

## แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 8

### ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

#### เนื้อหา

1. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์
2. ตลาดผูกขาด
  - 2.1 ลักษณะสำคัญของตลาดที่มีการผูกขาดแท้จริง
  - 2.2 เส้นอุปสงค์และรายรับส่วนเพิ่มของการผูกขาด
  - 2.3 การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในระยะสั้น
  - 2.4 คุณภาพในระยะยาวของการผูกขาด
3. ตลาดผู้ขายน้อยราย
  - 3.1 แนวคิดเบื้องต้นของตลาดผู้ขายน้อยราย
  - 3.2 ลักษณะสำคัญของตลาดผู้ขายน้อยราย
  - 3.3 ราคาและปริมาณผลผลิตของผู้ขายน้อยราย
4. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
  - 4.1 แนวคิดเบื้องต้นของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
  - 4.2 ลักษณะของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
  - 4.3 เส้นอุปสงค์ของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
  - 4.4 คุณภาพระยะสั้นและคุณภาพระยะยาวของผู้ผลิตแต่ละราย

#### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ประกอบด้วยตลาดผูกขาด ตลาดผู้ขายน้อยรายและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ในแนวคิดเบื้องต้นของตลาด รวมทั้งลักษณะสำคัญของตลาดในลักษณะต่างๆ ในการวิเคราะห์ถึงการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตทั้งคุณภาพระยะสั้นและคุณภาพระยะยาว

2. เพื่อให้ นักศึกษาอธิบายแนวคิด ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ประกอบด้วยตลาดผูกขาด ตลาดผู้ขายน้อยรายและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ในแนวคิดเบื้องต้นของตลาด รวมทั้งลักษณะสำคัญของตลาดในลักษณะต่างๆ ในการวิเคราะห์ถึงการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตทั้งคุณภาพระยะสั้นและคุณภาพระยะยาวดังข้อ 1 นำมาซึ่งการวิเคราะห์ วิพากษ์ สามารถยกตัวอย่างในสถานการณ์ปัจจุบันมาวิเคราะห์ตามแนวคิดดังกล่าวได้

3. เพื่อให้นักศึกษาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันจากการนำแนวคิด ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ประกอบด้วยตลาดผูกขาด ตลาดผู้ขายน้อยรายและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ในแนวคิดเบื้องต้นของตลาด รวมทั้งลักษณะสำคัญของตลาดในลักษณะต่างๆ ในการวิเคราะห์ถึงการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตทั้งดุลยภาพระยะสั้นและดุลยภาพระยะยาว

### กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

1. ฟังคำบรรยายประกอบ Power Point เกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียนจากเอกสารคำสอนบทที่ 8
2. ผู้สอนและผู้เรียนอภิปรายร่วมกัน พร้อมทั้งค้นคว้าจากแหล่งต่างๆ
3. ผู้สอนและผู้เรียนช่วยกันสรุปประเด็นสำคัญ โดยการนำเสนอรายงานเป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม
4. ผู้สอนและผู้เรียนให้ศึกษาด้วยการวิเคราะห์กรณีศึกษา ศึกษาจากใช้ปัญหาแก้โจทย์ รวมทั้งให้ทำใบความรู้และปฏิบัติกิจกรรมตามใบงาน
5. ผู้สอนสนทนาซักถามผู้เรียนเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียนจากเอกสารคำสอน
6. ตอบคำถามทบทวนประจำบทที่ 8

### สื่อการเรียนรู้การสอน

1. เอกสารคำสอนวิชา “เศรษฐศาสตร์จุลภาค”
2. สื่อ Power Point ประกอบคอมพิวเตอร์แบบพกพา พร้อมด้วยเครื่องฉาย LCD Projector
3. คำถามทบทวนประจำบทที่ 8

### การวัดผล

1. สังเกตการณ์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการแสดงความคิดเห็น
2. ประเมินผลชิ้นงานต่างๆ ทั้งเป็นรายบุคคลและเป็นรายกลุ่ม
3. สังเกตการณ์วิเคราะห์จากการสนทนา ซักถามผู้เรียนเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียน รวมทั้งไหวพริบการตอบคำถาม
4. ตรวจการตอบคำถามทบทวนประจำบท
5. ทดสอบย่อย ทดสอบกลุ่ม สอบกลางภาคและสอบปลายภาค

## บทที่ 8

### ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ตลาดในความหมายของเศรษฐศาสตร์เป็นความหมายที่กว้างมาก ซึ่งมีจำเป็นต้องเป็นสถานที่ตั้ง มีองค์ประกอบที่ครบถ้วนประกอบด้วย มีผู้ซื้อ มีผู้ขายและมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ผ่านการกำหนดราคาและปริมาณที่ผู้ซื้อ และผู้ขายมีความพึงพอใจในจุดดุลยภาพ ณ ช่วงเวลานั้น ในที่ใดก็ได้ผ่านโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ โดยในบทที่ 7 เป็นการอธิบายถึงตลาดเสรี หรือในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ถือว่าเป็นตลาดในอุดมคติที่ไม่มีอยู่จริงในโลกของการซื้อขายสินค้าและบริการแต่เป็นตลาดที่ทุกคนอย่างให้เป็นลักษณะแบบนั้น โดยในโลกความจริงที่เป็นอยู่นั้น ส่วนใหญ่เป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ทั้งสิ้นไม่ว่าจะที่ไหนของโลกนี้ เราสามารถแบ่งประเภทของตลาดที่แตกต่างกันออกกันนี้ได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ ตลาดการผูกขาด ตลาดผู้ขายน้อยรายและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด บทนี้จะทำการอธิบาย วิเคราะห์ถึงตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ทั้ง 3 ประเภทที่กล่าวมามีลักษณะพิเศษเฉพาะอย่างไร และมีความสำคัญของตลาดในแต่ละประเภทในการแข่งขันของตลาดในโลกปัจจุบัน

#### ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่สามารถมีอิทธิพลต่อราคาสินค้า ราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จึงมีราคาเดียว แต่ในโลกความเป็นจริง ตลาดสินค้าส่วนใหญ่เป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ที่เห็นได้ชัดเจน คือ สินค้าและบริการทุกชนิดล้วนมีเครื่องหมายการค้า (Trademark) ทำให้สินค้าซึ่งวางจำหน่ายในท้องตลาด เป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติในรายละเอียดแตกต่างกันออกไปไม่มากนักน้อย โดยเฉพาะคุณภาพอาจมีความแตกต่างกันมาก สินค้าในชีวิตประจำวันจึงไม่ใช่สินค้าที่มีมาตรฐานเดียวกัน (ประพันธ์ เศรษฐนันท์และไพศาล เล็กอุทัย, 2556: 93-94) ขณะที่ Mithani (2010: 318) อธิบายว่า ในทางทฤษฎี การแข่งขันที่สมบูรณ์แบบ เป็นสถานการณ์ตลาดที่ง่ายที่สุดที่สันนิษฐานโดยนักเศรษฐศาสตร์ แต่อย่างไรก็ตามนักเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่ ทำทนายแนวคิดของการแข่งขันที่สมบูรณ์แบบเพราะถือว่าไม่สมจริงเลย แบบจำลองสิ่งที่จินตนาการขึ้น โดยไม่มีการติดต่อใดๆ กับความเป็นจริงทางเศรษฐกิจทั้งหมด เงื่อนไขของการแข่งขันที่สมบูรณ์แบบไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน ดังนั้น ในความเป็นจริงจึงมีความไม่สมบูรณ์ การแข่งขันมากกว่าที่สมบูรณ์แบบในความเป็นจริงคือการแข่งขันไม่เคยสมบูรณ์แบบ ดังนั้นจึงมีการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ เมื่อสมบูรณ์แบบซึ่งรูปแบบการแข่งขันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อไม่มีอยู่จริง สิ่งนี้เกิดขึ้นในขณะที่จำนวนบริษัทอาจมีน้อยหรือผลิตภัณฑ์อาจแตกต่างกันไปตามผู้ขายที่แตกต่างกัน ในทำนองเดียวกันไม่มีการผูกขาดอย่างแท้จริง

ในความเป็นจริง การแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ครอบคลุมรูปแบบอื่นๆ ของโครงสร้างตลาดตั้งแต่ระดับสูง การแข่งขันกับการแข่งขันน้อยลงตามธรรมชาติ ผู้ขายน้อยรายและการแข่งขันผูกขาด จัดอยู่ในประเภทโครงสร้างตลาดที่เหมือนจริงที่สุดภายใต้การแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์จึงเป็นตลาด ที่ขาดคุณลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์อย่างน้อย ข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อ นั่นคือ (วิรุณศิริ ใจมา, 2559: 243-244)

**1. ผู้ขายมีจำนวนไม่มาก** โดยเฉพาะในด้านผู้ขาย มีการกีดกันผู้ประกอบการรายใหม่ด้วยมาตรการต่างๆ กิจกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงมากๆ ก็มีแต่ผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้น ที่เข้ามาประกอบการได้ สินค้าและบริการมาตรฐานใกล้เคียงกันเป็นกิจกรรมผูกขาดโดยรัฐ หรือการให้สัมปทานเอกชนเป็นรายๆ ไป ทำให้ผู้ผลิตรายอื่นหมดโอกาสเข้ามาทำการผลิตแข่งขันกัน การรวมตัวของผู้ซื้ออาจมีอยู่บ้าง เช่น เมื่อพ่อค้าคนกลางรวมตัวกันกดราคาสินค้าเกษตร เกษตรกรอาจตอบโต้โดยจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเพื่อรวมกันซื้อปัจจัยการผลิตคราวละมากๆ เพื่อให้ได้รับส่วนลดการค้า เป็นต้น

**2. สินค้าทั่วไปมีลักษณะไม่เหมือนกันทุกประการ** อย่างน้อยมีเครื่องหมายการค้าต่างกัน มีการโฆษณาสินค้าทางสื่อมวลชนทุกประเภทอยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ว่ารูปพรรณสัณฐานและคุณภาพของสินค้าแต่ละอย่างอาจไม่แตกต่างกัน แต่อธิพลจากการโฆษณาทางการตลาดทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าสินค้าแตกต่างกัน แม้กระทั่งสินค้าเกษตรในปัจจุบัน ก็มีการโฆษณาแหล่งผลิตที่เป็นเครื่องหมายการค้าของสินค้าเกษตรชนิดนั้นๆ เช่น ข้าวจากแปดริ้ว ข้าวทุ่งกุลาร้องไห้ที่ร้อยเอ็ด ทูเรียนเมืองนนท์ หน่อไม้จากปราจีนบุรี เป็นต้น

**3. ความรู้เรื่องความเคลื่อนไหวของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์** ทั้งฝ่ายผู้ซื้อและฝ่ายผู้ขาย ยิ่งในสภาวะการณ์การจราจรที่ติดขัดเป็นอัมพาต หรือการโทรคมนาคมยังไม่ก้าวหน้า ดังเช่น ทุกวันนี้ ย่อมไม่มีทางที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดได้ทันกาลแน่นอน

**4. การเข้าหรือออกจากอุตสาหกรรมในความเป็นจริงทำได้ยาก** ในปัจจุบันสินค้าจำนวนหนึ่งได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย ผู้ประกอบการรายอื่นเข้ามาทำการผลิตแข่งขันไม่ได้ มีการให้สัมปทานในกิจการต่างๆ ทำให้การเข้าและออกจากอุตสาหกรรมไม่เป็นไปอย่างเสรี และถึงแม้ว่าจะไม่มีอุปสรรคแทรกแซงจากภายนอก แต่ก็อาจมีอุปสรรคจากภายในหน่วยผลิตเอง เช่น การเคลื่อนย้ายเครื่องจักรกลการผลิตที่ทำให้ยาก เพราะต้องมีค่าใช้จ่ายต้องใช้เงินก้อนใหญ่ หน่วยผลิตไม่พร้อมที่จะทำเช่นนั้น หรือบางครั้งเป็นอุตสาหกรรมการผลิตซึ่งไม่มีผลกำไร จึงไม่อาจหาผู้รับช่วงต่อไป เช่น อุตสาหกรรมในด้านอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ในส่วนของคนทำงานก็อาจมีปัญหาในด้านสังคมเช่นกัน เช่น คนทำงานคุ้นเคยกับสถานที่ จึงไม่อยากเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมเดิม ถ้าเปลี่ยนแปลงสถานที่ทำงานพ่อบ้านย่อมมีภาระต้องหาโรงเรียนให้บุตร หรือต้องหางานใหม่ให้ภรรยาในสถานที่ใหม่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคที่สำคัญทำให้การโยกย้ายถิ่นทำได้ไม่เต็มที่

จากคุณลักษณะข้างต้นของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ที่มีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนไม่มากนัก สินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดจะมีลักษณะแตกต่างกันไปมากบ้างน้อยบ้าง ดังนั้นผู้ขายแต่ละรายจึงมีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าของตนได้ในระยะหนึ่งๆ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ (รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล, 2556: 126) ประเภทที่หนึ่งตลาดผูกขาด(Monopoly) ประเภทที่สองตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) และประเภทที่สามตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic competition) ซึ่งในแต่ละประเภทของตลาดมีรายละเอียด ดังนี้

### ตลาดผูกขาด

การผูกขาดสามารถเกิดได้หลายสาเหตุ เช่น การผูกขาดโดยการอนุญาตจากรัฐ การผูกขาดโดยการรวมตัวกันของการผลิต การผูกขาดจากเทคโนโลยีการผลิต การผูกขาดเนื่องจากไม่มีสินค้าอื่นใช้ทดแทนได้เลย การผูกขาดที่เกิดในการผลิตที่มีการประหยัดต่อขนาดทำให้ผู้ผลิตรายใหญ่มีต้นทุนต่ำกว่าผู้ผลิตรายย่อย จนผู้ผลิตรายย่อยไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ได้ หรือเรียกว่าการผูกขาดโดยธรรมชาติ โดยคำว่า “ตลาดผูกขาด” สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน (2562: 151) ได้อธิบายไว้ว่าเป็นตลาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียว โดยสินค้านั้นไม่มีสินค้าอื่นที่สามารถทดแทนได้ ดังนั้น ตลาดผูกขาดผู้ผลิตมีสิทธิ์ในการกำหนดราคาได้ตามความต้องการ อย่างไรก็ตามหากผู้ผลิตตั้งราคาสูงเกินไปก็จะขายสินค้าได้น้อยลง แต่ถ้าลดราคาลงก็สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น โดยเป็นไปตามอุปสงค์ของตลาด ในกรณีนี้เส้นอุปสงค์ที่ผู้ผลิตเห็น (Demand as seen by producer) เป็นเส้นเดียวกับเส้นอุปสงค์ของตลาด (Market demand) ในส่วนอุปทานของผู้ผูกขาด (Firm supply) ก็เป็นเส้นอุปทานของตลาด (Market supply) เช่นเดียวกันซึ่งลักษณะที่ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาได้ด้วยตนเองนั้น เป็นลักษณะพิเศษของตลาดผูกขาดเนื่องจากมีผู้ผลิตรายเดียวในตลาด ในขณะที่ผู้ผลิตในตลาดอื่นๆ ไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาขายได้อย่างอิสระ เช่น ผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะต้องรับจากตลาดหรือผู้ผลิตในตลาดอื่นๆ การกำหนดราคาสินค้าตนเองจะกระทบกับอุปสงค์ในสินค้าอื่นๆ ด้วย

ในความเป็นจริงตลาดผูกขาดโดยสมบูรณ์ก็หายากเช่นกัน เนื่องจากโดยทั่วไปสินค้ามีความสามารถในการทดแทนกันในระดับหนึ่ง เช่น แม้ในบริษัท Apple จะเป็นผู้ผูกขาดการผลิต iPhone แต่ก็มีบริษัทอื่นๆ ซึ่งผลิตโทรศัพท์มือถือในระบบปฏิบัติการอื่น ที่แม้จะไม่เหมือนกันแต่ก็มีความสามารถในการทดแทน iPhone ได้ ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีความพยายามของภาครัฐในหลายๆ ทางที่จะจำกัดการผูกขาดในการซื้อขายสินค้า ตลาดผูกขาดโดยส่วนใหญ่จึงเป็นลักษณะตลาดสินค้าประเภทได้รับสัมปทานหรืออนุญาตจากรัฐและควบคุมโดยรัฐ ดังที่เกร็ก อีป (Greg IP) แพล โดย ซีรทร วัฒนกุล (2562: 104) ได้อธิบายว่า การที่จะผูกขาดทั้งหมดค่อนข้างหาได้ยาก เนื่องจาก ในโลกปัจจุบันมีการไหลเวียนเพิ่มขึ้นหรือลดลงของสินค้าและบริการคน แนวคิดทั้งเงินทุน

ทั่วทุกมุมโลกที่เรียกว่า “โลกาภิวัตน์” ที่สามารถผลักดัน นำไปให้เกิดทักษะของประชากรในประเทศต่างๆ ออกมาใช้ ถ้ามีการผลิตสินค้าและบริการแก่ตลาดที่กว้างไกล ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ผลผลิตเพิ่มสูงขึ้น และได้รับค่าจ้างเพิ่มมากขึ้น

### 1. ลักษณะสำคัญของตลาดที่มีการผูกขาดแท้จริง (Monopoly power)

ตลาดที่มีการผูกขาดแท้จริง (Monopoly power) มีข้อสมมติเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของตลาด ดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 169-175)

1. มีผู้ผลิต/ผู้ขายเพียงรายเดียว เรียกว่าผู้ผูกขาด (Monopolist)
2. สินค้ามีคุณสมบัติไม่เหมือนใคร ไม่สามารถหาสินค้าอื่นๆ มาแทนได้อย่างใกล้เคียง
3. ผู้ผลิตสามารถกีดกันไม่ให้ผู้อื่นเข้ามาผลิตแข่งขันได้

นอกจากนั้นมิถานี (Mithani, D.M., 2010: 355-356) อธิบายในลักษณะเช่นเดียวกันว่าคุณสมบัติของการผูกขาด ลักษณะเฉพาะของบริษัทผูกขาด คือ

1. บริษัทเดียว ผู้ผูกขาดเป็นผู้ผลิตรายเดียวในตลาด ดังนั้นภายใต้บริษัทผูกขาดและอุตสาหกรรมเหมือนกัน
2. ไม่มีสิ่งทดแทน ไม่มีผลิตภัณฑ์ทดแทนที่แข่งขันได้อย่างใกล้ชิดสำหรับผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ผู้ซื้อไม่มีทางเลือกหรือทางเลือก พวกเขาต้องซื้อสินค้าหรือไป ปราศจากมัน
3. คัดค้านในการแข่งขันเพื่อเป็นแหล่งอุปทานเดียว ซึ่งจะมีการผูกขาดได้สมบูรณ์
4. ผู้กำหนดราคา ผู้ผูกขาดเป็นผู้กำหนดราคาและจะไม่เป็นผู้รับราคา อันที่จริงราคาจะเป็นผู้มีอำนาจการยึดเป็นที่แน่นอนอยู่ในฐานะที่จะกำหนดราคา สำหรับสินค้าตามที่สามารถเปลี่ยนแปลงราคาจากผู้ซื้อไปยังผู้ซื้อ
5. เส้นอุปทานที่ลาดลง บริษัทผูกขาดที่อุตสาหกรรมที่ต้องเผชิญ คือ เส้นอุปสงค์ที่ลาดลงอันเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของตน หมายความว่า ไม่สามารถขายได้มากขึ้นของผลผลิต เว้นแต่ราคาจะลดลง
6. อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด ผู้ผูกขาดที่แท้จริงจะไม่มีคู่แข่ง เนื่องจากอุปสรรคบางประการ เช่น มีอุปสรรคทางกฎหมาย เทคโนโลยี เศรษฐกิจ หรือธรรมชาติ ซึ่งอาจปิดกั้นการเข้ามาของบริษัทใหม่
7. การกำหนดราคาของผู้ผูกขาด มีอำนาจควบคุมอย่างสมบูรณ์ อุปทานของตลาดในกรณีที่ไม่มีผลิตภัณฑ์ทดแทนในระยะใกล้หรือระยะไกล สามารถกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตที่จะจำหน่ายในตลาดได้

แม้ว่าผู้ผูกขาดจะเป็นผู้กำหนดราคา แต่ก็ไม่มีอำนาจไม่จำกัดที่จะคิดราคาสูงๆ หากผู้ซื้อปฏิเสธที่จะซื้อในราคาที่สูงมาก ก็ต้องคงราคาที่ต่ำกว่านี้ไว้ ดังนั้น กล่าวได้ว่าผู้ผูกขาดจึงมีอำนาจใน

การกำหนดราคา (Price searcher) หรือกำหนดปริมาณขายอย่างใดอย่างหนึ่ง เพียงอย่างเดียวใน 2 ทางเลือกนี้ นั่นคือ 1) ขึ้นราคาสินค้าหรือ 2) เพิ่มปริมาณขายตามต้องการโดยลดราคา

การผูกขาดเกิดขึ้นจากสาเหตุต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตหลายรายตกลงรวมตัวกันผูกขาดการผลิต โดยยุบรวมเป็นบริษัทเดียวกัน ในบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาและอังกฤษ เป็นต้น ถือว่าเป็นสิ่งผิดกฎหมาย สำหรับประเทศไทยยังไม่มียกเว้นห้ามการผูกขาด

2. รัฐบาลออกกฎหมายให้ผูกขาดการผลิตแต่ผู้เดียว เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจและสังคมส่วนรวม เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท ปรประปา เป็นต้น หรือเพื่อเป็นการควบคุมไม่ให้สร้างความเสียหายแก่ส่วนรวมจนเกินไป เช่น การผลิตยาสูบ และสลากกินแบ่ง เป็นต้น การผูกขาดโดยกฎหมายนี้ (Legally monopoly) รัฐบาลจะให้สิทธิผูกขาดแก่ผู้ผลิตคนใดคนหนึ่งแต่ผู้เดียว หรือรัฐบาลผูกขาดทำเองถ้ารัฐบาลให้เอกชนเป็นผู้ผูกขาด ก็มักจะมีเงื่อนไขว่าต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล ทั้งนี้เพื่อป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภค

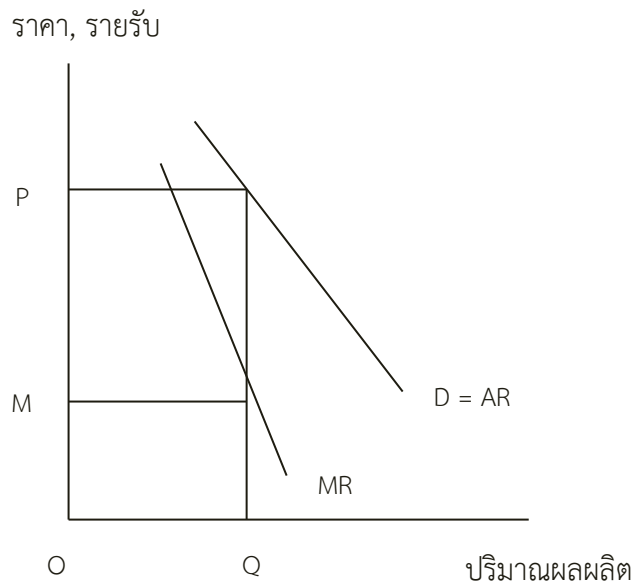
3. ขนาดของกิจการต้องใหญ่มากจึงจะมีทางลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำ (Economy of scale) ซึ่งมีกิจการบางอย่าง เช่น การผลิตเหล็กกล้า การผลิตรถยนต์ การกลั่นน้ำมัน เป็นต้น ถ้าไม่มีขนาดใหญ่โตจริงๆ และผลิตจำนวนมากแล้ว จะไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีต้นทุนการผลิตต่ำ ในกรณีเช่นนี้ผู้ผลิตใหม่จะเข้าทำการผลิตแข่งขันได้ยากมาก เพราะถ้าเป็นกิจการขนาดเล็ก ต้นทุนจะสูงมากและจะไม่ได้รับแม้แต่กำไรปกติ แต่ถ้าเป็นกิจการขนาดใหญ่ก็ต้องลงทุนมหาศาลอุปสรรคสำคัญคือเงินลงทุนจำนวนมากซึ่งรวบรวมได้ยาก

4. เป็นเจ้าของวัตถุดิบที่สำคัญแต่ผู้เดียว ผู้ผลิตอื่นไม่มีทางที่จะผลิตแข่งขันได้ตราบดีที่ยังไม่สามารถหาวัตถุดิบอื่นมาใช้แทนได้สำเร็จ ยกตัวอย่างกรณีบริษัท The Aluminum Company of America ผู้ผูกขาดการผลิตอะลูมิเนียมแต่ผู้เดียวในสหรัฐอเมริกา เพราะบริษัทเป็นเจ้าของเหมืองแร่อะลูมิเนียมเกือบทั้งหมด

5. การจดทะเบียนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ในบางประเทศมีกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์สิ่งประดิษฐ์ ผู้ประดิษฐ์จะจดทะเบียนลิขสิทธิ์สิ่งประดิษฐ์ของตนไว้ จึงมีอำนาจผูกขาดในการผลิตสิ่งประดิษฐ์แต่ผู้เดียวนานเท่าอายุของทะเบียนลิขสิทธิ์ที่กำหนดไว้ (โดยปกติคือ 17 ปี)

## 2. เส้นอุปสงค์และรายรับส่วนเพิ่มของการผูกขาด (Demand and marginal revenue)

เนื่องจากตลาดที่มีการผูกขาดแท้จริงมีผู้ผลิตเพียงรายเดียว ดังนั้นอุปสงค์ของตลาดจึงเป็นอุปสงค์ของผู้ผูกขาดด้วย โดยปกติอุปสงค์เป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา รายรับเพิ่ม (MR) จึงเป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวาเช่นเดียวกัน และมีความชันเป็น 2 เท่าของความชันของเส้นอุปสงค์ ดังภาพประกอบที่ 8.1



ภาพประกอบที่ 8.1 เส้นอุปสงค์และรายรับส่วนเพิ่ม

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 171)

### 3. การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในระยะสั้น (Determination of price and output in the short-run)

ตลาดผูกขาดแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม และตลาดผูกขาดที่ควบคุมโดยรัฐบาล ในกรณีตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม ผู้ผูกขาดมีอำนาจเต็มที่ในการกำหนดราคาหรือปริมาณขายอย่างใดอย่างหนึ่ง ตลาดผูกขาดที่ควบคุมโดยรัฐบาล ผู้ผูกขาดไม่มีอำนาจกำหนดราคาตามที่ต้องการ รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดราคา การพิจารณาราคาและผลผลิตของตลาด 2 ประเภทนี้จึงต้องแยกจากกัน ดังที่ Salvatore (2004: 350-352) อธิบายว่า

#### 3.1 ตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม (Unregulated monopoly)

เนื่องจากรัฐบาลปล่อยเสรีเกี่ยวกับการกำหนดราคาและจำนวนผลผลิต ดังนั้นผู้ผูกขาดจึงมีอิสระในการกำหนดราคาหรือปริมาณผลผลิต กล่าวคือ เมื่อผู้ผูกขาดกำหนดอย่างหนึ่งแล้วอีกอย่างหนึ่งตลาดจะเป็นผู้กำหนด ถ้าผู้ผูกขาดกำหนดราคา ตลาดจะเป็นผู้กำหนดปริมาณผลผลิต/ขาย ถ้าผู้ผูกขาดกำหนดปริมาณผลผลิต/ขาย ตลาดจะเป็นผู้กำหนดราคา นั่นคือผู้ผูกขาดไม่มีอำนาจกำหนดทั้งราคาและปริมาณขายพร้อมกัน

##### 3.1.1 กำไรจากการผูกขาด (Monopoly profit)

จากตารางที่ 8.1 ผู้ผูกขาดจะได้กำไรสูงสุดเมื่อผลิต 6 หน่วยราคาหน่วยละ 15 บาท トラบไคที่ผลิตยังไม่ถึง 6 หน่วย ต้นทุนส่วนเพิ่มต่ำกว่ารายรับส่วนเพิ่ม ( $MC < MR$ ) แสดงได้ว่า



กำไรจะมากขึ้นเมื่อผลิตเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้าม ถ้าผลิตมากกว่า 6 หน่วยกำไรจะลดลงเมื่อผลิตเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะหลังจากหน่วยที่ 6 แล้ว ต้นทุนส่วนเพิ่มจะสูงกว่ารายรับส่วนเพิ่ม ( $MC > MR$ ) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้ผูกขาดจะได้กำไรสูงสุด เมื่อผลิตตรงจุดที่  $MC = MR$  ในตารางที่ 8.1

ตารางที่ 8.1 การกำหนดราคาและผลผลิตของบริษัทผูกขาด

จำนวน ผลผลิต	ราคา ต่อหน่วย	รายรับ ส่วนเพิ่ม (MR)	ต้นทุน ส่วนเพิ่ม (MC)	รายรับ รวม (TR)	ต้นทุนรวม (TC)	กำไร สุทธิ
1	20	20	8.00	20	8.00	12.00
2	19	18	8.00	38	16.00	22.00
3	18	16	8.25	54	24.25	29.75
4	17	14	8.50	68	32.75	35.25
5	16	12	9.00	80	41.75	38.25
6	15	10	9.80	90	51.55	38.45 ดุลยภาพ
7	14	8	10.45	98	62.00	36.00
8	13	6	12.00	104	74.00	30.00
9	12	4	14.00	108	88.00	18.00
10	11	2	20.00	110	108.00	2.00

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 172)

ข้อมูลในตารางที่ 8.1 สามารถนำมาเขียนเป็นรูปได้ในลักษณะแบบเดียวกับภาพประกอบที่ 8.2 ซึ่งแสดงการกำหนดราคาเพื่อให้มีกำไรสูงสุด ในกรณีนี้ ผู้ผูกขาดจะผลิตเป็นจำนวน  $Q_Q$  หน่วย และขายราคาหน่วยละ  $OP$  ได้กำไรทั้งสิ้นเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม  $PFEC$

การกำหนดปริมาณผลผลิตและราคา โดยภาพประกอบที่ 8.2 ให้พิจารณา ดังนี้ เนื่องจากผู้ผลิตต้องการกำไรสูงสุด ดังนั้นปริมาณผลผลิตจะอยู่ตรงกับจุดตัดของเส้น  $MC$  และ  $MR$  (นั่นคือ  $MC = MR$ ) จุดตัดนี้สามารถลากเส้นตั้งฉากกับแกนนอน ณ จุด  $Q$  จะได้ปริมาณผลผลิตที่ให้กำไรสูงสุด ต่อไปลากเส้นตรงขึ้นไปพบเส้นอุปสงค์ที่จุด  $F$  จากจุด  $F$  ลากเส้นตั้งฉากกับแกนตั้งที่  $P$  จะได้ราคาต่อหน่วยที่ผู้บริโภคจ่าย

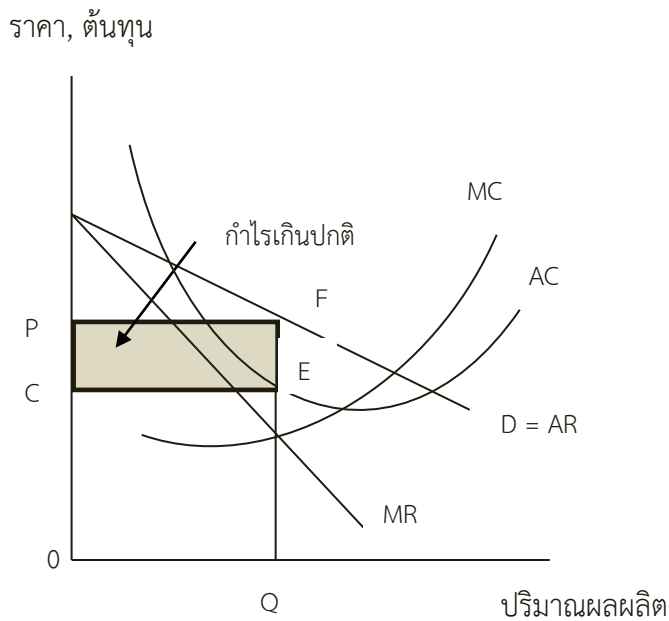
นอกจากนี้ เราสามารถหาต้นทุนเฉลี่ยและกำไรจากรูปได้อีกด้วย เส้นตรงที่ลากผ่านจุดตัดของเส้น MC และ MR ไปยังเส้นอุปสงค์จะผ่านเส้น AC ที่จุด E จากจุด E ลากเส้นตั้งฉากกับแกนตั้งที่จุด C จุด C คือ ต้นทุนเฉลี่ยสำหรับจำนวนผลิต  $OQ$  หน่วย

$$\text{กำไรเฉลี่ย} = \text{รายรับเฉลี่ย} - \text{ต้นทุนเฉลี่ย}$$

$$CP = OP - OC$$

กำไรทั้งสิ้นคือ  $CP \times OQ$  (หรือ  $CE$ ) หรือเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม  $PCEF$  กำไรในกรณีนี้เป็นกำไรเกินปกติ เพราะผู้ผลิตมีรายได้รวมสูงกว่าต้นทุนรวม

ข้อที่น่าสังเกตจากการวิเคราะห์ข้างต้น คือ ในตลาดที่มีการผูกขาด ราคาสินค้าจะสูงกว่า  $MC$  เสมอ ไม่ว่าผู้ผลิตจะมีกำไรสูงสุดหรือขาดทุนต่ำสุด และนี่เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้การผูกขาด



**ภาพประกอบที่ 8.2** การวิเคราะห์ดุลยภาพในระยะสั้นของผู้ผูกขาด

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 173)

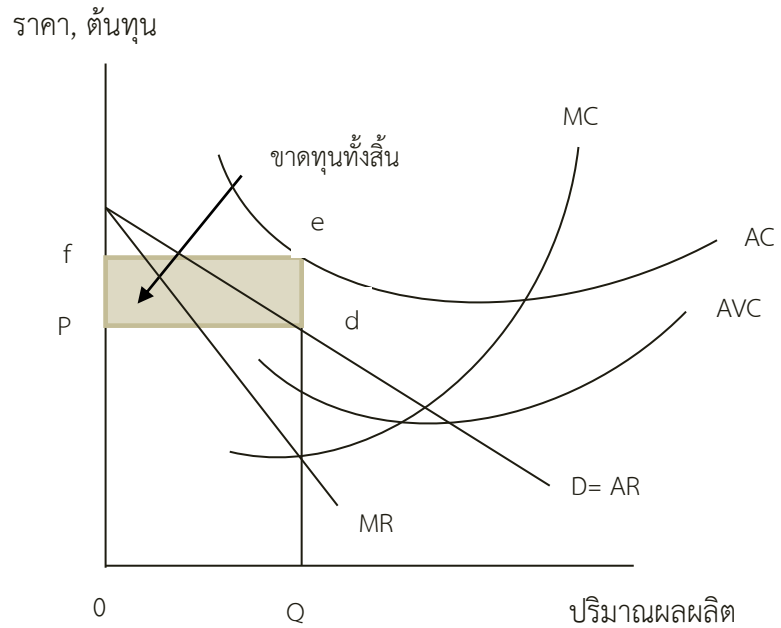
นำมาซึ่งการจัดสรรทรัพยากรที่ขาดประสิทธิภาพ การที่ราคาสูงกว่า  $MC$  สามารถแสดงว่ามีการนำทรัพยากรมาใช้ ในการผลิตน้อยกว่าที่ผู้บริโภคต้องการ การจัดสรรทรัพยากรจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด เมื่อสินค้ามีราคาเท่ากับ  $MC$  ซึ่งเป็นกรณีการแข่งขันสมบูรณ์

อนึ่ง จากภาพประกอบที่ 8.2 จะเห็นว่าราคาตลาดอยู่สูงกว่าต้นทุนเฉลี่ย แสดงว่าผู้ผลิตได้รับกำไรเกินปกติซึ่งเป็นกำไรจากการผูกขาด (Monopoly profit) กำไรนี้ ถ้ามีอยู่ตลอดไปย่อมแสดงถึงความสำเร็จในการก่อกำหนดผูกขาด เพราะถ้าผู้ผลิตใหม่สามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ กำไรเกินปกตินี้จะค่อยๆ ลดลงจนในที่สุดคงเหลือแต่กำไรปกติ

### 3.1.2 การขาดทุนน้อยที่สุด (Loss minimization)

อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่ผู้ผูกขาดทุกรายจะได้กำไรเกินปกติเสมอไป ผู้ผูกขาดบางรายอาจมีต้นทุนเฉลี่ยสูง หรือผลิตในปริมาณน้อย ในกรณีเช่น ผู้ผลิตอาจได้รับเพียงกำไรปกติ หรือหากรายรับไม่พอจ่ายก็อาจประสบภาวะขาดทุน ในกรณีที่ขาดทุน ผู้ผูกขาดจะผลิตต่อไปหรือเลิกผลิตในระยะสั้น ขึ้นอยู่กับรายรับเฉลี่ยสูงหรือต่ำกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ย ถ้ารายรับเฉลี่ยสูงกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ยก็น่าที่จะผลิตต่อไป โดยผลิต ณ ระดับ  $MC = MR$  เพราะจะขาดทุนน้อยที่สุด แต่ถ้ารายรับเฉลี่ยต่ำกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ย ผู้ผูกขาดควรเลิกผลิตเพราะจะสูญเสียน้อยกว่า หากมีการขาดทุนต่อเนื่องเป็นเวลานานก็ต้องเลิกกิจการ

ตามภาพประกอบที่ 8.3 อุปสงค์ไม่มากพอที่จะทำให้ผู้ผูกขาดมีกำไร ทุกจุดบนเส้นอุปสงค์แสดงราคาต่ำกว่าทุนเฉลี่ยทั้งสิ้น ในกรณีเช่นนี้ผู้ผูกขาดจะผลิต  $0Q$  หน่วย เพราะขาดทุนน้อยที่สุดเนื่องจากตรงระดับผลิตนี้  $MC = MR$  และขายในราคาหน่วยละ  $OP$  เนื่องจากการผลิต  $0Q$  หน่วย ผู้ผูกขาดเสียต้นทุนการผลิตหน่วยละ  $Of$  ดังนั้นจึงขาดทุนหน่วยละ  $Pf$  ขาดทุนทั้งหมดเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม  $fedp$



ภาพประกอบที่ 8.3 การขาดทุนต่ำสุด

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 174)

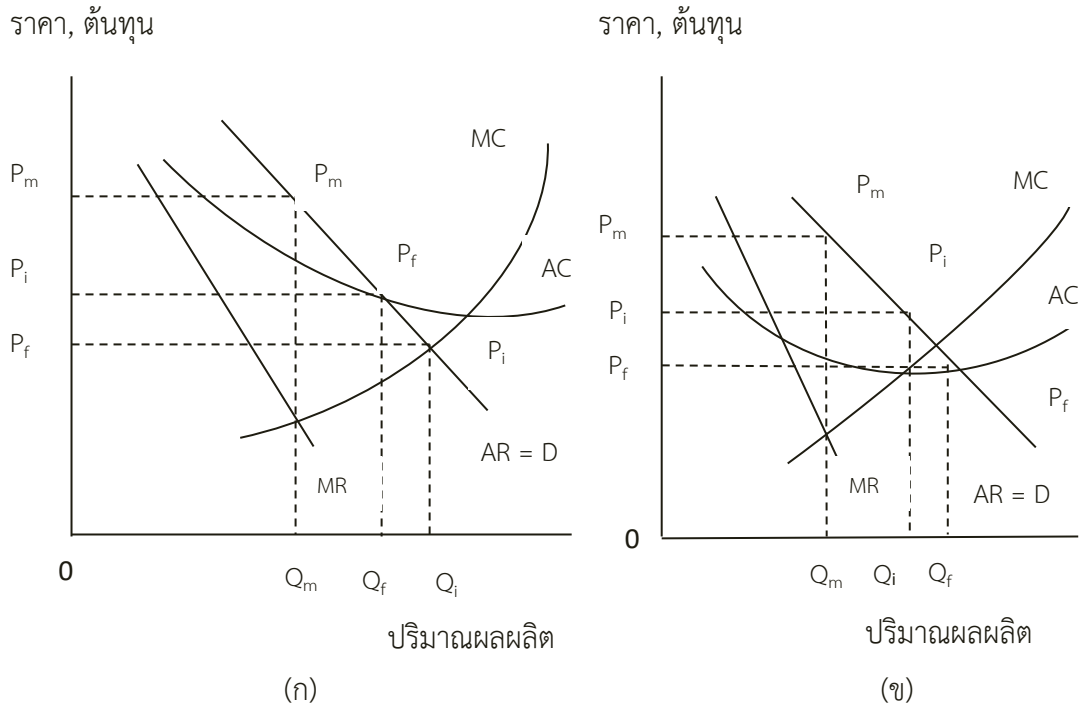
### 3.2 การผูกขาดโดยมีรัฐบาลเป็นผู้ควบคุม (Regulated monopoly)

ได้กล่าวไว้ในตอนต้นว่า กิจการบางอย่างจะเป็นต้องให้มีผู้ผลิตเพียงรายเดียว จึงจะได้ประโยชน์จากขนาดของการผลิต (Economy of scale) เช่น กิจการรถไฟ สายการบินและโทรศัพท์ เป็นต้น หรือรัฐบาลสามารถป้องกันความเสียหายไม่ให้ลุกลามในวงกว้าง เช่น การผลิตสุรา บุหรี่ และสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลจึงออกกฎหมายรับรองการผูกขาด แต่เมื่อรัฐบาลยอมให้มีการผูกขาด รัฐบาลก็ต้องมีหน้าที่ดูแลการตั้งราคาไม่ให้สูงเกินไปจนอาจสร้างความเดือดร้อนแก่ผู้บริโภค เนื่องจากจุดประสงค์ที่รัฐบาลยอมให้มีการผูกขาด มีได้อยู่ที่กำไรสูงสุด ดังนั้นจึงไม่ควรนำเงื่อนไข  $MC = MR$  มาใช้ในการตั้งราคา การตั้งราคาควรพิจารณาจากเกณฑ์อื่นที่เหมาะสมกว่า

เราทราบแล้วว่า ต้นทุนรวม (TC) ได้รวมกำไรปกติ (ซึ่งเป็นค่าตอบแทนปกติของผู้ประกอบการ) ไว้แล้ว และต้นทุนเฉลี่ยก็รวมกำไรปกติเฉลี่ยไว้แล้วเช่นกัน ดังนั้นหากตั้งราคาตามเงื่อนไข  $AC = AR$  ย่อมจะเป็นราคายุติธรรม (Fair price,  $P_f$ ) กล่าวคือ หน่วยผลิตก็ยังมีกำไรปกติ ขณะที่ผู้บริโภคก็จ่ายในราคาต่ำกว่า ราคาผูกขาดที่ปราศจากการควบคุม

$$\text{ดังนั้นราคายุติธรรม คือ } P_f = AC = AR$$

อย่างไรก็ตาม ในทางทฤษฎียังไม่แน่ว่า  $P_f$  เป็นราคาที่ก่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะราคา  $P_f$  นี้ไม่ได้อยู่บนเส้น  $MC$  การผลิตบนเส้นนี้ถือว่ามีการจัดสรรทรัพยากรการผลิตอย่างเหมาะสม



**ภาพประกอบที่ 8.4** การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตกรณีที่มีการควบคุม  
ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 175)

ตามภาพประกอบที่ 8.4 (ก) ราคา  $P_f$  อยู่สูงกว่าค่า  $MC$  (ณ ปริมาณผลผลิตเดียวกัน) แสดงว่าการนำทรัพยากรมาใช้ในการผลิต (สินค้า/บริการที่กำลังพิจารณา) ยังน้อยเกินไป หรืออีกนัยหนึ่งมีการผลิตสินค้านี้น้อยเกินไป ส่วนกรณีตามภาพประกอบที่ 8.4 (ข) ราคา  $P_f$  อยู่ต่ำกว่าค่า  $MC$  (ณ ปริมาณผลผลิตเดียวกัน) แสดงว่ามีการจัดสรรทรัพยากรมาใช้ในการผลิตมากเกินไป หรืออีกนัยหนึ่งผู้ผลิตถูกบังคับให้ผลิตมากเกินไป ดังนั้นราคาที่ก่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสมจึงเป็น **การกำหนดราคาบนเส้น  $MC$  ( $MC$ -pricing) เรียกว่า ราคาอุดมคติ (Ideal price) คือ  $P_i = MC = AR$**

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่  $P_i$  (ภาพประกอบที่ 8.4 ก) แสดงว่า หน่วยผลิตไม่ได้รับกำไรปกติหรือได้รับเพียงบางส่วน (ทั้ง 2 กรณีเรียกกางๆ ว่าขาดทุน) รัฐบาลก็จะต้องตั้งงบประมาณชดเชยการขาดทุนเพื่อให้หน่วยผลิตอยู่รอดได้ (กรณีตัวอย่างได้แก่กิจการเดินรถประจำทาง ขสมก.)

### 3.3 ดุลยภาพในระยะยาวของการผูกขาด (Determination of price and output in the long-run)

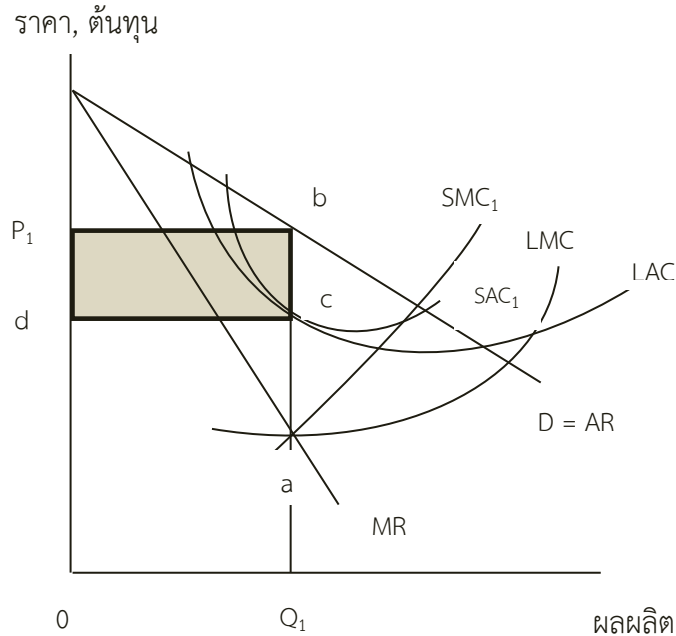
ในระยะยาวผู้ผูกขาดสามารถเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตได้ทุกชนิดรวมทั้งสามารถเปลี่ยนแปลงขนาดของโรงงานได้ ดังนั้น ผู้ผูกขาดจะปรับตัวโดยเลือกโรงงานที่มีขนาดเหมาะสมกับสภาพอุปสงค์ตลาดในขณะนั้น และถ้าผู้ผูกขาดประสบกับภาวะขาดทุน ผู้ผูกขาดจะหยุดผลิตและปิดกิจการทันที อย่างไรก็ตามเนื่องจากผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดผูกขาดได้ยากหรือเข้าไม่ได้เลย ดังนั้น ผู้ผูกขาดจึงยังคงมีโอกาสได้รับกำไรเกินปกติในระยะยาว (วิรุณศิริ ใจมา, 2559: 229-232)

การเลือกขนาดโรงงานของผู้ผูกขาดจะขึ้นอยู่กับสภาพของอุปสงค์ที่ผูกขาดเผชิญอุปสงค์นี้ จะบ่งบอกถึงลักษณะของรายรับเฉลี่ยและรายรับส่วนเพิ่มของผู้ผูกขาด และขึ้นอยู่กับสภาพต้นทุนการผลิตของผู้ผูกขาด โดยผู้ผูกขาดจะเลือกดังนี้ 1) เลือกผลิต ณ ระดับผลผลิตที่ทำให้ได้กำไรสูงสุด ซึ่งตรงกับระดับผลผลิตที่ต้นทุนหน่วยเพิ่ม ในระยะยาวเท่ากับรายรับส่วนเพิ่ม ( $LMC = MR$ ) และ 2) เลือกขนาดโรงงานที่สามารถผลิตผลผลิตในจำนวนที่ทำให้กำไรสูงสุดได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำสุดด้วย (โรงงานขนาดที่มีต้นทุนเฉลี่ยในระยะสั้น เท่ากับต้นทุนเฉลี่ยระยะยาว ( $SAC = LAC$ ) ซึ่งผู้ผูกขาดอาจจะเลือกขนาดโรงงานที่มีขนาดเล็กกว่าเท่ากับ หรือใหญ่กว่าขนาดโรงงานที่เหมาะสม กล่าวโดยย่อคือ ผู้ผูกขาดจะเลือกผลิต ณ ระดับผลผลิตที่  $LMC = MR$  ตัดกันและ  $SAC = LAC$  (เส้น  $SAC$  สัมผัสกับเส้น  $LAC$ )

ภาพประกอบที่ 8.5 – 8.7 ผู้ผูกขาดจะเลือกดังนี้ 1) เลือกระดับผลผลิตที่ต้นทุนส่วนเพิ่มในระยะยาวเท่ากับรายรับส่วนเพิ่ม ( $LMC = MR$ ) ได้แก่ ระดับผลผลิต  $OQ_1$ ,  $OQ_2$  และ  $OQ_3$  ตามลำดับ และ 2) ในแต่ละระดับผลผลิตดังกล่าวผู้ผูกขาดจะเลือกขนาดโรงงานที่สามารถผลิตด้วยต้นทุนต่ำที่สุด (คือ โรงงานขนาดที่มี  $SAC = LAC$ ) ได้แก่ โรงงาน  $SAC_1$ ,  $SAC_2$  และ  $SAC_3$  ตามลำดับ จากลักษณะของการเลือกระดับผลผลิตและระดับโรงงานดังกล่าวจะทำให้ผู้ผูกขาดได้รับกำไรเกินปกติทั้งสามรูป (ภาพประกอบที่ 8.5 – 8.7)

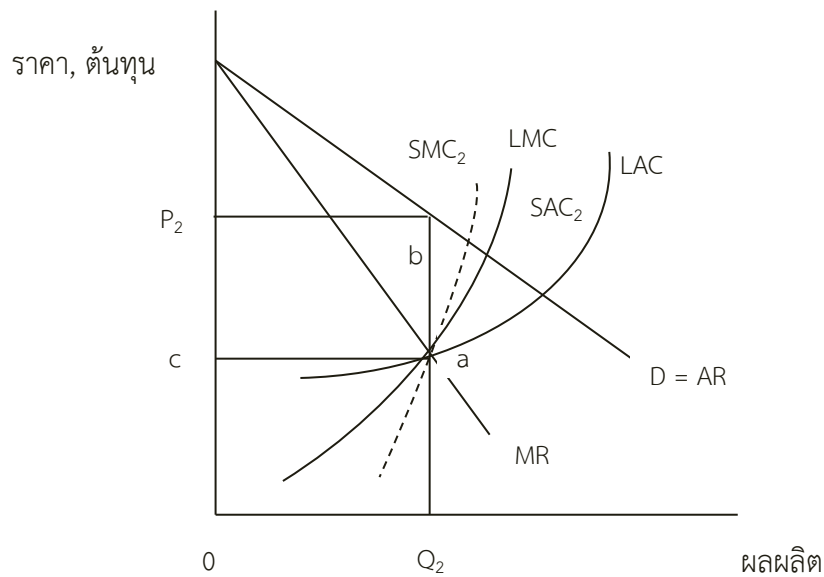
จากภาพประกอบที่ 8.5 หากตลาดผลผลิตของผู้ผูกขาดมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก โดยส่วนรายรับส่วนเพิ่ม ( $MR$ ) ตัดกับเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว ณ ตำแหน่งที่อยู่ด้านซ้ายของจุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว ( $LAC$ ) ผู้ผูกขาดตัดสินใจเลือกการผลิต ณ ระดับผลผลิต  $OQ_1$  โดยใช้โรงงานขนาด  $SAC_1$  ซึ่งมีขนาดเล็กกว่าโรงงานขนาดที่เหมาะสมที่สุด ทั้งนี้จะสังเกตว่า ระดับผลผลิต

$0Q_1$  ที่เลือกนี้มีจำนวนผลผลิตน้อยกว่า ระดับผลผลิตที่จุดต่ำสุดของโรงงานขนาด  $SAC_1$  จึงทำให้สมรรถภาพส่วนเกินหรือกำลังการผลิตส่วนเกิน (Excess capacity) เหลืออยู่



**ภาพประกอบที่ 8.5** ดุลยภาพระยะยาวของผู้ผูกขาดเมื่อใช้ขนาดโรงงานเล็กขนาดที่เหมาะสมที่สุด  
ที่มา: วิรุณศิริ ไจมา (2559: 230) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557: 189)

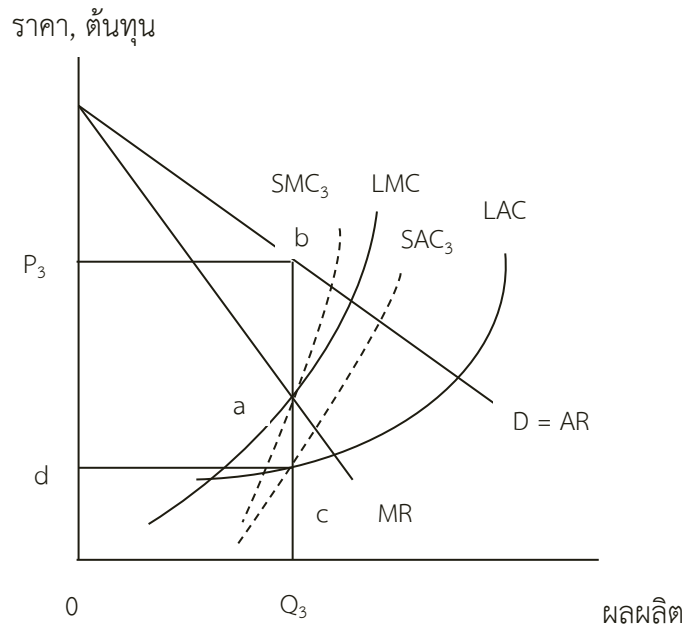
ระดับผลผลิตที่จุดต่ำสุดของโรงงานแต่ละขนาด (จุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ยระยะสั้น SAC) เป็นขนาดของการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (Efficient scale) ซึ่งการผลิต ณ ระดับผลผลิตที่ตรงกับจุดต่ำสุดดังกล่าว มีการใช้สมรรถภาพการผลิตหรือกำลังการผลิตเต็มที่ และไม่มีสมรรถภาพการผลิตหรือกำลังการผลิตส่วนเกิน



**ภาพประกอบที่ 8.6** คุณภาพระยะยาวของผู้ผูกขาดเมื่อใช้ขนาดที่เหมาะสมที่สุด  
ที่มา: วิรุณศิริ ใจมา (2559: 231) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557: 191)

จากภาพประกอบที่ 8.6 ถ้าตลาดผลผลิตของผู้ผูกขาดมีขนาดปานกลาง (ขนาดที่พอดี) โดยเส้นรายรับส่วนเพิ่ม (MR) ตัดกับจุดต่ำสุด ของเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว (LAC) พอดี ผู้ผูกขาดตัดสินใจเลือกการผลิต ณ ระดับผลผลิต  $0Q_2$  (ตรงกับจุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว) และใช้โรงงานขนาด  $SAC_2$  ซึ่งเป็นขนาดโรงงานที่เหมาะสมที่สุด เพราะเป็นโรงงานที่มีจุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ยระยะสั้นสัมผัสกับจุดต่ำสุด ของเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว นอกจากนี้ระดับผลผลิต  $0Q_2$  ยังเป็นระดับผลผลิต ที่จุดต่ำสุดของโรงงานขนาด  $SAC_2$  ด้วย แสดงว่ามีการใช้โรงงานได้อย่างเต็มสมรรถภาพ





**ภาพประกอบที่ 8.7** ดุลยภาพระยะยาวของผู้ผูกขาดขนาดโรงงานใหญ่กว่าขนาดที่เหมาะสมที่สุด  
ที่มา: วิรุณศิริ ใจมา (2559: 231)

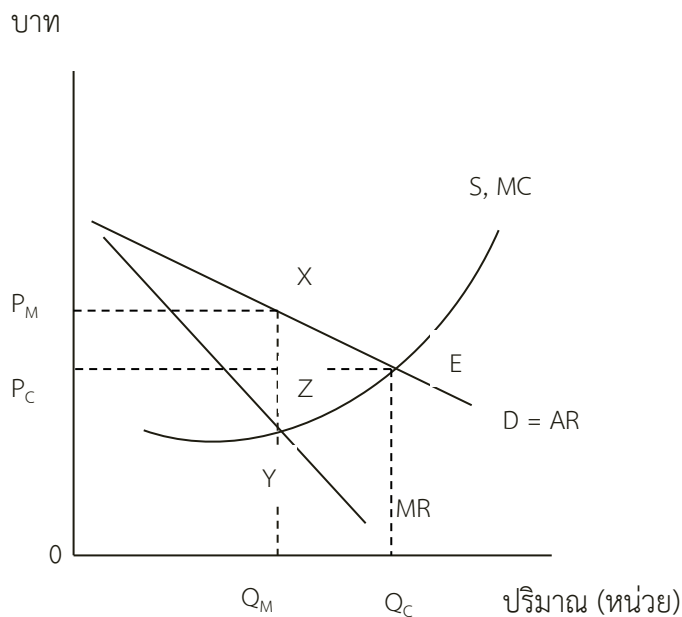
ภาพประกอบที่ 8.7 ถ้าหากตลาดของผู้ผูกขาดมีขนาดใหญ่ จนทำให้เส้นรายรับส่วนเพิ่ม (MR) ตัดกับเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว ณ ตำแหน่งที่อยู่ด้านขวาของจุดต่ำสุด ของเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาว (LAC) ผู้ผูกขาดตัดสินใจเลือกการผลิต ณ ระดับผลผลิต  $0Q_3$  โดยใช้แรงงานขนาด  $SAC_3$  ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าโรงงานขนาดที่เหมาะสมที่สุด และยังคงผลิตเกินจุดที่มีสมรรถภาพการผลิตเต็มที่หรือผลิตเกินขนาดการผลิต ที่มีประสิทธิภาพของโรงงานขนาด  $SAC_3$  (เลยจุดต่ำสุดของเส้น  $SAC_3$ )

เมื่อพิจารณาดุลยภาพระยะยาวของทั้ง 3 รูปจะสังเกตเห็นลักษณะเพิ่มเติมดังนี้ คือ

- 1) เมื่อเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาว ผู้ผูกขาดยังคงอยู่ในดุลยภาพในระยะสั้น เพราะผู้ผูกขาดใช้ขนาดของโรงงานใดโรงงานหนึ่งในระยะนั้นด้วย หรือ ณ ระดับผลผลิตที่ได้ดุลยภาพในระยะยาวนี้มีต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาวเท่ากับต้นทุนเฉลี่ยในระยะสั้น ( $LAC = SAC$ )
- 2) ซึ่งในระยะยาวราคาผลผลิตของผู้ผูกขาดหรือ ราคาผูกขาด (Monopoly price) เป็นราคาที่สูงกว่าต้นทุนส่วนเพิ่มและรายรับส่วนเพิ่ม ( $P > MC$  และ  $MR$ ) ซึ่งมีลักษณะเหมือนกันกับดุลยภาพในระยะสั้น
- 3) ณ ระดับผลผลิตที่ทำให้กำไรสูงสุดหรือทำให้เกิดดุลยภาพในระยะยาวนี้ ไม่จำเป็นต้องตรงกับจุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาวและเส้นต้นทุนเฉลี่ยในระยะสั้น

### 3.4 เปรียบเทียบดุลยภาพตลาดแข่งขันสมบูรณ์กับตลาดผูกขาดสมบูรณ์

จากการวิเคราะห์ดุลยภาพของผู้ผลิต ที่ขายสินค้าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาดสมบูรณ์ หากต้องการเปรียบเทียบผลกระทบที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ และประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรของตลาดทั้งสองประเภท ในกรณีที่ผู้ผลิตมีเป้าหมาย คือ ต้องการกำไรสูงสุด สามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบที่ 8.8 (สายพิน ชินตระกูลชัยและศุภนิത്യ ตั้งสง่าศักดิ์ศรี, 2562: 184-185)



**ภาพประกอบที่ 8.8** เปรียบเทียบดุลยภาพของตลาดกรณิตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด  
**ที่มา:** สายพิน ชินตระกูลชัยและศุภนิത്യ ตั้งสง่าศักดิ์ศรี (2562: 184)

ภาพประกอบที่ 8.8 แสดงดุลยภาพของตลาดสินค้าชนิดหนึ่ง โดยเส้น D แสดงเส้นอุปสงค์ของสินค้าในตลาด ในกรณีที่ตลาดสินค้านี้เป็นตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ เส้น S จะเป็นเส้นอุปทานของสินค้า ที่เกิดจากผลรวมของเส้นอุปทานของผู้ผลิตทุกรายในตลาด (เส้นอุปทานของผู้ผลิตแต่ละรายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มาจากเส้นต้นทุนส่วนเพิ่มหรือเส้น MC ของผู้ผลิตแต่ละราย เฉพาะส่วนที่อยู่สูงกว่าจุดต่ำสุดของเส้นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย) ดังนั้น ราคาดุลยภาพในตลาดสินค้ากรณีที่เป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ  $P_C$  บาท ซึ่ง ณ ราคา  $P_C$  บาทนี้ พบว่าปริมาณอุปสงค์เท่ากับปริมาณอุปทาน คือ  $Q_C$  หน่วย ซึ่งเป็นปริมาณดุลยภาพของการซื้อและขายสินค้าในตลาด

ถ้าตลาดสินค้านี้มีผู้ผลิตเพียงรายเดียวและกำหนดให้ผู้ผลิตรายนี้มีต้นทุนส่วนเพิ่ม ดังเส้น MC ในภาพประกอบที่ 8.8 ซึ่งเป็นเส้นเดียวกันกับเส้น S เพื่อให้ได้กำไรสูงสุด ผู้ผลิตรายนี้จะตัดสินใจ

ทำการผลิตสินค้า ณ ปริมาณที่ต้นทุนส่วนเพิ่มเท่ากับรายรับส่วนเพิ่ม ( $MC = MR$  ที่จุด  $Y$ ) โดยจะผลิตสินค้าเท่ากับ  $Q_M$  หน่วยและกำหนดราคาสินค้าเท่ากับ  $P_M$  บาท จะเห็นได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีโครงสร้างตลาดสินค้ามีลักษณะเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ในกรณีที่โครงสร้างตลาดสินค้ามีลักษณะเป็นตลาดผูกขาด ทำให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภคเนื่องจาก ปริมาณคุณภาพของสินค้าในตลาดผูกขาดมีน้อยกว่าปริมาณคุณภาพในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ( $Q_M < Q_C$ ) ขณะที่ราคาคุณภาพในตลาดผูกขาดสูงกว่าราคาคุณภาพในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ( $P_M > P_C$ )

นอกจากนี้ ถ้าพิจารณาถึงผลต่อสวัสดิการโดยรวมของสังคม (Social welfare) พบว่าเมื่อจำนวนปริมาณการผลิต ในตลาดผูกขาดน้อยกว่าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ขณะที่ราคาในตลาดผูกขาดกลับสูงกว่าราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์นั้น ก่อให้เกิดผลเสียต่อสวัสดิการโดยรวมของสังคม หรือเกิดต้นทุนทางสังคม (Social cost) ขึ้นเท่ากับพื้นที่  $XYZ$  ในภาพประกอบที่ 8.8 โดยต้นทุนทางสังคมนี้เรียกว่า “Deadweight Loss” (DWL) ต้นทุนทางสังคมที่เกิดจากการผูกขาดดังกล่าว อธิบายได้จากการเปลี่ยนแปลงของส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer's surplus) และส่วนเกินของผู้ผลิต (producer's surplus) อันเนื่องจากการผูกขาดจากรูปที่ 8.8 จะเห็นว่า ในตลาดผูกขาดราคาสินค้าสูงกว่าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เมื่อราคาสูงขึ้นจาก  $P_C$  บาทเป็น  $P_M$  บาท ทำให้ส่วนเกินของผู้บริโภคลดลงเท่ากับพื้นที่  $P_C P_M XE$  ขณะที่ส่วนเกินผู้ผลิตจะเพิ่มขึ้นเท่ากับพื้นที่  $P_C P_M XZ$  อย่างไรก็ตาม ในตลาดผูกขาดเมื่อราคาสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณขายสินค้าลดลงจาก  $Q_C$  หน่วยเป็น  $Q_M$  หน่วย ดังนั้นจึงมีส่วนเกินของผู้ผลิตที่ลดลง จากปริมาณการผลิตที่ลดลงเท่ากับพื้นที่  $YZE$

เมื่อเทียบผลที่เกิดขึ้น จะเห็นว่า ส่วนเกินของผู้บริโภคที่ลดลงนั้น ส่วนหนึ่งถูกโอนไปเป็นส่วนเกินของผู้ผลิตเท่ากับ  $P_C P_M XZ$  แต่พื้นที่  $XZE$  เป็นส่วนเกินของผู้บริโภคที่ลดลงจากการผูกขาด และไม่มีใครได้ประโยชน์ในส่วนนี้ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่  $YZE$  ซึ่งเป็นส่วนเกินของผู้ผลิตที่ลดลงจากการผูกขาดและไม่มีใครได้ประโยชน์เช่นเดียวกัน โดยผลรวมของพื้นที่  $XZE$  และพื้นที่  $YZE$  คือ พื้นที่  $XYE$  คือ ต้นทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการผูกขาดนั่นเอง

### 3.5 ผลดีและผลเสียของการแข่งขันและการผูกขาด

เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการแข่งขันย่อมดีกว่าการผูกขาด แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การแข่งขันไม่มีผลเสียเลย และการผูกขาดไม่มีผลดีเลย ทั้งการแข่งขันและการผูกขาดต่างก็มีทั้งผลดีและผลเสีย เพียงแต่ว่าเมื่อนำผลดีและผลเสียมาหักลบกันแล้ว ผลสุทธิจะเป็นอย่างไร ต่อไปนี้เป็นการประมวลผลดีและผลเสียของการแข่งขันและการผูกขาด ซึ่งเป็นเรื่องโต้เถียงกันได้ไม่มีที่สิ้นสุด (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 177-180)

### 3.5.1 ผลดีของการแข่งขัน

3.5.1.1 การแข่งขันก่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เราทราบแล้วว่าทรัพยากรในสังคมหนึ่งๆ มีจำกัด ทรัพยากรทั้งหลายสามารถนำมาผลิตสินค้าและบริการได้นานาชนิด บางชนิดก็สนองความต้องการของคนกลุ่มใหญ่ บางชนิดก็สนองความต้องการของคนกลุ่มน้อย และเมื่อนำทรัพยากรอันมีอยู่จำกัด ไปผลิตสินค้าหรือบริการอย่างหนึ่งแล้ว ก็หมดโอกาสที่จะผลิตอย่างอื่นเพราะการผลิตทุกอย่างมีต้นทุนค่าเสียโอกาส ในสังคมประชาธิปไตยที่มีการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อการกระจายรายได้ ก็จะมีการนำทรัพยากรจำนวนมาก ไปผลิตสินค้าและบริการที่สนองความต้องการของคนกลุ่มใหญ่ ในด้านการผลิตเมื่อมีการแข่งขันเสรี ผู้ผลิตก็จะพยายามผลิตสินค้าที่คนกลุ่มใหญ่ต้องการ หากมีผู้ผลิตเก่าไม่ผลิตสินค้าเหล่านั้นหรือผลิตไม่เพียงพอ ผู้ผลิตรายใหม่ก็มีโอกาสเข้ามาผลิตแข่งขันได้โดยเสรีตลอดเวลา ซึ่งช่วยเพิ่มอุปทานของสินค้านั้น หากผู้ผลิตรายใดไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตอื่นได้ ก็ต้องออกจากอุตสาหกรรมนั้นหันไปสู่งานอื่นแทน

3.5.1.2 การแข่งขันสนองความต้องการของผู้บริโภค และคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้พ้นจากการเอารัดเอาเปรียบของผู้ผลิตได้บ้าง ถ้าผู้ผลิตรายใดขายสินค้าในราคาสูงกว่าหรือคุณภาพต่ำกว่าสินค้าอย่างเดียวกันของผู้ผลิตอื่น ผู้บริโภคสามารถหันไปซื้อจากผู้ผลิตอื่นได้ เพราะตลาดมีผู้ขายมาราย นอกจากนั้นการแข่งขันมีส่วนส่งเสริม คุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น และราคาลดลง ผู้ผลิตบางรายที่ขวนขวายเพิ่มยอดขายจะพยายาม ปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น พร้อมทั้งขายในราคาต่ำลงผู้ผลิตรายอื่นคงต้องพยายามทำตาม ประโยชน์จึงตกแก่ผู้บริโภค คือ มีสินค้าให้ซื้อมากขึ้นและราคาต่ำลง

3.5.1.3 การแข่งขันทำให้อุตสาหกรรมต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของตนตลอดเวลาผู้ผลิตต้องพยายามหาทางขจัดการรั่วไหล สิ้นเปลืองและลดต้นทุนการผลิต เพื่อจะขายสินค้าในราคาเท่ากับหรือต่ำกว่าผู้ผลิตรายอื่น ผู้ผลิตนั้นจะขายสินค้าได้มากขึ้น การผลิตมากขึ้นทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยและราคาลดลงได้อีก ส่วนผู้ผลิตรายอื่นก็ต้องมองหาช่องทางปรับปรุงโรงงานของตนตลอดเวลา มิฉะนั้นอาจดำรงอยู่ไม่ได้

3.5.1.4 การแข่งขันส่งเสริมการผลิตสินค้าใหม่ๆ การนำวัตถุดิบตัวใหม่มาใช้ในการผลิต และการพัฒนาเทคนิคใหม่

### 3.5.2 ผลเสียของการแข่งขัน

3.5.2.1 จากข้อดีของการแข่งขันที่ทำให้เกิดสินค้าใหม่ๆ หากสินค้าใหม่ๆ มีมากเกินไปจนความจำเป็นก็อาจกลายเป็นผลเสีย เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรการผลิตอีกแบบหนึ่ง ในระบบการผลิตของญี่ปุ่นผู้ผลิตรายย่อยในตลาดแข่งขันมักจะพยายามค้นหาสินค้าอุปโภคบริโภคตัวใหม่ๆ อย่างเช่น การผลิตของใช้ในครัวเรือน ก็มีร้อยแปดพันอย่างของใช้จำนวนมากก็ไม่ใช้สิ่งจำเป็น

ซื้อไปเก็บสักพักหนึ่งต้องโยนทิ้งทิ้งๆ ที่ยังไม่ได้แกะออกจากกล่องด้วยซ้ำ หรือมีการใช้ปัจจัยการผลิตมากมายหลายชุดเพื่อผลิตสินค้าอย่างเดียวกัน โดยเพียงแต่ปรับปรุงตัดแปลงรูปลักษณ์ อย่างเช่นการผลิตเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋าถือ เครื่องประดับ มักจะมีแบบใหม่ๆ ออกมากมายตลอดเวลาทั้งๆ แบบเดิมยังจำหน่ายไม่หมด สร้างความสิ้นเปลืองทรัพยากรการผลิต และทางออกของระบบเช่นนี้ก็คือ การละสินค้าเก่าไปตามจังหวัด หรือไล่ไปยังประเทศที่ล้าหลังกว่า

3.5.2.2 สืบเนื่องจากการผลิตสินค้าซ้ำๆ กันแตกต่างกันตรงยี่ห้อหรือรูปลักษณ์ ผู้ผลิตบางรายอาจไม่สนใจที่จะเพิ่มยอดขายโดยการปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น หรือลดต้นทุนและลดราคา แต่หันไปใช้วิธีการทุ่มโฆษณาและส่งเสริมการขาย เนื่องจากสื่อบางอย่างสามารถครอบงำคนกลุ่มใหญ่อย่างได้ผลผู้บริโภคจ่ายค่าสินค้าที่บวกค่าโฆษณาและค่าการตลาดในสัดส่วนที่สูงมาก

3.5.2.3 การแข่งขันในการผลิตบางอย่างเป็นอุปสรรคต่อการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพราะผู้ผลิตมีขนาดเล็กเกินไป มีเงินทุนน้อย ครอบงำแบ่งตลาดในสัดส่วนที่ต่ำ ไม่อาจลดต้นทุนโดยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต อาจต้องใช้วิธีลดคุณภาพสินค้าและ/หรือกดค่าจ้างแรงงานแทน

3.5.2.4 เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายต้องแข่งขันกันด้วยประสิทธิภาพและราคา หากผู้ผลิตรายใดครอบครองเทคโนโลยีการผลิตที่เหนือกว่าคู่แข่ง ก็จะได้เปรียบในเชิงแข่งขัน จึงต้องมีระบบรับรองกรรมสิทธิ์สิ่งประดิษฐ์ ในแง่หนึ่งส่งเสริมให้มีการประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ แต่อีกแง่หนึ่งกลายเป็นการปกป้องอำนาจผูกขาดโดยปริยาย เพราะสังคมขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการป้องกันการผูกขาดจากระบบกรรมสิทธิ์

### 3.5.3 ผลดีของการผูกขาด

3.5.3.1 กิจการบางอย่างต้องอาศัยการผลิตขนาดใหญ่จึงจะลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงได้ ตัวอย่างเช่น การผลิตไฟฟ้าด้วยพลังน้ำ ซึ่งต้องลงทุนมหาศาลสร้างเขื่อนและระบบสายส่งกระแส ไฟฟ้าระยะไกล การผูกขาดช่วยให้การลงทุนมีความเป็นไปได้ หรือกิจการที่ต้องอาศัยทรัพยากร ธรรมชาติหายากเป็นวัตถุดิบ การผูกขาดช่วยให้ทางการควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอยู่ในระดับพอเหมาะ

3.5.3.2 เนื่องจากการแข่งขันโดยการผลิตสินค้าซ้ำๆ กัน หรือเกือบจะเหมือนกัน สร้างความสิ้นเปลืองในการใช้ทรัพยากรการผลิต เป็นจุดอ่อนที่ผู้นิยมระบบวางแผนจากส่วนกลาง (Centrally planning) หยิบยกเป็นข้อโจมตีอยู่เสมอ โดยมองว่าหากเปลี่ยนมาใช้ระบบการวางแผนจากส่วนกลางในการผลิตสินค้าและบริการ โดยมอบหมายให้หน่วยงานผูกขาดการผลิต ก็จะสามารถหลีกเลี่ยงความสิ้นเปลืองจากการใช้ปัจจัยหลายชุดผลิตสินค้าซ้ำๆ กัน หักค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาและค่าการตลาด วัตถุประสงค์ในการลดต้นทุนและราคา ไม่ต้องพะวงกับการลดราคา จึงไม่ต้อง

ลดคุณภาพสินค้าไม่ต้องกวดค่าจ้างแรงงาน (ความล้มเหลวของระบบวางแผนจากส่วนกลางเกิดจากข้อบกพร่องอื่นของระบบนี้)

**3.5.4 ผลเสียของการผูกขาด** การผูกขาดเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา เพราะมีผลเสียหลายประการ ดังนี้

3.5.4.1 การผูกขาดก่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากร ของระบบเศรษฐกิจอย่างไม่มีประสิทธิภาพจากการวิเคราะห์ตลาดผูกขาด เราทราบแล้วว่าการผูกขาดทำให้ปริมาณการผลิตกว่าที่ควรจะเป็นและราคาสูงกว่าที่ควรจะเป็น ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้านั้นแต่สู้ราคาไม่ไหว จำเป็นต้องหันไปซื้อสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนได้บ้าง เป็นเหตุให้มีการใช้ทรัพยากรน้อยเกินไปในการผลิตสินค้าและบริการที่ผูกขาด และมากเกินไปในสินค้าอื่น ทรัพยากรการผลิตจึงถูกใช้อย่างไม่เต็มประสิทธิภาพ

3.5.4.2 ผู้บริโภคไม่ได้รับการคุ้มครองให้พ้นจากการขูดรีดของผู้ผูกขาด เพราะผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าอย่างเดียวกันจากผู้ผลิตรายอื่น กำไรของผู้ผูกขาดจึงไม่ได้เกิดจากการรับใช้สังคมแต่เกิดจากการปฏิเสธที่จะรับใช้สังคม

3.5.4.3 การผูกขาดไม่ช่วยคุ้มครองกรรมกร พ้นจากการเอารัดเอาเปรียบของผู้ผูกขาด ยิ่งในกรณีที่หน่วยผลิตนั้นมีอำนาจผูกขาดการสร้างงานด้วย คนงานไม่สามารถหางานอื่นทำ ผู้ผูกขาดอาจใช้โอกาสเอารัดเอาเปรียบโดยกวดค่าจ้าง หรือปล่อยปละละเลยสิ่งแวดล้อมของสถานที่ทำงาน

3.5.4.4 ผู้ผูกขาดไม่ได้รับผลกระทบใดๆ จากความไร้ประสิทธิภาพของตน

3.5.4.5 การผูกขาดไม่ช่วยให้วิสาหการ การผลิตก้าวหน้าอย่างที่ควรจะเป็น แม้ว่าผู้ผูกขาดจะอยู่ในฐานะที่จะลงทุนนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ แต่อาจลังเลเพราะห่วงผลกำไรระยะสั้น และแม้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ ผู้ผูกขาดก็อาจคงราคาสินค้าไว้แทนที่จะลดราคาสินค้า โดยนำกำไรไปใช้จ่ายในทางอื่นที่ไม่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค

3.5.4.6 การผูกขาดทำให้ผู้ผูกขาดนิ่งนอนใจ และขาดความกระตือรือร้นในการเพิ่มประสิทธิภาพในการลดต้นทุนและลดราคา หากอุปสงค์ลดลงแต่ผู้ผูกขาดไม่ยอมปรับราคาให้ลดลง ก็จะมีอุปทานส่วนเกิน ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจมหภาคแบบลูกโซ่ กล่าวคือ มีการลดการผลิตลดจำนวนแรงงาน แรงงานที่ว่างงานเสารนี้ขาดรายได้ที่จะไปซื้อสินค้าอื่น ทำให้เศรษฐกิจส่วนรวมหดตัว

3.5.4.7 การผูกขาดมีส่วนก่อให้เกิดความไม่เสมอภาคในการกระจายรายได้ ผู้ผูกขาดที่เป็นเอกชนอาจไม่แบ่งผลกำไรให้แก่แรงงาน ในรูปการขึ้นค่าจ้างหรือเพิ่มโบนัส และไม่คืน

กำไรให้แก่ผู้บริโภคในรูปการลดราคาสินค้า เพราะไม่มีแรงกดดันเหมือนอย่างกรณีการแข่งขันกำไรทั้งหมดจึงตกอยู่กับผู้ผูกขาด

## ตลาดผู้ขายน้อยราย

### 1. แนวคิดเบื้องต้นของตลาดผู้ขายน้อยราย

ตลาดผู้ขายน้อยรายเป็นตลาดอีกหนึ่งตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ โดยมีผู้ผลิตจำนวนไม่มาก ดังที่สายพิน ชินตระกูลชัยและศุภนิത്യ ตั้งสง่าศักดิ์ศรี (2562: 189-190) อธิบายว่าตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) คือ ตลาดที่ประกอบด้วยผู้ผลิตจำนวนไม่มากนัก ทั้งนี้ไม่สามารถกำหนดจำนวนที่แน่นอนได้ ในกรณีที่มีผู้ผลิตเพียงสองรายเรียกว่า “Duopoly” ผู้ผลิตแต่ละรายอาจจะผลิตและขายสินค้าเหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ ถ้าผู้ผลิตขายสินค้าเหมือนกันเราเรียกว่า “Pure oligopoly” โดยถ้ามีสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีลักษณะที่แตกต่างกันเราเรียกว่า “Differentiated oligopoly”

ตลาดผู้ขายน้อยรายประเภทนี้ประกอบด้วยผู้ผลิตจำนวนไม่มากนัก ดังนั้น การตัดสินใจใดๆ ของผู้ผลิตรายหนึ่ง เช่น การลดราคาสินค้าจะมีผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่นๆ ในตลาด และอาจส่งผลให้ผู้ผลิตรายอื่นเปลี่ยนแปลงราคาและปริมาณการผลิตสินค้าด้วย ดังนั้นคุณสมบัติของตลาดผู้ขายน้อยรายที่แตกต่างจากตลาดประเภทอื่นๆ คือ พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ผลิตแต่ละรายจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ลักษณะที่สำคัญที่ทำให้ตลาดผู้ขายน้อยราย ต่างจากตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือ มีอุปสรรคของการเข้าสู่ตลาด ทำให้ผู้ผลิตรายใหม่ไม่สามารถเข้ามาทำการผลิตและขายสินค้าในตลาดประเภทนี้ได้ง่าย อุปสรรคของการเข้าสู่ตลาดที่สำคัญอาจเกิดจากเทคโนโลยีที่มีการประหยัดจากขนาด (Economies of scale) ส่งผลให้ผู้ผลิตรายใหญ่มีความได้เปรียบเพราะมีต้นทุนเฉลี่ยต่ำ หรืออาจเกิดจากการที่ต้องมีการลงทุนสูง (Huge capital investment) อาจเกิดจากการผลิตที่ต้องใช้ปัจจัยการผลิตที่มีความเฉพาะเจาะจง (Specialized inputs) รวมถึงการอนุญาตโดยภาครัฐให้ผู้ผลิตบางรายมีสิทธิพิเศษ (Patent) ในการผลิตสินค้านั้นๆ ซึ่งจากอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดดังกล่าว ทำให้ตลาดมีน้อยลง จนทำให้จำนวนผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โครงสร้างตลาดประเภทนี้ก็อาจจะเปลี่ยนแปลงไปสู่ตลาดประเภทอื่น อาจเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรืออาจเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ก็ได้ ตัวอย่างของสินค้าที่มีโครงสร้างตลาดประเภทนี้ได้แก่ น้ำมัน เชื้อเพลิง ปูนซีเมนต์ การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น (สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน, 2561: 173)

### 2. ลักษณะสำคัญของตลาดผู้ขายน้อยราย

คุณสมบัติที่มีลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยรายมีดังนี้ (ชยันต์ ตันติวัดดาการ, 2559: 322-323. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557: 193-194)

1. มีผู้ประกอบการไม่กี่รายที่ควบคุมส่วนแบ่งตลาดเกือบทั้งหมด

2. มีข้อกีดกันการเข้าสู่ตลาด (Barriers to entry) ค่อนข้างสูง
  3. กลยุทธ์ (Strategy) ของแต่ละรายมีผลต่ออุปสงค์และราคาของคู่แข่ง
- ขณะที่ Deepashree (2018: 10.8-10.9) อธิบายถึงคุณลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยราย

ดังนี้

1. ผู้ขายน้อยรายมักจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีสัดส่วนของผลผลิตในตลาดทั้งหมด มีคู่แข่งเพียงไม่กี่บริษัท แต่ละบริษัทใหญ่มีสัดส่วนที่มาก ในการจัดหาตลาดรวมของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นสามารถมีอิทธิพลต่อราคาของผลิตภัณฑ์ โดยการกระทำของตนเองและสามารถต่อรองกับคู่แข่งได้
2. การพึ่งพาซึ่งกันและกัน เนื่องจากตลาดถูกครอบงำโดยบริษัทไม่กี่แห่ง ดังนั้นราคาและการตัดสินใจส่งออกของบริษัทหนึ่ง ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่เหลือในตลาด การพึ่งพาซึ่งกันและกันเป็นแรงจูงใจ ในการพัฒนาทางเลือกในการแข่งขันด้านราคา การแสวงหากำไรทางเศรษฐกิจ แต่ละบริษัทจะพิจารณาอย่างรอบคอบและเฝ้าดูการดำเนินการของบริษัทว่า จะส่งผลกระทบต่อคู่แข่งและคู่แข่งจะมีปฏิกิริยาอย่างไร สิ่งนี้ทำให้บริษัทร่วมกันพึ่งพาอาศัยกัน
3. อุปสรรคในการเข้าเพื่อการแข่งขันทำได้ยาก
4. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อเดียวกันหรือแตกต่างกัน ผลผลิตของตลาดผู้ขายน้อยรายอาจเป็นเนื้อเดียวกันหรือแตกต่างกัน
5. เส้นอุปสงค์ในผู้ขายน้อยรายเกิดจากการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ทำให้ผู้ขายน้อยรายซึ่งเราไม่สามารถกำหนดเส้นอุปสงค์ที่ผู้ขายน้อยรายต้องเผชิญ ดังนั้นคำตอบคือ ความไม่แน่นอน
6. ความแข็งแกร่งของราคาในผู้ขายน้อยรายจะมีการจัดการราคา ระหว่างบริษัทคู่แข่งต่อการใช้เวลาในการตอบสนองต่อราคาที่เปลี่ยนแปลง
7. ไม่ใช่การแข่งขันด้านราคา ผู้ขายน้อยรายพยายามหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา เพราะกลัวสงครามราคา พวกเขาใช้วิธีอื่น เช่น การโฆษณา บริการที่ดีกว่าแก่ลูกค้า ฯลฯ เพื่อแข่งขันซึ่งกันและกัน

ตัวอย่างของสินค้าในโครงสร้างตลาดแบบนี้ ได้แก่ ปูนซีเมนต์ ซึ่งมีลักษณะสินค้าที่คล้ายคลึงกันมาก หรือรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์ชิป ที่สินค้ามีความแตกต่างกันบ้างที่สำคัญคือ สินค้ากลุ่มนี้มีผู้ผลิตเพียงไม่กี่รายที่ยึดครองตลาดส่วนใหญ่ เช่น บริษัทปูนซีเมนต์ไทย บริษัทโตโยต้ามอเตอร์ บริษัทโซนี่ และบริษัทอินเทล ซึ่งต่างก็เป็นผู้นำตลาดของแต่ละสินค้าในประเทศไทย หน่วยผลิตของสินค้าในตลาดผู้ขายน้อยรายมักมีจำนวนน้อย และสามารถดำรงกำไรเกินปกติได้ แม้ในระยะยาว เนื่องจากตลาดเหล่านี้มีสิ่งกีดกันการเข้าสู่ตลาด (Barrier to entry) ที่ทำให้หน่วยผลิตใหม่ๆ ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ (รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล, 2556: 132-133) ซึ่งเกิดจากความประหยัดเนื่องจากขนาดลิขสิทธิ์ ความภักดีในตราหือของผู้บริโภค เป็น



ต้น หรืออาจเกิดจากการกระทำทางยุทธศาสตร์ (Strategic actions) ของผู้ผลิตเดิมที่อยู่ในตลาด (Incumbent) เพื่อป้องกันการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตรายใหม่ เช่น การขู่ว่าจะตัดราคาหากผู้ผลิตใหม่เข้าสู่ตลาด เป็นต้น ในกรณีของตลาดแข่งขันสมบูรณ์นั้น กลยุทธ์ที่แต่ละหน่วยผลิตเลือกใช้จะไม่มีผลสำคัญ เนื่องจากแต่ละหน่วยผลิตมีขนาดเล็กมา จนกระทั่งการกระทำใดๆ นั้น มีผลต่อหน่วยผลิตอื่นๆ น้อยมาก แต่ในตลาดผู้ขายน้อยรายกลยุทธ์ที่แต่ละหน่วยผลิตเลือกใช้จะมีผลกระทบซึ่งกันและกันกับคู่แข่ง เพราะหน่วยผลิตต่างมีขนาดใหญ่มาพอ ดังนั้นการที่หน่วยผลิตเลือกใช้กลยุทธ์ใด ย่อมขึ้นอยู่กับว่าหน่วยผลิตนั้น คาดว่าคู่แข่งของตนจะตอบโต้ทางกลยุทธ์เช่นใด ซึ่งการคาดคะเนชนิดของการตอบโต้ทางกลยุทธ์ต่างกัน ก็จะทำให้ได้ดุลยภาพที่ต่างออกไปด้วย ดังตารางที่ 8.2 สรุปแบบจำลองแต่ละชนิด ที่เกิดจากข้อสมมุติของการตอบโต้กันทางกลยุทธ์ชนิดต่างๆ

ตารางที่ 8.2 แบบจำลองของตลาดผู้ขายน้อยรายชนิดต่างๆ

มีผู้นำตลาดหรือไม่	ไม่มีการรวมตัวผูกขาด (no collusion)		รวมตัวผูกขาด
	กลยุทธ์ด้านปริมาณ	กลยุทธ์ด้านราคา	
ไม่มี	Cournot	Bertrand	Cartel
มี	Stackelberg	Price Leadership	Or Collusion

ที่มา: ชัยนัต ตันติวิศตการ (2559: 323)

### 3. ราคาและปริมาณผลผลิตของผู้ขายน้อยราย (Price and output in oligopoly)

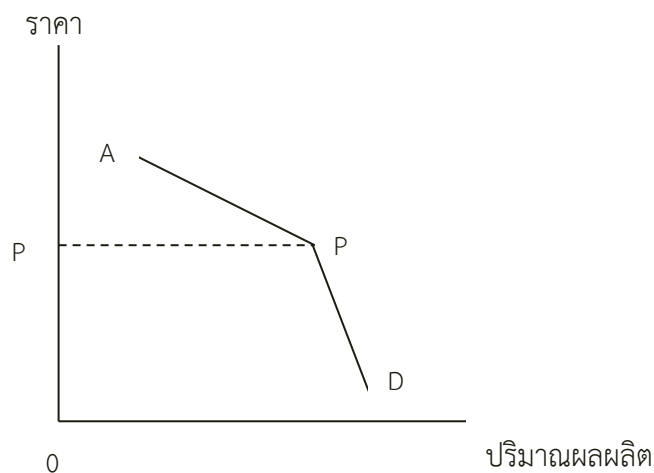
ถ้าพิจารณาอย่างผิวเผินจะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์ราคา และปริมาณผลผลิตของผู้ขายน้อยรายจะเหมือนกับของผู้ผูกขาดแท้จริง ผู้ผลิตในตลาด 2 ประเภทนี้มีเส้นอุปสงค์แบบเดียวกัน คือเป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา ซึ่งแสดงว่าจะขายสินค้าได้มากขึ้นถ้าลดราคา นอกจากนั้น ผู้ผลิตจะกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตตรงจุด ซึ่งได้รับผลกำไรสูงสุด นั่นคือ ตรงระดับ  $MC = MR$  แต่ถ้าพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้วจะเห็นว่าใน การวิเคราะห์ราคาและปริมาณผลผลิตของผู้ขายน้อยราย ยุ่งยากมากกว่า ไม่สามารถวิเคราะห์ได้ตรงไปตรงมา ดังเช่นกรณีตลาดผู้ผูกขาดแท้จริง เพราะตำแหน่งของเส้นอุปสงค์ของผู้ผูกขาดสามารถทราบได้แน่นอน ในการกำหนดราคาและจำนวนผลผลิตจึงไม่ยุ่งยาก แต่ตำแหน่งของเส้นอุปสงค์ของผู้ขายน้อยรายไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน ขึ้นอยู่กับการกระทำโต้ตอบของผู้ผลิตรายอื่นในตลาด ดังนั้นการกำหนดราคาและจำนวนผลผลิตจึงยุ่งยากมากไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน ตัวอย่างผู้ขายรายหนึ่งลดราคาสินค้าของตน จำนวนขายจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรขึ้นอยู่กับปฏิกิริยาของผู้ผลิตรายอื่น กล่าวคือ จำนวนขายจะเพิ่มขึ้นมากถ้าผู้ผลิตอื่นขายใน

ราคาเดิม แต่ถ้าผู้ผลิตรายอื่นลดราคาตาม จำนวนขายจะไม่เพิ่มมากนัก และจำนวนขายจะลดลงกว่าเดิมถ้าผู้ผลิตอื่นลดราคาต่ำกว่ารายแรก เมื่อผู้ผลิตแต่ละรายขาดอิสระในการกำหนดราคาเช่นนี้ ในทางปฏิบัติผู้ผลิตมักจะรวมหัวกำหนดราคาสินค้า หรือตั้งราคาตามผู้ผลิตรายใหญ่ (Price leader) จะไม่มีการแข่งขันกันเรื่องราคา เพราะการแข่งขันลดราคาทำลายผลประโยชน์ของผู้ผลิต ในที่สุดการรวมหัวกันกำหนดราคาสินค้าอาจกระทำอย่างเปิดเผย (Formal collusion) ไม่เปิดเผย (Informal collusion) ในบางประเทศถ้ามีการรวมหัวกันกำหนดราคาสินค้าถือว่าผิดกฎหมายจึงต้องกระทำอย่างไม่เปิดเผยการที่ผู้ผลิตแต่ละรายตั้งราคาสินค้าให้สอดคล้องกันหรือตั้งราคาตามผู้ผลิตรายใหญ่ เช่นนี้ อาจทำให้ผู้ผลิตบางรายไม่ได้กำไรสูงสุด เพราะการตั้งราคามักจะมุ่งให้ได้รับกำไรสูงสุดร่วมกัน (Joint profit maximization) แต่ทว่าต้นทุนของผู้ผลิตแต่ละคนโดยปกติก็ไม่เท่ากัน ดังนั้นผู้ผลิตจะได้รับกำไรมาน้อยเพียงใดจึงขึ้นอยู่กับต้นทุนของผู้ผลิตแต่ละคน (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2562: 182-185)

### 3.1 ราคาอ่อนข้งตายตัวและเส้นอุปสงค์หักมุม

(Price rigidity and a kinked demand curve)

เป็นที่น่าสังเกตว่าราคาสินค้าในตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย มักจะค่อยข้งตายตัว (Price rigidity) คือ ไม่เปลี่ยนแปลงง่ายตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทาน เครื่องมือที่ใช้สำหรับอธิบายเรื่อง คือ เส้นอุปสงค์หักมุม (Kinked demand curve) ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นตรงหักมุม ณ ระดับราคาตลาดขณะนั้น



ภาพประกอบที่ 8.9 เส้นอุปสงค์หักมุม

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 183)



จากภาพประกอบที่ 8.10 จะสังเกตได้ว่า การที่จะให้ MC ตัดเส้น MR ในช่วงที่ไม่ได้ขาดตอน คือช่วง AB หรือ CM ต้นทุนจะต้องผิดปกติ คือ สูงมากหรือต่ำมาก ถ้าเป็นต้นทุนโดยปกติ โดยทั่วไปแล้ว MC จะต้องตัด MR ในช่วงที่ขาดตอน ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่าแม้ต้นทุนจะเปลี่ยนแปลง แต่ถ้าไม่เปลี่ยนแปลงมากเกินไป MC ก็ยังคงตัด MR ในช่วงที่ขาดตอน และผู้ผลิตยังคงได้รับกำไรสูงสุดที่ปริมาณผลผลิตเดิมและขายราคาเดิมคือจำนวนผลิต  $0Q$  หน่วยและราคาหน่วยละ  $OP$  คุณภาพของผู้ผลิตจะเปลี่ยนแปลงเฉพาะเมื่อ MC ตัดเส้น MR ในช่วง AB หรือ CM ในทำนองเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงของเส้นอุปสงค์ก็绝不会ทำให้เปลี่ยนแปลง เพราะ MC ก็ยังตัด MR ในช่วงที่ขาดตอน ดังนั้นผู้ผลิตจะได้กำไรสูงสุดเมื่อผลิต  $0Q$  หน่วย และขายราคาหน่วยละ  $OP$

### 3.2 ดุลยภาพระยะยาว (Long-run equilibrium)

ในระยะยาว ปริมาณผลผลิตและราคาของผู้ขายน้อยรายจะเป็นอย่างไร นอกจากจะขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงขนาดของกิจการแล้ว ยังขึ้นอยู่กับความยากง่ายที่ผู้ผลิตใหม่จะเข้ามาสู่ตลาดด้วย บางอุตสาหกรรมผู้ผลิตใหม่ไม่สามารถเข้ามาทำการผลิตแข่งขันได้เลย บางอุตสาหกรรมผู้ผลิตใหม่สามารถเข้ามาทำการผลิตแข่งขันได้บ้าง บางอุตสาหกรรมเข้ามาผลิตแข่งขันได้อย่างเสรีการวิเคราะห์ระยะยาวจึงค่อนข้างยุ่งยาก

### 3.3 การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา (Non-price competition)

ผู้ผลิตในตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายไม่นิยมแข่งขันกันในด้านราคา แต่จะแข่งขันกันในด้านคุณภาพของสินค้าและการจำหน่ายสินค้า การจำหน่ายสินค้าซึ่งการแข่งขัน 2 ลักษณะนี้ถือว่าเป็นการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา (Non-price competition) เหตุผลในเรื่องนี้มี 3 ประการ คือ

(Salvatore, 2004: 373-374)

1. การลดราคาสินค้าจะไม่ช่วยให้ผู้ขายน้อยราย สามารถขายสินค้าเพิ่มขึ้นได้มากนัก เพราะคู่แข่งอื่นสามารถโต้ตอบการลดราคาได้ทันที ทำให้ส่วนที่ควรขายมากขึ้นถูกแบ่งเฉลี่ยระหว่างผู้ผลิตต่างๆ และยังเสี่ยงต่อการถูกตัดราคาอีกด้วย ซึ่งจะเกิดผลเสียแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนในที่สุด

2. ผู้ขายน้อยรายส่วนมากเชื่อว่าการแข่งขันโดยไม่ขึ้นราคา สามารถเอาชนะคู่แข่งอื่นได้ถาวรกว่า เพราะการเลียนแบบคุณภาพสินค้า การจำหน่ายสินค้าต้องใช้เวลาานาน ทำได้ไม่สมบูรณ์ซึ่งตรงกันข้ามกับการลดราคาสินค้า คู่แข่งขันทำตามได้ทันที

3. เนื่องจากผู้ขายน้อยรายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ มีจำนวนผลผลิตและฐานะการเงินสูงมากสามารถลงทุนโฆษณาสินค้าและพัฒนาคุณภาพของสินค้า

การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา เป็นที่นิยมของทั้งผู้ผลิตในตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด แต่มีมากกว่าในตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย เพราะผู้ขายในตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากกว่า มีทรัพยากรการเงินมากกว่า ดังนั้นจึงสามารถทำได้มากกว่า

## ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

### 1. แนวคิดเบื้องต้นของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

จากการวิเคราะห์ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ที่ประกอบด้วยตลาดผูกขาด และตลาดผู้ขายน้อยราย พบว่า ในทฤษฎีตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ โดยเฉพาะตลาดผูกขาด สามารถอธิบายได้ในช่วงแรกของการทฤษฎีดังกล่าว แต่เมื่อมีการวิเคราะห์ที่ไปนานๆ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้ผลิตและผู้บริโภค ไม่สอดคล้องกับทฤษฎีหรือสมมติฐานดังกล่าว ซึ่งข้อโต้แย้งเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในช่วงทศวรรษ 1920 และมีการวิเคราะห์ลักษณะตลาดที่แตกต่างไปจากเดิม คือ ตลาดที่มีส่วนผสมของตลาดทั้งสองร่วมกัน โดยแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับกว้างขวาง คือ โจน โรบินสัน (J. Robinson) นักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษและเอ็ดเวิร์ดแชมเบอร์ลิน (Edward Chamberlin) ซึ่งเป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกา สืบค้นหนังสือของเอ็ดเวิร์ดแชมเบอร์ลินที่มีชื่อว่า “The theory of monopolistic competition” ซึ่งให้เห็นว่าระบบเศรษฐกิจที่เป็นจริงนั้น ผู้ผลิตทั้งในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาดมีอยู่น้อยมาก หรือแทบกล่าวได้ว่า ไม่มีอยู่เลยก็ได้ จะไม่ปรากฏมีสินค้าใดที่ไม่มีสินค้าอื่นใช้แทนได้เลย และในขณะเดียวกันก็ไม่มีสินค้าใดเลยที่จะเหมือนกันทุกประการ บางชนิดอาจมีสินค้าชนิดอื่นใช้แทนได้ดีมากและมีจำนวนมาก และบางชนิดอาจมีสินค้าน้อยอย่างที่สามารถใช้แทนได้และใช้แทนได้ก็ไม่ดีนัก (นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2558: 335-336)

ขณะที่ Lee & Jo (2018 : 142) อธิบายว่าตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด มีความสามารถในการสร้างผลกระทบที่ไม่อาจยอมรับได้ต่อคู่แข่งอุปสงค์และอุปทาน เนื่องจากมีอำนาจทางการตลาด ความสามารถ ที่จะกำจัดกระแสเงินสดสุทธิที่เป็นบวกของคู่แข่งซัพพลายเออร์ และ/หรือลูกค้า ตรายใดที่กระแสเงินสดนั้น มาจากหรือขึ้นอยู่กับกิจกรรมในตลาดซึ่งผู้ถืออำนาจตลาดซื้อขาย พื้นฐานของอำนาจตลาด คือ การลดลงตามธรรมชาติของตลาดอุปสงค์และการพึ่งพาหะหว่างกัน ควบคุมปัจจัยนำเข้าและผลผลิตทำให้การขึ้นราคาวัตถุดิบของคู่แข่ง ผู้ผลิตมีสินค้าในแต่ละรายต่างมีอำนาจผูกขาด ในสินค้าของตนเนื่องจากสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายแตกต่างกันอย่างน้อยก็โดยชื่อ หรือเครื่องหมายการค้า แต่ในขณะเดียวกันผู้ผลิต แต่ละรายก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงการแข่งขันระหว่างกันไปได้จากความสามารถใช้แทนกันได้ของสินค้าเหล่านั้น สินค้าส่วนใหญ่ในระบบเศรษฐกิจจะมีลักษณะดังกล่าวนี้ทั้งสิ้น ลักษณะตลาดของสินค้าจะเป็นทั้งกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดและตลาดลักษณะ เช่นว่านี่เองที่แชมเบอร์ลินทำให้สรุป เรียกว่า “ตลาดผู้ขายมารายหรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด” (Monopolistic competition) ดังนั้น เราอาจใช้คำนิยามของตลาดผู้ขายมารายหรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือ ตลาดซึ่งมีผู้ขายจำนวนมาก โดยผลิตสินค้าที่แตกต่างกันแต่ใช้แทนกันได้ (Difference product) ความแตกต่างของสินค้าอาจเป็นความแตกต่างที่แท้จริงในตัวสินค้า เป็นต้นว่า รถยนต์บางรุ่นอาจถือได้ว่ามีคุณภาพที่เหนือกว่ารถยนต์รุ่นอื่น หรืออาจเป็นความแตกต่างกันที่

ยี่ห้อหรือหีบห่อโดยตัวสินค้าจริงๆ ไม่ได้แตกต่างกัน อาทิ สบู่หรือผงซักฟอกบางชนิดอาจบรรจุในหีบห่อที่ต่างกันและนำออกจำหน่ายในชื่อที่แตกต่างกัน ในตลาดผู้ขายมากมายหรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดนี้ การเข้าออกจากรอุตสาหกรรมจะสามารถทำได้โดยเสรี การวิเคราะห์ตลาดผู้ขายมากมายหรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด หรือตลาดอื่นใดที่ผู้ผลิตสินค้าที่แตกต่างกันออกจำหน่ายนี้ จะมีลักษณะที่แตกต่างจากการวิเคราะห์ตลาดแข่งขันสมบูรณ์หรือตลาดผูกขาดประการหนึ่ง คือ ไม่สามารถวิเคราะห์คุณภาพของอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้เนื่องจาก คำว่าอุตสาหกรรมในความหมายที่เคร่งครัดทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง กลุ่มของผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าที่เหมือนกันทุกประการ ซึ่งในตลาดแข่งขันสมบูรณ์การรวมกลุ่มผู้ผลิตเข้าเป็นอุตสาหกรรมย่อมทำได้เพราะผู้ผลิตทุกรายผลิตสินค้าที่เหมือนกันทุกประการ และในตลาดผูกขาดผู้ผลิตจะเป็นทั้งหน่วยธุรกิจและอุตสาหกรรมในเวลาเดียวกัน ในกรณีตลาดผู้ขายมากมายหรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดนั้น แม้สินค้าที่ผู้ผลิตแต่ละรายทำการผลิตออกจำหน่ายสามารถใช้แทนกันได้แต่ไม่ใช่สินค้าชนิดเดียวกัน ดังนั้น อุตสาหกรรมของสินค้าในตลาดผู้ขายมากมายหรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดในความหมายที่แท้จริงทางเศรษฐศาสตร์จึงไม่อาจเกิดขึ้นได้ การวิเคราะห์คุณภาพจึงเป็นการวิเคราะห์คุณภาพของหน่วยธุรกิจ แต่ไม่อาจวิเคราะห์คุณภาพของอุตสาหกรรมได้ อย่างไรก็ตาม แซมเบอร์ลิน ได้จัดรวมผู้ผลิตสินค้าที่แตกต่างกันแต่ใช้แทนกันได้เข้าไว้ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากลุ่มเดียวกัน (Product group) และผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มเดียวกันนี้เองที่แซมเบอร์ลิน ระบุว่า มีเป็นจำนวนมากจนการดำเนินนโยบายของผู้ขายคนหนึ่งๆ จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ขายคนอื่นๆ ในกลุ่ม

## 2. ลักษณะของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ลักษณะที่สำคัญของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีดังต่อไปนี้ (วิรุณศิริ ใจมา, 2559: 243-249)

### 2.1 มีผู้ขายจำนวนมาก

การมีผู้ขายจำนวนมากในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดนี้ ไม่เหมือนกับตลาดแข่งขันแบบสมบูรณ์ เพียงแต่จำนวนผู้ขายจะมีจำนวนมากเพียงพอเท่านั้น ที่จะทำให้ผู้ขายแต่ละรายมีอิทธิพลต่อระดับราคาสินค้าในตลาดน้อยมาก และทำให้การดำเนินนโยบายของผู้ผลิตรายหนึ่งๆ ไม่กระทบต่อผู้ผลิตรายอื่นๆ ในตลาด

### 2.2 สินค้ามีลักษณะแตกต่างกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้

สินค้าในตลาดอาจมีความแตกต่างกันทางกายภาพ หรือแตกต่างในตัวสินค้าอย่างแท้จริง เช่น รถยนต์กับรถบรรทุก เป็นต้น นอกจากนี้สินค้าในตลาดอาจแตกต่างกันในสายตาของผู้บริโภค โดยที่สินค้าทางกายภาพไม่มีความแตกต่างกันเลย และสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมองว่าสินค้ามีความแตกต่างกันเช่น ตราสินค้า (ยี่ห้อ) คุณภาพ ราคาบรรจุภัณฑ์และการโฆษณา เป็นต้น ซึ่งเฉพาะ

สินค้าไม่แตกต่างกันแต่แตกต่างกันเฉพาะสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนี้ ดังนั้นจึงทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการผูกขาดในผลผลิตที่ตนได้ผลิตขึ้นมา

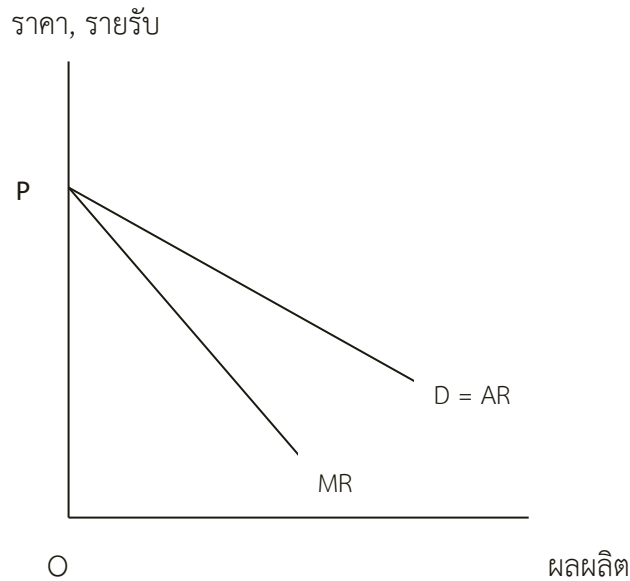
### 2.3 ผู้ผลิตสามารถเข้าและออกจากตลาดได้อย่างเสรีและปราศจากการกีดขวาง

ผู้ผลิตรายใหม่สามารถที่จะเข้ามาแข่งขันกับผู้ผลิตรายเก่าได้อย่างเสรี ไม่ถูกกีดกันจากผู้ผลิตรายเก่าใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งเมื่อผู้ผลิตรายได้ที่ได้กำไรเกินปกติจะเป็นเหตุจูงใจให้ผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดเรื่อยๆ จนกระทั่งในระยะยาวผู้ผลิตทุกรายที่มีอยู่ในตลาดได้รับเพียงกำไรปกติเท่านั้น

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ลักษณะที่แตกต่างจากตลาดที่มีการแข่งขันแท้จริงมีเพียงประการเดียว กล่าวคือ สินค้าของผู้ผลิตแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างนี้อาจเป็นได้ทั้งแตกต่างจริงอันเกิดจากความแตกต่างในรูปร่าง คุณภาพสินค้าหรือเป็นเพียงความแตกต่างในความรู้สึกของผู้บริโภค โดยที่ความจริงแล้วไม่ได้แตกต่างกันเลย ตัวอย่างสินค้าเหล่านี้ได้แก่ ผงซักฟอก สบู่หอม ยาสีฟัน แปรงสีฟัน แชมพูสระผม เป็นต้น ซึ่งแท้จริงแล้วก็เหมือนกันในหลายยี่ห้อ แต่ผู้ผลิตบางรายพยายามใช้ชื่อโฆษณาต่างๆ รวมทั้งใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าไม่เหมือนกัน ลักษณะนี้เอง ที่ทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดอยู่บ้างในสินค้าของตน ยิ่งผู้ผลิตสามารถทำให้สินค้าของตนแตกต่างจากของผู้ผลิตอื่นได้มากเพียงไร อำนาจผูกขาดก็มีมากขึ้นเท่านั้น

### 2.4 เส้นอุปสงค์ของผู้ผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เส้นอุปสงค์ที่ผู้ผลิตเผชิญมีความลาดเอียงมากกว่าเส้นอุปสงค์ตลาด ซึ่งหากเปรียบเทียบความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าโดยรวมในตลาด (อุปสงค์ตลาด) เช่น อุปสงค์ ผงซักฟอกกับความต้องการต่อสินค้าของผู้ผลิตรายหนึ่งในตลาด เช่น ผงซักฟอกยี่ห้อ A จะพบว่า ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาผงซักฟอกยี่ห้อ A มากกว่าการเปลี่ยนแปลงของราคาผงซักฟอก โดยรวมทั้งตลาด เพราะถ้าราคา A แพงขึ้นผู้บริโภคจะหันไปซื้อยี่ห้ออื่นมาใช้แทนยี่ห้อ A แต่ถ้าราคาโดยภาพรวมสูงขึ้นผู้บริโภคก็จะหันไปหาสินค้าอื่นมาแทน ผงซักฟอกได้ยาก



**ภาพประกอบที่ 8.11** เส้นอุปสงค์ที่ผู้ผลิตแต่ละรายเผชิญในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด  
ที่มา: วิรุณศิริ ใจมา (2559: 245)

จากภาพประกอบที่ 8.11 จะเห็นว่าเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผลิตเผชิญมีลักษณะลาดเอียงลงจากซ้ายมือมาขวามือ ซึ่งแสดงถึงราคาของผลผลิตที่ไม่คงที่มีความหมายว่า ถ้าผู้ขายกำหนดราคาผลผลิตแพงขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคซื้อผลผลิตได้น้อยลง และในทางกลับกันถ้ากำหนดราคาผลผลิตถูกลงจะทำให้ผู้บริโภคซื้อผลผลิตได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผลิตเผชิญอยู่ยังแสดงถึงรายรับเฉลี่ยของผู้ผลิตอีกด้วย อาจเป็นเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผลิตเผชิญนี้เป็นเส้นเดียวกับเส้นรายรับเฉลี่ย ( $D=AR$ ) แต่เนื่องจากราคาผลผลิตไม่คงที่รายรับส่วนเพิ่มจึงมีค่าน้อยกว่ารายรับเฉลี่ย ณ ทุกระดับผลผลิต ( $MR < AR$ ) เมื่อพิจารณาจากภาพประกอบที่ 8.11 แล้วจะเห็นว่า เส้นรายรับส่วนเพิ่มจะอยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าเส้นรายรับเฉลี่ยและมีความชันเป็นสองเท่าของเส้นรายรับเฉลี่ย

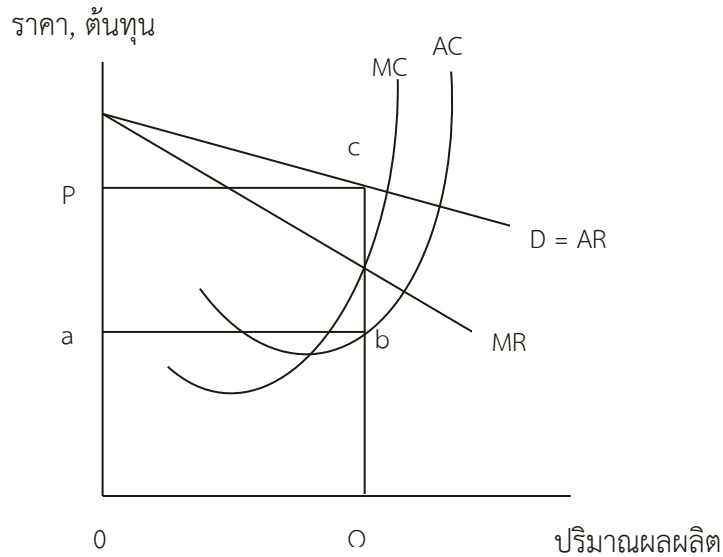
### 2.5 ดุลยภาพระยะสั้นของผู้ผลิตแต่ละราย (Short-run equilibrium of a firm)

ดุลยภาพในระยะสั้นของผู้ผลิตแต่ละรายของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เหมือนกับดุลยภาพของผู้ผลิตในตลาดอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ ผู้ผลิตจะอยู่ในดุลยภาพเมื่อผลิตสินค้า ณ ระดับที่ต้นทุนส่วนเพิ่มเท่ากับรายได้ส่วนเพิ่ม ( $MC = MR$ ) (วิรุณศิริ ใจมา, 2559: 246)

อุปสงค์ของผู้ผลิตแต่ละราย ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดคล้ายกับของผู้ผูกขาดแท้จริง เป็นเส้นลาดจากซ้ายไปขวา แต่มีความยืดหยุ่นมากกว่าเพราะสินค้าใช้แทนกันได้ดี เส้นรายได้ส่วนเพิ่ม ( $MR$ ) จะอยู่ใต้เส้นอุปสงค์ ซึ่งก็เป็นเส้นเดียวกับเส้นรายรับเฉลี่ย ( $AR$ ) นั่นเอง



ภาพประกอบที่ 8.12 แสดงดุลยภาพของหน่วยผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด หน่วยผลิตจะได้รับกำไรสูงสุดเมื่อผลิต  $OQ$  หน่วย ซึ่งเป็นปริมาณผลิตที่ตรงกับ  $MC = MR$  ต้นทุนเฉลี่ย  $Oa$  ขายราคาหน่วยละ  $OP$  และมีกำไรทั้งสิ้นเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม  $Pcba$  หรือกำไรหน่วยละ  $Pa$  ไม่ว่าจะเป็นตลาดชนิดใด หน่วยผลิตอาจประสบการณ์ขาดทุน หากราคาสินค้าอยู่ต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ย ( $AC$ ) ในกรณีตลาดกึ่งผูกขาดก็เช่นเดียวกัน หน่วยผลิตจะผลิตต่อไปถ้าราคายังอยู่สูงกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ย ( $AVC$ ) โดยผลิต ณ ระดับ  $MC = MR$  ซึ่งจะขาดทุนน้อยที่สุด (Loss minimization) ตลาดชนิดนี้เช่นเดียวกับตลาดมีผู้ขายน้อยราย คือ นิยมการโฆษณาส่งเสริมการขายเพิ่มเพิ่มอุปสงค์ เพราะถ้าประสบความสำเร็จ อุปสงค์จะเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องลดราคา กำไรจึงมากขึ้นหรือขาดทุนน้อยลง



รูปที่ 8.12 ดุลยภาพระยะสั้นของผู้ผลิตแต่ละราย

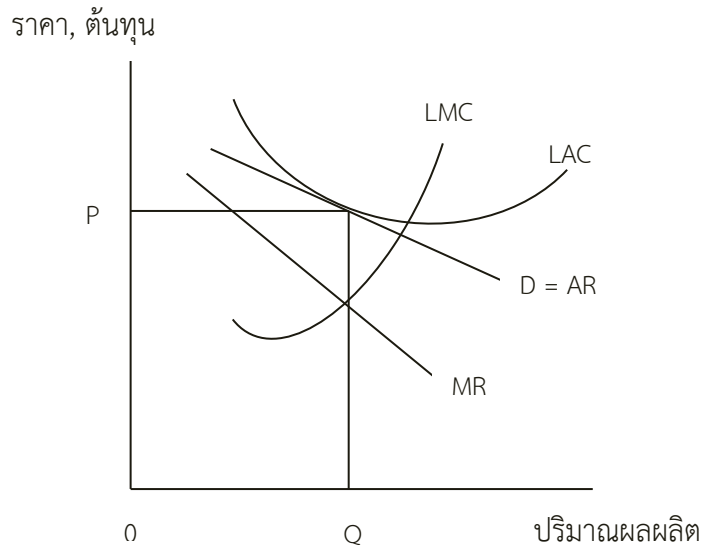
ที่มา: ประยุกต์จาก Salvatore (2004 :351)

## 2.6 ดุลยภาพระยะยาวของผู้ผลิตแต่ละราย (Long-run equilibrium of a firm)

ในระยะยาวหน่วยผลิตแต่ละรายในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด มีแนวโน้มที่จะได้รับเพียงกำไรปกติเท่านั้น นั่นคือ ราคาดุลยภาพเท่ากับต้นทุนเฉลี่ย เพราะในระยะยาวผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้ามาทำการผลิตแข่งขันได้ โดยเสรีราบเท่าที่หน่วยผลิตยังมีกำไรเกินปกติ กำไรเกินปกตินี้จะดึงดูดผู้ผลิตรายใหม่ให้เข้ามาผลิตแข่งขัน การที่ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาผลิตแข่งขันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จะทำให้เส้นอุปสงค์ของหน่วยผลิตลดลงเรื่อยๆ จนในที่สุดสัมผัสกับเส้นต้นทุนเฉลี่ยก่อนจุดต่ำสุด ดังนั้นราคาจึงเท่ากับต้นทุนเฉลี่ยหน่วยผลิตจึงได้รับเพียงกำไรปกติ

ภาพประกอบที่ 8.13 แสดงดุลยภาพระยะยาวหน่วยผลิต ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด หน่วยผลิตจะอยู่ในดุลยภาพ คือ มีกำไรสูงสุดเมื่อผลิต  $0Q$  หน่วย ซึ่งเป็นระดับปริมาณผลผลิตที่มี  $LMC = MR$  และขายราคาหน่วยละ  $OP$  ซึ่งเท่ากับต้นทุนเฉลี่ยหน่วยผลิตจึงได้รับเพียงกำไรปกติ

ดุลยภาพระยะยาวของหน่วยผลิต ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดแตกต่างจากตลาดแข่งขันสมบูรณ์บางประการ ถึงแม้ว่าผู้ผลิตรายใหม่ในตลาด 2 ชนิดนี้สามารถเข้ามาทำการผลิตแข่งขันได้โดยเสรี แต่สินค้าของแต่ละหน่วยผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีความแตกต่าง ทั้งที่สินค้านั้นอาจแตกต่างจริงหรือผู้บริโภครู้สึกว่ามันแตกต่าง ทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการกำหนดราคาได้บ้าง ดังนั้นเส้นอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายจึงเป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา (ค่าความชันสมบูรณ์ของเส้นอุปสงค์  $< \infty$ ) เส้นอุปสงค์ของหน่วยผลิตจึงสัมผัสกับเส้นต้นทุนเฉลี่ยก่อนจุดต่ำสุดของเส้นดังกล่าว พิจารณาเงื่อนไขดุลยภาพ  $LMC = MR$  พบว่าระดับราคาสินค้าอยู่สูงกว่ารายได้ส่วนเพิ่ม ( $MR$ ) และผลผลิตมีปริมาณที่จุดต่ำสุดของ  $LAC$



ภาพประกอบที่ 8.12 ดุลยภาพระยะยาวของหน่วยผลิตในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด  
ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562: 187)

## สรุปท้ายบท

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์เป็นตลาด ที่แสดงถึงราคาและปริมาณในโลกความเป็นจริงมากกว่า ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะของตลาด มีความเป็นไปได้มากกว่า กล่าวคือ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์นั้น 1) มีผู้ขายจำนวนไม่มากทำให้เกิดการกีดกัน การเข้าออกตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาตลาด รวมทั้งการลงทุนที่มีเงินลงทุนที่สูง 2) สินค้าที่อยู่รอบตัวโดยทั่วไปสินค้าไม่เหมือนกันทุกประการ ทำให้การจะนำสินค้าบางชนิดมาทดแทนสินค้าอื่นๆ ที่ขาดแคลนทั้งหมดไม่ได้ ซึ่งสินค้ามีความแตกต่างกันไม่มากนัก 3) ความรู้ ข้อมูลข่าวสารของตลาดไม่ครบถ้วน เนื่องจากฝ่ายขายอาจมีการเปิดเผยข้อมูลไม่ครบถ้วน หรือการสื่อสารล่าช้าต่อการตัดสินใจบริโภค ทำให้การวิเคราะห์ถึงราคาและปริมาณของผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อ การซื้อสินค้าและบริการ 4) การเข้าหรือออกตลาดในความเป็นจริงยาก เนื่องจากตลาดจะมีผู้ประกอบการเก่าอยู่ก่อนแล้ว และอาจรวมกลุ่มในการกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ หรือมีการแทรกแซงเพื่อให้เกิดการผูกขาดของตนเองในทางกฎหมาย เป็นต้น โดยตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ 1) ตลาดผูกขาด 2) ตลาดผู้ขายน้อยราย 3) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือตลาดผู้ขายมาราย

ตลาดผูกขาดเป็นตลาดที่มีความรุนแรงมากที่สุดของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ เนื่องจากเป็นตลาดที่เกิดการผูกขาดเพียงรายเดียว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การแข่งขันและการพัฒนาในอนาคต การผูกขาดอาจเกิดจากภาครัฐสร้างการผูกขาดให้กับภาครัฐเอง หรือการเปิดโอกาสให้เอกชนเกิดการผูกขาดในรูปแบบต่างๆ อาทิ การรวมกลุ่มกันผลิต การผูกขาดเทคโนโลยี เป็นต้นซึ่งในการผูกขาดอาจเกิดทั้งผลดีและผลเสีย โดยผลดี อาจจะมีผลผลิตสินค้าและบริการเพียงบางอย่างต่อประชาชนไม่ต้องผลิตหลายแบบที่จะก่อให้เกิดความฟุ่มเฟือย ขณะที่ผลเสียของการผูกขาด คือ ผู้ผูกขาดสามารถกำหนดราคาที่ต้องการได้ทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ขาดการแข่งขันทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นๆ ได้ เมื่อเกิดการผูกขาดก็จำเป็นต้องซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ ส่วนตลาดผู้ขายน้อยรายเป็นตลาดที่มีผู้ผลิตจำนวนไม่มาก อาทิเช่น การผลิตรถยนต์ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น คุณลักษณะของตลาดแบบนี้จะมีการประกอบการเพียงไม่กี่ราย สามารถที่จะกีดกันการเข้าสู่ตลาดและถ้ามีการรวมกลุ่มกันแบบ “คาร์เทล” สามารถกำหนดราคาในตลาดนั้นๆ ได้ แต่ในตลาดลักษณะนี้จะไม่นับเรื่องการลดราคาเพื่อเพิ่มปริมาณ แต่จะแข่งขันเรื่องการบริการเป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นตลาดที่มีเพียงไม่กี่รายเท่านั้น สุดท้ายเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือตลาดผู้ขายมาราย ถือว่าเป็นตลาดที่ใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์มากที่สุด เพราะมีลักษณะสินค้าที่ใกล้เคียงกันแต่ไม่เหมือนกันทีเดียว สามารถทดแทนกันได้บ้าง ไม่สามารถกีดกันการเข้าสู่ตลาด



## คำถามทบทวนประจำบทที่ 8

1. ให้อธิบายคุณลักษณะของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ว่ามีอะไรบ้าง อธิบายให้ชัดเจน
2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ในประเด็นที่ว่า “การเข้าหรือออกจากอุตสาหกรรมเป็นไปได้ยาก” สาเหตุเพราะอะไร ให้อธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ
3. สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน ได้อธิบายคำว่าตลาดผูกขาดไว้ว่าอย่างไร
4. เหตุใดจึงมีหลายๆ ท่านมองว่า “ตลาดผูกขาด” เป็นตลาดที่มีความรุนแรงที่ส่งผลกระทบต่อสังคมมากที่สุด ให้อธิบายพร้อมยกตัวอย่างสินค้าผูกขาดมาอย่างน้อย 3 กรณี พร้อมอธิบายแต่ละกรณี
5. การกำหนดราคาและปริมาณสินค้าระยะสั้นของตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุมนั้น กำไรที่ได้จากการผูกขาดจะสามารถอธิบายได้ว่าอย่างไร ให้อธิบายประกอบการอธิบาย
6. ผู้ผูกขาดในตลาดผูกขาดสามารถขาดทุนได้หรือไม่ เพราะเหตุใด และถ้ามีการขาดทุนของผู้ผูกขาดจะสามารถขาดทุนน้อยที่สุดได้เท่าใด ให้อธิบายประกอบการอธิบายให้ชัดเจน
7. ให้เปรียบเทียบคำว่า “ราคาอุดมคติ” กับ “ราคายุติธรรม” และ “ราคากำไรเกินปกติ” ว่ามีลักษณะเหมือนหรือต่างกัน เพราะเหตุใด โดยให้อธิบายประกอบการอธิบายให้ชัดเจน
8. ให้ยกตัวอย่างข้อดี ข้อเสียของตลาดผูกขาดมาอย่างน้อย 3 ข้อ
9. ลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยมีลักษณะเป็นอย่างไร อธิบาย
10. ตลาดผู้ขายน้อยรายกับการกำหนดราคาค่อนข้างตายตัวหรือเส้นอุปสงค์หักมุม คืออะไร อธิบายพร้อมวาดภาพประกอบ
11. เหตุใดจึงมีหลายท่านกล่าวว่า “ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือตลาดผู้ขายมาราย” มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับ “ตลาดแข่งขันสมบูรณ์” เพราะอะไร อธิบาย
12. การหาจุดดุลยภาพระยะสั้นของผู้ผลิตแต่ละรายของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือตลาดผู้ขายมารายมีการวิเคราะห์อย่างไร อธิบายพร้อมวาดภาพประกอบ



## เอกสารอ้างอิงประจำบทที่ 8

- ชยันต์ ต้นติวีสตาการ. (2559). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค: ทฤษฎีและการประยุกต์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2557). **เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์การลงทุนเศรษฐศาสตร์**. (พิมพ์ครั้งที่ 5 ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2558). **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประพันธ์ เสวตนันท์และไพศาล เล็กอุทัย. (2556). **หลักเศรษฐศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล. (2556). **เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2562). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. พิมพ์ครั้งที่ 21. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิรุณศิริ ใจมา. (2559). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายพิน ชินตระกูลชัยและศุภนิത്യ ตั้งสง่าศักดิ์ศรี. (2562). **เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน. (2562). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น: การวิเคราะห์และประยุกต์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อิป เกร็ก. (2562). **เข้าใจเศรษฐศาสตร์-อดีตถึงปัจจุบัน**. (ธีรทร วัฒนกุล, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น. (ต้นฉบับภาษาอังกฤษ พิมพ์ ค.ศ.2013)
- Deepashree. (2018). **Introductory Microeconomics**. New Delhi: New Saraswati House (India) Pvt. Ltd.
- Lee, F. & Jo, T. (2018). **Microeconomic theory: a heterodox approach**. New York: Routledge.
- Mithani, D. (2010). **Managerial Economics**. Mumbai: Himalaya Publishing House Pvt. Ltd.

Salvatore, D. (2004). **Managerial Economics in a Global Economy**. 5<sup>th</sup> ed.,  
USA: South-Western, a division of Thomson Learning.

Samuelson, W. & Marks, S. (2006). **Managerial Economics**. 5<sup>th</sup> ed., USA: John Wiley &  
Sons, Inc.