ต้องมีอำนาจซื้อ (Purchasing power) คือ ต้องมีเงินที่สอดคล้องกับความต้องการ จึงจะตอบสนองความพึงพอใจได้ และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยหลักๆ จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าได้มีอยู่ 3 ประการ ดังนั้นนักเศรษฐศาสตร์จึงมักจะแบ่งประสงค์เอาไว้เป็น 3 ชนิด ได้แก่ 1) อุปสงค์ต่อราคา (Price demand) 2) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income demand) และ 3) อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (Cross demand) และแม้ว่าจะแบ่งอุปสงค์ออกเป็น 3 ชนิด อุปสงค์แต่ละชนิดนักเศรษฐศาสตร์กล่าวถึงมากที่สุด คือ อุปสงค์ต่อราคา และหากพิจารณาไปแล้วอุปสงค์ชนิดนี้ อาจเรียกได้ว่าเป็นตัวกำหนดโดยตรงต่อการซื้อสินค้า เพราะผู้บริโภคทุกคน เมื่อทราบว่าราคาสินค้าถูกหรือแพงจะมีความหวั่นไหวต่อการที่จะเลือกซื้อทันที

2. ฟังก์ชันอุปสงค์ กฎของอุปสงค์ ตารางอุปสงค์ และเส้นอุปสงค์

กระบวนการวิเคราะห์อุปสงค์ในทางทฤษฎีต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ และกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ ไม่เกี่ยวข้องให้คงที่ เพื่อนำมาสร้างเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ กฎของอุปสงค์ ตารางอุปสงค์และเส้นอุปสงค์ เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นสามารถนำมาอธิบายได้ ดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 37)

2.1 ฟังก์ชันอุปสงค์ (Demand function) คือ การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภค มีความสามารถที่จะจ่ายและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Q_x^d เป็นตัวแปรตาม) กับระดับราคาต่างๆ ของสินค้านั้น (P_x เป็นตัวแปรอิสระ) ทั้งนี้โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อปริมาณซื้ออยู่คงที่หรือไม่เปลี่ยนแปลง อาจเขียนรูปฟังก์ชันได้ ดังนี้

$$-Q_x^d = f(P_x)$$

โดยที่ Q_x^d แสดงถึง ปริมาณความต้องการสินค้าและบริการ x

f แสดงถึง ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปริมาณกับระดับราคา

P_x แสดงถึง ระดับราคาสินค้าชนิด x

(หมายเหตุ เครื่องหมายติดลบของ $-Q_x^d$ เป็นเพียงบอกทิศทางแปรผันผกผันระหว่างตัวแปรปริมาณกับระดับราคา กล่าวคือ เมื่อระดับราคาสินค้าและบริการลดลงแล้ว ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ขณะที่ถ้าระดับราคาสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นแล้ว ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการลดลง)

2.2 กฎของอุปสงค์ (Law of demand) เป็นการระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปริมาณกับระดับราคาในทิศทางแปรผกผัน (ทิศทางตรงกันข้าม) โดยมีนักวิชาการในประเทศอธิบายกฎของอุปสงค์ ดังนี้

วิรุณศิริ ใจมา (2559: 34-35) อธิบายว่า เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ ถ้าราคาของสินค้าชนิดหนึ่งถูกลง ปริมาณซื้อสินค้าชนิดนั้นจะมากขึ้น และในทางกลับกันถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งแพงขึ้น ปริมาณซื้อสินค้าชนิดนั้นจะน้อยลง ซึ่งปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งจะแปรผกผันกับราคาของสินค้าชนิดนั้น และจากความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถนำมาวาดเป็นเส้นอุปสงค์ได้ ขณะที่คำว่า “สิ่งอื่นๆ” ซึ่งกำหนดให้คงที่ในกฎของอุปสงค์ หมายถึง ปัจจัยอื่นๆ ทุกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาซื้อสินค้าชนิดนั้น แม้ว่าในความเป็นจริงปัจจัยเหล่านี้ อาจไม่คงที่ สิ่งอื่นๆ หรือ ปัจจัยอื่นๆ นี้ ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง รสนิยมของผู้บริโภค และจำนวนผู้บริโภค เป็นต้น คำว่า “ราคา” ที่ใช้ในกฎของอุปสงค์ หมายถึง ราคาสัมพัทธ์ (Relative price) ซึ่งราคาสัมพัทธ์เป็นราคาสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับราคาของสินค้าอื่น ๆ หรือเปรียบเทียบกับราคาของสินค้าโดยรวม ดังนั้น ราคาสัมพัทธ์จึงแตกต่างจาก ราคาที่เป็นตัวเงิน (Money price) โดยราคาที่เป็นตัวเงิน หมายถึง ราคาที่จ่ายเป็นจำนวนเงินจริงเมื่อซื้อสินค้า เช่น ในขณะที่ราคาเป็นตัวเงินของสินค้าโดยรวมแพงขึ้นร้อยละ 10 แต่ราคาที่เป็นตัวเงินของสินค้า A แพงขึ้นร้อยละ 7 แสดงว่า ราคาสัมพัทธ์ของสินค้า A ถูกกว่าร้อยละ 3 และจากกฎของอุปสงค์เมื่อราคาสัมพัทธ์ของสินค้า A ถูกลง ปริมาณซื้อสินค้า A ของผู้บริโภคจะมากขึ้น แม้ว่าราคาที่เป็นตัวเงินของสินค้า A จะแพงขึ้น

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562 : 37-38) กล่าวว่า กฎของอุปสงค์ ระบุว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (Inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ และจากกฎของอุปสงค์ดังกล่าว จึงสามารถที่จะสรุปได้ว่า การที่ปริมาณซื้อแปรผกผัน กับราคาสินค้านั้นเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือ 1) ผลทางรายได้ (Income effect) เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น แต่รายได้ที่เป็นตัวเงิน (Money income) ของผู้บริโภคคงที่ ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าได้ปริมาณน้อยลง นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคลดลง ในทางตรงข้ามเมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าได้จำนวนมากขึ้น นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่ม รายได้ที่แท้จริงวัดจากปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อได้ หรือเข้ากับรายได้รวมเงินหารด้วยราคาสินค้า ยกตัวอย่างเช่น นายแดงมีเงิน 120 บาท ต้องการซื้อเตาที่มีราคาถูกละ 30 บาท นายแดงซื้อเตาได้ 4 ลูก หากราคาเตาถูกลดลงเป็นลูกละ 20 บาท นายแดง ก็ซื้อเตาได้ 6 ลูก จำนวนเตาที่นายแดงซื้อได้นี้เองที่สะท้อนถึง รายได้ที่แท้จริงของนายแดง และในตัวอย่างนี้ กำหนดให้รายได้ที่เป็นตัวเงินคงที่ แต่รายได้ที่แท้จริงเพิ่มขึ้นเป็นต้น 2) ผลทางการทดแทน (Substitution effect) เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่ราคาสินค้าชนิดอื่นซึ่งทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาอยู่คงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่สินค้านี้ มีความสัมพันธ์สูงขึ้นจึงซื้อสินค้านี้น้อยลง และ

หันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้ทดแทนกัน ในทางตรงข้ามเมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอื่นน้อยลงและหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น

สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน (2562: 15-16) อธิบายว่า อุปสงค์ของแต่ละบุคคลโดยปกติแล้วจะมีความสัมพันธ์ในทางลบกับราคาของสินค้านั้น (หรือแสดงโดยเงื่อนไขทางคณิตศาสตร์ได้โดย $Q_d(P) < 0$) ทำให้เส้นอุปสงค์ของสินค้าโดยทั่วไปจะมีความชันเป็นลบ (ลาดลง) เนื่องจาก เมื่อสินค้ามีราคาตกลงแล้วคนจะมีความต้องการซื้อสินค้านี้มากขึ้น ในขณะที่เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น คนจะมีความต้องการซื้อสินค้าลดลง ซึ่งเรียกคุณสมบัตินี้ว่าเป็นไปตาม “กฎของอุปสงค์” (Law of demand)

ส่วนความหมายของกฎอุปสงค์ มีนักวิชาการต่างประเทศได้ให้ความหมายไว้ โดยนำเสนอพอสังเขป ดังนี้

Samuelson and William (2002: 48) อธิบายว่ากฎของอุปสงค์เมื่อราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น (และปัจจัยอื่นๆ คงที่) ผู้ซื้อจะซื้อสินค้าและบริการปริมาณน้อยลง ขณะที่เมื่อราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ผู้ซื้อจะซื้อสินค้าและบริการในปริมาณเพิ่มขึ้น และในกรณีอื่นๆ ถ้าไม่เกิดกับราคา อาจมีผลอยู่ 2 ประการ คือ 1) ผลทางรายได้ 2) ผลของการทดแทนกัน

McEachern (2009: 72) อธิบายว่า กฎอุปสงค์เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่าย กับระดับราคาสินค้าในทิศทางแปรผกผันที่ตรงกันข้ามกับระดับราคา โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่

Arnold (2010: 54) อธิบายว่า ประชาชนจะซื้อหน่วยสินค้าและบริการเมื่อระดับราคาสินค้าถูกลง และเมื่อหน่วยสินค้าและบริการมีระดับราคาสูงขึ้น ปริมาณการซื้อขายสินค้าก็จะน้อยลง โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

P เพิ่มแล้ว Q_d ลด และ P ลด แล้ว Q_d เพิ่ม เมื่อ P คือ ราคาและ Q คือ ปริมาณอุปสงค์

Sexton, Fortuna, Kovacs and Darren (2016: 3/48) อธิบายว่า กฎแห่งอุปสงค์ อธิบายความสัมพันธ์เชิงลบ (ผกผัน) ระหว่างราคาและปริมาณเรียกร้องเมื่อราคาสูงขึ้น ปริมาณความต้องการจะลดลงและในทางกลับกันเหตุผลประการหนึ่งของความสัมพันธ์เชิงลบ คือ สิ่งที่น่า เศรษฐศาสตร์ เรียกว่า การลดลงอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม แนวคิดที่ว่าในช่วงเวลาที่กำหนด แต่ละคนจะได้รับน้อยลงความพึงพอใจจากแต่ละหน่วยที่ต่อเนื่องกันของการบริโภคที่ดี ตัวอย่างเช่น น้ำแข็งก้อนที่สองครีมโคนจะให้ความพึงพอใจน้อยกว่าครั้งแรก หนึ่งในสามจะให้ความพึงพอใจน้อยกว่าครั้งที่สอง และอื่นๆ มันตามมาจากกฎทิลลี่ ส่วนเพิ่มที่ลดลงซึ่งหากผู้คนที่ได้รับปริมาณความพึงพอใจจากหน่วยที่ต่อเนื่องกันลดลง ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มหน่วยเฉพาะในกรณีที่ราคาตกลง

จากคำอธิบาย“กฎของอุปสงค์” (law of demand) ของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถสรุปได้ว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ย่อมแปรผกผัน (inverse relation) (ทิศทางตรงกันข้าม) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่

สมการอุปสงค์ (Demand equation) คือ การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้ากับปริมาณซื้อ สามารถแสดงเป็นสมการเส้นตรง เช่น $Q_x^d = 10 - 2P$ และเป็นสมการมิใช่เส้นตรง เช่น $Q_x^d = 10 - 2p^2$ เป็นต้น โดยมีสมการอย่างง่าย ดังนี้ (เดช กาญจนางกูร, 2539: 68 อ้างใน วิรุณสิริ ใจมา, 2559: 37)

- $Q_x = a + bP_x$ โดยที่ Q_x คือ ปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง (สินค้า x)
 P_x คือ ราคาของสินค้าชนิดนั้น (สินค้า x)
 A คือ ค่าของปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อราคาของสินค้าชนิดนั้นมีค่าเท่ากับศูนย์ (ค่าของ Q_x เมื่อ $P_x = 0$)
 b คือ ความชันของเส้นอุปสงค์ ($\Delta Q_x / \Delta P_x$)

2.3 ตารางอุปสงค์ (Demand schedule) เป็นการนำสมการอุปสงค์มาสร้างเป็นตารางอุปสงค์ โดยสมมติ สมการเส้นตรง คือ $Q_x^d = 10 - 2P$ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 จำนวนผู้บริโภคซื้อสินค้า ณ ระดับราคาต่างๆ

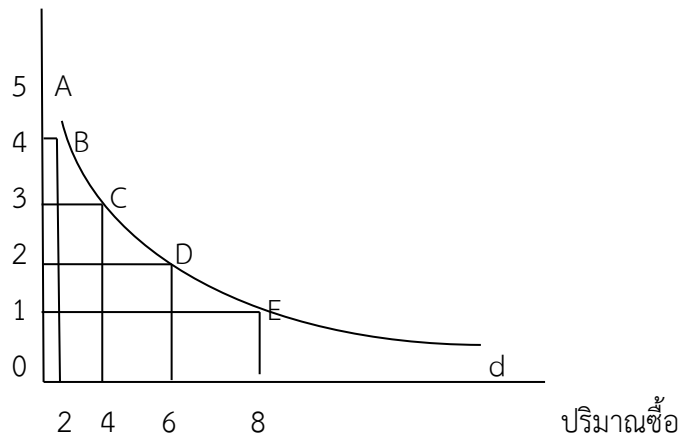
	ราคาสินค้าต่อหน่วย (บาท) P	ปริมาณซื้อสินค้า (กิโลกรัม) Q
A	5	$Q_x^d = 10 - 2(5) = 0$
B	4	$Q_x^d = 10 - 2(4) = 2$
C	3	$Q_x^d = 10 - 2(3) = 4$
D	2	$Q_x^d = 10 - 2(2) = 6$
E	1	$Q_x^d = 10 - 2(1) = 8$

ที่มา: ประยุกต์จาก Samuelson and William. (2002: 48)

ตารางที่ 2.1 บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้ากับปริมาณซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในช่วงระดับราคาต่างๆ ที่ราคามีผลต่อปริมาณสินค้า และสามารถนำตารางที่ได้มาสร้างเป็นกราฟ

ด้วยการวาดกราฟเชื่อมต่อกันระหว่างจุด A จุด B จุด C จุด D และจุด E ตามลำดับ โดยเส้นกราฟที่ได้จะมีลักษณะการลาดลงจากซ้ายลงขวา และมีความชันเป็นลบ ดังภาพประกอบที่ 2.1

ราคา



ภาพประกอบที่ 2.1 เส้นอุปสงค์

ที่มา: ประยุกต์จาก Samuelson and William. (2002: 48)

เส้นอุปสงค์ (Demand curve) จากภาพประกอบที่ 2.1 เป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณการซื้อของผู้บริโภค โดยราคาเป็นแกนตั้งและปริมาณซื้อเป็นแกนนอน เส้นอุปสงค์มีลักษณะลาดลงจากซ้ายลงขวา โค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิดซึ่งบ่งบอกถึงอัตราทดแทนกันของราคาและปริมาณ กล่าวคือ เมื่อระดับราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้าม (ทิศทางแปรผกผัน) (Parkin, 2008: 61-62)

3. ตัวกำหนดอุปสงค์ (Demand determinants)

ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึงตัวแปร (Variables) หรือปัจจัยต่างๆ มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ (Quantity demanded) ปัจจัยเหล่านี้ จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อ มากน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่าง ดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 39-42)

3.1 ราคาของสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น

3.2 รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกรสนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่ง ซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อสตรี ภาพยนตร์ และเทปเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความ

นิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รูปแบบของสิ่งก่อสร้าง รถยนต์และน้ำอัดลม เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่นและอิทธิพลของการโฆษณา ปัจจุบันรสนิยมเป็นสิ่งที่มีความหลากหลายมากต่อธุรกิจการค้า ดังนั้น หน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมากมหาศาลโฆษณาเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยม โดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่ซุกงูด้วยสื่อต่างๆ ได้ง่ายหรือมีฉะนั้นก็เพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง

3.3 รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือมักจะลดการบริโภคสินค้าราคาสูงและขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

3.4 ราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจตอบสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งใช้ทดแทนกันได้ สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เช่น น้ำตาลกับกาแฟ เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคกาแฟมากขึ้น มักจะบริโภคน้ำตาลมากขึ้นด้วย

3.5 การคาดการณ์ด้านราคา การคาดการณ์ด้านราคาในอนาคตจะมีผลต่อปริมาณซื้อในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง เช่น ที่อยู่อาศัยและรถยนต์ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงราคาเพียงไม่กี่เปอร์เซ็นต์ก็นับเป็นเงินจำนวนมาก หากผู้บริโภคคาดการณ์ว่าราคาจะสูงขึ้นในอนาคต ผู้บริโภคจะรีบตัดสินใจซื้อทันที แต่หากคาดว่าราคาจะลดลงก็จะชะลอการซื้อในปัจจุบันไว้ก่อน ฟังสังเกตว่าผู้ขายทราบจุดอ่อนข้อนี้ของผู้ซื้อ จึงอาจมีการปล่อยข่าวว่าราคาสินค้าจะสูงขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขายที่กำลังซบเซาในปัจจุบัน

3.6 สภาพการณ์กระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ประเทศที่มีแหล่งน้ำมันโดยรายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย ระดับการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าจำเป็นพื้นฐานมันจะต่ำกว่าประเทศที่มีการกระจายรายได้ค่อนข้างทัดเทียม แม้ว่ารายได้เฉลี่ยของทั้งสองประเทศจะอยู่ในระดับใกล้เคียงกันก็ตาม

เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับตัวกำหนดอุปสงค์เหล่านี้ ด้วยฟังก์ชันอุปสงค์ดังนี้ (ชยันต์ ตันติวิศดารการ, 2561: 1-8)

$$Q_x = (P_x, A_1, A_2, A_3, \dots)$$

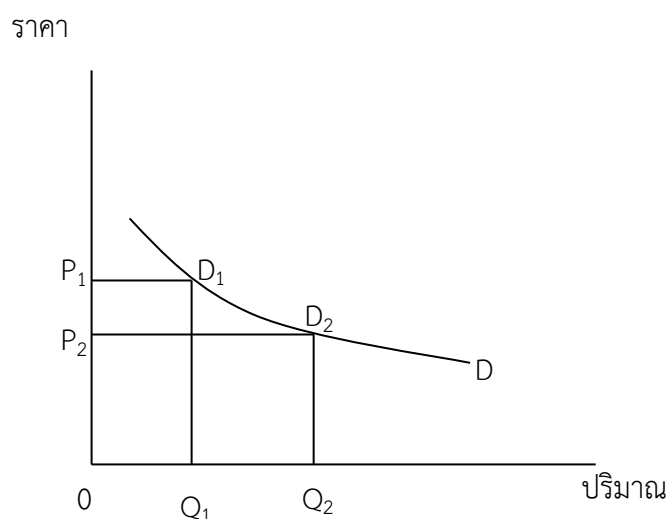
ฟังก์ชันอุปสงค์ดังกล่าวแสดงว่า ปริมาณซื้อสำหรับสินค้า X (หรือ Q_x) เป็นตัวแปรตาม (Dependent variable) ส่วนตัวกำหนดต่างๆ ทางขวามือเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variables) และในวันน้ำท่วมถนนอิสระทั้งหลาย P_x เป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อ Q_x มากที่สุด ดังนั้นเราจึงให้ P_x เป็นตัวกำหนดโดยตรง (Direct determinant) ส่วนตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือให้เป็น

ตัวกำหนดในอ้อม (Indirect determinants) ในการแบ่งตัวกำหนดออกเป็น 2 กลุ่มเช่นนี้จะช่วยให้เข้าใจสาเหตุความแตกต่างระหว่าง “การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ” และ “การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์”

4. การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ (Changes in the quantity demanded)

การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ หมายถึง ตัวกำหนดโดยตรงหรือราคาสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไป อันมีผลทำให้ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปด้วยตามกฎของอุปสงค์ ตัวกำหนดโดยอ้อมทั้งหลายสมมติว่า อยู่คงที่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อจึงเป็นการย้ายตำแหน่งจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดบนเส้นอุปสงค์ เดิม (สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน, 2562: 15-16)

พิจารณาภาพประกอบที่ 2.2 สมมติว่าราคาเดิมสินค้าอยู่ ณ ระดับ OP_1 ปริมาณจะเท่ากับ OQ_1 ต่อมาราคาสินค้าลดลงมาอยู่ที่ OP_2 ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น OQ_2 จะเห็นได้จากการเคลื่อนย้ายจากจุด D_1 ไปยังจุด D_2 บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน



ภาพประกอบที่ 2.2 แสดงการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 41)

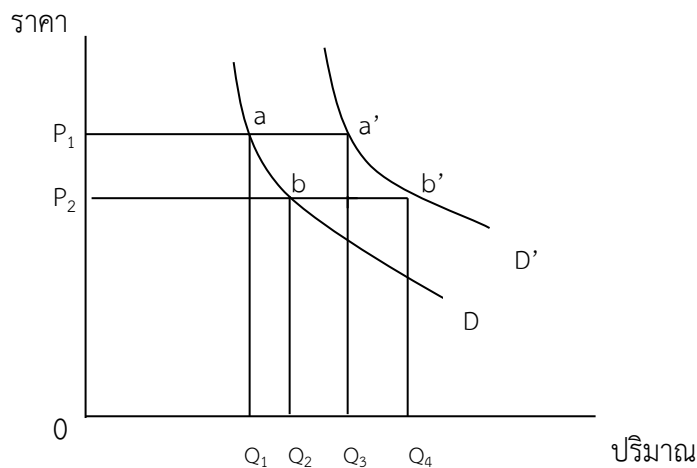
5. การย้ายเส้นอุปสงค์/การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ (Shifts in the demand curve, change in demand)

การย้ายเส้นอุปสงค์/การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ หมายถึง การที่ตัวกำหนดอุปสงค์โดยอ้อม เช่น รายได้ รสนิยม ราคาสินค้าอื่น เป็นต้น ตัวใดตัวหนึ่งหรือหลายตัวได้เปลี่ยนแปลงไป และมีผลทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ ระดับราคาเดิม ถ้าแสดงด้วยรูปเส้นจะเห็นว่า เส้นอุปสงค์ย้ายที่ไปทั้งเส้น แต่จะย้ายไปอยู่ทางขวาหรือทางซ้ายของเส้นอุปสงค์เดิม แต่ว่าเมื่อตัวกำหนดอุปสงค์

โดยอ้อมเปลี่ยนไป มีผลทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม ณ แต่ละระดับราคา กล่าวคือถ้าทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์จากย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิม ในทางตรงกันข้ามถ้าทำให้ปริมาณซื้อลดลง เส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางซ้ายของเส้นเดิม

พิจารณาภาพประกอบที่ 2.3 สมมติว่า D คือเส้นอุปสงค์ของนาย ก ในการซื้อนมสด ถ้านมสดราคาขวดละ OP_1 บาท นาย ก จะซื้อ OQ_1 ขวดในแต่ละเดือน ต่อมาสมมติว่ามีการโฆษณาเผยแพร่คุณสมบัติประโยชน์ของการดื่มนมสดและชักชวนประชาชนที่ดื่มนมสด (เหตุการณ์นี้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงตัวกำหนดโดยอ้อม) ซึ่งมีส่วนทำให้นาย ก หันมาดื่มนมสดมากขึ้น ณ ราคานมสดขวดละ OP_1 บาท นาย ก จะซื้อนมสดเพิ่มขึ้นเป็น OQ_3 ขวด และหากราคาขวดละ OP_2 บาท นาย ก จะซื้อเพิ่มเป็น OQ_4 เมื่อปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น ณ ทุกระดับราคาเช่นนี้ จะเป็นผลให้เส้นอุปสงค์ใหม่ D' ย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิม

พึงสังเกตคำว่าอุปสงค์ หมายถึง เส้นอุปสงค์ทั้งเส้น ดังนั้น “อุปสงค์เพิ่มขึ้น” (Increase in demand) จริง หมายถึง เส้นอุปสงค์ย้ายไปทางขวา แสดงว่าปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น ณ ทุกระดับราคา และ “อุปสงค์ลดลง” (Decrease in demand) หมายถึง เส้นอุปสงค์ย้ายไปอยู่ทางซ้ายนั้นคือปริมาณซื้อลดลง ณ ทุกระดับราคา (วิรุณศิริ ใจมา, 2559: 43-44)



ภาพประกอบที่ 2.3 แสดงการย้ายเส้นอุปสงค์

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 42)

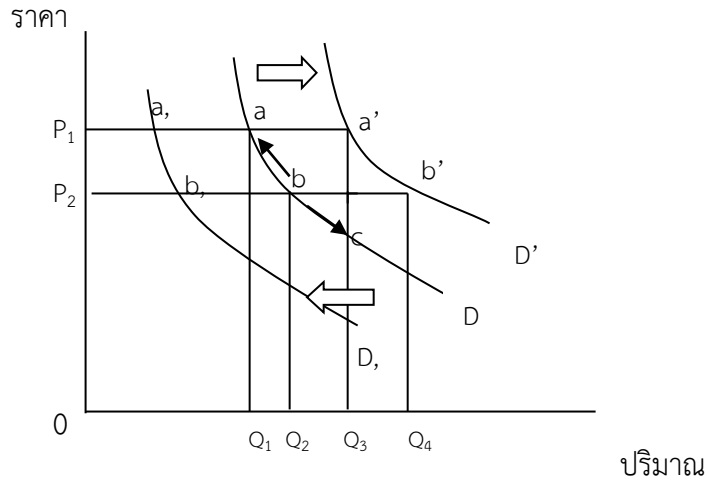
6. ความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อกับการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์

(Movements along versus shifts of demand curve)

เส้นอุปสงค์สามารถนำมาอธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ในลักษณะต่างๆ ของการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ หรือการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด ถือเป็นวิเคราะห์ถึงปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ ในขณะนั้นเกี่ยวกับการพิจารณาราคากับปริมาณการซื้อสินค้า โดยมีความแตกต่างกันของการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ กับ การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ ดังนี้ (Taylor and Weerapana, 2010: 58-59., วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 43)

การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ (Changes in the quantity demanded or movements along) คือ การเปลี่ยนจุดของราคาและปริมาณจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน อาจเปลี่ยนไปทางซ้ายมือหรือทางขวามือของเส้นอุปสงค์ก็ได้ ขึ้นอยู่กับราคาที่แปรผันผกผันกับปริมาณการซื้อ เช่น เมื่อราคารถจักรยานมีราคาสูงขึ้น ทำให้ปริมาณการซื้อจักรยานของผู้บริโภคมีแนวโน้มลดลง โดยเส้นอุปสงค์จะมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อย้ายจุด ย้ายไปทางซ้ายมือบนเส้นอุปสงค์เดียวกัน ขณะที่ราคาจักรยานมีราคาลดลง ทำให้ปริมาณการซื้อจักรยานของผู้บริโภคมีแนวโน้มมากขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์จะมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อย้ายจุดไปทางขวามือ บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน ดังภาพประกอบที่ 2.4 เมื่อพิจารณา พบว่าตัวกำหนดอุปสงค์โดยตรง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ นั่นคือ “ราคา”

การย้ายเส้นอุปสงค์ (Shifts of demand curve) คือ การเปลี่ยนแปลงของเส้นอุปสงค์ทั้งเส้นอุปสงค์ย้ายไปทางขวาหรือทางซ้ายก็ได้ โดยมีได้เกิดจากอุปสงค์โดยตรง นั่นคือ “ราคา” แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอุปสงค์โดยอ้อม อาทิเช่น รสนิยม การคาดการณ์ รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ปริมาณซื้อสินค้าที่มีสินค้าอื่นมาทดแทน เป็นต้น ดังภาพประกอบที่ 2.5 อาทิเช่น สมมติว่าสังคมชอบในการปั่นจักรยานเพื่อใช้ในการเดินทาง ออกกำลังกายหรือไปทำงาน มีการคาดการณ์ว่าราคาเหล็กมีแนวโน้มสูงขึ้น อันเกิดจากความต้องการใช้เหล็กในประเทศจีนเพิ่มขึ้นในการพัฒนาประเทศต่อการสร้างตึก ระบบการขนส่งภายในประเทศ ทำให้เหล็กที่จะมีการหมุนเวียนในเศรษฐกิจโลกน้อยลง ซึ่งส่งผลต่อการผลิตจักรยาน ดังนั้น ผู้บริโภคจึงมีการซื้อจักรยานเพิ่มขึ้น ทั้งที่ราคาสินค้าจักรยานไม่ได้ลดลงแต่มีปริมาณเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าคาดการณ์ว่าราคาเหล็กมีแนวโน้มถูกลง การซื้อจักรยานก็มีแนวโน้มลดลงเช่นกัน



ภาพประกอบที่ 2.4 การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อกับการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์

ที่มา: ประยุกต์จาก Taylor and Weerapana. (2010: 59)

อนึ่งในการศึกษาทฤษฎีอุปสงค์และอุปทานให้ลึกมากขึ้น นอกจากที่อธิบายข้างต้นแล้วเรายังต้องทราบถึงคุณลักษณะของสินค้าและบริการต่างๆ ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะบางประเภท ดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 43)

1. สินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (Substitution goods) เช่น เนื้อหมูกับเนื้อวัว ชากกับกาแฟ ปากกากับดินสอ รถไฟกับรถ บ.ข.ส. รถแท็กซี่กับรถไฟฟ้า เป็นต้น หากมีการเปลี่ยนแปลงในสินค้าหนึ่งจะมีผลกระทบต่อสินค้าอีกตัวหนึ่ง ยกตัวอย่าง ถ้าราคาของกาแฟสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อกาแฟน้อยลงและหันไปซื้อชามากขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์ของชาย้ายไปทางขวา

2. สินค้าที่ใช้ประกอบการอยู่ร่วมกัน (Complementary goods) อาทิเช่น รถยนต์กับน้ำมัน กาแฟกับน้ำตาล สมุดกับดินสอ เครื่องเล่นดีวีดี (DVD) เป็นต้น หากมีการเปลี่ยนแปลงในสินค้าตัวหนึ่งจะมีผลกระทบต่อสินค้าอีกตัวหนึ่ง ยกตัวอย่าง ถ้าราคาน้ำมันลดต่ำลง อุปสงค์ต่อรถยนต์จะเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์ต่อรถยนต์ย้ายไปทางขวา

3. สินค้าปกติ (Normal goods) มีคุณสมบัติสำคัญ คือ ปริมาณซื้อแปรผันโดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค เป็นการพิจารณาปริมาณซื้อพร้อมกับรายได้ สินค้าโดยทั่วไปมักมีคุณสมบัติเช่นนี้

4. สินค้าคนจน (Inferior goods) หมายถึง สินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณน้อยลง เมื่อรายได้ของเขาเพิ่มขึ้น ตำราเศรษฐศาสตร์ตะวันตกมักจะยกตัวอย่างสินค้าเป็นมันฝรั่ง โดยกล่าวว่าประชาชนที่มีรายได้น้อยจะบริโภคหนักไปทางมันฝรั่ง เมื่อมีรายได้มากขึ้นจะหันไปบริโภคเนื้อสัตว์

มากขึ้น และบริโภคมันฝรั่งน้อยลง มองจากแง่ของผู้บริโภคถือว่าเนื้อสัตว์เป็นอาหารคนรวย (Superior goods) ตัวอย่างสินค้าเหล่านี้ ได้แก่ อาหารตามแผงลอยและเสื้อโอหล

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตบางรายอาจสร้างภาพให้กับสินค้าของตนว่าเป็นสินค้าสำหรับ “คนมีระดับ” โดยตั้งราคาสูงๆ เพื่อขายให้กับคนรวยโดยเฉพาะ หลายกรณีสินค้าคนจนกับสินค้าคนรวยก็เป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงานเดียวกันเป็นสินค้าล็อตเดียวกัน แต่ตั้งราคาสูงเมื่อวางขายในห้างสรรพสินค้าและตั้งราคาต่ำกว่าเมื่อวางขายในที่อื่นๆ

7. อุปสงค์ของบุคคลและอุปสงค์ของตลาด (Individual and market demand)

ความแตกต่างระหว่างอุปสงค์ของบุคคลและอุปสงค์ของตลาด มีความแตกต่างกัน เนื่องจาก อุปสงค์ของบุคคลเป็นความต้องการของบุคคลหนึ่งบุคคลใด ที่มีลักษณะเฉพาะที่มีความต้องการเหมือนหรือต่างจากคนอื่นๆ ได้ในแต่ละช่วงเวลา ขณะที่อุปสงค์ของตลาดเป็นการวิเคราะห์ถึงความต้องการของทุกคน แล้วหาค่าเฉลี่ยในช่วงเวลาหนึ่ง ในการดูความต้องการของตลาดในขณะนั้น โดยอุปสงค์ของบุคคลและอุปสงค์ของตลาดมีการให้ความหมายได้ พอสังเขป ดังนี้ (สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน, 2562: 15. และ Arnold, 2010: 58-59)

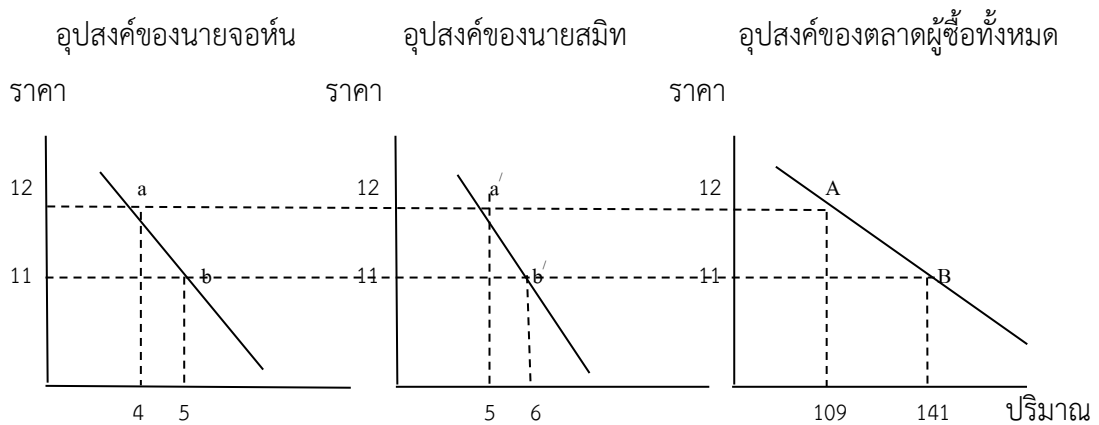
อุปสงค์ส่วนบุคคล (Individual demand) หมายถึง อุปสงค์ของสินค้าของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยอุปสงค์ของบุคคลแต่ละคนก็จะแตกต่างตามความชอบกำลังซื้อ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

อุปสงค์ตลาด (Market demand) หมายถึง อุปสงค์ของสินค้าของทุกคนที่อยู่ในตลาด โดยอุปสงค์ตลาด สามารถหาได้จากการรวมอุปสงค์ส่วนบุคคลของทุกคนเข้าด้วยกัน โดยการเป็นรวมทางแนวนอน (Horizontal sum) เพราะเป็นการรวมปริมาณอุปสงค์ของคนหลายคน ที่ระดับราคาเดียวกัน

ตารางที่ 2.2 อุปสงค์ส่วนบุคคลกับอุปสงค์ของตลาด

				ปริมาณ การซื้อ สินค้า			
ราคา	นายจอห์น		นายสมิท		ผู้ซื้อคน อื่นๆ		รวมตลาด
\$15	1		2		20		23
\$14	2		3		45		50
\$13	3		4		70		77
\$12	4	+	5	+	100	=	109
\$11	5	+	6	+	130	=	141
\$10	6		7		160		173

ที่มา: Arnold. (2010: 59)



ภาพประกอบที่ 2.5 แสดงการหาเส้นอุปสงค์ตลาดจากเส้นอุปสงค์บุคคล

ที่มา: Arnold. (2010: 59)

จากตารางที่ 2.2 เราทำการวิเคราะห์ระดับราคา \$12 กับ \$11 พบว่า อุปสงค์ของนายจอห์นจะซื้อสินค้า \$12 มีปริมาณ 4 ชุด และถ้าราคาสินค้าลดลงเป็น \$11 มีปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นเป็น 5 ชุด ขณะที่อุปสงค์ของนายสมิทที่ระดับราคาสินค้า \$12 มีปริมาณ 5 ชุด และถ้าราคาสินค้าลดลงเป็น \$11 มีปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นเป็น 6 ชุด และเมื่อมีการนำอุปสงค์ของทุกๆ คนของผู้ซื้อทั้งตลาด

นำมารวมกันในระดับราคา \$12 กับ \$11 พบว่า ถ้าระดับราคาอยู่ที่ \$12 จะมีปริมาณการซื้อ 109 ชุด และถ้าราคาสินค้าลดลงเป็น \$11 มีปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นถึง 140 ชุด

แนวคิดเกี่ยวกับอุปทาน

1. ความหมายของคำว่า “อุปทาน” (Supply)

ความหมายของคำว่า “อุปทาน” มีนักวิชาการในประเทศ ได้ให้ความหมายไว้ โดยนำเสนอพอสังเขป ดังนี้

นราทิพย์ ชุตินวงศ์ (2552: 36) อธิบายว่าอุปทาน หมายถึง ปริมาณเสนอขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ กันของราคาสินค้านั้น ปริมาณเสนอขายในขณะหนึ่งๆ

วิรุณศิริ ใจมา (2559: 33) อธิบายว่าอุปทาน คือ รายการที่แสดงถึงจำนวนต่างๆ ของสินค้าชนิดหนึ่งๆ ที่ผู้ขายหรือผู้ผลิตเต็มใจขาย และสามารถขายได้ในแต่ละระดับราคาที่เป็นไปได้ของสินค้าชนิดนั้น ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ แต่ถ้าหากพิจารณาเฉพาะจำนวนสินค้าชนิดหนึ่งๆ ที่ผู้ขายเต็มใจขาย และสามารถขายได้ ณ ระดับราคาใดราคาหนึ่ง จะเรียกจำนวนสินค้า ณ ระดับราคาหนึ่งๆ นี้ว่า ปริมาณขาย (Quantity supplied) ดังนั้น อาจกล่าวโดยย่อว่าอุปทาน คือ รายการที่แสดงปริมาณขายในทุกระดับราคาที่เป็นไปได้ ณ ช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด ทั้งนี้ ปริมาณขายจะวัดออกมาเป็นจำนวนสินค้าต่อหน่วยของเวลาเช่นเดียวกับปริมาณซื้อ

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 45) อธิบายว่าอุปทาน คือ จำนวนต่างๆ ของสินค้าและบริการชนิดหนึ่งชนิดใด ที่ผู้ผลิตพร้อมที่จะผลิตออกขาย ณ ระดับราคาต่างๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน (2562: 20) อธิบายว่า ปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตยินดีที่จะผลิตมาขาย ณ ระดับราคาหนึ่งๆ ทั้งนี้ ผู้ผลิตจะต้องมีความสามารถในการผลิตสินค้า เพื่อที่จะนำมาขายจริงด้วย ตัวอย่างเช่น ที่ราคาสินค้า 20 บาท ผู้ผลิตขายสินค้า 3 ชิ้น ก็หมายความว่า ที่ราคา 20 บาท มีอุปทานสินค้า 3 ชิ้น

ความหมายของคำว่า “อุปทาน” มีนักวิชาการต่างประเทศ ได้ให้ความหมายไว้ โดยนำเสนอพอสังเขป ดังนี้

Marshall (1920: 72) อธิบายว่า ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้ผลิตเต็มใจนำออกเสนอขายในตลาดภายในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้าและบริการนั้น โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปทานคงที่

Samuelson and William (2002: 52) อธิบายว่า สินค้าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาตลาดและจำนวนสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายยินดีที่จะผลิต และยินดีที่จะขายในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่

Parkin (2008: 66) อธิบายว่า ปริมาณการขายสินค้าและบริการที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายวางแผนในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด โดยปริมาณการการขายของผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องเหมือนปริมาณการซื้อของผู้ซื้อ แต่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตหรือผู้ขาย นั้นคือระดับราคา กล่าวคือ เมื่อระดับราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องการขายในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม เมื่อระดับราคาสินค้าและบริการลดลง ทำให้แรงจูงใจของผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องการขายในปริมาณที่น้อยลงเช่นกัน

McEachern (2009: 78) อธิบายว่า อุปทานมีความสัมพันธ์ ระหว่างราคากับปริมาณสินค้าเช่นเดียวกันกับอุปสงค์ โดยอุปทานของผู้ขายหรือผู้ผลิตยินดีจะผลิตสินค้าในการขายเพิ่มขึ้น เมื่อระดับราคาที่ดีการณมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจัยอื่นๆ คงที่

Taylor and Weerapana (2010: 60) ได้อธิบายไว้ว่า อุปทาน หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรสินค้าเฉพาะและปริมาณสินค้าที่บริษัทเต็มใจที่จะจำหน่าย ณ ระดับราคานั้นในขณะตัวแปรอื่นๆ ยังคงอยู่คงที่ สรุปแล้ว เราเรียกตัวแปรแรกว่า “ราคา” และตัวแปรที่ 2 “ปริมาณที่จำหน่าย”

Arnold (2010: 66) อธิบายว่า ผู้ขายหรือผู้ผลิตตั้งใจและยินดีที่จะผลิตในปริมาณที่ตีพอกับระดับราคาสินค้าที่ดีในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด (ต่อวัน, ต่อสัปดาห์ หรืออื่นๆ)

จากแนวคิดเกี่ยวกับอุปทานของนักวิชาการทั้งต่างประเทศและในประเทศ สามารถสรุปแนวคิดได้ว่า อุปทาน (Supply) มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว คือ ระดับราคา (Price) กับปริมาณการผลิตของผู้ขาย (Quantity) อาจกล่าวได้ว่า จำนวนหรือปริมาณความต้องการขายสินค้าและบริการของผู้ผลิตหรือผู้ขายในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใดที่มีความเต็มใจที่จะขายและผลิตสินค้าและบริการ นำมาเสนอขายให้กับผู้ซื้อหรืออุปสงค์ต่อราคา ในระดับราคาของผู้ผลิตหรือผู้ขายพึงพอใจ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ของอุปทานคงที่ โดยอุปทานเป็นไปตามกฎอุปทานที่กล่าวว่า เมื่อระดับราคาสินค้าและบริการมีราคาเพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการผลิตของผู้ขายมีแนวโน้มการผลิตออกมาขายเพิ่มขึ้น ขณะที่เมื่อระดับราคาสินค้าและบริการมีราคาลดลง ทำให้ปริมาณการผลิตของผู้ขายมีแนวโน้มในการผลิตออกมาขายน้อยลงเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดของโยลา อามาทาวา (Yola, Adamawa) (2016: 32) อธิบายว่า เส้นอุปทานแสดงให้เห็นว่าปริมาณที่จัดหาจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรเมื่อราคาเพิ่มขึ้นและลดลง สมมติว่าไม่มีปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลง หากปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัอุปทานมีการเปลี่ยนแปลง เส้นอุปทานทั้งหมดก็จะเปลี่ยนไป เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ ที่แสดงโดยการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการใน

ทุกราคา การเปลี่ยนแปลงของอุปทาน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของปริมาณที่จัดหาในทุกราคา ในการคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปทาน ให้จำไว้ว่าสิ่งใดที่กระตุ้นบริษัท: ผลกำไร ซึ่งเป็นความแตกต่างระหว่างรายได้และต้นทุน สินค้าและบริการผลิตขึ้นโดยใช้แรงงาน วัสดุ และเครื่องจักรผสมกัน หรือที่เราเรียกว่าปัจจัยนำเข้าหรือปัจจัยการผลิต หากบริษัทต้องเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่ลดลง ในขณะที่ราคาของสินค้าหรือบริการที่บริษัทผลิตนั้น ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงกำไรของบริษัทก็จะเพิ่มขึ้น เมื่อผลกำไรของบริษัทเพิ่มขึ้น ก็จะมีแรงจูงใจมากขึ้นในการผลิตผลผลิต เนื่องจากยิ่งสร้างผลกำไรมากเท่าใดก็จะยิ่งได้รับมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้น เมื่อต้นทุนการผลิตลดลง บริษัทมักจะจัดหาสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น ในราคาใดก็ตามสำหรับผลผลิตของบริษัท ซึ่งแสดงให้เห็นได้จากเส้นอุปทานที่เลื่อนไปทางขวา

เมื่อวิเคราะห์แนวคิดของอุปสงค์และอุปทาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางตรงทั้งอุปสงค์และอุปทาน คือ “ระดับราคา” ที่ทำให้ปริมาณการซื้อของอุปสงค์หรือปริมาณการขายของอุปทานผันแปรไปตาม แต่อุปสงค์ระดับราคากับปริมาณการซื้อจะมีลักษณะแปรผกผัน (ทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าแพงขึ้น ปริมาณการซื้อก็จะซื้อลดลง ขณะที่เมื่อระดับราคาสินค้าถูกลง ปริมาณการซื้อจะมีซื้อเพิ่มขึ้น) ขณะที่อุปทานระดับราคากับปริมาณการขายมีลักษณะแปรผัน (ทิศทางตรงกัน กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าแพงขึ้นปริมาณการผลิตก็จะเพิ่มขึ้น ขณะที่เมื่อระดับราคาสินค้าถูกลง ปริมาณการผลิตก็จะมีแนวโน้มลดลงเพราะระดับราคาสินค้าไม่จูงใจในการสร้างกำไรเพิ่มขึ้นนั่นเอง)

2. ฟังก์ชันอุปทาน กฎแห่งอุปทาน สมการอุปทาน ตารางอุปทาน และเส้นอุปทาน

2.1 ฟังก์ชันอุปทาน (Supply function)

ฟังก์ชันอุปทาน (Supply function) คือ การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตเต็มใจผลิตออกขาย (Q_x^s) ซึ่งเป็นตัวแปรตามตามระดับราคาต่างๆ ของสินค้านั้น (P_x) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ และหากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อปริมาณผลิต/ขายอยู่คงที่ สามารถที่จะแสดงฟังก์ชันอุปทานได้ ดังนี้ (วันรักษ์ มณีนาคิน, 2562: 45)

$$Q_x^s = f(P_x)$$

อ่านความสัมพันธ์ฟังก์ชันอุปทานได้ว่า ปริมาณขาย Q_x^s เป็นฟังก์ชันของราคาสินค้า (P_x) และแปลความหมายได้ว่า ระดับราคา (P_x) มีอิทธิพลต่อปริมาณขาย Q_x^s กล่าวได้ว่า เมื่อราคาซึ่งเป็นตัวแปรอิสระเปลี่ยนค่าไปปริมาณขาย ซึ่งเป็นตัวแปรตามจะเปลี่ยนค่าตามไปด้วย

2.2 กฎแห่งอุปทาน (Law of supply)

กฎแห่งอุปทาน (Bade and Parkin, 2002: 98-100. และวิรุณศิริ ใจมา, 2559: 44-45) ได้อธิบายว่า เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ ถ้าราคาของสินค้าชนิดหนึ่งถูกลด ปริมาณขายสินค้าชนิดนั้นจะน้อยลง และในทางตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งแพงขึ้น ปริมาณขายสินค้าชนิดนั้นจะมากขึ้น ซึ่งจะพบว่าปริมาณขายสินค้าชนิดหนึ่งจะแปรผันตามราคาของสินค้าชนิดนั้น และจากความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถนำมาวาดเส้นอุปทานได้

คำว่า “สิ่งอื่นๆ” ที่กำหนดให้คงที่ ในกฎของอุปทาน หมายถึง ปัจจัยอื่นๆ ทุกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาของสินค้าชนิดนั้น ซึ่งแม้ว่าในความเป็นจริงปัจจัยเหล่านี้อาจจะไม่คงที่ สิ่งอื่นๆ หรือปัจจัยอื่นๆ นี้ ได้แก่ ราคาของปัจจัยการผลิต ราคาของสินค้าอื่นที่ผู้ผลิตสามารถผลิตได้ และจำนวนผู้ผลิต เป็นต้น สำหรับคำว่า “ราคา” ใช้ในกฎของอุปทานเป็นราคาสัมพันธ์เช่นเดียวกับที่ใช้ในกฎของอุปสงค์ การที่ปริมาณขายสินค้าชนิดหนึ่งแปรผันตามราคาของสินค้าชนิดนั้น สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อราคาสินค้าแพงขึ้นแล้วปริมาณขายจะเพิ่มขึ้นตาม เนื่องจากต้นทุนของผู้ขายเท่าเดิม แต่ผู้ขายสามารถขายสินค้าในราคาที่แพงขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ขายได้กำไรเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ขายจึงเสนอขายสินค้ามากขึ้น ในทางกลับกันเมื่อราคาสินค้าถูกลดแล้วปริมาณขายจะลดลงตาม เนื่องจากต้นทุนของผู้ขายเท่าเดิมแต่ผู้ขายขายสินค้าได้ในราคาถูกลง ซึ่งทำให้ผู้ขายได้กำไรลดลง ดังนั้น ผู้ขายจึงเสนอขายสินค้าลดลง

2.3 สมการอุปทาน (Supply equation)

สมการอุปทาน ถ้าให้ P คือราคาสินค้า และ Q คือ ปริมาณเสนอขายสินค้า ก็เราสามารถสร้างสมการอย่างง่ายแบบเส้นตรงของอุปทานได้ (นราทิพย์ ชูติวงศ์, 2552: 36) คือ

$$Q_s = b + b_1p$$

และสมการที่เป็นตัวแทนของอุปทานโดยทั่วไป คือสมการ

$$Q_s = -b + b_1p$$

โดยที่ ค่า b คือจุดตัดบนแกน Q หมายถึง ความชันของเส้นอุปทาน การที่ b มีเครื่องหมายติดลบ เพราะ ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีต้นทุนในการผลิต ซึ่งราคาสินค้าต้องมีสูงเกินระดับหนึ่งที่คุ้มทุนก่อน ผู้ขายจึงจะนำสินค้าออกขายได้ ดังนั้น เส้นอุปทานจึงมีจุดเริ่มต้นบนแกน p ที่สูงกว่าจุดต้นกำเนิด และเครื่องหมายบวก ที่อยู่หน้า b_1 บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.4 ตารางอุปทาน (Supply schedule)

ตารางอุปทานเกิดจากสมการอุปทานที่นำมาสร้างรายละเอียดก่อให้เกิดตารางที่ 2.3 ในระดับราคาแตกต่างกันที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการขายสินค้าและบริการ ตัวอย่างเป็นการ

กำหนดราคาน้ำต่อขวดในราคา 0.50 เซนต์ต่อขวด ปริมาณการขายที่สร้างแรงจูงใจเป็น 0 ขวด
 ถ้าราคาน้ำต่อขวดในราคา 1 เซนต์ต่อขวด ปริมาณการขายที่สร้างแรงจูงใจในการขายเป็น 1,000 ขวด
 ตามลำดับ (Bade and Parkin, 2002: 99)

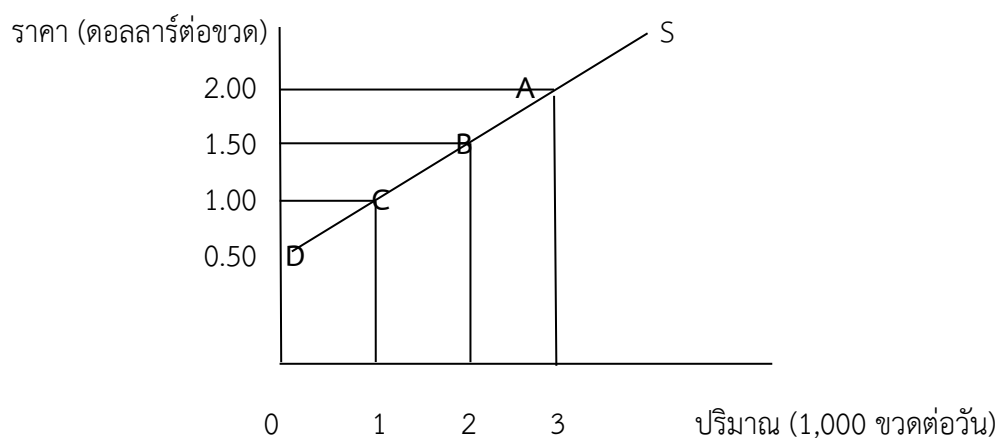
ตารางที่ 2.3 จำนวนการขายน้ำขวด ณ ระดับราคาต่างๆ

	ราคา (ดอลลาร์ต่อขวด)	ปริมาณการขาย (1,000 ขวดต่อวัน)
A	2.00	3
B	1.50	2
C	1.00	1
D	0.50	0

ที่มา: Bade and Parkin. (2002: 99)

2.5 เส้นอุปทาน (Supply curve)

เส้นอุปทานเป็นเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณขาย ของผู้ขายกับราคาที่เต็มใจที่จะขาย ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเวลาใด



ภาพประกอบที่ 2.6 เส้นอุปทานตามตารางอุปทาน (จากตารางที่ 2.3)

ที่มา: Bade and Parkin. (2002: 99)

จากภาพประกอบที่ 2.7 แสดงเส้นอุปทาน พบว่า เมื่อระดับราคาขายน้ำขวดจากราคา 0.50 เซนต์ต่อขวด ปริมาณการขายมีจำนวนเป็นศูนย์ ขณะที่ถ้าราคาขายน้ำขวดเป็น 1.00 เซนต์ต่อขวด ปริมาณขายของผู้ผลิต หรือผู้ขายมีปริมาณเป็นจำนวน 1,000 ขวดต่อวัน และถ้าราคาขายน้ำขวดเป็น 1.50 เซนต์ต่อขวด ปริมาณขายของผู้ผลิตหรือผู้ขายมีปริมาณเป็นจำนวน 2,000 ขวดต่อวัน ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากอุปทานจะพบว่า เมื่อราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ปริมาณการขายสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ขณะที่ถ้าราคาสินค้าและบริการลดลง ปริมาณการขายสินค้าและบริการก็จะลดลงด้วยเช่นกัน

3. ตัวกำหนดอุปทาน (Supply determinants)

ตัวกำหนดอุปทาน ก็คือ ตัวแปรหรือปัจจัยต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้ผลิตปรารถนาที่จะผลิตออกมาขาย ตัวกำหนดปริมาณขายหรือปริมาณผลิตนั้นมีหลายอย่างซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ (Taylor and Weerapana, 2010: 61-62) มีดังนี้

3.1 ราคาสินค้า (Price of goods) ซึ่งปริมาณที่จะนำมาขายขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้นโดยทั่วไปถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้ผลิตยินดีที่จะผลิตมากขึ้น แต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ผู้ผลิตก็ลดจำนวนผลิตลง

3.2 เทคโนโลยีการผลิต (Technology) ปริมาณการขายน้ำขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีในการผลิตว่าจะมีเครื่องมือใหม่ๆ มาทำการผลิตได้ในปริมาณที่มากหรือไม่ หรือการใช้เทคโนโลยีมีศักยภาพในการลดต้นทุนได้มากน้อยขนาดไหน หากมีผู้ผลิตก็สามารถนำมาจำหน่ายได้มากยิ่งขึ้น หรือหากไม่มีผู้ผลิตก็จะนำมาจำหน่ายน้อยลง

3.3 เงื่อนไขทางฤดูกาล (Weather conditions) ในส่วนของฤดูกาลจะมีผลต่อการผลิตสินค้า เช่น ฤดูแล้ง แผ่นดินไหว พายุ ฤดูหนาว ฤดูฝน เป็นต้น ซึ่งอาจจะทำให้มีการผลิตด้วยปัจจัยการผลิตที่จำกัดทำให้ไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าได้ในปริมาณที่มาก ซึ่งผู้ผลิตอาจจะลดจำนวนในการผลิตลงหรือ หากอยู่ในช่วงฤดูหนาว อาจมีการผลิตเสื้อกันหนาวเพื่อมาขายเพิ่มขึ้น

3.4 ราคาสินค้าชนิดอื่น (Price of other goods) เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงย่อมจูงใจให้ผู้ผลิตมากขึ้น ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตต่างก็หวังกำไรเป็นสำคัญ ยกตัวอย่างการผลิตด้านเกษตรกรรม เมื่อราคาของพืชได้บางชนิดสูงขึ้น เกษตรกรก็มักจะหันมาปลูกพืชไร่ชนิดนั้น แทนพืชไร่ชนิดที่ปลูกมาก่อน หรือถ้าเป็นพืชชนิดเดียวกับที่เพาะปลูกอยู่แล้ว ก็จะปลูกมากขึ้นกว่าเดิม โดยการเพิ่มเนื้อที่การเพาะปลูก

3.5 ราคาปัจจัยการผลิต (Price of production factors) ปริมาณการขายอาจขึ้นอยู่กับราคา ของปัจจัยการผลิตโดยอาจมีผลกระทบต่อกำไร ซึ่งราคาของปัจจัยการผลิตยิ่งสูง กำไรของผู้ผลิตก็ยิ่งต่ำและทำให้การขายน้อยลง

3.6 การคาดการณ์ราคาในอนาคต (Expectation of future prices) ซึ่งถ้าผู้ผลิตคาดว่าราคาสินค้าที่พวกเขาผลิต จะเพิ่มขึ้นในอนาคต พวกเขาอาจจะกักตุนสินค้าเอาไว้เพื่อรอระยะเวลาให้สินค้าขายปรับราคาขึ้นแล้วค่อยนำมาจำหน่าย

3.7 ภาษี เงินอุดหนุน หรือข้อกฎหมายต่างๆ ของรัฐบาล (Government taxes, subsidies and regulations) ซึ่งรัฐบาลอาจมีการเก็บภาษีเพิ่มขึ้นหรือลดลง หรือ สร้างระเบียบข้อกฎหมายต่างๆ เพิ่มขึ้นเพื่อการนำเงินมาพัฒนาประเทศ ก็อาจจะทำให้ผู้ผลิตต้องปรับตัวในการนำสินค้ามาจำหน่าย หรือ มีการปรับลดราคาสินค้าขึ้นตามสถานการณ์ภาษี เงินอุดหนุน หรือข้อกฎหมายต่างๆ ที่รัฐบาลได้ประกาศออกมา

3.8 จำนวนของผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาด (The number of firms in the market) ในกรณีที่ตลาดมีผู้ผลิตจำนวนมาก ปริมาณขายทั้งหมดในตลาดย่อมจะมีมากกว่าในกรณีที่มีตลาดมีผู้ขายเพียงรายเดียว เพราะตลาดแบบนี้อาจไม่สนใจในการเพิ่มปริมาณขายเท่าที่ควร แต่หันไปมองในแง่ตั้งราคาขายให้สูงขึ้นที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทั้งนี้เนื่องจากมีอำนาจผูกขาด และไม่ต้องกังวลกับคู่แข่ง

ดังนั้นสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณขายกับตัวกำหนดอุปทานเหล่านี้ด้วยฟังก์ชันอุปทาน ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, B_1, B_2, B_3, B_4, B_5, B_6, B_7, B_8)$$

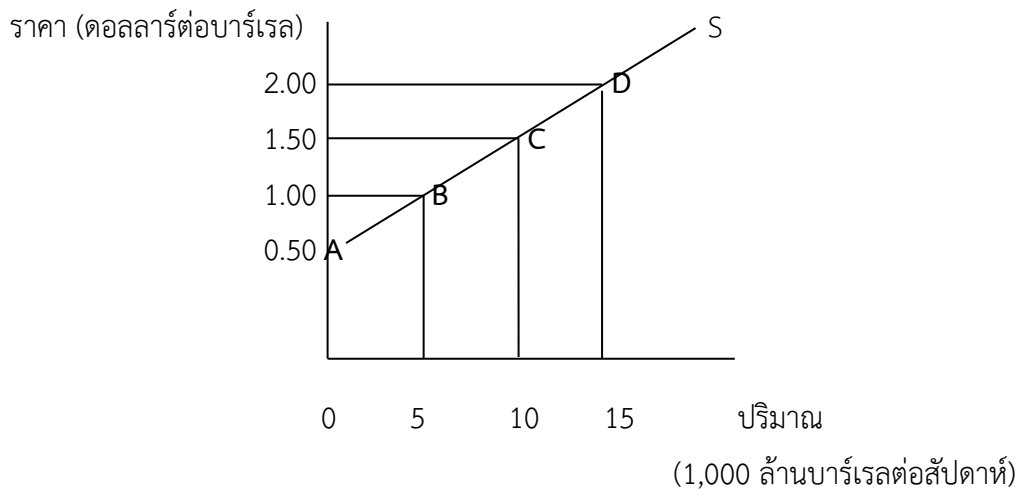
การพิจารณาตัวอุปทานนี้ เป็นตัวกำหนดโดยตรงและโดยอ้อม การเคลื่อนไหวของราคาถือเป็นกฎของอุปทาน ดังนั้น ราคา P_x จึงถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดโดยตรง ของอุปทานและตัวกำหนดอื่นๆ นอกเหนือจากราคาเป็นตัวกำหนดโดยอ้อม

4. การเปลี่ยนแปลงปริมาณขาย (Changes in the quantity supplied)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการขาย ของผู้ผลิตหรือผู้ขายนั้น เกิดจากราคาสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ปริมาณความต้องการขายเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อระดับราคาสินค้าสูงขึ้น ทำให้ปริมาณความต้องการขายของผู้ขายสูงขึ้น ขณะที่เมื่อระดับราคาสินค้าลดลง ทำให้ปริมาณความต้องการขายของผู้ขายลดลงเช่นกัน โดยปัจจัยหลักหรือปัจจัยทางตรงที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการขาย นั้นคือ “ราคาสินค้า”

จากภาพประกอบที่ 2.8 แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงปริมาณการขายน้ำมันในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด พบว่า เมื่อระดับราคาอยู่ 1.50 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล มีปริมาณการขายได้ $10 \times 1,000$ ล้านบาร์เรลต่อสัปดาห์ ณ จุด C สมมติว่าเมื่อระดับราคาเปลี่ยนแปลงไปจาก 1.50 เป็น 1.00 ดอลลาร์

ต่อบาร์เรล ปริมาณการขายจะลดลงไปที่ $5 \times 1,000$ ล้านบาร์เรลต่อสัปดาห์ ณ จุด B บ่งบอกถึงปริมาณการขายของผู้ผลิตหรือผู้ขาย มีแรงจูงใจที่ขายน้อยลงเมื่อระดับราคาลดลง ขณะที่ถ้าระดับราคามีการเปลี่ยนแปลงไปจาก 1.50 เป็น 2.00 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ปริมาณการขายจะเพิ่มขึ้นไปที่ $15 \times 1,000$ ล้านบาร์เรลต่อสัปดาห์ ณ จุด D บ่งบอกถึงปริมาณการขายของผู้ผลิตหรือผู้ขายมีแรงจูงใจในการขายเพิ่มขึ้นเมื่อระดับราคาน้ำมันมีราคาที่สูงขึ้นซึ่งเกิดจากปัจจัยทางตรงของอุปทาน นั่นคือ “ราคา”

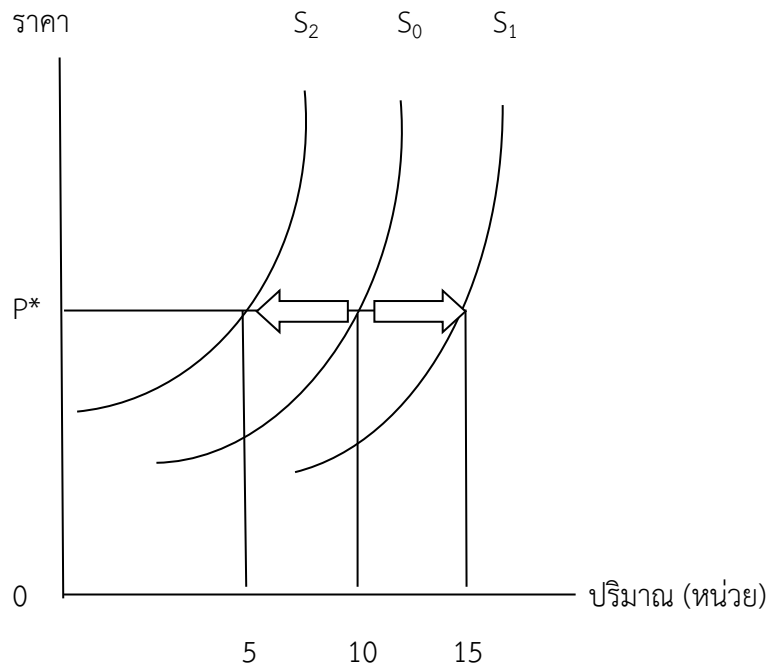


ภาพประกอบที่ 2.7 การเปลี่ยนแปลงปริมาณการขายน้ำมัน

ที่มา: ประยุกต์จาก Parkin. (2008: 68)

5. การย้ายเส้นอุปทาน (Shifts supply curve)

การย้ายเส้นอุปทานหรือการเปลี่ยนแปลงระดับอุปทาน (Change in supply) เป็นการเปลี่ยนแปลงปริมาณขายของผู้ผลิตหรือผู้ขายที่มีได้เกิดจากปัจจัยทางตรง นั่นคือ “ราคา” แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากปัจจัยทางอ้อมที่มีใช้ราคา อาทิเช่น เทคโนโลยีการผลิต เงื่อนไขทางฤดูกาล ราคาสินค้าชนิดอื่น ราคาปัจจัยการผลิต การคาดการณ์ราคาในอนาคต ภาษี เงินอุดหนุน หรือกฎหมายต่างๆ ของรัฐบาล จำนวนของผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาด เป็นต้น ดังนั้นการย้ายเส้นอุปทาน หมายถึง การย้ายตำแหน่งของเส้นอุปทานเกิดจากตัวกำหนดโดยอ้อมตัวใดตัวหนึ่งหรือหลายตัว และเปลี่ยนแปลงไปทำให้ปริมาณขายเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ แต่ละระดับราคาเดิม ดังภาพประกอบที่ 2.9 (Parkin, 2008: 69)



ภาพประกอบที่ 2.8 การย้ายเส้นอุปทานหรือการเปลี่ยนแปลงอุปทาน

ที่มา: ประยุกต์จาก Parkin. (2008: 69) และ Alam. (2019: 31)

จากภาพประกอบที่ 2.9 การย้ายเส้นอุปทานหรือการเปลี่ยนแปลงอุปทาน สมมติว่าเส้นอุปทานอยู่ที่เส้น S_0 ณ ระดับราคา P^* และปริมาณการขายที่ 10 หน่วย กรณีเกิดการลดภาษี เงินอุดหนุนหรือกฎหมายต่างๆ ของรัฐบาลที่เอื้อประโยชน์ให้กับผู้ผลิตหรือผู้ขาย ทำให้ปริมาณการผลิตเพื่อขายสินค้าเปลี่ยนแปลงจากเส้น S_0 เป็น S_1 เพราะผู้ขายได้รับผลบวกจากการลดภาษีในการช่วยเหลือจากรัฐบาลทำให้ต้นทุนลดลง จึงทำให้เพิ่มการผลิตสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ทั้งที่ระดับราคาสินค้ายังคงเท่าเดิม ณ ระดับราคา P^*

ขณะเดียวกันสมมติว่าเส้นอุปทานอยู่ที่เส้น S_0 ณ ระดับราคา P^* และปริมาณการขายที่ 10 หน่วย กรณีเกิดการคาดการณ์ว่าราคาสินค้าชนิดอื่นที่สามารถมาทดแทนสินค้าที่ผู้ผลิต หรือผู้ขายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการผลิตเพื่อขายสินค้าเปลี่ยนแปลงจากเส้น S_0 เป็น S_2 ซึ่งลดปริมาณการผลิตเพื่อขายลง เนื่องจากกังวลราคาสินค้าชนิดอื่นๆ อาจมาทดแทนสินค้าของตน และชะลอการผลิตสินค้าและบริการ ทั้งที่ระดับราคา ยังคงเดิม ณ ระดับราคา P^*

ดุลยภาพของตลาดและการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพ

จากการศึกษาเรื่องอุปสงค์และอุปทาน ทำให้ทราบว่าทั้งอุปสงค์และอุปทานสินค้าชนิดหนึ่ง มีความสัมพันธ์กับราคาของสินค้าชนิดนั้น โดยปริมาณซื้อจะแปรผกผันกับราคาสินค้าและปริมาณขายจะแปรผันตามราคาสินค้า อย่างไรก็ตามตามตรรกะที่ขังไม่ได้ นำอุปสงค์และอุปทาน มาพิจารณา ร่วมกันก็ไม่สามารถหาจุดดุลยภาพของตลาดได้ ดังนั้น การวิเคราะห์ถึงดุลยภาพของตลาดเป็นการ สร้างจุดสมดุล ที่สามารถนำไปพิจารณาถึงความต้องการของผู้ซื้อและความต้องการของผู้ขายให้เกิด ภาวะสมดุลได้ (วิรุณศิริ ใจมา, 2559: 54-57)

ดุลยภาพของตลาด (Market equilibrium) เป็นสภาวะที่ปริมาณซื้อเท่ากับปริมาณขายพอดี ทั้งนี้ระดับราคาสินค้าที่ปริมาณซื้อเท่ากับปริมาณขายจะเรียกว่า “ราคาดุลยภาพ” (Equilibrium price) และปริมาณสินค้าเท่ากันระหว่างปริมาณซื้อกับปริมาณขาย เรียกว่า “ปริมาณ ดุลยภาพ” (Equilibrium quantity)

ตารางที่ 2.4 อุปสงค์สัมพันธ์ อุปทานสัมพันธ์และดุลยภาพของตลาดสัมพันธ์

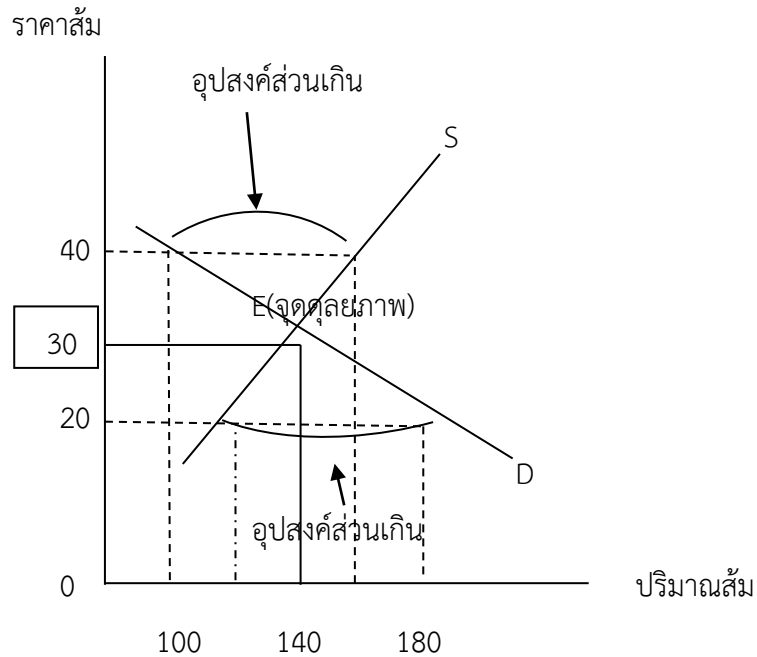
ราคาสัมพันธ์ (บาท/กิโลกรัม)	ปริมาณซื้อสัมพันธ์ (กิโลกรัม/วัน)	ปริมาณขายสัมพันธ์ (กิโลกรัม/วัน)	สภาวะ
40	100	160	มีสัมพันธ์เกิน (อุปทานส่วนเกิน = 60 กิโลกรัม/วัน)
35	120	150	มีสัมพันธ์เกิน (อุปทานส่วนเกิน = 30 กิโลกรัม/วัน)
30	140	140	มีสัมพันธ์เกิน (ปริมาณซื้อสัมพันธ์ = ปริมาณขายสัมพันธ์)
25	160	130	การขาดแคลนสัมพันธ์ (อุปทานส่วนขาด = 30 กิโลกรัม/วัน)
20	180	120	การขาดแคลนสัมพันธ์ (อุปทานส่วนขาด = 60 กิโลกรัม/วัน)

ที่มา: วิรุณศิริ ใจมา (2559: 55)

ตารางที่ 2.4 แสดงถึงปริมาณซื้อสัมพันธ์และปริมาณขายสัมพันธ์ ในทุกระดับราคาที่เป็นไปได้ ณ ราคาสัมพันธ์กิโลกรัมละ 30 บาท ปริมาณซื้อสัมพันธ์และปริมาณขายสัมพันธ์เท่ากันพอดี คือ 140 กิโลกรัมต่อวัน ดังนั้น ตลาดสัมพันธ์จะอยู่ในภาวะดุลยภาพ ณ ระดับราคาดังกล่าว และสรุปได้ว่าราคาดุลยภาพของ

ตลาดส้ม (P_E) เท่ากับราคากิโลกรัมละ 30 บาท และปริมาณดุลยภาพของตลาดส้ม (Q_E) เท่ากับ 140 กิโลกรัมต่อวัน

ดังนั้น ราคาดุลยภาพของตลาดส้มเท่ากับราคากิโลกรัมละ 30 บาท และปริมาณดุลยภาพของตลาดส้มเท่ากับ 140 กิโลกรัมต่อวัน ซึ่งสามารถนำไปพิจารณาในภาพประกอบที่ 2.10



ภาพประกอบที่ 2.9 ราคาและปริมาณดุลยภาพ

ที่มา: ประยุกต์จากวิรุณศิริ ใจมา (2559: 49)., วันรัชย์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 51) และ Feigenbaum, Susan and Hafer. (2012 :203)., Yola, A. (2016).

จากภาพประกอบที่ 2.10 แสดงถึงราคาและปริมาณดุลยภาพส้ม ณ จุด E ที่ระดับราคาดุลยภาพของตลาดส้มเท่ากับราคากิโลกรัมละ 30 บาท และปริมาณดุลยภาพของตลาดส้มเท่ากับ 140 กิโลกรัมต่อวัน ขณะที่ถ้าตลาดไม่อยู่ในภาวะดุลยภาพกลไกราคา ทำหน้าที่เพื่อทำให้ตลาดปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพเสมอ กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าแพงกว่าราคาดุลยภาพ ปริมาณขายจะมากกว่าปริมาณซื้อและเกิดสินค้าส่วนเกิน (Surplus) หรืออุปทานส่วนเกิน (Excess supply) เช่น ตัวอย่างของตลาดส้มในตารางที่ 2.4 ณ ระดับราคาส้มกิโลกรัมละ 40 บาท ปริมาณขายส้มมากกว่าปริมาณซื้อส้ม ซึ่งมีส้มส่วนเกินหรืออุปทานส้มส่วนเกิน เท่ากับ 60 กิโลกรัมต่อวัน และเมื่อเกิดส้มส่วนเกิน ผู้ขายจึงยอมขายส้มในราคาที่ถูกลงเรื่อยๆ จนกระทั่งขายส้มหมด ดังนั้นในที่สุดราคาส้มจะปรับตัวถูกลงจากกิโลกรัมละ 40 บาทเป็น 30 บาท ปริมาณขายส้มจึงปรับตัวลดลงจากวันละ 160 กิโลกรัมเป็น

140 กิโลกรัม และปริมาณซื้อสัมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากวันละ 100 กิโลกรัมเป็น 140 กิโลกรัมซึ่งเป็นการปรับตัวเข้าสู่จุดดุลยภาพ

ถ้าราคาสินค้าถูกกว่าราคาดุลยภาพ ปริมาณซื้อจะมากกว่าปริมาณขายและทำให้เกิดการขาดแคลนสินค้า (Shortage) หรืออุปสงค์ส่วนเกิน (Excess demand) เช่นตัวอย่างของตลาดสัมตารางที่ 2.4 ณ ระดับราคาสัมกิโลกรัมละ 20 บาท ปริมาณซื้อสัมมากกว่าปริมาณขายสัม ซึ่งเกิดการขาดแคลนสัมหรืออุปสงค์สัมส่วนเกิน เท่ากับ 60 กิโลกรัมต่อวัน และเมื่อเกิดการขาดแคลนสัมผู้บริโภคจึงยอมซื้อสัมในราคาที่แพงขึ้นเรื่อยๆ จนสามารถซื้อสัมได้ตามที่ต้องการ ดังนั้นในที่สุดราคาสัมจะปรับตัวแพงขึ้นจากกิโลกรัมละ 20 บาทเป็น 30 บาท ปริมาณขายสัมจึงปรับตัวลดลงจากวันละ 180 กิโลกรัมเป็น 140 กิโลกรัม ซึ่งเป็นการปรับตัวเข้าสู่จุดดุลยภาพ

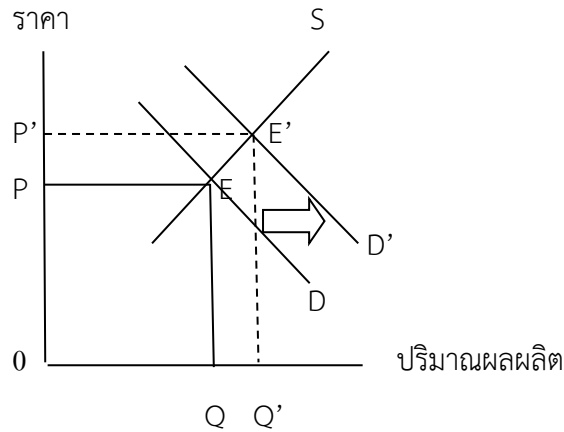
สรุปได้ว่าเมื่อใดที่เกิดสินค้าส่วนเกินหรืออุปทานส่วนเกิน (ณ ระดับราคาที่แพงกว่าราคาดุลยภาพ) จะมีผลกดดันทำให้ราคาสินค้าถูกลง จนปรับเข้าสู่จุดดุลยภาพหรือเมื่อใดที่เกิดการขาดแคลนสินค้าหรืออุปสงค์ส่วนเกิน (ณ ระดับราคาที่ต่ำกว่าราคาดุลยภาพ) จะมีผลกดดันทำให้ราคาสินค้าแพงขึ้น จนปรับเข้าสู่ราคาดุลยภาพ ดังนั้น เมื่อใดที่ตลาดไม่อยู่ในภาวะดุลยภาพ ตลาดจะมีการปรับตัวเข้าสู่จุดดุลยภาพเสมอ และเมื่อเกิดดุลยภาพของตลาดขึ้นมาแล้ว ดุลยภาพนั้นจะคงอยู่ตลอดในตราบใดที่ระดับอุปสงค์และอุปทานยังคงเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพและตัวอย่าง (Change in equilibrium and examples)

ดังได้กล่าวแล้วว่าการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทาน (ย้ายเส้น) จากตัวกำหนดอุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และ/หรืออุปทานจะทำให้ดุลยภาพย้ายตำแหน่งไปด้วย ต่อไปนี้แสดงการเปลี่ยนแปลงดุลยภาพแบบต่างๆ สมมติกรณีตัวอย่างต่างๆ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 52-54)

ตัวอย่างที่ 1 ดุลยภาพการซื้อผ้าดิบ

สมมติว่า D และ S เป็นเส้นอุปสงค์และอุปทานของผ้าดิบ ซึ่งมีภาวะดุลยภาพที่จุด E ต่อมาเมื่อมีการส่งเสริมให้ใช้สินค้าไทย ความนิยมในการใช้ผ้าดิบตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกายจึงเพิ่มขึ้น ผู้ที่ไม่เคยใช้ผ้าดิบก็หันมาใช้ ส่วนผู้ที่ใช้กันอยู่แล้วก็ใช้มากขึ้น จึงมีผลทำให้เส้นอุปสงค์ตลาดของผ้าดิบย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิมและเป็นอุปสงค์เส้นใหม่ เส้นอุปสงค์ใหม่นี้จะตัดเส้นอุปทานซึ่งคงอยู่ ณ ตำแหน่งเดิม ดังนั้นภาวะดุลยภาพจึงเปลี่ยนจากจุด E เป็นจุด E' ราคาและปริมาณดุลยภาพจึงเปลี่ยนเป็น OP' และ OQ' ตามลำดับ ซึ่งพิจารณาจากภาพด้านล่างนี้

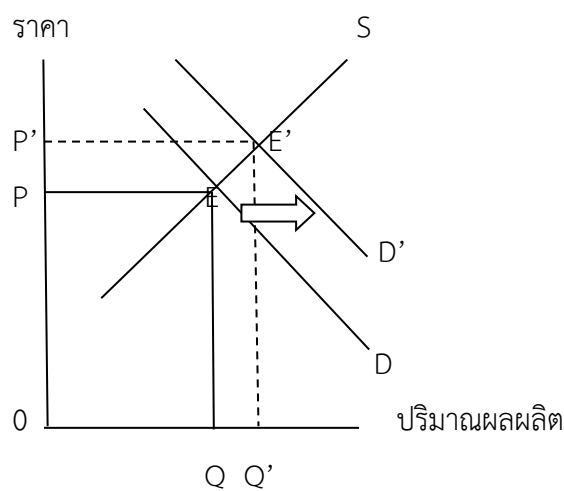


ภาพประกอบที่ 2.10 กราฟแสดงดุลยภาพการซื้อผ้าดิบ

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 52)

ตัวอย่างที่ 2 ดุลยภาพเครื่องปรับอากาศ

สมมติว่า D และ S เป็นเส้นอุปสงค์และอุปทานของเครื่องปรับอากาศ ซึ่งภาวะดุลยภาพอยู่ที่จุด E ต่อมาการไฟฟ้าแห่งประเทศไทยได้ประกาศลดอัตราค่าใช้ไฟฟ้า เนื่องจากไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศเป็นสินค้าใช้ร่วมกัน เมื่ออัตราค่าไฟฟาลดลงย่อมส่งผลให้ประสงค์ต่อเครื่องปรับอากาศเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์ใหม่ย้ายมาทางขวาและดุลยภาพใหม่เปลี่ยนเป็น จุด E' ทั้งราคาและปริมาณใหม่ต่างเพิ่ม

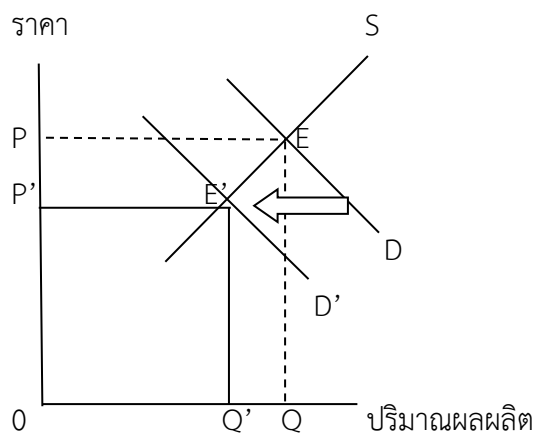


ภาพประกอบที่ 2.11 แสดงดุลยภาพของเครื่องปรับอากาศ

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 53)

ตัวอย่างที่ 3 ดุลยภาพของเนื้อวัว

สมมติว่า D และ S เป็นเส้นอุปสงค์และอุปทานของเนื้อวัว มีภาวะดุลยภาพอยู่ที่จุด E ต่อมากรมการค้าภายในได้ออกประกาศบังคับให้เจ้าของเชียงใหม่ทุกรายในเขตกรุงเทพมหานครลดราคาเนื้อหมูลงจากเดิม เนื่องจากเนื้อหมูและเนื้อวัวเป็นสินค้าทดแทนกัน เมื่อราคาเนื้อหมูลดลงผู้บริโภคจะหันมาซื้อเนื้อหมูมากขึ้นและซื้อเนื้อวัวน้อยลง เส้นอุปสงค์ใหม่ของเนื้อวัวย้ายไปทางซ้ายเป็น D' ทั้งราคาและปริมาณใหม่ต่างลดลง

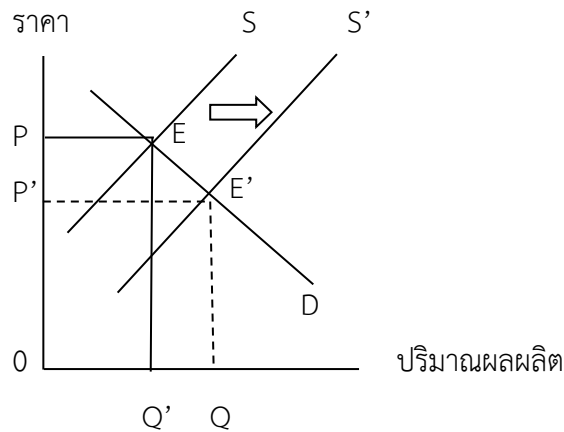


ภาพประกอบที่ 2.12 แสดงดุลยภาพของเนื้อวัว

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 53)

ตัวอย่างที่ 4 ดุลยภาพที่ฟักตากลากอากาศบนเกาะสมุย

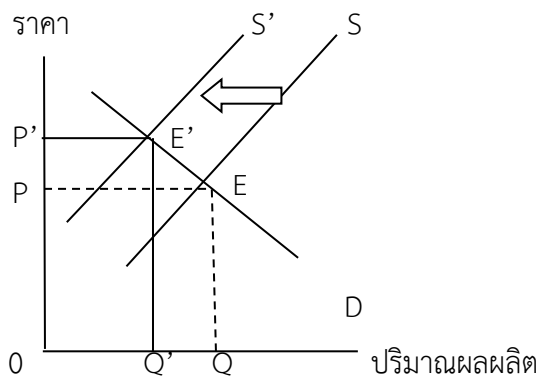
สมมติว่า D และ S เป็นเส้นอุปสงค์และอุปทานของฟักตากลากอากาศบนเกาะสมุย ภาวะดุลยภาพอยู่ที่จุด E ต่อมาเมื่อนักลงทุนลงทุนสร้างฟักตากลากอากาศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอุปทานย้ายไปทางขวาเป็นเส้น S' ดุลยภาพใหม่เป็นจุด E' ราคาตกลงแต่ปริมาณเพิ่มขึ้น



ภาพประกอบที่ 2.13 แสดงดุลยภาพของที่พักตากอากาศบนเกาะสมุย
ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 53)

ตัวอย่างที่ 5 ดุลยภาพของทุเรียน

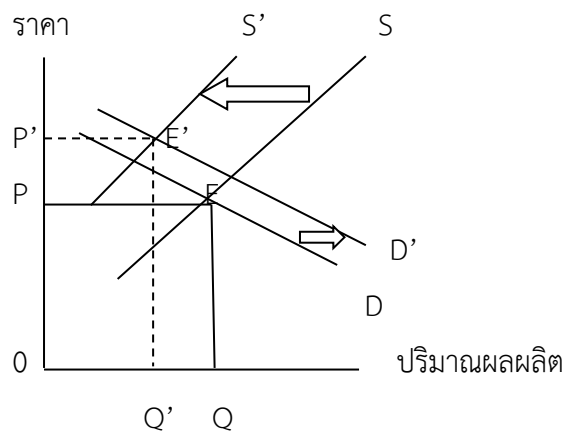
สมมติว่า D และ S เป็นเส้นอุปสงค์และอุปทานของทุเรียนเมื่อปีที่แล้ว ซึ่งมีภาวะดุลยภาพอยู่ที่จุด E สมมติว่าฤดูฝนปีนี้ฝนตกน้ำท่วม สร้างความเสียหายอย่างหนักแก่สวนทุเรียน อุปทานทุเรียนปีนี้ลดลง (สมมติว่าอุปสงค์ต่อทุเรียนปีนี้เหมือนกับปีที่แล้ว) อุปทานของทุเรียนย้ายไปทางซ้ายเป็น S' ดุลยภาพใหม่คือ E' ราคาสูงขึ้น แต่ปริมาณลดลง



ภาพประกอบที่ 2.14 แสดงดุลยภาพของทุเรียน
ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 53)

ตัวอย่างที่ 6 ดุลยภาพของกุ้งกุลาดำ

สมมติให้ D และ S เป็นเส้นอุปสงค์และอุปทานของกุ้งกุลาดำ ซึ่งเป็นสินค้าปกติ (Normal goods) จุดดุลยภาพอยู่ที่ E เมื่อเวลาผ่านไปรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น อุปสงค์ต่อกุ้งกุลาดำเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์ใหม่ย้ายมาทางขวาเป็นเส้น D' ขณะเดียวกันราคาอาหารสำหรับเลี้ยงกุ้งสูงขึ้นด้วย ต้นทุนการเลี้ยงกุ้งสูงขึ้นทำให้อุปทานของกุ้งลดลง เส้นอุปทานหมายถึง กุ้งย้ายไปทางซ้ายจาก S เป็น S' ดุลยภาพใหม่ คือ จุด E' ราคากุ้งสูงขึ้น



ภาพประกอบที่ 2.15 แสดงดุลยภาพของกุ้งกุลาดำ

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 53)

ตารางที่ 2.5 การเปลี่ยนแปลง ณ ระดับราคาและปริมาณดุลยภาพใหม่

	ระดับอุปทาน ไม่เปลี่ยนแปลง	ระดับอุปทานเพิ่มขึ้น	ระดับอุปทานลดลง
ระดับอุปสงค์ ไม่เปลี่ยนแปลง	ดุลยภาพของตลาดไม่ เปลี่ยนแปลง	- ราคาถูกลง ปริมาณเพิ่มขึ้น	- ราคาแพงขึ้น ปริมาณ ลดลง
ระดับอุปสงค์ เพิ่มขึ้น	- ราคาแพงขึ้น - ปริมาณเพิ่มขึ้น	- ราคาอาจแพงขึ้น ถูกลงหรือ เท่าเดิม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาด ของการย้ายอุปสงค์เทียบกับ การย้ายอุปทาน - ปริมาณเพิ่มขึ้น	- ราคาแพงขึ้น - ปริมาณอาจเพิ่มขึ้น ลดลง หรือเท่าเดิม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ขนาดของการย้ายอุปสงค์ เทียบกับการย้ายอุปทาน
ระดับอุปสงค์ ลดลง	- ราคาถูกลง - ปริมาณลดลง	- ราคาถูกลง - ปริมาณอาจเพิ่มขึ้น ลดลง หรือเท่าเดิม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ขนาดของการย้ายอุปสงค์ เทียบกับการย้ายอุปทาน	- ราคาแพงขึ้น ถูกลงหรือ เท่าเดิม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาด ของการย้ายอุปสงค์เทียบกับ การย้ายอุปทาน - ปริมาณลดลง

ที่มา: วิรุณศิริ ใจมา (2559: 66)

สรุปท้ายบท

ทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีอุปทานถือเป็นหัวใจ ในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและ
พฤติกรรมผู้ผลิต ในการตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการ ในการพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผล
กระทบทั้งผู้บริโภค และผู้ผลิตที่มีปัจจัยทางตรงเดียวกัน นั่นคือ “ราคา” ถือว่าเป็นเป้าหมายของการ
พิจารณาทั้งทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีอุปทาน

แนวคิดทฤษฎีอุปสงค์เกี่ยวข้องกับระหว่างตัวแปร 2 ตัว ประกอบด้วย ราคา (Price) และ
ปริมาณ (Quantity) นัยคือ จำนวนของปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้ซื้อมีความต้องการเกี่ยวข้องกับ
ระดับราคาในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด โดยปัจจัยอื่นๆ คงที่ หรือเรียกว่า “อุปสงค์ต่อราคา” แต่ส่วนใหญ่
เรียกสั้นๆ ว่า “อุปสงค์” และสามารถแบ่งเป็นอุปสงค์ต่อราคาแบบต่างๆ ได้ 5 แบบ คือ 1) อุปสงค์
รายบุคคล (Individual demand) 2) อุปสงค์ของหน่วยผลิต (Firm demand) 3) อุปสงค์ของ
อุตสาหกรรมหรือตลาด (Industry or market demand) 4) อุปสงค์ต่างประเทศ (Foreign
demand) 5) อุปสงค์มวลรวม (Aggregate demand) คำว่า “อุปสงค์” มิได้เป็นความต้องการ
(Want) ของผู้ซื้อเท่านั้น แต่ต้องมีอำนาจซื้อ (Purchasing power) คือ ต้องมีเงินที่สอดคล้องกับ

ความต้องการจึงจะตอบสนองความพึงพอใจได้ และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยหลักๆ ที่จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าได้มีอยู่ 3 ประการ ดังนั้น นักเศรษฐศาสตร์จึงมักจะแบ่งประสงค์เอาไว้เป็น 3 ชนิด ได้แก่ 1) อุปสงค์ต่อราคา (Price demand) 2) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income demand) และ 3) อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (Cross demand) และแม้ว่าจะแบ่งอุปสงค์ออกเป็น 3 ชนิด แต่อุปสงค์แต่ละชนิดที่นักเศรษฐศาสตร์กล่าวถึงมากที่สุด คือ อุปสงค์ต่อราคาและหากพิจารณาไปแล้วอุปสงค์ชนิดนี้อาจเรียกได้ว่า เป็นตัวกำหนดโดยตรงต่อการซื้อสินค้าเพราะผู้บริโภคทุกคนเมื่อทราบว่า ราคาสินค้าถูก หรือ แพง จะมีความหวั่นไหวต่อการที่จะเลือกซื้อทันที

แนวคิดได้ว่าทฤษฎีอุปทาน (Supply) มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว คือ ระดับราคา (Price) กับปริมาณการผลิตของผู้ขาย (Quantity) อาจกล่าวได้ว่า จำนวนหรือปริมาณความต้องการขายสินค้าและบริการของผู้ผลิตหรือผู้ขายในช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด ที่มีความเต็มใจที่จะขายและผลิตสินค้าและบริการ นำมาเสนอขายให้กับผู้ซื้อหรืออุปสงค์ต่อราคา ในระดับราคาของผู้ผลิตหรือผู้ขายพึงพอใจ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ของอุปทานคงที่ โดยอุปทานเป็นไปตามกฎอุปทานที่กล่าวว่า เมื่อระดับราคาสินค้าและบริการมีราคาเพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการผลิตของผู้ขายมีแนวโน้มการผลิตออกมาขายเพิ่มขึ้น ขณะที่เมื่อระดับราคาสินค้าและบริการมีราคาลดลง ทำให้ปริมาณการผลิตของผู้ขายมีแนวโน้มในการผลิตออกมาขายน้อยลงเช่นกัน เมื่อวิเคราะห์แนวคิดของอุปสงค์และอุปทาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทั้งอุปสงค์และอุปทาน คือ “ระดับราคา” ที่ทำให้ปริมาณการซื้อของอุปสงค์หรือปริมาณการขายของอุปทานผันแปรไปตาม แต่อุปสงค์ระดับราคากับปริมาณการซื้อจะมีลักษณะแปรผกผัน (ทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าแพงขึ้น ปริมาณการซื้อก็จะซื้อลดลง ขณะที่เมื่อระดับราคาสินค้าถูกลง ปริมาณการซื้อก็มีซื้อเพิ่มขึ้น) ขณะที่อุปทานระดับราคากับปริมาณการขายจะมีลักษณะแปรผัน (ทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าแพงขึ้น ปริมาณการผลิตก็จะเพิ่มขึ้น ขณะที่เมื่อระดับราคาสินค้าถูกลง ปริมาณการผลิตก็มีแนวโน้มลดลง เพราะระดับราคาสินค้าไม่จูงใจในการสร้างกำไรเพิ่มขึ้นนั่นเอง) สำหรับการนำทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีอุปทานมากำหนดราคาและดุลยภาพของตลาดนั้น ระดับราคาและปริมาณจุดตัดกันพอดีระหว่างเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทาน ทำให้เกิด “จุดดุลยภาพ” (Equilibrium point) เป็นจุดที่เกิดความพึงพอใจระหว่างความต้องการซื้อของผู้บริโภคกับความต้องการขายของผู้ผลิตนั่นเอง

คำถามทบทวนประจำบทที่ 2

1. ให้นิยามความหมายของคำว่า “อุปสงค์” ของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอย่างละเอียด
2. ฟังก์ชันอุปสงค์มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใดกับตัวแปรใด และเหตุใดทำไมฟังก์ชันจึงมีเครื่องหมายติดลบหน้า Q_x^d นัยบ่งบอกอะไร อธิบายให้ชัดเจน
3. กฎของอุปสงค์มีการอธิบายโดยวันรัช มิ่งมณีนาคินว่าอย่างไร อธิบายให้ชัดเจน
4. ให้สมมติสมการอุปสงค์ ตารางอุปสงค์และเส้นอุปสงค์ พร้อมทั้งอธิบายให้ชัดเจน
5. ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงกับปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมของตัวกำหนดอุปสงค์มีความแตกต่างกันอย่างไร อธิบายให้ชัดเจน
6. การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อกับการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์มีความแตกต่างกันอย่างไร อธิบายให้ชัดเจน
7. ให้อธิบายภาพแสดงการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ พร้อมทั้งอธิบายลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่มีอุปสงค์เพิ่มขึ้นและการเปลี่ยนแปลงที่มีอุปสงค์ลดลง
8. ให้อธิบายความแตกต่างระหว่างอุปสงค์ของบุคคลกับอุปสงค์ของตลาด พร้อมทั้งยกตัวอย่างเป็นตารางและสร้างเป็นเส้นอุปสงค์
9. ให้อธิบายความหมายของคำว่า “อุปทาน” ของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยอย่างละเอียด
10. ให้อธิบายกฎแห่งอุปทานมีความหมายว่าอย่างไร พร้อมทั้งยกตัวอย่างสินค้าและบริการให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์
11. ให้สมมติสมการอุปทาน ตารางอุปทานและเส้นอุปทาน พร้อมทั้งอธิบายให้ชัดเจน
12. ให้อธิบายคำว่า “ดุลยภาพของตลาดและการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพ” พร้อมทั้งวาดภาพแล้วอธิบายให้ชัดเจน

เอกสารอ้างอิงประจำบทที่ 2

- ชยันต์ ต้นติวีสตาการ. (2561). **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ขั้นสูง**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นราทิพย์ ชุติวังศ์. (2552). **หลักเศรษฐศาสตร์ I: จุลภาคเศรษฐศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2562). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. พิมพ์ครั้งที่ 21. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิรุณสิริ ใจมา. (2559). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน. (2562). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น: การวิเคราะห์และประยุกต์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Alam, I. (2019). **Microeconomics. (Econ-101)**. (Online). Available: <https://www.studocu.com/row/document/midlands-state-university/financial-accounting-for-companies/exam-2019-questions-and-answers/6141907>. (Retrieved February 10, 2021).
- Marshall, A. (1920). **Principles of Economics**. 8th ed., London: Macmillan and Co.
- Arnold, R. (2010). **Economics**. 9th ed., Printed in China: South-Western.
- Bade, R. & Parkin, M. (2002). **Foundations of microeconomics**. Boston: Pearson Education.
- Feigenbaum, Susan K. and Hafer R. (2012). **Principles of Microeconomics: The Way We Live**. New York, NY: Worth Publishers.
- McEachern, W. (2009). **Economic Principles: A Contemporary Introduction**. 8th ed., Printed in China: South-Western.
- Parkin, M. (2008). **Microeconomics**. 8th ed., New York: Addison Wesley.
- Samuelson, P. and William, W. (2002). **MicroEconomics**. 17th ed., New York: McGrawHill Book Company.

- Sexton, R., Fortuna, P., Kovacs, C., & Darren, C. (2016). **Exploring Microeconomics**. 4th Canadian Edition., Canada: Nelson Education, Nelson Education.
- Taylor, J. and Weerapana, A. (2010). **Microeconomics**. 6th ed., China Translation & Printing services limited.
- Yola, A. (2016). **Introduction to Microeconomics: Self-Learning Course Manual**. Nigeria: Centre for Distance Learning, Modibbo Adamawa University of Technology.