

ຄຳນຳ

ປຶ້ມເສດຖະສາດຈຸລະພາກເຫຼັ້ມນີ້ໄດ້ຮຽບຮຽງຂຶ້ນມາ ເພື່ອເປັນເອກະສານປະກອບການຮຽນ, ການສອນ ໃນສະຖາບັນການທະນາຄານ ແລະ ສຳລັບຜູ້ທີ່ສົນໃຈທົ່ວໄປ ເພື່ອນຳໄປສຶກສາຫາຄວາມຮູ້ ໃນທາງທິດສະດີ ເສດຖະກິດຈຸລະພາກ ເພາະໃນປະຈຸບັນນີ້ ເປັນຍຸກຂອງເສດຖະກິດເສລີ ແລະ ເປັນຍຸກໂລກາຜິວັດ ຊຶ່ງທຸກໆທ່ານ ຕ້ອງຮຽນຮູ້ເຖິງແນວທາງ ແລະ ທິດສະດີ ເພື່ອນຳໄປປະຕິບັດໃຫ້ຖືກຕ້ອງກັບຕົວຈິງ.

ປຶ້ມຕຳລາເຫຼັ້ມນີ້ເປັນເສດຖະສາດຈຸລະພາກລະດັບພື້ນຖານ ແກ່ຜູ້ທີ່ຍັງບໍ່ເຄີຍສຶກສາວິຊາເສດ ຖະສາດມາ ກ່ອນ ສະນັ້ນ ອາດມີຂໍ້ຂາດຕົກບົກຜ່ອງ ຈຶ່ງຂໍຄວາມຮ່ວມມືນຳທ່ານດ້ວຍໃນການໃຫ້ຄຳຕຳນິຕິຊົມມາຍັງພວກ ຂ້າພະເຈົ້າ ເພື່ອຈະໄດ້ນຳໄປປັບປຸງໃຫ້ຄົບຖ້ວນສົມບູນໃນຕໍ່ໜ້າ.

ຂ້າພະເຈົ້າຂໍຂອບໃຈ ສະຖາບັນການທະນາຄານ ທີ່ໄດ້ສົ່ງເສີມ ແລະ ສະໜັບສະໜູນໃຫ້ມີການແປ ແລະ ຮຽບຮຽງຕຳລາການຮຽນການສອນທີ່ເປັນປະໂຫຍດສຳລັບການສຶກສາ.

ສະຖາບັນການທະນາຄານ, ປີ 2014

ຮຽບຮຽງໂດຍ:

ອຈ ວົງພະຈັນ ແສງສຸວັນ

ສາລະບານ

ບົດທີ1 ຄວາມຮູ້ເບື້ອງຕົ້ນກ່ຽວກັບເສດຖະສາດ001
ເສດຖະສາດແມ່ນຫຍັງ?	
ປະຫວັດຂອງວິຊາເສດຖະສາດ	
ການສ້າງທິດສະດີໂດຍວິທີການປະສົບການນິຍົມ	
ວິທີການປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດຖຸນິຍົມວິພາກວິທີ	
ເສດຖະສາດວິເຄາະ ແລະ ເສດຖະສາດນະໂຍບາຍ	
ບັນຫາຜື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ	
ລະບົບເສດຖະກິດແບບງ່າຍໆກັບການແກ້ບັນຫາຜື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ	
ເສດຖະກິດມະຫາພາກ ແລະ ເສດຖະສາດທຸລະກິດ	
ເສັ້ນເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດ	
ດຸນຍະພາບ	
ການວິເຄາະ	
ເຄື່ອງມືປະກອບການສຶກສາເສດຖະສາດ	
ບົດທີ2 ການກຳນົດລາຄາໂດຍອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານ032
ຕອນທີ 1 ອຸປະສິງ	
ຝັງຊັ້ນອຸປະສິງກົດແຫ່ງອຸປະສິງ ສົມຜົນອຸປະສິງ ຕາຕະລາງອຸປະສິງແລະເສັ້ນອຸປະສິງ	
ຕົວກຳນົດອຸປະສິງ	
ການປ່ຽນແປງປະລິມານຊື້	
ການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະສິງ, ການປ່ຽນແປງອຸປະສິງ	
ອຸປະສິງຂອງບຸກຄົນ ແລະ ອຸປະສິງຂອງຕະຫຼາດ	
ຕອນທີ 2 ອຸປະທານ	
ຝັງຊັ້ນອຸປະທານ ກົດແຫ່ງອຸປະທານ ສມການອຸປະທານ ຕາຕະລາງອຸປະທານ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານ	
ຕົວກຳນົດອຸປະທານ	
ການປ່ຽນແປງປະລິມານຂາຍ	
ການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະທານ	
ການກຳນົດລາຄາແລະດຸນຍະພາບຂອງຕະຫຼາດ	
ການປ່ຽນແປງດຸນຍະພາບແລະຕົວຢ່າງ	
ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ	
ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດ	
ບົດທີ3 ຄວາມຢືດຫຸ້ມ052
ຄວາມຢືດຫຸ້ມຂອງອຸປະສິງຕໍ່ລາຄາ	
ຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງຄວາມຊັນແລະຄ່າຄວາມຢືດຫຸ້ມ	
ຄວາມຢືດຫຸ້ມຂອງອຸປະສິງແລະລ່າຍຈ່າຍລວມ	
ຄວາມຢືດຫຸ້ມຂອງອຸປະສິງແລະລາຍໄດ້	
ຄວາມຢືດຫຸ້ມຂອງອຸປະສິງຕໍ່ລາຍໄດ້ອື່ນໆ	
ປັດໃຈກຳນົດຄ່າຄວາມຫຼຸດຢືດຂອງອຸປະສິງ	

ຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະທານ
 ປະໂຫຍດຂອງຄວາມຫົດຢຶດ
 ຕົວຢ່າງການປະຍຸກທິດສະດີອຸປະສົງ ອຸປະທານແລະຄວາມຢຶດຫົດ
 ການແຊກແຊງລາຄາໂດຍລັດຖະບານ
 ການເກັບພາສີສິນຄ້າ
 ທິດສະດີໃບແມງມຸມ

ບົດທີ4 ທິດສະດີວ່າດ້ວຍພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

ຕອນທີ1. ທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດແລະຂໍ້ສົມໝຸດ.081

ຄວາມໝາຍຂອງອັດຖະປະໂຫຍດລວມ ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມແລະຄວາມສຳພັນ
 ກົດວ່າດ້ວຍການລົດນ້ອຍຖອຍລົງຂອງ
 ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ
 ດຸນຍະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ
 ການສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງບຸກຄົນຈາກດຸນຍະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ
 ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

ຕອນທີ2. ການວິເຄາະເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນແລະເສັ້ນງົບປະມານ

ຄວາມໝາຍແລະລັກສະນະເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ
 ແຜ່ນພາບເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ
 ຄຸນສົມບັດຂອງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ
 ອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນກັນຂອງສິນຄ້າ2ຊະນິດ
 ເສັ້ນງົບປະມານຫຼືເສັ້ນລາຄາດຸນຍະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ
 ຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດກັບທິດສະດີຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ
 ການປ່ຽນແປງດຸນຍະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ
 ການສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງບຸກຄົນຈາກເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ
 ລັກສະນະ PPC ກັບຄວາມຢຶດຫົດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ
 ຜົນທາງລາຍໄດ້ແລະຜົນການທົດແທນ

ບົດທີ5 ທິດສະດີການຜະລິດ.105

Functionການຜະລິດ

ຄວາມໝາຍຂອງການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນແລະໄລຍະຍາວ
 ການວິເຄາະການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ
 ລັກສະນະແລະຄວາມສຳພັນຂອງຜົນຜະລິດແບບຕ່າງໆ
 ການແບ່ງຊ່ວງຂອງການຜະລິດ
 ການວິເຄາະການຜະລິດໃນໄລຍະຍາວ
 ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ
 ອັດຕາການໃຊ້ປັດໃຈການຜະລິດທົດແທນກັນ
 ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ
 ການໃຊ້ສ່ວນປະສົມຂອງປັດໃຈການຜະລິດອັນເໝາະສົມ

ເສັ້ນແນວຂະໜາຍການຜະລິດ ການປະຫຍັດແລະບໍ່ປະຫຍັດຕໍ່ເນື່ອງຈາກຂະໜາດຂອງການຜະລິດ ກົດວ່າດ້ວຍຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດ	
ບົດທີ6 ຕົ້ນທຶນການຜະລິດ.	126
ແນວຄິດທາງເສດຖະສາດກ່ຽວກັບຕົ້ນທຶນ ການວິເຄາະຕົ້ນທຶນການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ ຕາຕະລາງແລະເສັ້ນຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕ່າງໆ ຕົວຢ່າງການປະຍຸກໃຊ້ແນວຄິດຕົ້ນທຶນ ການວິເຄາະຕົ້ນທຶນໃນໄລຍະຍາວ	
ບົດທີ7 ລາຍຮັບແລະກຳໄລການຜະລິດ.	141
ລາຍຮັບສະເລ່ຍ ລາຍຮັບລວມແລະລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງລາຍຮັບສະເລ່ຍລາຍຮັບລວມແລະລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ການສ້າງເສັ້ນ MR ຈາກເສັ້ນອຸປະສິງ ຕົ້ນທຶນລາຍໄດ້ແລະກຳໄລສູງສຸດ	
ບົດທີ8 ການກຳນົດລາຄາແລະປະລິມານຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ.	149
ຄວາມໝາຍຂອງຕະຫຼາດໃນທາງເສດຖະສາດ ລັກສະນະຂອງຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ ເສັ້ນອຸປະສິງຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະລາຍ ຄຸນນະພາບໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜະລິດ/ຜູ້ຂາຍ ການຂາດທຶນໜ້ອຍທີ່ສຸດ. ເສັ້ນອຸປະທານໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະລາຍ ຄຸນນະພາບໃນໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜະລິດ	
ບົດທີ9 ການກຳນົດລາຄາແລະປະລິມານຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜູກຂາດແທ້ຈິງ.	157
ຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດແທ້ຈິງ ເສັ້ນອຸປະສິງແລະລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຂອງການຜູກຂາດ ການກຳນົດລາຄາແລະປະລິມານຜົນຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ ຄຸນນະພາບໄລຍະຍາວຂອງການຜູກຂາດ ຜົນດີແລະຜົນເສຍຂອງການແຂ່ງຂັນແລະການຜູກຂາດ	
ບົດທີ10 ການກຳນົດລາຄາແລະປະລິມານຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍຄົນ.	168
ຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ ຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍຄົນ ລາຄາແລະປະລິມານຜົນຜະລິດຂອງຜູ້ຂາຍໜ້ອຍຄົນ ລາຄາຄ່ອນຂ້າງຕາຍໂຕແລະເສັ້ນອຸປະສິງຫຼັກມຸມ ຄຸນນະພາບໄລຍະຍາວ ການແຂ່ງຂັນໂດຍບໍ່ໃຊ້ລາຄາ ຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ	

ດຸນຍະພາບໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະຄົນ
ດຸນຍະພາບໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະຄົນ
ປຸງປະກອບລັກສະນະແລະໂຄງສ້າງຂອງຕະຫຼາດແບບຕ່າງໆ

ບົດທີ11 ທິດສະດີວ່າດ້ວຍຄ່າຈ້າງ.176

ຄວາມໝາຍຂອງຄ່າຈ້າງ

-ຕົວກຳນົດອຸປະສິງແລະອຸປະທານແຮງງານ

-ອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ

-ອຸປະສິງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ

-ອຸປະສິງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດ.

ຜົນຜະລິດແຂ່ງຂັນສົມບູນແລະຕະຫຼາດແຮງງານມີຜູ້ຈ້າງຫຼາຍຄົນ

-ອຸປະສິງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດແຕ່ລະຕະຫຼາດແຮງງານ

ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ/ມີຜູ້ຈ້າງຫຼາຍຄົນ

-ການປ່ຽນແປງເສັ້ນອຸປະສິງຕໍ່ປັດໃຈການຜະລິດ

-ການປຸງປະກອບເສັ້ນ VMP ແລະເສັ້ນ MRP

-ອຸປະສິງຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດ ແລະໃນຕະຫຼາດແຮງງານມີຜູ້ຈ້າງຄົນດຽວ/ຜູກຂາດ

ສະຫະພາບແຮງງານກັບການກຳນົດອັດຕາຄ່າຕ່າງໆ

ບົດທີ 1

ຄວາມຮູ້ເບື້ອງຕົ້ນກ່ຽວກັບວິຊາເສດຖະສາດ

ເສດຖະສາດເປັນວິຊາການຂະແໜງໜຶ່ງຂອງວິຊາສັງຄົມສາດໄດ້ສ້າງຕັ້ງເອງ ແລະມີການພັດທະນາ ມາຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງຈົນມີສະຖານະພາບເປັນ “ວິທະຍາສາດ” ນັບຈາກທີ່ມີການຕີພິມຕຳລາທາງເສດຖະສາດ ເຫຼັ້ມທຳອິດຂອງໂລກຊື່: An Inquiry into the Nature and Causes of the wealth of the nations ເມື່ອປີ 1776 ຜູ້ຂຽນຄື: ອາດັມ ສະມິດ (Adam Smith) ຊຶ່ງໄດ້ຮັບການຍົກຍ້ອງວ່າ ເປັນບິດາ ແຫ່ງວິຊາເສດຖະສາດໃນລະດັບສາກົນ ແລະ ນັບຈາກນັ້ນເປັນຕົ້ນມາການສຶກສາຄົ້ນຄ້ວາ ແລະ ວິໄຈ ທາງເສດຖະສາດກໍໄດ້ຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ຄວມຄຸມເນື້ອຫາຢ່າງກວ້າງຂວາງຫຼາຍຂຶ້ນ ເລື້ອຍໆ. ຈົນທັງໃນປັດຈຸບັນນີ້ ເກືອບເວົ້າໄດ້ວ່າ ບໍ່ມີກິດຈະກຳໃດໃນສັງຄົມມະນຸດທີ່ສາມາດອະທິບາຍ ການວິເຄາະດ້ວຍທິດສະດີ ຫຼື ເຄື່ອງມືທາງເສດຖະສາດ ທີ່ດີກວ່າເສດຖະສາດ.

ເສດຖະສາດແມ່ນຫຍັງ?

ປັດຈຸບັນຂອບເຂດ ແລະເນື້ອຫາຂອງເສດຖະສາດໄດ້ຄວມຄຸມ ແລະ ຂະຫຍາຍເລື້ອງຕ່າງໆ ຢ່າງກວ້າງຂວາງຈຶ່ງເປັນການຍາກທີ່ຈະຂຽນຄຳນິຍາມ (Definition) ເຊິ່ງສາມາດລະບຸຂອບເຂດ ແລະ ເນື້ອຫາຂອງເສດຖະສາດໃຫ້ໄດ້ຄົບຖ້ວນດ້ວຍຂໍ້ຄວາມພຽງ 3-4 ແຖວ, ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມນັກວິຊາການເສດຖະສາດກໍໄດ້ພະຍາຍາມສະເໜີຄຳນິຍາມໄວ້ຫຼາຍສຳນວນເຊິ່ງ ອາດແບ່ງຄຳນິຍາມເຫຼົ່ານັ້ນອອກເປັນ 2 ປະເພດ:

- ປະເພດ 1 : ຄຳນິຍາມທີ່ເນັ້ນເຖິງສະຫວັດດີການທາງເສດຖະສາດຂອງມະນຸດ (materialistic definition of economics)
- ປະເພດ 2 : ຄຳນິຍາມທີ່ເນັ້ນເຖິງຄວາມຈຳກັດຂອງຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່ (scarcity definition of economics)

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ໃນປັດຈຸບັນນັກເສດຖະສາດສ່ວນຫຼາຍໄດ້ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຄຳນິຍາມປະເພດທີ 2 ເພາະມັນຄວມຄຸມສາລະບັນຫາຂອງເສດຖະສາດທີ່ຄົບຖ້ວນຫຼາຍກ່ວາ ລອດ ລີເອີເນລ ຮອບບິນສ໌ (Lord Lionel Robbins) ເປັນໜຶ່ງໃນບັນດານັກເສດຖະສາດລຸ້ນບຸກເບີກທີ່ໃຫ້ຄຳນິຍາມເສດຖະສາດໃນປະເພດທີ່ສອງນີ້. ໃນໜັງສືຊື່ An Essay in the Nature and Significance of economics Science ຊຶ່ງບອກວ່າ: “ເສດຖະສາດຄື ສາດທີ່ສຶກສາກ່ຽວກັບພຶດຕິກຳຂອງມະນຸດທາງດ້ານຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງຜົນ ແລະຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດ ເຊິ່ງອາດນຳໄປໃຊ້ເພື່ອການຕ່າງໆໄດ້ຫຼາຍທາງ, Economics is the science which studies human behavior as a relationship between ends and scarce means which have alternative uses” ນອກຈາກນີ້ ຕຳລາຫຼັກເສດຖະສາດສ່ວນຫຼາຍໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງຕຳລາທີ່ຂຽນໂດຍນັກເສດຖະສາດນິໂອຄລາສສິກ ຍັງຍຶດຄຳນິຍາມເສດຖະສາດໃນແນວນີ້ຢູ່ ເຊັ່ນ: ພຣົວເອແຊມມວນຊັນ (Paul A. Samuelson) ນັກເສດຖະສາດຄົນອາເມລິກາຊຶ່ງເປັນຜູ້ຂຽນຕຳລາ ຫຼັກເສດຖະສາດທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຫຼາຍທີໜຶ່ງ ໂດຍສະເພາະໃນຕຳລາ Economics ໄດ້ໃຫ້ຄຳນິຍາມເສດຖະສາດໄວ້ວ່າ:

“ເສດຖະສາດຄື: ການສຶກສາກ່ຽວກັບພຶດຕິການທີ່ປະຊາຊົນແລະສັງຄົມເລືອກໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່ຈຳກັດ ເຊິ່ງອາດໃຊ້ເພື່ອຈຸດປະສົງຕ່າງໆໄດ້ຫຼາຍທາງ ເຊັ່ນ: ໃນການຜະລິດ ສິນຄ້າຕ່າງໆ ແລະ ແຈກຢາຍສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນເພື່ອການບໍລິໂພກ ບໍ່ວ່າໃນປັດຈຸບັນ ຫຼື ອານາຄົດໃນໝູ່

ບຸກຄົນຕ່າງໃນສັງຄົມ “Economics is the study of how people and society choose to employ scarce resources that could have alternative uses in order to produce various commodities and distribute them for consumption now or in the future among various persons and groups in society” ສໍານວນຂ້າງຕົ້ນເຮົາອາດສ້າງຄໍານິຍາມແບບສັ້ນທີ່ມີສູດດັ່ງນີ້:

- ເສດຖະສາດຄື: ວິທະຍາສາດທີ່ສຶກສາກ່ຽວກັບການເລືອກທາງໃນການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນ ການຜະລິດທີ່ມີຢູ່ຢ່າງຈໍາກັດເພື່ອການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການໃຫ້ໄດ້ປະໂຫຍດສູງສຸດ ສາມາດສະໜອງຄວາມຕ້ອງການອັນບໍ່ຈໍາກັດຂອງບຸກຄົນ ແລະ ກຸ່ມບຸກຄົນໃນສັງຄົມ. ໂດຍພິຈາລະນາຈາກຄໍານິຍາມຂ້າງເທິງມີຄໍາສໍາຄັນທີ່ຄວນອະທິບາຍ ຂະຫຍາຍຄວາມໝາຍໃນ 5 ຄໍາລຸ່ມນີ້:

- ທາງເລືອກ ແລະ ການເລືອກ
- ຊັບພະຍາກອນການຜະລິດ
- ການມີຢູ່ຢ່າງຈໍາກັດ
- ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ
- ຄວາມຕ້ອງການບໍ່ຈໍາກັດ

1. ທາງເລືອກ ແລະ ການເລືອກ (Choice and Choosing).

ຄຳວ່າ “ທາງເລືອກ” ເກີດຂຶ້ນເພາະຊັບພະຍາກອນຕ່າງໆ ສາມາດນໍາໄປໃຊ້ປະໂຫຍດໄດ້ຫຼາຍທາງເຊັ່ນ: ທີ່ດິນໜຶ່ງຕອນໃນເຂດຊົນນະບົດມີຂະໜາດ 2 ເຮັກຕາ ເຈົ້າຂອງອາດໃຊ້ທີ່ດິນຕອນນັ້ນເຮັດປະໂຫຍດໄດ້ຫຼາຍຢ່າງທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້ເຊັ່ນ: ສ້າງອາຄານຄ້າ, ສ້າງທີ່ພັກອາໄສ, ສ້າງໂຮງງານ ໆລໆ ນອກຈາກນີ້ ຄວາມບໍ່ສົມດູນລະຫວ່າງຄວາມຕ້ອງການທີ່ບໍ່ຈໍາກັດ ກັບຊັບພະຍາກອນການຜະລິດທີ່ມີຢູ່ຈໍາກັດເຮັດໃຫ້ບໍ່ສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການທັງໝົດໄດ້ ເຮົາຈຶ່ງຕ້ອງມີ “ການເລືອກ (Choosing)” ໃຊ້ຄືຈະຍາກທີ່ຈະມີສິ່ງກໍ່ສ້າງຫຼາຍຢ່າງໃນທີ່ດິນບ່ອນດຽວແຕ່ທີ່ດິນພັດມີຈໍາກັດ ຈຶ່ງຕ້ອງມີການເລືອກສ້າງພຽງສິ່ງດຽວທີ່ໃຫ້ປະໂຫຍດແກ່ເຈົ້າຂອງຫລາຍທີ່ສຸດ ປະໂຫຍດນີ້ອາດຈະຢູ່ໃນຮູບຜົນຕອບແທນ ຫຼື ຄວາມພໍໃຈທັງສອງຢ່າງ.

ການເລືອກນັບເປັນພຶດຕິກຳທາງເສດຖະສາດຂັ້ນພື້ນຖານທີ່ຕ້ອງພົບພໍ້ຕັ້ງແຕ່ລະດັບບຸກຄົນ, ກຸ່ມບຸກຄົນໄປຈົນເຖິງລະດັບປະເທດຊາດ ໃນລະດັບບຸກຄົນ ຫຼື ກຸ່ມບຸກຄົນລາຍໄດ້ທີ່ມີຈໍາກັດເຮັດໃຫ້ບໍ່ສາມາດໃຊ້ຈ່າຍໄດ້ຕາມໃຈມັກ ເມື່ອມີສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຢາກໄດ້ພ້ອມກັນຫລາຍຢ່າງບຸກຄົນຈຶ່ງຕ້ອງຕັດສິນໃຈເລືອກສະເພາະສິນຄ້າທີ່ຈະໃຫ້ຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ ໃນລະດັບປະເທດຊາດຈຳເປັນຕ້ອງຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຈໍາກັດ ໃນທາງທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນສ່ວນໃຫຍ່ໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດເຊັ່ນກັນ.

ດັ່ງນັ້ນ, ທາງເລືອກ ແລະ ການເລືອກ ຈຶ່ງເປັນເງົາ ຂອງເສດຖະສາດ, ສິ່ງໃດທີ່ມີບັນຫາກ່ຽວກັບການເລືອກໃຊ້ຊັບພະຍາກອນ ເສດຖະສາດຍ່ອມມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງກັບສິ່ງນັ້ນ ໃນທາງກົງກັນ ຂ້າມຊັບພະຍາກອນໃດທີ່ຖືກກຳນົດໃຫ້ໃຊ້ໄດ້ພຽງທາງດຽວ ເສດຖະສາດກໍ່ບໍ່ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ບໍ່ຕ້ອງໃຊ້ເສດຖະສາດໃນການເລືອກ.

2. ຊັບພະຍາກອນການຜະລິດ (Productive resources)

ຄຳວ່າ: ຊັບພະຍາກອນການຜະລິດ ໝາຍເຖິງຊັບພະຍາກອນທີ່ໃຊ້ຜະລິດສິນຄ້າ ແລະບໍລິການທີ່ເອີ້ນອີກຊື່ວ່າ: ປັດໄຈການຜະລິດ (Factors of production or input) ແບ່ງອອກເປັນ 4 ປະເພດຄື: ທີ່ດິນ (Land), ແຮງງານ(Labour), ທຶນ(capital) ແລະ ຜູ້ປະກອບການ(entrepreneur).

(1) ທີ່ດິນ (Land): ທີ່ດິນໄດ້ລວມເອົາທັງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດອື່ນໆເຊັ່ນ:ປ່າໄມ້, ແຮ່ທາດ, ສັດປ່າສັດນ້ຳ, ຄວາມອຸດົມສົມບູນຂອງດິນປະລິມານນ້ຳຝົນ ແລະທິວທຳມະຊາດຕ່າງໆ ເປັນຕົ້ນ ທັງໝົດນີ້ມີຢູ່ຕາມທຳມະຊາດມະນຸດສ້າງຂຶ້ນບໍ່ໄດ້ ແຕ່ສາມາດປັບປຸງຄຸນນະພາບຂອງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດໄດ້ ເຊັ່ນ: ປັບປຸງທີ່ດິນໃຫ້ອຸດົມສົມບູນຂຶ້ນ, ຜົນຕອບແທນຈາກການໃຊ້ທີ່ດິນເອີ້ນວ່າ: ຄ່າເຊົ່າ (rent).

(2) ແຮງງານ (Labour): ເປັນຊັບພະຍາກອນມະນຸດ (human resource) ໂດຍທົ່ວໄປພິຈາລະນາສະເພາະຜູ້ທີ່ຢູ່ໃນໄວອາຍຸເຮັດວຽກ, ນອກຈາກປະລິມານແລ້ວຍັງຕ້ອງພິຈາລະນາໃນດ້ານຄຸນນະພາບດ້ວຍເຊັ່ນ: ລະດັບການສຶກສາ ແລະ ຄວາມຮູ້ໃນການປະກອບອາຊີບ, ສະຕິປັນຍາ ແລະ ຄວາມຄິດ, ສຸຂະອານະໄມ, ສິນລະທຳ ແລະ ຈະລິຍະທຳ. ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ລວມກັນເປັນແຮງທາງກາຍ ແລະ ແຮງໃຈ ທີ່ມະນຸດທຸ້ມເທໃຫ້ແກ່ການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ ໃນທາງເສດຖະການສາດມີການແບ່ງແຮງງານເປັນ 3 ປະເພດໄດ້ແກ່ແຮງງານສົມສູງ(killed labour) ເຊັ່ນ: ນັກວິທະຍາສາດ, ນັກວິຊາການ, ວິສະວະກອນ ເປັນຕົ້ນ, ແຮງງານມີສີມື (semi-skilled Labour) ເຊັ່ນ: ຊ່າງໄມ້, ຊ່າງເທັກນິກ, ພະນັກງານລັດຖະກອນ, ຊ່າງຄຸມເຄື່ອງຈັກໃນໂຮງງານ ເປັນຕົ້ນ ແລະ ແຮງງານບໍ່ມີສີມື (unskilled Labour) ເຊັ່ນ: ກຳມະກອນແບກຫາບ, ອານໄມ, ຄົນຍາມ ເປັນຕົ້ນ. ຜົນຕອບແທນຂອງແຮງງານເອີ້ນວ່າ: ຄ່າຈ້າງ ແລະ ເງິນເດືອນ (wage and salary) ແຮງງານສັດບໍ່ມີຍົມນັບເປັນປັດໄຈການຜະລິດປະເພດແຮງງານແຕ່ອາດອະນຸໂລມເປັນປັດໄຈການຜະລິດປະເພດທຶນ.

(3) ທຶນ (capital): ເປັນສິ່ງທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນເພື່ອໃຊ້ຮ່ວມກັບປັດໄຈການຜະລິດອື່ນໆ ໃນການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ ທຶນ ຫຼື ສິນຄ້າທຶນ (capital goods) ແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດຄື: ສິ່ງກໍ່ສ້າງ (construction) ແລະ ອຸປະກອນການຜະລິດ (equipment).

ການລົງທຶນ (investment) ໝາຍເຖິງການສັນຫາສິນຄ້າທຶນໂດຍມີວັດຖຸປະສົງເພື່ອໃຫ້ ການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃນອະນາຄົດເພີ່ມຂຶ້ນ.

ເງິນທຶນ(money capital) ນັກເສດຖະສາດຖືວ່າເປັນພຽງສື່ກາງໃນການຈັດຫາສິນຄ້າທຶນ, ສິນຄ້າທຶນ ຫຼື ຊັບສິນປະເພດທຶນຍ່ອມສະທ້ອນເຖິງກຳລັງການຜະລິດທີ່ມີໃນໜ່ວຍຜະລິດ ຫຼືໃນລະບົບເສດຖະກິດທີ່ເປັນຈິງໄດ້ດີກວ່າຈຳນວນເງິນທຶນ. ດັ່ງນັ້ນ, ສິນຄ້າທຶນຈຶ່ງມີຄວາມສຳຄັນໃນທາງເສດຖະສາດຫລາຍກວ່າເງິນທຶນ ແຕ່ເນື່ອງຈາກບໍ່ສາມາດຄຳນວນຍອດລວມສິນຄ້າທຶນແຕ່ລະຢ່າງມີໜ່ວຍນັບບໍ່ຄືກັນ ພ້ອມນັ້ນການວັດຜົນຕອບແທນຈາກປັດໄຈທຶນໂດຍກົງມີຄວາມຍຸ້ງຍາກ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງກັບໄປໃຊ້ຈຳນວນເງິນລົງທຶນແທນ ແລະ ໃຊ້ຜົນຕອບແທນຂອງເງິນທຶນເປັນດອກເບ້ຍ (interest) ຊຶ່ງເປັນຜົນຕອບແທນຂອງປັດໄຈທຶນ.

(4) ຜູ້ປະກອບການ (entrepreneur): ແມ່ນຜູ້ເຮັດໜ້າທີ່ລວບລວມປັດໄຈການຜະລິດ 3 ປະເພດທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງເພື່ອທຳການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ. ຄ່າຕອບແທນຂອງຜູ້ປະກອບການເອີ້ນວ່າ: ກຳໄລ (Profit).

ໃນບັນດາປັດໄຈການຜະລິດທັງ 4 ປະເພດທີ່ກ່າວມາອາດກ່າວໄດ້ວ່າ ຜູ້ປະກອບການເປັນປັດໄຈການຜະລິດທີ່ສຳຄັນເໝືອນປັດໄຈການຜະລິດອື່ນໆ. ຊຶ່ງເຫັນໄດ້ຈາກກໍລະນີປະເທດຍີ່ປຸ່ນໃນໄລຍະ

ສະຕະວັດທີ່ຜ່ານມາ ຍີ່ປຸ່ນມີຜູ້ປະກອບການທີ່ດີທັງໃນປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ ເຮັດໃຫ້ຍີ່ປຸ່ນມີຄວາມຈະເລີນທາງດ້ານເສດຖະກິດ ທັງໆທີ່ຂາດແຄນປັດໄຈດ້ານທີ່ດິນ ແລະ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດໃນຂະນະທີ່ປະເທດດ້ອຍພັດທະນາຫລາຍປະເທດຂາດແຄນຜູ້ປະກອບການທີ່ມີຄຸນນະພາບ ທັງໆທີ່ອຸດົມສົມບູນດ້ວຍຊັບພະຍາກອນທີ່ດິນ, ປ່າໄມ້ ແລະ ແຮ່ທາດ.

3. ການມີຢູ່ຈຳກັດ (Scarcity)

ຄຳວ່າ: ມີຢູ່ຈຳກັດ ໝາຍເຖິງຊັບພະຍາກອນທຸກຢ່າງໃນໂລກລ້ວນແຕ່ມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດບໍ່ວ່າຈະເປັນທີ່ດິນ, ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ, ເຄື່ອງຈັກຕ່າງໆ ແລະ ກຳລັງແຮງງານເມື່ອນຳຊັບພະຍາກອນເຫຼົ່ານີ້ໄປໃຊ້ໃນການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຈຶ່ງໄດ້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃນປະລິມານທີ່ຈຳກັດ.

ຫາກເບິ່ງໃນລະດັບປະເທດບໍ່ມີປະເທດໃດທີ່ສາມາດໄດ້ຊັບພະຍາກອນໂດຍບໍ່ຈຳກັດ ແມ້ນແຕ່ປະເທດທີ່ໄດ້ຄອບຄອງຊັບພະຍາກອນປະເພດໃດໜຶ່ງຫລາຍກວ່າປະເທດອື່ນໆ ກໍຍັງຕ້ອງປະສົບກັບສະພາບການມີຢູ່ຈຳກັດຢ່າງຫຼີກລ້ຽງບໍ່ໄດ້.

ຕົວຢ່າງ: ລັດເຊຍຊຶ່ງເປັນປະເທດໜຶ່ງໃນໂລກທີ່ມີແຫຼ່ງປະລິມານສຳຮອງນ້ຳມັນຫລາຍທີ່ສຸດ ກໍຍັງປະສົບກັບບັນຫາພາວະການມີນ້ຳມັນຢູ່ບໍ່ຈຳກັດ ປະຊາຊົນທົ່ວໄປໃນປະເທດນີ້ຍັງຄົງມີຄວາມເປັນຢູ່ໃນລະດັບບານກາງເນື່ອງຈາກບໍ່ມີນ້ຳມັນຫລວງຫລາຍພໍທີ່ຈະນຳໄປແລກສິນຄ້າຢ່າງບໍ່ຈຳກັດ.

ກໍລະນີປະເທດຍີ່ປຸ່ນ ຜູ້ປະກອບການມີຄວາມສາມາດສູງໃນການນຳໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຂອງປະເທດອື່ນໄດ້ຢ່າງຫຼວງຫຼາຍແຕ່ການມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດກໍໄດ້ປະກົດອອກມາຄື: ເມື່ອຖືກປະເທດຍີ່ປຸ່ນນຳໃຊ້ໄປເປັນປະເທດເຈົ້າຂອງກໍມີຊັບພະຍາກອນເຫຼືອໜ້ອຍລົງ.

ຫາກພິຈາລະນາໃນລະດັບບຸກຄົນ ບຸກຄົນໜຶ່ງຫຼືກຸ່ມຄົນໜຶ່ງຄອບຄອງ ແລະ ບໍລິໂພກຊັບພະຍາກອນຫຼວງຫຼາຍກໍຈະມີຊັບພະຍາກອນເຫຼືອໜ້ອຍລົງສຳລັບຄົນກຸ່ມອື່ນພາຍໃນສັງຄົມດຽວກັນ.

ຄວາມຈຳກັດນີ້ເປັນປະກົດການທີ່ເກີດຂຶ້ນທົ່ວໂລກໃນທຸກລະດັບສັງຄົມ ແລະ ເກີດຂຶ້ນຢູ່ຕະຫຼອດເວລາ ແລະ ໃນອະນາຄົດການມີຢ່າງຈຳກັດອາດຈະຍິ່ງປະກົດຊັດເຈນຫຼາຍຂຶ້ນ ເມື່ອຊັບພະຍາກອນສ່ວນໜຶ່ງຖືກໃຊ້ໝົດໄປ, ສ່ວນທີ່ເຫຼືອຢູ່ພັດໜ້ອຍລົງ ການຍາດແຍ້ງຊັບພະຍາກອນຂ້າມຊາດຈະມີຢູ່ໃນຮູບແບບເປີດເຜີຍ ແລະ ແອບແຝງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ປະກົດການນີ້ຈະບໍ່ເກີດຮຸນແຮງຫາກມີການຄົ້ນພົບວິທະຍາການໃໝ່ໆເພື່ອໃຊ້ສຳລັບການເພີ່ມພູນ ຫຼື ສ້າງຊັບພະຍາກອນທົດແທນຂອງເດີມທີ່ໝົດໄປເຊັ່ນ: ການໃຊ້ແສງແດດຜະລິດພະລັງງານໄຟຟ້າແທນນ້ຳມັນ.

4. ສິນຄ້າແລະບໍລິການ (Goods and services)

ຄຳວ່າ: “ສິນຄ້າແລະບໍລິການ” ໃນທາງເສດຖະສາດຄືສິ່ງທີ່ໄດ້ຈາກການເຮັດວຽກຮ່ວມກັນຂອງປັດໄຈການຜະລິດຕ່າງໆ ເປັນສິ່ງທີ່ມີອັດຕະປະໂຫຍດ (Utility) ຫຼາຍກວ່າສູນ ສາມາດສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ ບໍ່ວ່າຄວາມຕ້ອງການນັ້ນຈະຂັດຕໍ່ສຸຂະພາບ ອະນາໄມ ຫຼື ສິນລະທຳ ຫຼືບໍ່ກໍຕາມເຊັ່ນ: ໂມງ, ຕຳລາຮຽນ, ວາລະສານ, ບໍລິການກວດຮັກສາໂລກ, ຢາສູບ ແລະ ອື່ນໆ.

ໃນການສຶກສາ ເສດຖະສາດໄດ້ແບ່ງສິນຄ້າອອກເປັນ 2 ປະເພດໄດ້ແກ່: ເສດຖະສັບ (Economic goods) ແລະ ສິນຄ້າບໍ່ມີລາຄາ (Free goods) ແຕ່ເສດຖະສາດສຶກສາສະເພາະສິນຄ້າທີ່ເປັນເສດຖະສັບເທົ່ານັ້ນ.

(1) **ເສດຖະສັບ (Economic goods)** ຄືສິນຄ້າທີ່ມີຕົ້ນທຶນ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງມີລາຄາຫຼາຍກວ່າສູນ ໂດຍປົກກະຕິຜູ້ບໍລິໂພກຈະເປັນຜູ້ຈ່າຍຄ່າສິນຄ້າໂດຍກົງ ແຕ່ໃນບາງກໍລະນີຜູ້ບໍລິໂພກກັບຜູ້ຈ່າຍສິນຄ້າ

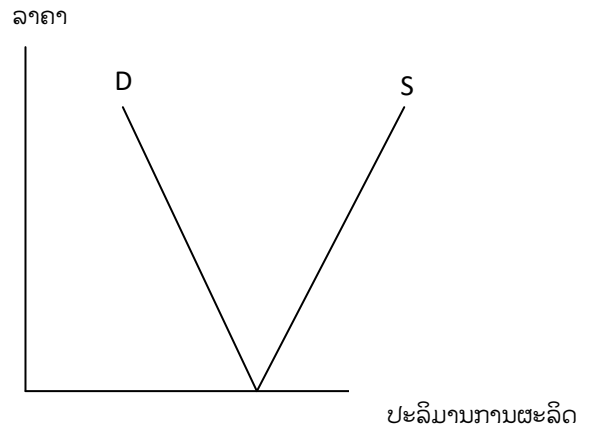
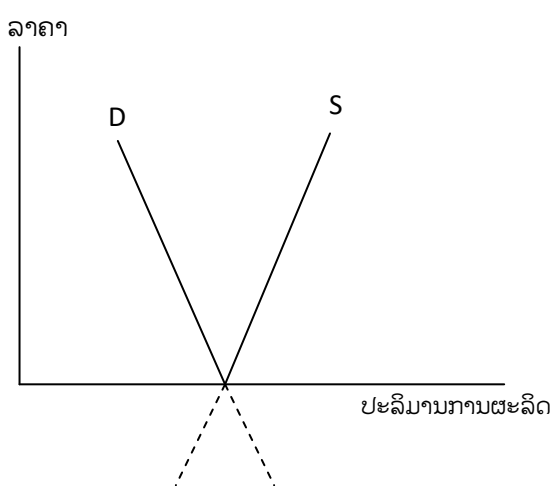
ອາດເປັນຄົນລະຄົນຊຶ່ງໄດ້ແກ່: ເສດຖະສັບທີ່ໄດ້ຈາກການບໍລິຈາກ, ຈາກການໃຫ້ໂດຍການຊອກຫາ ຫຼື ຈາກການໃຫ້ທີ່ລັດຖະບານຊອກໃຫ້ຊຶ່ງເອີ້ນອີກຊື່ໜຶ່ງວ່າ: “ສິນຄ້າໃຫ້ລ້າ” ຊຶ່ງບໍ່ແມ່ນສິນຄ້າບໍ່ມີລາຄາ.

ເຮົາອາດແບ່ງເສດຖະສັບອອກເປັນ 2 ປະເພດຄື: ສິນຄ້າເອກະຊົນ (Private goods) ແລະ ສິນຄ້າສາທາລະນະ (Public goods) ສິນຄ້າເອກະຊົນເປັນສິນຄ້າທີ່ແຍກການບໍລິໂພກອອກຈາກກັນ (Rival consumption) ໄດ້.

ຕົວຢ່າງ: ເສື້ອທີ່ ທ. ກ ນຸ່ງເປັນຄົນລະໂຕກັບເສື້ອທີ່ ທ. ຂ ນຸ່ງຫຼືວ່າບ້ານທີ່ ທ. ກ ຢູ່ແມ່ນຄົນລະຫຼັງກັບບ້ານ ທ. ຂ ອາໄສຢູ່. ນອກຈາກນີ້ເປັນສິນຄ້າທີ່ເຈົ້າຂອງສາມາດຈຳກັດຂັດຂວາງຜູ້ບໍລິໂພກອື່ນໄດ້ (Exclusion principle).

ຕົວຢ່າງ: ທ ກ ເປັນຜູ້ຈ່າຍຊື້ລົດມາຄັນໜຶ່ງ ທ ກ ສາມາດມີສິດຂັດຂວາງບໍ່ໃຫ້ຜູ້ອື່ນໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກລົດຄັນນັ້ນໄດ້.

ສ່ວນສິນຄ້າສາທາລະນະເປັນສິນຄ້າທີ່ບໍລິໂພກຮ່ວມກັນ (joint consumption) ຕົວຢ່າງ: ທາງທີ່ ທ. ກ ກຳລັງຂັບລົດຢູ່ກໍເປັນທາງສາຍດຽວກັນກັບທີ່ບຸກຄົນອື່ນໃຊ້ໃນການສັນຈອນໄປມາຢູ່ນອກຈາກນີ້ຍັງເປັນສິນຄ້າທີ່ບໍ່ສາມາດຂັດຂວາງບຸກຄົນ ຫຼື ກຸ່ມຄົນໃດໃຫ້ພົ້ນຈາກການບໍລິໂພກໄດ້ (Non exclusion principle) ທັງນີ້ອາດເປັນເພາະວ່າມີຜູ້ບໍລິໂພກຈຳນວນມະຫາສານຈົນເຮັດໃຫ້ການກົດກັນເປັນໄປໄດ້ຢາກເຊັ່ນ: ເສັ້ນທາງ, ຫ້ວຍຮ່ອງ, ໜອງບົງ, ແມ່ນ້ຳ, ຊົນລະປະທານ,



ການຈັດການການສຶກສາຂອງລັດເປັນຕົ້ນ. ພ້ອມດຽວກັນກໍອາດເປັນເພາະວ່າການບໍລິໂພກທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຂອງບຸກຄົນກຸ່ມໜຶ່ງບໍ່ເປັນເຫດໃຫ້ບຸກຄົນກຸ່ມອື່ນຕ້ອງບໍລິໂພກຫຼຸດລົງ ຫຼື ຂາດໂອກາດໃນການບໍລິໂພກເຊັ່ນ: ການປ້ອງກັນປະເທດ ແລະ ການກະຈາຍສຽງທາງວິຖະຍຸເປັນຕົ້ນ.

(2) **ສິນຄ້າບໍ່ມີລາຄາ** (Free goods) ໝາຍເຖິງສິນຄ້າ ແລະການບໍລິການທີ່ເກີດຂຶ້ນເອງຕາມທຳມະຊາດທີ່ບໍ່ມີຕົ້ນທຶນການຜະລິດຈຶ່ງບໍ່ມີລາຄາທີ່ຕ້ອງຈ່າຍ. ຕົວຢ່າງ: ສິນຄ້າໄຮ້ລາຄາໄດ້ແກ່ແສງແດດ, ສາຍລົມ, ນ້ຳຝົນ, ອາກາດໃນບັນຍາກາດ, ນ້ຳຖະເລ ແລະ ນ້ຳໃນແມ່ນ້ຳລຳຄອງເປັນຕົ້ນ.

ຫາກວິເຄາະໂດຍໃຊ້ເຄື່ອງມືທາງເສດຖະສາດອັນໄດ້ແກ່: ອຸປະສົງ (Demand) ແລະ ອຸປະທານ (Supply) ເສັ້ນ D ຄື: ເສັ້ນອຸປະສົງໃນການສະເໜີຊື້ແສງແດດ ສ່ວນເສັ້ນ S ແມ່ນເສັ້ນອຸປະທານໃນການຂາຍແສງແດດຮູບທີ່ 1.1(ກ) ໄລຍະເວລາທີ່ຈະພິຈາລະນາເນື່ອງຈາກລະດັບລາຄາເທົ່າກັບສູນປະລິມານອຸປະທານຂອງແສງແດດ (OQ_2) ມີຫຼາຍກວ່າປະລິມານອຸປະສົງ (OQ_1) ເປັນຈຳນວນ Q_1Q_2 ສຳລັບຮູບທີ່ 1.1(ຂ) ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າລະດັບລາຄາກັບເທົ່າປະລິມານອຸປະສົງເທົ່າກັບປະລິມານອຸປະທານພໍດີທັງໃນກໍລະນີ (ກ) ແລະ (ຂ) ອຸປະສົງ ແລະອຸປະທານບໍ່ໄດ້ຕັດກັນທີ່ລະ

ດັບຫຼາຍກວ່າ 0. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງບໍ່ມີລາຄາຕະຫຼາດທີ່ຕ້ອງຈ່າຍ ຫາກອຸປະທານ ແລະອຸປະສົງຕັດກັນທີ່ ລະດັບລາຄາ ຖ້າຫຼາຍກວ່າ 0 ກໍ່ຈະກາຍເປັນເສດຖະສັບ.

(5) ຕ້ອງການບໍ່ຈຳກັດ (Ulimited wants)

ຄຳວ່າ “ຄວາມຕ້ອງການບໍ່ຈຳກັດ” ໃນທາງພຸດຖະສາດສະໜາມີຄຳເອີ້ນວ່າ “ບຸຖຸຊົນ” ເຊິ່ງ ໝາຍເຖິງມະນຸດທີ່ຍັງໜ້າດ້ວຍກິເລດເຊິ່ງໄດ້ແກ່: ໂລຄະ, ໂທສະ, ໂມຫະ, ບຸກຄົນທີ່ມີ “ໂລຄະ” ກໍ່ຄືຄົນທີ່ ມີຄວາມຕ້ອງການບໍ່ຈຳກັດ ຫຼື ບໍ່ຮູ້ຈັກພໍເມື່ອໄດ້ຢ່າງໜຶ່ງກໍ່ຢາກໄດ້ຢ່າງອື່ນ ຫຼື ຫາກໄດ້ສິ່ງໜຶ່ງມາພຽງພໍ ແລ້ວກໍ່ຈະຕັ້ງຄວາມປາດຖະໜາຢາກໄດ້ສິ່ງໃໝ່ຕໍ່ໄປເປັນແບບນີ້ເລື້ອຍໆບໍ່ມີທີ່ສິ້ນສຸດ. ສະນັ້ນຫາກໄປ ຖາມຄົນທຸກວ່າຊີວິດປາດຖະໜາຫຍັງ? ຄຳຕອບມັກຈະເປັນວ່າຂໍໃຫ້ມີອາຫານຮັບປະທານພ້ອມ 3 ຄາບ ຫຼື ມີປັດໄຈ 4 ຄົບຖ້ວນ, ຫາກຖາມຄຳຖາມດຽວກັນກັບຜູ້ມີລາຍໄດ້ປານກາງຄຳຕອບມັກຈະເປັນ ວ່ານອກຈາກມີປັດໄຈ 4 ຄົບຖ້ວນແລ້ວຍັງຕ້ອງມີຄຸນນະພາບທີ່ດີຂຶ້ນເຊັ່ນ: ອາຫານຕ້ອງແຊບຖືກປາກ, ເສື້ອຜ້າຕ້ອງມີຕາມສະໄໝນິຍົມ, ໃນບ້ານຂໍໃຫ້ມີເຄື່ອງປັບອາກາດ, ຕູ້ເຢັນ, ໂທລະພາບສີແລະເຄເບີລທີ່ ວິເປັນຕົ້ນ ແລະ ຫາກຖາມມະຫາເສດຖີວ່າປາດຖະໜາຫຍັງໃນຊີວິດ? ຄຳຕອບກໍ່ຄົງຈະເປັນວ່າຢາກຢູ່ ໃນລະດັບໂລກ ຫຼື ຢາກມີຊື່ສຽງກຽດຕິຍົດນອກເໜືອຈາກວັດຖຸສົມບັດທີ່ມີຢູ່ມະນຸດ “ບຸ ຖຸຊົນ” ແລ້ວຈະ ບໍ່ມີຄຳຕອບວ່າພໍແລ້ວ, ຢຸດແລ້ວ, ບໍ່ຕ້ອງການແລ້ວ, ບໍ່ປາດຖະໜາຫຍັງແລ້ວ.

ປະຫວັດຂອງວິຊາເສດຖະສາດ.

ເສດຖະສາດເປັນວິຊາຂ້ອນຂ້າງໃໝ່ເມື່ອປຽບທຽບກັບບາງວິຊາທີ່ມີມາກ່ອນເຊັ່ນ: ລັດຖະສາດ, ນິຕິສາດ ແລະ ປັດຊະຍາເປັນຕົ້ນ. ຜູ້ທີ່ໄດ້ຮັບການຍ້ອງຍໍວ່າເປັນຄົນທຳອິດທີ່ວາງຮາກຖານຂອງວິຊາ ເສດຖະສາດລະບົບທຶນນິຍົມ (ເນື່ອງຈາກການສຶກສາເສດຖະສາດແນວນີ້ມີອິດທິພົນຄອບງ່າທີ່ວ່າໂລກຈຶ່ງ ມີຜູ້ເອີ້ນເສດຖະສາດແນວນີ້ວ່າເສດຖະສາດກະແສທຸກ) ເປັນຄົນອັງກິດຊື່ ອະດຳສະມິທ (Adam smith, 1723-1790) ໜັງສືຊື່ An Enquiry into the nature and causes of the wealth of the nations. (ພິມຄັ້ງທຳອິດປີ 1776) ຂອງທ່ານຜູ້ນີ້ຖືເປັນຕຳລາທາງເສດຖະສາດເຫຼັ້ມທຳອິດຂອງ ໂລກ ໜັງສືເຫຼັ້ມນີ້ມີສອງຕອນ ຕອນທີ່ໜຶ່ງກ່າວເຖິງການພັດຖະນາເສດຖະກິດ, ຕອນທີ່ສອງກ່າວເຖິງ ເລື່ອງທີ່ວາງໄປທາງເສດຖະສາດໄດ້ແກ່: ມູນຄ່າ(Value) ແລະ ສາຂາເສດຖະຊັບຕ່າງໆ (ປັດໄຈການ ຜະລິດ: ຄ່າຈ້າງ, ຄ່າເຊົ່າ, ດອກເບ້ຍ ແລະກຳໄລ) ການອອມ ແລະ ການສະສົມທຶນການຄ້າລະ ຫວ່າງປະເທດ. ການເງິນສາທາລະນະ, ການເກັບພາສີອາກອນ. ເນື້ອເລື່ອງຕອນທີ່ສອງນີ້ຍັງບໍ່ສົມບູນ ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດໜັງສືເລ່ມນີ້ກໍ່ໄດ້ອຳນວຍປະໂຫຍດໃຫ້ກັບນັກເສດຖະສາດໃນລຸ້ນຕໍ່ມາໃນການ ປັບປຸງ ເນື້ອຫາວິຊາເສດຖະສາດໃຫ້ສົມບູນຫຼາຍຂຶ້ນເປັນລຳດັບ.

ນອກຈາກນີ້ຍັງມີນັກເສດຖະສາດຄົນອັງກິດອີກ 3 ທ່ານທີ່ມີສ່ວນສຳຄັນຢ່າງຍິ່ງໃນການເສີມ ຮາກຖານວິຊາເສດຖະສາດຄື: ເດວິດ ຮິຄາຣ໌ໂດ (David Ricardo, 1772-1823), ອັນເຟຣດ ມາຮ ແຊລ (ALFRED MARSHALL, 1824-1924) ແລະ ຈອນເມນາດເຄນສ໌ (John Maynard Keynes, 1883-1946) ສອງທ່ານທຳອິດຖືເປັນນັກເສດຖະສາດໃນກຸ່ມສຳນັກຄຣາສສິກ (Classical School) ແນວຄວາມຄິດທີ່ສຳຄັນນັກເສດຖະສາດກຸ່ມນີ້ໄດ້ແກ່ຄວາມເຊື່ອໜັ້ນໃນລະບົບເສດຖະກິດ ແບບເສລີນິຍົມ (Laissez Faire) ຊຶ່ງໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ບົດກົບຂອງພາກເອກະຊົນໂດຍເຫັນວ່າ ລັດ ບໍ່ຄວນເຂົ້າໄປຫຍຸ້ງກ່ຽວ ໃນກິດຈະການທາງດ້ານເສດຖະກິດ ຄວນປ່ອຍໃຫ້ເອກະຊົນດຳເນີນທຸ ລະ ກິດຕ່າງໆໂດຍອິດສະຫລະ ນອກຈາກນີ້ຍັງໃຫ້ຄວາມສົນໃຈກັບບັນຫາໃນໄລຍະຍາວເຊັ່ນ: ການສະ ສົມທຶນ, ຜົນຕອບແທນຂອງເງິນທຶນ, ອັດຕາການເພີ່ມຂອງພົນລະເມືອງເປັນຕົ້ນ.

ຕໍ່ມາກຸ່ມນັກເສດຖະສາດສຳນັກນິໂອຄລາສສິກ(Neo-classical school) ຊຶ່ງນຳໂດຍ ອັນເຟຣດ ມາແຊນ ໄດ້ສືບຕໍ່ເອົາແນວຄິດຂອງກຸ່ມນີ້ ຄຣາສິກມາປັບປຸງພັດຖະນາ ແລະ ເພື່ອສະໜັບສະໜູນແນວຄິດເສລີນິຍົມນັກເສດຖະສາດກຸ່ມນິໂອຄລາສສິກຈຶ່ງເນັ້ນປະເດັນການມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດ (Soarcity) ຂອງຊັບພະຍາກອນ ແລະ ການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນໃຫ້ໄດ້ປະໂຫຍດສູງສຸດທັງໃນລະດັບບຸກຄົນ, ໜ່ວຍຜະລິດ (ເສດຖະສາດຈຸລະພາກ) ແລະ ສັງຄົມ (ເສດຖະສາດມະຫາພາກ).

ນັກເສດຖະສາດທີ່ມີຊື່ສຽງໂດ່ງດັງມາຈົນເຖິງຍຸກປັດຈຸບັນ ແລະ ເປັນຜູ້ປະຕິຮູບເສດຖະສາດມະຫາພາກຄື: ຈອນ ເມນາດເຄນສ໌. ໄດ້ຂຽນໜັງຊື່ (The General Theory of Employment, interest and money) (ພິມຄັ້ງທຳອິດ ປີ 1936) ເຊິ່ງອະທິບາຍສາເຫດຂອງພາວະສິນຄ້າລົ້ນຕະຫຼາດ ແລະ ການວ່າງງານທົ່ວໄປ ວິທີແກ້ປັນຫາເສດຖະກິດຕົກຕໍ່າ ແລະ ການວ່າງງານໂດຍໃຊ້ນະໂຍບາຍການເງິນ ແລະ ນະໂຍບາຍງົບປະມານ ປຶ້ມນີ້ຖືເປັນໜັງສືເສດຖະສາດມະຫາພາກທີ່ສົມບູນຄັ້ງທຳອິດຂອງໂລກ.

ວິທີການສຶກສາທາງເສດຖະສາດ (The Methodology Of Economics)

ເມື່ອເລີ່ມສ້າງຕັ້ງເສດຖະສາດເອີ້ນ “ສາດໃໝ່ນີ້ວ່າ” ເສດຖະສາດການເມືອງ (Political Economy) ເພາະແນວຄິດສ່ວນໃຫຍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການກຳນົດນະໂຍບາຍ ແລະ ການບໍລິຫານເສດຖະກິດລະດັບມະຫາພາກເຊິ່ງເປັນບົດບາດໜ້າທີ່ຂອງລັດຖະບານ ແລະ ນັກການເມືອງໂດຍກົງແຕ່ຕໍ່ມາໄດ້ຕັດຄຳວ່າການເມືອງເຫຼືອແຕ່ຄຳວ່າເສດຖະສາດ (Economic) ການປ່ຽນແປງດັ່ງກ່າວມີສາເຫດຫຼັກ 2 ອັນຄື: ທຳອິດນັກເສດຖະສາດສະໄໝຫຼັງເນັ້ນການໃຊ້ວິທີການທາງຄະນິດສາດ ແລະ ສາດທາງປະລິມານອື່ນໆ ໃນການສຶກສາເສດຖະສາດ, ອັນທີສອງນອກຈາກການສຶກສາເສດຖະສາດສ່ວນທີ່ກ່ຽວກັບການກຳນົດນະໂຍບາຍ ແລ້ວມີການເນັ້ນການສຶກສາສ່ວນທີ່ເປັນທີ່ແນວຄິດ ແລະ ທິດສະດີຫຼາຍຂຶ້ນດ້ວຍເຫດນີ້ຈຶ່ງຕ້ອງພິຈາລະນາສະເພາະປັດໄຈທາງເສດຖະສາດ ແລະ ຕັດປັດໄຈທີ່ບໍ່ແມ່ນເສດຖະສາດອອກໄປ.

ເສດຖະສາດດັ່ງກ່າວຂ້າງເທິງເປັນທີ່ນິຍົມກັນຫຼາຍ ໂດຍສະເພາະສະຖາບັນການສຶກສາຂອງສະຫະລັດອາເມລິກາ ມີບົດບາດສຳຄັນ ໃນການເຜີຍແຜ່ການສຶກສາແບບໃໝ່ນີ້ ຈຶ່ງເອີ້ນວ່າ: “ເສດຖະສາດ ກະແສຫຼັກ” (Mainstream economic) ຊຶ່ງມີຂໍ້ຕິດຕໍ່ເນັ້ນການສຶກສາການພົວພັນລະຫວ່າງຂໍ້ມູນທາງດ້ານປະລິມານ ມີເຫດ, ມີຜົນຢ່າງຊັດເຈນ ແຕ່ຂໍ້ດ້ອຍຄືໄດ້ຕັດຂໍ້ມູນດ້ານຄຸນນະພາບ (ບໍ່ແມ່ນທາງປະລິມານ) ຖິ້ມໄປໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງຂໍ້ມູນດ້ານການເມືອງຊຶ່ງກ່ຽວຂ້ອງໂດຍກົງກັບການວາງນະໂຍບາຍເສດຖະກິດ ດ້ານການສຶກສາຂາດຄວາມສົມບູນໃນທາງປະຕິບັດ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມການສຶກສາເສດຖະສາດກະແສຫຼັກຈະເປັນໄປຢ່າງແຜ່ຫຼາຍ ແຕ່ກໍຍັງມີການສຶກສາເສດຖະສາດແນວອື່ນໆຢູ່ນຳຊຶ່ງອາດແບ່ງເປັນຫຼາຍສຳນັກເອີ້ນຊື່ຕ່າງໆກັນເຊັ່ນ: “ເສດຖະສາດການເມືອງ” (Political economics), ເສດຖະສາດສະຖາບັນ (Institutional economics) ອື່ນໆ

ໃນດ້ານວິທີການສຶກສາເສດຖະສາດອາດແບ່ງເປັນ 2 ວິທີການຫຼັກໄດ້ແກ່: ວິທີການປະສົບການນິຍົມ (Empiricism) ຊຶ່ງໃຊ້ກັບການສຶກສາ “ເສດຖະສາດກະແສຫຼັກ” ແລະວິທີການປະຫວັດສາດ ແລະວັດຖຸນິຍົມສັດຈະວິພາກ (Historical Dialectical materialism) ໃຊ້ກັບ “ການສຶກສາເສດຖະສາດການເມືອງ”.

ການສຶກສາທາງເສດຖະສາດທັງ 2 ວິທີດັ່ງກ່າວມີລະບຽບວິທີທີ່ແຕກຕ່າງກັນໃນການສ້າງທິດສະດີເປັນຂັ້ນເປັນຕອນຊັດເຈນກວ່າວິທີການປະຫວັດສາດແລະວັດຖຸນິຍົມສັດຈະວິພາກ.

ທິດສະດີເສດຖະສາດກະແສຫຼັກຄື: ຄຳນິຍາມ (Definition) ຂໍ້ສົມມຸດ (Assumption), ສົມມຸດຖານ (Hypothesis) ແລະ ຄຳທຳນາຍ(Prediction).

ຄຳນິຍາມ (Definition) ຄືຄຳອະທິບາຍຄວາມໝາຍຂອງສິ່ງໃດສິ່ງໜຶ່ງ ໂດຍມີເນື້ອໃນສົມບູນທີ່ສຸດດ້ວຍຂໍ້ຄວາມທີ່ສັ້ນທີ່ສຸດ.

ຂໍ້ສົມມຸດ (Assumption) ໃນທາງທິດສະດີເສດຖະສາດໝາຍເຖິງ ເງື່ອນໄຂທີ່ກຳນົດຂຶ້ນເພື່ອຄວາມສະດວກ ແລະງ່າຍໃນການສຶກສາທິດສະດີເສດຖະສາດ.

ຂໍ້ສົມມຸດເປັນແນວຄິດທີ່ສຳຄັນ ແລະເຂົ້າໃຈຍາກສຳລັບຜູ້ທີ່ເລີ່ມຮຽນເສດຖະສາດເພື່ອຄວາມເຂົ້າໃຈຢ່າງງ່າຍໃຫ້ເບິ່ງການສຶກສາທາງດ້ານເຄມີໃນຫ້ອງທົດລອງເປັນການປຸງບາງບາງ ສົມມຸດວ່ານັກເຄມີຕ້ອງການປະຕິກິລິຍາເຄມີລະຫວ່າງສານ 2 ຢ່າງຄື: ກາສອອກຊີເຈນ ແລະໄຮໂລແຈນນັກເຄມີສາມາດກຳຈັດສານຕົວອື່ນທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງດ້ວຍວິທີການທາງເຄມີເຮັດໃຫ້ການສຶກສາພຶດຕິກຳທາງເສດຖະກິດໃນສັງຄົມຊຶ່ງມີບຸກຄົນ ແລະກຸ່ມບຸກຄົນກ່ຽວຢູ່ຫລວງຫຼາຍ ແລະຊັບຊ້ອນຫຼາຍຫາກບໍ່ຫຼຸດຜ່ອນປັດໄຈບາງສ່ວນອອກຈະບໍ່ສຶກສາຫຍັງໄດ້ ແຕ່ນັກເສດຖະສາດບໍ່ສາມາດກຳຈັດປັດໄຈທີ່ບໍ່ຕ້ອງການແບບທີ່ນັກເຄມີເຮັດຫາກຕ້ອງຫັນໄປໃຊ້ວິທີການອີກແບບໜຶ່ງຄືການຕັ້ງຂໍ້ສົມມຸດ.

ນັກເສດຖະສາດພະຍາຍາມສ້າງແບບຈຳລອງປະກົດການ ຫຼື ປະເດັນທາງເສດຖະກິດ ເລື່ອງໃດເລື່ອງໜຶ່ງທີ່ຕົນສົນໃຈໂດຍໃຫ້ມີປັດໄຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ສຳຄັນຫຼາຍ ແລະ ຕັດປັດໄຈທີ່ບໍ່ຄ່ອຍຈະສຳຄັນອອກໄປ ໂດຍການກຳນົດເປັນຂໍ້ສົມມຸດຊຶ່ງອາດກຳນົດຂໍ້ສົມມຸດຫຼາຍໜ້ອຍຕາມຕ້ອງການ ຂໍ້ສົມມຸດທີ່ຂາດບໍ່ໄດ້ໃນທິດສະດີເສດຖະສາດຄືການກຳນົດສິ່ງອື່ນໆຄົງທີ່ (Other things being equal) ຊຶ່ງແປມາຈາກພາສາລາຕິນ "Eeteris paribus" ໝາຍຄວາມວ່າປັດໄຈໃດໆທີ່ບໍ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ຊັດເຈນໃນຂໍ້ສົມມຸດອື່ນ ຫຼື ໃນເນື້ອຫາໃຫ້ຖືວ່າມີສະພາບຄົງທີ່ບໍ່ປ່ຽນແປງ.

ຂໍ້ສົມມຸດທີ່ກຳນົດໃຫ້ສິ່ງອື່ນໆຄົງທີ່ເປັນຂໍ້ສົມມຸດທີ່ມີປະໂຫຍດຫຼາຍ ເຮັດໃຫ້ນັກເສດຖະສາດສາມາດສ້າງແບບຈຳລອງສຶກສາວິເຄາະປະກົດການຕ່າງໆທາງເສດຖະກິດທຸກໆເລື່ອງໄດ້ຕາມຕ້ອງການ ບໍ່ວ່າໃນສະພາບທີ່ເປັນຈິງປະກົດການທາງເສດຖະກິດນັ້ນຈະຊັບຊ້ອນຂະໜາດໃດກໍຕາມ ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມໃຫ້ເຂົ້າໃຈວ່າຂໍ້ສົມມຸດນີ້ບໍ່ມີອຳນາດດົນບັນດານໃຫ້ປະກົດການນັ້ນ ແທ້ຈິງແລ້ວປັດໄຈຕ່າງໆເຫຼົ່ານັ້ນກໍຍັງຄົງບໍ່ມີບົດບາດໄປຕາມປົກກະຕິຂອງມັນ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ທີ່ຈຳທິດສະດີເສດຖະສາດໄປໃຊ້ປະໂຫຍດຈິ່ງຕ້ອງເຂົ້າໃຈບົດບາດຂໍ້ສົມມຸດ ແລະເນັ້ນໜັກເຖິງຂໍ້ຈຳກັດຂອງຕົວທິດສະດີ ຂະນະດຽວກັນຕ້ອງມີຄວາມຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈສະພາບຄວາມເປັນຈິງຂອງບັນຫາເສດຖະກິດ, ສັງຄົມ ແລະການເມືອງເປັນຢ່າງດີຈິ່ງຈະສາມາດນຳທິດສະດີເສດຖະສາດ (ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງທິດສະດີເສດຖະສາດມະຫາພາກ) ໄປປະຍຸກໃຊ້ຢ່າງໄດ້ຜົນຜູ້ຮຽນເສດຖະສາດທີ່ເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບບົດບາດຂໍ້ສົມມຸດ ແລະຂໍ້ຈຳກັດຂອງທິດສະດີເສດຖະສາດຈະບໍ່ເວົ້າວ່າ “ຮຽນທິດສະດີເສດຖະສາດໄປແລ້ວໃຊ້ປະໂຫຍດຫຍັງບໍ່ໄດ້ ເພາະທິດສະດີຫ່າງໄກຈາກຄວາມເປັນຈິງ” ເພາະການເວົ້າເຊັ່ນນັ້ນສະແດງວ່າຜູ້ເວົ້າບໍ່ມີຄວາມເຂົ້າໃຈໃນປະເດັນທີ່ກ່າວມາຂ້າງຕົ້ນ.

ສົມມຸດຖານ (Hypothesis) ໃນທິດສະດີເສດຖະສາດໝາຍເຖິງຄຳອະທິບາຍພຶດຕິກຳ ແລະປະກົດການທາງເສດຖະກິດພາຍໃຕ້ເງື່ອນໄຂແຫ່ງຂໍ້ສົມມຸດທີ່ກຳນົດ ຫາກຂໍ້ສົມມຸດຖືກຕ້ອງຕາມທີ່ເປັນຈິງສົມມຸດຖານກໍຖືກຕ້ອງເປັນຈິງນຳ.

ຄຳທຳນາຍ (Prediction) ແມ່ນການວິເຄາະກ່ຽວກັບສາເຫດ ແລະ ຜົນໄດ້ຮັບພາຍໃນກອບຂອງຂໍ້ສົມມຸດ ແລະ ສົມມຸດຖານ ແລະ ອາດຈະນຳເອົາເນື້ອຫາສາລະຂອງການວິເຄາະໄປປະຍຸກກັບ

ປະກົດການທາງເສດຖະກິດທີ່ເກີດຂຶ້ນໄດ້ເພື່ອທຳນາຍຜົນລັບທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນກັບປະກົດການທາງເສດຖະກິດນັ້ນເປັນການລ່ວງໜ້າ.

ການສ້າງທິດສະດີໂດຍໃຊ້ວິທີການປະສົບການນິຍົມ.

ວິທີການປະສົບການນິຍົມ (Empiricism) ຖືວ່າຮາກຖານແຫ່ງຄວາມຮູ້ຂອງມະນຸດ ໄດ້ມາຈາກປະສົບການທີ່ເກີດຂຶ້ນຈິງບໍ່ແມ່ນໄດ້ມາຈາກການນຶກຄິດລອຍໆ ການສ້າງທິດສະດີຈຶ່ງກ່ຽວຂ້ອງກັບຂໍ້ມູນ ຫຼືປະກົດການທີ່ເກີດຂຶ້ນເຊິ່ງແບ່ງອອກເປັນ 2 ວິທີຍ່ອຍໄດ້ແກ່: ວິທີການນິລະໄນ (Deductive) ແລະ ວິທີການອຸປະໄນ (Inductive method).

1. ວິທີການນິລະໄນ ຫຼື ນິລະມານ (Deductive method)

ເປັນວິການທີ່ນິຍົມໃຊ້ໃນເວລາການສ້າງຕັ້ງວິຊາເສດຖະສາດໂດຍສະເພາະໃນຍຸກສຳນັກຄລາສສິກ ເພາະໃນສະໄໝນັ້ນຍັງບໍ່ມີລະບົບຈັດເກັບຕົວເລກສະຖິຕິຢ່າງກວ້າງຂວາງ ການທາຄວາມຮູ້ທາງເສດຖະສາດຈຶ່ງຕ້ອງກຳນົດຂໍ້ສົມມຸດ ແລະ ຕັ້ງສົມມຸດຖານຂຶ້ນມາກ່ອນໂດຍໃຊ້ຫຼັກເຫດຜົນມີການກວດສອບກັບຂໍ້ມູນທີ່ພໍຈະຫາໄດ້ ຫຼື ທົດສອບກັບປະກົດການທີ່ເກີດຂຶ້ນຈິງເມື່ອມີໂອກາດ

ການສ້າງທິດສະດີເສດຖະສາດໂດຍວິທີການນິລະໄນໄດ້ແບ່ງເປັນ 3 ຂັ້ນຕອນດັ່ງນີ້:

- 1.) ຕັ້ງຂໍ້ສົມມຸດ ແລະ ສົມມຸດຖານ: ສົມມຸດຖານອາດຢູ່ໃນຮູບການພົວພັນລະຫວ່າງຕົວປ່ຽນ (Variables) ຕ່າງໆຕັ້ງແຕ່ 2 ຕົວຂຶ້ນໄປ.

ຕົວຢ່າງ: ໃນທິດສະດີອຸປະສົງໄດ້ສົມມຸດຖານວ່າປະລິມານຊື້ຈະປ່ຽນແປງກັບລະດັບລາຄາເຊິ່ງອາດຂຽນເປັນພາສາຄະນິດສາດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Q_d = f(p) \text{ ເມື່ອ } Q_d \text{ ຄືປະລິມານຊື້}$$

ແລະ P ຄື ລາຄາ

ການພົວພັນຂ້າງເທິງສະແດງວ່າປະລິມານສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຄາຂອງສິນຄ້ານັ້ນ ແຕ່ໃນໂລກແຫ່ງຄວາມເປັນຈິງປະລິມານຊື້ອາດຂຶ້ນຢູ່ກັບຕົວປ່ຽນອື່ນໆ ອີກຫຼາຍຕົວ ນອກຈາກລາຄາ ສະນັ້ນ, ເມື່ອຕ້ອງການຢາກຮູ້ການພົວພັນລະຫວ່າງປະລິມານຊື້ກັບຕົວປ່ຽນໃດໆໂດຍສະເພາະ (ເຊັ່ນ: ລົດສະນິຍົມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ, ລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເປັນຕົ້ນ) ກໍ່ຈະຕ້ອງຕັ້ງຂໍ້ສົມມຸດໃຫ້ຕົວປ່ຽນອື່ນໆຢູ່ຄົງທີ່ ບໍ່ມີການປ່ຽນແປງ.

(2) ການສະຫຼຸບສາລະສຳຄັນຈາກສົມມຸດຖານໂດຍການໃຊ້ລຳດັບແຫ່ງເຫດຜົນ: ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງຖ້າຕັ້ງສົມມຸດຖານວ່າ $Q_d=40-8P$ ເຮົາກໍອາດສະຫຼຸບສາລະສຳຄັນບາງປະການ ໂດຍໃຊ້ລຳດັບແຫ່ງເຫດຜົນໄດ້ດັ່ງນີ້:

ຖ້າລາຄາເທົ່າ 0 ປະລິມານຊື້ເທົ່າກັບ 40 ໜ່ວຍ.

ຖ້າລາຄາເທົ່າກັບໜ່ວຍລະ 5 ປະລິມານຊື້ເທົ່າກັບ 0.

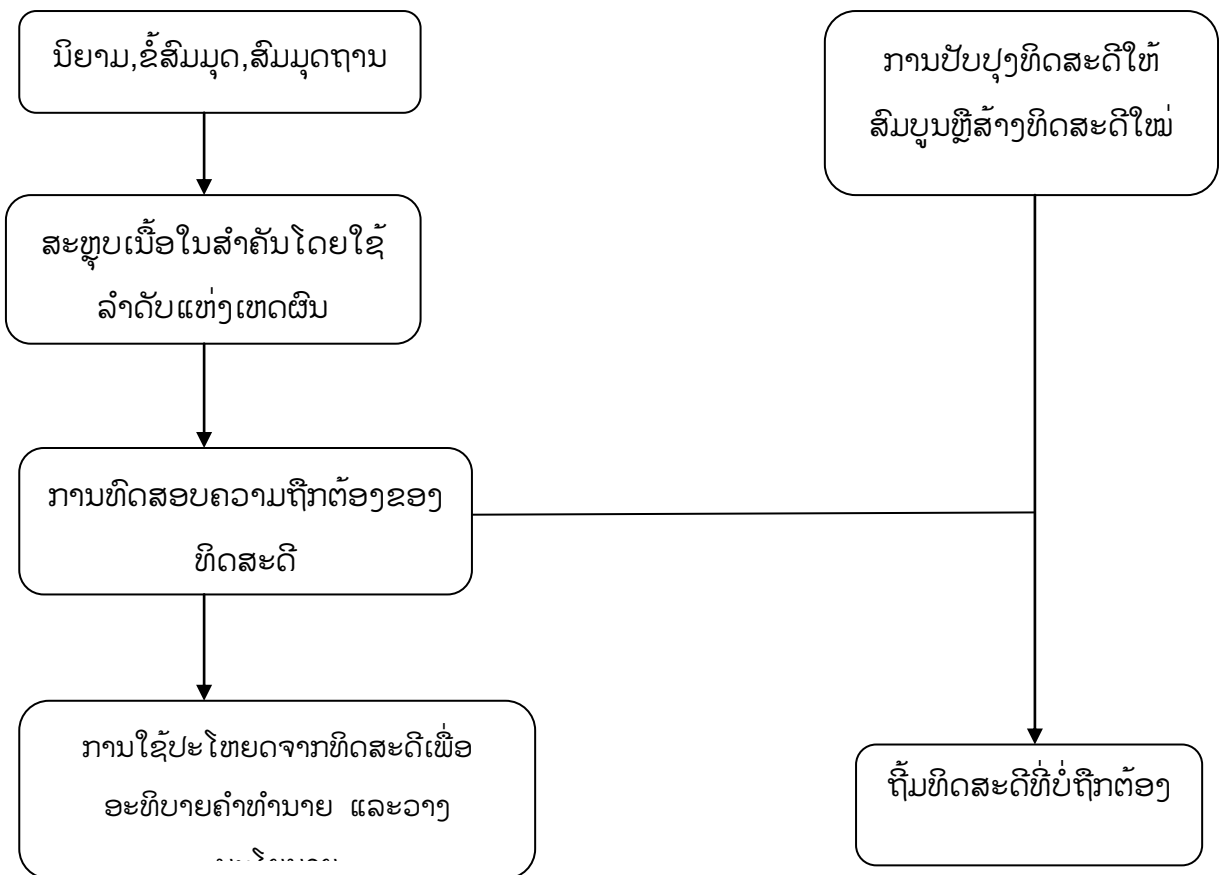
ນອກນີ້ອາດຄຳນວນເພີ່ມເຕີມໄດ້ວ່າຄວາມທົດຢຶດຂອງອຸປະສົງແບບຈຸດ (point elasticity) ທີ່ລາຄາເທົ່າກັບໜ່ວຍລະ 3 ກີບ ມີຄ່າເທົ່າກັບ -1,5 ເຊິ່ງສະແດງວ່າອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້ານີ້ (ຫຼືບໍລິການນີ້) ມີຄວາມທົດຢຶດພໍສົມຄວນ.

3.) ການທົດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງທິດສະດີ: ເປັນການທົດສອບສ່ວນຕ່າງໆຂອງທິດສະດີເລີ່ມຕັ້ງແຕ່ການກວດສອບວ່າ ຂໍ້ສົມມຸດຂອງທິດສະດີມີລັກສະນະໃກ້ຄຽງກັບສະພາວະໃນໂລກແຫ່ງຄວາມເປັນຈິງຫຼືບໍ່? ແລະໃກ້ຄຽງຫຼາຍ ຫຼື ໜ້ອຍປານໃດການທົດສອບກ່ຽວກັບສົມມຸດຖານທີ່ຕັ້ງຂຶ້ນການກວດສອບການໃຊ້ລຳດັບແຫ່ງເຫດຜົນວ່າຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກເຫດຜົນວິຖະຍາຫຼືບໍ່, ການໃຊ້ເຄື່ອງມື

ຕ່າງໆເພາະສົມຫຼົບ?, ຂໍ້ມູນ ຫຼືຕົວເລກສະຖິຕິທີ່ນຳມາແທນຄ່າໃນສູດການຄຳນວນຖືກຕ້ອງຫຼົບ ແລະ ການທົດສອບຄຳທຳນາຍຂອງທົດສະດີວ່າກົງກັບປະກົດການທີ່ເກີດຂຶ້ນຈິງນັ້ນຫຼາຍຫຼືໜ້ອຍປານໃດ? ຫຼັງການທົດສອບແລ້ວຈຶ່ງເປັນສ່ວນທີ່ວ່າດ້ວຍການນຳທົດສະດີໄປໃຊ້ປະໂຫຍດ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມເນື່ອງຈາກເສດຖະສາດເປັນສັງຄົມສາດ ເຊິ່ງກ່ຽວຂ້ອງກັບພຶດຕິກຳຂອງມະນຸດໃນທາງເສດຖະກິດທີ່ປະກອບດ້ວຍຕົວປ່ຽນຫຼາຍຢ່າງ ແລະມີທິດທາງນັບບໍ່ຖ້ວນໃນຄວາມເປັນຈິງຈຶ່ງເປັນໄປບໍ່ໄດ້ທີ່ຈະຄວບຄຸມຕົວປ່ຽນອື່ນທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງໃຫ້ຢູ່ຄົງທີ່ຕາມຂໍ້ສົມມຸດໃນທົດສະດີ ດັ່ງນັ້ນຄວາມແນ່ນອນໃນການທົດສອບທົດສະດີເສດຖະສາດ ຈຶ່ງຂຶ້ນກັບຄວາມສົມບູນຖືກຕ້ອງຂອງຂໍ້ມູນທີ່ລວບລວມໄດ້ ແລະ ຄວາມຮອບຮູ້ຂອງຜູ້ທົດສອບການທົດສອບທົດສະດີມີຈຸດປະສົງເພື່ອການປະຍຸກໃຊ້ ຫາກການທົດສອບໄດ້ຂໍ້ສະຫຼຸບວ່າທົດສະດີນັ້ນອະທິບາຍປະກົດການທີ່ເກີດຂຶ້ນໄດ້ກໍສະແດງວ່າສາມາດນຳທົດສະດີນັ້ນໄປປະຍຸກໃຊ້ປະໂຫຍດຕໍ່ໄປໄດ້ແຕ່ຖ້າອະທິບາຍປະກົດການບໍ່ໄດ້ ທົດສະດີນັ້ນ ກໍບໍ່ມີປະໂຫຍດໃນການປະຍຸກໃຊ້.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ຜູ້ຮຽນເສດຖະສາດໃຫ້ເຂົ້າໃຈໃຫ້ຖືກຕ້ອງວ່າລະບົບເສດຖະກິດຂອງປະເທດຫຼືແຕ່ລະສັງຄົມມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງ ປະເທດອຸດສາຫະກຳຍ່ອມມີສິ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຄື: ການຜະລິດ, ການຈ້າງງານ, ການຄ້າຂາຍພາຍໃນ, ການຄ້າຕ່າງປະເທດ, ການບໍລິໂພກ, ພາສີລະບຽບກົດໝາຍ.



ແຜນທີ່ 1.1 ການສ້າງທົດສະດີດ້ວຍວິທີນິລະໄນ ແລະວົງຈອນຊີວິດຂອງທົດສະດີເສດຖະສາດ

ບົດບາດທາງເສດຖະກິດຂອງໜ່ວຍງານພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ແລະ ອື່ນໆ. ດັ່ງນັ້ນທົດສະດີໃດທີ່ໃຊ້ອະທິບາຍປະກົດການຂອງປະເທດໜຶ່ງໄດ້ຊັດເຈນດີອາດໃຊ້ອະທິບາຍປະກົດການ ຂອງປະເທດອື່ນບໍ່ໄດ້ ເພາະທົດສະດີທາງເສດຖະສາດຕັ້ງຢູ່ບົນພື້ນຖານຂອງຂໍ້ສົມມຸດ ທີ່ມີຂໍ້ຈຳກັດນັ້ນເອງການ

ໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກທິດສະດີ ຈຶ່ງຕ້ອງອາໄສຄວາມຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈຂອງຜູ້ໃຊ້ໃນການປັບປຸງລາຍລະອຽດ ກ່ຽວກັບຂໍ້ສົມມຸດຖານ ແລະ ຄຳທຳນາຍຂອງທິດສະດີໃຫ້ສອດຄ່ອງປະກົດການທີ່ເປັນຈິງ.

2. ວິທີການອຸປະໂນ ຫຼືອຸປະມານ (Induction method)

ເປັນການລວບລວມສະສົມຂໍ້ມູນຕ່າງໆຈາກກໍລະນີທີ່ເກີດຂຶ້ນຈິງເພື່ອນຳມາປະມວນຫາ ລັກສະນະຮ່ວມ ແລະ ສ້າງເປັນແນວຄິດຫຼັກ.

ເນື່ອງຈາກປະຈຸບັນ ຂໍ້ມູນໃນເລື່ອງຂອງເສດຖະກິດມີການຈັດເກັບຢ່າງເປັນລະບົບຫຼາຍກ່ວາໃນ ສະໄໝກ່ອນ ແລະ ການສຳຫຼວດຫາຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນເຮັດໄດ້ສະດວກສະບາຍຂຶ້ນອີກ ນອກນັ້ນລະບົບ ຄອມພິວເຕີຍັງຊ່ວຍອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການຈັດເກັບຂໍ້ມູນ ແລະ ການຄຳນວນຄ່າທາງສະຖິຕິ ຕ່າງໆ ວິທີການອຸປະໂນຈຶ່ງໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ການສ້າງທິດສະດີໂດຍວິທີການອຸປະໂນ ໄດ້ແບ່ງເປັນ 3 ຂັ້ນຕອນດັ່ງນີ້:

1.) ການລວບລວມຂໍ້ມູນທາງເສດຖະກິດເລື່ອງໃດເລື່ອງໜຶ່ງ ໂດຍສະເພາະ: ໃນວຽກນີ້ເປັນ ການລວບລວມຂໍ້ມູນເຊິ່ງອາດເປັນຕົວເລກສະຖິຕິ, ຂໍ້ມູນຈິງຕ່າງໆ.

2.) ການຫາຂໍ້ສະຫຼຸບເພື່ອເປັນແນວຄິດ ຫຼືສ້າງເປັນທິດສະດີ. ຈາກຂໍ້ມູນຈິງຕ່າງໆທີ່ລວບລວມ ໃຫ້ໄດ້ຫຼາຍທີ່ສຸດນຳມາເຊື່ອມເຂົ້າກັນເປັນລະບົບເຊິ່ງໃຊ້ຫຼັກເຫດຜົນຕ່າງໆ ອະທິບາຍສິ່ງທີ່ເກີດຂຶ້ນຕາມ ຄວາມເປັນຈິງ (Descriptive economics) ກໍໄດ້. ແຕ່ການສຶກສາເສດຖະສາດຂັ້ນສູງໃນປັດຈຸບັນ ນິຍົມໃຊ້ເຄື່ອງມືທາງວິທະຍາສາດ ແລະ ສາດໃນທາງປະລິມານ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອສຶກສາສາຍພົວພັນ ລະຫວ່າງຕົວປ່ຽນຕ່າງໆຈາກນັ້ນສະຫຼຸບເປັນແນວຄິດ ຫຼືທິດສະດີເສດຖະສາດ(Principle or economic theory).

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມເຖິງແມ່ນວ່າການນຳເອົາເຄື່ອງມືປະລິມານມາໃຊ້ສຶກສາທາງເສດຖະສາດຈະ ມີປະໂຫຍດຫຼາຍແຕ່ການອະທິບາຍແບບພັນລະນາກໍຍັງມີຄວາມຈຳເປັນຢ່າງຍິ່ງໃນການສື່ສານ, ໃນການ ຖ່າຍທອດຄວາມຮູ້ທາງເສດຖະສາດຕໍ່ສາທາລະນະສຸກ.

3.) ການທົດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງທິດສະດີ: ມີຫຼັກເກນຄືກັບວິທີການນິລະໂນເຊິ່ງໄດ້ກ່າວ ໄປແລ້ວ.

ວິທີການປະຫວັດສາດແລະວັດຖຸນິຍົມສັດຈະວິພາກ (Historical and Dialectical Materialism).

ວິທີການສຶກສາແບບນີ້ຄືການນຳຫຼັກການຂັ້ນພື້ນຖານຂອງ“ວັດຖຸນິຍົມສັດຈະວິພາກ” ຮ່ວມກັບ “ວິທີວິເຄາະທາງປະຫວັດສາດ”ມາໃຊ້ໃນການວິເຄາະບັນຫາເສດຖະກິດ (Carl Marx) ໄດ້ສະແດງ ຄວາມຄິດເຫັນກ່ຽວກັບທິດສະດີນີ້ໃນຄຳນຳຂອງໜັງສື A Contribution of the Critique of Political Economy ເຊິ່ງຂຽນຂຶ້ນໃນປີ ຄ.ສ 1859. ສະຫຼຸບເນື້ອໃນສຳຄັນໄດ້ດັ່ງນີ້:

ໃນສັງຄົມຂອງມະນຸດການພົວພັນລະຫວ່າງຄົນກັບຄົນດຳລົງໃນຫຼາຍດ້ານ, ຫຼາຍແງ່ມູມການ ພົວພັນທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດຄືສາຍພົວພັນທີ່ກ່ຽວກັບຂະບວນການຜະລິດເຊິ່ງເອີ້ນສັ້ນໆວ່າ: ການພົວພັນທາງ ການຜະລິດ (relation of production) ກ່ອນຈະເຮັດການຜະລິດໄດ້ມະນຸດຕ້ອງມີປັດໄຈການຜະລິດ ເຊິ່ງອາດເປັນສົມບັດຂອງຜູ້ໃດຜູ້ໜຶ່ງຫຼືກຸ່ມໃດກຸ່ມໜຶ່ງຫຼືເປັນຂອງສ່ວນລວມກໍໄດ້. ຜູ້ເປັນປັດໄຈການຜະ ລິດຈະເປັນເຈົ້າຂອງຜູ້ຜະລິດນຳ ລະບົບກຳມະສິດຈຶ່ງເປັນພື້ນຖານສຳຄັນຂອງຄວາມສຳຄັນທາງ ດ້ານສັງຄົມລະຫວ່າງຄົນກັບຄົນໃນທຸກຍຸກທຸກສະໄໝ ຄວາມສຳຄັນທາງການຜະລິດກ່ຽວພັນຢ່າງແໜ້ນ ແພັນກັບພະລັງການຜະລິດ (Production forces) ໃນອີກດ້ານໜຶ່ງການພົວພັນໃນດ້ານການຜະລິດ ເປັນຕົວກຳນົດສຳຄັນໃນການຍຸດຕິຫຼືຊຸກຍູ້ຄວາມກ້າວໜ້າຂອງການຜະລິດ.

ລະບົບການພົວພັນທາງການຜະລິດ, ລະບົບກຳມະສິດໃນປັດໄຈການຜະລິດ ແລະກຳລັງການຜະລິດທັງໝົດນີ້ລວມກັນເອີ້ນວ່າ: ວິທີການຜະລິດ(Mode of production) ການວິເຄາະວິທີການຜະລິດຈະເຮັດໃຫ້ຮູ້ເຖິງ “ໂຄງສ້າງເສດຖະກິດ” (Economic structure) ແລະ ເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າໃຈການດຳລົງຢູ່, ພັດຖະນາການ ແລະການເຊື່ອມສະຫຼາຍຂອງລະບົບເສດຖະກິດຈຳເປັນຕ້ອງຂະຫຍາຍການວິເຄາະວິທີການຜະລິດໃຫ້ກວ້າງຂວາງ ໂດຍນຳໂຄງສ້າງເສດຖະກິດໄປເຊື່ອມໂຍງກັບໂຄງສ້າງເສດຖະກິດອື່ນ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ: ໂຄງສ້າງສ່ວນເທິງດ້ານສັງຄົມ, ໂຄງສ້າງສ່ວນເທິງດ້ານການເມືອງ ແລະ ໂຄງສ້າງຊັ້ນຊັ້ນໃນລະບົບສັງຄົມທັງໝົດນີ້ລວມກັນເອີ້ນວ່າ: ລະບົບສັງຄົມ (Social system) ສະນັ້ນ, ໃນແຕ່ລະລະບົບສັງຄົມຈະມີວິທີການຜະລິດ ແລະໂຄງສ້າງສ່ວນເທິງທີ່ສອດຄ່ອງກັນ.

ໂດຍອາໄສແນວທາງປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດຖຸນິຍົມສັດຈະວິພາກ ກາລມາກ ໄດ້ສຶກສາຄວາມເປັນມາຂອງສັງຄົມໃນໂລກຕາເວັນຕົກ ແລະ ໄດ້ສະຫຼຸບວ່າຈາກຄວາມຂັດແຍ້ງກັນ ລະຫວ່າງກຳລັງການຜະລິດກັບຄວາມສຳຄັນການຜະລິດ ເຮັດໃຫ້ລະບົບສັງຄົມ ໄດ້ປ່ຽນຈາກສັງຄົມສັກດີນາມາເປັນສັງຄົມນາຍທິນ ແລະ ໃນທີ່ສຸດກໍຈະປ່ຽນເປັນສັງຄົມຄອມມູນິດ. ກາລມາກ ໄດ້ໃຊ້ແນວທາງປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດຖຸນິຍົມສັດຈະວິພາກເປັນພື້ນຖານ ໃນການສ້າງແນວຄິດລະບົບເສດຖະກິດແບບວາງແຜນຈາກສູນກາງ (centralized planning economy) ເຊິ່ງຕໍ່ມາມີນັກຄົ້ນຄິດຫຼາຍທ່ານໄດ້ພັດຖະນາແນວຄິດນີ້ ແລະເລນິນ(Lenin) ໄດ້ນຳແນວຄິດນີ້ໄປສູ່ການປະຕິບັດກັບສະພາບໂຊຫວຽດເປັນປະເທດທຳອິດ.

ຫຼັງຈາກຍຸກແຫ່ງສົງຄາມເຢັນລະຫວ່າງຝ່າຍສັງຄົມນິຍົມ ແລະ ຝ່າຍເສລີນິຍົມໄດ້ສິ້ນສຸດລົງ ຕໍ່ເນື່ອງຈາກການລົ້ມລະລາຍຂອງສະຫະພາບໂຊຫວຽດຄວາມສົນໃຈ ໃນການສຶກສາເສດຖະສາດ ແບບວາງແຜນຈາກສູນກາງກໍ່ຫຼຸດລົງຫຼາຍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມການສຶກສາແນວທາງວັດຖຸນິຍົມປະຫວັດສາດ ແລະວິທີກໍ່ຢັ້ງຖືວ່າໜ້າສົນໃຈ ແລະມີປະໂຫຍດຫຼາຍເພາະຫົວໃຈຂອງການສຶກສາໃນແນວທາງນີ້ປະກອບດ້ວຍການເບິ່ງອະດີດ (ເຊິ່ງເປັນປະການໄລຍະຍາວ) ການຕັ້ງຄຳຖາມກ່ຽວກັບຂໍ້ສົງໄສ, ການໂຕ້ແຍ້ງ ແລະສະມາຊິກສ່ວນໃຫຍ່ຂອງສັງຄົມລວມທັງຜູ້ດ້ອຍໂອກາດຖືເປັນກຸ່ມເບົ້າໝາຍສຳຄັນໃນການແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະການພັດຖະນາເສດຖະກິດສັງຄົມໂດຍຖືວ່າປັດໄຈທາງເສດຖະກິດສັງຄົມຕ້ອງຢູ່ຄູ່ກັນ ແຍກກັນບໍ່ໄດ້.

ເສດຖະສາດວິເຄາະ ແລະ ເສດຖະສາດນະໂຍບາຍ

(Positive Economics and normative economics)

- ຈຸດປະສົງຂອງການສຶກສາເສດຖະສາດທີ່ສຳຄັນມີ 2 ຢ່າງຄື:
 - ເພື່ອສະແຫວງຫາຄວາມຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈໃນປະກົດການທາງເສດຖະກິດຮອບໆຕົວເຮົາ
 - ເພື່ອຄວບຄຸມສະຖານະການທາງເສດຖະກິດໃຫ້ເປັນໄປຕາມທີ່ຕ້ອງການແລະແກ້ບັນຫາເສດຖະກິດ.

ດັ່ງນັ້ນ ການສຶກສາທາງເສດຖະສາດຈຶ່ງແຍກອອກເປັນ 2 ສ່ວນໄດ້ແກ່: ເສດຖະສາດວິເຄາະ ແລະ ເສດຖະສາດນະໂຍບາຍ.

1. ເສດຖະສາດວິເຄາະ (economic analysis or positive economics)

ຕັ້ງໃຈສຶກສາຫາຄວາມຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈໃນປະກົດການທາງເສດຖະສາດແລະສະແຫວງຫາການວິເຄາະ ລວມທັງແນວຄິດເພື່ອອະທິບາຍປະກົດການເຫຼົ່ານັ້ນ ເສດຖະສາດວິເຄາະຈຶ່ງກ່ຽວຂ້ອງກັບການສ້າງ ແລະ ການສຶກສາທິດສະດີເສດຖະສາດໂດຍກົງ

ຕົວຢ່າງ: ຫາກມີການເກັບອາກອນສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງເສດຖະສາດວິເຄາະ ຈະພະຍາຍາມສຶກສາ ການພົວພັນລະຫວ່າງອາກອນທີ່ຈັດເກັບກັບຕົວປ່ຽນສຳຄັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບລາຄາ ແລະ ປະລິມານຊື້ ຂອງສິນຄ້ານັ້ນເມື່ອໄດ້ຂໍ້ສະຫຼຸບທີ່ຊັດເຈນແລ້ວກໍ່ໃຊ້ຂໍ້ສະຫຼຸບນັ້ນໄປທຳນາຍຜົນກະທົບຕ່າງໆທີ່ອາດເກີດ ຂຶ້ນຈາກການເກັບອາກອນໃນສິນຄ້ານັ້ນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມຫາກມີທິດສະດີກ່ຽວກັບປະກົດການທຳນາຍຜົນຢູ່ແລ້ວກໍ່ພຽງແຕ່ນຳ ຄວາມຄິດຂອງທິດສະດີນັ້ນມາໃຊ້ ຄະນະດຽວກັນຍັງຕ້ອງກວດສອບພາວະຄວາມເປັນຈິງວ່າກົງກັບຂໍ້ ສົມມຸດ ໃນທິດສະດີນັ້ນຫຼາຍໜ້ອຍພຽງໃດແລະປັບປຸງຄຳທຳນາຍໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບປະກົດການທີ່ກຳລັງ ສຶກສາເສດຖະສາດວິເຄາະກ່ຽວຂ້ອງກັບການຕັດສິນຄຸນຄ່າ (value judgement) ວ່າຄວນຫຼືບໍ່ຄວນ (what ought or ought not to be) ເສດຖະສາດວິເຄາະຈຶ່ງເປັນເຄື່ອງມື (tools) ຫຼື ທົນທາງ (means) ເພື່ອໃຫ້ບັນລຸເປົ້າໝາຍ (ends) ຕາມທີ່ຕ້ອງການ.

2. ເສດຖະສາດນະໂຍບາຍ (Economic policy ຫຼື Normative economics)

ການຕັ້ງໜ້າສະແຫວງຫາໂຍບາຍເສດຖະກິດ ເພື່ອບັນລຸເປົ້າໝາຍຕາມຄວາມຕ້ອງການເສດ ຖະສາດ ນະໂຍບາຍຈຶ່ງກ່ຽວຂ້ອງກັບການຕັດສິນຄຸນຄ່າວ່າ: ຄວນ ຫຼື ບໍ່ຄວນ. ຕົວຢ່າງ: ເມື່ອໃຊ້ເສດ ຖະສາດວິເຄາະສຶກສາ ແລະ ປຸງປຸງຜົນກະທົບຂອງການເກັບອາກອນ ສິນຄ້າ 5 ຢ່າງແລ້ວ ຫາກ ພົບວ່າການເກັບອາກອນສິນຄ້າ (ກ) ມີຜົນກະທົບຕໍ່ຈຳນວນຜູ້ເສຍອາກອນນ້ອຍທີ່ສຸດ. ໃນຂະນະທີ່ຜົນ ກະທົບດ້ານອື່ນໆຂອງການເກັບອາກອນສິນຄ້າທັງ 5 ຢ່າງ ບໍ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນຫຼາຍປານໃດ ຜູ້ບໍລິ ຫານປະເທດກໍ່ອາດຈະຕັດສິນໃຈເລືອກເກັບອາກອນສະເພາະສິນຄ້າ (ກ) ອີກຢ່າງໜຶ່ງ ເຖິງແມ່ນວ່າ ຜູ້ ກຳນົດນະໂຍບາຍຈະຊີ້ແຈງວ່າ: ເປົ້າໝາຍທີ່ວາງໄວ້ເປັນສິ່ງທີ່ດີສິ່ງທີ່ປາດຖະໜາແຕ່ຜົນຂອງນະໂຍ ບາຍອາດເປັນທີ່ປາດຖະໜາ ຫຼື ບໍ່ປາດຖະໜາກໍ່ໄດ້ ທັງນີ້ມັນຂຶ້ນຢູ່ກັບຜົນກະທົບທີ່ແຕ່ລະຄົນ ຫຼື ແຕ່ ລະກຸ່ມບຸກຄົນໃນສັງຄົມໄດ້ຮັບ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນການດຳເນີນນະໂຍບາຍອາດບັນລຸເປົ້າໝາຍ ຫຼື ບໍ່ກໍ່ ເປັນໄປໄດ້ເຊັ່ນກັນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມການວາງນະໂຍບາຍເສດຖະກິດທີ່ເໝາະສົມຈຳເປັນຕ້ອງມີຄວາມຮູ້ທາງທິດ ສະດີເປັນພື້ນຖານ ທັງນີ້ກໍ່ເພື່ອປະໂຫຍດໃນການວິເຄາະບັນຫາ ແລະ ຜົນຂອງນະໂຍບາຍ ໃນທາງ ກົງກັນຂ້າມການວາງນະໂຍບາຍໂດຍຂາດຄວາມຮູ້ທາງທິດສະດີກໍ່ຄືການແກ້ບັນຫາດ້ວຍວິທີເດົາສຸ່ມຊຶ່ງ ມີຄວາມອັນຕະລາຍຢ່າງຍິ່ງ.

ບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ (Basic Economic Problems)

ເນື່ອງຈາກຊັບພະຍາກອນມີຈຳນວນຈຳກັດບໍ່ພຽງພໍທີ່ຈະບຳບັດຄວາມຕ້ອງການທຸກຢ່າງຂອງ ທຸກຄົນໃນສັງຄົມໄດ້. ດັ່ງນັ້ນ, ສັງຄົມຈຶ່ງຕ້ອງປະສົບພົບພໍ້ກັບບັນຫາອັນດຽວກັນຄື: ຜະລິດຫຍັງ?, ຜະລິດແນວໃດ? ແລະ ຜະລິດເພື່ອໃຜ? ເຊິ່ງລວມແລ້ວເອີ້ນວ່າ: ບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ

ອີກຢ່າງໜຶ່ງຄຳວ່າ “ພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ” (Basic economic problems) ມັກໃຊ້ ສະເພາະກັບບັນຫາ 3 ປະເດັນທີ່ຈະກ່າວດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ເພື່ອໃຫ້ຕ່າງຈາກບັນຫາເສດຖະກິດທົ່ວໄປ.

1. ບັນຫາຜະລິດຫຍັງ (What)?: ເປັນບັນຫາການຕັດສິນໃຈວ່າຄວນຈະຜະລິດສິນຄ້າ ຫຼືບໍລິ ການຫຍັງ ແລະ ຄວນຜະລິດເປັນຈຳນວນເທົ່າໃດ? ບັນຫານີ້ເກີດຈາກຊັບພະຍາກອນການຜະລິດ ມີ ຈຳກັດຈຶ່ງຕ້ອງເລືອກຜະລິດສະເພາະທີ່ຈຳເປັນ ລະບົບເສດຖະກິດຈະບໍ່ຕ້ອງພົບກັບບັນຫານີ້ເລີຍ ຫາກປັດໄຈການຜະລິດມີຈຳນວນຫຼາຍພຽງພໍທີ່ຈະນຳໄປຜະລິດສິນຄ້າທຸກປະເພດ ແລະ ເປັນຈຳນວນ ຫຼາຍຕາມຄວາມຕ້ອງການທີ່ບໍ່ຈຳກັດຂອງຄົນເຮົາ.

2. **ບັນຫາຜະລິດແນວໃດ (How)?**: ເປັນການພິຈາລະນາວ່າຈະຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການດ້ວຍເຕັກນິກການຜະລິດແບບໃດ ແລະ ໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດແບບໃດແດ່ ແຕ່ລະປະເພດໃຊ້ອັດຕາສ່ວນເທົ່າໃດ? ຈຶ່ງມີປະສິດທິພາບຫຼາຍທີ່ສຸດ ຫຼື ເສຍຕົ້ນທຶນຕໍ່າທີ່ສຸດ ບັນຫານີ້ເກີດຂຶ້ນ ເນື່ອງຈາກໃນການຜະລິດສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດມີວິທີການຜະລິດຫຼາຍວິທີຈຶ່ງຕ້ອງພິຈາລະນາເລືອກວິທີທີ່ມີປະສິດທິພາບຫຼາຍທີ່ສຸດ.

3. **ບັນຫາຜະລິດເພື່ອໃຜ (For Whom)?**: ເປັນການພິຈາລະນາວ່າສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຜະລິດໄດ້ຈັດສັນໃຫ້ແກ່ທຸກຄົນ ຫຼື ກຸ່ມຄົນໃດໃນສັງຄົມດ້ວຍວິທີໃດ? ລະບົບເສດຖະກິດ ແຕ່ລະແບບຈະມີວິທີການຈັດສັນສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການແຕກຕ່າງກັນ ຖ້າເປັນລະບົບເສລີນິຍົມຜູ້ມີລາຍ ໄດ້ ແລະ ຊັບສິນຫຼາຍກໍ່ໄດ້ຮັບຜົນຜະລິດຫຼາຍ/ມູນຄ່າສູງ ແລະ ສະຫຼັບກັນ ສ່ວນໃນລະບົບຄອມ ມູນິດ ການຈັດສັນຜົນຜະລິດສູ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຂ້ອນຂ້າງກະຈາຍທົ່ວເຖິງ.

ລະບົບເສດຖະກິດແບບຕ່າງໆກັບການແກ້ບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ (Economic Systems and Solutions)

ການຢູ່ຮ່ວມກັນເປັນກຸ່ມຊຸມຊົນທົ່ວໄປຖືເປັນລະບົບເສດຖະກິດ (Social economy) ໃນສັງຄົມເສດຖະກິດມີການແບ່ງງານຕາມຄວາມຖະນັດຂອງແຕ່ລະໜ່ວຍການຜະລິດ ທຸກໜ່ວຍການຜະລິດຈະຕ້ອງປະສານງານກັນສິ່ງທີ່ໜ້າທີ່ເປັນຕົວປະສານງານເອີ້ນວ່າ: ສະຖາບັນທາງເສດຖະກິດ ຊຶ່ງສະແດງເຖິງຄຸນລັກສະນະຂອງສັງຄົມເສດຖະກິດທັງທີ່ມີຕົວຕົນ ແລະ ບໍ່ມີຕົວຕົນ. ຕົວຢ່າງສະຖາບັນທາງເສດຖະກິດໄດ້ແກ່: ກຳມະສິດໃນປັດໄຈການຜະລິດ, ຄອບຄົວ, ເງິນຕາ, ການວາງແຜນ, ແຮງຈູງໃຈໃນດ້ານເສດຖະກິດ ການແຂ່ງຂັນ ໆລໆ. ລັກສະນະຂອງສະຖາບັນທາງເສດຖະກິດ ຊຸດທີ່ໜຶ່ງຊຶ່ງສະແດງເຖິງລະບົບເສດຖະກິດແບບໜຶ່ງ.

ລະບົບເສດຖະກິດແຕ່ລະແບບຕ່າງມີແບບ (Uniform) ຂອງສະຖາບັນທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ໂດຍທົ່ວໄປການຈຳແນກລະບົບເສດຖະກິດອາດພິຈາລະນາຈາກກົດເກນສຳຄັນຕໍ່ໄປນີ້ຄື:

- (1) ກຳມະສິດໃນຊັບສິນເປັນຂອງສ່ວນບຸກຄົນ ຫຼື ສ່ວນລວມ.
- (2) ການຕັດສິນໃຈໃນບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດເປັນຂອງສ່ວນບຸກຄົນ ຫຼື ສ່ວນລວມ.
- (3) ການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ ແລະ ຜົນຜະລິດຜ່ານກົນໄກຕະຫຼາດ ຫຼື ໂດຍການບັງຄັບ.

ກຳມະສິດໃນຊັບສິນໝາຍເຖິງສິດໃນການໃຊ້ປະໂຫຍດ, ຈຳໜ່າຍ ແລະ ຮັບປະໂຫຍດຫຼືລາຍໄດ້ຈາກຊັບສິນ ກຳມະສິດສ່ວນບຸກຄົນໝາຍເຖິງບຸກຄົນມີສິດໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກຊັບສິນເພື່ອໃຫ້ໄດ້ມາຊຶ່ງສະຫວັດດີການສູງສຸດແກ່ຜູ້ເປັນເຈົ້າຂອງຊັບສິນ. ກຳມະສິດສ່ວນລວມໝາຍເຖິງ ລັດຫຼືກຸ່ມຄົນມີສິດໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກຊັບສິນເພື່ອໃຫ້ໄດ້ສະຫວັດດີການສູງສຸດຕໍ່ສ່ວນລວມ.

ການມີກຳມະສິດໃນຊັບສິນສ່ວນບຸກຄົນ ໃນແງ່ໜຶ່ງກໍ່ໃຫ້ເກີດການສະສົມຄວາມສົມບູນຮັ່ງມີຊຶ່ງມັກນຳໄປສູ່ການສະແຫວງຫາອຳນາດ ແລະ ອິດທິພົນທາງການເມືອງແລະສັງຄົມເພື່ອເພີ່ມພູນ ແລະ ພັກຄວາມຮັ່ງມີສ່ວນບຸກຄົນ ໃນອີກແງ່ໜຶ່ງການມີກຳມະສິດໃນຊັບສິນສ່ວນບຸກຄົນມີຜົນຕໍ່ແຮງຈູງໃຈທາງເສດຖະກິດ ຜົນປະໂຫຍດທີ່ໄດ້ຮັບຈະຕົກເປັນຂອງບຸກຄົນຫຼາຍໜ້ອຍຕາມຈຳນວນ ແລະ ປະເພດຂອງຊັບສິນທີ່ຄອບຄອງ. ສ່ວນການປະຢັດແຮໄວ້ ແລະ ການລົງທຶນຂອງບຸກຄົນຈະກໍ່ໃຫ້ເກີດຜົນປະໂຫຍດຕໍ່ສ່ວນລວມໃນດ້ານການຜະລິດ, ການຈ້າງງານ ແລະ ການເພີ່ມລະດັບມາດຖານການດຳລົງຊີວິດຂອງສ່ວນລວມຫຼືບໍ່ນັ້ນເປັນບັນຫາການຝາກຄວາມຫວັງໄວ້ກັບຈິດສຳນຶກ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງຄົນກຸ່ມນ້ອຍທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງຊັບສິນ.

ສຳລັບກຳມະສິດໃນຊັບສິນສ່ວນລວມ ນັ້ນເນື່ອງຈາກຜົນປະໂຫຍດສ່ວນໃຫຍ່ ຈະຕົກເປັນຂອງສ່ວນລວມ ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງຂາດແຮງຈູງໃຈທາງເສດຖະກິດ ປະສິດທິພາບໃນການເຮັດວຽກຈຶ່ງຕ້ອງຂຶ້ນຢູ່ກັບປັດໄຈອື່ນໆເຊັ່ນ: ລະບົບການຈັດການ, ລະບົບການກະຈາຍລາຍໄດ້ ແລະ ຂະບວນການ ສ້າງຈິດສຳນຶກເປັນຕົ້ນ.

ການຕັດສິນບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດມີຫຼາຍວິທີ. ສັງຄົມໃດຈະເລືອກວິທີໃດຂຶ້ນຢູ່ກັບລະບົບເສດຖະກິດຂອງສັງຄົມນັ້ນໂດຍທົ່ວໄປອາດແບ່ງລະບົບເສດຖະກິດອອກເປັນ 3 ແບບໃຫຍ່ໆດັ່ງນີ້:

1. ລະບົບເສດຖະກິດທຶນນິຍົມ (Capitalism)

ລະບົບເສດຖະກິດແບບນີ້ ມີຊື່ເອີ້ນຫຼາຍຢ່າງແຕກຕ່າງກັນເຊັ່ນ: ລະບົບການປະກອບການທຸລະກິດແບບເສລີ (free enterprise system) ແລະລະບົບຕະຫຼາດ (market system) ລັກສະນະສຳຄັນຂອງລະບົບນີ້ມີດັ່ງນີ້:

(1) ມີກຳມະສິດໃນຊັບພະຍາກອນ (Over ship of resources) ໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບນີ້ຄົວເຮືອນ ແລະ ທຸລະກິດເປັນໜ່ວຍເສດຖະກິດຂັ້ນພື້ນຖານ. ໜ່ວຍເສດຖະກິດຍ່ອຍເຫຼົ່ານີ້ເປັນເຈົ້າຂອງປັດໄຈການຜະລິດ ທີ່ເຂົາເປັນເຈົ້າຂອງມີເສລີພາບເຕັມທີ່ໃນການຈັດການກັບປັດໄຈການຜະລິດຕາມຄວາມເໝາະສົມ.

(2) ເສລີພາບໃນທຸລະກິດ (Freedom of enterprise) ຜູ້ເປັນເຈົ້າຂອງປັດໄຈການຜະລິດມີເສລີພາບໃນການເລືອກປະກອບທຸລະກິດຕາມຄວາມຕ້ອງການ ສ່ວນຄົວເຮືອນກໍມີເສລີພາບຂາຍປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເຂົາເປັນເຈົ້າຂອງໃຫ້ແກ່ໜ່ວຍທຸລະກິດ.

(3) ກຳໄລເປັນເຄື່ອງຈູງໃຈ (Profit motive) ຜົນຕອບແທນຕໍ່ການຂາຍປັດໄຈຜະລິດ ກໍຄືລາຍໄດ້, ການທີ່ທຸກຄົນຢາກມີລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ ຈະເປັນສິ່ງຈູງໃຈໃຫ້ມີການນຳປັດໄຈຜະລິດມາໃຊ້ປະໂຫຍດໃນການຜະລິດ ແລະ ພະຍາຍາມຫາເທັກນິກການຜະລິດໃໝ່ໆມາໃຊ້ເພື່ອຫຼຸດຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ແລະ ເພີ່ມກຳໄລ ສ່ວນຜູ້ບໍລິໂພກກໍພະຍາຍາມປຸງບາງປະໂຫຍດຂອງສິນຄ້າກັບຄວາມພໍໃຈຂອງຕົນເອງທີ່ຈະໄດ້ຮັບຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້ານັ້ນ ປຸງບາງປະໂຫຍດຂອງສິນຄ້າຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະຄົນ ແລະ ເລືອກ ຊື້ສິນຄ້າທີ່ຈະນຳຄວາມພໍໃຈມາໃຫ້ຫຼາຍທີ່ສຸດ ດ້ວຍການຈ່າຍໃນລາຄາຕ່ຳທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້.

(4) ລະບົບລາຄາ (Price system) ລະບົບເສດຖະກິດແບບເສລີໃຊ້ລາຄາເປັນເກນ ໃນການຕັດສິນບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ ລາຄາກຳນົດໂດຍອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຂອງສິ່ງນັ້ນໃນຕະຫຼາດ ຖ້າຈຳນວນຊື້ ແລະ ຈຳນວນຂາຍເທົ່າກັນພໍດີລາຄາກໍຈະຄົງທີ່ບໍ່ປ່ຽນແປງ. ແຕ່ຫາກຈຳນວນຊື້ ແລະ ຈຳນວນຂາຍບໍ່ເທົ່າກັນລາຄາຈະເຄື່ອນໄຫວທັນທີ ລາຄາສູງຂຶ້ນຖ້າຈຳນວນຊື້ມີຫຼາຍກວ່າຈຳນວນຂາຍ ແລະ ລາຄາຈະຫຼຸດລົງຖ້າຈຳນວນຊື້ມີໜ້ອຍກວ່າຈຳນວນຂາຍ.

ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ການເຄື່ອນໄຫວຂອງລາຄາຕາມທີ່ກ່າວມານີ້ຄືກົນໄກສຳຄັນຂອງການຕັດສິນບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດຊຶ່ງໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບທຶນນິຍົມມີການນຳໃຊ້ກົນໄກລາຄາໃນຂະບວນການຕັດສິນບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດມີດັ່ງນີ້:

(1) ບັນຫາຫຍັງ: ໃນລະບົບເສດຖະກິດເສລີຜູ້ຜະລິດຈະຜະລິດສະເພາະສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຕົນຕ້ອງການນີ້ເອີ້ນວ່າ: ອະທິປະໄຕຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer's sovereignty) ການທີ່ຜູ້ຜະລິດຮູ້ວ່າຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຫຍັງແດ່? ກໍເບິ່ງຈາກຈຳນວນເງິນ ທີ່ຜູ້ບໍລິ

ໂພກ ນຳມາໃຊ້ຈ່າຍຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃດແດ່? ຫຼາຍໜ້ອຍປານໃດ? ກໍ່ຈະນຳລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນມາປຸງປະກອບກັບຕົ້ນທຶນການຜະລິດເພື່ອເບິ່ງວ່າຈະໄດ້ກຳໄລ ຫຼື ຂາດທຶນ.

ຖ້າຂາດທຶນກໍ່ບໍ່ຜະລິດ ຖ້າກຳໄລກໍ່ຈະພິຈາລະນາຕໍ່ໄປວ່າ ຄວນຜະລິດອອກຂາຍເທົ່າໃດ? ຈິ່ງໄດ້ກຳໄລສູງສຸດ ຈາກນັ້ນກໍ່ຜະລິດສິນຄ້ານັ້ນໃນຈຳນວນທີ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດໄດ້ຮັບກຳໄລສູງສຸດ ຫຼື ຫາກບໍ່ສາມາດຫາປະລິມານການຜະລິດທີ່ໄດ້ກຳໄລສູງສຸດກໍ່ຍຶດຫຼັກທົ່ວໄປຄືກຳໄລຫຼາຍຜະລິດຫຼາຍ ກຳໄລໜ້ອຍກໍ່ຜະລິດໜ້ອຍ.

(2) **ບັນຫາແນວໃດ:** ຕາມປົກກະຕິຜູ້ຜະລິດທຸກຄົນຕ້ອງການກຳໄລສູງສຸດ ກຳໄລເກີດຈາກຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງລາຄາຂາຍ ແລະ ຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ກຳໄລຈະຫຼາຍໜ້ອຍຊຳໃດ? ຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຄາຂາຍ ແລະ ຕົ້ນທຶນການຜະລິດໂດຍປົກກະຕິລາຄາຍິ່ງສູງກໍ່ຍິ່ງຂາຍໄດ້ໜ້ອຍ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດຈິ່ງຕ້ອງຫັນມາເລືອກວິທີການຜະລິດດ້ວຍຕົ້ນທຶນຕ່ຳສຸດ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ກຳໄລຫຼາຍທີ່ສຸດ ການທີ່ຈະຮູ້ວ່າ ວິທີການຜະລິດໃດຈະເສຍຕົ້ນທຶນເທົ່າໃດ? ກໍ່ເບິ່ງຈາກລາຄາຂອງລາຄາປັດໄຈການຜະລິດ ດັ່ງນັ້ນ, ບັນຫາຈະຜະລິດແນວໃດຈິ່ງຕັດສິນດ້ວຍລາຄາຂອງສິນຄ້າ ແລະ ປັດໄຈການຜະລິດຮ່ວມກັນ.

(3) **ບັນຫາເພື່ອໃຜ:** ສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ນັ້ນຄວນຈະຈັດສັນໃຫ້ກັບທຸກຄົນໃນສັງຄົມແນວໃດ? ລະບົບເສດຖະກິດເສລີໃຊ້ລາຄາຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການເປັນເກນໃນການແຈກຈ່າຍຜົນຜະລິດ ໃຫ້ແກ່ບຸກຄົນໃນສັງຄົມຄື: ຜູ້ມີລາຍໄດ້ຫຼາຍຍ່ອມມີອຳນາດຊື້ (Purchasing Power) ຫຼາຍ ລາຍໄດ້ສ່ວນໃຫຍ່ເກີດຈາກການເຮັດວຽກໃຫ້ກັບໜ່ວຍຜະລິດ, ໜ່ວຍຜະລິດຈະຈ່າຍຄ່າຕອບແທນ ແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ທັງໝົດ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີອຳນາດຊື້ຈິ່ງຕ້ອງແຂ່ງຂັນກັນຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຕ້ອງການ ລາຄາຈະເປັນຕົວຕັດສິນ ທັງນີ້ຖ້າຈຳນວນຊື້ສິນຄ້າໃດ ມີຫຼາຍກວ່າຈຳນວນຂາຍ ລາຄາສິນຄ້າ ຈະສູງຂຶ້ນເລື້ອຍໆຈົນກະທັ່ງຈຳນວນຊື້ພໍດີກັບຈຳນວນຂາຍ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າຈຳນວນຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃດມີໜ້ອຍກວ່າຈຳນວນຂາຍ ລາຄາສິນຄ້າແລະບໍລິການນັ້ນຈະຫຼຸດລົງເລື້ອຍໆ ຈົນເຮັດ ໃຫ້ຈຳນວນຊື້ເທົ່າກັບຈຳນວນພໍດີ ໂດຍວິທີນີ້ສິນຄ້າຈະຖືກຈັດສັນໄປຍັງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຕ້ອງການ ແລະ ມີລາຍໄດ້ພໍພຽງທີ່ຈະຈ່າຍຊື້ສິນຄ້ານັ້ນຕາມລາຄາຕະຫຼາດ.

2. ລະບົບເສດຖະກິດແບບວາງແຜນຈາກສູນກາງ (Centralized Planning Economy)

ລັກສະນະສຳຄັນຂອງລະບົບນີ້ຄືສ່ວນລວມຫຼືອີກຢ່າງໜຶ່ງສິດເປັນເຈົ້າຂອງຊັບພະຍາກອນ ຕ່າງໆ ລວມທັງປັດໄຈຜະລິດເກືອບທຸກຢ່າງລວມທັງແຮງງານ, ບຸກຄົນບໍ່ມີສິດແມ້ແຕ່ການໃຊ້ແຮງງານ ຂອງຕົນໃນການເລືອກປະກອບອາຊີບ ແລະ ຖິ່ນທີ່ຢູ່ຕາມຄວາມພໍໃຈກິນໄກລາຄາບໍ່ມີບົດບາດເລີຍ.

ການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດດຳເນີນໄປຕາມແຜນທີ່ວາງໄວ້ຄື: ຂໍ້ກຳນົດທີ່ໄດ້ບອກເຖິງການແຈກຢາຍຜົນຜະລິດໄປສູ່ຜູ້ບໍລິໂພກ ແຜນຈິ່ງເປັນເຄື່ອງມືທີ່ສຳຄັນທີ່ລັດ ໃຊ້ໃນການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດແທນໜ່ວຍເສດຖະກິດທັງຫຼາຍ.

ໃນການວາງແຜນ ນັກວາງແຜນ ແລະ ຜູ້ນຳທາງເສດຖະກິດຕ້ອງກຳນົດເປົ້າໝາຍ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຂອງລັດໃນດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ດ້ານທີ່ບໍ່ແມ່ນເສດຖະກິດໃຫ້ຊັດເຈນນອກຈາກນີ້ຕ້ອງ ມີຂໍ້ມູນລາຍລະອຽດທີ່ສົມບູນແລະຖືກຕ້ອງເຊັ່ນ: ປະລິມານ ແລະ ປະເພດຂອງກຳລັງແຮງງານ, ປະລິມານວັດຖຸດິບທີ່ມີຢູ່ກຳລັງການຜະລິດຂອງໂຮງງານ, ລະດັບຄວາມກ້າວໜ້າຂອງເຕັກໂນໂລຊີສຳລັບການຜະລິດສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ລົດນິຍົມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ໆລໆ.

ຂໍ້ມູນເຫຼົ່ານີ້ຈະຊ່ວຍໃນການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບບັນຫາພື້ນຖານ ໄດ້ເໝາະສົມເມື່ອຜູ້ວາງແຜນໄດ້ເຮັດແຜນແລ້ວໜ່ວຍເສດຖະກິດຕ່າງໆທັງທີ່ເປັນໜ່ວຍຜະລິດ ແລະ ໜ່ວຍບໍລິໂພກກໍຕ້ອງປະຕິບັດຕາມແຜນ.

3. ລະບົບເສດຖະກິດແບບປະສົມ (Mixed economy)

ລະບົບເສດຖະກິດແບບນີ້ມີລັກສະນະທຶນນິຍົມປະສົມກັບແບບລັດ ແລະ ເອກະຊົນມີສ່ວນຮ່ວມໃນການແກ້ໄຂບັນຫາພື້ນຖານທາງດ້ານເສດຖະກິດກຳມະສິດໃນຊັບສິນມີທັງສ່ວນທີ່ເປັນຂອງລັດ ແລະ ເອກະຊົນກິນໄກລາຄາມີບົດບາດໃນການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ ແລະ ການແຈກຢາຍຜົນຜະລິດແຕ່ຖ້າປຽບທຽບກັບເສດຖະກິດແບບທຶນນິຍົມແຂ່ງຂັນສົມບູນແລ້ວ ກິນໄກລາຄາໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບປະສົມ ຈະມີບົດບາດໜ້ອຍກວ່າເນື່ອງຈາກໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບປະສົມ ມີການຮ່ວມກຸ່ມທາງເສດຖະກິດຂອງຫຼາຍຝ່າຍເຊັ່ນ: ສະຫະພາບແຮງງານ, ສະມາຄົມການຄ້າແລະທຸລະກິດ ກຸ່ມເຫຼົ່ານີ້ສາມາດສ້າງອິດທິພົນ ແລະ ອຳນາດການຜູກຂາດບາງສ່ວນຊຶ່ງມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ການກຳນົດສິນຄ້າທີ່ຜະລິດ, ການລົງທຶນ, ການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ, ຄ່າຕອບແທນ ຫຼື ລາຍໄດ້ອື່ນໆ.

ໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບປະສົມລັດຖະບານອາດຈະມີບົດບາດໃນດ້ານເສດຖະກິດໃນລະດັບຕ່າງໆກັນໃນກິດຈະກຳແຕ່ລະຢ່າງ ນັບຕັ້ງແຕ່ມີບົດບາດພຽງເລັກໜ້ອຍຈົນໄປຮອດການຜູກຂາດອຳນາດໃນການຕັດສິນບັນຫາພື້ນຖານໃນກິດຈະກຳທາງເສດຖະກິດບາງຢ່າງ ໂດຍທົ່ວໄປບົດບາດຂອງລັດແມ່ນການໄກ່ເກຍຂໍ້ຜິດພາດລະຫວ່າງກຸ່ມເສດຖະກິດທີ່ມີຜົນປະໂຫຍດຂັດກັນ ການປັບຫຼືປ່ຽນທິດທາງການດຳເນີນກິດຈະກຳທາງເສດຖະກິດຂອງເອກະຊົນໃຫ້ໄປສູ່ແນວທາງທີ່ລັດຕ້ອງການໂດຍການເພີ່ມຂໍ້ຈຳກັດຫຼືການໃຫ້ສິດທິພິເສດລວມທັງການໃຊ້ແຜນລະດັບຊາດ ຊຶ່ງເນັ້ນໜັກໃສ່ກິດຈະກຳທາງເສດຖະກິດບາງຢ່າງເປັນພິເສດ.

ຖ້າພິຈາລະນາປຽບທຽບສະເພາະລະບົບເສດຖະກິດແບບທຶນນິຍົມ ແລະ ແບບວາງແຜນອາດເວົ້າໄດ້ວ່າມັນເປັນການຍາກທີ່ຈະຊີ້ຂາດວ່າລະບົບເສດຖະກິດໃດດີທີ່ສຸດ ຫຼື ດີຫຼາຍກວ່າກັນເພາະວ່າທັງສອງລະບົບຕ່າງກໍມີ ຂໍ້ດີ ແລະ ຂໍ້ເສຍ ສ່ວນລະບົບໃດຈະເໝາະສົມກັບປະເທດໃດນັ້ນ ແມ່ນຂຶ້ນຢູ່ກັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃນວິທີການທີ່ຈະນຳໄປສູ່ຈຸດໝາຍປາຍທາງທີ່ຕ້ອງການ ໃນສັງຄົມແບບນາຍທຶນອາດຈະມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃນປະສິດທິພາບຂອງກິນໄກລາຄາ ບູຊາຄວາມອິດສະຫຼະທາງເສດຖະກິດໃນສັງຄົມນາຍທຶນເຫັນວ່າຖ້າປ່ອຍ ໃຫ້ທຸກຄົນເຮັດຕາມທີ່ຕົນເຫັນວ່າດີທີ່ສຸດແລ້ວໃນທີ່ສຸດສ່ວນລວມກໍຈະດີໄປນຳ ເພາະຖືວ່າຄົນເປັນມະນຸດ ເສດຖະກິດ (Economic man) ມີການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດຢ່າງມີເຫດມີຜົນ ເພື່ອໃຫ້ຕົນເອງໄດ້ຮັບຜົນທີ່ດີທີ່ສຸດ ເມື່ອເປັນແນວນີ້ສັງຄົມສ່ວນລວມກໍຈະດີໄປນຳບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງບັງຄັບໃຫ້ແຕ່ລະຄົນປະຕິບັດຕາມແຜນເສດຖະກິດ ທີ່ມີຄົນພຽງຈຳນວນໜ້ອຍກຳນົດຂຶ້ນມາ.

ສ່ວນລະບົບແບບວາງແຜນຈາກສູນກາງກັບເຫັນວ່າ ຖ້າປ່ອຍໃຫ້ທຸກຄົນເຮັດຕາມໃຈຕົວເອງໄປຄົນລະທົດລະທາງອາດເປັນຜົນເສຍເພາະບາງຄົນຂາດວິໄສທັດ ບາງຄົນຖືກເອົາລັດເອົາປຽບໃນເມື່ອຈຸດມຸ່ງໝາຍຂອງສັງຄົມຄືຄວາມກິນຢູ່ທີ່ດີ ແລະ ຄວາມເທົ່າທຽມກັນທາງເສດຖະກິດແລ້ວ ຈະນຳໃຊ້ວິທີໃດທີ່ສາມາດບັນລຸເປົ້າໝາຍນັ້ນກໍບໍ່ເປັນໜ້າແປກໃຈ ຄົນເຫຼົ່ານີ້ເຫັນວ່າຖ້າໃຊ້ວິທີການວາງແຜນຈາກສູນກາງຈະເປັນວິທີທີ່ມີປະສິດທິພາບດີທີ່ສຸດ ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມເນື່ອງຈາກປະເທດທີ່ໃຊ້ລະບົບວາງແຜນຈາກສູນກາງ ໄປພ້ອມກັບໃຊ້ລະບົບການຈ້າງງານທີ່ເນັ້ນໃສ່ຄວາມເທົ່າທຽມ ຂອງລາຍໄດ້

ສະດີເສດຖະສາດວ່າດ້ວຍສ່ວນຮ່ວມຂອງນັກເສດຖະສາດຍຸກກ່ອນ (Keynesian School) ບໍ່ສາມາດອະທິບາຍເຫດການດັ່ງກ່າວ ແລະ ສະເໜີແນວທາງແກ້ໄຂໄດ້, ຈົນມາເຖິງປີ 1936 ທ່ານ ຈອນ ເມນາດ ເຄນສ໌ ໄດ້ພິມໜັງສື The General Theory of Employment , Money and interest ເຊິ່ງໄດ້ຮັບຄວາມສົນໃຈຢ່າງກວ້າງຂວາງ ແລະ ເນື່ອງຈາກໜັງສືດັ່ງກ່າວມີເນື້ອໃນກ່ຽວກັບທິດສະດີເສດຖະສາດອອກເປັນ 2 ສ່ວນໄດ້ແກ່ ເສດຖະສາດມະຫາພາກ ແລະ ເສດຖະສາດຈຸລະພາກ.

❖ ເສດຖະສາດມະຫາພາກ (Macroeconomics) :

ແມ່ນການສຶກສາເສດຖະກິດທັງໝົດລະບົບ ຫຼື ສ່ວນໃດສ່ວນໜຶ່ງຂອງລະບົບເສດຖະກິດ ໄດ້ແກ່: ລາຍໄດ້ປະຊາຊາດ, ລະດັບລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການທົ່ວໄປ, ຄວາມສໍາຄັນລະຫວ່າງລາຍໄດ້ ແລະ ການບໍລິໂພກ, ການປະຢັດ ແລະ ການລົງທຶນ, ລະດັບການຈ້າງງານໂດຍທົ່ວໄປ, ການຫາລາຍໄດ້ ແລະ ການໃຊ້ຈ່າຍຂອງລັດຖະບານ, ການຈະເລີນຂະຫຍາຍໂຕທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ການພັດທະນາປະເທດ ອື່ນໆ ທິດສະດີສໍາຄັນໃນການສຶກສາເສດຖະສາດມະຫາພາກໄດ້ແກ່ ທິດສະດີການກຳນົດລາຍໄດ້ ແລະ ການຈ້າງງານເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍທິດສະດີແຍກຍ່ອຍຕ່າງໆ ອີກຫຼາຍທິດສະດີ.

❖ ເສດຖະສາດຈຸລະພາກ (Microeconomics) :

ແມ່ນການສຶກສາລັກສະນະ ແລະ ພຶດຕິກຳຂອງໜ່ວຍເສດຖະກິດພາກສ່ວນຕ່າງໆ ໃນລະບົບເສດຖະກິດໄດ້ແກ່ ໜ່ວຍຜະລິດກັບ ໜ່ວຍທຸລະກິດ, ຜູ້ຜະລິດ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ, ປັດໄຈການຜະລິດ ແລະ ອື່ນໆ. ເສດຖະສາດຈຸລະພາກຍັງໄດ້ສຶກສາກ່ຽວກັບການກຳນົດລາຄາຂອງສິນຄ້າ ແຕ່ລະຊະນິດ, ຕົ້ນທຶນ ແລະ ປະລິມານການຜະລິດສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດໃນຕະຫຼາດສິນຄ້າແບບຕ່າງໆ, ການກຳນົດລາຄາຂອງ ປັດໄຈການຜະລິດ, ທິດສະດີສໍາຄັນທີ່ໃຊ້ສຶກສາ ແລະ ວິເຄາະເສດຖະສາດຈຸລະພາກໄດ້ແກ່ ທິດສະດີຜູ້ບໍລິໂພກ, ທິດສະດີການຜະລິດ ແລະ ທິດສະດີການກຳນົດລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດເຊິ່ງເມື່ອລວມກັນແລ້ວເອີ້ນວ່າ “ ທິດສະດີລາຄາ ”.

ເຖິງວ່າຈະມີການແບ່ງຂອບເຂດອອກເປັນເສດຖະສາດມະຫາພາກ ແລະ ເສດຖະສາດຈຸລະພາກກໍຕາມ ແຕ່ທັງສອງພາກສ່ວນກໍຍັງມີການພົວພັນກັນຢູ່ໃນທາງທິດສະດີ ກໍຄືພາກຕົວຈິງ ແລະ ຍັງມີຄວາມສໍາຄັນບໍ່ຫຼຸດນ້ອຍກວ່າກັນ ໂດຍສະເພາະໃນປັດຈຸບັນລະບົບເສດຖະກິດເອກກະຊົນຍິ່ງມີບົດບາດ ແລະ ເຊື່ອມໂຍມກັບຕ່າງປະເທດຫຼາຍຂຶ້ນ, ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ທີ່ສຶກສາເສດຖະສາດຈຶ່ງສຶກສາທັງສອງພາກສ່ວນເພື່ອຄວາມສົມບູນ ແລະ ຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າໃຈບັນຫາເສດຖະກິດຕ່າງໆໄດ້ດີຂຶ້ນ.

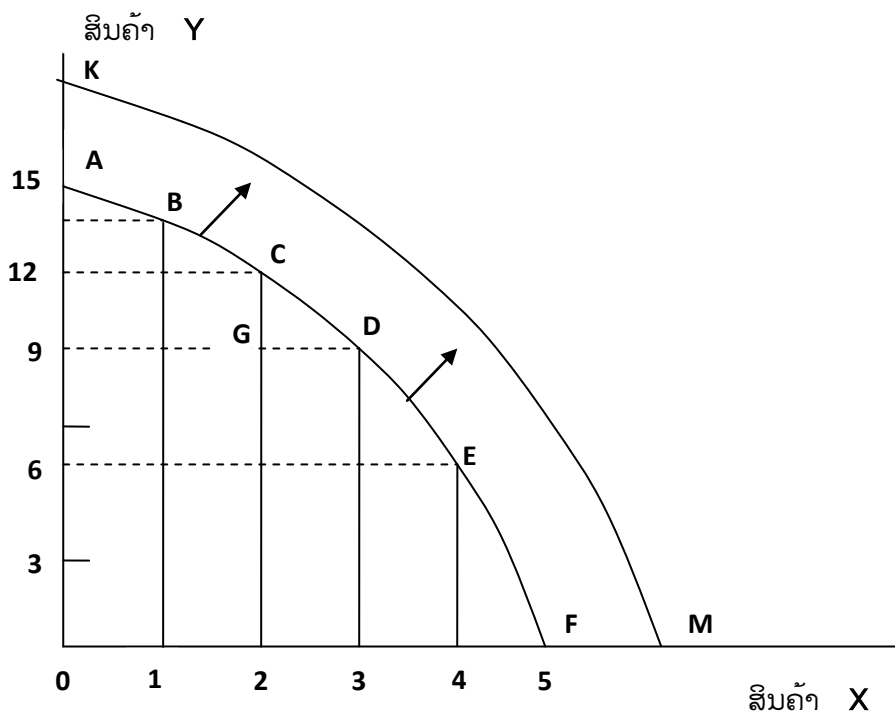
ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດ (Production Possibility Curve)

ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດແມ່ນເສັ້ນທີ່ສະແດງເຖິງຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ 2 ສະນິດທີ່ປະເທດໜຶ່ງສາມາດຜະລິດໄດ້ ດ້ວຍຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່ທັງໝົດຢ່າງມີປະສິດທິພາບໃນໄລຍະເວລາໃດໜຶ່ງແລະ ດ້ວຍເຕັກນິກການຜະລິດທີ່ມີຢູ່ໃນຂະນະນັ້ນ.

ແນວຄິດດັ່ງກ່າວນີ້ມີຂໍ້ສົມມຸດວ່າປະລິມານຊັບພະຍາກອນການຜະລິດທີ່ມີຢູ່ທັງໝົດໃນເວລາໃດໜຶ່ງ ຖືວ່າມີຈຳນວນຄົງທີ່ເຊັ່ນວ່າ ຈຳນວນທີ່ດິນ, ປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບຂອງກຳລັງແຮງງານ, ປະລິມານສິນຄ້າທຶນແລະອື່ນໆ. ສ່ວນເຕັກນິກການຜະລິດນັ້ນຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບເຕັກໂນໂລຢີທີ່ລະບົບເສດຖະກິດມີຢູ່ໃນຂະນະນັ້ນ.

ຕາຕະລາງທີ 1.1 ຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ X ແລະ Y

ແຜນການຜະລິດ	ສິນຄ້າ X ພັນໜ່ວຍ	ΔX	ສິນຄ້າ Y ພັນໜ່ວຍ	ΔY	$MRPT_{xy} = \frac{\Delta x}{\Delta y}$
A	0		15		
B	1	1	14	1	1
C	2	1	12	2	2
D	3	1	9	3	3
E	4	1	5	4	4
F	5	1	0	5	5



ຮູບທີ 1.2 ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດກໍລະນີເສຍໂອກາດເພີ່ມຂຶ້ນ

ຈາກຕາຕະລາງ 1.1 ເຮົາສ້າງເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດດັ່ງຮູບ 1.2 ເສັ້ນ AF ແມ່ນເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດ (ເອີ້ນວ່າ PPC) . ຈຸດຕ່າງໆຢູ່ເທິງ PPC ສະແດງເຖິງການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່ທັງໝົດໃນການຜະລິດສິນຄ້າ X ຫຼື ສິນຄ້າ Y . ຕົວຢ່າງເຊັ່ນຢູ່ຈຸດ A ໄດ້ສະແດງວ່າ ໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທັງໝົດເພື່ອຜະລິດສິນຄ້າ Y ພຽງຢ່າງດຽວ ໂດຍບໍ່ໄດ້ໃຊ້ຜະລິດສິນຄ້າ X ເລີຍ ເຊິ່ງໄດ້ຜົນຜະລິດ Y ຈຳນວນ 15 ໜ່ວຍ. ກົງກັນຂ້າມຢູ່ທີ່ຈຸດ F ໄດ້ສະແດງເຖິງການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທັງໝົດ ເພື່ອຜະລິດສິນຄ້າ X ຈຳນວນ 5 ໜ່ວຍໂດຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຜະລິດສິນຄ້າ Y. ສ່ວນຢູ່ທີ່ຈຸດ C ໄດ້ສະແດງເຖິງການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທັງໝົດເພື່ອຜະລິດທັງສິນຄ້າ X ແລະ Y ຈຳນວນ 2 ແລະ 12 ໜ່ວຍຕາມລຳດັບ.

ອີກຢ່າງໜຶ່ງຈຸດຕ່າງໆຢູ່ເທິງເສັ້ນ PPC ໄດ້ສະແດງເຖິງຜົນຜະລິດໃນປະລິມານຫຼາຍທີ່ສຸດ ຫາກມີການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ມີຢູ່ທັງໝົດໃນລະບົບເສດຖະກິດຢ່າງເຕັມທີ່ ຜົນຜະລິດທີ່ໄດ້ໃນລັກສະນະນີ້ເອີ້ນວ່າ: ຜົນຜະລິດສັກຍາພາບ (Potential Output) ໂດຍທົ່ວໄປຜົນຜະລິດທີ່ເກີດຂຶ້ນ

ຈິງ (Realized or actual output) ອາດຈະເທົ່າກັບ ຫຼື ນ້ອຍກວ່າຜົນຜະລິດສັກກະຍາພາບ ຖ້າ ຜົນຜະລິດທີ່ເກີດຂຶ້ນຈິງເທົ່າກັບຜົນຜະລິດສັກກະຍາພາບ ຕໍ່ແໜ່ງ ຫຼື ແຜນການຜະລິດຈະຢູ່ເທິງເສັ້ນ PPC ສະແດງວ່າຂະນະນັ້ນມີການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຢ່າງເຕັມທີ່ (Full Employment) ແຕ່ຖ້າຜົນຜະລິດທີ່ເກີດຂຶ້ນຈິງນ້ອຍກວ່າຜົນຜະລິດສັກກະຍາພາບ ຈຸດການຜະລິດຈະຢູ່ພາຍໃນ ຫຼື ພາຍໃຕ້ PPC ເຊັ່ນ: ຢູ່ທີ່ຈຸດ G ໃນຮູບທີ່ 1.2 ທັງນີ້ສະແດງວ່າມີຊັບພະຍາກອນການຜະລິດບາງສ່ວນຖືກຖິ້ມວ່າງຢູ່ (unemployment) ໃນກໍລະນີນີ້ ປະເທດສາມາດເພີ່ມຜົນຜະລິດທັງໝົດໂດຍນຳຊັບພະຍາກອນທີ່ຫວ່າງຢູ່ມາໃຊ້ໃຫ້ເປັນປະໂຫຍດ ສະນັ້ນ, ດ້ວຍຈຳນວນຊັບພະຍາກອນແລະລະດັບຂອງເຕັກໂນໂລຢີທີ່ມີຢູ່ລະບົບເສດຖະກິດຈະຜະລິດສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການໄດ້ຫຼາຍທີ່ສຸດບໍ່ເກີນ PPC. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມເສັ້ນ PPC ອາດຈະເຄື່ອນຍ້າຍສູງຂຶ້ນໄປເປັນເສັ້ນ KM ກໍໄດ້ ເມື່ອປະເທດມີຊັບພະຍາກອນການຜະລິດທຸກປະເພດເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື ເຕັກໂນໂລຢີຈະເລີນກ້າວໜ້າຂຶ້ນແນວໃດແນວໜຶ່ງ ຫຼື ທັງສອງຢ່າງ.

ໃນທາງປະຕິບັດການນັກເສດຖະສາດບໍ່ສາມາດຄຳນວນຫາເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດຂອງລະບົບເສດຖະກິດໃດໆອອກມາໄດ້ ເພາະເຖິງເຮົາຈະຮູ້ຈຳນວນລວມຂອງປັດໄຈການຜະລິດແຕ່ລະປະເພດແຕ່ບໍ່ມີລະບົບເສດຖະກິດໃດຜະລິດສິນຄ້າພຽງແຕ່ 2 ປະເພດ (ໃນກໍລະນີການສຶກສາກ່ຽວກັບການຜະລິດສິນຄ້າຫຼາຍໆປະເພດດ້ວຍຊັບພະຍາກອນການຜະລິດທັງໝົດທີ່ມີຢູ່ຕ້ອງໃຊ້ເຄື່ອງມືຢ່າງອື່ນຄື: (Input – output table). ສະນັ້ນ, ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດຈຶ່ງເປັນເລື່ອງຂອງແນວຄິດສຳລັບໃຊ້ການອະທິບາຍປະເດັນທີ່ກ່ຽວກັບການຈ້າງງານເຕັມທີ່ ຫຼື ການຫວ່າງງານຂອງປັດໄຈການຜະລິດໃນລະບົບເສດຖະກິດ.

ອີກຢ່າງໜຶ່ງໃນກໍລະນີທີ່ມີການເວົ້າເຖິງຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ ທີ່ຜະລິດດ້ວຍຊັບພະຍາກອນທັງໝົດຂອງລະບົບເສດຖະກິດທີ່ເຮົາເອີ້ນເສັ້ນທີ່ໄດ້ນີ້ວ່າ: “ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດ” ແຕ່ເຮົາຈະສຶກສາການຜະລິດ ແລະ ການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດພຽງສ່ວນໃດສ່ວນໜຶ່ງຂອງລະບົບເສດຖະກິດ ຫຼື ຂອງທຸລະກິດສ່ວນຍ່ອຍໃນທຳນອງດຽວກັນກໍໄດ້ ເພື່ອບໍ່ໃຫ້ມີການສັບສົນເຮົາຈຶ່ງເອີ້ນເສັ້ນດັ່ງກ່າວໃນກໍລະນີນີ້ວ່າ: “ເສັ້ນປ່ຽນແປງການຜະລິດ (product in transformation curve)”.

ຈາກການສຶກສາເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນກໍລະນີຂ້າງເທິງນີ້ເຮົາສາມາດນຳມາອະທິບາຍຂະຫຍາຍຄວາມກ່ຽວກັບແນວຄິດພື້ນຖານຕ່າງໆທາງດ້ານເສດຖະສາດອີກຫຼາຍເລື່ອງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

1. ກົດວ່າດ້ວຍການມີຈຳກັດ (law of scarcity) : ໄດ້ກ່າວໄວ້ວ່າເນື່ອງຈາກຊັບພະຍາກອນໃນລະບົບເສດຖະກິດມີຈຳນວນຈຳກັດ ແລະ ໃນໄລຍະສັ້ນບໍ່ສາມາດເພີ່ມຈຳນວນຊັບພະຍາກອນໄດ້. ສະນັ້ນ, ໃນລະບົບເສດຖະກິດທີ່ມີການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທັງໝົດຢ່າງເຕັມທີ່ແລ້ວຈະບໍ່ສາມາດຜະລິດສິນ ຄ້າ X ແລະ Y ໄດ້ຢູ່ຈຸດທີ່ນອກເສັ້ນ PPC ໄດ້. ການເພີ່ມຜົນຜະລິດຂອງສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງຈະເປັນໄປໄດ້ກໍຕໍ່ເມື່ອຕ້ອງຫຼຸດການຜະລິດສິນຄ້າປະເພດອື່ນລົງ ໝາຍຄວາມວ່າຕ້ອງຍ້າຍຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປຫາຈຸດໜຶ່ງຢູ່ເທິງເສັ້ນ PPC. ເຖິງແນວໃດກໍຕາມຈະເຫັນໄດ້ວ່າຈຸດນີ້ໄດ້ອະທິບາຍສະເພາະກໍລະນີການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ ເພາະໃນໄລຍະຍາວປັດໄຈການຜະລິດອາດເພີ່ມຂຶ້ນກໍໄດ້ດ້ວຍວິທີບາງຢ່າງ ການຜະລິດສິ່ງໃດສິ່ງໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນອາດຈະບໍ່ຕ້ອງຫຼຸດການຜະລິດສິ່ງອື່ນ.

2. ການເລືອກ (choice): ຈາກຕາຕະລາງທີ 1.1 ຈະເລືອກຜະລິດສິນຄ້າ X ຈຳນວນ 0 ໜ່ວຍ ຄວບກັບການຜະລິດສິນຄ້າ Y ຈຳນວນ 15 ໜ່ວຍ ຫຼື ຜະລິດ X ຈຳນວນ 1 ໜ່ວຍ ແລະ ສິນຄ້າ Y ຈຳນວນ 14 ໜ່ວຍ ຫຼື ອາດຈະໃຊ້ທາງເລືອກອື່ນໆ ທີ່ສະແດງໃນຕາຕະລາງກໍໄດ້.

3. ຄ່າເສຍໂອກາດ (opportunity cost): ເປັນແນວຄິດທີ່ມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍໃນວິຊາເສດຖະສາດ ແຕ່ແນວຄິດດັ່ງກ່າວຍັງບໍ່ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນ ແລະ ຍັງບໍ່ໄດ້ໃຊ້ແຜ່ຫຼາຍເທົ່າທີ່ຄວນເພາະໃນທັງສີ່ເສດຖະສາດມັກບໍ່ມີການສະເໜີຄຳອະທິບາຍທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍສຳລັບຜູ້ເລີ່ມຮຽນເສດຖະສາດ.

ຄ່າເສຍໂອກາດ ແມ່ນຄຸນຄ່າ ຫຼື ມູນຄ່າ (value) ຂອງທາງເລືອກ (choice) ທີ່ດີທີ່ສຸດ ໃນບັນດາທາງເລືອກທັງຫຼາຍທີ່ຕ້ອງສະຫຼະໄປ (The best alternative forgone) ເມື່ອມີການ ຕັດສິນໃຈເລືອກທາງໃດທາງໜຶ່ງໃນການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນນັ້ນ.

ໃນເສດຖະສາດ ເພິ່ນນິຍົມໃຊ້ຄ່າເສຍໂອກາດໃນການວັດແທກຕົ້ນທຶນ ໃນການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນເພາະການຄຳນວນຕົ້ນທຶນ ແບບວິທີການທີ່ໄປນັ້ນມັກບໍ່ສາມາດລວມຕົ້ນທຶນໄດ້ໝົດຢ່າງຄົບຖ້ວນ ສົມບູນ “ຄ່າເສຍໂອກາດ” ຈຶ່ງມີວິທີສະແດງຕົ້ນທຶນລວມແບບລັດ ເຊິ່ງເປັນວິທີສະເພາະໃນທາງເສດຖະສາດ.

ເມື່ອພິຈາລະນາຈາກຕາຕະລາງ 1.1 ການຜະລິດສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 0 ເປັນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ຕ້ອງມີຄ່າເສຍໂອກາດຄື ສິນຄ້າ Y ທີ່ຫຼຸດລົງ 1 ຫົວໜ່ວຍ ແຕ່ຖ້າການຜະລິດສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 4 ເປັນ 5 ໜ່ວຍ ຈະຕ້ອງມີຄ່າເສຍໂອກາດຄື ສິນຄ້າ Y ທີ່ຫຼຸດລົງ 5 ຫົວໜ່ວຍ. ດັ່ງນັ້ນ, ຄ່າເສຍໂອກາດໃນການຜະລິດສິນຄ້າ X ໜ່ວຍທີ 5 ຈຶ່ງນັບວ່າສູງຫຼາຍເມື່ອທຽບກັບການຜະລິດສິນຄ້າ X ໜ່ວຍທີ 1 ຫຼື ໜ່ວຍຕົ້ນໆ.

ເນື່ອງຈາກຊັບພະຍາກອນທັງຫຼາຍມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດ ເຮົາອາໄສຢູ່ໃນໂລກທີ່ຕ້ອງປະສົບກັບພາວະມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດ ດັ່ງນັ້ນ, ການເສຍໂອກາດຈຶ່ງເປັນແນວຄິດທີ່ຊວນໃຫ້ເຮົາເອົາໃຈໃສ່ຢູ່ສະເໝີວ່າ ທຸກຄັ້ງທີ່ມີການຕັດສິນໃຈໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຈຳນວນໜຶ່ງໃນທາງໜຶ່ງ ກໍສາມາດໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຈຳນວນນັ້ນເພື່ອທາງອື່ນໄດ້ ຄ່າເສຍໂອກາດມີຢູ່ທັງໃນກໍລະນີໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຂອງສ່ວນບຸກຄົນ ແລະ ສາທາລະນະ ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈເບື້ອງຕົ້ນ ໃນທີ່ນີ້ຈະສະແດງການປະເມີນຄ່າເສຍໂອກາດແບບງ່າຍດາຍໂດຍໃຊ້ຕົວເລກຕ່າງໆທີ່ສົມມຸດຂຶ້ນມາ.

ຕົວຢ່າງທີ1: ສົມມຸດວ່າທ້າວສົມຊາຍໄດ້ຮັບປະລິນຍາໂທທາງເສດຖະສາດໃນໄວໆນີ້ ກໍາລັງຕັດສິນໃຈວ່າຈະປະກອບອາຊີບຫຍັງ? ທ້າວສົມຊາຍມີທາງເລືອກຕ່າງໆ ແລະ ແຕ່ລະທາງເລືອກ ໃຫ້ຜົນຕອບແທນເປັນເງິນບໍ່ເທົ່າກັນດັ່ງນີ້:

1. ເຮັດວຽກນຳລັດມີລາຍໄດ້ຕະຫຼອດຊີວິດ ລວມ 20 ລ້ານກີບ.
2. ເຮັດວຽກໃນພາກເອກະຊົນມີລາຍໄດ້ຕະຫຼອດຊີວິດ ລວມ 35 ລ້ານກີບ.
3. ສຶກສາຕໍ່ລະດັບປະລິນຍາເອກ ຈາກນັ້ນເຮັດວຽກນຳລັດມີລາຍໄດ້ຕະຫຼອດຊີວິດ ລວມ 22 ລ້ານກີບ.
4. ສຶກສາຕໍ່ລະດັບປະລິນຍາເອກ ເຮັດວຽກໃນພາກເອກະຊົນມີລາຍໄດ້ຕະຫຼອດຊີວິດ ລວມ 40 ລ້ານກີບ.

ຈາກນິຍາມຂອງຄ່າເສຍໂອກາດດັ່ງກ່າວມາຂ້າງເທິງ ຖ້າທ້າວ ສົມຊາຍ ເລືອກທາງເລືອກທີ 1 ຫຼື 2 ຫຼື 3 ຄ່າເສຍໂອກາດເທົ່າກັບ 40 ລ້ານກີບ ແຕ່ຖ້າທາງເລືອກທີ 4 ຄ່າເສຍໂອກາດເທົ່າກັບ 35

ລ້ານກີບ ດັ່ງນັ້ນ, ທາງເລືອກທີ 4 ຈຶ່ງເປັນທາງເລືອກທີ່ເໝາະສົມເພາະມີຄ່າເສຍໂອກາດຕໍ່າສຸດ ສ່ວນ ທາງເລືອກທີ່ມີຄວາມເໝາະສົມສຳຮອງລົງມາຄື ທາງເລືອກທີ 2 ເພາະສ່ວນຕ່າງລະຫວ່າງ ຄ່າເສຍ ໂອກາດກັບທາງເລືອກທີ 2 ມີຄ່າຕໍ່າຮອງຈາກທາງເລືອກທີ 4 ສ່ວນທາງເລືອກທີ 1 ມີຄວາມເໝາະ ສົມໜ້ອຍທີ່ສຸດ ເພາະມີຄ່າເສຍໂອກາດສູງໃນບັນດາທາງເລືອກທີ່ມີຢູ່.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ໃນນີ້ປະເມີນສະເພາະຜົນຕອບແທນທີ່ເປັນເງິນເທົ່ານັ້ນບໍ່ໄດ້ພິຈາລະນາປັດ ໄຈດ້ານລາຍຈ່າຍໃນການຮຽນລະດັບປະລິນຍາເອກ ລວມທັງປັດໄຈອື່ນໆ ເປັນຕົ້ນຄວາມສາມາດ ໃນ ການສອບເສັງເອົາທຶນ, ສະຖານະການເງິນທາງຄອບຄົວ, ເປົ້າໝາຍຊີວິດ, ຄວາມພິ່ງພໍໃຈໃນອາຊີບ ແລະ ອື່ນໆ. ຫາກລວມປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ເຂົ້າໄປດ້ວຍຕົວເລກ "ຄຸນຄ່າ" ຫຼື "ມູນຄ່າ" ຂອງທາງເລືອກ ຕ່າງໆອາດປ່ຽນໄປ ແລະ ຄ່າເສຍໂອກາດຂອງແຕ່ລະທາງເລືອກອາດປ່ຽນໄປນຳ.

ຕົວຢ່າງທີ 2: ສົມມຸດວ່າລັດຖະບານມີງົບປະມານຢູ່ 15,000 ລ້ານກີບ ອາດນຳໄປໃຊ້ໃນກິດ ຈະກຳຕ່າງໆໄດ້ຫຼາຍຢ່າງ ເຊິ່ງລ້ວນເກີດປະໂຫຍດແກ່ປະເທດໂດຍສົມມຸດວ່າ ແຕ່ລະກິດຈະກຳປະເມີນ ຄຸນຄ່າລວມ (ປັດໄຈທີ່ເປັນເງິນ ແລະ ບໍ່ແມ່ນເງິນລວມກັນ) ໄດ້ດັ່ງນີ້:

1. ຊື້ເຮືອບິນຮີບ F-20 4,000 ລ້ານກີບ.
2. ຈັດໂຄງການສະຫວັດດີການຮັກສາສຸຂະພາບແກ່ປະຊາຊົນທົ່ວໄປ 22,000 ລ້ານກີບ.
3. ຈັດການສຶກສາພາກບັງຄັບແລະຝຶກອົບຮົມວິຊາຊີບແກ່ປະຊາຊົນທົ່ວໄປ 25,000 ລ້ານກີບ.
4. ສ້າງທາງລົດສາທາລະນະໃນເຂດວຽງຈັນ 16,500 ລ້ານກີບ.

ຖ້າລັດຖະບານໃຊ້ເງິນງົບປະມານດັ່ງກ່າວໃນທາງເລືອກທີ 1 ຫຼື 2 ຫຼື 4 ມີຄ່າເສຍໂອກາດ ເທົ່າກັບ 25,000 ລ້ານກີບ ແຕ່ຖ້າງົບປະມານໃນທາງເລືອກທີ 3 ມີຄ່າເສຍໂອກາດ 22,000 ລ້ານ ກີບ ດັ່ງນັ້ນ, ທາງເລືອກທີ 3 ຈຶ່ງເປັນທາງເລືອກທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດ ເພາະມີຄ່າເສຍໂອກາດຕໍ່າທີ່ ສຸດ ທາງເລືອກທີ່ເໝາະສົມສຳຮອງລົງມາຄື ທາງເລືອກທີ 2 ສ່ວນທາງເລືອກທີ 1 ເໝາະສົມໜ້ອຍ ທີ່ສຸດ ເພາະສ່ວນຕ່າງຄ່າເສຍໂອກາດກັບມູນຄ່າຂອງທາງເລືອກນີ້ມີມູນຄ່າສູງທີ່ສຸດ ($25,000 - 4,000 = 21,000$ ລ້ານກີບ) .

ຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ວ່າການຕັດສິນໃຈໃນການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທຸກຄັ້ງຈະມີຄ່າເສຍໂອກາດສະເໝີ ຫາກມີຄ່າເສຍໂອກາດຕ່ຳ ຖືວ່າເປັນການເລືອກທີ່ໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທີ່ເໝາະສົມ ແຕ່ມີຄ່າເສຍໂອກາດ ສູງ ຖືວ່າເປັນການເລືອກໃຊ້ຊັບພະຍາກອນນັ້ນບໍ່ເໝາະສົມ.

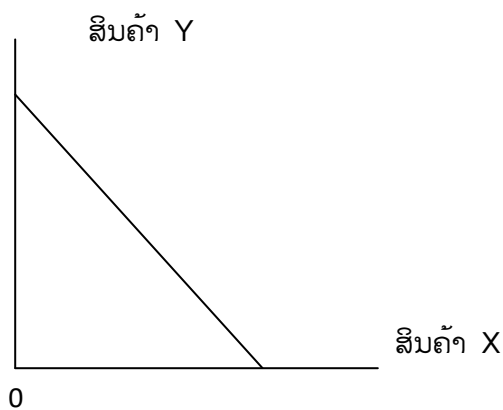
4 ອັດຕາການປ່ຽນແປງການຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ (Marginal rate of product trans- formation, MRPT) ຄືສ່ວນປ່ຽນຂອງການຜະລິດສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງສືບເນື່ອງຈາກການຜະລິດສິນ ຄ້າ ອີກປະເພດໜຶ່ງປ່ຽນເປັນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ຕົວຢ່າງຈາກຕາຕະລາງທີ 1.1 ຄ່າເສຍໂອກາດຂອງການ ຜະລິດສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນອີກ 1 ຫົວໜ່ວຍ ວັດແທກຈາກຈຳນວນສິນຄ້າປະເພດອື່ນທີ່ຕ້ອງ ຫຼຸດລົງ ຫຼື ຕ້ອງເສຍໄປ ຖ້າຕ້ອງການຜະລິດສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ມາເປັນ 2 ຫົວໜ່ວຍ ຈະຕ້ອງຫຼຸດການຜະລິດສິນຄ້າ Y ຈາກ 14 ໜ່ວຍເຫຼືອເປັນ 12 ໜ່ວຍ ສະນັ້ນ, ຈຳນວນສິນຄ້າ Y ທີ່ຫຼຸດລົງ 2 ໜ່ວຍດັ່ງກ່າວຈຶ່ງເປັນຄ່າເສຍໂອກາດຂອງການຜະລິດສິນຄ້າ X ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກເດີມ 1 ໜ່ວຍ ຂໍ້ຄວາມນີ້ສາມາດສະແດງເປັນພາສາຄະນິດສາດ ແລະ ເອີ້ນວ່າ: ອັດຕາການປ່ຽນແປງການ ຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ ເຊິ່ງສະແດງເປັນສູດການຄິດໄລ່ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$MRPT_{XY} = \frac{\Delta X}{\Delta Y} = \text{ຄວາມຊັນ (slope) ຂອງເສັ້ນທີ່ສຳພັນກັບ PPC}$$

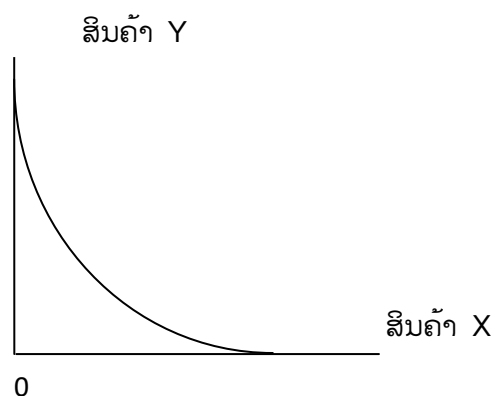
ຈາກຕາຕະລາງ 1.1 ພິຈາລະນາໄດ້ຕໍ່ໄປວ່າ ການຍ້າຍຕໍາແໜ່ງການຜະລິດຈາກ A ໄປຫາ B ແລະ ຈາກ B ໄປຫາ C ຕໍ່ໆໄປຈົນຮອດ E ໄປ F ຕາມລຳດັບນັ້ນ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ໃນການຜະລິດສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ເທື່ອລະ 1 ໜ່ວຍ ເຮົາຈະຕ້ອງຫຼຸດການຜະລິດສິນຄ້າ Y ເປັນຈຳນວນຫຼາຍຂຶ້ນ ຫຼື ໃນອັດຕາເພີ່ມຂຶ້ນ (ເຊັ່ນຈາກ 1 ເປັນ 2, ເປັນ 3, ຕໍ່ໆໄປຈົນເປັນ 5 ຕາມລຳດັບ) ນັ້ນຄ່າ MRPT ມີຄ່າສູງໆຂຶ້ນ ເມື່ອຜະລິດສິນຄ້າ X ຫຼາຍຂຶ້ນຫຼືອີກຢ່າງໜຶ່ງມີຄ່າເສຍໂອກາດເພີ່ມສູງຂຶ້ນເລື້ອຍໆນັ້ນເອງ.

ໃນທຳນອງດຽວກັນອາດພິສູດໄດ້ເຊັ່ນກັນວ່າ MRPT ມີຄ່າສູງຂຶ້ນເມື່ອຜະລິດສິນຄ້າ Y ຫຼາຍຂຶ້ນ. ເຫດນີ້ MRPT ມີຄ່າສູງຂຶ້ນເພາະປັດໄຈທີ່ໃຊ້ໃນການຜະລິດສິນຄ້າ X ແລະ Y ໃຊ້ທົດແທນກັນບໍ່ໄດ້ສົມບູນ ຄືປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເໝາະສົມໃນການຜະລິດ X ແຕ່ອາດບໍ່ເໝາະສົມ ຫຼື ອາດບໍ່ຊຳນານໃນການຜະລິດ Y ຍົກຕົວຢ່າງທີ່ດິນມີຄວາມເໝາະສົມໃນການຜະລິດເຂົ້າແຕ່ອາດ ບໍ່ເໝາະສົມໃນການຜະລິດເຄື່ອງຮັບໂທລະທັດ ຫຼື ແຮງງານທີ່ມີຄວາມຊຳນານໃນການຜະລິດເຄື່ອງຮັບໂທລະທັດ ແຕ່ອາດບໍ່ຊຳນານໃນການປູກເຂົ້າ ສະນັ້ນ, ເມື່ອມີປັດໄຈການຍ້າຍການຜະລິດສ່ວນໜຶ່ງ ຈາກການຜະລິດເຂົ້າ (ຫຼືໂທລະທັດ) ເພື່ອໄປຜະລິດໂທລະທັດ (ຫຼືເຂົ້າ) ຈະໄດ້ຜົນຜະລິດບໍ່ດີເທົ່າທີ່ຄວນເຮັດໃຫ້ເກີດການສິ້ນເປືອງຊັບພະຍາກອນ ແລະ ເຮັດໃຫ້ຄ່າເສຍໂອກາດເພີ່ມຂຶ້ນ ໂດຍເຫດນີ້ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດຈຶ່ງໂຄ້ງອອກຈາກຈຸດກຳເນີດ (concave from the origin) ດັ່ງຮູບ 1.2

ໃນກໍລະນີທີ່ MRPT ມີຄ່າຄົງທີ່ສະແດງວ່າໃນການຜະລິດສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ ມີຄ່າເສຍໂອກາດຄົງທີ່ (Constant opportunity cost) ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດຈະເປັນເສັ້ນຊື່ດັ່ງຮູບ 1.3 ສຳລັບກໍລະນີທີ່ MRPT ມີຄ່າຫຼຸດລົງສະແດງວ່າຄ່າເສຍໂອກາດເປັນຄ່າຫຼຸດລົງ (Decreasing opportunity cost) ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດຈະໂຄ້ງເຂົ້າຫາຈຸດກຳເນີດ ດັ່ງຮູບ 1.4 ຢ່າງໃດກໍຕາມອາດກ່າວໄດ້ວ່າ ກໍລະນີຄ່າເສຍໂອກາດແບບຫຼຸດລົງນີ້ເປັນໄປໄດ້ໃນທາງທິດສະດີເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ໃນໂລກແຫ່ງຄວາມເປັນຈິງເຮົາບໍ່ສາມາດຫາຕົວຢ່າງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ



ຮູບທີ 1.3 ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດ
ກໍລະນີຄ່າເສຍໂອກາດຄົງທີ່



ຮູບທີ 1.4 ເສັ້ນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຜະລິດ
ກໍລະນີຄ່າເສຍໂອກາດຫຼຸດລົງ

ຊຶ່ງເມື່ອພິຈາລະນາຄວບຄູ່ກັນແລ້ວມີຄ່າເສຍໂອກາດແບບຫຼຸດລົງຊຶ່ງກັນແລະກັນໄດ້ ສະນັ້ນໃນການເອົາ PPC ໄປໃຊ້ເພື່ອວິເຄາະທິດສະດີເສດຖະສາດຈຶ່ງໃຊ້ສະເພາະກໍລະນີຄ່າເສຍໂອກາດເປັນແບບຄົງທີ່ ຫຼື ແບບເພີ່ມຂຶ້ນ.

ຄວາມສົມດູນ (Equilibrium)

ຄວາມສົມດູນ ຫຼື ພາວະສົມດູນ (Equilibrium) ໂດຍທົ່ວໄປໝາຍເຖິງສະພາວະທີ່ເກີດຂຶ້ນເມື່ອສິ່ງຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວພັນກັນຢູ່ ມີລັກສະນະລົງຕົວ ຫຼື ມີຄວາມພໍດີເຮັດໃຫ້ບໍ່ມີການປ່ຽນແປງນອກຈາກຈະມີສິ່ງພາຍນອກມາກະທົບ ຫຼື ເຮັດໃຫ້ສິ່ງທີ່ກ່ຽວພັນກັນມີຄວາມປ່ຽນແປງເປັນຢ່າງອື່ນ.

ຄວາມສົມດູນໃນທິດສະດີເສດຖະສາດໄດ້ແບ່ງເປັນ 2 ກໍລະນີຄື: ຄວາມສົມດູນສະເພາະສ່ວນ (Partial equilibrium) ແລະ ຄວາມສົມດູນທົ່ວໄປ (General Equilibrium) ໝາຍເຖິງສະພາວະໃນບາງສ່ວນ (ແລ້ວແຕ່ກໍລະນີ) ຂອງລະບົບເສດຖະກິດທີ່ມີພະລັງຕ່າງໆ ຊຶ່ງກໍ່ໃຫ້ເກີດການປ່ຽນແປງໄດ້ນັ້ນມີຄວາມພໍດີ ຫຼື ອີກດ້ານໜຶ່ງ ຜົນສຸດທິຂອງແຮງຊຸກດັນອັນເກີດຈາກປັດໄຈ ຫຼື ຕົວປ່ຽນຕ່າງໆມີຄ່າເທົ່າກັບສູນ ເມື່ອລະບົບເສດຖະກິດໃນພາວະສົມດູນ ປັດໄຈທີ່ສໍາຄັນຕ່າງໆຈະມີການປ່ຽນແປງໃນໄລຍະເວລາໃດໜຶ່ງ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າລະບົບເສດຖະກິດຢູ່ໃນພາວະບໍ່ສົມດູນ (Dis-equilibrium) ຈະມີແຮງຊຸກດັນເຮັດໃຫ້ມີການເຄື່ອນເຂົ້າສູ່ພາວະສົມດູນໃນທີ່ສຸດ ແຕ່ກໍານົດໃຫ້ສິ່ງອື່ນໆຄົງທີ່.

ເສດຖະສາດໃນແນວຄິດ ກ່ຽວກັບຄວາມສົມດູນ ເພື່ອອະທິບາຍສະພາວະທີ່ເປັນໄປ ໃນທ້າຍທີ່ສຸດຂອງຂະບວນການປັບຕົວ ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ເນື່ອງຈາກຕາມປົກກະຕິຕົວປ່ຽນຕ່າງໆທີ່ມີສ່ວນກໍານົດໃນພາວະສົມດູນມັກຈະບໍ່ເຄື່ອນສູ່ທິດທາງດຽວຕະຫຼອດ (ເພີ່ມຂຶ້ນທາງດຽວຫຼື ຫຼຸດລົງທາງດຽວ) ອີກທັງປັດໄຈບາງອັນທີ່ສົມມຸດໃຫ້ຄົງທີ່ກໍບໍ່ຄົງທີ່ຕາມສົມມຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ລະບົບເສດຖະກິດທີ່ເປັນຈິງ ມັກຈະບໍ່ຢູ່ໃນພາວະສົມດູນ ເປັນພຽງແຕ່ການປັບຕົວເຂົ້າໃກ້ພາວະສົມດູນ ຫຼື ບາງທີຢູ່ໃນພາວະສົມດູນແບບຊົ່ວຄາວຊຶ່ງຍ້າຍຕໍາແໜ່ງຢູ່ສະເໝີ ປຸງເໝືອນໝາທີ່ແລ່ນໄລ່ກະຕ່າຍ ເມື່ອໄປຮອດຈຸດທີ່ກະຕ່າຍຢູ່ແຕ່ທີ່ເດີມປະກົດວ່າ ກະຕ່າຍໄປຢູ່ທີ່ອື່ນອີກແລ້ວ ໃນເວລານັ້ນແນວຄິດກ່ຽວກັບຄວາມສົມດູນ ກໍຍັງມີປະໂຫຍດໃນແງ່ທີ່ຈະຮູ້ເຖິງ “ທິດທາງ” ການປ່ຽນແປງຂອງຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ເຖິງວ່າ ຕົວປ່ຽນເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ມີວັນໄປຮອດຕໍາແໜ່ງທີ່ເປັນຄວາມສົມດູນກໍຕາມ ສ່ວນຫຼາຍນັກເສດຖະສາດໃຊ້ແນວ ຄິດຄວາມສົມດູນໃນການທຳນາຍທິດທາງຂອງຕົວປ່ຽນໃນເສດຖະກິດທີ່ກຳລັງຈະຜັນປ່ຽນໄປ.

ຄວາມສົມດູນແບ່ງອອກເປັນ 2 ແບບຄື: ຄວາມສົມດູນມີສະຖຽນລະພາບ (Stable equilibrium) ແລະ ແບບບໍ່ສະຖຽນລະພາບ (Unstable equilibrium). ຄວາມສົມດູນແບບມີສະຖຽນລະພາບນັ້ນໝາຍເຖິງການປັບຕົວເຂົ້າສູ່ສະພາວະຄວາມສົມດູນໄດ້ໂດຍອັດຕະໂນມັດ ສ່ວນຄວາມສົມດູນແບບບໍ່ສະຖຽນລະພາບໝາຍເຖິງການເຄື່ອນຍ້າຍສະພາວະທາງເສດຖະກິດຫ່າງອອກຈາກຄວາມສົມດູນອອກໄປທຸກເທື່ອ ຕົວຢ່າງ: ຄວາມສົມດູນແບບບໍ່ສະຖຽນລະພາບໄດ້ແກ່ທິດສະດີໃຍແມງມຸມ (Cobweb theory) ເມື່ອເສັ້ນອຸປະສົງມີຄ່າຄວາມສັນຫຼາຍກວ່າເສັ້ນອຸປະທານຈະເກີດກໍລະນີຄວາມສົມດູນແບບບໍ່ສະຖຽນລະພາບ.

ການວິເຄາະແບບສະຖຽນ ແລະ ແບບກົນລະສາດ

(Statics and Dynamic Analysis)

ການວິເຄາະແບບສະຖານ (Statics analysis) ໝາຍເຖິງການວິເຄາະພາວະສົມດູນ ໂດຍຈຳກັດຂອບເຂດຄວາມສົນໃຈຢູ່ທີ່ຕຳແໜ່ງຄວາມສົມດູນໜຶ່ງ ບໍ່ໄດ້ພິຈາລະນາການປັບຕົວເຂົ້າ ສູ່ຄວາມສົມດູນຕະຫຼອດຈົນທົດທາງການປັບຕົວຂອງຕົວປ່ຽນຕ່າງໆ.

ການວິເຄາະແບບສະຖານໂດຍທຽບ (Comparative statics analysis) ໝາຍເຖິງການ ສຶກສາປຽບທຽບຄວາມສົມດູນຕັ້ງແຕ່ 2 ຕຳແໜ່ງຂຶ້ນໄປລວມທັງສຶກສາການເຄື່ອນທີ່ຈາກຈຸດສົມດູນ ຕຳແໜ່ງໜຶ່ງໄປສູ່ຈຸດສົມດູນອີກຕຳແໜ່ງໜຶ່ງໂດຍພິຈາລະນາເຖິງຂະໜາດ ແລະ ທິດທາງແຕ່ຍັງບໍ່ສຶກສາປັດໄຈທາງດ້ານເວລາ ທິດສະດີເສດຖະສາດເບື້ອງຕົ້ນສ່ວນຫຼາຍເປັນການ ວິເຄາະແບບສະຖານໂດຍປຽບທຽບ.

ການວິເຄາະແບບກົນລະສາດ (Dynamic analysis) ເປັນການສຶກສາການປ່ຽນແປງຂອງຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ແລະ ຂະບວນການປັບຕົວເຂົ້າສູ່ຄວາມສົມດູນໂດຍມີປັດໄຈທາງດ້ານ ເວລາເຂົ້າມາກ່ຽວຂ້ອງ ໂດຍສ່ວນຫຼາຍໃຊ້ວິເຄາະໃນເສດຖະສາດມະຫາພາກ, ຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະສາດ. ສ່ວນຫຼາຍນອກຈາກຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນອື່ນ ໃນໄລຍະເວລາດຽວກັນແລ້ວຍັງຂຶ້ນ ຢູ່ກັບຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນນັ້ນໃນໄລຍະເວລາກ່ອນໜ້າອີກດ້ວຍ ດັ່ງນັ້ນ, ປັດໄຈກ່ຽວກັບເວລາຈຶ່ງມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ ແບບຈຳລອງເສດຖະສາດຈະມີລັກສະນະເປັນກົນລະສາດ ຖ້າຕົວປ່ຽນໃນສົມມຸດການຕ່າງໆຢ່າງໜ້ອຍ 1 ຕົວ ມີຄ່າຕ່າງກັນ ຫຼື ມີຢ່າງໜ້ອຍ 1 ສົມມຸດການທີ່ປະກອບດ້ວຍຕົວປ່ຽນທີ່ເປັນປັດໄຈດ້ານເວລາ.

ເຄື່ອງມືປະກອບການວິໄຈເສດຖະສາດ (Tool of Economic Analysis)

ເນື່ອງຈາກການໃຊ້ເຄື່ອງມືທາງຄະນິດສາດ ສາມາດອະທິບາຍທາງທິດສະດີໃຫ້ຊັດເຈນ ແລະ ເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍນັ້ນໃນທີ່ນີ້ຈະເວົ້າເຖິງສະເພາະເຄື່ອງມືວິເຄາະບາງຢ່າງທີ່ຜູ້ເລີ່ມສຶກສາຄວນຮູ້ຊຶ່ງໄດ້ແກ່: ໜ້າທີ່ (Function) ແລະ ສິ່ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຕຳລາ, ຄ່າສ່ວນເພີ່ມ, ຄ່າສູງສຸດ, ຄ່າຕໍ່າສຸດ.

1. ໜ້າທີ່ (Function)

ໃນວິຊາຄະນິດສາດໝາຍເຖິງການພົວພັນຂອງຕົວປ່ຽນ (Variable) ຕັ້ງແຕ່ 2 ຕົວຂຶ້ນໄປ (ກຳນົດໃຫ້ເປັນ X ແລະ Y) ຖ້າ X ຂຶ້ນຢູ່ກັບ Y ກໍໝາຍຄວາມວ່າຄ່າຂອງ X ປ່ຽນແປງຕາມການປ່ຽນແປງຂອງຄ່າ Y ເຮົາເອີ້ນ X ວ່າຕົວປ່ຽນຕາມ (Dependent variable) ແລະ Y ເປັນຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ (Independent variable) ການພົວພັນຂ້າງເທິງນີ້ສະແດງເປັນພາສາຄະນິດສາດ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$X = f (Y)$$

ອ່ານວ່າ X ເປັນຕຳລາຂອງ Y ຊຶ່ງໝາຍຄວາມວ່າຄ່າຂອງ X ປ່ຽນໄປຕາມຄ່າຂອງ Y ເຮົາໃຊ້ຕຳລາສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງຕົວປ່ຽນຕ່າງໆທາງເສດຖະກິດ ຍົກຕົວຢ່າງ ຕຳລາອຸປະສົງສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງຈຳນວນສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງທີ່ຕ້ອງການຊື້ (Q_x) ແລະ ປັດໄຈຕ່າງໆ ທີ່ກຳນົດຈຳນວນຊື້ເຊັ່ນ: ລາຄາສິນຄ້ານັ້ນ (P_x) ລາຄາສິນຄ້າອື່ນ (P_y) ແລະ ລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ຊື້ (Y) ເປັນ ຕົ້ນຊຶ່ງຂຽນເປັນຕຳລາອຸປະສົງໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Q_x = f (P_x , P_y , Y)$$

ການພົວພັນຂ້າງເທິງນີ້ສະແດງພຽງແຕ່ວ່າ ຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນໃດຂຶ້ນຢູ່ກັບຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນໃດ ແຕ່ບໍ່ສາມາດລະບຸໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນວ່າ ການພົວພັນຂອງຕົວປ່ຽນທັງສອງຢູ່ໃນລັກສະນະໃດ ແລະ ຄ່າ ໃດຂອງຕົວປ່ຽນຕາມກົງກັບຄ່າໃດຂອງຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ. ດັ່ງນັ້ນ, ເມື່ອຕ້ອງການສະແດງການພົວພັນທີ່

ແນ່ນອນຊັດເຈນຂອງຕົວປ່ຽນ ຈຶ່ງຈຳເປັນຕ້ອງສະແດງການພົວພັນໃນຮູບຂອງສົມຜົນທີ່ຖອນຄ່າ ໄດ້ (Equation).

ຕົວຢ່າງ: $X = 2Y$ ໝາຍຄວາມວ່າ X ຈະເທົ່າ 2 ເທື່ອຂອງ Y ສະເໝີ

2. ການສະແດງການພົວພັນດ້ວຍເສັ້ນສະແດງ

ການສະແດງການພົວພັນຂອງຕົວປ່ຽນຕ່າງໆ ດ້ວຍເສັ້ນສະແດງເປັນວິທີທີ່ນິຍົມກັນຫຼາຍໃນ ວິຊາເສດຖະສາດ ເພາະຊ່ວຍໃຫ້ເຫັນການພົວພັນໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນ ແລະ ໂວກວ່າການໃຊ້ສົມຜົນ ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງທີ່ມີຕົວປ່ຽນບໍ່ເກີນ 2 ຕົວນັ້ນ ເຮົາປ່ຽນມາເປັນເສັ້ນສະແດງໄດ້ງ່າຍ ເພາະເຮົາ ໃຊ້ແຕ່ 2 ແກນ ສ່ວນສົມຜົນທີ່ມີຕົວປ່ຽນ 3 ຕົວ ເຮົາປ່ຽນເປັນເສັ້ນສະແດງໄດ້ຍາກ ເພາະຕ້ອງ ໃຊ້ ເຖິງ 3 ແກນ ແຕ່ຖ້າມີຕົວປ່ຽນຫຼາຍກວ່າ 3 ຕົວ ເຮົາບໍ່ນິຍົມໃຊ້ເສັ້ນສະແດງ ເພາະເປັນຮູບ ທີ່ ຫຍຸ້ງຍາກຫຼາຍ ຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນການສ້າງເສັ້ນສະແດງຂອງຕຳລາການບໍລິໂພກຊຶ່ງໄດ້ກຳນົດຄ່າ ສົມຜົນດັ່ງນີ້:

$$C = 10 + \frac{3}{4} Y_d$$

C ແມ່ນລາຍຈ່າຍເພື່ອການບໍລິໂພກ

Y_d ແມ່ນລາຍໄດ້ທີ່ໃຊ້ຈ່າຍໄດ້

ເພື່ອຄວາມເຂົ້າໃຈເປັນພື້ນຖານໃນທີ່ນີ້ຈະສະແດງວິທີການສ້າງເສັ້ນສະແດງຈາກສົມຜົນໂດຍ ລະອຽດດັ່ງນີ້:

(1). ສົມມຸດຄ່າຂອງ Y_d ຂຶ້ນມາຫຼາຍໆຕົວ ຈາກຄ່ານ້ອຍໄປຫາໃຫຍ່ ຈາກນັ້ນແທນຄ່າ Y_d ທີ່ ສົມມຸດລົງໃນສົມຜົນເທື່ອລະຄ່າຢ່າງລະອຽດ ແລະ ຄິດໄລ່ຄ່າຂອງ C ທີ່ລະດັບລາຍໄດ້ຕ່າງໆເຫຼົ່ານັ້ນ ແລ້ວຈັດເປັນຕາຕະລາງດັ່ງຮູບຕາຕະລາງທີ 1.2

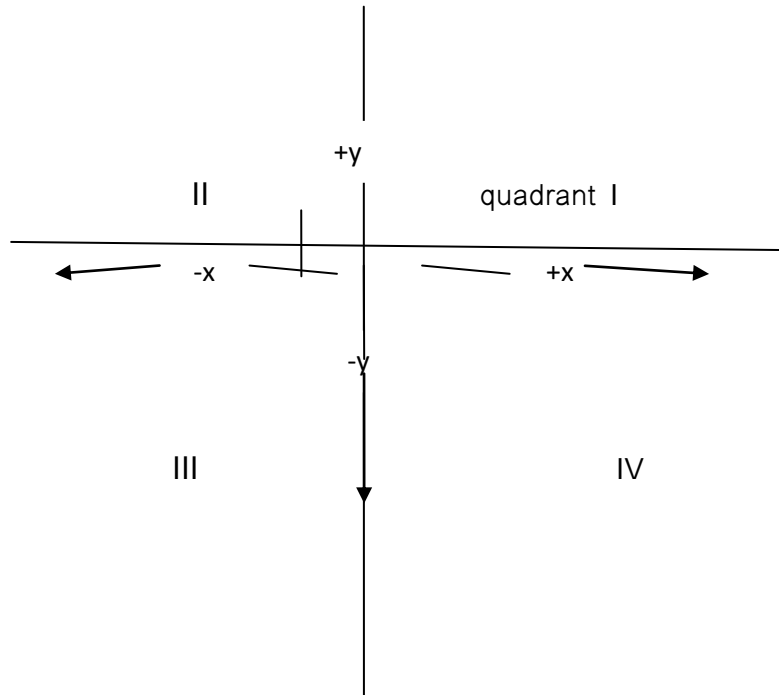
ຕາຕະລາງທີ 1.2 ລາຍໄດ້ ແລະ ລາຍຈ່າຍລະດັບຕ່າງໆ

ລາຍໄດ້ທີ່ໃຊ້ຈ່າຍໄດ້ (Y_d) (ລ້ານກີບ)	ລາຍຈ່າຍເພື່ອການບໍລິໂພກ (C) (ລ້ານກີບ)
0	10
100	85
120	100
140	115
160	130
180	145

(2). ເນັ່ງແກນຕັ້ງ (ແກນ Y) ແລະ ແກນນອນ (ແກນ X) ໃຫ້ຕັດກັນໃນລັກສະນະຕັ້ງສາກຊຶ່ງກັນ ແລະກັນ ຈຸດຕັດກັນຂອງທັງ 2 ແກນ ແມ່ນຢູ່ທີ່ 0 ເອີ້ນວ່າຈຸດເຄົ້າ ແລະ ແບ່ງເປັນ 4 ພາກສ່ວນ ແຕ່ລະສ່ວນເອີ້ນວ່າ ຈະຕຸພາກ ຫຼື $\frac{1}{4}$ (Quadrant) ຊຶ່ງຕັ້ງແຕ່ຈະຕຸພາກ 1 ຫາ 4 ຕາມຕຳແໜ່ງ ທີ່ ສະແດງໄວ້ໃນຮູບທີ 1.5 ໃນຈະຕຸພາກທີ 1 ຄ່າຂອງ X ແລະ Y ເປັນຄ່າບວກ (Positive Quadrant). ຈຸດຕ່າງໆທີ່ໄດ້ຈາກການບວກຄ່າ X ແລະ Y ຈະຕົກຢູ່ໃນຈະຕຸພາກໃດ ຍ່ອມຂຶ້ນກັບ

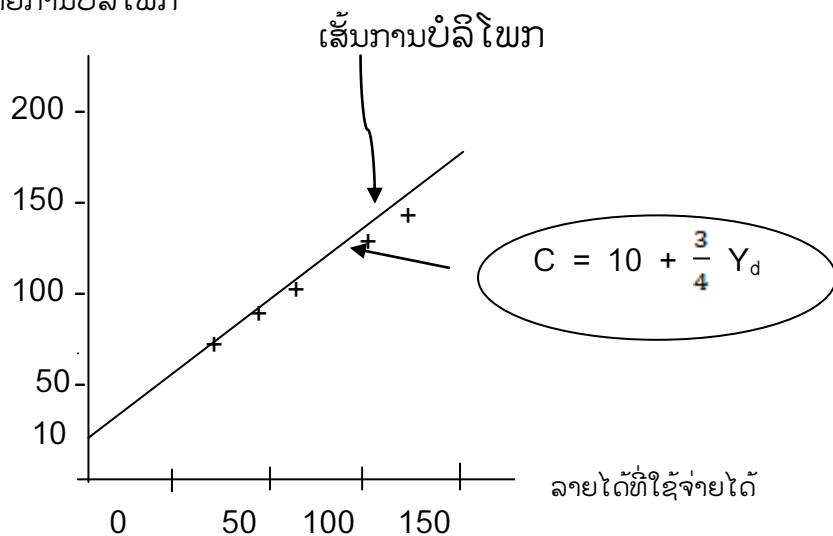
ຄ່າຂອງ X ແລະ Y ຢູ່ສະເໝີວ່າເປັນຄ່າບວກ ຫຼື ຄ່າລົບ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງມັກໃຊ້ສະເພາະຈະຕຸພາກທີ 1 ເທົ່ານັ້ນ.

(3). ກຳນົດມາດຕາສ່ວນຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນເທິງແຜນທັງສອງ ຊຶ່ງບໍ່ມີຫຼັກເກນທີ່ຕາຍຕົວກ່ຽວກັບ ການກຳນົດໃຫ້ແກນໃດ ວັດຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນໃດ, ແຕ່ໃນທາງເສດຖະສາດມັກນິຍົມກຳນົດໃຫ້ແກນ ນອນວັດແທກຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ (Independent variable) ແລະ ແກນຕັ້ງວັດແທກຄ່າຂອງ ຕົວປ່ຽນຕາມ (Dependent variable) ແຕ່ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຖືເອົາຕາມນີ້ຢ່າງເຄັ່ງຄັດ ເພາະຕາມ ຕົວຢ່າງນີ້ໄດ້ໃຫ້ແກນນອນວັດແທກຄ່າລາຍໄດ້ (Y_d) ຊຶ່ງເປັນຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ ສ່ວນແກນ ຕັ້ງ ວັດແທກລາຍຈ່າຍເພື່ອບໍລິໂພກຊຶ່ງເປັນຕົວປ່ຽນຕາມ.



ຮູບ 1.5 ແກນຕັ້ງ ແລະ ແກນນອນ ກັບ ຈະຕຸພາກທັງ 4 ສ່ວນ

ລາຍຂ່າຍການບໍລິໂພກ



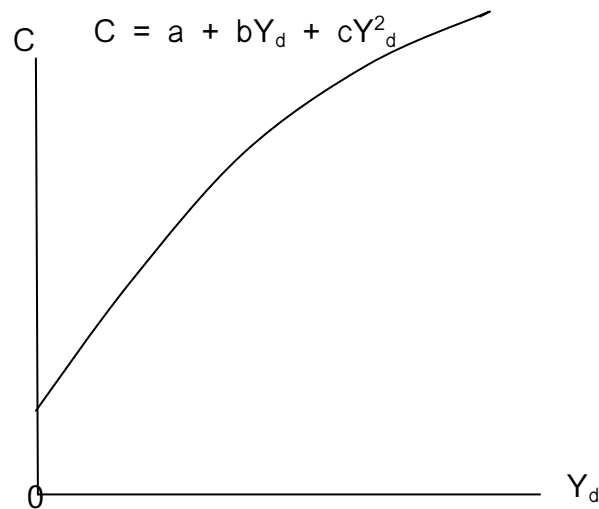
ຮູບທີ່ 1.6 ເສັ້ນສະແດງລາຍຈ່າຍເພື່ອການບໍລິໂພກ ກໍລະນີເປັນເສັ້ນຊື່

4). ນຳຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນແຕ່ລະຄູ່ໃນຕາຕະລາງທີ່ 1.2 ມາຫາຈຸດຕ່າງໆໃນເສັ້ນສະແດງ ໂດຍ

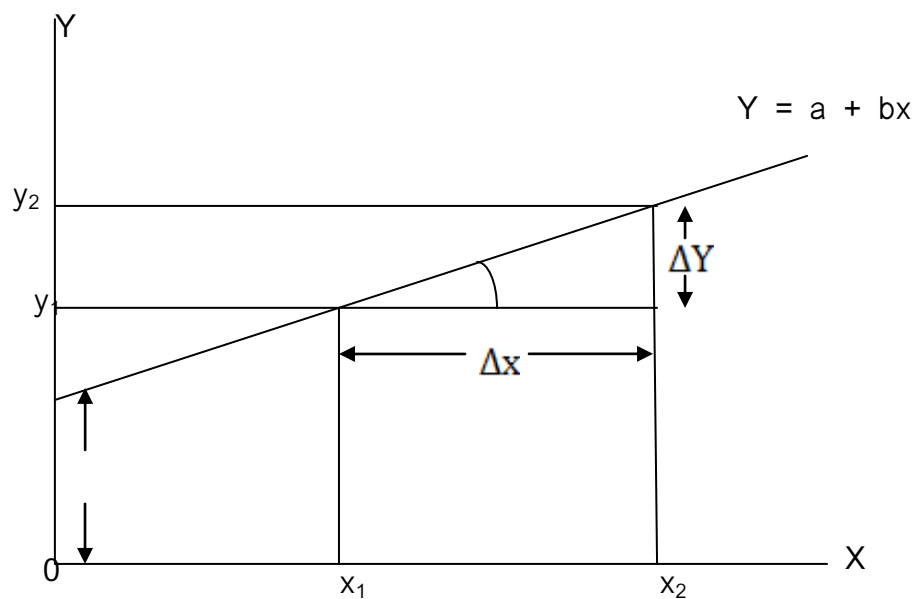
ຄິດໄລ່ຈາກແຜນທັງສອງ ໃນທີ່ນີ້ຕົວຢ່າງທັງສອງມີຄ່າເປັນບວກ. ດັ່ງນັ້ນ ຈຸດທັງຫຼາຍຈຶ່ງຢູ່ໃນສ່ວນ 4 ທີ 1 ໃນການບໍລິໂພກຈະເປັນເທົ່າໃດໃນລະດັບຕ່າງໆ.

5). ສົມຜົນຕ່າງໆມີຫຼາຍຮູບແບບມີທັງສົມຜົນເສັ້ນຊື່ (Linear equation) ເຊິ່ງສະແດງເປັນເສັ້ນຊື່ ດັ່ງຮູບທີ 1.6 ຫຼື ສົມຜົນເສັ້ນໂຄ້ງ (Non-linear equation) ເຊິ່ງສະແດງເປັນເສັ້ນໂຄ້ງ ດັ່ງຕົວຢ່າງໃນຮູບທີ 1.7.

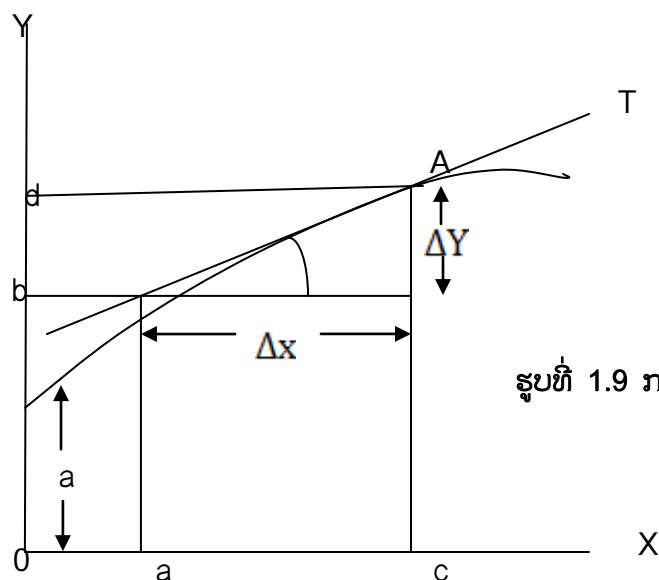
ສຳລັບສົມຜົນເສັ້ນຊື່ນັ້ນ: ຮູບແບບທົ່ວໄປ (General form) ຄື: $Y = a + bx$ ຄ່າຂອງ a ຄືຄ່າທີ່ບອກໃຫ້ຮູ້ວ່າ ເສັ້ນຊື່ນັ້ນຈະຕັດແຜນຕັ້ງຢູ່ຈຸດໃດ. ສ່ວນ b ຄືຄ່າຄວາມຊັນ (Slope) ຂອງເສັ້ນຊື່ເສັ້ນນັ້ນ.



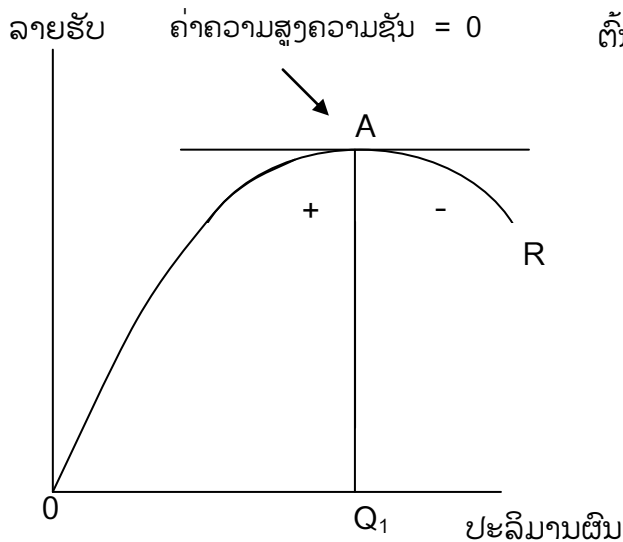
ຮູບທີ 1.7 ເສັ້ນລາຍຈ່າຍໃນການບໍລິໂພກ ກໍລະນີເປັນເສັ້ນໂຄ້ງ



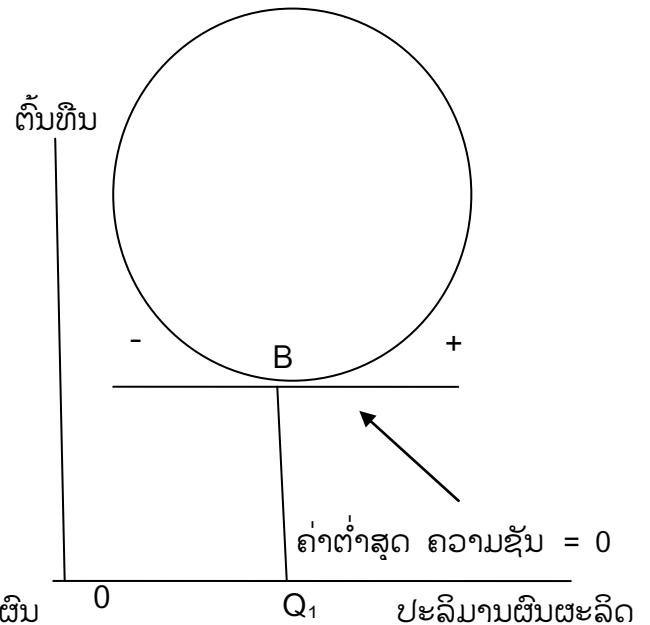
ຮູບທີ 1.8 ການຫາຄ່າຄວາມຊັນ ກໍລະນີເປັນເສັ້ນຊື່



3. ឥរិយាបថ (Slope).



ຮູບທີ່ 1.10 ການຫາຄ່າສູງສຸດ



ຮູບທີ່ 1.11 ການຫາຄ່າຕໍ່າສຸດ

(4) ຄ່າສູງສຸດ ແລະ ຄ່າຕໍ່າສຸດ (maximum and minimum value) ໂດຍສະເພາະ ທິດ ສະດີ ເສດຖະສາດຈຸລະພາກມັກໃຫ້ຄວາມສົນໃຈໃນການຫາຄ່າສູງສຸດ ແລະ ຄ່າຕໍ່າສຸດ. ໃນນີ້ຈະກ່າວ ໄປ ເຖິງການຫາຄ່າສູງສຸດ ແລະ ຕໍ່າສຸດ ໂດຍອາໄສເສັ້ນສະແດງເທົ່ານັ້ນ. ສ່ວນການຫາໂດຍແຄລ ຄູລັສ ຈົ່ງສຶກສາຈາກຕຳລາ ແຄລຄູລັສ ໂດຍກົງ.

ຈາກຮູບທີ່ 1.10 ສົມມຸດວ່າ R ຄືເສັ້ນລາຍຮັບຈາກການຜະລິດ ຈຳນວນຜົນຜະລິດທີ່ເຮັດ ໃຫ້ ຜູ້ຜະລິດໄດ້ຮັບລາຍໄດ້ສູງສຸດຄື: Q_1 ຊຶ່ງຢູ່ຊັ້ນກັບຈຸດສຸດຍອດຂອງເສັ້ນ R ທີ່ຈຸດ A. ທີ່ຈຸດ A ນີ້ ຄວາມຊັນມີຄ່າເທົ່າກັບ 0 ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງສະຫຼຸບເປັນຫຼັກການໄດ້ວ່າ: ຄ່າສູງສຸດຈະຢູ່ຊັ້ນກັບຄ່າສ່ວນ ເພີ່ມ (Marginal value) ທີ່ເທົ່າກັບ 0. ສຳລັບຄ່າຕໍ່າສຸດກໍ່ຈະມີຄວາມຊັນເທົ່າກັບ 0 ເຊັ່ນກັນ (ດັ່ງຮູບທີ່ 1.11) ຕ່າງກັນແຕ່ຢູ່ບ່ອນວ່າໃນກໍລະນີຂອງຄ່າສູງສຸດ ຄ່າສ່ວນເພີ່ມຈະເປັນບວກກ່ອນ ເຖິງຄ່າ 0 ສ່ວນໃນກໍລະນີຂອງຄ່າຕໍ່າສຸດ ຄ່າສ່ວນເພີ່ມຈະເປັນລົບກ່ອນເຖິງ 0.

ບົດທີ 2

ການກຳນົດລາຄາໂດຍອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານ (Price Determination by Demand and Supply)

ຈາກບົດທີ 1 ເຮົາໄດ້ຮູ້ວ່າ ໃນລະບົບເສດຖະກິດ, ວິສາຫະກິດເສລີ ຫຼື ລະບົບຕະຫຼາດ ມີການໃຊ້ລະບົບລາຄາເປັນເຄື່ອງມືໃນການຕັດສິນບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດຄື: ຫົວໜ່ວຍເສດຖະກິດໃນລະບົບເສດຖະກິດໄດ້ແບ່ງອອກເປັນ 2 ພາກສ່ວນຫຼັກ ຄື: ພາກຄົວເຮືອນ (Households) ແລະ ພາກທຸລະກິດ ຫຼື ໜ່ວຍຜະລິດ (Firms) ພາກຄົວເຮືອນ ໃນຖານະທີ່ເປັນຜູ້ສະໜອງປັດໄຈ ໃນການຜະລິດຈະຕັດສິນໃຈຂາຍຫຼືໃຫ້ເຊົ່າປັດໄຈການຜະລິດໃຫ້ແກ່ໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດ ປັດໄຈ ການຜະລິດ ໂດຍໄດ້ຮັບຄ່າຕອບແທນເປັນຄ່າຈ້າງ, ຄ່າເຊົ່າ, ດອກເບ້ຍ ແລະ ກຳໄລ. ນອກຈາກ ນີ້ພາກຄົວເຮືອນໃນຖານະທີ່ເປັນຜູ້ບໍລິໂພກຈະສະແດງຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ ໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດດ້ວຍ. ສຳລັບຝ່າຍທຸລະກິດຈະຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການປະເພດ ແລະ ປະລິມານຂອງສິນຄ້າ, ການເລືອກເຕັກນິກການຜະລິດ, ການຈ້າງປັດໄຈການຜະລິດ ຕະຫຼອດຮອດການຂາຍຜົນຜະລິດ. ນັ້ນຄືພາກທຸລະກິດຈະມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ ທັງໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຄືກັນກັບຄົວເຮືອນ.

ໂດຍທົ່ວໄປຜູ້ຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍ ແຕ່ລະຝ່າຍຈະຕັດສິນໃຈໂດຍຄຳນຶງເຖິງປະໂຫຍດສູງສຸດຂອງຕົນ ການຕັດສິນໃຈຂອງທັງສອງຝ່າຍນີ້ເອງທີ່ເຮົາກຳນົດລາຄາ ການຕັດສິນໃຈຂອງຜູ້ຊື້ກ່ຽວຂ້ອງກັບອຸປະສົງ (demand) ສ່ວນການຕັດສິນໃຈຂອງຜູ້ຂາຍແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງກັບອຸປະທານ (Supply) ດັ່ງນັ້ນ, ລາຄາຈຶ່ງຖືກກຳນົດຈາກອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຮ່ວມກັນ.

ຈາກການພິຈາລະນາຂ້າງເທິງນີ້ ຊ່ວຍໃຫ້ຮູ້ວ່າຕະຫຼາດໄດ້ແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດຄື: ຕະຫຼາດຜົນຜະລິດ ແລະ ຕະຫຼາດປັດໄຈການຜະລິດ ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ໃນປຶ້ມນີ້ສ່ວນໃຫຍ່ເປັນການສຶກສາການເຄື່ອນໄຫວຂອງລະບົບລາຄາໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດ ສ່ວນການເຄື່ອນໄຫວຂອງລາຄາໃນຕະຫຼາດປັດໄຈການຜະລິດກໍມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັບຕະຫຼາດ ຊຶ່ງສະເໜີໃນບົດທີ 11-12 ສຳລັບໃນບົດທີ 2 ນີ້ ການສຶກສາແບ່ງອອກເປັນ 2 ສ່ວນຄື: ອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານ.

ຕອນທີ 1: ອຸປະສົງ (Demand)

ຄຳວ່າ: “ອຸປະສົງ” ມີຄວາມໝາຍສະເພາະໃນວິຊາເສດຖະສາດ ອຸປະສົງສຳລັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການປະເພດໃດປະເພດໜຶ່ງ ໝາຍເຖິງຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ ສະນິດນັ້ນ ທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ໃນໄລຍະເວລາໃດໜຶ່ງ ໃນລະດັບລາຄາຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າປະເພດນັ້ນ ຫຼື ທີ່ລະດັບລາຍໄດ້ຕ່າງໆຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ຫຼື ທີ່ລະດັບລາຄາຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າປະເພດອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຈາກນິຍາມຂ້າງເທິງນີ້ ເຮົາສາມາດແບ່ງອຸປະສົງອອກເປັນ 3 ປະເພດຄື:

1. ອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ (Price demand)
2. ອຸປະສົງຕໍ່ລາຍໄດ້ (Income demand)
3. ອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາສິນຄ້າອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າທີ່ກຳລັງພິຈາລະນາຢູ່ (Cross demand)

ເຖິງວ່າຈະແບ່ງອຸປະສົງອອກເປັນ 3 ປະເພດ ແຕ່ອຸປະສົງທີ່ນັກເສດຖະສາດໃຫ້ຄວາມສຳຄັນ ຫຼາຍທີ່ສຸດຄື: ອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ (Price demand) ດ້ວຍເຫດນັ້ນນັກເສດຖະສາດທົ່ວໄປ ຈຶ່ງມັກເອີ້ນ ອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາພຽງສັ້ນໆວ່າ: “ອຸປະສົງ”. ໃນປຶ້ມນີ້ຕຳລາ “ອຸປະສົງ” ໝາຍເຖິງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ ສ່ວນອຸປະສົງອີກ 2 ປະເພດຈະເວົ້າພຽງແຕ່ໜ້ອຍດຽວ ແລະ ຈະໃຊ້ຊື່ເຕັມເພື່ອປ້ອງກັນຄວາມສັບສົນ.

ອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາຄືຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າທີ່ການບໍລິການປະເພດໜຶ່ງທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການ ຊຶ່ງຢູ່ລະດັບລາຄາຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າປະເພດນັ້ນໃນໄລຍະເວລາທີ່ກຳນົດ.

ຄຳວ່າ: “ຕ້ອງການຊື້” ໃນຄຳນິຍາຍຂ້າງເທິງນີ້ ບໍ່ໄດ້ໝາຍເຖິງຄວາມຕ້ອງການໃນຄວາມໝາຍ ທົ່ວໄປ (Want) ແຕ່ເປັນຄວາມຕ້ອງການທີ່ມີອຳນາດຊື້ (Ability and willingness) ທີ່ຈະຈ່າຍ ຊື້ ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການນັ້ນໆໄດ້ນຳ. ຕົວຢ່າງ: ທ້າວ ກ ຕ້ອງການຊື້ເຮືອນໜຶ່ງຫຼັງ ແລະ ທ້າວ ກ ມີ ເງິນພຽງພໍທີ່ຈະຈ່າຍເປັນຄ່າເຮືອນດັ່ງກ່າວ ຄວາມຕ້ອງການຂອງທ້າວ ກ ນີ້ ເປັນສິ່ງທີ່ ທ້າວ ກ ສາ ມາດເຮັດໃຫ້ເປັນຈິງຂຶ້ນໄດ້ ຈຶ່ງເປັນອຸປະສົງທີ່ເປັນຜົນ (Effective demand) ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ຖ້າຫາກ ທ້າວ ກ ບໍ່ມີເງິນທີ່ຈະຈ່າຍເປັນຄ່າເຮືອນ ຄວາມຕ້ອງການທີ່ປາດສະຈາກອຳນາດຊື້ຄືແນວນີ້ ບໍ່ຖືວ່າເປັນອຸປະສົງ ມັນເປັນພຽງຄວາມຕ້ອງການໃນຄວາມໝາຍທົ່ວໄປ.

ເຮົາແບ່ງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາອອກເປັນອຸປະສົງແບບຕ່າງໆດັ່ງນີ້:

1. ອຸປະສົງສ່ວນບຸກຄົນ (Individual demand) ຄືອຸປະສົງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໜຶ່ງທີ່ມີຕໍ່ສິນ ຄ້າປະເພດໜຶ່ງ.
2. ອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດ (Firm demand) ຄືອຸປະສົງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີຕໍ່ສິນຄ້າ ສະ ນິດໜຶ່ງ ທີ່ຜະລິດໂດຍຜູ້ຜະລິດ/ໜ່ວຍຜະລິດລາຍໜຶ່ງ.
3. ອຸປະສົງຂອງອຸດສາຫະກຳ ຫຼື ຕະຫຼາດ (Industry or market demand) ຄືອຸປະສົງ ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີຕໍ່ສິນຄ້າສະນິດໜຶ່ງທີ່ຜະລິດໂດຍທຸກໜ່ວຍຜະລິດລວມກັນ.
4. ອຸປະສົງຜົນລວມ (Aggregate demand) ຄືອຸປະສົງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີຕໍ່ສິນຄ້າທຸກ ສະນິດຮ່ວມກັນຂອງທັງລະບົບເສດຖະກິດ ຫຼື ເວົ້າອີກຢ່າງໜຶ່ງຄືອຸປະສົງພາຍໃນປະເທດ (Interminal or domestic demand).
5. ອຸປະສົງຈາກພາຍນອກປະເທດ (External or foreign demand) ຄືອຸປະສົງຂອງຜູ້ບໍ ລິໂພກໃນປະເທດອື່ນໆ ທີ່ມີຕໍ່ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ຜະລິດຂຶ້ນໃນປະເທດເຮົາ.

I. ຕຳລາອຸປະສົງ, ກົດແຫ່ງອຸປະສົງ, ສົມຜົນອຸປະສົງ, ຕາຕາລາງອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະສົງ.
(Demand Function, Law of Demand, Demand Equation, Demand Schedule and Demand Curve)

ຕຳລາອຸປະສົງ (Demand Function) ຄືການສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງປະລິມານສິນ ຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກມີຄວາມສາມາດທີ່ຈະຈ່າຍ ແລະ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະໃຊ້ (Q_x^d ເຊິ່ງເປັນຕົວປ່ຽນຕາມ) ກັບລະດັບລາຄາຕ່າງໆຂອງສິນຄ້ານັ້ນ. (P_x ເຊິ່ງເປັນຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ) ເພື່ອກຳນົດໃຫ້ັດໄຈອື່ນ ທີ່ ອາດຈະມີຜົນກະທົບຕໍ່ປະລິມານຊື້ຢູ່ຄົງທີ່ ຫຼື ບໍ່ປ່ຽນແປງ ກໍ່ອາດຂຽນຮູບຕຳລາໄດ້ດັ່ງນີ້:

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

ກົດແຫ່ງອຸປະສົງ (Law of Demand) ໄດ້ເວົ້າວ່າປະລິມານຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການສະນິດໃດສະນິດໜຶ່ງທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ຍ່ອມປ່ຽນແປງໃນທາງກົງກັນຂ້າມ (Inverse relation) ກັບລະດັບລາຄາຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການສະນິດນັ້ນຢູ່ສະເໝີ.

ຈາກກົດຂອງອຸປະສົງດັ່ງກ່າວ ໝາຍຄວາມວ່າເມື່ອລາຄາສິນຄ້າສູງຂຶ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຊື້ສິນຄ້າໃນປະລິມານໜ້ອຍລົງ ແລະ ເມື່ອລາຄາຫຼຸດລົງຜູ້ບໍລິໂພກຈະຊື້ໃນປະລິມານທີ່ສູງຂຶ້ນ ການທີ່ປະລິມານຊື້ມີການປ່ຽນແປງໃນທາງກົງກັນຂ້າມກັບລາຄາສິນຄ້ານັ້ນ ເກີດຈາກສາເຫດ 3 ປະເພດດັ່ງນີ້:

1. **ຜົນທາງລາຍໄດ້ (Income effect)** ຄືການປ່ຽນແປງລາຍໄດ້ແທ້ຈິງ (Real income) ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງກໍຄືຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບ ຕາມກົດຂອງອຸປະສົງເມື່ອລາຄາສິນຄ້າສູງຂຶ້ນ ດ້ວຍລາຍໄດ້ຕົວເຖິງ (Money income) ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົງທີ່ ຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດຊື້ສິນຄ້າໃນປະລິມານທີ່ໜ້ອຍລົງ ນັ້ນຄືລາຍໄດ້ແທ້ຈິງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຫຼຸດລົງ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ເມື່ອລາຄາສິນຄ້າຫຼຸດລົງ ຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດຊື້ສິນຄ້າໃນປະລິມານທີ່ຫຼາຍຂຶ້ນ ນັ້ນຄືລາຍໄດ້ແທ້ຈິງຂອງບໍລິໂພກເພີ່ມຂຶ້ນ.

ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງວັດແທກຈາກປະລິມານສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ໄດ້ ຫຼື ເທົ່າກັບລາຍໄດ້ເປັນເງິນຫານໃຫ້ລາຄາສິນຄ້າ. ຕົວຢ່າງ: ທ້າວ ກ ມີເງິນ 120 ກີບ ຕ້ອງການຊື້ໝາກກ້ຽງ ເຊິ່ງມີລາຄາໜ່ວຍລະ 30 ກີບ. ທ້າວ ກ ຊື້ໝາກກ້ຽງໄດ້ 4 ໜ່ວຍ. ຖ້າທາກລາຄາໝາກກ້ຽງຫຼຸດລົງເປັນໜ່ວຍລະ 20 ກີບ. ທ້າວ ກ ຊື້ ໝາກກ້ຽງໄດ້ 6 ໜ່ວຍ. ຈຳນວນໝາກກ້ຽງທີ່ຊື້ໄດ້ນີ້ ທີ່ສະທ້ອນເຖິງລາຍໄດ້ທີ່ແທ້ຈິງຂອງທ້າວ ກ ໃນຕົວຢ່າງນີ້ ກຳນົດໃຫ້ລາຍໄດ້ທີ່ເປັນເງິນຄົງທີ່ ແຕ່ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງເພີ່ມຂຶ້ນ.

ຕາຕະລາງທີ 2.1 ລາຄາໂດຍປຽບທຽບຂອງສິນຄ້າ 2 ສະນິດ

ລາຄານ້ຳອັດລົມ (ກີບ)	ລາຄານ້ຳລຳ (ກີບ)	ອັດຕາສ່ວນລາຄານ້ຳອັດລົມຕໍ່ລາຄານ້ຳລຳ
5	4	$5/4 = 1,25/1$
6	4	$6/4 = 1,50/1$

2. **ຜົນທາງລາຍໄດ້ທົດແທນ (Substitution)** ເມື່ອລາຄາຂອງສິນຄ້າສະນິດໜຶ່ງສູງຂຶ້ນ ໃນຂະນະທີ່ສິນຄ້າສະນິດອື່ນ ເຊິ່ງທົດແທນສິນຄ້າສະນິດນີ້ໄດ້ມີລາຄາຄົງທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຮູ້ສຶກວ່າສິນຄ້າປະເພດນີ້ມີລາຄາປຽບທຽບ (Relative price) ຂອງສິນຄ້ານັ້ນ ຄືລາຄາສິນຄ້າໂດຍປຽບທຽບກັບລາຄາຂອງສິນຄ້າອື່ນທີ່ໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້. ຕົວຢ່າງ: ຕາມຕາຕະລາງທີ 2.1 ສົມມຸດວ່າກິນນ້ຳອັດລົມລາຄາແກ້ວລະ 5 ກີບ, ນ້ຳທຳມະດາຕຸກລະ 4 ກີບ (ປະລິມານເທົ່າກັນ) ອັດຕາສ່ວນລາຄານ້ຳອັດລົມຕໍ່ລາຄານ້ຳທຳມະດາຄື: $1,25/1$ ປະກົດວ່າທ້າວ ກ ພໍໃຈທີ່ຈະຊື້ນ້ຳອັດລົມ ຕໍ່ມາສົມມຸດວ່າລາຄານ້ຳອັດລົມສູງຂຶ້ນ ເປັນແກ້ວລະ 6 ກີບ ໃນຂະນະທີ່ລາຄານ້ຳທຳມະດາຍັງຄົງເດີມ ອັດຕາສ່ວນນ້ຳອັດລົມຕໍ່ລາຄານ້ຳທຳມະດາຈະປ່ຽນເປັນ $1.5/1$ ເຮັດໃຫ້ ທ້າວ ກ ຮູ້ສຶກວ່າລາຄາປຽບທຽບຂອງນ້ຳອັດລົມແພງຂຶ້ນ ຈຶ່ງຊື້ນ້ຳອັດລົມໜ້ອຍລົງ ແລະ ປ່ຽນໄປຊື້ນ້ຳທຳມະດາຫຼາຍຂຶ້ນ.

3. **ກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ (Law of Diminishing Marginal Utility)** ກ່າວວ່າໃນເວລາໃດເວລາໜຶ່ງການບໍລິໂພກສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນແຕ່ລະໜ່ວຍຈະໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈຫຼຸດລົງເລື້ອຍໆ ຕົວຢ່າງ: ສຳລັບຄົນທີ່ວ່າໄປການເບິ່ງຄອນເສີດຮອບທຳອິດຈະໃຫ້ຄວາມພໍໃຈສູງ, ການເບິ່ງຮອບຕໍ່ໆໄປຈະໃຫ້ຄວາມພໍໃຈຫຼຸດລົງເລື້ອຍໆດັ່ງນັ້ນ, ທ້າວ ກ ເຕັມ

ໃຈຈ່າຍຄ່າບັດເຂົ້າຊົມໃນລາຄາສູງສຳລັບຮອບທຳອິດແຕ່ໃນຮອບຕໍ່ໆໄປ ທ້າວ ກ ຍິນດີທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍລົງ ຫຼື ອີກຢ່າງໜຶ່ງ ເມື່ອປະລິມານຊື້ເພີ່ມຂຶ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຍິນດີຈ່າຍໃນລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍຫຼຸດລົງ.

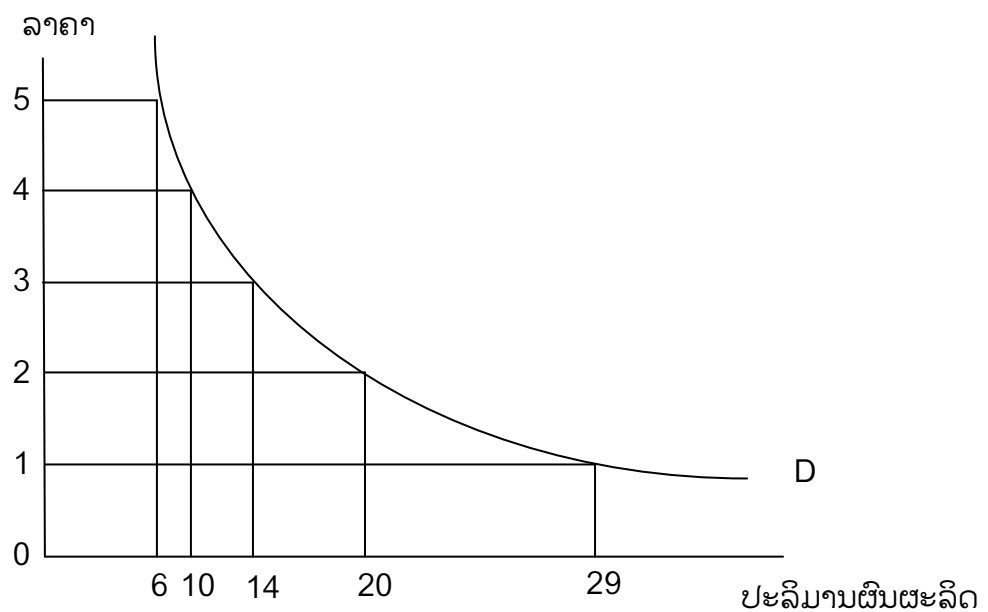
ສົມຜົນອຸປະສົງ (Demand equation) ຄືການສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງລາຄາກັບປະລິມານຊື້ໃນຮູບແບບທີ່ຊັດເຈນຫຼາຍກວ່າຕຳລາ ສົມຜົນອຸປະສົງອາດແບ່ງເປັນສົມຜົນເສັ້ນຊື່ເຊັ່ນ:

$$(Q_x^d = 10 - 2P) \text{ ແລະ ສາມາດໃຊ້ເສັ້ນຊື່ (ເຊັ່ນ } Q_x^d = 10 - 2P^2 \text{).}$$

ຕາຕາລາງອຸປະສົງ (Demand schedule) ຈາກສົມຜົນອຸປະສົງໃດໆ ເຮົາສາມາດສ້າງເປັນຕາຕາລາງອຸປະສົງໂດຍສົມມຸດຄ່າຕ່າງໆຂອງ P ແລະ ຄຳນວນຫາຄ່າ Q ແນວໃດກໍຕາມ ເພື່ອຄວາມສະດວກໃນການສະແດງເສັ້ນອຸປະສົງໃນທີ່ນີ້ຈຶ່ງກຳນົດຕາຕາລາງອຸປະສົງຂຶ້ນໃໝ່ໂດຍບໍ່ໄດ້ ໃຊ້ສົມຜົນອຸປະສົງເບື້ອງຕົ້ນ.

ຕາຕາລາງທີ່ 2.2 ແສງສະແດງຈຳນວນຊື້ໝາກມ່ວງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໜຶ່ງໃນລະດັບລາຄາຕ່າງໆ.

ລາຄາສິນຕໍ່ໜ່ວຍ (price per unit) (ກີບ)	ປະລິມານ (quantity demanded) (ກິໂລກຳມ)
5	6
4	10
3	14
2	20
1	29



ຮູບທີ່ 2.1 ເສັ້ນອຸປະສົງ

ເສັ້ນອຸປະສົງ (Demand curve) ຈາກຕາຕາລາງທີ່ 2.2 ຊຶ່ງສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍ ແລະ ປະລິມານໝາກມ່ວງທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ ໃນໄລຍະເວລາໜຶ່ງ ເມື່ອນຳຄ່າຂອງລາຄາສິນຄ້າ (P) ແລະ ປະລິມານສິນຄ້າ (Q) ທີ່ຊື້ຄູ່ກັນໄປຂຽນໃສ່ (plot) ຈຸດເທິງເສັ້ນສະແດງຈະໄດ້ຈຸດຕ່າງໆ ເມື່ອລາກເສັ້ນເຊື່ອມຈຸດເຫຼົ່ານີ້ ແລ້ວຈະໄດ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງສິນຄ້ານັ້ນ ເສັ້ນ

ອຸປະສົງມີລັກສະນະຫຼຸດລົງຈາກຊ້າຍຫາຂວາ ແລະ ມີຄ່າຄວາມຊັນເປັນລົບ (Negative slope) ດັ່ງຮູບທີ່ 2.1

II. ຕົວກຳນົດອຸປະສົງ (Demand Determinants)

ຕົວກຳນົດອຸປະສົງ ໝາຍເຖິງຕົວປ່ຽນ (Variables) ຫຼື ປັດໄຈຕ່າງໆ ເຊິ່ງມີອິດທິພົນຕໍ່ຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກປາດຖະໜາທີ່ຈະຊື້ (Quantity demanded) ປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ຈະມີອິດທິພົນຕໍ່ປະລິມານຊື້ຫຼາຍໜ້ອຍ ທັງນີ້ຂຶ້ນຢູ່ກັບພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກແຕ່ລະຄົນ ແລະ ການເວລາ ປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ມີຫຼາຍຢ່າງດັ່ງນີ້:

1. ປະລິມານຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຄາຂອງສິນຄ້ານັ້ນ ຕາມປົກກະຕິເມື່ອລາຄາສິນຄ້າເພີ່ມສູງຂຶ້ນ ປະລິມານຊື້ຈະໜ້ອຍແຕ່ຖ້າລາຄາສິນຄ້າຫຼຸດລົງປະລິມານຊື້ຈະມີຫຼາຍ.

2. ປະລິມານຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບຄວາມນິຍົມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ຄວາມນິຍົມຂອງຄົນສ່ວນຫຼາຍໃນສັງຄົມ ຄວາມນິຍົມອາດກ່ຽວຂ້ອງກັບຄວາມຮູ້ສຶກມັກໃນຊົ່ວຂະນະໜຶ່ງ ຊຶ່ງປ່ຽນໄປຢ່າງໄວວ່າ ເຊັ່ນ: ແບບເສື້ອຂອງຜູ້ຍິງ, ລະຄອນ ແລະ ເພງ ເປັນຕົ້ນ. ແຕ່ບາງກໍລະນີຄວາມນິຍົມນັ້ນກໍຍາວນານ ເຊັ່ນ: ຮູບແບບຂອງສິ່ງກໍ່ສ້າງ, ລົດ ແລະ ນ້ຳອັດລົມເປັນຕົ້ນ.

ສິ່ງທີ່ກຳນົດ ລົດນິຍົມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ແກ່: ອາຍຸ, ເພດ, ຄວາມເຊື່ອ, ຄຳນິຍົມ, ການສຶກສາ, ແພຊັ້ນ ແລະ ອິດທິພົນຂອງການໂຄສະນາ. ປະຈຸບັນລົດນິຍົມເປັນສິ່ງທີ່ມີຜົນຫຼາຍຕໍ່ທຸລະກິດການຄ້າ. ດັ່ງນັ້ນ, ໜ່ວຍທຸລະກິດຈຶ່ງຍອມລົງທຶນເປັນເງິນຈຳນວນມະຫາສານເພື່ອໂຄສະນາ ເພື່ອຫວັງຜົນໃນການປ່ຽນແປງລົດນິຍົມ ໂດຍສະເພາະໃນໝູ່ໄວລຸ້ນ ຊຶ່ງເປັນໄວທີ່ຊັກຊວນດ້ວຍສິ່ງຕ່າງໆໄດ້ງ່າຍ ຫຼື ບໍ່ດັ່ງນັ້ນກໍເພື່ອຮັກສາລົດນິຍົມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃຫ້ຄົງເດີມນັ້ນເອງ.

3. ປະລິມານຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຂອງຄອບຄົວ ໂດຍທົ່ວໄປເມື່ອປະຊາຊົນມີລາຍໄດ້ສະເລ່ຍສູງຂຶ້ນ ຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຈະປ່ຽນໄປ ຄືມັກຈະຫຼຸດການບໍລິໂພກສິນຄ້າລາຄາຖືກ ແລະ ຂະນະດຽວກັນກໍຫັນໄປບໍລິໂພກສິນຄ້າລາຄາແພງ.

4. ປະລິມານຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຄາຂອງສິນຄ້າອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຕາມປົກກະຕິຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກອາດຕອບສະໜອງໄດ້ດ້ວຍສິນຄ້າຫຼາຍປະເພດ ຖ້າສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງມີລາຄາສູງຂຶ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຊື້ສິນຄ້າປະເພດນັ້ນໜ້ອຍລົງ ແລະ ປ່ຽນໄປຊື້ສິນຄ້າອີກປະເພດໜຶ່ງ ຊຶ່ງໃຊ້ທຶນແທນກັນໄດ້ສຳລັບໃນກໍລະນີຂອງສິນຄ້າທີ່ຕ້ອງໃຊ້ປະກອບກັນເຊັ່ນ: ນ້ຳຕານກັບກາເຟ ເມື່ອຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການບໍລິໂພກກາເຟຫຼາຍຂຶ້ນ ມັກຈະບໍລິໂພກນ້ຳຕານຫຼາຍຂຶ້ນເຊັ່ນດຽວກັນ.

5. ປະລິມານຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບລະດູການ. ຕົວຢ່າງ: ປະເທດທີ່ຢູ່ໃນເຂດໜາວ ເມື່ອຈະເຂົ້າສູ່ລະດູໜາວ ປະຊາຊົນຈຳເປັນຕ້ອງຈັດຫາເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມກັນໜາວ ເຮັດໃຫ້ຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້າ ເຄື່ອງກັນໜາວຕ່າງໆ ໃນໄລຍະເວລາດັ່ງກ່າວເພີ່ມຂຶ້ນ.

ເຮົາສາມາດສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງປະລິມານຊື້ກັບຕົວກຳນົດອຸປະສົງເຫຼົ່ານີ້ດ້ວຍ ຕຳລາອຸປະສົງດັ່ງນີ້:

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

ຈາກຕຳລາອຸປະສົງດັ່ງກ່າວ ສະແດງວ່າ ປະລິມານຊື້ສຳລັບສິນຄ້າ X (ຫຼື Q_x) ເປັນ ຕົວປ່ຽນຕາມ (Dependent variable) ສ່ວນຕົວກຳນົດຕ່າງໆ ທາງຂວາມີເປັນຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ (Independent variables) ແລະ ໃນບັນດາຕົວກຳນົດອິດສະຫຼະທັງຫຼາຍ P_x ເປັນຕົວກຳນົດທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່ Q_x ຫຼາຍທີ່ສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ເຮົາຈຶ່ງໃຫ້ P_x ເປັນຕົວກຳນົດໂດຍກົງ (Direct determinant)

ສ່ວນຕົວປ່ຽນອື່ນໆທີ່ເຫຼືອໃຫ້ປັນຕົວກຳນົດໂດຍທາງອ້ອມ (Indirect determinants) ການແບ່ງຕົວກຳນົດອອກເປັນ 2 ກຸ່ມນີ້ ຈະຊ່ວຍໃຫ້ເຮົາເຂົ້າໃຈສາເຫດຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງ ການປ່ຽນແປງປະລິມານຊື້ ແລະ ການປ່ຽນແປງອຸປະສົງໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນ.

ອີກຢ່າງໜຶ່ງທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນຄື ຕົວກຳນົດອຸປະສົງບຸກຄົນ ສ່ວນໃນກໍລະນີຂອງ ອຸປະສົງຕະຫຼາດນອກຈາກຕົວກຳນົດໂດຍອ້ອມທີ່ລະບຸໃນເບື້ອງຕົ້ນແລ້ວ ຍັງມີຕົວກຳນົດອື່ນເພີ່ມເຕີມເຊັ່ນ:

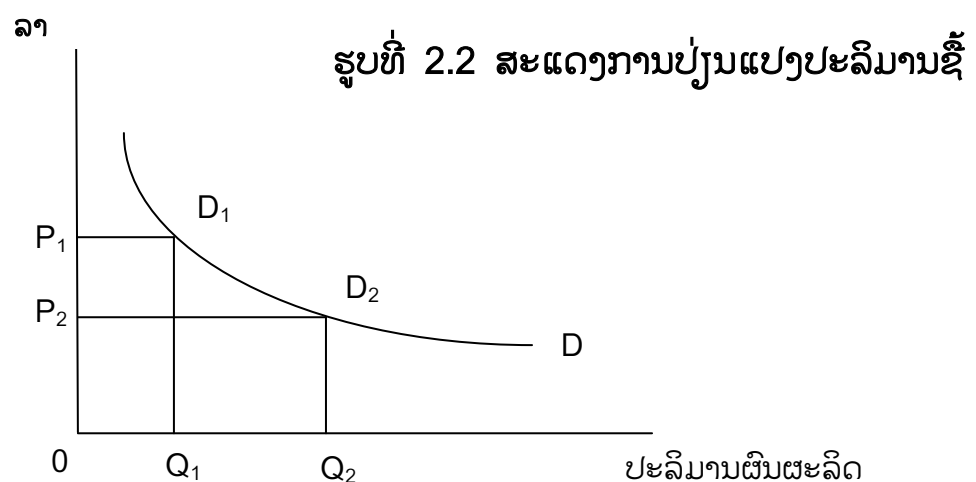
1. ປະລິມານຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບຈຳນວນປະຊາຊົນ ຕາມປົກກະຕິເມື່ອປະຊາຊົນເພີ່ມຫຼາຍຂຶ້ນ ຄວາມຕ້ອງການຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຈະເພີ່ມຕາມ ແຕ່ການເພີ່ມຈຳນວນປະຊາຊົນຍັງບໍ່ເປັນ ການພຽງພໍ ປະຊາຊົນເຫຼົ່ານີ້ຈະຕ້ອງມີອຳນາດຊື້ນຳ ຈຶ່ງຈະສາມາດຊື້ສິນຄ້າໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

2. ປະລິມານຊື້ຂຶ້ນຢູ່ກັບສະພາບການກະຈາຍລາຍໄດ້ໃນລະບົບເສດຖະກິດ, ລອງພິຈາລະນາເຖິງສັງຄົມບາງແຫ່ງເຊັ່ນ: ປະເທດທີ່ມີບໍ່ນ້ຳມັນ ປະກົດວ່າລາຍໄດ້ສ່ວນໃຫຍ່ຕົກຢູ່ໃນມືຂອງຄົນກຸ່ມນ້ອຍ ສ່ວນຄົນກຸ່ມໃຫຍ່ຈະມີລາຍໄດ້ຕໍ່າຫຼາຍ ສັງຄົມແບບນີ້ລັກສະນະ ແລະ ລະດັບການໃຊ້ຈ່າຍເພື່ອບໍລິໂພກຈະແຕກຕ່າງຈາກສັງຄົມທີ່ມີການແຈກຢາຍລາຍໄດ້ທີ່ເທົ່າທຽມກັນ ເຖິງແມ່ນວ່າລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຂອງທັງສອງປະເທດຈະຢູ່ໃນລະດັບໃກ້ຄຽງກັນກໍຕາມ.

III. ການປ່ຽນແປງປະລິມານຊື້ (Changes in the Quantity Demanded)

ການປ່ຽນແປງປະລິມານຊື້ ໝາຍເຖິງການທີ່ຕົວກຳນົດໂດຍກົງຄືລາຄາສິນຄ້າໄດ້ປ່ຽນແປງໄປ ອັນມີຜົນເຮັດໃຫ້ປະລິມານຊື້ປ່ຽນແປງໄປດ້ວຍ ຕາມກົດຂອງອຸປະສົງ ສ່ວນຕົວກຳນົດທາງອ້ອມທັງຫຼາຍນັ້ນສົມມຸດວ່າໃຫ້ຄົງທີ່ ການປ່ຽນແປງປະລິມານຊື້ຈຶ່ງເປັນການຍ້າຍຕຳແໜ່ງຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປຫາອີກຈຸດໜຶ່ງເທິງເສັ້ນອຸປະສົງເດີມ.

ພິຈາລະນາຮູບທີ່ 2.2 ສົມມຸດວ່າ ແຕ່ກ່ອນລາຄາສິນຄ້າຢູ່ໃນລະດັບ OP_1 ປະລິມານຊື້ເທົ່າກັບ OQ_1 ຕໍ່ມາລາຄາສິນຄ້າຫຼຸດລົງມາຢູ່ທີ່ OP_2 ປະລິມານຊື້ຈະເພີ່ມຂຶ້ນເປັນ OQ_2 ເຊິ່ງຈະເຫັນໄດ້ຈາກການເຄື່ອນຍ້າຍຈາກຈຸດ D_1 ໄປຫາຈຸດ D_2 ເທິງເສັ້ນອຸປະສົງດຽວກັນ.



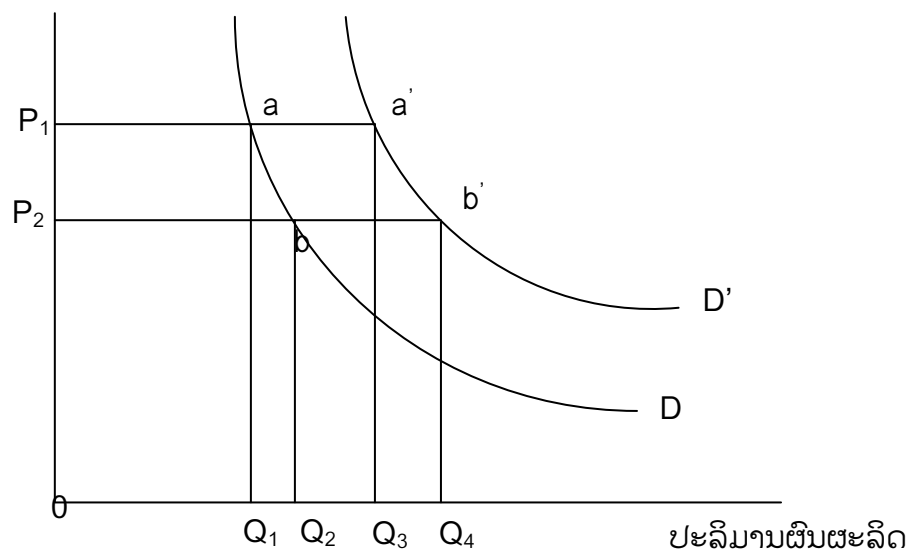
IV. ການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະສົງ / ການປ່ຽນແປງອຸປະສົງ (Shifts in the demand curve, change in demand)

ການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະສົງ ການປ່ຽນແປງອຸປະສົງ ໝາຍເຖິງການທີ່ຕົວກຳນົດອຸປະສົງໂດຍທາງອ້ອມ ເຊັ່ນ: ລາຍໄດ້, ລົດນິຍົມ, ລາຄາຂອງສິນຄ້າອື່ນ... ເປັນຕົ້ນ ຕົວໃດຕົວໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍຕົວໄດ້

ປ່ຽນແປງໄປ ແລະ ມີຜົນເຮັດໃຫ້ປະລິມານເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື ຫຼຸດລົງຢູ່ລະດັບລາຄາເດີມ ຖ້າສະແດງດ້ວຍ ຮູບເສັ້ນຈະເຫັນໄດ້ວ່າເສັ້ນອຸປະສົງຍ້າຍໄປທັງເສັ້ນ ແຕ່ຈະຍ້າຍໄປທາງຂວາ ຫຼື ທາງຊ້າຍຂອງເສັ້ນ ອຸປະສົງເດີມ ແລ້ວແຕ່ວ່າເມື່ອຕົວກຳນົດອຸປະສົງໂດຍທາງອ້ອມປ່ຽນໄປມີຜົນເຮັດໃຫ້ປະລິມານຊື້ເພີ່ມ ຂຶ້ນ ຫຼື ຫຼຸດລົງຈາກເດີມ ຢູ່ແຕ່ລະດັບລາຄາເວົ້າວ່າ ຖ້າເຮັດໃຫ້ປະລິມານຊື້ເພີ່ມຂຶ້ນ ເສັ້ນອຸປະສົງ ຈະ ຍ້າຍໄປຢູ່ທາງຊ້າຍຂອງເສັ້ນເດີມ.

ພິຈາລະນາຮູບທີ່ 2.3 ສົມມຸດວ່າ D ແມ່ນເສັ້ນອຸປະສົງເດີມຂອງ ທ້າວ ກ ໃນການຊື້ນົມສົດ ຖ້ານ້ຳສົດລາຄາແກ້ວລະ OP_1 ກົບ ທ້າວ ກ ຈະຊື້ OQ_1 ແກ້ວ ໃນແຕ່ລະເດືອນ ຕໍ່ມາສົມມຸດວ່າມີ ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ເຖິງຜົນປະໂຫຍດຂອງການດື່ມນົມສົດ ແລະ ຊັກຊວນໃຫ້ປະຊາຊົນດື່ມນົມສົດ (ເຫດຜົນນີ້ສະແດງເຖິງການປ່ຽນແປງຂອງຕົວກຳນົດໂດຍທາງອ້ອມ) ຊຶ່ງມີສ່ວນເຮັດໃຫ້ ທ້າວ ກ ປ່ຽນ ມາດື່ມນ້ຳນົມຫຼາຍຂຶ້ນ ຢູ່ລາຄານ້ຳສົດແກ້ວລະ OP_1 ກົບ ທ້າວ ກ ຈະຊື້ນົມເພີ່ມຂຶ້ນເປັນ OQ_3 ແກ້ວ ແລະ ຖ້າລາຄາແກ້ວລະ OP_2 ກົບ ທ້າວ ກ ຈະຊື້ເພີ່ມຂຶ້ນ OQ_4 ແກ້ວ ເມື່ອປະລິມານຊື້ເພີ່ມຂຶ້ນ ຢູ່ ທຸກລະດັບລາຄາແນວນີ້ຈະເປັນຜົນໃຫ້ເສັ້ນອຸປະສົງໃໝ່ D' ຍ້າຍໄປຢູ່ທາງຂວາຂອງເສັ້ນເດີມ.

ສັງເກດຄຳວ່າອຸປະສົງ ໝາຍເຖິງເສັ້ນອຸປະສົງທັງເສັ້ນ ດັ່ງນັ້ນ, ອຸປະສົງເພີ່ມຂຶ້ນ(increase in demand) ຈຶ່ງໝາຍເຖິງອຸປະສົງຍ້າຍໄປທາງຂວາ ສະແດງວ່າປະລິມານຊື້ເພີ່ມຂຶ້ນໃນທຸກລະດັບ ລາຄາ ແລະ ອຸປະສົງຫຼຸດລົງ(Decrease in Demand) ໝາຍເຖິງເສັ້ນອຸປະສົງຍ້າຍໄປຢູ່ທາງ ເບື້ອງຊ້າຍ ນັ້ນແມ່ນປະລິມານຊື້ ຫຼຸດລົງ ຢູ່ທຸກລະດັບລາຄາ.



ຮູບທີ່ 2.3 ສະແດງການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະສົງ

ຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງການປ່ຽນແປງປະລິມານຊື້ກັບການປ່ຽນແປງອຸປະສົງ.

ຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງ ການປ່ຽນແປງປະລິມານ ຊື້ ກັບການປ່ຽນແປງອຸປະສົງ ລວມທັງສາເຫດທີ່ເຮັດໃຫ້ເກີດການປ່ຽນແປງທັງ 2 ຫຼັກສະນະນີ້ ນັ້ນ ແມ່ນຫົວໃຈຂອງການຮຽນເສດຖະສາດຈຸລະພາກເບື້ອງຕົ້ນ ແລະ ຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດນຳອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການສຶກສາວິເຄາະປາກົດການຕ່າງໆ ທາງເສດຖະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ປະລິມານການຊື້-ຂາຍ ລວມທັງການຄາດເດົາຂອງລາຄາ ແລະ ປະລິມານ ຊື້-ຂາຍ ຊຶ່ງເປັນປະກົດການທີ່ເກີດຂຶ້ນອ້ອມຕົວເຮົາຕະຫຼອດເວລາ ດັ່ງນັ້ນ, ຖ້າເຂົ້າໃຈຈະແຈ້ງຈະນຳ ໄປໃຊ້ປະໂຫຍດໄດ້ແທ້ ແລະ ໃຊ້ໄດ້ຫຼາຍໃນນີ້ຈຶ່ງຂໍສະຫຼຸບເນື້ອຫາຫຼັກໄວ້ດັ່ງນີ້:

ການປ່ຽນແປງປະລິມານຊື້ ໝາຍເຖິງການຍ້າຍຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປຫາອີກຈຸດໜຶ່ງເທິງເສັ້ນອຸປະສົງດຽວກັນ ຊຶ່ງມີສາເຫດຈາກການປ່ຽນແປງຂອງຕົວກຳນົດອຸປະສົງໂດຍກົງ (ລາຄາສິນຄ້າ) ຕົວຢ່າງເມື່ອກຳນົດໃຫ້ສິ່ງອື່ນຄົງທີ່ ຖ້າລົດໄຟຂຶ້ນຄ່າໂດຍສານ ການໃຊ້ບໍລິການລົດໄຟ (ປະລິມານຊື້) ຈະຫຼຸດລົງ (ຮູບທີ່ 2.2).

ການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະສົງ ໝາຍເຖິງການຍ້າຍບ່ອນ ຫຼື ຍ້າຍຕຳແໜ່ງຂອງເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ເນື່ອງຈາກຕົວກຳນົດໂດຍທາງອ້ອມທີ່ປ່ຽນໄປ ຕົວຢ່າງ: ອຸປະສົງຕໍ່ການໂດຍສານທາງຍົນຈະຫຼຸດລົງ ຖ້າປະຊາຊົນ ມີຄວາມຢ້ານເພາະມີກໍລະນີຍົນຕົກ ຫຼື ຖ້າລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຂອງປະຊາຊົນສູງຂຶ້ນ ຕາມປົກກະຕິຄ່າໂດຍທາງຍົນແພງກວ່າທາງລົດ ຫຼື ຖ້າມີການຫຼຸດຄ່າໂດຍສານທາງລົດ (ຄ່າໂດຍສານທາງຍົນຍັງຄົງທີ່) ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ອຸປະສົງຕໍ່ການທາງຍົນຈະເພີ່ມຂຶ້ນ ຖ້າມີອຸບັດຕິເຫດເກີດຂຶ້ນຢ່າງຮຸນແຮງ ຫຼື ເກີດຂຶ້ນເລື່ອງກັບລົດໂດຍສານ ຫຼື ຖ້າພະນັກງານຂັບລົດ ນັດຢຸດງານອື່ນໆ ຈະເຫັນ ໄດ້ວ່າຍົກເວັ້ນລາຄາສິນຄ້າແລ້ວ ສິ່ງອື່ນໆທີ່ປ່ຽນແປງໄປລ້ວນແມ່ນເປັນຕົວກຳນົດໂດຍທາງອ້ອມ ຊຶ່ງເປັນເລື່ອງຂອງການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະສົງ ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະສົງຈຶ່ງມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ.

ອີກຢ່າງໜຶ່ງໃນການສຶກສາທິດສະດີອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານໃຫ້ເລິກຫຼາຍຂຶ້ນ ນອກຈາກການອະທິບາຍຂ້າງເທິງແລ້ວ ເຮົາຍັງຕ້ອງຮູ້ເຖິງຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຕ່າງໆ ໃນນີ້ຈະເວົ້າສະເພາະບາງປະເພດດັ່ງນີ້:

1. **ສິນຄ້າທີ່ໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້** (Substitution goods) ເຊັ່ນ: ຊີ້ນໝູກັບຊີ້ນງົວ, ຊາກັບກາເຟ, ບົກກັບສີ່, ລົດໄຟກັບລົດໂດຍສານ, ລົດແທັກຊີ້ກັບລົດເມ ເປັນຕົ້ນ ຖ້າມີການປ່ຽນແປງໃນ ສິນຄ້າໜຶ່ງຈະມີຜົນກະທົບຕໍ່ສິນຄ້າອີກອັນໜຶ່ງ ຕົວຢ່າງ: ຖ້າລາຄາຂອງກາເຟສູງຂຶ້ນ ຜູ້ຊື້ຈະຊື້ກາເຟຫຼຸດລົງ ແລະ ປ່ຽນໄປຊື້ຊາຫຼາຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຊາຍ້າຍໄປທາງຂວາ.

2. **ສິນຄ້າທີ່ໃຊ້ປະກອບກັນ ຫຼື ຮ່ວມກັນ** (Complementary goods) ເຊັ່ນ: ລົດກັບນ້ຳມັນ, ກາເຟກັບນ້ຳຕານ, ປຶ້ມກັບສີ່, ເຄື່ອງຫຼິ້ນ DVD ກັບແຜ່ນ DVD ຖ້າມີການປ່ຽນແປງ ໃນສິນຄ້າ ຕົວໜຶ່ງ ຈະມີຜົນກະທົບຕໍ່ສິນຄ້າອີກຕົວໜຶ່ງ ຕົວຢ່າງ: ຖ້າລາຄານ້ຳມັນຫຼຸດລົງ ອຸປະສົງຕໍ່ລົດຈະເພີ່ມ ຂຶ້ນເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ລົດຈະຍ້າຍໄປທາງຂວາ.

3. **ສິນຄ້າປົກກະຕິ** (Normal goods) ມີຄຸນສົມບັດສຳຄັນຄື ປະລິມານຊື້ປ່ຽນແປງໂດຍກົງກັນກັບລະດັບລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ເປັນການພິຈາລະນາປະລິມານຊື້ ລວມກັບລາຍໄດ້ສິນຄ້າ ໂດຍທົ່ວໄປມັກມີຄຸນສົມບັດເຊັ່ນນີ້.

4. **ສິນຄ້າຄຸນນະພາບຕ່ຳ ຫຼື ສິນຄ້າຄົນຈົນ** (Inferior goods) ໝາຍເຖິງສິນຄ້າ ທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຊື້ໃນປະລິມານທີ່ໜ້ອຍລົງ ເມື່ອລາຍໄດ້ຂອງເຂົາເຈົ້າເພີ່ມຂຶ້ນ. ຕຳລາເສດຖະສາດຕະ ເວັນຕົກມັກຈະຍົກຕົວຢ່າງສິນຄ້າເປັນມັນຝຮັ່ງ ໂດຍເວົ້າວ່າ: ປະຊາຊົນທີ່ມີລາຍໄດ້ໜ້ອຍຈະບໍລິໂພກ ໜັກໄປທາງມັນຝຮັ່ງ. ຖ້າມີລາຍໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ຈະຫັນໄປບໍລິໂພກຊີ້ນຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ບໍລິໂພກມັນຝຮັ່ງ ໜ້ອຍລົງ. ເບິ່ງຈາກແງ່ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ຖືວ່າຊີ້ນເປັນອາຫານຂອງຄົນລວຍ (ອາຫານທີ່ມີຄຸນນະພາບ) (Superior goods) ຕົວຢ່າງສິນຄ້າເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ແກ່ອາຫານຕາມຮ້ານນ້ອຍຕ່າງໆ ແລະ ເສື້ອໂຫຼ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມຜູ້ຜະລິດບາງຄົນອາດສ້າງພາບໃຫ້ກັບສິນຄ້າຂອງຕົນວ່າ ເປັນສິນຄ້າສຳລັບຄົນມີລະດັບ ໂດຍຕັ້ງລາຄາສູງໆເພື່ອຂາຍໃຫ້ກັບຄົນລວຍໂດຍສະເພາະ ຫຼາຍກໍລະນີສິນຄ້າຄົນຈົນກັບສິນຄ້າຄົນລວຍກໍເປັນສິນຄ້າທີ່ຜະລິດຈາກໂຮງງານດຽວກັນ ເປັນສິນຄ້າຊຸດດຽວກັນ. ແຕ່ຕັ້ງລາຄາ

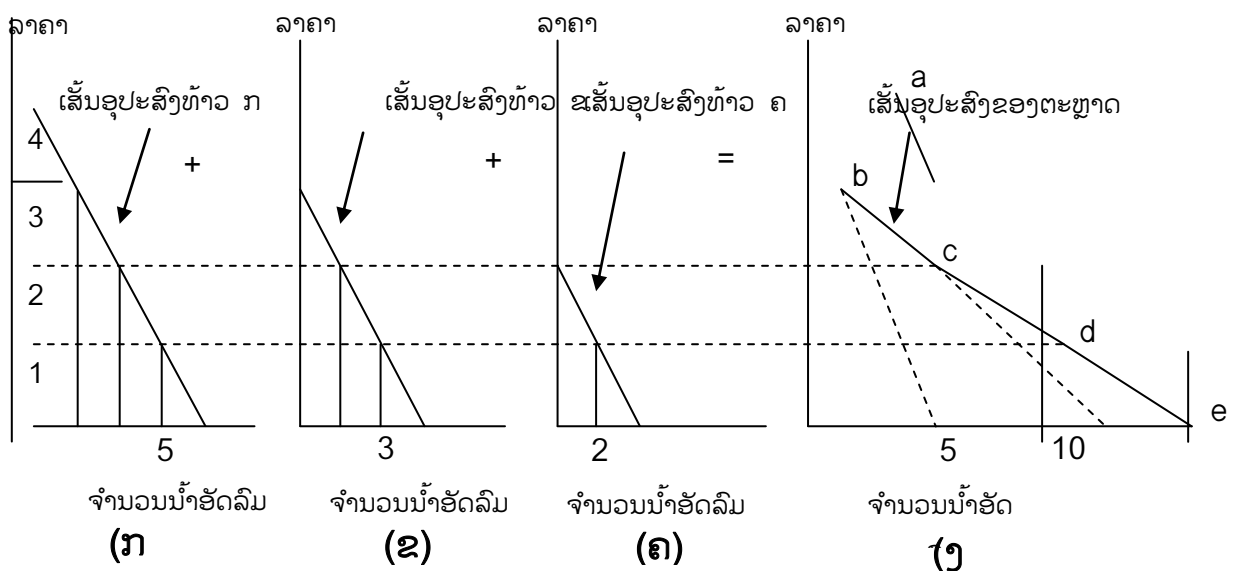
ສູງເມື່ອວາງຂາຍຢູ່ໃນ Supermarket, Shopping mall ແລະ ຕັ້ງລາຄາຕໍ່າກວ່າ ເມື່ອຂາຍໃນສະຖານທີ່ອື່ນໆ.

V. ອຸປະສົງຂອງບຸກຄົນ ແລະ ອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດ (Individual and Market Demand).

ເມື່ອຈາກປະລິມານສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກແຕ່ລະຄົນຊື້ໃນລະດັບລາຄາຕ່າງໆ ເມື່ອລວມກັນເຂົ້າຈະເທົ່າກັບປະລິມານຊື້ລວມຢູ່ລະດັບລາຄານັ້ນໆ. ດັ່ງນັ້ນ, ອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດສໍາລັບສິນຄ້າໃດຈຶ່ງຫາໄດ້ຈາກການລວມອຸປະສົງສໍາລັບສິນຄ້ານັ້ນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກແຕ່ລະຄົນ ຕາຕະລາງ 2.3 ຄືຕົວຢ່າງການຫາອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດນໍ້າອັດລົມປະເພດໜຶ່ງ ສົມມຸດວ່າ ໃນຕະຫຼາດນີ້ມີຜູ້ຊື້ພຽງ 3 ຄົນ ຄື: ທ. ກ, ທ. ຂ ແລະ ທ. ຄ. ວິທີການຄື ລວມຈຳນວນຊື້ຂອງຄົນທັງ 3 ໃນແຕ່ລະລະດັບລາຄາ ຜົນລວມຂອງຈຳນວນຊື້ລະດັບລາຄາໃດກໍຄືຈຳນວນຊື້ຂອງຕະຫຼາດຢູ່ລາຄານັ້ນເມື່ອໄດ້ຈຳນວນຊື້ຂອງຕະຫຼາດຢູ່ທຸກລະດັບຂອງລາຄາແລ້ວ ກໍນຳເອົາຕົວເລກເຫຼົ່ານັ້ນໄປຫາຈຸດຢູ່ໃນ ເສັ້ນສະແດງ ລາກເສັ້ນເຊື່ອມຈຸດເຫຼົ່ານີ້ເຂົ້າກັນ. ເສັ້ນທີ່ເກີດຂຶ້ນຄື: ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດນໍ້າອັດລົມປະເພດນັ້ນ.

ຕາຕະລາງທີ 2.3 ສະແດງອຸປະສົງຂອງບຸກຄົນ ແລະ ອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດນໍ້າອັດລົມ.

ລາຄາ	ທ້າວ ກ	ທ້າວ ຂ	ທ້າວ ຄ	ຕະຫຼາດ
0	7	5	4	16
1	5	3	2	10
2	3,5	1,5	0	5
3	2	0	-	2
4	0	-	-	0



ຮູບທີ 2.4 ສະແດງການຫາເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດຈາກເສັ້ນອຸປະສົງຂອງບຸກຄົນ.

ຕອນທີ 2: ອຸປະທານ (Supply)

ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າອຸປະສົງແບ່ງອອກເປັນ 3 ປະເພດ ແຕ່ສໍາລັບອຸປະທານແລ້ວມີພຽງປະເພດດຽວຄື: ອຸປະທານຕໍ່ລາຄາ. ອຸປະທານຄືຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການປະເພດໃດປະເພດໜຶ່ງ ທີ່ຜູ້ຜະລິດພ້ອມຈະຜະລິດອອກຂາຍຢູ່ໃນລະດັບລາຄາຕ່າງໆພາຍໃນໄລຍະເວລາທີ່ກຳນົດ.

I. ຕຳລາອຸປະທານ, ກົດແຫ່ງອຸປະທານ, ສົມຜົນອຸປະທານ, ຕາຕາລາງອຸປະທານ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານ.

(Supply Function, Law of Supply, Supply Equation, Supply Schedule and Supply Curve)

ຕຳລາອຸປະທານ (Supply function) ຄືການສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງປະລິມານສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຜະລິດເຕັມໃຈຜະລິດອອກຂາຍ (Q_x^s) ເຊິ່ງເປັນຕົວປ່ຽນຕາມ ກັບລະດັບລາຄາຕ່າງໆຂອງ ສິນຄ້ານັ້ນ (P_x) ຊຶ່ງຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ ແລະ ຖ້າຫາກກຳນົດໃຫ້ປັດໄຈອື່ນໆ ທີ່ອາດມີຜົນຕໍ່ປະລິມານການຜະລິດ/ຂາຍຢູ່ຄົງທີ່ ກໍ່ຈະສະແດງຕຳລາອຸປະທານໄດ້ດັ່ງນີ້:

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

ອ່ານວ່າປະລິມານຂາຍ (Q_x^s) ເປັນຕຳລາຂອງລາຄາສິນຄ້າ (P_x) ໝາຍຄວາມວ່າ ລາຄາເຊິ່ງເປັນຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະປ່ຽນຄ່າໄປ ປະລິມານຂາຍເຊິ່ງເປັນຕົວປ່ຽນຕາມຈະປ່ຽນຄ່າໄປນຳ.

ກົດແຫ່ງອຸປະທານ (Law of supply) ໃຫ້ຮູ້ວ່າປະລິມານຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການປະເພດໃດປະເພດໜຶ່ງທີ່ຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ພໍ່ຄ້າຕ້ອງການຈະຂາຍ ຍອມມີຜົນປ່ຽນແປງໂດຍກົງກັບລາຄາຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການນັ້ນໆສະເໝີ.

ຈາກກົດຂອງອຸປະທານ ສະແດງວ່າ: ເມື່ອລາຄາສິນຄ້າສູງຂຶ້ນ ຜູ້ຜະລິດມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຜະລິດສິນຄ້າອອກຂາຍຫຼາຍຂຶ້ນ ແຕ່ຖ້າລາຄາຫຼຸດລົງຜູ້ຜະລິດຈະຜະລິດນ້ອຍລົງ ທັງນີ້ອາດແບ່ງການພິຈາລະນາອອກເປັນ 2 ກໍລະນີຄື :

1. ກໍລະນີອຸປະທານຂອງຜູ້ຜະລິດສະເພາະບຸກຄົນ ເປົ້າໝາຍຂອງຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ຜູ້ຂາຍຄືກຳໄລ ໂດຍທົ່ວໄປເມື່ອລາຄາສິນຄ້າສູງ ຜູ້ຜະລິດຈະໄດ້ກຳໄລຫຼາຍຈົ່ງຜະລິດຫຼາຍແຕ່ຖ້າສິນຄ້າມີລາຄາຕ່ຳຜູ້ຜະລິດມັກຈະໄດ້ຮັບກຳໄລຕ່ຳຈຶ່ງຜະລິດໜ້ອຍ.

2. ກໍລະນີອຸປະທານຕະຫຼາດ ເມື່ອສິນຄ້າມີລາຄາຕ່ຳລົງ ຜູ້ຜະລິດບາງຄົນທີ່ມີຕົ້ນທຶນການຜະລິດສະເລ່ຍຕໍ່ຫົວໜ່ວຍສູງ (ປະສິດທິພາບການຜະລິດຕ່ຳ) ຈະບໍ່ສາມາດເຂົ້າມາຜະລິດ, ມີແຕ່ຜູ້ຜະລິດທີ່ມີຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ຫົວໜ່ວຍຕ່ຳ (ຕ່ຳກວ່າຫຼືເທົ່າກັບລາຄາຕະຫຼາດ) ຈຶ່ງຈະສາມາດຜະລິດ ເຮັດໃຫ້ປະລິມານສິນຄ້າໃນຕະຫຼາດມີໜ້ອຍ ກົງກັນຂ້າມ ເມື່ອສິນຄ້າມີລາຄາສູງຂຶ້ນ ຜູ້ຜະລິດບາງຄົນມີຕົ້ນທຶນການຜະລິດສະເລ່ຍຕໍ່ຫົວໜ່ວຍສູງ (ແຕ່ຍັງຕ່ຳກວ່າ ຫຼື ເທົ່າກັບລາຄາຕະຫຼາດ) ຈະສາມາດເຂົ້າມາຜະລິດ ເຮັດໃຫ້ປະລິມານການຜະລິດໃນຕະຫຼາດມີຫຼາຍຂຶ້ນ .

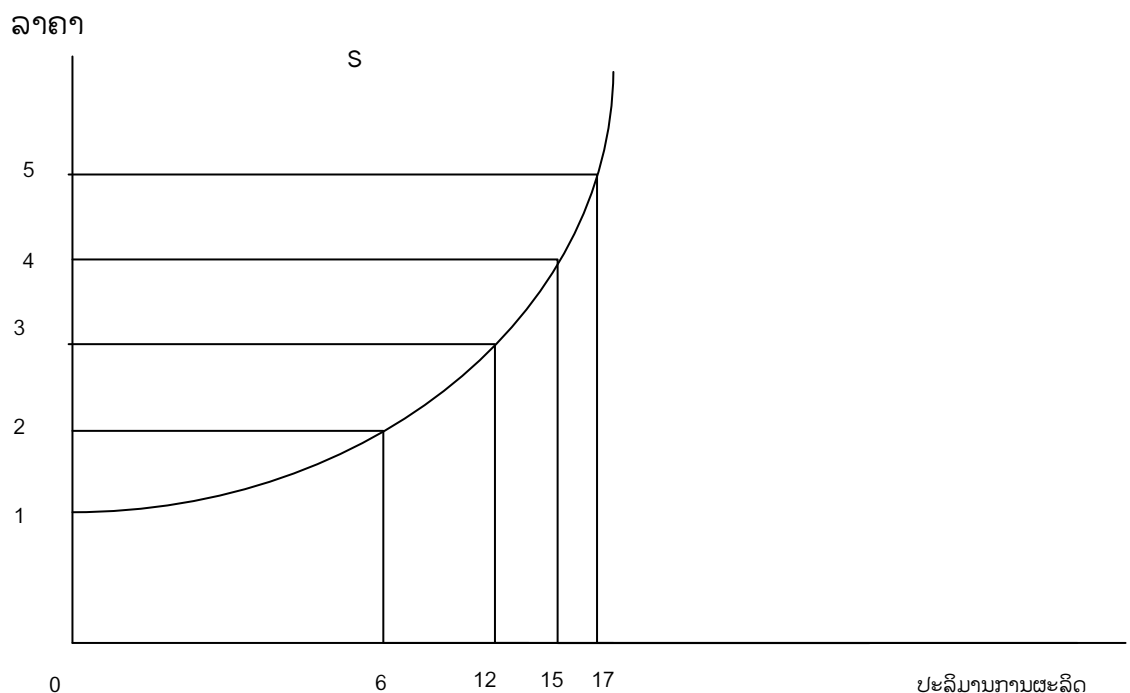
ສົມຜົນອຸປະທານ (supply equation) ຄືການສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງລາຄາສິນຄ້າກັບປະລິມານຂາຍໃນຮູບແບບທີ່ຊັດເຈນກວ່າພັງຊັນ ສົມຜົນອຸປະທານອາດເປັນສົມຜົນເສັ້ນຊື່ (ເຊັ່ນ : $Q_x^s = 5 + 4P_x$) ແລະ ສົມຜົນທີ່ບໍ່ແມ່ນເສັ້ນຊື່ (ເຊັ່ນ : $Q_x^s = 5 + 4P_x^2$).

ຕາຕາລາງອຸປະທານ (Supply schedule) ຕາມສົມຜົນອຸປະທານເຮົາສາມາດສ້າງເປັນຕາຕະລາງອຸປະທານດັ່ງສະແດງໃນຕາຕາລາງທີ່ 2.4 ໂດຍການກຳນົດຄ່າຂອງລາຄາ (P_x) ຕ່າງໆ ແລ້ວຄິດໄລ່ຫາຄ່າຂອງປະລິມານການຜະລິດ (Q_x^s).

ເສັ້ນອຸປະທານ (Supply curve) ຈາກຕົວເລກໃນຕາຕາລາງທີ່ 2.4 ເມື່ອເອົາຄ່າຂອງລາຄາສິນຄ້າ (P_x) ແລະ ຄ່າປະລິມານສິນຄ້າ (Q_x^s) ທີ່ຖືກກັນໄປຫາຈຸດເທິງແຜ່ນເຈ້ຍທີ່ແຕ້ມເສັ້ນສະແດງຈະໄດ້ຈຸດຕ່າງໆ ເມື່ອລາກເສັ້ນເຊື່ອມຕໍ່ຈຸດເຫຼົ່ານີ້ຈະໄດ້ເສັ້ນອຸປະທານຂອງສິນຄ້າ ຊຶ່ງມີລັກສະນະຂີດລົງຈາກຂວາໄປຫາຊ້າຍ ຄືເສັ້ນ S ແລະ ມີຄ່າຄວາມຊັນເປັນລົບ (ດັ່ງຮູບທີ່ 2.5).

ຕາຕາລາງ 2.4 ສະແດງຈຳນວນໝາກແຕງ ທີ່ຜູ້ຜະລິດຄົນໜຶ່ງຍິນດີຈະນຳອອກຂາຍທີ່ ລະດັບລາຄາຕ່າງໆ

ລາຄາສິນຄ້າຕໍ່ໜ່ວຍ (ກີບ)	ປະລິມານຂາຍ (Kg)
5	17
4	15
3	12
2	6
1	0



ຮູບທີ່ 2.5 ສະແດງເສັ້ນອຸປະທານ

II. **ຕົວກຳນົດອຸປະທານ** ໝາຍເຖິງຕົວປ່ຽນ ຫຼື ປັດໃຈຕ່າງໆ ຊຶ່ງມີຜົນຕໍ່ຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຜະລິດມີຈຸດປະສົງທີ່ຈະຜະລິດອອກມາຂາຍ ນອກຈາກລາຄາຂອງສິນຄ້າຕົວທີ່ເຮົາກຳລັງສຶກສາ (P_x) ອັນເປັນ

ຕົວກຳນົດໂດຍກົງ (direct determinant) ແລ້ວຍັງມີຕົວກຳນົດອື່ນໆ ຊຶ່ງຖືເປັນຕົວກຳນົດໂດຍ
ທາງອ້ອມດັ່ງນີ້ :

1. ນະໂຍບາຍ ຫຼື ຈຸດໝາຍຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ໂດຍທົ່ວໄປຈຸດໝາຍຂອງໜ່ວຍຜະລິດອາດ
ແບ່ງໄດ້ເປັນ 2 ແບບ ແບບໜຶ່ງມີຈຸດປະສົງຜະລິດສິນຄ້າທີ່ມີຄຸນນະພາບ ແລະ ລາຄາຕ່ຳ ຫຼື ປານ
ກາງ ຊຶ່ງຂາຍໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປ ຊຶ່ງຈຳນວນຫຼາຍແນ່ໃສ່ການຜະລິດປະລິມານຫຼາຍ ເຊັ່ນ : ບໍລິສັດ
ຜະລິດລົດໃຫຍ່ບາງແຫ່ງຫວຽດ ຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຊື້ລາຍໄດ້ປານກາງ, ສ່ວນອີກແບບໜຶ່ງພັດທະນາຜະລິດສິນ
ຄ້າທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະດ້ານໃດດ້ານໜຶ່ງ ເຊັ່ນ: ມີຄຸນນະພາບສູງ ແລະ ລາຄາກໍ່ສູງຕາມໄປດ້ວຍ
ໂດຍມີການອອກແບບທັນສະໄໝ ແລະ ເດັ່ນກວ່າສິນຄ້າຂອງຜູ້ຜະລິດຄົນອື່ນ ປະລິມານການຜະລິດ
ຈະມີໜ້ອຍ ເຊັ່ນ: ບໍລິສັດຜະລິດລົດໃຫຍ່ທີ່ຫວຽດຕະຫຼາດຜູ້ຊື້ທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງ.

2. ສະພາບເຕັກນິກທີ່ໃຊ້ໃນການຜະລິດ ເມື່ອຄວາມຮູ້ທາງດ້ານວິທະຍາສາດຈະເລີນຂຶ້ນ ແລະ
ສາມາດນຳມາໝູນໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ກໍ່ຈະມີສິນຄ້າແປກໆ ໃໝ່ໆ ນັບມື້ນັບເພີ່ມຫຼາຍ
ຂຶ້ນ ຕົວຢ່າງ: ການຄົ້ນພົບວັດຖຸສັງເຄາະ ທີ່ເອີ້ນວ່າ ພຣາສຕິກ ໄດ້ກໍ່ໃຫ້ເກີດສິນຄ້າໃໝ່ໆນັບເປັນ
ພັນໆປະເພດຊຶ່ງເຮັດຈາກພຣາສຕິກ ຫຼື ການໃຫ້ດາວທຽມ ແລະ ສາຍເຄເບິນເພື່ອການສື່ສານ ເຮັດ
ໃຫ້ມີຜະລິດຕະພັນໃໝ່ໆ ກ່ຽວກັບການສື່ສານເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ.

3. ລາຄາຂອງສິນຄ້າອື່ນ ເມື່ອສິນຄ້າປະເພດໃດໜຶ່ງມີລາຄາສູງຂຶ້ນເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດຢາກຜະ
ລິດຫຼາຍຂຶ້ນທັງນີ້ເພາະຜູ້ຜະລິດຕ່າງກໍ່ຫວັງກຳໄລເປັນສຳຄັນ ເຊັ່ນ : ການຜະລິດໃນດ້ານກະສິກຳ
ເມື່ອລາຄາຂອງພືດບາງປະເພດມີລາຄາສູງຂຶ້ນ ຊາວກະສິກອນກໍ່ຈະຫັນມາປູກພືດປະເພດນັ້ນແທນພືດ
ປະເພດທີ່ປູກມາກ່ອນ ຫຼື ຖ້າເປັນພືດປະເພດດຽວກັບພືດທີ່ປູກຢູ່ແລ້ວ ກໍ່ຈະປູກຫຼາຍຂຶ້ນກວ່າເກົ່າໂດຍ
ການເພີ່ມເນື້ອທີ່ປູກ.

4. ລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດ ຫາກລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດສູງຂຶ້ນ ຕົ້ນທຶນການ
ຜະລິດກໍ່ສູງຂຶ້ນດ້ວຍ ກຳໄລກໍ່ຈະລຸດລົງ ຜູ້ຜະລິດທີ່ບໍ່ສາມາດລຸດຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ກໍ່ອາດຕ້ອງລຸດ
ການຜະລິດ.

5. ຈຳນວນຂອງຜູ້ຜະລິດ ຜູ້ຂາຍໃນຕະຫຼາດ ໃນກໍລະນີທີ່ຕະຫຼາດມີຜູ້ຜະລິດຈຳນວນຫຼາຍ
ປະ ລິມານທັງໝົດໃນຕະຫຼາດ ກໍ່ຈະມີຫຼາຍກວ່າກໍລະນີທີ່ຕະຫຼາດມີຜູ້ຜະລິດພຽງຜູ້ດຽວ ເພາະຕະຫຼາດ
ແບບ ຫຼັງອາດບໍ່ສົນໃຈໃນການເພີ່ມປະລິມານຂາຍ ແຕ່ອາດສົນໃຈຕັ້ງລາຄາຂາຍໃຫ້ສູງທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະ
ເຮັດ ໄດ້ ທັງນີ້ເນື່ອງຈາກມີອຳນາດຜູກຂາດ ແລະ ບໍ່ຕ້ອງກັງວົນກັບຊູ່ແຂ່ງ.

6. ຕົວກຳນົດອື່ນໆທີ່ອາດມີຜົນຕໍ່ອຸປະທານມີຫຼາຍ ແບ່ງເປັນຕົວກຳນົດທີ່ເກີດຈາກຄົນ ອາດມີ
ການປະທ້ວງ, ສົງຄາມ, ການອອກກົດໝາຍໃໝ່ ຫຼື ແກ້ໄຂກົດໝາຍເກົ່າ ການປ່ຽນແປງດ້ານອາກອນ
ນະໂຍບາຍຂອງລັດຖະບານ ແລະ ຕົວກຳນົດທີ່ບໍ່ແມ່ນເກີດຈາກຄົນ ເຊັ່ນ: ອາກາດແຫ້ງແລ້ງ ນ້ຳຖ້ວມ
ໄຟໄໝ້ ໂລກລະກົບ ແລະອື່ນໆ.

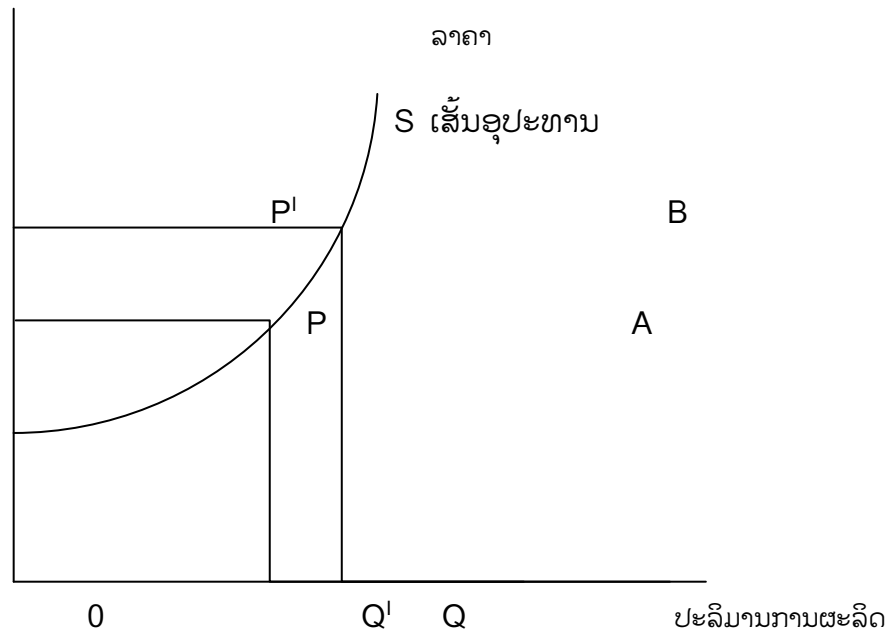
ເຮົາສາມາດສະແດງການພົວພັນ ລະຫວ່າງປະລິມານຂາຍກັບຕົວກຳນົດອຸປະທານເຫຼົ່ານີ້ດ້ວຍ
ສົມຜົນອຸປະທານດັ່ງນີ້:

$$Q_x = f (P_x B_1 B_2)$$

ໃນການສຶກສາທິດສະດີອຸປະທານເຫັນວ່າລາຄາສິນຄ້າ (P_x) ທີ່ເປັນຕົວກຳນົດທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່
ປະລິມານຂາຍ (Q_x) ຫຼາຍທີ່ສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງໃຫ້ P_x ເປັນ ຕົວກຳນົດອຸປະທານໂດຍກົງ ສ່ວນຕົວ
ປ່ຽນອື່ນໆທີ່ເຫຼືອເປັນ ຕົວກຳນົດອຸປະທານໂດຍອ້ອມ.

I. ການປ່ຽນແປງປະລິມານຂາຍ (Change in the Quantity Supplied)

ການປ່ຽນແປງປະລິມານການຜະລິດ, ການຂາຍເກີດຈາກລາຄາສິນຄ້າ (ຕົວກຳນົດໂດຍກົງ) ປ່ຽນແປງ ເຮັດໃຫ້ປະລິມານການຜະລິດ, ການຂາຍປ່ຽນແປງ ເປັນການຍ້າຍອີກຈຸດໜຶ່ງໄປອີກຈຸດໜຶ່ງຕາມເສັ້ນອຸປະທານດຽວກັນ.



ຮູບທີ 2.6 ສະແດງການປ່ຽນແປງປະລິມານຂາຍ

ຈາກຮູບທີ່ 2.6 ຈະເຫັນໄດ້ວ່າເມື່ອລາຄາສິນຄ້າປ່ຽນແປງຈາກ OP ເປັນ OP' ປະລິມານຂາຍຈະປ່ຽນຈາກ OQ ເປັນ QQ' ແລະຈຸດ A ເທິງເສັ້ນອຸປະທານຈະເລື່ອນມາຢູ່ທີ່ຈຸດ B.

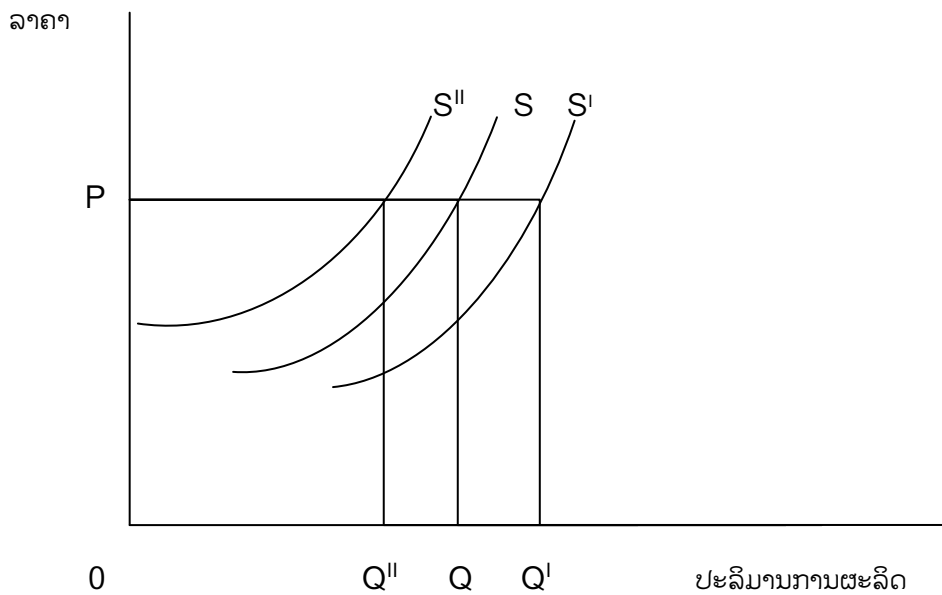
II. ການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະທານ (Shifts in Supply Curve)

ການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະທານ ໝາຍເຖິງການຍ້າຍຕຳແໜ່ງຂອງເສັ້ນອຸປະທານ ເຊິ່ງເກີດຈາກຕົວກຳນົດຕົວໃດຕົວໜຶ່ງຫຼືຫຼາຍຕົວໄດ້ປ່ຽນແປງໄປ (ເຊັ່ນ: ຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ແລະ ເທັກໂນໂລຢີ ເປັນຕົ້ນ) ເຮັດໃຫ້ປະລິມານຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື ລຸດລົງ ຈາກແຕ່ລະດັບລາຄາເດີມ.

ຈາກຮູບທີ່ 2.7 ສົມມຸດວ່າ S ເປັນເສັ້ນອຸປະທານຂອງເຄື່ອງຫຼິ້ນ DVD ຍີ່ຫໍ້ໜຶ່ງລະດັບລາຄາ OP ປະລິມານການຜະລິດ ແລະ ປະລິມານຂາຍເທົ່າກັບ OQ ຕໍ່ມາຜູ້ຜະລິດໄດ້ນຳເທັກໂນໂລຢີ ໃໝ່ມາໃຊ້ໃນການຜະລິດ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນການຜະລິດລຸດລົງ ເຮັດໃຫ້ປະລິມານການຜະລິດ ແລະ ປະລິມານຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ OQ ເປັນ OQ' ໃນທຳນອງດຽວກັນ ຫາກພິຈາລະນາໃນລະດັບລາຄາອື່ນໆ ຕົ້ນເຫດດັ່ງກ່າວຈະໃຫ້ຜົນໄດ້ຮັບອັນດຽວນັ້ນແມ່ນປະລິມານການຜະລິດ ແລະ ປະລິມານຂາຍຈະເພີ່ມຂຶ້ນທຸກລະດັບລາຄາ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນອຸປະທານຈຶ່ງຍ້າຍຈາກ S ໄປຢູ່ທີ່ S' ກໍລະນີນີ້ເອີ້ນວ່າ: ອຸປະທານເພີ່ມຂຶ້ນ (increase in supply) ເຊິ່ງໝາຍເຖິງປະລິມານຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນທຸກລະດັບລາຄາ.

ໃນກໍລະນີກົງກັນຂ້າມທຸກລະດັບລາຄາເດີມ ຫາກມີເຫດປັດໄຈທີ່ເຮັດໃຫ້ປະລິມານການຜະລິດ ຫຼື ຂາຍລຸດລົງ ເສັ້ນອຸປະທານຈະຍ້າຍມາຢູ່ເສັ້ນເດີມເອີ້ນປະກົດການນີ້ວ່າ: ອຸປະທານລຸດລົງ (decrease in supply) ຕາມຮູບທີ່ 2.7 ຕົວຢ່າງ: ລາຄາ OP ຄົງເດີມປະລິມານການຜະລິດ ຫຼື ຂາຍ

ລຸດລົງຈາກ OQ ເປັນ OQ'' ລະດັບລາຄາອື່ນປະລິມານການຜະລິດ ຫຼື ຂາຍຈະລຸດລົງເຊັ່ນກັນ ເສັ້ນອຸປະທານຍ້າຍຈາກ S ມາເປັນເສັ້ນ S'' .



ຮູບທີ່ 2.7 ການສະແດງການຍ້າຍເສັ້ນອຸປະທານ

III. ການກຳນົດລາຄາ ແລະຄວາມສົມດູນຂອງຕະຫຼາດ

(Price Determination and Equilibrium)

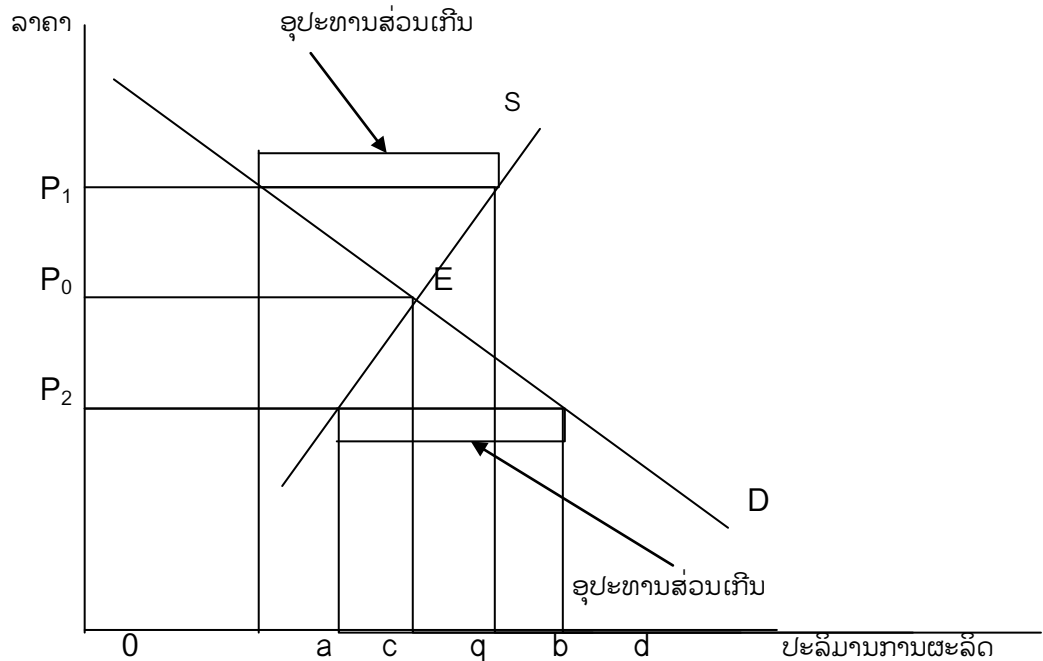
ໂດຍເຫດທີ່ຕັ້ງອຸປະສົງແລະອຸປະທານຕ່າງກໍມີການພົວພັນຫຼືຂຶ້ນກັບລາຄາຂອງສິນຄ້າ ດັ່ງນັ້ນ, ປະລິມານສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍຕ້ອງການຂາຍຈະປັບຕົວຕາມລະດັບສິນຄ້າ ທີ່ປ່ຽນແປງໄປ ແຕ່ເນື່ອງຈາກການປັບຕົວຂອງປະລິມານຊື້ (Quantity demanded) ແລະປະລິມານຂາຍ (Quantity supplied) ເປັນຄົນລະທິດທາງດັ່ງໄດ້ເວົ້າມາແລ້ວໃນກົດຂອງອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານ ດັ່ງນັ້ນ, ການປັບຕົວນີ້ຈະເປັນເຫດຜົນໃຫ້ປະລິມານຊື້ ແລະປະລິມານຂາຍເທົ່າກັນພໍດີ ລະດັບລາຄາໃດລາຄາໜຶ່ງເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າລະດັບລາຄານັ້ນທີ່ຈຳນວນຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ໃນຕອນນັ້ນຈະເທົ່າກັບຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຜະລິດຈ້ອງການທີ່ຈະຜະລິດອອກຂາຍໃນໄລຍະດຽວກັນພໍດີ ແລະນີ້ແມ່ນລາຄາສົມດູນ.

ຖ້າອີງຕາມຫຼັກເສດຖະສາດ ໃນຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນລາຄາສິນຄ້າຫຼືບໍລິການປະເພດໃດຈະກຳນົດໂດຍອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຂອງສິນຄ້າຫຼືບໍລິການປະເພດນັ້ນ. ລາຄາສົມດູນ ແລະ ປະລິມານສົມດູນຈະເກີດພ້ອມກັນ ເຊິ່ງປະລິມານຊື້ກົງກັບປະລິມານຂາຍພໍດີ ແລະ ເອີ້ນສະພາວະດັ່ງກ່າວນີ້ວ່າ: ຄວາມສົມດູນຂອງຕະຫຼາດ.

ລາຄາສົມດູນ ແລະ ປະລິມານສົມດູນນີ້ເມື່ອເກີດຂຶ້ນແລ້ວຈະຄົງຢູ່ແບບນັ້ນຈົນກ່ວາອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານບໍ່ປ່ຽນແປງ ຖ້າລາຄາປ່ຽນແປງໄປຈາກຄວາມສົມດູນດ້ວຍເຫດໃດກໍຕາມຈະເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຂາດຄວາມສົມດູນ ລາຄາທີ່ປ່ຽນໄປຈາກຄວາມສົມດູນຈຶ່ງຄົງຢູ່ບໍ່ໄດ້ ຕ້ອງປ່ຽນແປງຢູ່ເລື້ອຍໆ ຈົນເກີດລາຄາສົມດູນອີກເທື່ອໜຶ່ງຈຶ່ງຈະຢຸດໄດ້.

ເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຕັດກັນຢູ່ທີ່ຈຸດ E ສະນັ້ນ, ລາຄາ ແລະ ປະລິມານຄວາມສົມດູນຈຶ່ງຖືກກຳນົດຂຶ້ນ ລະດັບເຊິ່ງກົງກັບຈຸດນີ້ OP_0 ຄືລາຄາສົມດູນ Oq ຄືປະລິມານສົມດູນ ລະ

ດັບລາຄາໃດໆທີ່ສູງກວ່າລາຄາສົມດູນ (OP_0) ຈະປະກົດວ່າຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ມີໜ້ອຍກວ່າຈຳນວນສິນຄ້າ ທີ່ຜູ້ຜະລິດນຳມາຂາຍ ສົມມຸດວ່າລາຄາສິນຄ້າໃນຕະຫຼາດໃນຕອນນັ້ນ ຢູ່ທີ່ OP_1 ຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ເທົ່າກັບ Oa ສ່ວນຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຜະລິດຕ້ອງການ



ຮູບທີ່ 2.8 ສະແດງລາຄາ ແລະ ປະລິມາສົມດູນ

ຂາຍຄື Ob ດັ່ງນັ້ນ, ປະລິມານຊື້ຈະນ້ອຍກວ່າປະລິມານຂາຍເປັນຈຳນວນ ab ເຊິ່ງເອີ້ນວ່າ: ອຸປະທານສ່ວນເກີນ (excess supply) ສະແດງວ່າລາຄາສິນຄ້າລະດັບ OP_1 ນີ້ສູງເກີນໄປຫຼືສູງເກີນ ອຳນາດຊື້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກສ່ວນໜຶ່ງເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ຂາຍບໍ່ໝົດ ຈົນກວ່າຈະເກີດລາຄາສົມດູນ ເຊິ່ງຜູ້ຜະລິດຈະເຫັນວ່າປະລິມານຂາຍຂອງຕົນມີພໍດີກັບປະລິມານຊື້ຈຶ່ງຂາຍໄດ້ໝົດບໍ່ມີສິນຄ້າຄ້າງເຫຼືອ.

ໃນກໍລະນີກົງກັນຂ້າມທີ່ລະດັບລາຄາໃດໆ ທີ່ຢູ່ຕໍ່າກວ່າລາຄາສົມດູນປະກົດວ່າຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຊື້ມີຫຼາຍກວ່າຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຜະລິດປະສົງຈະນຳອອກຂາຍສ່ວນຂອງປະລິມານຊື້ທີ່ຫຼາຍກວ່າປະລິມານຂາຍນີ້ເອີ້ນວ່າ: ອຸປະສົງສ່ວນເກີນ (excess demand) ສົມມຸດວ່າລາຄາສິນຄ້າໃນຕອນນັ້ນຢູ່ທີ່ OP_2 ຕາມຮູບຈະເຫັນວ່າທີ່ລາຄາ OP_2 ຜູ້ຊື້ຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້າຈຳນວນ Od ແຕ່ຜູ້ຂາຍມີສິນຄ້າສຳລັບຂາຍພຽງ Oc ສິນຄ້າຈຶ່ງມີບໍ່ພໍຂາຍຄືຂາດໄປທີ່ຜູ້ຊື້ຕ້ອງການທັງໝົດເປັນຈຳນວນ cd ຖ້າເປັນດັ່ງນັ້ນຜູ້ຜະລິດສາມາດປັບລາຄາສິນຄ້າໃຫ້ສູງຂຶ້ນເພາະຜູ້ຊື້ແຂ່ງກັນຊື້ສິນຄ້າ ລາຄາຈະສູງຂຶ້ນເລື້ອຍໆຈົນກວ່າຈະຮອດລາຄາສົມດູນຈຶ່ງຢຸດ ເມື່ອລາຄາສູງຂຶ້ນມາຮອດລາຄາສົມດູນແລ້ວຈະປະກົດວ່າປະລິມານຊື້ມີພໍດີກັບປະລິມານຂາຍຈຶ່ງບໍ່ມີສິ່ງໃດຊັກຈູງໃຫ້ລາຄາປ່ຽນແປງຕໍ່ໄປອີກ.

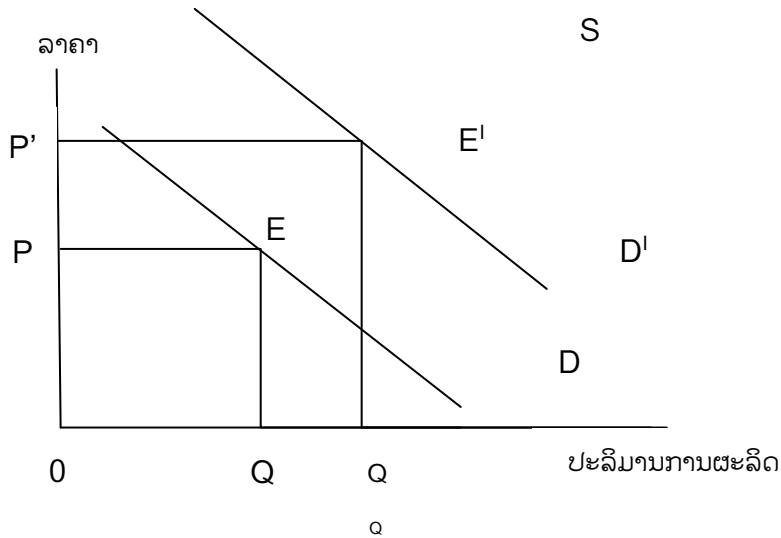
ຈາກທີ່ເວົ້າມາຈຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າ ຄວາມສົມດູນ ເມື່ອເກີດຂຶ້ນແລ້ວຈະຄົງຢູ່ແບບນັ້ນຕະຫຼອດໄປ ແລະ ຖ້າມີເຫດໃດໆມາເຮັດໃຫ້ສະພາບການທີ່ເປັນຈິງຫ່າງໄກຈາກຄວາມສົມດູນເມື່ອໃດຈະຕ້ອງມີແຮງຊຸກຍູ້ໃຫ້ກັບໄປຢູ່ທີ່ຄວາມສົມດູນສະເໝີ ເທົ່າທີ່ເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຍັງຄົງເດີມ.

IV. ການປ່ຽນແປງຄວາມສົມດູນແລະຕົວຢ່າງ

(Change in Equilibrium and Examples)

ດັ່ງໄດ້ເວົ້າວ່າການປ່ຽນແປງຂອງອຸປະສົງແລະອຸປະທານ(ຍ້າຍເສັ້ນ) ເກີດຈາກຕົວກຳນົດໂດຍທາງອ້ອມເປັນອຸປະສົງ ແລະອຸປະທານປ່ຽນແປງໄປ ການປ່ຽນແປງອຸປະສົງແລະອຸປະທານຈະເຮັດໃຫ້ຄວາມສົມດູນຍ້າຍຕຳແໜ່ງໄປນຳ ຕໍ່ໄປນີ້ສະແດງການປ່ຽນແປງຄວາມສົມດູນແບບຕ່າງໆໂດຍສົມມຸດກໍລະນີຕົວຢ່າງຕ່າງໆກັນ.

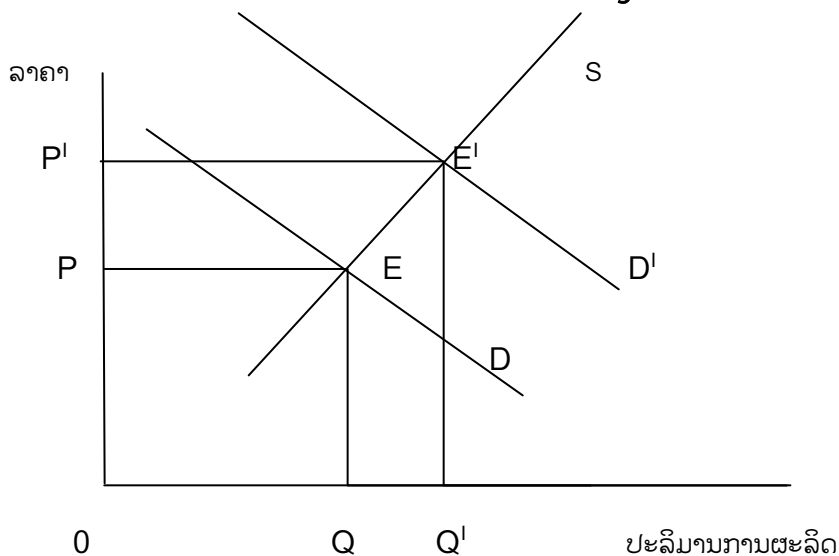
ຕົວຢ່າງທີ 1



ຮູບທີ 2.9 (ກ)

ສົມມຸດວ່າ D ແລະ S ເປັນເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຂອງຜ້າໄໝຕາມລຳດັບ ຊຶ່ງມີຈຸດສົມດູນທີ່ຈຸດ E ຕໍ່ມາເມື່ອມີການສົ່ງເສີມໃຫ້ນຳໃຊ້ສິນຄ້າລາວ ຄວາມນິຍົມໃນການໃຊ້ຜ້າໄໝຕັດເປັນເຄື່ອງນຸ່ງຈຶງເພີ່ມຂຶ້ນ ຜູ້ທີ່ບໍ່ເຄີຍໃຊ້ກໍ່ຫັນມາໃຊ້ ສ່ວນຜູ້ທີ່ໃຊ້ຢູ່ແລ້ວກໍ່ຫັນມາໃຊ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ທັງນີ້ສະແດງວ່າລົດນິຍົມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ປ່ຽນແປງໃນທາງທີ່ຕ້ອງການໃຊ້ຜ້າໄໝຫຼາຍຂຶ້ນ ຈຶງເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດຂອງຜ້າໄໝຍ້າຍໄປຢູ່ທາງຂວາຂອງເສັ້ນເດີມ ແລະ ເປັນອຸປະສົງເສັ້ນໃໝ່ຄື D' ອຸປະສົງເສັ້ນໃໝ່ນີ້ຈະຕັດເສັ້ນອຸປະທານທີ່ຍັງຄົງຢູ່ທີ່ຕຳແໜ່ງເດີມຄືຈຸດ E' ດັ່ງນັ້ນ, ຈຸດສົມດູນຈຶ່ງປ່ຽນຈາກຈຸດ E ເປັນຈຸດ E' ລາຄາ ແລະ ປະລິມານສົມດູນຈຶ່ງປ່ຽນເປັນ OP' ແລະ OP ຕາມລຳດັບ.

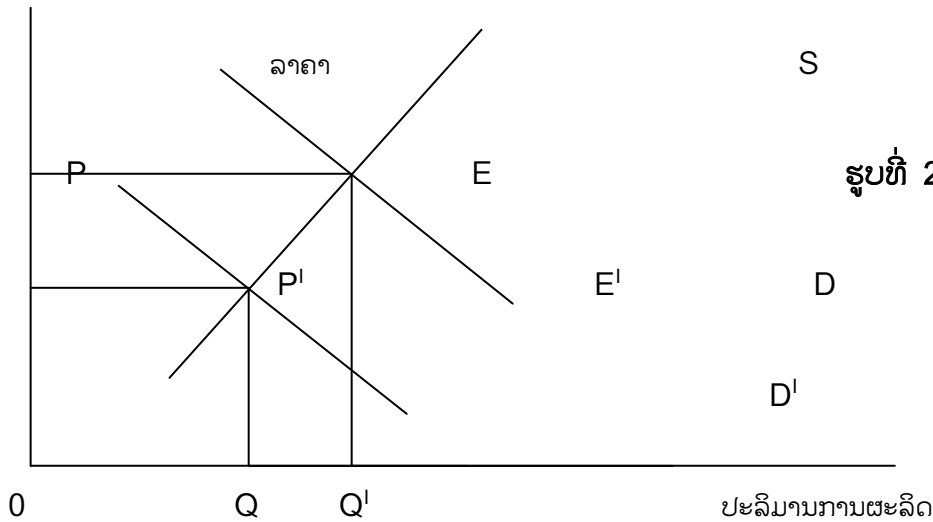
ຕົວຢ່າງທີ 2



ຮູບທີ 2.9 (ຂ)

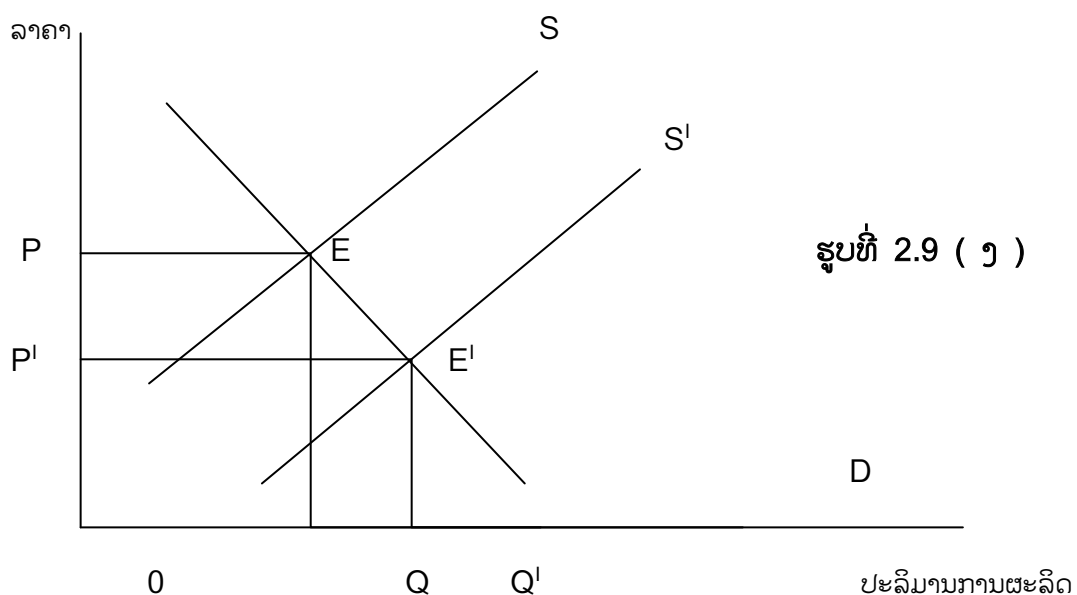
ສົມມຸດວ່າ D ແລະ S ເປັນເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຂອງເຄື່ອງປັບອາກາດ ຊຶ່ງມີຈຸດສົມດຸນທີ່ຈຸດ E ຕໍ່ມາລັດວິສາຫະກິດໄຟຟ້າລາວໄດ້ປະກາດຫຼຸດອັດຕາຄ່າໄຟຟ້າ ເນື່ອງຈາກໄຟຟ້າ ແລະ ເຄື່ອງປັບອາກາດເປັນສິນຄ້າໃຊ້ຮ່ວມກັນ ເມື່ອອັດຕາຄ່າໄຟຟ້າຫຼຸດລົງສິ່ງຜົນໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ ເສັ້ນອຸປະສົງໃໝ່ຍ້າຍມາທາງຂວາ ແລະ ຈຸດສົມດຸນໃໝ່ປ່ຽນເປັນຈຸດ E' ທັງລາຄາ ແລະ ປະລິມານໃໝ່ຕ່າງເພີ່ມຂຶ້ນ.

ຕົວຢ່າງທີ 3



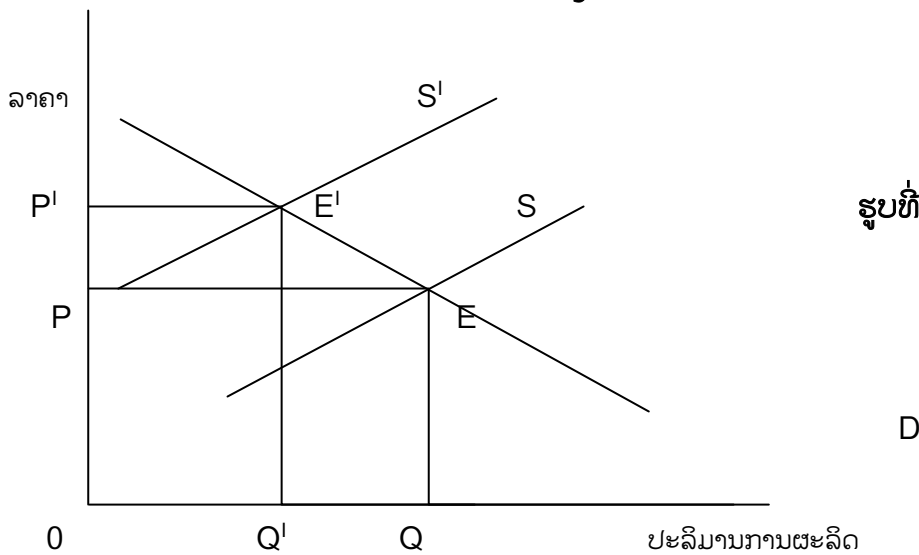
ສົມມຸດວ່າ D ແລະ S ເປັນເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຂອງຊີ້ນງົວ ຊຶ່ງມີຈຸດສົມດຸນທີ່ຈຸດ E ຕໍ່ມາທາງການຄ້າພາຍໃນໄດ້ປະແຈ້ງການບັງຄັບໃຫ້ເຈົ້າຂອງຮ້ານຂາຍຊີ້ນໝູທຸກຮ້ານໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນຫຼຸດລາຄາລົງຈາກເດີມ ເພາະວ່າຊີ້ນໝູ ແລະ ຊີ້ນງົວເປັນສິນຄ້າທົດແທນກັນໄດ້ເມື່ອລາຄາຊີ້ນໝູຫຼຸດລົງ ເສັ້ນອຸປະສົງໃໝ່ຂອງຊີ້ນງົວຍ້າຍໄປທາງຊ້າຍຂອງ S' ທັງລາຄາ ແລະ ປະລິມານໃໝ່ຕ່າງກໍ່ຫຼຸດລົງ.

ຕົວຢ່າງທີ 4



ສົມມຸດວ່າ D ແລະ S ເປັນເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຂອງເຮືອນພັກທີ່ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຈຸດສົມດຸນທີ່ຈຸດ E ຕໍ່ມາມີນັກລົງທຶນໄປລົງທຶນສ້າງເຮືອນພັກຫຼາຍຂຶ້ນ ເສັ້ນອຸປະທານຍ້າຍມາທາງເບື້ອງຂວາເປັນເສັ້ນ S' ຈຸດສົມດຸນໃໝ່ປ່ຽນເປັນຈຸດ E' ລາຄາຫຼຸດລົງແຕ່ປະລິມານສູງຂຶ້ນ.

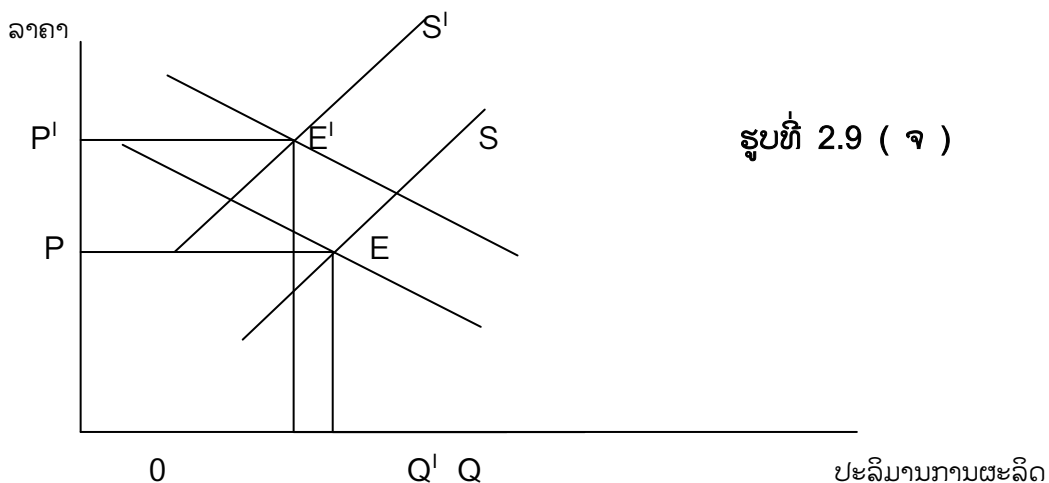
ຕົວຢ່າງທີ 5



ຮູບທີ່ 2.9 (ງ)

ສົມມຸດວ່າ D ແລະ S ເປັນເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຂອງໝາກມື້ເມື່ອປີທີ່ຜ່ານມາ ຊຶ່ງມີ ຈຸດສົມດຸນທີ່ຈຸດ E , ສົມມຸດວ່າ ລະດູຝົນປີນີ້ຝົນຕົກໜັກສ້າງຄວາມເສຍຫາຍແກ່ສວນໝາກມື້ກວມເນື້ອທີ່ຂອງຫຼາຍແຂວງທີ່ປູກໝາກໄມ້ປະເພດດັ່ງກ່າວອຸປະທານໝາກມື້ປີນີ້ຫຼຸດລົງ (ສົມມຸດວ່າອຸປະທານຕໍ່ໝາກມື້ປີນີ້ຄືກັບປີຜ່ານມາ) ອຸປະທານຂອງໝາກມື້ຍ້າຍໄປທາງຊ້າຍເປັນ S' ຈຸດສົມດຸນໃໝ່ ປ່ຽນເປັນຈຸດ E' ລາຄາສູງຂຶ້ນແຕ່ປະລິມານຫຼຸດລົງ.

ຕົວຢ່າງທີ 6



ຮູບທີ່ 2.9 (ຈ)

ສົມມຸດວ່າ D ແລະ S ເປັນເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຂອງປານິນຊຶ່ງເປັນສິນຄ້າປົກກະຕິ (normal goods) ຈຸດສົມດຸນຢູ່ທີ່ຈຸດ E ເມື່ອເວລາຜ່ານໄປລາຍໄດ້ໂດຍສະເລ່ຍຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເພີ່ມສູງຂຶ້ນ ອຸປະສົງຕໍ່ປານິນເພີ່ມຂຶ້ນ ເສັ້ນອຸປະສົງໃໝ່ຍ້າຍມາທາງຂວາເປັນເສັ້ນ D ຂະນະດຽວກັນ ລາຄາອາຫານສໍາລັບລ້ຽງກຸ້ງສູງຂຶ້ນ ເພາະຕົ້ນທຶນການລ້ຽງກຸ້ງສູງຂຶ້ນເຮັດໃຫ້ອຸປະທານຂອງ

ກຸ້ງຫຼຸດລົງເສັ້ນອຸປະທານໃໝ່ຂອງກຸ້ງຍ້າຍໄປທາງຊ້າຍຈາກ S ເປັນ S' ຈຸດສົມດຸນ ໃໝ່ປ່ຽນເປັນຈຸດ E' ລາຄາກຸ້ງສູງຂຶ້ນ.

ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ(Consumers surplus)

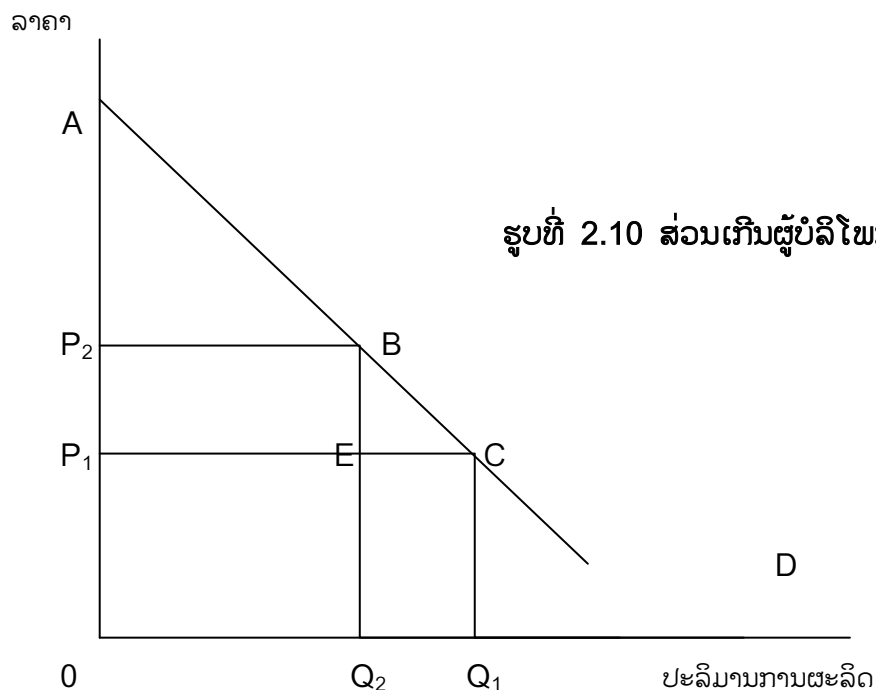
ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກພິຈາລະນາໄດ້ 2 ກໍລະນີດັ່ງນີ້ :

1. ກໍລະນີພິຈາລະນາສິນຄ້າສະເພາະໜ່ວຍໃດໜ່ວຍໜຶ່ງ ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ ໝາຍເຖິງສ່ວນຕ່າງລະຫວ່າງລາຄາທີ່ຈ່າຍຈົງກັບລາຄາທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອໃຫ້ໄດ້ສິນຄ້ານັ້ນ .
2. ກໍລະນີພິຈາລະນາປະລິມານຊື້ຕັ້ງແຕ່ໜ່ວຍທຳອິດຈົນຮອດໜ່ວຍສຸດທ້າຍ ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ໝາຍເຖິງຜົນລວມສ່ວນຕ່າງຂອງຈຳນວນເງິນທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ແລະທີ່ຈ່າຍຈົງຕາມລາຄາຕະຫຼາດຕັ້ງແຕ່ໜ່ວຍທຳອິດຈົນເຖິງໜ່ວຍສຸດທ້າຍ(ໜ່ວຍສຸດທ້າຍມີສ່ວນຕ່າງລາຄາດັ່ງກ່າວເທົ່າກັບ 0

ອັບເຟຣດ ມາແຊລ (Alfred Marshall) ເປັນຜູ້ນຳແນວຄິດນີ້ມາວິເຄາະທິດສະດີມູນຄ່າ (Theory of Value) ໂດຍກ່າວວ່າຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບອາດເທົ່າກັບ ຫຼື ຫຼາຍກ່ວາລາຄາທີ່ຈ່າຍໄປ ຫາກຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັບລາຄາທີ່ຈ່າຍ ສະແດງວ່າສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກເທົ່າກັບສູນແນວຄິດກ່ຽວກັບ ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກມີປະໂຫຍດໃນການວິເຄາະຜົນໄດ້ ແລະ ຕົ້ນທຶນທາງສັງຄົມ ເຊິ່ງເປັນເຄື່ອງມືທີ່ນິຍົມໃຊ້ໃນການສຶກສາແລະປະເມີນໂຄງການຕ່າງໆດ້ານສິ່ງເວດລ້ອມແລະ

ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ

ຈາກຮູບທີ່ 2.10 ສົມມຸດວ່າລາຄາຕະຫຼາດຕໍ່ໜ່ວຍເທົ່າກັບ OP_1 ແລະ ປະລິມານຊື້ເທົ່າກັບ OQ_1 ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກເທົ່າກັບພື້ນທີ່ສາມຫຼ່ຽມ AP_1C ຕາມເສັ້ນອຸປະສົງຈະເຫັນໄດ້ວ່າໃນການຊື້ສິນຄ້າຈຳນວນ OQ_2 ຜູ້ບໍລິໂພກເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນລາຄາ OP_2 ແຕ່ຈ່າຍຈິ່ງພຽງ OP_1 ເທົ່ານັ້ນ ດັ່ງນັ້ນ, ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກໃນກໍລະນີນີ້ເທົ່າກັບພື້ນທີ່ AP_1EB



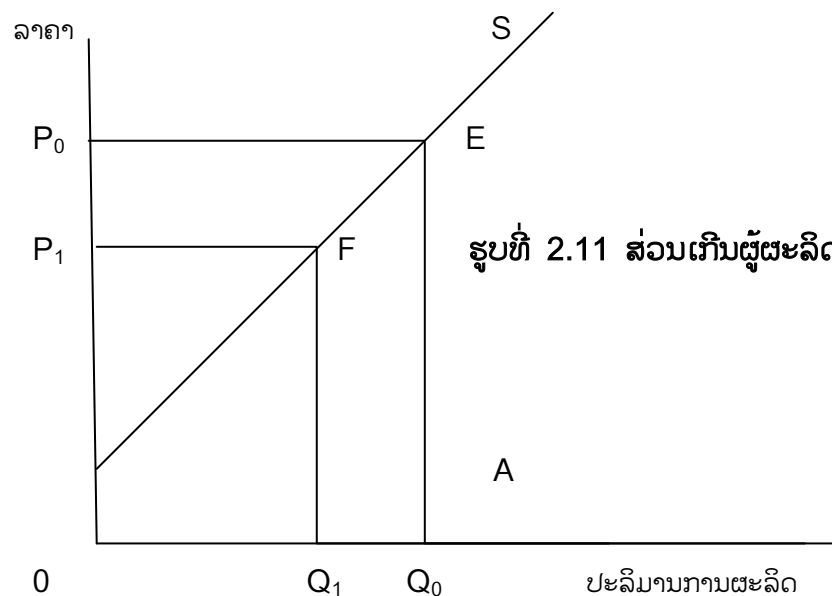
ຮູບທີ່ 2.10 ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ

V. ສ່ວນເກີນຜູ້ຜະລິດ (Producer 's surplus)

ສ່ວນເກີນຜູ້ຜະລິດ ຄືລາຍຮັບລວມທີ່ຫຼາຍກ່ວາຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ເກີດຂຶ້ນຈາກລາຄາສິນຄ້າທີ່ຂາຍໄດ້ຈຶ່ງສູງກ່ວາລາຄາທີ່ຄວນຂາຍໄດ້.

ຈາກຮູບທີ່ 2.11 ຈຸດສົມດຸນຕະຫຼາດຢູ່ທີ່ຈຸດ E ແລະ ລາຄາຕະຫຼາດເທົ່າກັບ OP_0 , ປະລິມານຜະລິດເທົ່າກັບ OQ_0 ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດເທົ່າກັບພື້ນທີ່ P_0EA ຫາລາຄາຕະຫຼາດຫຼຸດລົງມາຢູ່ທີ່ OP_1 ສ່ວນເກີນຜູ້ຜະລິດກໍ່ຈະຫຼຸດລົງມາເຫຼືອເປັນພື້ນທີ່ເທົ່າກັບ P_1FA .

ທີ່ລາຄາຕະຫຼາດເທົ່າກັບ OP_0 ຜູ້ຜະລິດມີຕົ້ນທຶນ (ລວມກຳໄລແລ້ວ) ສະເລ່ຍຕໍ່ຜົນຜະລິດ 1 ໜ່ວຍຕໍ່າກ່ວາລາຄາຕະຫຼາດ OP_0 ຈະໄດ້ສ່ວນເກີນຜູ້ຜະລິດເປັນບວກ ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍຍິ່ງຕໍ່າເທົ່າໃດສ່ວນເກີນຜູ້ຜະລິດກໍ່ຍິ່ງມີຫຼາຍເທົ່ານັ້ນ ສ່ວນຜູ້ຜະລິດທີ່ມີຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍເທົ່າກັບລາຄາຕະຫຼາດ OP_0 ກໍ່ຍິ່ງພໍຢູ່ໄດ້ ແຕ່ຖ້າຜູ້ຜະລິດມີຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍສູງກ່ວາລາຄາຕະຫຼາດ OP_0 ຈະຂາດທຶນ ຕ້ອງຢຸດການຜະລິດ



ບົດທີ 3

ຄວາມຫົດຢຶດ (Elasticity)

ຈາກການສຶກສາອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານໃນບົດທີ 2 ເຮົາຮູ້ວ່າປະລິມານຊື້ ແລະ ຂາຍຈະປ່ຽນແປງໄປເມື່ອຕົວກຳນົດອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານປ່ຽນແປງ ນອກຈາກນີ້ນັກເສດຖະສາດຍັງໄດ້ສັງເກດເຫັນວ່າ ປະລິມານຊື້ ຫຼື ຂາຍຂອງສິນຄ້າບາງຢ່າງ ມີປະຕິກິລິຍາຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງຕົວກຳນົດໂດຍກົງ (ລາຄາສິນຄ້ານັ້ນ) ຫຼື ໂດຍທາງອ້ອມຂ້ອນຂ້າງສູງ ໃນຂະນະທີ່ປະຕິກິລິຍາດັ່ງກ່າວຂອງສິນຄ້າບາງຢ່າງຂ້ອນຂ້າງຕ່ຳ ເພື່ອອະທິບາຍປະກົດການເຊັ່ນນີ້ຈຶ່ງມີການສ້າງເຄື່ອງມືວັດແທກຂຶ້ນມາ ແລະ ເອີ້ນຄ່າທີ່ຄຳນວນໄດ້ວ່າ “ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດ” ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມຫົດຢຶດຈຶ່ງເປັນການວັດແທກເພື່ອເບິ່ງປະຕິກິລິຍາຕອບໂຕ້ຂອງປະລິມານຊື້ ຫຼື ປະລິມານຂາຍທີ່ມີຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງຕົວກຳນົດຕ່າງໆນັ້ນວ່າມີຄວາມໄວຫຼາຍໜ້ອຍເທົ່າໃດ.

ຖ້າຈະຍົກຕົວຢ່າງປຽບທຽບຄວາມຮູ້ເບື້ອງຕົ້ນທາງວິທະຍາສາດ ຊຶ່ງເວົ້າວ່າອະນຸພາກຂອງທາດແຫຼວກັບຄວາມຮ້ອນມີການພົວພັນກັນ ທາດແຫຼວຕ່າງປະເພດກັນມີຄວາມໄວຕໍ່ຄວາມຮ້ອນບໍ່ເທົ່າກັນນໍ້າຈະພົດເມື່ອໄດ້ຮັບຄວາມຮ້ອນຈົນເຖິງອຸນຫະພູມ 100 ອົງສາ C ບາງອາດມີຈຸດພົດຢູ່ 356.58 ອົງສາ C ແລະ ເຫຼົ້າຈະພົດເມື່ອໄດ້ຮັບຄວາມຮ້ອນ 78.5 ອົງສາ C ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງສະຫຼຸບໄດ້ວ່າເຫຼົ້າເປັນທາດແຫຼວທີ່ມີຄວາມຢຶດຢືດຕໍ່ຄວາມຮ້ອນໄດ້ຫຼາຍທີ່ສຸດໃນບັນດາທາດແຫຼວທີ່ກ່າວມາທັງສາມປະເພດດັ່ງກ່າວ.

ຄວາມຫົດຢຶດນີ້ໃຊ້ວັດແທກໄດ້ທັງອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານ ເນື່ອງຈາກເຮົາໄດ້ແບ່ງອຸປະສົງອອກເປັນ 3 ປະເພດຄື: ອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ, ອຸປະສົງຕໍ່ລາຍໄດ້ ແລະ ອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາສິນຄ້າອື່ນ ສະນັ້ນ, ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງຈຶ່ງແຍກອອກເປັນ 3 ປະເພດເຊັ່ນດຽວກັນ ໂດຍພິຈາລະນາຕາມລຳດັບດັ່ງນີ້:

1. ຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ.

(Elasticity of Price Demand or Price Elasticity)

ຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ ໝາຍເຖິງເປົ້າເຊັ່ນການປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານຊື້ຕໍ່ເປົ້າເຊັ່ນການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາສິນຄ້າ ຊຶ່ງລະແດງເປັນສູດຄະນິດສາດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$E_d = \frac{\text{ເປົ້າເຊັ່ນການປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານຊື້}}{\text{ເປົ້າເຊັ່ນການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ}} \quad \text{ຫຼື} \quad E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

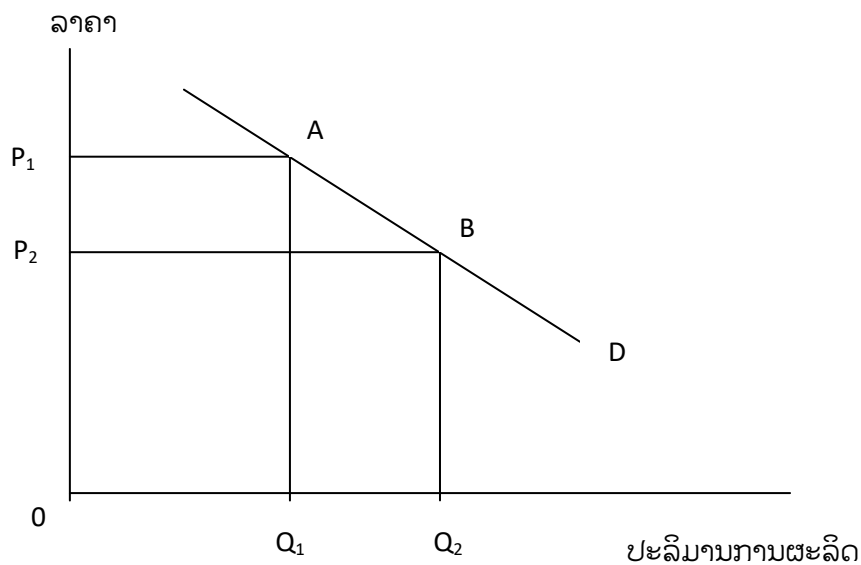
ຖ້າເປົ້າເຊັ່ນການປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານຊື້ຫຼາຍກ່ວາເປົ້າເຊັ່ນການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ ສະແດງວ່າອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາມີຄວາມຫົດຢຶດສູງ (High Elasticity ຫຼື Relatively Elastic) ຖ້າເປົ້າເຊັ່ນການປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານຊື້ໜ້ອຍກ່ວາການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ ສະແດງວ່າອຸປະສົງນັ້ນມີຄວາມຫົດຢຶດໜ້ອຍ (Low Elasticity ຫຼື Relatively Inelastic) ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ (ແລະ ອຸປະທານ) ອາດເຮັດໄດ້ 2 ວິທີຄື: ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດແບບໄລຍະ ແລະ ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດແບບຈຸດ.

1. ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດແບບໄລຍະ.(Arc Elasticity)

ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດແບບໄລຍະ ຄືການຄຳນວນຄ່າຂອງຄວາມຫົດຢຶດຈາກຈຸດ 2 ຈຸດ ເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ ໃຊ້ໃນກໍລະນີທີ່ລາຄາມີການປ່ຽນແປງຫຼາຍຈົນສັງເກດເຫັນໄດ້ ຊຶ່ງມີສູດດັ່ງນີ້:

$$E_d = \frac{\frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2}}{\frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2}} = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_1 - P_2}$$

ກຳນົດໃຫ້	E_d	ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ
	Q_1	ປະລິມານຊື້ກ່ອນລາຄາປ່ຽນແປງ
	Q_2	ປະລິມານຊື້ຫຼັງລາຄາປ່ຽນແປງ
	P_1	ລາຄາກ່ອນການປ່ຽນແປງ
	P_2	ລາຄາຫຼັງການປ່ຽນແປງ



ຮູບ 3.1 ການຄຳນວນຄ່າຄວາມຫົດຢຶດແບບໄລຍະ

ຈາກຮູບທີ 3.1 ສົມມຸດວ່າ ທີ່ຈຸດ A ; $P_1 = 15$, $Q_1 = 100$

ທີ່ຈຸດ B ; $P_2 = 13$, $Q_2 = 120$

ເມື່ອແທນຄ່າລົງໃນສູດຂ້າງເທິງ ຈະໄດ້ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງໃນໄລຍະ AB ເທົ່າກັບ

$$E_d = \frac{100 - 120}{100 + 120} \times \frac{15 + 13}{15 - 13} = \frac{-20}{220} \times \frac{28}{2} = -13$$

ໃນນີ້ມີຂໍ້ສັງເກດ 2 ຢ່າງຄື

1.) ຕາມກົດຂອງອຸປະສົງ ປະລິມານຊື້ຍ່ອມປ່ຽນແປງກັບລາຄາ ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາຈຶ່ງມີເຄື່ອງໝາຍຕິດລົບສະເໝີ ເຄື່ອງໝາຍຕິດລົບນີ້ສະແດງພຽງແຕ່ວ່າລາຄາ ແລະ ປະລິມານມີການປ່ຽນແປງໄປໃນທິດທາງກົງກັນຂ້າມ ດັ່ງນັ້ນ, ໃນການພິຈາລະນາຄ່າຄວາມຫົດຢຶດທີ່ຄຳນວນໄດ້ວ່າມີຄ່າສູງ ຫຼື ຕ່ຳແມ່ນເຮົາຈະເບິ່ງສະເພາະຄ່າສຳບູນ (absolute number) ນັ້ນຄືຄ່າທີ່ບໍ່ຄິດເຄື່ອງ

ໝາຍ ຂໍ້ສັງເກດນີ້ເຮົາຈະໃຊ້ເປັນຫຼັກໃນການພິຈາລະນາຄ່າຄວາມຫົດຢຶດ ໃນກໍລະນີທີ່ຕົວປ່ຽນທັງສອງ ມີການປ່ຽນແປງ ໃນທິດທາງກົງກັນຂ້າມ ຊຶ່ງຈະມີຕໍ່ໄປໃນບົດນີ້.

2.) ບໍ່ວ່າລາຄາຈະຫຼຸດຈາກ P_1 ເປັນ P_2 ຄວາມຫົດຢຶດທີ່ຄຳນວນໄດ້ຈະມີຄ່າເທົ່າກັນ.

2. ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດແບບຈຸດ.(Point Elasticity)

ການວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດແບບຈຸດຄື ການຄຳນວນຄ່າຄວາມຫົດຢຶດຈາກຈຸດດຽວກັນເທິງເສັ້ນ ອຸປະສົງ ໃຊ້ໃນກໍລະນີທີ່ລາຄາມີການປ່ຽນແປງໜ້ອຍທີ່ສຸດຈົນເກືອບຈະສັງເກດບໍ່ເຫັນ ແຕ່ເຖິງຢ່າງ ໃດກໍຕາມ ໃນທາງທິດສະດີກໍຍັງຖືວ່າ ມີຜົນເຮັດໃຫ້ປະລິມານປ່ຽນແປງໄປນຳບໍ່ຫຼາຍກໍໜ້ອຍ ເຮົາຈຶ່ງ ໃຊ້ວິທີວັດແທກຄວາມຫົດຢຶດແບບຈຸດຊຶ່ງມີສູດດັ່ງນີ້:

ກຳນົດ ΔQ = ຄ່າປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານຊື້ Q_1 = ປະລິມານຊື້ເດີມ

$$E_d = \frac{\frac{\Delta Q}{Q_1}}{\frac{\Delta P}{P_1}} = \frac{\Delta Q}{Q_1} \times \frac{P_1}{\Delta P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

ΔP = ຄ່າປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ

P_1 = ລາຄາເດີມ

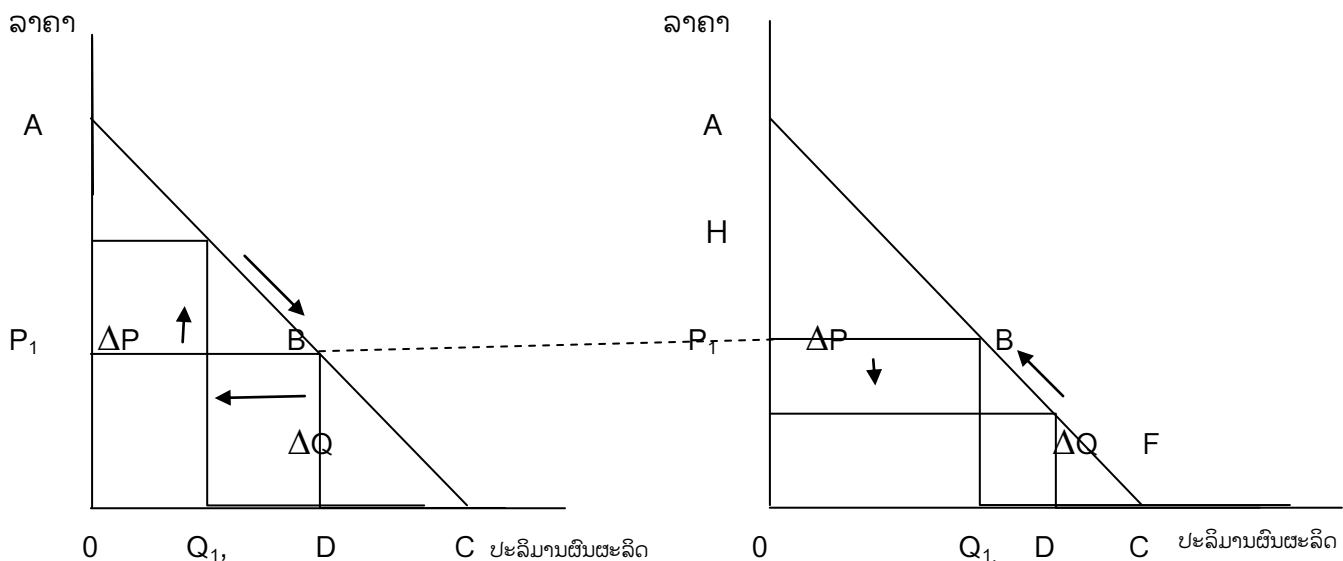
ຈາກຮູບທີ່ 3.2 (ກ) ສົມມຸດວ່າ ທີ່ຈຸດ B ; $P_1 = 3, Q_1 = 10$

$\Delta P = 1, \Delta Q = 2$

ແທນຄ່າຕ່າງໆລົງໃນສູດຈະໄດ້ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງດັ່ງນີ້:

$$E_d = -\frac{1}{2} \times \frac{3}{10} = -\frac{6}{10} = -0.6$$

ໃນທຳນອງດຽວກັນເຮົາສາມາດຫາຄ່າຄວາມຫົດຢຶດຂອງຈຸດ B ຈາກຮູບທີ່ 3.2 (ຂ) ໂດຍ ໄດ້ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດເທົ່າກັບທີ່ຄຳນວນຈາກຮູບທີ່ 3.2 (ກ) ຈຶ່ງສະຫຼຸບໄດ້ວ່າຄ່າຄວາມຫົດຢຶດທີ່ຈຸດ B ຈະເທົ່າກັນ ບໍ່ວ່າຈະຄຳນວນຈາກຈຸດ H ໄປ B ຫຼືຈາກຈຸດ F ໄປຫາຈຸດ B.



(ກ) ຮູບ 3.2 ສະແດງການຄິດໄລ່ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດແບບຈຸດ (ຂ)

ອກເໝືອຈາກນີ້ເຮົາສາມາດດັດແປງສູດກາ ຄຳ ໒ ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດແບບຈຸດໃຫ້ງ່າຍຂຶ້ນ ສົມມຸດວ່າເຮົາຕ້ອງກາ ຫາຄ່າຄວາມຫົດຢຶດທີ່ຈຸດ B ເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ AC ໃ ຮູບທີ່ 3.2

ຕາມຮູບ ທີ 3.2 (ກ) Slope ຂອງ AC ທີ່ຈຸດ B (ພິຈາລະນາຮູບສາມຫຼ່ຽມ BDC)

ເນື່ອງຈາກ $BD=AP$ ແລະ $DC=AQ$

ດັ່ງນັ້ນ $\frac{\Delta Q}{\Delta P} = -\frac{DC}{BD}$ (1)

ທີ່ຈຸດ B: $P_1 = BD$ ແລະ $Q_1 = 0D$

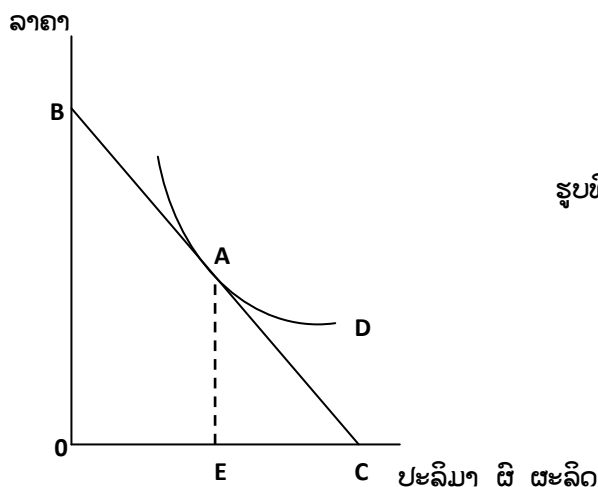
ດັ່ງນັ້ນ $\frac{P_1}{Q_1} = \frac{BD}{0D}$ (2)

ແທຄ່າ (1) ແລະ (2) ລົງໃສ່ $E_d = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$

ດັ່ງນັ້ນ $E_d = -\frac{DC}{BD} \times \frac{BD}{0D} = -\frac{DC}{0D}$

ວິທີກາແປງໃຫ້ເປັນສູດຢ່າງງ່າຍດາຍດັ່ງລຸ່ມນີ້ ໃຊ້ໄດ້ທັງສອງກໍລະນີທີ່ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ດັ່ງໃຕົວຢ່າງ ແລະ ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນໂຄ້ງ ແຕ່ຖ້າເສັ້ນອຸປະສົງເປັນເສັ້ນໂຄ້ງ ດັ່ງຮູບທີ 3.3 ຈຳເປັນຕ້ອງລາກເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຈຸດທີ່ຕ້ອງກາຫາ Point elasticity ເສຍກ່ອ ຈາກນັ້ນຈຶ່ງໃຊ້ວິທີດັ່ງກ່າວ ຕົວຢ່າງເຮົາຕ້ອງກາຫາຄ່າຄວາມຍືດຫຼຸດທີ່ຈຸດ A ເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ D ເຊິ່ງເປັນເສັ້ນໂຄ້ງ ວິທີຊອກຄ່າລາກເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຈຸດ A ດັ່ງໃຊ້ຮູບທີ 3.3 ຈາກນັ້ນຈຶ່ງໃຊ້ວິທີດັ່ງກ່າວ ກັບທີ່ກ່າວມາແລ້ວ ເຊິ່ງຈະໄດ້ຄ່າອອກມາດັ່ງນີ້:

$$E_d = -\frac{EC}{OE}$$



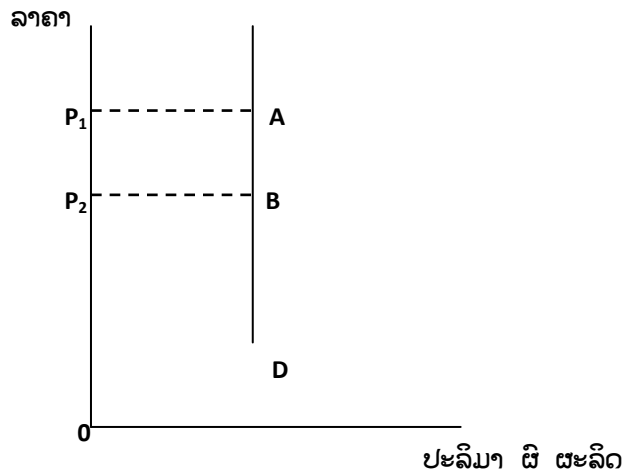
ຮູບທີ 3.3 ກາ ຄໍາ ວ ຄ່າຄວາມຍືດຫຼຸດແບບຈຸດໂດຍ

ຄວາມຍືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຈະມີຄ່າຕ່າງກັນ ແຕ່ລະຄ່າຈະສະແດງໃຫ້ຮູ້ວ່າອຸປະສົງມີຄວາມຍືດຫຼຸດຫຼາຍໜ້ອຍເທົ່າໃດ ຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດຫຼາຍເທົ່າໃດ ອຸປະສົງກໍ່ມີຄວາມຍືດຫຼຸດຫຼາຍເທົ່ານັ້ນ ເຮົາສາມາດແບ່ງຄວາມຍືດຫຼຸດອອກເປັນ 5 ປະເພດຕາມຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດ ອີກທັງຍັງອາດສະແດງລັກສະນະຂອງເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ມີຄວາມຍືດຫຼຸດແຕກຕ່າງກັນ ຕາມຮູບ 3.4 ພ້ອມທັງຄຳອະທິບາຍປະກອບດັ່ງນີ້:

1. ອຸປະສົງບໍ່ມີຄວາມຍືດຫຼຸດເລີຍ (perfectly inelastic demand)

ຄ່າຄວາມຍືດຫຼຸດເທົ່າກັບ 0 ໃນກໍລະນີປະລິມານ ຊື້ຈະບໍ່ປ່ຽນແປງເມື່ອລາຄາມີການປ່ຽນແປງໄປເສັ້ນ ອຸປະສົງຕັ້ງສາກກັບແຜ່ນ ອ ລາຍຈ່າຍລວມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (ເຊິ່ງກໍ່ແມ່ນ ລາຍຮັບລວມຂອງຜູ້ຜະລິດ) ຈະປ່ຽນແປງໄປໃນທາງດຽວກັນ ກັບການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ ຄ່າລາຄາລຸດລົງ ລາຍໄດ້ລຸດລົງ ລາຄາເພີ່ມຂຶ້ນ ລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ ອີກໜຶ່ງໃຈ ໂລກແຫ່ງຄວາມເປັນຈິງເຊື່ອກັນວ່າຄົງຈະບໍ່ມີສິ່ງໃດທີ່ມີ

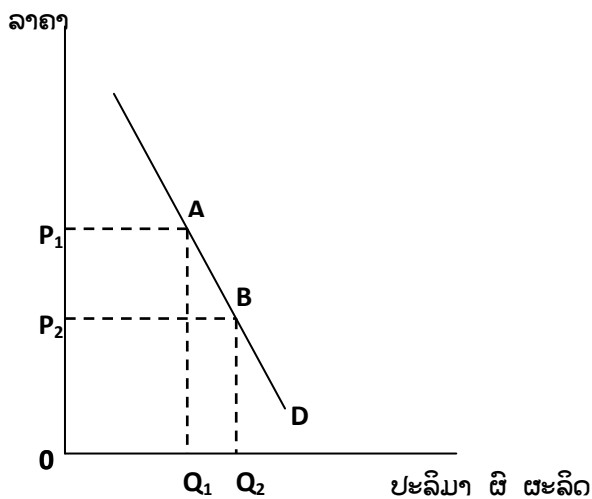
ລາຄາເປັນອະສິງໄຂ (infinity) ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງບໍ່ມີເສັ້ນອຸປະສົງແບບຕັ້ງສາກກັບແກນ ອ ໃ ໂລກແຫ່ງຄວາມເປັນຈິງ



ຮູບທີ 3.4 (ກ)

2. ອຸປະສົງມີຄວາມຍືດຫຍຸ້ງໜ້ອຍ (relatively inelastic demand).

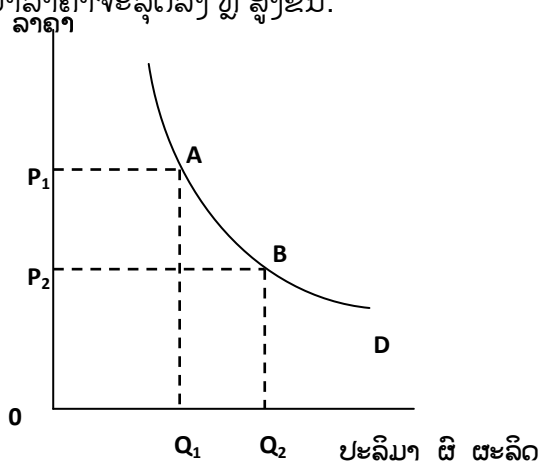
ຄ່າຄວາມຍືດຫຍຸ້ງກວ່າ 0 ແຕ່ໜ້ອຍກວ່າ 1 ເປັນເຊັ່ນ ການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ ລັກສະນະຂອງເສັ້ນອຸປະສົງຈະຂັ້ວ ຂ້າງຊ້າ ໃນກໍລະນີນີ້ ລາຍຈ່າຍຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ຈະປ່ຽນແປງໃນທິດທາງດຽວກັນກັບການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ ຖ້າລາຄາລຽດ ລາຍຈ່າຍລຽດ ລາຄາສູງຂຶ້ນ ລາຍຈ່າຍເພີ່ມຂຶ້ນ.



ຮູບທີ 3.4 (ຂ)

3. ຄວາມຍືດຫຍຸ້ງທີ່ (Unitary elastic demand).

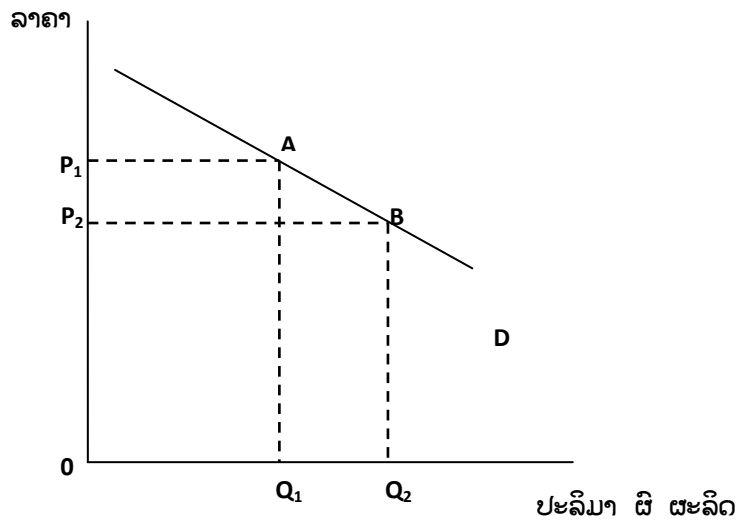
ຄ່າຄວາມຍືດຫຍຸ້ງເທົ່າກັບ 1 ໝາຍຄວາມວ່າ ເປັນເຊັ່ນ ການປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານ ການຊື້ເທົ່າກັນກັບເປັນເຊັ່ນ ການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນໂຄ້ງແບບ Rectangular hyperbolic ເສັ້ນອຸປະສົງລັກສະນະນີ້ຈະມີພື້ນທີ່ຮູບສີ່ຫຼ່ຽມກ້ອງເສັ້ນໂຄ້ງເທົ່າກັນ ຕະຫຼອດສະແດງວ່າລາຍຈ່າຍລວມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເທົ່າເດີມບໍ່ວ່າລາຄາຈະລຽດລົງ ຫຼື ສູງຂຶ້ນ.



ຮູບທີ 3.4 (ຄ)

4. ອຸປະສົງມີຄວາມຍືດຫຍຸ້ງ (relatively elastic demand)

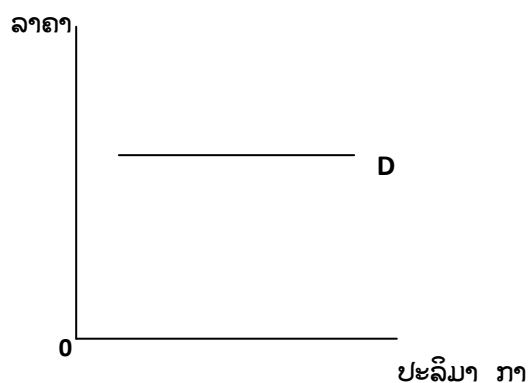
ຄ່າຄວາມຍືດຫຍຸ້ງກວ່າ 1 ແຕ່ໜ້ອຍກວ່າອະສົງໄຂ ໝາຍຄວາມວ່າເປັນໄຂ້ ກາ ປຸງ ແປງຂອງ ປະລິມາ ຊື້ຫຼາຍກວ່າເປັນໄຂ້ ກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຄາ ດັ່ງນັ້ນ, ລາຍຈ່າຍລວມຈະລຸດລົງຖ້າລາຄາສູງຂຶ້ນ ແລະ ຈະເພີ່ມຂຶ້ນເມື່ອລາຄາລຸດລົງ ລັກສະ ຍະເສັ້ນອຸປະສົງຂັ້ນ ຂ້າງເບິ່ງ.



ຮູບທີ 3.4 (ງ)

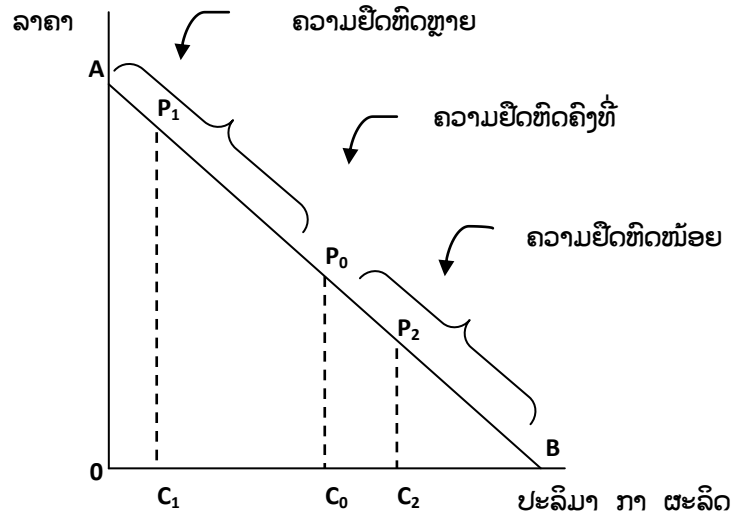
5. ອຸປະສົງມີຄວາມຍືດຫຍຸ້ງທີ່ສຸດ (perfectly elastic demand)

ຄ່າຄວາມຍືດຫຍຸ້ງເທົ່າກັບອະສົງໄຂ ປະລິມາ ຊື້ຈະເພີ່ມຂຶ້ນໂດຍບໍ່ຈຳກັດ ເມື່ອຜູ້ຜະລິດຂາຍຕາມ ລາຄາທີ່ກຳນົດໂດຍຕະຫຼາດ ຫຼື ລຸດລາຄາລົງ ແຕ່ຖ້າຜູ້ຂາຍຫາກຂຶ້ນລາຄາພຽງແຕ່ຈຳ ວ ໜ້ອຍດຽວ ເຂົາກໍ່ຈະພົບວ່າປະລິມາ ຊື້ຈະລຸດລົງເຫຼືອ 0 ຜູ້ຂາຍແຕ່ລະຄົນ ທີ່ພົບກັບເສັ້ນອຸປະສົງແບບນີ້ຍ່ອມບໍ່ອາດ ຈະຕັ້ງລາຄາສິ ຄ້າຂອງຕົນ ໃຫ້ສູງກວ່າລາຄາຕະຫຼາດ ເສັ້ນອຸປະສົງຈະມີລັກສະ ຍະເປັນ ເສັ້ນຊື່ຂະໜາ ກັບແກ ອ.



ຮູບທີ 3.4 (ຈ)

ຈາກຄຳອະທິບາຍປະກອບພາບຂ້າງເທິງ ອາດຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດໄດ້ວ່າທຸກຈຸດເທິງ ເສັ້ນອຸປະສົງດຽວກັນ ມີຄວາມຍືດຫຍຸ້ງເທົ່າກັນ ຄວາມຈິງແລ້ວຈຸດຕ່າງໆ ເທິງເສັ້ນອຸປະສົງມີຄວາມຍືດຫຍຸ້ງ ບໍ່ເທົ່າກັນ ຍົກເວັ້ນກໍລະນີທີ່ເສັ້ນອຸປະສົງເປັນ ເສັ້ນຕັ້ງສາກ ຫຼື ຂະໜາ ກັບແກ ອ ຫຼື ເປັນ ເສັ້ນໂຄ້ງ ແບບ Rectangular hyperbolar ເຊິ່ງທຸກຈຸດເທິງເສັ້ນອຸປະສົງທັງ 3 ລັກສະ ຍະນີ້ຈະມີຄວາມຍືດຫຍຸ້ງ ເທົ່າກັນ.



ຮູບທີ 3.5 ສະແດງຄ່າຄວາມຍືດຫຼຸດຕ່າງໆເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ

ຈາກຮູບທີ 3.5 ສະແດງໃຫ້ເຫັນ ວ່າ ຢູ່ທີ່ຈຸດຕ່າງໆເທິງເສັ້ນອຸປະສົງເສັ້ນດຽວກັນ ມີຄວາມຍືດຫຼຸດບໍ່ເທົ່າກັນ

ກໍາລັດໃຫ້ $0C_0 = C_0B$ ດັ່ງນັ້ນ, ຢູ່ທີ່ຈຸດ P_0 ຄວາມຍືດຫຼຸດມີຄ່າຄົງທີ່ ($E_d = \frac{C_0B}{0C_0} = 1$)

ຢູ່ທີ່ຈຸດ P_1 ຄວາມຍືດຫຼຸດມີຄ່າສູງ ($E_d = \frac{C_1B}{0C_1} > 1$)

ຢູ່ທີ່ຈຸດ P_2 ຄວາມຍືດຫຼຸດມີຄ່າຕໍ່າ ($E_d = \frac{C_2B}{0C_2} < 1$)

ຢູ່ທີ່ຈຸດ A ຄວາມຍືດຫຼຸດມີຄ່າເປັນ ອະສົງໄຂ ($E_d = \frac{0B}{0} = \infty$)

ຢູ່ທີ່ຈຸດ B ຄວາມຍືດຫຼຸດມີຄ່າເປັນ 0 ($E_d = \frac{0}{0B} = 0$)

ໂດຍສະຫຼຸບ ໃ ກໍລະນີທີ່ອຸປະສົງເປັນ ເສັ້ນຊື່ ໃຫ້ແບ່ງເສັ້ນອຸປະສົງອອກເປັນ 2 ສ່ວນ ເທົ່າໆ ກໍ່ເຊິ່ງຈຸດເຄິ່ງກາງຂອງເສັ້ນຄວາມຍືດຫຼຸດຈະມີຄ່າເທົ່າກັບ 1 ສ່ວນ ຂອງເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຢູ່ເທິງຈຸດນີ້ຂຶ້ນໄປ ຄວາມຍືດຫຼຸດຈະມີຄ່າຫຼາຍກວ່າ 1 ສ່ວນ ເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຢູ່ຕໍ່າກວ່າຈຸດນີ້ລົງມາຄວາມຍືດຫຼຸດຈະມີຄ່າໜ້ອຍກວ່າ 1.

ທີ່ກ່າວຂ້າງເທິງນີ້ເປັນ ກໍລະນີຂອງ (Point elasticity) ໃ ກໍລະນີຂອງ (arc elasticity) ກໍ່ມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະເປັນ ໃ ທຳ ອງດຽວກັນ ທີ່ໃຊ້ຄຳວ່າ “ ທ່າອ່ຽງ ” ໝາຍເຖິງຄວາມເປັນ ໄປໄດ້ທີ່ອຸປະສົງມີຄວາມຍືດຫຼຸດແບບດຽວກັນ ຕະຫຼອດເສັ້ນ ຊຶ່ງໄດ້ແຕ່ກໍລະນີທີ່ລາຄາປ່ຽນແປງໄປຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ແຕ່ກໍ່ເປັນກໍລະນີພິເສດຫຼາຍກາຍ.

ຈາກທີ່ກ່າວມາແລ້ວຈຶ່ງເຫັນ ໄດ້ວ່າລັກສະ ຍະຄວາມເນື່ອງຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ບໍ່ຄວນ ຍຶດເປັນ ແກບອກຄວາມຍືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງ ວິທີທີ່ດີທີ່ສຸດທີ່ຈະຮູ້ຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດແທ້ຈິງຄືກາ ຄຳ ວ ຫາຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດ.

II. ຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງຄ່າຄວາມຊື້ ແລະ ຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດ

ໃ ກາ ສຶກສາທິດສະດີເສດຖະສາດຈຸລະພາກເຮົາມັກສຶ ໃຈ “ ຄ່າສ່ວນ ເພີ່ມ ” (marginal value ຫຼືຄ່າ slope ນັ້ນເອງ) ເຊັ່ນ: marginal product, marginal cost ແລະ marginal

revenue ເປັນຕົ້ນ (ຊຶ່ງຈະສຶກສາໃ ບົດຕໍ່ໆໄປ) ແຕ່ສຳລັບອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານນັ້ນເຮົາຈຳເປັນຕ້ອງວັດແທກຄ່າອອກມາເປັນ ຄວາມຢືດຫົດມີຄ່າແຕກຕ່າງກັນ ຊຶ່ງອະທິບາຍໄດ້ໂດຍມີຕົວຢ່າງດັ່ງນີ້:

ກໍລະນີທີ 1 : ສົມມຸດວ່າຮູບທີ່ 3.6 (ກ) ສະແດງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງເຂົ້າໂດຍມີສົມຜົນ ອຸປະສົງດັ່ງນີ້:

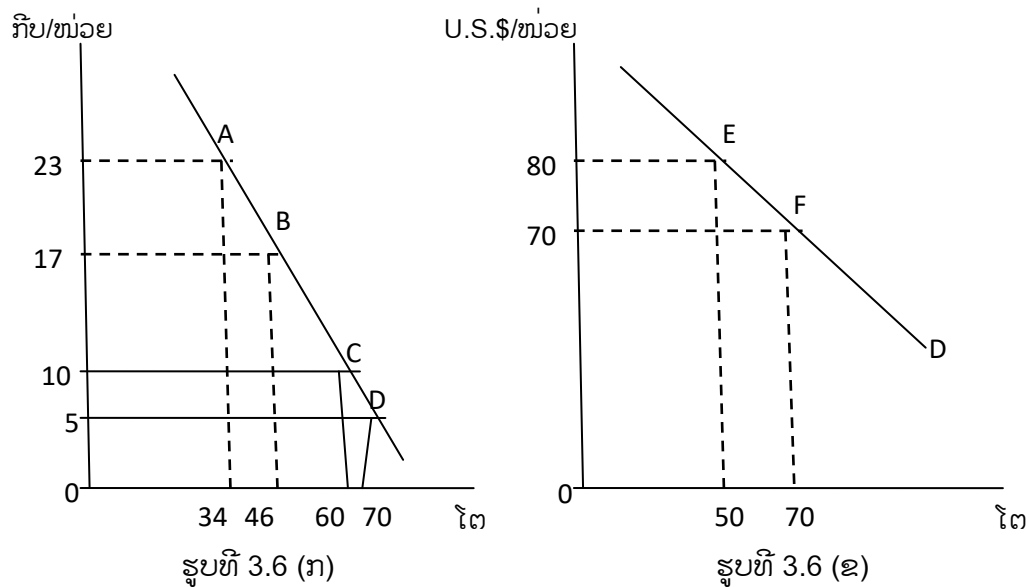
$$P = 40 - 0.5 Q_d \text{ ດັ່ງນັ້ນ, ຄ່າຄວາມຊື່ ລະຫວ່າງ } AB = -\frac{6}{2} = -0.5$$

ກໍລະນີທີ 2 : ໃ ຮູບທີ່ 3.6 (ກ) ເຊັ່ນ ດຽວກັນ ຄ່າຄວາມຊື່ ລະຫວ່າງ $CD = -\frac{5}{10} = -0.5$

ກໍລະນີທີ 3 : ສົມມຸດສຳຮູບທີ່ 3.6 (ກ) ສະແດງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງສາລີ ແລະ ມີສົມຜົນ ດັ່ງນີ້:

$$P = 105 - 0.5 Q_d \text{ ຄວາມຊື່ ຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ } = -0.5$$

ຈາກການພິຈາລະນາຕົວຢ່າງທີ່ຍົກມານີ້ສະແດງວ່າທັງ 3 ກໍລະນີມີຄ່າຄວາມຊື່ ເທົ່າກັນ ຄືເທົ່າກັບ -0.5 (ຫຼືເທົ່າກັບ .5 ຫາກບໍ່ສົນໃຈ ຈຳເຄື່ອງໝາຍ) ແຕ່ເມື່ອຄຳ ວ ແລ້ວເຮົາຈະໄດ້ຄ່າຄວາມຢືດຫົດບໍ່ເທົ່າກັນ ໃ ທັງສາມກໍລະນີ ນັ້ນຄືເຮົາຈະໄດ້ຄ່າຄວາມຢືດຫົດບໍ່ເທົ່າໃ ທັງ 3 ກໍລະນີນັ້ນຄືເຮົາໄດ້ຄ່າຄວາມຢືດຫົດສຳລັບກໍລະນີ 1, 2 ແລະ 3 ເທົ່າກັບ 1, 0.23 ແລະ 2.5 ຕາມລຳດັບ.



ຈຶ່ງມີຄຳຖາມວ່າໃ ເລື້ອງຂອງອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານ ນັ້ນ ເປັນຫຍັງເຮົາຈຶ່ງຄິດໄລ່ເປັນ ຄວາມຢືດຫົດ ເປັນ ຫຍັງຈຶ່ງບໍ່ຄິດໄລ່ເປັນ ຄ່າຄວາມຊື່ ຊຶ່ງຄິດໄລ່ງ່າຍກວ່າ ເຫດຜົນ ກໍຄືເຮົາຕ້ອງການ ຈະສຶກສາວ່າເມື່ອລາຄາປ່ຽນແປງໄປຈະມີຜົນ ເຮັດໃຫ້ປະລິມານ ປຸງ ແປງແ ວໃດ ແລະ ປຸງ ແປງຫຼາຍໜ້ອຍເທົ່າໃດ ຫຼື ອີກໃ ໜຶ່ງເຮົາຕ້ອງການ ສຶກສາວ່າເມື່ອລາຄາປ່ຽນແປງໄປຈະມີຜົນ ເຮັດໃຫ້ປະລິມານ ຕ່ຳກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຄາເປັນ ແ ວໃດ? ອອກຈາກນີ້ເຮົາຍັງຕ້ອງການ ຄຳຊຶ່ງສາມາດໃຊ້ປຸງປະໂຫຍດ ໄດ້ບໍ່ວ່າສິ ຄ້ານັ້ນຈະເປັນ ຂະ ິດດຽວກັນ ຫຼືບໍ່ ແລະ ມີໜ່ວຍວັດແທກແບບໃດກໍຕາມ.

ການ ວັດຄ່າແບບ Slope ນັ້ນບໍ່ສາມາດສະໜອງຈຸດປະສົງທັງສອງປະການ ດັ່ງກ່າວນີ້ໄດ້ໃ ກໍລະນີ 1 ແລະ 2 ຊຶ່ງໃຫ້ເຫັນ ວ່າຄວາມຊື່ ມີຈຸດອ່ອນ ຄືເປັນ ພຽງສະແດງຄ່າສົມບູນ (absolute) ຂອງ ກາ ປຸງ ແປງຕົວເລກສອງຈຳ ວ (ໃ ທີ່ນີ້ຄື ລາຄາ ແລະ ປະລິມານ) ໂດຍບໍ່ໄດ້ຄຳ ິງເຖິງກາ ປຸງ ຈາກຕົວເລກເກົ່າໂຕໃດ ດັ່ງນັ້ນ, ກາ ປຸງ ຈາກລາຄາ 23 ກີບ ມາເປັນ 17 ກີບໃ ກໍລະນີ 1 ແລະ ປຸງ ຈາກ 10 ກີບ ມາເປັນ 5 ກີບໃ ກໍລະນີ 2 ກໍໄດ້ຄ່າຄວາມຊື່ ເທົ່າກັນ ຄື -0.5 .

ສ່ວ ໃ ກໍລະນີທີ 1 (ຫຼື 2) ແລະ ກໍລະນີທີ 3 ຊຶ່ງໃຫ້ເຫັນ ວ່າຄວາມຊັນນັ້ນບໍ່ສາມາດໃຊ້ປຽບທຽບ ສິ ຄ້າຕ່າງໆ ຊຶ່ງມີຫົວໜ່ວຍວັດແທກຕ່າງກັນ ຫຼື ມີ Scale ຕ່າງກັນ ແຕ່ຖ້າວ່າຢູ່ໃນ ກໍລະນີສຶກສາ ແລະ ວິໄຈຄື ຄ້າຕ່າງໆ ເຮົາມັກຈະພົບຢູ່ສະເໝີ ກ່ຽວກັບກາ ປຽບທຽບຄວາມອ່ອນ ໄຫວຂອງສິ ຄ້າ ຕ່າງໆ ຊຶ່ງມີຫົວໜ່ວຍວັດແທກບໍ່ຄືກັນ ໃ ດ້າ ລາຄາບໍ່ອາດວັດຄ່າເປັນ ກີບ, ບາດ, ປອ , ໂດລາສະຫະ ລັດ ສ່ວ ດ້າ ປະລິມາ ວັດຄ່າເປັນ ໂຕ , ກວຽ , ແກ ລອ ແລະ ເມກາວັດ ດ້ວຍເຫດນີ້ເຮົາຈຶ່ງທຽບ ຄ່າຂອງລາຄາ ແລະ ປະລິມາ ສ່ວ ທີ່ປຸງ ແປງໄປເປັນ ເປີເຊັນ ເພື່ອຕັດບັ ຫາກ່ຽວກັບຫົວໜ່ວຍທີ່ບໍ່ຄື ກັນ ແລະ ບັ ຫາທີ່ເກີດກັບຄ່າສົມບູ (absolute value) .

ອີກທັງກາ ວັດຄ່າຄວາມປຸງ ແປງແບບ slope ຈະໃຊ້ໄດ້ກໍຕໍ່ເມື່ອໂລກນີ້ມີສິ ຄ້າພຽງແຕ່ຊະ ິດ ດຽວທົ່ວທຸກປະເທດ ຊຶ່ງເຫັນ ໄດ້ຊັດເຈນ ວ່າເປັນ ໄປບໍ່ໄດ້ ດັ່ງນັ້ນ, ັກເສດຖະສາດຈຶ່ງມີທາງເລືອກພຽງ ທາງດຽວຄືສຶກສາກາ ປຸງ ແປງຂອງປະລິມາ ຕໍ່ລາຄາໂດຍໃຊ້ຄ່າຂອງຄວາມຢືດຫຼຸດ.

III . ຄວາມຢືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງ ແລະ ລາຍຈ່າຍລວມ

ລາຍຈ່າຍລວມ (Total Expenditure ຫຼື TE) ເທົ່າກັບລາຄາຄູ ດ້ວຍປະລິມາ ຊຶ່ງ ຖ້າສິ ຄ້າ ປຸງ ແປງຈະເຮັດໃຫ້ປະລິມາ ຊຶ່ງປຸງແປງໄປ ຳ ແລະ ຍັງເປັນ ຜີ ເຮັດໃຫ້ລາຍຈ່າຍລວມປຸງ ແປງເຊັ່ນ ດຽວກັ ຕາຕະລາງທີ 3.1 ສະຫຼຸບຜີ ກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຄາທີ່ມີກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຍຈ່າຍລວມ.

ຕາຕະລາງທີ 3.1 ກາ ພົວພັນ ລະຫວ່າງຄວາມຢືດຫຼຸດຂອງລາຄາ ແລະ ລາຍຈ່າຍລວມ

ຄວາມຢືດຫຼຸດ(Elasticity)	ກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຄາ (Price)	
	ເພີ່ມ (Increase)	ລຸດ (Decrease)
ຄວາມຢືດຫຼຸດຫຼາຍ ($E_d > 1$)	TE ລຸດ	TE ເພີ່ມ
ຄວາມຢືດຫຼຸດຄົງທີ່ ($E_d = 1$)	TE ຄົງທີ່	TE ຄົງທີ່
ຄວາມຢືດຫຼຸດໜ້ອຍ ($E_d < 1$)	TE ເພີ່ມ	TE ລຸດ

ຈາກຕາຕະລາງທີ 3.1 ສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ກາ ປຸງ ແປງລາຍຈ່າຍລວມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກກັບກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຄາບໍ່ຈຳເປັນ ຕ້ອງມີທິດທາງດຽວກັນ ດັ່ງນັ້ນ, ກາ ທີ່ຜູ້ຜະລິດຂຶ້ນລາຄາສິ ຄ້າຈຶ່ງບໍ່ໄດ້ໝາຍ ວ່າຈະເຮັດໃຫ້ລາຍຮັບລວມເພີ່ມຂຶ້ນສະເໝີ ແຕ່ຖ້າອຸປະສົງທາກມີຄວາມຢືດຫຼຸດສູງເພື່ອໃຫ້ລາຍຮັບ ລວມເພີ່ມຂຶ້ນ ຜູ້ຜະລິດຄວນ ລຸດລາຄາລົງມາ ແຕ່ຖ້າອຸປະສົງມີຄວາມຢືດຫຼຸດຕ່ຳ ຜູ້ຂາຍອາດເພີ່ມລາຍ ຮັບຮ່ວມໂດຍກາ ຂຶ້ນລາຄາ.

IV . ຄວາມຢືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຍໄດ້

(Elasticity of Income Demand or Income Elasticity)

ຄວາມຢືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາລາຍໄດ້ =
$$\frac{\text{ເປີເຊັນ ກາ ປຸງ ແປງຂອງປະລິມາ ກາ ຊຶ່ງ}}{\text{ເປີເຊັນ ກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຍໄດ້}}$$

ກາ ວັດແທກຄວາມຢືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຍໄດ້ມີຢູ່ສອງວິທີເຊັ່ນດຽວກັນ ກັບກາ ວັດແທກ ຄວາມຢືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາທີ່ໄດ້ສຶກສາມາແລ້ວດັ່ງນີ້:

1. ຄຳ ວ ແບບເປັນ ໄລຍະ (Arc elasticity of income demand)

$$E_i = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \times \frac{Y_1 + Y_2}{Y_1 - Y_2}$$

2. ຕຳ ວ ແບບເປີ ຈຸດ (Point elasticity of income demand)

$$E_i = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \times \frac{Y_1}{Q_1}$$

ກຳນົດໃຫ້: E_i = ຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຍໄດ້

ΔQ = ສ່ວ ປ່ຽ ແປງຂອງປະລິມາ ຊື້

ΔY = ສ່ວ ປ່ຽ ແປງຂອງລາຍໄດ້

Y_1 = ລາຍໄດ້ເດີມກ່ອນກາ ປ່ຽ ແປງ

Y_2 = ລາຍໄດ້ໃໝ່ທີ່ປ່ຽ ແປງ

Q_1 = ປະລິມາ ຊື້ເດີມກ່ອນກາ ປ່ຽ ແປງ

Q_2 = ປະລິມາ ຊື້ໃໝ່ຫຼັງກາ ປ່ຽ ແປງ

ກາ ແປງຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງ ຕໍ່ລາຍໄດ້ຄືກັບ ກາ ແປງຊະນິດຂອງຄວາມຍືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາທຸກປະການ ພຽງແຕ່ປ່ຽ ຈາກລາຄາເປີ ລາຍໄດ້ເທົ່ານັ້ນ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຈະບໍ່ອະທິບາຍຊ້ຳໃ ທີ່ນີ້

ມີຂໍ້ສັງເກດວ່າໂດຍທົ່ວໄປກາ ບໍລິໂພກຈະເພີ່ມຂຶ້ນເມື່ອລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນນີ້ ຄືກາ ພົວພັນລະຫວ່າງລາຍໄດ້ກັບປະລິມາ ຊື້ມີທິດທາງດຽວກັນ ແຕ່ໃ ກໍລະນີ ຄ້າດ້ອຍຄຸ ະພາບ (inferior goods) ເຊັ່ນ: ເສື້ອໂຫຼ, ໂຮງໝັງຊັ້ນສອງເປີ ຕີ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະບໍລິໂພກຈຳ ວ ໜ້ອຍລົງເມື່ອລາຍໄດ້ຂອງພວກເຂົາທາກເພີ່ມຂຶ້ນ ໃ ກໍລະນີແບບນີ້ກາ ພົວພັນລະຫວ່າງລາຍໄດ້ກັບປະລິມາ ຊື້ຈະມີທິດທາງໄປໃ ທາງກົງກັນຂ້າມກັບ ກໍລະນີອຸປະສົງຕໍ່ລາຍໄດ້ກໍ່ເຊັ່ນດຽວກັນ ກັບອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ ຄືພິຈາລະ າຄ່າທິດຍືດຈາກຄ່າສົມບູ ແຕ່ທີ່ເພີ່ມເຕີມຄືເຄື່ອງໝາຍທີ່ຕິດມາກັບຄ່າຄວາມຍືດຫຼຸດສາມາດບອກເຖິງປະເພດສີ ຄ້າ ທາກເປີ ເຄື່ອງໝາຍລົບສະແດງວ່າເປີ ສີ ຄ້າດ້ອຍຄຸ ະພາບ ທາກເຄື່ອງໝາຍບວກສະແດງວ່າເປີ ສີ ຄ້າປົກກະຕິຫຼື ສີ ຄ້າສາມັ .

V . ຄວາມຍືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາສີ ຄ້າອື່ນໆ

(Elasticity of Cross Demand or Cross Elasticity)

ເນື່ອງຈາກກາ ປ່ຽ ແປງ ໃ ລາຄາສີ ຄ້າອື່ນທີ່ຕ້ອງໃຊ້ຮ່ວມກັນ ຫຼື ໃຊ້ທິດແທກ ກັບ ມີຜົນຕໍ່ປະລິມາ ສີ ຄ້າທີ່ກຳລັງພິຈາລະ າ ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມຍືດຫຼຸດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາສີ ຄ້າອື່ນຫຼືຄວາມຍືດຫຼຸດໄຂ່ວ ຈຶ່ງສະແດງເຖິງເປີເຊັ ກາ ປ່ຽ ແປງຂອງປະລິມາ ກາ ຊື້ສິນຄ້າ X ຕໍ່ກັບເປີເຊັ ກາ ຊື້ສິນຄ້າ Y ນັ້ນຄື:

$$\text{ຄວາມຍືດຫຼຸດໄຂ່ວ} = \frac{\text{ເປີເຊັ ກາ ປ່ຽ ແປງຂອງປະລິມາ ຊື້ສີ ຄ້າ X}}{\text{ເປີເຊັ ກາ ປ່ຽ ແປງຂອງລາຄາສີ ຄ້າ Y}}$$

ກາ ວັດແທກຄວາມຍືດຫຼຸດມີ 2 ວິທີ

$$1. \text{ Arc elasticity of cross demand} \quad E_C = \frac{Q_{X1} - Q_{X2}}{Q_{X1} + Q_{X2}} \times \frac{P_{Y1} + P_{Y2}}{P_{Y1} - P_{Y2}}$$

2. Point elasticity of cross demand $E_C = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Y} \times \frac{P_{Y1}}{Q_{X1}}$

ກຳນົດໃຫ້ : E_C = ຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວ

ΔQ_X = ສ່ວ ປ່ຽ ແປງຂອງກາ ຊື້ສິນຄ້າ X

ΔP_Y = ສ່ວ ປ່ຽ ແປງຂອງລາຄາສິ ຄ້າ Y

Q_{X1} = ປະລິມາ ຊື້ສິ ຄ້າ X ເດີມກ່ອ ລາຄາສິ ຄ້າ Y ປ່ຽ ແປງ

Q_{X2} = ປະລິມາ ຊື້ສິ ຄ້າ X ໃໝ່ຫຼັງລາຄາສິ ຄ້າ Y ປ່ຽ ແປງ

P_{Y1} = ລາຄາສິ ຄ້າ Y ເດີມ

P_{Y2} = ລາຄາສິ ຄ້າ Y ໃໝ່

ກາ ພິຈາລະ ຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວ ອກຈາກເບິ່ງທີ່ຄ່າສົມບູ ແລ້ວຍັງພິຈາລະ າເຄື່ອງໝາຍ ດ້ວຍຊຶ່ງສະແດງເຖິງລັກສະ ະສິ ຄ້າທີ່ກຳລັງພິຈາລະ າຄືສິ ຄ້າທີ່ໃຊ້ທົດແທ ກັ ແລະ ສິ ຄ້າທີ່ໃຊ້ ປະກອບກັ (ກະລຸ າອ່າ ເພີ່ມເຕີມໃ ບົດທີ 2) ດັ່ງນີ້:

ກ. ໃ ກໍລະ ິສິ ຄ້າແທ ກັ ໄດ້ (substitution goods) ປະລິມາ ຊື້ສິນຄ້າ X ຈະປ່ຽ ແປງໃ ທົດທາງດຽວກັບລາຄາສິ ຄ້າ Y ຍົກຕົວຢ່າງສິ ຄ້າ X ແມ່ ກາເຟສ່ວ ສິ ຄ້າ Y ແມ່ ຊາ

ປະລິມາ ຊື້ກາເຟ(ແກ້ວ) (Q_X)	ລາຄາຊາ(ຕໍ່ກັບ) (P_Y)	ປະລິມາ ຊື້ຊາ(ກ່ອງ) (Q_Y)
2000	50	300
2500	60	200

ໃ ກໍລະ ິຂອງສິ ຄ້າທີ່ໃຊ້ທົດແທ ກັ ໄດ້ຄ່າຂອງຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວຈະມີເຄື່ອງໝາຍເປັ ບວກ (Positive coefficient) ສ່ວ ຄ່າສຳບູ ຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວທາກມີຄ່າຫຼາຍເທົ່າໃດກໍ່ສະແດງວ່າສິ ຄ້າ ສອງຊະ ິດນັ້ນໃຊ້ທົດແທ ກັ ໄດ້ຢ່າງສົມບູ ຫຼາຍຂຶ້ນເທົ່ານັ້ນ.

ຂ. ໃ ກໍລະ ິສິ ຄ້າທີ່ຕ້ອງໃຊ້ຄວບຄູ່ກັ (Complementary goods) ປະລິມາ ຊື້ສິນຄ້າ X ຈະປ່ຽ ແປງໃ ທົດທາງກົງກັ ຂ້າມກັບລາຄາຂອງສິ ຄ້າ Y ຍົກສິ ຄ້າ X ແມ່ ຈ້ຕາ ສ່ວ ສິ ຄ້າ Y ແມ່ ຊາ.

ປະລິມາ ຊື້ ຈ້ຕາ (ກິໂລ) (Q_X)	ລາຄາຊາ(ຕໍ່ກັບ) (P_Y)	ປະລິມາ ຊື້ ຈ້ຕາ (ກ່ອງ) (Q_Y)
75	50	300
60	100	100

ໃ ກໍລະ ິ ຂອງສິ ຄ້າທີ່ຕ້ອງໃຊ້ຄວບຄູ່ກັ ຄ່າຄວາມຍືດຫຼົດ ຈະມີເຄື່ອງໝາຍລົບ (Negative coefficient) ສ່ວ ຄ່າສຳບູ ຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວທາກມີຄ່າຫຼາຍເທົ່າໃດກໍ່ສະແດງວ່າສິ ຄ້າ 2 ຢ່າງນັ້ນ ຕ້ອງໃຊ້ປະກອບກັ ຫຼາຍເທົ່ານັ້ ສິ ຄ້າທີ່ບໍ່ມີຄວາມສຳພັ ກັ ຈະມີຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວເປັ ສູ

ຕົວຢ່າງກາ ຄຳ ວ ຄ່າຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວ ສົມມຸດວ່າລາຄາກາເຟຂຶ້ນຈາກຊ່ວຍ 8 ກີບ ໂດຍທີ່ ລາຄາຂອງຊາບໍ່ປ່ຽ ແປງ ຜູ້ບໍລິໂພກບາງສ່ວ ຈະໃຊ້ຊາແທ ກາເຟ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ຄວາມຕ້ອງກາ ຊາເພີ່ມ ຂຶ້ນຈາກມື້ລະ 100 ຊອງເປັນ 120 ຊອງ ຈຶ່ງຫາຄວາມຍືດຫຼົດໄຂ່ວຂອງຊາ.

3. ສິ ຄ້ານັ້ນເປັນ ສິ ຄ້າທີ່ຄົງທີ່ ຖາວອນ (Durable goods) ໃນ ກໍລະນີຂອງສິ ຄ້າປະເພດຄົງທີ່ ຖາວອນ ມັກຈະປະກົດວ່າ ເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງຈຳ ວ ຊື້ ຈະຫຼາຍກວ່າເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງລາຄາເຫດຜົນ ຄື ຖ້າລາຄາສິ ຄ້າສູງຂຶ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກສ່ວນ ຫຼາຍຈະພະຍາຍາມຊົມແປງຂອງເກົ່າຫຼາຍກວ່າຈະປ່ຽນ ຊື້ຂອງໃໝ່ ກົງກັບ ຂ້າມຖ້າລາຄາສິ ຄ້າລຸດລົງຜູ້ບໍລິໂພກກໍຍາກຈະປ່ຽນ ເປັນ ຂອງໃໝ່ໄວຂຶ້ນ.

ສ່ວນ ກໍລະນີຂອງສິ ຄ້າທີ່ມີຄວາມຍືດຫຼົດໜ້ອຍ (Inelastic) ມັກຈະມີລັກສະ ນະດັ່ງນີ້

1. ເປັນ ສິ ຄ້າຈຳເປັນ ແກ່ກາ ດຳລົງຊີວິດເຊັ່ນ ອາຫານ, ຢາຮັກສາພະຍາດ, ເສື້ອຜ້າ ເປັນ ຕົ້ ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ເຖິງວ່າຈະມີລາຄາສູງຂຶ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກກໍຈຳເປັນ ຊື້ຫມາໃຊ້ ປະລິມາ ຊື້ຈຶ່ງບໍ່ປ່ຽນ ແປງຈາກເກົ່າຫຼາຍ
2. ສິ ຄ້າມີລາຄາຖືກເຊັ່ນກັບໄຟຊົດກັບລະ 500 ກີບເຖິງວ່າລາຄາຈະຂຶ້ນເປັນ 100 ເປັນເຊັ່ນ ເປັນກັບລະ 1000 ກີບ, ລາຄາສ່ວນ ທີ່ສູງຂຶ້ນກໍຍັງເປັນ ພຽງຈຳ ວ ໜ້ອຍດຽວ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງບໍ່ມີຜົນ ກະທົບກະທົບ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຂອງຜູ້ບໍລິໂພກແມ່ແຕ່ຢ່າງໃດຫຼືຖ້າມີກໍພຽງເລັກ ໜ້ອຍເກືອບຈະສັງເກດບໍ່ເຫັນ .
3. ຫາສິ ຄ້າອື່ນທີ່ໃຊ້ແທນ ໄດ້ຍາກໃນ ກໍລະນີແບບນີ້ເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງປະລິມາ ຊື້ອາດໜ້ອຍກວ່າເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງລາຄາ.

VII . ຄວາມຍືດຫຼົດຂອງອຸປະທຸກ (Elasticity of Supply)

ຄວາມຍືດຫຼົດຂອງອຸປະທຸກ ມີຄວາມໝາຍເຊັ່ນດຽວກັບ ກັບຄວາມຍືດຫຼົດຂອງອຸປະສົງ ພຽງແຕ່ປ່ຽນ ປະລິມານຊື້ເປັນ ປະລິມາ ຂາຍ ຖ້າເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງປະລິມາ ຂາຍຫຼາຍກວ່າເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງລາຄາ ອຸປະທຸກ ມີຄວາມຍືດຫຼົດຫຼາຍ (elastic) ກົງກັບ ຂ້າມຖ້າເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງປະລິມາ ຂາຍໜ້ອຍກວ່າເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງລາຄາ ອຸປະທຸກ ມີຄວາມຍືດຫຼົດໜ້າໄດ້ຈາກສູດດັ່ງນີ້:

$$\text{ຄວາມຍືດຫຼົດຂອງອຸປະທຸກ ຕໍ່ລາຄາ} = \frac{\text{ເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງປະລິມາ ຂາຍ}}{\text{ເປັນເຊັ່ນ ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງລາຄາ}}$$

ວັດແທກຄວາມຍືດຫຼົດຂອງອຸປະທຸກ ມີ 2 ວິທີຄື:

$$1) \text{ Arc elasticity of supply } E_s = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_1 - P_2}$$

$$2) \text{ Point elasticity of supply } E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

ກຳນົດໃຫ້ E_s = ຄວາມຍືດຫຼົດຂອງອຸປະທຸກ ຕໍ່ລາຄາ.

ΔQ = ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງປະລິມາ ຂາຍ.

ΔP = ກາ ປ່ຽງ ແປງຂອງລາຄາ.

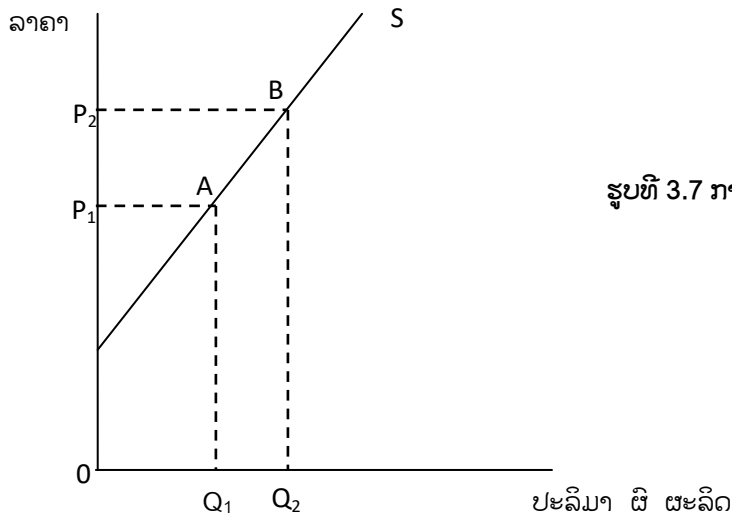
Q_1 = ປະລິມາ ຂາຍເດີມກ່ອນ ລາຄາປ່ຽນ ແປງ.

Q_2 = ປະລິມາ ຂາຍໃໝ່ຫຼັງລາຄາປ່ຽນ ແປງ.

P_1 = ລາຄາສິ ຄ້າເກົ່າ.

P_2 = ລາຄາສິ ຄ້າໃໝ່.

P_2 = ລາຄາສິ ຄ້າໃໝ່.



ຮູບທີ 3.7 ກາ ຫາຄ່າຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະທາ

ຕາມຮູບທີ 3.7 ສະແດງກາ ຫາຄ່າຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະທາ ໃ ໄລຍະ AB

ສົມມຸດ ທີ່ຈຸດ $Q_1 = 3$, $P_1 = 2$

ທີ່ຈຸດ $Q_2 = 5$, $P_2 = 3$

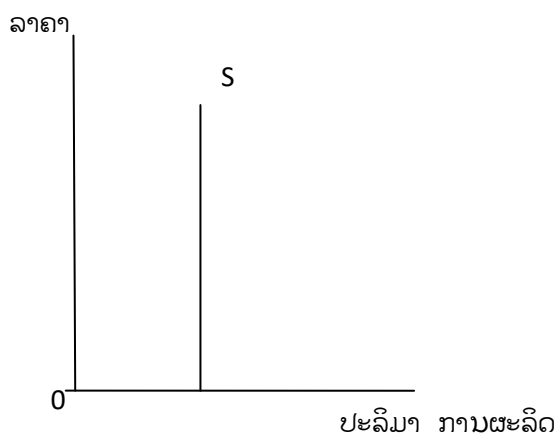
ແທ ຄ່າຕ່າງໆລົງໃ ສູດຈະໄດ້ຄ່າຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະທາ ດັ່ງນີ້:

$$E_s = \frac{3-5}{3+5} \times \frac{2+3}{2-3} = \frac{5}{4} = 1.25$$

ຕາມກົດຂອງອຸປະທາ ໄດ້ລະບຸໄວ້ວ່າປະລິມາ ຂາຍຈະປ່ຽ ແປງໄປໃ ທິດທາງດຽວກັ ກັບລາ ຄາ ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະທາ ຈຶ່ງມີຄ່າເປັ ບວກ ຄ່າຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະທາ ແບ່ງອອກ ເປັ 5 ປະເພດຊຶ່ງຂຶ້ນຢູ່ກັບລັກສະ ະຂອງອຸປະທາ ດັ່ງນີ້:

1. ອຸປະທາ ບໍ່ມີຄວາມຍືດຫຼັດເລຍ (Perfectly inelastic supply)

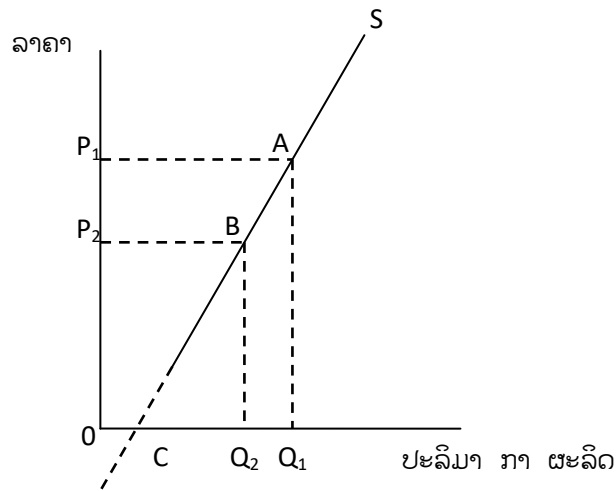
ຄວາມຍືດຫຼັດມີຄ່າເທົ່າກັບ 0 ສະແດງວ່າຈຳ ວ ຂາຍຈະຄົງທີ່ບໍ່ວ່າລາຄາຈະເພີ່ມຫຼືລຸດ ເສັ້ນ ອຸປະທາຈະມີລັກສະ ະຕັ້ງສາກກັບແກ ອ



ຮູບທີ 3.8 (ກ)

2. ອຸປະທາ ມີຄວາມຍືດຫຼັດ້ອຍ (Relatively inelastic supply)

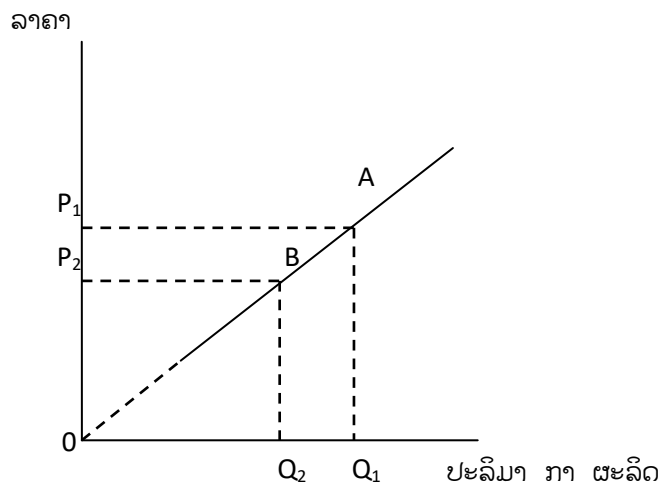
ຄວາມຍືດຫຼັດມີຄ່າຫຼາຍກວ່າ 0 ແຕ່້ອຍກວ່າ 1 ໝາຍຄວາມວ່າເປັເຊັ ກາ ປ່ຽ ແປງຂອງ ປະລິມາ ຂາຍ້ອຍກວ່າເປັເຊັ ກາ ປ່ຽ ແປງຂອງລາຄາ ເສັ້ນອຸປະທາ ມີລັກສະ ະຂັ້ວ ຂ້າງຊ້ ຄືດັ່ງ ຄວາມຍືດຫຼັດ



ຮູບທີ 3.8 (ຂ)

3. ອຸປະທາ ມີຄວາມຍືດຫຼັດຄັ່ງທີ່ (Unitary inelastic supply)

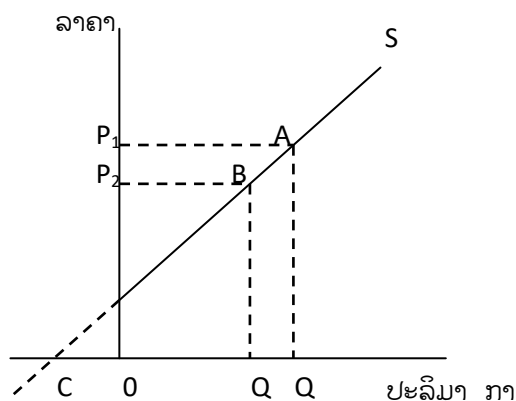
ຄວາມຍືດຫຼັດມີຄ່າເທົ່າກັບ 1 ໝາຍຄວາມວ່າເປີເຊັນ ກາ ປຸງ ແປງຂອງປະລິມາ ຂາຍເທົ່າກັບ ເປີເຊັນ ກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຄາ ເສັ້ນອຸປະທາ ຈະມີລັກສະ ະເບີ ເສັ້ນຊື່ອອກຈາກຈຸດກຳເນີດ



ຮູບທີ 3.8 (ຄ)

4. ອຸປະທາ ມີຄວາມຍືດຫຼັດຫຼາຍ (Relatively inelastic supply)

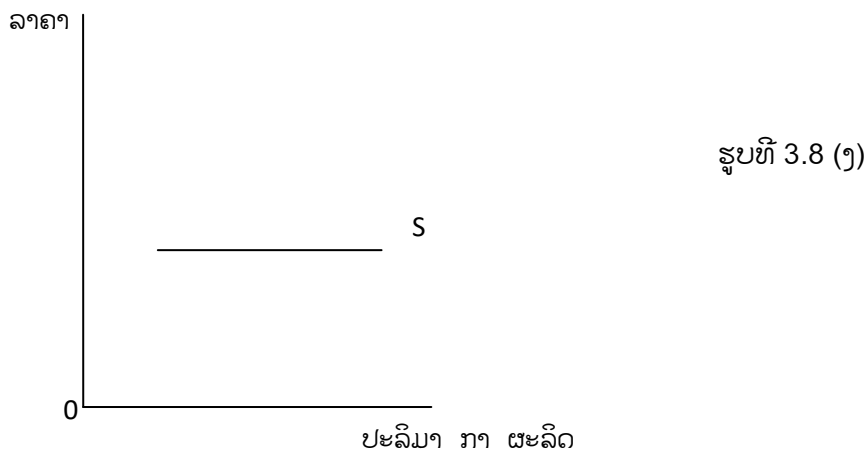
ຄວາມຍືດຫຼັດມີຄ່າຫຼາຍກວ່າ 1 ແຕ່ ອ່ອນກວ່າອະສົງໄຂໝາຍຄວາມວ່າເປີເຊັນ ກາ ປຸງ ແປງຂອງປະລິມາ ຂາຍຫຼາຍກວ່າເປີເຊັນ ກາ ປຸງ ແປງຂອງລາຄາ ເສັ້ນອຸປະທາ ມີລັກສະ ະເບີ ຫຼາຍ ເຊັ່ນ : ຄວາມຍືດຫຼັດທີ່ຈຸດ B .



ຮູບທີ 3.8 (ງ)

5. ອຸປະທາ ມີຄວາມຍືດຫຼາຍທີ່ສຸດ (Perfectly inelastic supply)

ຄວາມຍືດຫຼາຍທີ່ມີຄ່າເທົ່າກັບອະສົງໄຂໝາຍຄວາມວ່າຖ້າລາຄາສິ ຄ້າຢູ່ທີ່ລະດັບລາຄາເດີມ ປະລິມາ ຂາຍຈະມີລາຄາຈຳກັດ ແຕ່ຖ້າລາຄາລຸດລົງພຽງແຕ່ໜ້ອຍດຽວ ສິ ຄ້າຈະບໍ່ມີກາ ຂາຍເລີຍໃ ຕະຫຼາດເສັ້ນອຸປະທາ ຈະມີລັກສະ ຍະໜາ ກັບແກ ອ .



VIII . ປະໂຫຍດຂອງຄວາມຍືດຫຼາຍ

ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບຄວາມຍືດຫຼາຍທີ່ບໍ່ເປັນ ຫົວໃຈສຳຄັນ ໃ ກາ ສຶກສາຫລັກເສດຖະສາດ ຜູ້ທີ່ຈະສາ ມາດເຂົ້າໃຈບໍ່ ຫາທາງເສດຖະກິດຕ່າງໆໄດ້, ຈຳເປັນ ຕ້ອງມີຄວາມຮູ້ໃ ເລື່ອງຂອງຄວາມຍືດຫຼາຍທີ່ສຳ ຄັນ ແລະ ມີປະໂຫຍດຫຼາຍກໍ່ຄືຄວາມຍືດຫຼາຍຕໍ່ລາຄາ (Price elasticity) ຄວາມຍືດຫຼາຍຕໍ່ລາຄາໃຊ້ວິ ເຄາະບໍ່ ຫາເສດຖະສາດຕ່າງໆດັ່ງຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້.

1. ໃ ກາ ວິເຄາະຜົນ ກະທົບຂອງກາ ເກັບພາສີ ແລະ ພາລະພາສີ ເຊັ່ນ: ກາ ເກັບພາສີກາ ຄ້າຈາກສິ ຄ້າທີ່ຜະລິດພາຍໃ ປະເທດ ສົມມຸດວ່າອຸປະສົງຂອງສິ ຄ້າຊະ ິດນັ້ນມີຄວາມຍືດຫຼາຍ (Elastic) ກາ ເກັບພາສີເຮັດໃຫ້ລາຄາສິ ຄ້າສູງຂຶ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ສິ ຄ້າຊະ ິດນັ້ນໜ້ອຍລົງ ເຮັດໃຫ້ ລາຍຮັບລວມຂອງຜູ້ຂາຍລຸດລົງ ພ້ອມດຽວກັ ພາລະພາສີສ່ວ ໃຫຍ່ແມ່ ຕົກຢູ່ກັບຜູ້ຂາຍ ຜົນ ສຸດທ້າຍ ລັດທະບາ ເກັບພາສີໄດ້ໜ້ອຍ ໃ ກໍລະ ິກົງກັ ຂ້າມ ຖ້າອຸປະສົງຂອງສິ ຄ້ານັ້ນມີຄວາມຍືດຫຼາຍໜ້ອຍ (inelastic) ພາລະພາສີສ່ວ ໃຫຍ່ຈະຕົກຢູ່ກັບຜູ້ບໍລິໂພກ ຄວາມຍືດຫຼາຍແບບນີ້ເຖິງວ່າລາຄາຈະເພີ່ມ ຂຶ້ນ (ເນື່ອງຈາກຖືກເກັບພາສີ) ແຕ່ຜູ້ບໍລິໂພກກໍ່ບໍ່ອາດຈະຫຼຸດປະລິມານການຊື້ດ້ວຍເຫດຜົນໃດກໍ່ຕາມ ການວິເຄາະດັ່ງກ່າວໃຊ້ໄດ້ກັບການເກັບພາສີທຸກປະເພດເຊັ່ນ: ພາສີນຳເຂົ້າ, ພາສີອາກອນ, ພາສີລາຍ ໄດ້ນິຕິບຸກຄົນ, ອາກອນມູນຄ່າເພີ່ມ ແລະ ອື່ນໆ

2. ການວິເຄາະກ່ຽວກັບຜົນກະທົບການປ່ຽນແປງອັດຕາແລກປ່ຽນເງິນຕາຕ່າງປະເທດທີ່ມີຕໍ່ ການ ຄ້າລະຫວ່າງປະເທດ ເນື່ອງຈາກການປ່ຽນແປງອັດຕາແລກປ່ຽນເງິນຕາຕ່າງປະເທດທີ່ມີຜົນຕໍ່ສິນ ຄ້າຂາເຂົ້າແລະຂາອອກ ຊຶ່ງສົ່ງຜົນສືບເນື່ອງໄປເຖິງອັດຕາການຄ້າ, ດຸນການຄ້າ ແລະ ດຸນການຊຳລະ ເງິນ ການສຶກສາແລະການຄຳນວນຄວາມຍືດຫຼາຍຂອງອຸປະສົງແລະອຸປະທານສິນຄ້າຂາເຂົ້າແລະສິນຄ້າ ຂາອອກຈຶ່ງຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜົນກະທົບທີ່ເກີດຂຶ້ນ.

3. ການວິເຄາະບັນຫາການກຳນົດລາຄາຂັ້ນສູງເຊັ່ນ: ການກຳນົດອັດຕາຄ່າເຊົ່າຂັ້ນສູງ, ການ ກຳນົດອັດຕາດອກເບ້ຍຂັ້ນສູງ ເປັນຕົ້ນ ກ່ອນຈະຕັດສິນໃຈໃຊ້ມາດຕະການເຫຼົ່ານີ້ລັດຖະບານຈະຕ້ອງ

ສຶກສາຄວາມຢືດຫົດຂອງອຸປະສົງແລະອຸປະທານຕໍ່ລາຄາສິນຄ້າ ບໍ່ດັ່ງນັ້ນການປະກາດໃຊ້ມາດຕະການ ດັ່ງກ່າວນັ້ນອາດຈະບໍ່ເກີດຜົນຫຼືເກີດຜົນເສຍຫຼາຍກວ່າຜົນດີ.

4. ການວິເຄາະບັນຫາການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າເຊັ່ນ: ການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າສໍາລັບຜົນພະ ລິດກະສິກໍາ, ການກຳນົດອັດຕາຄ່າຈ້າງຂັ້ນຕໍ່າເປັນຕົ້ນ ໃນການປະກັນລາຄາສິນຄ້າກະສິກໍານັ້ນລັດຖະ ບານຈະຕ້ອງຮັບພາລະທາງດ້ານງົບປະມານຫຼາຍຫຼືໜ້ອຍແມ່ນຂຶ້ນຢູ່ກັບຄວາມຢືດຫົດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ສ່ວນການກຳນົດອັດຕາແຮງງານຂັ້ນຕໍ່າຜູ້ທີ່ອໍານາດຕັດສິນໃຈຕ້ອງຄໍານຶງເຖິງຜົນສືບເນື່ອງ ເວົ້າໄດ້ຄືຄ່າ ຈ້າງແຮງງານທີ່ສູງຂຶ້ນເຮັດໃຫ້ຕົນທຶນແລະລາຄາຂອງສິນຄ້າສູງຂຶ້ນອາດເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງຊື້ສິນຄ້າ ໃນລາຄາສູງຂຶ້ນຖ້າອຸປະສົງຂອງສິນຄ້ານັ້ນມີຄວາມຫົດຢືດສູງ ປະລິມານຊື້ອາດຫຼຸດລົງຫຼາຍແລະໃນທີ່ ສຸດຄົນງານບາງສ່ວນອາດຈະຕ້ອງຖືກໄລ່ອອກ.

5. ການວິເຄາະການກຳນົດລາຄາຂາຍທີ່ແຕກຕ່າງກັນ (Price discrimination) ການກຳນົດ ລາຄາຂາຍທີ່ແຕກຕ່າງກັນສໍາລັບສິນຄ້າດຽວກັນໃນຕະຫຼາດ 2 ແຫ່ງ ຈະເປັນໄປໄດ້ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອວ່າອຸປະສົງ ມີຄວາມຢືດຫົດຕ່າງກັນ.

6. ຄວາມຢືດຫົດຂອງອຸປະສົງມີຄວາມສໍາຄັນໃນການກຳນົດລາຄາສໍາລັບກິດຈະການບໍລິການ ຂອງລັດທົ່ວໄປ ເຊັ່ນ: ການຜະລິດໄຟຟ້າ ອຸປະສົງໄຟຟ້າຕາມບ້ານເຮືອນຈະມີຄວາມຢືດຫົດຕ່າງເພາະຈະ ຫາສິ່ງທີ່ມາທົດແທນໄຟຟ້າໄດ້ຍາກ ແຕ່ອຸປະສົງຂອງໄຟຟ້າຕາມໂຮງງານອຸດສະຫະກຳຫຼືສະຖານທີ່ ບໍລິການແມ່ນມີຄວາມຢືດຫົດສູງກວ່າຕາມເຮືອນເພາະສາມາດປ່ຽນໄປໃຊ້ພະລັງງານອື່ນໄດ້ເຊັ່ນ: ຖ່ານ ທຶນ, ພະລັງງານຈາກນໍ້າແລະນໍ້າມັນເປັນຕົ້ນດວ້ຍເຫດນີ້ບາງປະເທດຈຶ່ງເກັບຄ່າໄຟຟ້າຈາກຜູ້ໃຊ້ຕາມ ບ້ານເຮືອນສູງກວ່າຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດແລະໂຮງງານອຸດສະຫະກຳ.

IX. ຕົວຢ່າງການຜັນຂະຫຍາຍທິດສະດີອຸປະສົງ, ອຸປະທານ ແລະຄວາມຫົດຢືດ

ທິດສະດີພື້ນຖານຂອງອຸປະສົງແລະອຸປະທານໃນການກຳນົດລາຄາທີ່ໄດ້ສຶກສາໃນບົດກ່ອນລວມ ທັງຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບຄວາມຫົດຢືດທີ່ໄດ້ສຶກສາໃນບົດນີ້ເຮົາສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືອະທິບາຍປະກົດ ການຫຼືວິເຄາະບັນຫາທາງເສດຖະກິດທີ່ເກີດຂຶ້ນໄດ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງໃນທີ່ນີ້ຈະສະແດງການຜັນຂະຫຍາຍ ໃນການໃຊ້ທິດສະດີອຸປະສົງ, ອຸປະທານແລະຄວາມຢືດຫົດ ໃນການວິເຄາະປະກົດການຫຼືເສດຖະກິດ ບາງເລື່ອງເຊັ່ນ: ການແຊກແຊງລາຄາໂດຍລັດຖະບານແລະການເກັບພາສີອາກອນສິນຄ້າເພື່ອເປັນ ແນວທາງສໍາລັບການນຳທິດສະດີດັ່ງກ່າວໄປໃຊ້ອະທິບາຍກັບກໍລະນີອື່ນໆຕໍ່ໄປ.

X. ການແຊກແຊງລາຄາໂດຍລັດຖະບານ(Government interference with Price)

ໂດຍທົ່ວໄປລະບົບລາຄາແລະກົນໄກຕະຫຼາດຈະສາມາດເຮັດໜ້າທີ່ຈັດສັນສິນຄ້າ, ບໍລິການ ແລະປັດໄຈການຜະລິດໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບແຕ່ມີຂໍ້ຍົກເວັ້ນໃນບາງກໍລະນີເຊັ່ນ: ເມື່ອບ່ອຍລາຄາໃຫ້ ເຮັດໜ້າທີ່ຕາມລຳພັງຈະປະກົດວ່າສິນຄ້າບາງຢ່າງມີລາຄາສູງເກີນໄປສ້າງຄວາມເດືອດຮ້ອນແກ່ຜູ້ບໍລິ ໂພກຫຼືສິນຄ້າບາງຢ່າງມີລາຄາຕໍ່າເກີນໄປຈະສ້າງຄວາມເດືອດຮ້ອນແກ່ຜູ້ຜະລິດ ຫຼືປັດໄຈການຜະລິດ ບາງປະເພດມີຄ່າຕອບແທນຕໍ່າເກີນໄປຊຶ່ງສ້າງຄວາມເດືອດຮ້ອນແກ່ເຈົ້າຂອງການຜະລິດນັ້ນໃນກໍລະນີຄື ດັ່ງນີ້ລັດຖະບານຈຳເປັນຕ້ອງເຂົ້າໄປແຊກແຊງໂດຍເປັນຜູ້ເຂົ້າໄປກຳນົດລາຄາໃໝ່ທີ່ຈະສາມາດຜ່ອນ ຄາຍຄວາມເດືອດຮ້ອນຂອງກຸ່ມຄົນເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ ການແຊກແຊງລາຄາສິນຄ້າຂອງລັດຖະບານທີ່ໃຊ້ກັນທົ່ວ ໄປມີ 2 ແບບໄດ້ແກ່ການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າ(price support) ແລະການກຳນົດລາຄາຂັ້ນສູງ(price ceiling)

ການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າ(price support)

ການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າ ຫຼືການປະກັນລາຄາບໍ່ໃຫ້ຕໍ່າ ໝາຍເຖິງ ການທີ່ລັດຖະບານປະກາດລາຄາປະກັນໃຫ້ສູງກວ່າລາຄາຕະຫຼາດແລະໃຊ້ກົດໝາຍບັງຄັບໃກ້ຜູ້ບໍລິໂພກຫຼືພັກຄົນກາງຊື້ສິນຄ້ານັ້ນຊື້ສິນຄ້າໃນລາຄາປະກັນຖ້າບໍ່ດັ່ງນັ້ນຈະຜິດຕາມກົດໝາຍ ການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່ານີ້ຍົມໃຊ້ກັບສິນຄ້າກະສິກໍາຊຶ່ງອຸປະສົງມັກມີຄວາມຢືດຫົດໜ້ອຍໃນຂະນະທີ່ອຸປະທານມັກຄວບຄຸມໄດ້ຍາກເພາະສ່ວນໜຶ່ງຂຶ້ນຢູ່ກັບຕົນຟ້າອາກາດ ບິດຕິນຟ້າອາກາດຕິຜະລິດໄດ້ຫຼາຍລາຄາຈະຕົກຕໍ່າຫຼາຍແລະຈະກະທົບເຖິງລາຍໄດ້ຂອງຊາວໄຮ່ຊາວນາ ດ້ວຍເຫດນີ້ລັດຖະບານຈຶ່ງເຂົ້າໄປຊ່ວຍເຫຼືອໂດຍໃຊ້ວິທີການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າໂດຍກຳນົດໃຫ້ພັກຄົນຜະລິດຈາກຊາວນາ-ຊາວສວນຕາມລາຄາທີ່ລັດຖະບານຕັ້ງໄວ້ ຖ້າບໍ່ດັ່ງນັ້ນຈະຜິດຕາມກົດໝາຍແຕ່ໃນລະບົບທຶນນິຍົມເສລີລັດຖະບານຈະບໍ່ສາມາດບັງຄັບພັກຄົນກາງໃຫ້ຊື້ທັງໃນລາຄາທີ່ປະກາດແລະໃນປະລິມານທີ່ກຳນົດຈະບັງຄັບໄດ້ສະເພາະລາຄາເທົ່ານັ້ນຊຶ່ງບໍ່ໄດ້ຜິດກັບຊາວນາ-ຊາວສວນ ຜູ້ຜະລິດຢ່າງແທ້ຈິງລັດຖະບານຈຶ່ງມີມາດຕະການເສີມເປັນ 2 ວິທີຄື:

(1) ມາດຕະການຮັບຊື້ຜົນຜະລິດທີ່ເປັນອຸປະທານສ່ວນເກີນ

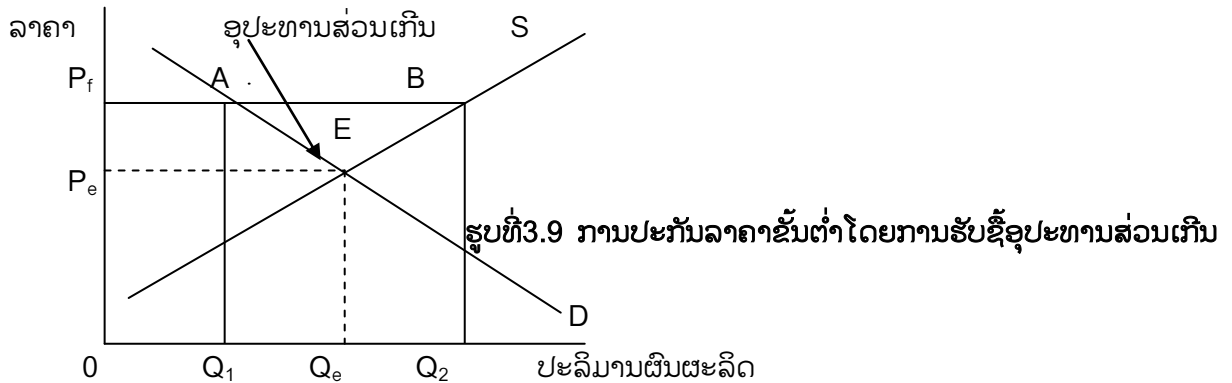
ເນື່ອງຈາກລາຄາຂັ້ນຕໍ່າທີ່ລັດຖະບານກຳນົດຢູ່ສູງກວ່າລາຄາຕະຫຼາດ/ຄວາມສົມດຸນ ພັກຄົນກາງຈຶ່ງຮັບຊື້ຜົນຜະລິດໃນລາຄາຕໍ່າກວ່າປະລິມານຄວາມສົມດຸນຈຶ່ງມີຜົນຜະລິດສ່ວນໜຶ່ງທີ່ຂາຍບໍ່ອອກລັດຖະບານຈຶ່ງຕ້ອງໃຊ້ມາດຕະການເສີມໂດຍການຮັບຊື້ອຸປະທານສ່ວນເກີນ

ຕາມຮູບທີ່ 3.9 ສົມມຸດວ່າ D ແລະ S ຄືເສັ້ນອຸປະສົງແລະເສັ້ນອຸປະທານຂອງເຂົ້າເປືອກໃນຕະຫຼາດພາຍໃນປະເທດການແຂ່ງຂັນຢ່າງເສລີໃນຕະຫຼາດເຮັດໃຫ້ເກີດລະດັບລາຄາແລະປະລິມານຄວາມສົມດຸນ OP_e ແລະ OQ_e ຕາມລຳດັບເພື່ອຍົກລະດັບລາຍໄດ້ຂອງຊາວນາໃຫ້ສູງຂຶ້ນລັດຖະບານຈຶ່ງຕ້ອງໃຫ້ຊາວນາຂາຍເຂົ້າເປືອກໃນລາຄາທີ່ສູງກວ່າລາຄາຄວາມສົມດຸນໂດຍປະກາດຕັ້ງປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າ(price floor)ເທົ່າກັບ OP_f

ການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າທີ່ປະຕິບັດໂດຍເຄັ່ງຄັດນັ້ນຄືການກຳນົດວ່າຜູ້ຊື້ຈະຕ້ອງຊື້ຕາມລາຄາປະກັນຖ້າຊື້ໃນລາຄາຕໍ່າກວ່າລາຄາປະກັນຜູ້ຊື້ຈະມີຄວາມຜິດຕາມກົດໝາຍຊຶ່ງປະກົດວ່າລະດັບລາຄາ OP_f ນີ້ຜູ້ຊື້ພັກຄົນກາງຈະຊື້ໃນປະລິມານເທົ່າທີ່ເໝາະສົມກັບລາຄານັ້ນຄືຈະຊື້ພຽງປະລິມານ OQ_1 ເທົ່ານັ້ນໃນຂະນະທີ່ຊາວນາມີເຂົ້າເປືອກພ້ອມທີ່ຈະຂາຍເປັນຈຳນວນ OQ_2 ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດ "ອຸປະທານສ່ວນເກີນ"(excess supply)ເທົ່າກັບ Q_1Q_2

ໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບເສລີລັດຖະບານສາມາດອອກກົດໝາຍກຳນົດລາຄາແຕ່ບໍ່ສາມາດບັງຄັບໃຫ້ຊື້ຕາມປະລິມານທີ່ຕ້ອງການຂາຍຖ້າລັດຖະບານບໍ່ດຳເນີນການເພື່ອຈຳກັດອຸປະທານສ່ວນເກີນລາຄາເຂົ້າເປືອກຈະຕ້ອງລຸດລົງມາຢູ່ທີ່ OP_e ດັ່ງນັ້ນ, ລັດຖະບານຈຶ່ງຕ້ອງຈຳເປັນຮັບຊື້ອຸປະທານສ່ວນເກີນທັງໝົດຕາມລາຄາຂັ້ນຕໍ່າທີ່ຕັ້ງໄວ້ຊຶ່ງລັດຖະບານຈະຕ້ອງໃຊ້ງົບປະມານທັງໝົດເທົ່າກັບ ABQ_2Q_1 ໃນການນີ້ລັດຖະບານຈະຕ້ອງມີເງິນງົບປະມານຢ່າງພຽງພໍແລະພ້ອມທີ່ຈະຮັບຊື້ຜົນຜະລິດທີ່ເປັນອຸປະທານສ່ວນເກີນໄດ້ທັນທີພ້ອມກັບຈັດກຽມຈຸດກະຈາຍຕ່າງໆ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມຖ້າອຸປະທານສ່ວນເກີນມີຫຼາຍຊາວນາ-ຊາວສວນຍັງຄົງດໍາເນີນການຜະລິດໃນປະລິມານເດີມຕໍ່ໄປທຸກໆປີລັດຖະບານຈຶ່ງຕ້ອງຮັບພາລະໜັກໃນການຮັບຊື້ຜົນຜະລິດເຫຼົ່ານີ້ ດັ່ງນັ້ນ, ລັດຖະບານບາງປະເທດຈຶ່ງຕ້ອງຫາທາງຄວບຄຸມປະລິມານການຜະລິດໃຫ້ພໍເໝາະ ໂດຍຊັກຊວນຫຼືສົ່ງເສີມຊາວກະເສດໃຫ້ຫັນໄປປູກພືດປະເພດອື່ນທີ່ໄດ້ຜົນຕອບແທນດີກວ່າຫຼືມີລາຄາຫຼາຍກວ່າ.



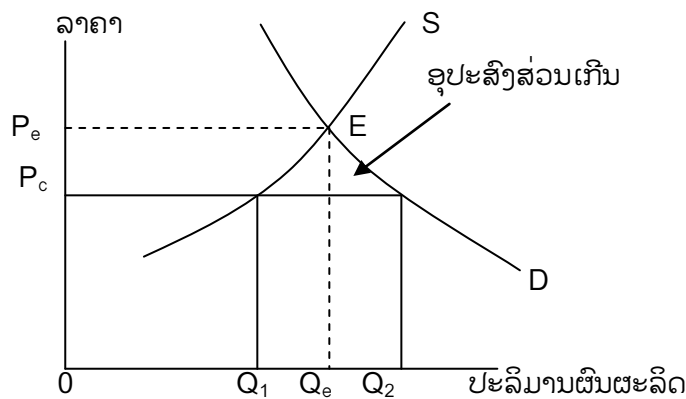
(1) ປຸງບທຸບຜົນການໃຊ້ມາດຕະການຮັບຊື້ຜົນຜະລິດສ່ວນເກີນແລະການຈ່າຍອຸດໜູນໃນກໍລະນີເສັ້ນອຸປະທານເປັນ perfectly inelastic

ຕາຕະລາງທີ 3.4 ປຸງບທຸບມາດຕະການຮັບຊື້ອຸປະທານສ່ວນເກີນແລະການຈ່າຍເງິນອຸດໜູນກໍລະນີອຸປະທານເປັນ perfectly inelastic

	ມາດຕະການຮັບຊື້ອຸປະທານສ່ວນເກີນ	ມາດຕະການຈ່າຍເງິນອຸດໜູນ
ຜູ້ຊື້:		
1. ລາຄາຊື້	$0P_f$	$0P_f$
2. ປະລິມານຊື້	$0Q_1$	$0Q_1'$
3. ລາຍຈ່າຍ	P_fAQ_10	$P_eEQ_e'0$
ຜູ້ຜະລິດ:		
1. ລາຍໄດ້ທີ່ຮັບ	$0P_f$	$0P_f$
2. ປະລິມານຂາຍ	$0Q_e$	$0Q_e'$
3. ລາຍຮັບ	P_fBQ_e0	$P_fCQ_e'0$
ລັດຖະບານ:		
ງົບປະມານ	ABQ_eQ_1	P_fCEP_e
ລາຍຈ່າຍ		

2. ການກຳນົດລາຄາຂັ້ນສູງ (price ceiling)

ເຖິງວ່າການແຊກແຊງຂອງລັດຖະບານສ່ວນຫຼາຍຈະເປັນການປະກັນລາຄາຂັ້ນຕໍ່າແຕ່ໃນບາງກໍລະນີລັດຖະບານຈຳເປັນຕ້ອງແຊກແຊງບໍ່ໃຫ້ລາຄາຢູ່ສູງເກີນໄປໂດຍການກຳນົດລາຄາຂັ້ນສູງຊຶ່ງມັກນຳໃຊ້ໃນໄລຍະທີ່ສິນຄ້າແລະບໍລິການເກີດການຂາດແຄນຢ່າງໜັກລາຄາສິນຄ້າຕ່າງໆຈະສູງຂຶ້ນຢ່າງໄວວາຈົນອາດກາຍເປັນເງິນເຟີ້ຢ່າງຮຸນແຮງເຫດການເຊັ່ນນີ້ມັກຈະປະກົດໃນໄລຍະທີ່ເກີດສົງຄາມຫຼືວິກິດເສດຖະກິດ



ຮູບທີ່3.13 ການກຳນົດລາຄາຂັ້ນສູງ

ສົມມຸດວ່າການແຂ່ງຂັນຢ່າງເສລີໃນຕະຫຼາດພາໃຫ້ເກີດລາຄາຄວາມສົມດູນ ແລະ ປະລິມານຄວາມສົມດູນຂອງນ້ຳມັນລົດເທົ່າກັບ $0P_e$ ແລະ $0Q_e$ ຕາມລຳດັບສົມມຸດວ່າລາຄາ $0P_e$ ເປັນລາຄາທີ່ລັດຖະບານເຫັນວ່າສູງເກີນໄປລັດຖະບານຈຶ່ງຕ້ອງເຂົ້າມາແຊກແຊງໂດຍກຳນົດລາຄາຂັ້ນສູງໃຫ້ຕ່ຳກ່ວາລາຄາຄວາມສົມດູນ $0P_e$ ສົມມຸດວ່າຢູ່ທີ່ລະດັບ $0P_c$ ຜົນທີ່ເກີດຂຶ້ນສະເພາະໜ້າຈະມີອຸປະສົງສ່ວນເກີນຄືການຂາດແຄນນ້ຳມັນເປັນຈຳນວນ Q_1Q_2 ເພາະທີ່ລາຄາ $0P_c$ ປະລິມານຊື້ເພີ່ມເປັນ $0Q_2$ ໃນຂະນະທີ່ຜູ້ຂາຍຕ້ອງການຂາຍພຽງຈຳນວນ $0Q_1$ ລາຄາ $0P_c$ ຈຶ່ງຄົງຢູ່ບໍ່ໄດ້ຕ້ອງມີການປັບຕົວສູງຂຶ້ນເນື່ອງຈາກຜູ້ຂາຍບໍ່ສາມາດຂາຍໃນລາຄາທີ່ສູງເທົ່າກັບລາຄາຄວາມສົມດູນເກົ່າເພາະຜົດກົດໝາຍຜົນທີ່ຕາມມາຄືການຊື້ຂາຍແບບປົກປິດໃນລາຄາສູງກ່ວາລາຄາຂັ້ນສູງຊຶ່ງເອີ້ນ: ວ່າຕະຫຼາດມືດ (black market) ຖ້າມີຕະຫຼາດມືດເປັນຈຳນວນຫຼາຍລາຄາຂັ້ນສູງທີ່ກຳນົດໄວ້ຈະປະສາຈາກຜົນເພາະບໍ່ມີສິນຄ້າຂາຍໃນຕະຫຼາດເປີດເຜີຍຕາມລາຄານັ້ນເນື່ອງຈາກນ້ຳໄປຂາຍໃນຕະຫຼາດມືດດີກ່ວາ.

ເພື່ອໃຫ້ເປັນໄປຕາມລາຄາຂັ້ນສູງທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ລັດຖະບານຈຶ່ງຕ້ອງຫຼຸດປະລິມານອຸປະສົງລົງມາໃຫ້ເທົ່າກັບປະລິມານອຸປະທານໃນລະດັບທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໂດຍໃຊ້ວິທີການປັນສ່ວນຂອງຕົນຕາມສິດເຖິງວ່າຈະມີເງິນຫຼາຍກໍຕາມ.

ການເກັບພາສີສິນຄ້າແລະພາລະຂອງພາສີອາກອນ

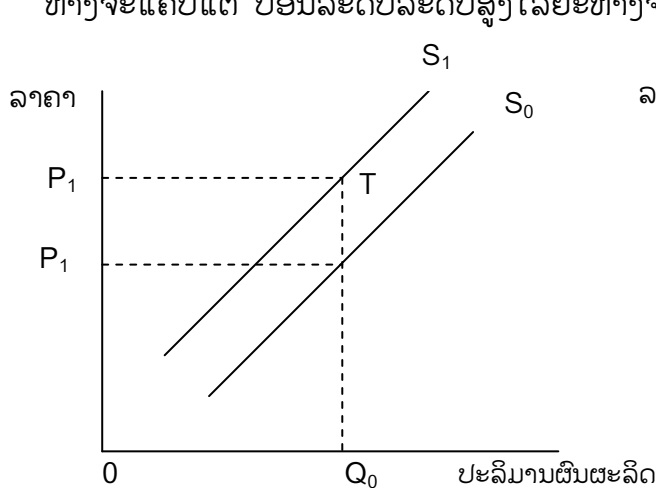
ໂດຍທົ່ວໄປການເກັບພາສີສິນຄ້າເພີ່ມແບ່ງອອກເປັນ 2 ວິທີໄດ້ແກ່ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຂາຍຄືຜູ້ຂາຍເປັນຜູ້ທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ຈ່າຍພາສີນັ້ນໃຫ້ລັດແລະການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ຄືຜູ້ທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ຈ່າຍພາສີນັ້ນນອກຈາກນີ້ການເກັບພາສີສິນຄ້າຍັງແບ່ງອອກເປັນ 2 ແບບໄດ້ແກ່ພາສີຕໍ່ໜ່ວຍ (specific tax) ແລະພາສີຄິດເປັນສ່ວນຮ້ອຍຫຼືເປີເຊັນຂອງລາຄາຂາຍ (ad valorem tax)

ຄົນທົ່ວໄປມັກຈະເຂົ້າໃຈວ່າຜູ້ທີ່ມີໜ້າທີ່ຕາມກົດໝາຍເປັນຜູ້“ຈ່າຍພາສີ”ຜູ້ນັ້ນເປັນຜູ້ຮັບພາລະພາສີ”ພ້ອມຫຼືບາງຄົນຄິດວ່າບໍ່ວ່າລັດຖະບານຈະເກັບພາສີສິນຄ້າຈາກຜູ້ຜະລິດຫຼືຜູ້ບໍລິໂພກໃນທີ່ສຸດຜູ້ບໍລິໂພກຈະເປັນຜູ້ຮັບພາລະພາສີທັງໝົດສະເໝີ ຊຶ່ງຄວາມຈິງບໍ່ໄດ້ເປັນໄປເຊັ່ນນັ້ນຝ່າຍໃດຈະເປັນຜູ້ຮັບພາລະພາສີແລະຮັບພາລະເທົ່າໃດແມ່ນຂຶ້ນກັບຄ່າຄວາມທົດຢືດຂອງອຸປະສົງແລະອຸປະທານການວິເຄາະພາລະພາສີຈຶ່ງຕ້ອງໃຊ້ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບອຸປະສົງ, ອຸປະທານແລະຄວາມຍືດທົດ.

1. ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຂາຍກັບພາສີແບບຕ່າງໆ

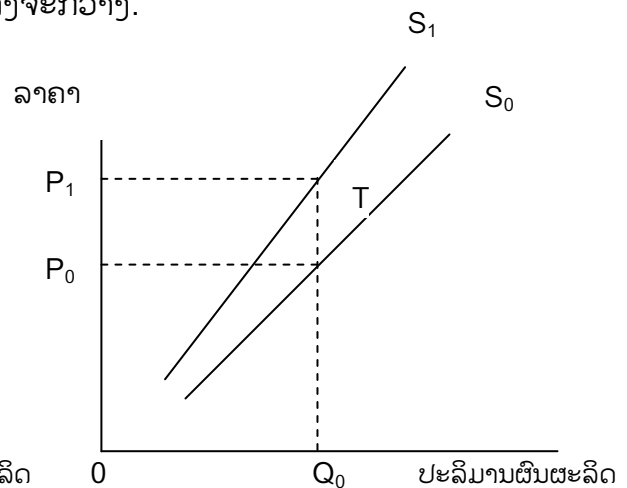
ໃນຮູບທີ່ 3.14 (ກ) ສົມມຸດວ່າສິນຄ້າທີ່ພິຈາລະນາຢູ່ນີ້ແມ່ນນ້ຳອັດລົມ ກ່ອນຈະມີການເກັບພາສີ S_0 ຄືເສັ້ນອຸປະທານຂອງຕະຫຼາດ ຕໍ່ມາລັດຖະບານເກັບຄ່າພາສີນ້ຳອັດລົມແບບຕໍ່ໜ່ວຍ (specific tax) ໃນລາຄາແກ້ວລະ T ກົບຈາກຜູ້ຜະລິດການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຜະລິດຈະກະທົບຕໍ່ເສັ້ນອຸປະທານເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນຂອງສິນຄ້າສູງຂຶ້ນເທົ່າກັບຈຳນວນພາສີທີ່ເກັບເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະທານຂອງນ້ຳອັດລົມຍ້າຍໄປທາງຊ້າຍມີເປັນເສັ້ນ S_1 ແລະຂະໜານກັບເສັ້ນ S_0 ເກົ່າໂດຍມີໄລຍະຫ່າງເທົ່າກັບ T ຕະຫຼອດຕົວຢ່າງເຊັ່ນ: ກ່ອນຈະມີການເກັບພາສີທີ່ລະດັບລາຄາ OP_0 ຜູ້ຜະລິດເຕັມໃຈຂາຍໃນປະລິມານ OQ_0 ເມື່ອມີການເກັບພາສີເທົ່າກັບ T ຕໍ່ສິນຄ້າ 1 ຫົວໜ່ວຍລະດັບລາຄາຈະຕ້ອງເທົ່າກັບ OP_1 ຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງຈະເຕັມໃຈຂາຍໃນປະລິມານໃນທຳນອງດຽວກັນພິຈາລະນາທີ່ປະລິມານຂາຍອື່ນໆເມື່ອມີການເກັບພາສີ ລາຄາສິນຄ້າຈະຕ້ອງສູງຂຶ້ນຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງຈະຍິນດີຂາຍໃນປະລິມານເທົ່າກັບກ່ອນເກັບພາສີ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນອຸປະທານທີ່ມີການເກັບພາສີຈະເລື່ອນສູງຂຶ້ນໄປເປັນເສັ້ນ S_1

ຮູບທີ່ 3.14 (ຂ) ສະແດງການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຂາຍແບບສ່ວນຮ້ອຍຂອງລາຄາສິນຄ້າ (ad valorem tax) ພາສີແບບນີ້ຄຳນວນຈາກຮ້ອຍລະ/ອັດຕາພາສີທີ່ກຳນົດຄູນກັບລາຄາສິນຄ້າ ດັ່ງນັ້ນ, ສິນຄ້າທີ່ມີລາຄາສູງກໍຈະຕ້ອງເສຍພາສີຫຼາຍກວ່າສິນຄ້າທີ່ມີລາຄາຕໍ່າ ດ້ວຍເຫດນີ້ເມື່ອລັດເກັບພາສີຈາກຜູ້ຂາຍຈະເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະທານເຄື່ອນໄປທາງຊ້າຍໂດຍເສັ້ນອຸປະທານເກົ່າກ່ອນເກັບພາສີກັບເສັ້ນອຸປະທານໃໝ່ຫຼັງເກັບພາສີທີ່ມີໄລຍະຫ່າງບໍ່ເທົ່າກັນຕະຫຼອດໄລຍະ ກໍຄືບ່ອນລະດັບລາຄາຕໍ່າໄລຍະຫ່າງຈະແຕກແຕ່ ບ່ອນລະດັບລະດັບສູງໄລຍະຫ່າງຈະກວ້າງ.



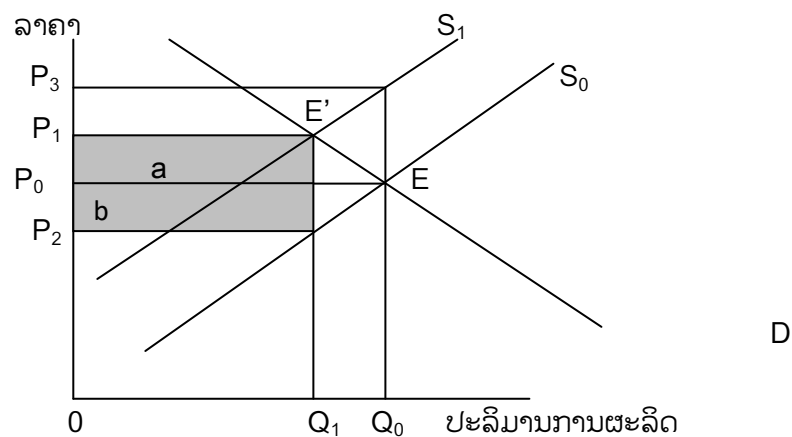
ຮູບທີ່ 3.14 (ກ)

ການເກັບພາສີແບບຕໍ່ໜ່ວຍຈາກຜູ້ຂາຍ



ຮູບທີ່ 3.14(ຂ)

ການເກັບພາສີແບບສ່ວນຮ້ອຍຂອງສິນຄ້າຈາກຜູ້ຂາຍ



ຮູບທີ່ 3.15 ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຂາຍແລະພາລະພາສີ

ຈຳນວນພາສີຕໍ່ສິນຄ້າໜຶ່ງຫົວໜ່ວຍ (T) ຈະເທົ່າກັບອັດຕາພາສີ (t) ຄູນກັບລາຄາສິນຄ້າ(p)
ຫຼື $T=t.p$

ຢ່າງໃດກໍຕາມເມື່ອມີການເກັບພາສີລາຄາສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຊື້ຈະຕ້ອງຈ່າຍຈະສູງຂຶ້ນເທົ່າກັບພາສີຫຼືບໍ່
ນັ້ນຈະຕ້ອງພິຈາລະນາຮ່ວມກັບຄວາມຢືດຫົດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ນຳ ຮູບທີ່ 3.15 ສະແດງເສັ້ນອຸປະ
ສົງແບບທົ່ວໄປ ທີ່ມີລັກສະນະເຈັດລົງ S_0 ຄືເສັ້ນອຸປະທານເກົ່າກ່ອນທີ່ລັດຈະເກັບພາສີຕໍ່ໜ່ວຍ ດັ່ງນັ້ນ
, ເສັ້ນ S_0 ຈຶ່ງເປັນເສັ້ນທີ່ສະແດງລາຄາຈຳກັດ (net price) ຊຶ່ງໝາຍເຖິງລາຄາຈິງທີ່ຜູ້ຂາຍໄດ້ຮັບ
ສ່ວນເສັ້ນ S_1 ເປັນເສັ້ນອຸປະທານທີ່ສະແດງລາຄາບວກດ້ວຍພາສີ (gross price) ຈາກຮູບດັ່ງກ່າວ
ຈະເຫັນໄດ້ວ່າກ່ອນການເກັບພາສີເສັ້ນ S_0 ຕັດກັບເສັ້ນອຸປະສົງ D ທີ່ຈຸດ E ພາໃຫ້ເກີດລາຄາຄວາມ
ສົມດູນຄື OP_0 ແລະປະລິມານຄວາມສົມດູນຄື OQ_0

ເມື່ອມີການເກັບພາສີເສັ້ນອຸປະທານຈະເຄື່ອນໄປຢູ່ເສັ້ນໃໝ່ຄື P_1 ແລະທ່າງຈາກເສັ້ນເດີມເທົ່າ
ກັບຈຳນວນພາສີຕໍ່ສິນຄ້າ 1 ໜ່ວຍຊຶ່ງຕັດກັບເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຈຸດສົມດູນໃໝ່ຄື E' ໄດ້ລາຄາຄວາມສົມ
ດູນໃໝ່ຄື P_1 ແລະປະລິມານສົມດູນໃໝ່ຄື Q_1 ສະແດງວ່າເມື່ອມີການເກັບພາສີຜູ້ຊື້ຈະຊື້ໃນປະລິມານທີ່
ໜ້ອຍລົງແຕ່ຕ້ອງຈ່າຍໃນລາຄາທີ່ສູງຂຶ້ນຄືຈ່າຍເທົ່າກັບ P_1 ແທນທີ່ຈະເປັນ P_0

ຢ່າງໃດກໍຕາມລາຄາທີ່ສູງຂຶ້ນ P_0P_1 ນີ້ທຽບແລ້ວຍັງໜ້ອຍກວ່າຈຳນວນພາສີທີ່ລັດເກັບຊຶ່ງເທົ່າ
ກັບ T ການທີ່ລາຄາສິນຄ້າສູງຂຶ້ນໜ້ອຍກວ່າຈຳນວນພາສີທີ່ລັດເກັບສະແດງວ່າຜູ້ຂາຍບໍ່ສາມາດຍົກ
ພາລະພາສີໄປໃຫ້ຜູ້ຊື້ໄດ້ໝົດແຕ່ສາມາດຍົກພາລະພາສີໃຫ້ຜູ້ຊື້ໄດ້ສ່ວນໜຶ່ງແລະຕົນເອງຕ້ອງຮັບພາລະ
ພາສີອີກສ່ວນໜຶ່ງຖ້າຜູ້ຊື້ຮັບພາລະພາສີໄປທັງໝົດລາຄາສິນຄ້າຈະຕ້ອງສູງຂຶ້ນເປັນ OP_3 ແຕ່ເປັນໄປບໍ່
ໄດ້ເພາະຖ້າຕັ້ງລາຄາຂາຍທີ່ OP_3 ຈະເກີດອຸປະທານສ່ວນເກີນຊຶ່ງສ້າງບັນຫາໃຫ້ແກ່ຜູ້ຂາຍຜູ້ຂາຍຈຶ່ງ
ຕ້ອງປັບຫຼຸດປະລິມານຜົນຜະລິດລົງມາຢູ່ທີ່ລະດັບ OQ_1 ທີ່ຄວາມສົມດູນ E' ສ່ວນພາລະພາສີທີ່ຜູ້ຂາຍ
ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບໄປແມ່ນການທີ່ຜູ້ຂາຍໄດ້ຮັບເງິນໜ້ອຍລົງກວ່າເກົ່າຄືໄດ້ແຕ່ແກ້ວລະ OP_2 ກັບແທນທີ່ຈະ
ເປັນ OP_0 ກັບ

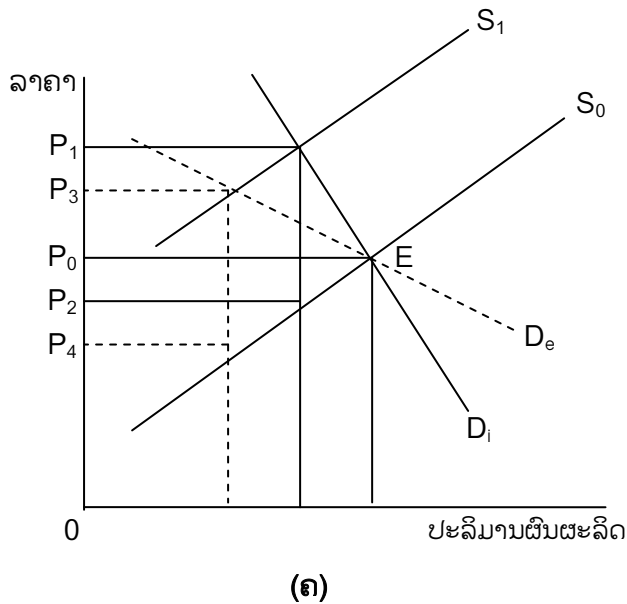
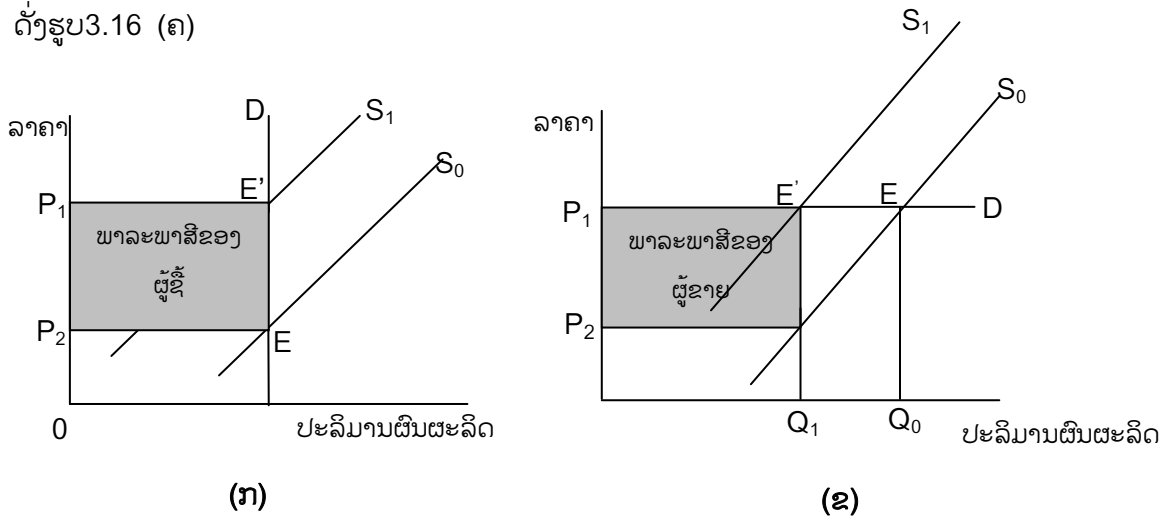
ກໍລະນີທີ່ຍົກມານີ້ສະແດງວ່າທັງຜູ້ຊື້ແລະຜູ້ຂາຍຕ່າງກໍຕ້ອງຮັບພາລະພາສີໂດຍຜູ້ຊື້ຮັບພາລະ
ພາສີໜ່ວຍລະ P_0P_1 ພາລະພາສີທັງໝົດເທົ່າກັບພື້ນທີ່ຫຼ່ຽມ a ສ່ວນຜູ້ຂາຍຮັບພາລະພາສີໜ່ວຍລະ
 P_0P_2 ພາລະພາສີທັງໝົດເທົ່າກັບພື້ນທີ່ຫຼ່ຽມ b ແລະພາລະທີ່ລັດຖະບານເກັບໄດ້ທັງໝົດຈະເທົ່າກັບ
 $a+b$ ຊຶ່ງເທົ່າກັບປະລິມານຂາຍທັງໝົດຄູນກັບອັດຕາພາສີຕໍ່ 1 ຫົວໜ່ວຍ

ເສັ້ນອຸປະທານທີ່ມີຄວາມຫົດຢືດຕ່າງກັນການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຂາຍຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຊື້ແລະຜູ້ຂາຍມີ
ພາລະພາສີແຕກຕ່າງກັນດັ່ງທີ່ຈະເຫັນໃນຮູບທີ່ 3.16

ຮູບທີ່ 3.16 (ກ) ເສັ້ນອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຕັ້ງສາກກັບແຄນນອນສະແດງວ່າຄວາມຫົດຢືດມີຄ່າ
ເທົ່າກັບ 0 ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຂາຍ ຜູ້ຂາຍສາມາດຍົກພາລະພາສີໄປໃຫ້ຜູ້ຊື້ໄດ້ໝົດເຕັມຈຳນວນ
ພາສີຄືຜູ້ຊື້ຈະຕ້ອງຈ່າຍຫຼາຍກວ່າເທົ່າກັບຈຳນວນທີ່ລັດເກັບ (P_0P_1) ພໍດີສ່ວນຜູ້ຂາຍຫຼັງຈາກທີ່ກຳລັງ
ເກັບພາສີແລ້ວຍັງຈະໄດ້ຮັບລາຄາຈຳກັດເທົ່າເດີມ (OP_0) ການຍົກພາລະພາສີໃຫ້ກັບຜູ້ຊື້ໄດ້ເຕັມຈຳ
ນວນເພາະຜູ້ຊື້ບໍ່ສາມາດຫັນໄປຫາສິນຄ້າອື່ນມາທົດແທນ.

ສຳລັບຮູບທີ່ 3.16 (ຂ) ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແຄນນອນຊຶ່ງສະແດງວ່າເສັ້ນອຸປະສົງ
ມີຄ່າຄວາມຫົດຢືດເປັນອັດສົງໄຂ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນພາສີທີ່ຈະເກັບຈາກຜູ້ຂາຍ ຜູ້ຂາຍຈະຕ້ອງຮັບພາລະ
ພາສີນີ້ໄປພຽງຝ່າຍດຽວ ຜູ້ຊື້ຍັງຕ້ອງຈ່າຍໃນລາຄາເກົ່າ (OP_0) ສ່ວນຜູ້ຂາຍຫຼັງຈາກທີ່ກຳລັງພາສີແລ້ວ
ຈະໄດ້ຮັບລາຄາຈຳກັດທີ່ OP_2 ຊຶ່ງຕ່ຳກວ່າລາຄາເກົ່າເທົ່າກັບຈຳນວນພາສີທີ່ລັດເກັບ (P_0P_2)

ຈາກຕົວຢ່າງ 2 ກໍລະນີນີ້ເຮົາສາມາດສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ຖ້າກຳນົດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະທານຄືເກົ່າເສັ້ນອຸປະສົງຈະມີຄ່າຄວາມທົດຢຶດໜ້ອຍພາລະພາສີທີ່ຜູ້ຂາຍຈະຍົກໄປໃຫ້ຜູ້ຊື້ຈະຫຼາຍຂຶ້ນໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າເສັ້ນອຸປະສົງມີຄ່າຄວາມທົດຢຶດຫຼາຍພາລະພາສີທີ່ຜູ້ຂາຍຈະຍົກໄປໃຫ້ຜູ້ຊື້ຈະໜ້ອຍລົງ
ດັ່ງຮູບ 3.16 (ຄ)



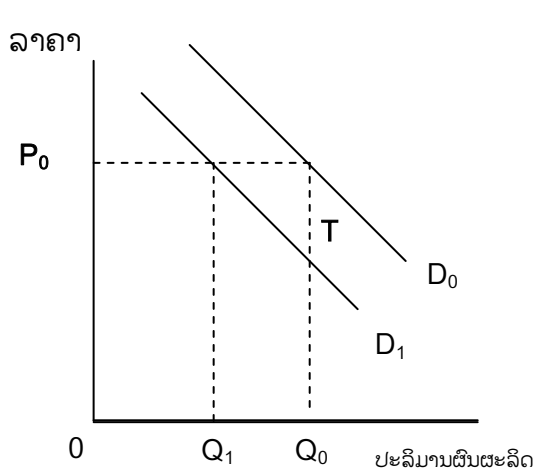
ຮູບທີ່ 3.16 ການຍົກພາລະພາສີ ໄປໃຫ້ຜູ້ຊື້ກັບຄວາມທົດຢຶດຂອງອຸປະສົງ

2. ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ແລະການເກັບພາສີແບບຕ່າງໆ

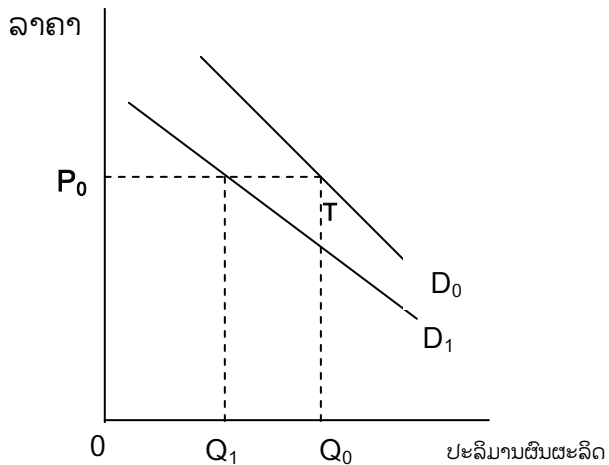
ຮູບທີ່ 3.17 (ກ) ສົມມຸດວ່າ D_0 ເປັນເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດນໍ້າອັດລົມກ່ອນທີ່ຈະມີການເກັບພາສີ ຕໍ່ມາລັດຖະບານເກັບພາສີນໍ້າອັດລົມຈາກຜູ້ຊື້ແບບຕໍ່ໜ່ວຍໃນອັດຕາແກ້ວລະ T ກັບການເກັບພາສີນີ້ເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດນໍ້າອັດລົມເຄື່ອນຍ້າຍຕໍ່າລົງມາທາງຊ້າຍເປັນເສັ້ນອຸປະສົງໃໝ່ D_1 ໂດຍຂະໜານກັບເສັ້ນອຸປະສົງເກົ່າແລະມີໄລຍະເທົ່າກັບ T ຕະຫຼອດເສັ້ນ

ການທີ່ລັດຖະບານເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ແລະເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະສົງເລື່ອນລົງມາທາງຊ້າຍ ແບບນີ້ກໍ່ເພາະວ່າເງິນຈຳນວນເທົ່າເດີມເມື່ອຖືກຫັກເງິນສ່ວນໜຶ່ງໄປເປັນເງິນພາສີຜູ້ຊື້ຈະມີເງິນເຫຼືອສຳລັບຊື້ສິນຄ້າໃນປະລິມານທີ່ໜ້ອງລົງກວ່າເກົ່າ ຕົວຢ່າງ: ເມື່ອບໍ່ມີການເກັບພາສີທີ່ລະດັບລາຄາ OP_0 ໃນຮູບທີ່ 3.17 (ກ) ດ້ວຍເງິນຈຳນວນໜຶ່ງທີ່ກຳນົດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ສິນຄ້າໃນປະລິມານ OQ_0 ແຕ່ເມື່ອມີການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ດ້ວຍເງິນຈຳນວນເທົ່າເກົ່າຜູ້ບໍລິໂພກຈະຊື້ພຽງ OQ_1 ເທົ່ານັ້ນໃນທຳນອງດຽວກັນທີ່ລະດັບລາຄາອື່ນໆກໍ່ເຊັ່ນກັນເມື່ອມີການເກັບພາສີຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກສິນຄ້າຊື້ໄດ້ໃນຈຳນວນທີ່ໜ້ອຍລົງ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນອຸປະສົງຈຶ່ງຍ້າຍລົງມາທາງຊ້າຍ.

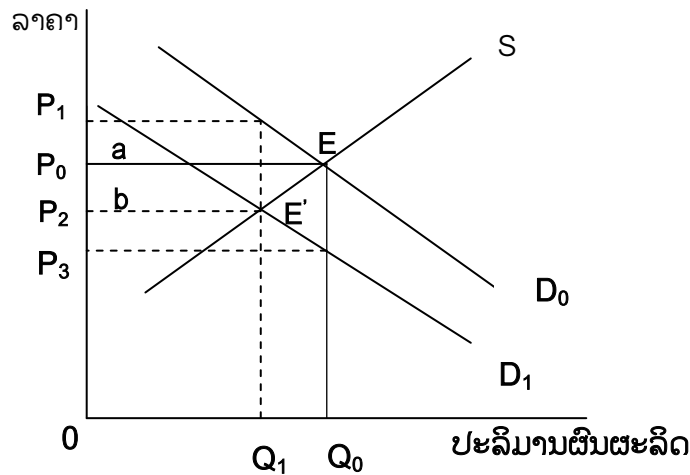
ຮູບທີ່ 3.17 (ຂ) ສະແດງການເກັບພາສີແບບສ່ວນຮ້ອຍຂອງມູນຄ່າສິນຄ້າຈາກຜູ້ຊື້ຈາກຮູບເຫັນວ່າໄລຍະຫ່າງລະຫວ່າງເສັ້ນອຸປະສົງເກົ່າ (D_0) ກ່ອນການເກັບພາສີແລະເສັ້ນອຸປະສົງຫຼັງການເກັບພາສີ (D_1) ບໍ່ເທົ່າກັນເວົ້າໄດ້ວ່າໄລຍະຫ່າງລະຫວ່າງເສັ້ນຈະກວ້າງຂຶ້ນຕາມລຳດັບເມື່ອລະດັບລາຄາສູງຂຶ້ນເຫດຜົນຄືຜູ້ບໍລິໂພກຈະຕ້ອງຈ່າຍພາສີຫຼາຍຂຶ້ນເມື່ອລາຄາສິນຄ້າຕໍ່ໜ່ວຍສູງຂຶ້ນເພາະພາສີ ຄິດເປັນສ່ວນຮ້ອຍຂອງລາຄາສິນຄ້າ.



ຮູບທີ່ 3.17 (ກ)
ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ຕໍ່ຫົວໜ່ວຍ



ຮູບທີ່ 3.17 (ຂ)
ການເກັບພາສີ ad valorem ຈາກຜູ້ຊື້



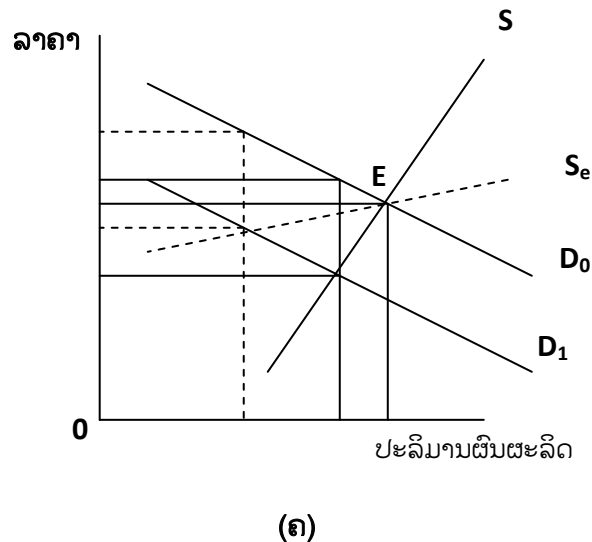
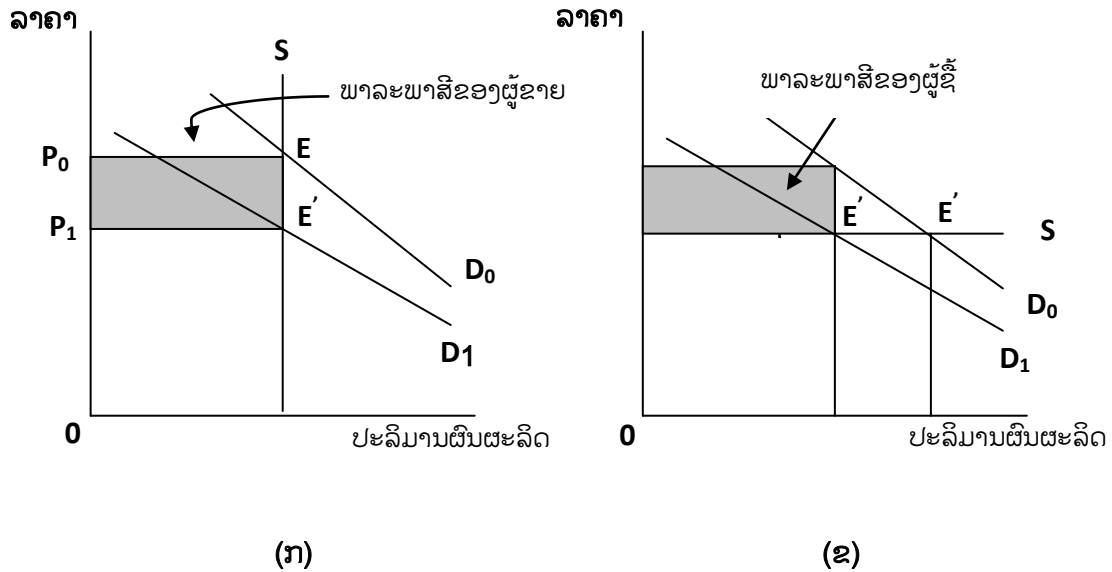
ຮູບທີ 3.18 ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້

ຮູບທີ 3.18 ສະແດງເສັ້ນອຸປະທານແບບທົ່ວໄປ D_0 ຄືເສັ້ນອຸປະສົງເມື່ອຍັງບໍ່ມີການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ສ່ວນ D_1 ຄືເສັ້ນອຸປະສົງເມື່ອມີການເກັບພາສີແລ້ວ ດັ່ງນັ້ນ, D_1 ຈຶ່ງເປັນເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຄາຈິງ ທີ່ຜູ້ຂາຍໄດ້ຮັບ ລົບດ້ວຍພາສີຕໍ່ໜ່ວຍ ສະແດງວ່າທີ່ລະດັບລາຄາ $0P_0$ ເມື່ອຍັງບໍ່ມີການເກັບພາສີດ້ວຍເງິນທີ່ກຳນົດໃຫ້ຈະຊື້ສິນຄ້າໄດ້ $0Q_0$ ໜ່ວຍແຕ່ເມື່ອມີການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ດ້ວຍເງິນຈຳນວນເທົ່າເກົ່າຜູ້ຊື້ຈະສາມາດຊື້ $0Q_0$ ໜ່ວຍເທົ່າເດີມໄດ້ກໍຕໍ່ເມື່ອຜູ້ຂາຍຍອມຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າລົງມາໜ່ວຍລະ T ກົບ ຄືເທົ່າກັບຈຳນວນພາສີ.

ຈາກຮູບທີ 3.18 ເສັ້ນອຸປະສົງກ່ອນການເກັບພາສີ D_0 ຕັດກັບເສັ້ນອຸປະທານທີ່ຈຸດ E ເຮັດໃຫ້ເກີດລາຄາແລະປະລິມານສົມດູນທີ່ $0P_0$ ແລະ $0Q_0$ ຕາມລຳດັບສ່ວນເສັ້ນອຸປະສົງຫຼັງຈາກທີ່ມີການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ແລ້ວ D_1 ຈະຕັດກັບເສັ້ນອຸປະທານພາໃຫ້ເກີດຈຸດສົມດູນໃໝ່ທີ່ E' ຊຶ່ງມີລາຄາແລະປະລິມານຈຸດສົມດູນໃໝ່ທີ່ $0P_2$ ແລະ $0Q_1$ ຕາມລຳດັບສະແດງວ່າເມື່ອມີການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ດ້ວຍເງິນຈຳນວນເທົ່າເດີມຫຼັງຈາກຖືກທັກພາສີແລ້ວຜູ້ຊື້ມີເງິນເຫຼືອສຳລັບຊື້ສິນຄ້າໃນຈຳນວນທີ່ໜ້ອຍລົງ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຊື້ຈຶ່ງຊື້ເປັນຈຳນວນ $0Q_1$ ແທນທີ່ຈະເປັນ $0Q_0$ ແລະຈ່າຍໃນລາຄາທີ່ຜູ້ຂາຍໄດ້ຮັບຈິງເທົ່າກັບ $0P_2$ ຊຶ່ງຕໍ່າກວ່າ $0P_0$ ສະແດງວ່າຜູ້ຊື້ບໍ່ສາມາດຍົກພາລະພາສີໄປໃຫ້ຜູ້ຂາຍໄດ້ທັງໝົດແຕ່ຍົກພາລະໃຫ້ຜູ້ຂາຍສ່ວນໜຶ່ງຄື P_0P_2 ຕົນເອງຕ້ອງຮັບພາລະໄປອີກສ່ວນໜຶ່ງຄື P_1P_0 ຕໍ່ໜ່ວຍຖ້າຜູ້ຊື້ສາມາດຍົກພາລະພາສີທັງໝົດໃຫ້ຜູ້ຂາຍລາຄາສິນຄ້າຈະຕ້ອງລົງມາຢູ່ທີ່ $0P_3$ ຊຶ່ງເປັນໄປບໍ່ໄດ້ເພາະທີ່ລາຄາ $0P_3$ ນັ້ນຈະເກີດອຸປະສົງສ່ວນເກີນຈາກຂະບວນການປັບຄວາມສົມດູນຕາມທີ່ໄດ້ຮູ້ມາແລ້ວຈະເຫັນໄດ້ວ່າຈຸດສົມດູນຈະຕ້ອງມາຢູ່ທີ່ E' .

ສະຫຼຸບໄດ້ວ່າໃນກໍລະນີທີ່ເສັ້ນອຸປະທານມີຄວາມທົດຢຶດປານກາງການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ທັງຜູ້ຊື້ແລະຜູ້ຂາຍຕ່າງກໍໄດ້ຮັບພາລະພາສີ, ພາລະພາສີທີ່ຕົກນຳຜູ້ຂາຍຄືການທີ່ຜູ້ຂາຍໄດ້ຮັບເງິນຈາກການຂາຍສິນຄ້າໜ້ອຍລົງກວ່າເກົ່າໜ່ວຍລະ P_0P_2 ກົບ ພາລະພາສີທັງໝົດຈະຕົກຢູ່ກັບຜູ້ຂາຍຈະເທົ່າກັບພື້ນທີ່ຫຼ່ຽມ b ຫຼືໜ່ວຍລະ P_0P_2 ສ່ວນຜູ້ຊື້ຮັບພາລະພາສີເທົ່າກັບພື້ນທີ່ຫຼ່ຽມ a ຫຼືໜ່ວຍລະ P_0P_1 ແລະຈຳນວນພາສີທັງໝົດທີ່ລັດຖະບານເກັບໃນເທື່ອນີ້ຈະເທົ່າກັບພື້ນທີ່ຫຼ່ຽມ $a+b$ ຫຼືເທົ່າກັບປະລິມານຂາຍທັງໝົດຄູນກັບພາສີຕໍ່ 1 ໜ່ວຍ ($0Q_1 \times T$).

ຈາກເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ກຳນົດໃຫ້ການເກັບພາສີຈາກຜູ້ຊື້ ຜູ້ຊື້ສາມາດຍົກພາລະພາສີໄປທີ່ຜູ້ຂາຍໄດ້ ຫຼາຍໜ້ອຍເທົ່າໃດນັ້ນຂຶ້ນຢູ່ກັບຄວາມຫົດຍຶດຂອງເສັ້ນອຸປະທານດັ່ງຈະເຫັນໄດ້ຈາກຮູບທີ່ 3.19.



ຮູບທີ່ 3.19 ການຍົກພາລະພາສີໄປທີ່ຜູ້ຂາຍກັບຄວາມຫົດຍຶດຂອງເສັ້ນອຸປະທານ

ຮູບທີ່ 3.19 (ກ) ສະແດງເສັ້ນອຸປະທານມີຄ່າຄວາມຫົດຍຶດເປັນສູນພາລະພາສີຈະຖືກຍົກໄປໃຫ້ຜູ້ຂາຍທັງໝົດເວົ້າໄດ້ວ່າຜູ້ຊື້ຍັງຈະຈ່າຍໃນລາຄາເກົ່າຄື $0P_0$ ແຕ່ຜູ້ຂາຍຫຼັງຈາກທີ່ກຳນົດພາສີແລ້ວຈະໄດ້ຮັບເງິນພຽງພໍ $0P_1$ ຈຳນວນທີ່ຜູ້ຂາຍຈະໄດ້ຮັບໜ້ອຍກວ່າເກົ່າເທົ່າກັບຈຳນວນພາສີພໍດີ.

ຮູບທີ່ 3.19 (ຂ) ສະແດງເສັ້ນອຸປະທານມີຄ່າຄວາມຫົດຍຶດເປັນອັດສະລິຍະ (infinity) ກໍລະນີນີ້ຜູ້ຕ້ອງຮັບພາລະພາສີທັງໝົດເວົ້າໄດ້ຄືເມື່ອລັດເກັບພາສີຜູ້ຊື້ຕ້ອງຈ່າຍເງິນຊື້ສິນຄ້າຫຼາຍກວ່າເກົ່າເທົ່າກັບຈຳນວນພາສີພໍດີ (ລາຄາ $0P_1$) ສ່ວນຜູ້ຂາຍເມື່ອກຳນົດພາສີໃຫ້ລັດແລ້ວຍັງຈະໄດ້ເງິນເທົ່າກັບລາຄາເກົ່າຄື $0P_0$.

ຈາກ 2 ກໍລະນີນີ້ສະຫຼຸບໄດ້ວ່າຖ້າກຳນົດເສັ້ນອຸປະສົງໃຫ້ຄືເກົ່າເສັ້ນອຸປະທານມີຄ່າຄວາມ ຫົດຍຶດໜ້ອຍພາລະພາສີທີ່ຜູ້ຊື້ຈະສາມາດຍົກໄປໃຫ້ຜູ້ຂາຍຍິ່ງຫຼາຍຂຶ້ນ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າເສັ້ນອຸປະທານມີຄ່າຄວາມຫົດຍຶດຫຼາຍພາລະພາສີທີ່ຜູ້ຊື້ຈະຍົກໄປໃຫ້ຜູ້ຂາຍຈະໜ້ອຍລົງ ດັ່ງຮູບທີ່ 3.19 (ຄ)

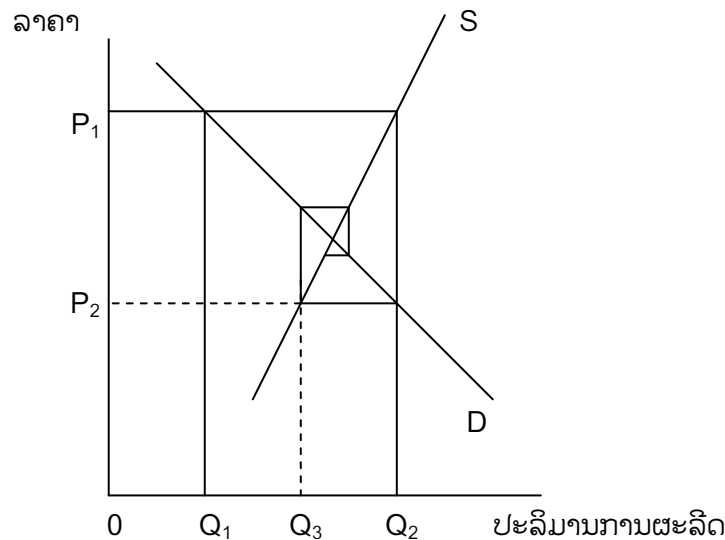
XII. ທິດສະດີໄຍແມງມູມ

(Cobweb Theorem)

ຕາມປົກກະຕິໃນເລື່ອງອຸປະທານເປັນການສຶກສາການພົວພັນລະຫວ່າງລາຄາ ແລະ ປະລິມານຂາຍ ໃນໄລຍະເວລາດຽວກັນແຕ່ໃນການຜະລິດກະສິກຳບາງປະເພດ ຊາວກະສິກອນມັກຈະຄຳນຶງເຖິງລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ປະລິມານການຜະລິດໃນໄລຍະເວລາຕ່າງກັນ ເວົ້າໄດ້ວ່າຊາວກະສິກອນຈະໃຊ້ລາຄາສິນຄ້າໃນໄລຍະເວລາໜຶ່ງເປັນຕົວກຳນົດປະລິມານສິນຄ້າທີ່ເຂົາຕ້ອງການຜະລິດອອກຂາຍ

ຕົວຢ່າງ: ການປູກຕົ້ນສາລີຂອງຊາວສວນພາກເໜືອ ຖ້າປີນີ້ລາຄາສາລີສູງຊາວສວນກໍ່ຈະພາກັນປູກຫຼາຍຂຶ້ນຊຶ່ງໝາຍຄວາມວ່າຊາວສວນຖືເອົາລາຄາໃນປີນີ້ເປັນຕົວກຳນົດປະລິມານການຜະລິດໃນປີໜ້າ

ຮູບທີ່ 3.20 ສະແດງເສັ້ນອຸປະສົງສິນຄ້າສາລີຂອງພໍ່ຄ້າຄົນກາງຊຶ່ງສ່ວນຫຼາຍຮັບຊື້ສາລີໄປຂາຍຕ່າງປະເທດແລະສະແດງເສັ້ນອຸປະທານການຜະລິດໃນປະເທດ ສົມມຸດວ່າໃນ ປີ 2010 ລາຄາສາລີໃນຕະຫຼາດເມືອງຈົນສູງຂຶ້ນ ແລະ ເຮັດໃຫ້ປະເທດລາວສາມາດຂາຍສາລີໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນແລະຂາຍໄດ້ລາຄາດີສົມມຸດວ່າພໍ່ຄ້າ ຄົນກາງຮັບຊື້ປະລິມານ $0Q_1$ ໃນລາຄາ $0P_1$ ເນື່ອງຈາກລາຄາ ທີ່ $0P_1$ ນີ້ຜູ້ປູກ



ຮູບທີ່ 3.20 ການປັບຈຸດສົມດູນແບບໄຍແມງມູມ

ສາລີໃນລາວໄດ້ກຳໄລດີຊາວສວນຈຶ່ງຄາດຫວັງວ່າລາຄາສາລີຈະຢູ່ໃນລະດັບນີ້ຈົນເຖິງປີຕໍ່ໄປຄື ປີ 2011 ດ້ວຍລາຄາດັ່ງກ່າວໃນລະດູການຜະລິດ ປີ 2011 ຈະຜະລິດສາລີໄດ້ຂຶ້ນເປັນ $0Q_2$ ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມສົມມຸດວ່າໃນ 2011 ສະຖານະການຕ່າງໆໃນປະເທດອື່ນຊຶ່ງສົ່ງສາລີອອກຕ່າງປະເທດກ້າວເຂົ້າສູ່ສະພາວະປົກກະຕິ ດັ່ງນັ້ນ, ລວມກັບຈຳນວນສາລີຊຶ່ງຜະລິດຫຼາຍຂຶ້ນໃນປະເທດລາວຈະເຮັດໃຫ້ສາລີໃນຕະຫຼາດໂລກມີຫຼາຍເກີນຄວາມຕ້ອງການ ຊາວສວນຂາຍສາລີບໍ່ໝົດລາຄາສາລີຈຶ່ງລຸດລົງມາຢູ່ທີ່ $0P_2$ ຊາວສວນຈຶ່ງພາກັນຂາດທຶນ.

ເນື່ອງຈາກຕ້ອງການຫຼີກລ່ຽງສະພາວະສາລີລົ້ນຕະຫຼາດ ຊາວສວນຈຶ່ງຖືເອົາລາຄາສາລີໃນປີ 2011 ຊຶ່ງຢູ່ໃນລະດັບຕໍ່າເປັນຕົວກຳນົດປະລິມານຜົນຜະລິດໃນປີຕໍ່ໄປຄືປີ 2012 ນັ້ນຄືຊາວສວນຈະຜະລິດສາລີໜ້ອຍລົງເຫຼືອພຽງ $0Q_3$ ແຕ່ປະກົດວ່າປະລິມານທີ່ $0Q_3$ ນີ້ອາດຈະເໝາະສົມກັບພາວະການຂອງປີ 2011 ແຕ່ບໍ່ເໝາະກັບປີ 2012 ເນື່ອງຈາກປະລິມານຜົນຜະລິດໜ້ອຍກວ່າປະລິມານຄວາມຕ້ອງການຊື້ ດັ່ງນັ້ນ, ລາຄາສາລີໃນປີ 2012 ຈະສູງຂຶ້ນອີກຄັ້ງໜຶ່ງ.

ຈະເຫັນໄດ້ວ່າຄວາມບໍ່ມີ ສະຖຽນລະພາບດັ່ງກ່າວ ເປັນບັນຫາທີ່ເກີດຈາກຜູ້ຜະລິດ ຍຶດຖືລາຄາຂອງສິນຄ້າໃນໄລຍະເວລາໜຶ່ງ ເປັນຕົວກຳນົດປະລິມານຜົນຜະລິດ ໃນໄລຍະເວລາຖັດໄປໂດຍເຂົ້າໃຈຜິດວ່າລະດັບລາຄາໃນໄລຍະຕໍ່ໄປຈະຕ້ອງເທົ່າກັບ ຫຼື ຢູ່ໃນລະດັບໃກ້ຄຽງກັບລາຄາທີ່ຜ່ານມາໃຫ້ຊາວສວນບໍ່ສາມາດກຳນົດປະລິມານຜົນຜະລິດໃຫ້ພໍດີກັບປະລິມານຊື້ ການຜະລິດຈຶ່ງຕ້ອງປັບຕົວໄປເລື້ອຍໆ ເລີ່ມຈາກລາຄາສູງ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດຕໍ່າ ໃນໄລຍະທຳອິດແຕ່ລາຄາສູງໃນໄລຍະທຳອິດນີ້ຊັກຈູງໃຫ້ມີການເພີ່ມການຜະລິດໃນໄລຍະທີ່ສອງ ເມື່ອມາເຖິງໄລຍະທີ່ສອງ ປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນນີ້ມີຫຼາຍເກີນຄວາມຕ້ອງການເຮັດໃຫ້ລາຄາໃນໄລຍະທີ່ສອງຕໍ່າລົງ ໝູນວຽນກັນໄປເລື້ອຍໆ ໃນທາງທິດສະດີການປັບໃຫ້ປະລິມານຜົນຜະລິດເທົ່າກັບປະລິມານຊື້ຈະຕ້ອງໃຊ້ເວລາດົນແລະ ໃນທາງປະຕິບັດໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສົມດຸນອາດບໍ່ມີມື້ມາເຖິງ.

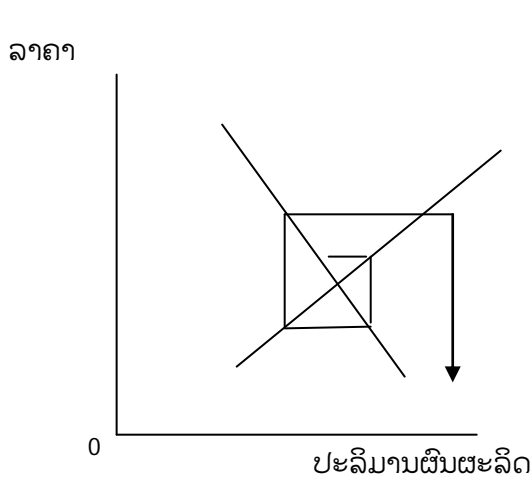
ສົມຜົນເສັ້ນອຸປະທານໃນກໍລະນີທີ່ວ່າໄປສະແດງລາຄາກັບປະລິມານເປັນຄ່າທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນໄລຍະເວລາດຽວກັນ. ສ່ວນເສັ້ນອຸປະທານໃນກໍລະນີຂອງ Cobweb theorem ນັ້ນ ປະລິມານການຜະລິດໃນເວລາ t ກຳນົດຈາກລາຄາທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນເວລາ $(t-1)$ ດັ່ງສົມຜົນຕໍ່ໄປນີ້.

$$\text{ສົມຜົນອຸປະທານກໍລະນີທີ່ວ່າໄປ} \quad Q_t^s = a + bp_t$$

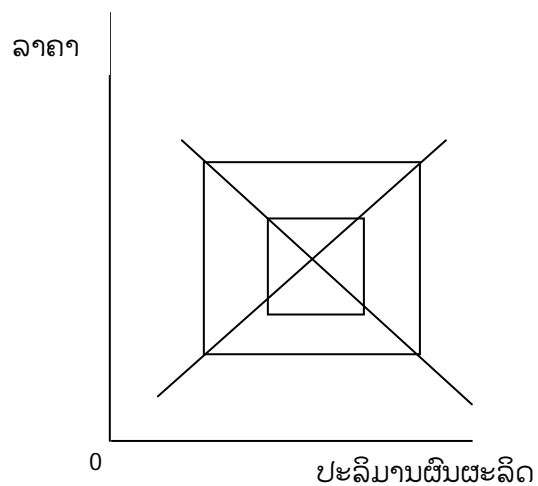
$$\text{ສົມຜົນອຸປະທານ ກໍລະນີ Cobweb} \quad Q_t^s = a + bp_{t-1}$$

ມີຂໍ້ທີ່ສັງເກດກ່ຽວກັບທິດສະດີໄຍແມງມຸມນີ້ວ່າ: ຢູ່ຈຸດຕັດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານ ຖ້າຄວາມທົດຢຶດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງມີຄ່າຫຼາຍກວ່າຄວາມທົດຢຶດ ຂອງເສັ້ນອຸປະທານ ການປັບຕົວນີ້ຈະມີແນວໂນ້ມເຂົ້າສູ່ຈຸດສົມດຸນ ດັ່ງຮູບທີ 3.20 ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ຢູ່ຈຸດຕັດກັນຂອງທັງສອງເສັ້ນນີ້ ຖ້າຄວາມທົດຢຶດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງມີຄ່ານ້ອຍກວ່າຄວາມທົດຢຶດຂອງເສັ້ນ ອຸປະທານການປັບຕົວຂອງລາຄາ ແລະ ປະລິມານຈະມີແນວໂນ້ມຫ່າງຈາກຈຸດສົມດຸນອອກໄປຕະຫຼອດ.

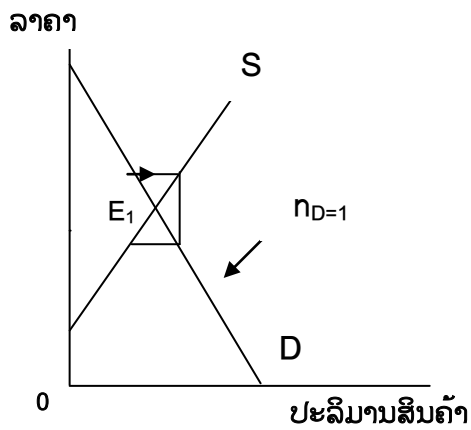
ດັ່ງຮູບທີ 3.21 (ກ) ສຳຫຼັບໃນກໍລະນີທີ່ຄວາມທົດຢຶດຂອງອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານມີຄ່າເທົ່າກັນ ຢູ່ຈຸດຕັດຂອງທັງສອງເສັ້ນ ການປັບຕົວຈະມີລັກສະນະເປັນໄຍແມງມຸມສົມບູນແບບ ດັ່ງຮູບທີ 3.21 (ຂ)



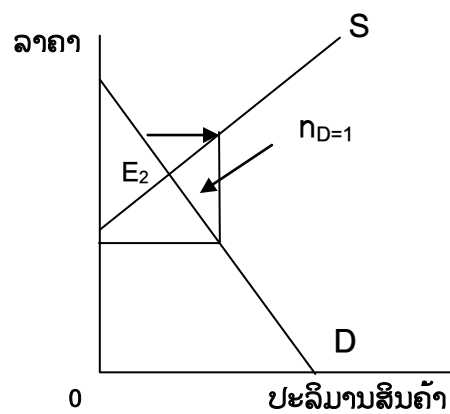
ຮູບທີ 3.21 (ກ)



ຮູບທີ 3.21 (ຂ)



(ກ)



(ຂ)

ຮູບທີ 3.22 ການປັບປະລິມານການຜະລິດກັບຄວາມຫົດຢືດຂອງອຸປະທານ.

ຕ້ອງເຂົ້າໃຈວ່າ ໃນກໍລະນີທີ່ດສະດີໄຍແມງມຸມ ເຮົາປຽບທຽບຄ່າຄວາມຫົດຢືດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານສະເພາະຈຸດທີ່ເສັ້ນທັງສອງເສັ້ນນີ້ຕັດກັນເທົ່ານັ້ນ ເຮົາບໍ່ສາມາດປຽບທຽບໝົດທັງເສັ້ນໄດ້ ເນື່ອງຈາກຮູ້ແລ້ວວ່າ ຄວາມຫົດຢືດຢູ່ຈຸດຕ່າງໆ ເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານມີຄ່າບໍ່ເທົ່າກັນ ດັ່ງຮູບທີ 3.22 (ກ) ສະແດງວ່າຢູ່ຈຸດຕັດກັນຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານ ທີ່ E_1 ຄວາມຢືດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງມີຄ່າຫຼາຍກວ່າຄວາມຫົດຢືດຂອງເສັ້ນອຸປະທານ ໂດຍທີ່ຄວາມຫົດຢືດຂອງທັງສອງເສັ້ນຢູ່ຈຸດຕັດກັນນັ້ນຕ່າງກໍ່ມີຄ່າຫຼາຍກວ່າ 1 ສ່ວນ ຮູບທີ 3.22 (ຂ) ສະແດງວ່າຢູ່ຈຸດຕັດທີ່ E_2 ຄວາມຫົດຢືດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງມີຄ່ານ້ອຍກວ່າຂອງເສັ້ນອຸປະທານ ໂດຍທີ່ຄວາມຫົດຢືດຂອງທັງສອງເສັ້ນນີ້ ຢູ່ຈຸດຕັດນັ້ນຕ່າງກໍ່ມີຄ່າຫຼາຍກວ່າ 1.

ບົດທີ 4

ທິດສະດີວ່າດ້ວຍພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Theory of Consumer Behavior)

ຈາກບົດທີ 2 ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າ ໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບຕະຫຼາດ (Market economic system) ນັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຮ່ວມກັນກຳນົດລາຄາຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໄດ້ແນວໃດ ໃນບົດທີ 4 ນີ້ຈະເປັນການທຳຄວາມຮູ້ຈັກອຸປະສົງໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ, ເນື່ອງຈາກອຸປະສົງເປັນຝ່າຍຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer) ດັ່ງນັ້ນ, ການທີ່ຈະເຂົ້າໃຈຄວາມເປັນໄປໄດ້ຂອງອຸປະສົງໄດ້ຕ້ອງສຶກສາ ທິດສະດີນີ້ ຕ້ອງພະຍາຍາມຫາທາງອະທິບາຍວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກຕັດສິນໃຈແນວໃດທີ່ຈະເລືອກຊື້ ຫຼື ບໍ່ ຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຕ່າງໆ ຖ້າຜູ້ບໍລິໂພກຕັດສິນໃຈຊື້ ຊື້ຫຍັງແລະຈຳນວນເທົ່າໃດ? ດັ່ງນັ້ນ, ທິດສະດີວ່າດ້ວຍພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງເປັນການສຶກສາທີ່ຢູ່ເບື້ອງຫຼັງ “ກົດອຸປະສົງ (Law of Demand)” ເຊິ່ງໄດ້ເວົ້າແລ້ວໃນຕອນຕົ້ນຂອງບົດທີ 2.

ທິດສະດີ ວ່າດ້ວຍພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ໄດ້ແບ່ງອອກເປັນ 2 ພາກສ່ວນ ຕາມວິທີການວິເຄາະໄດ້ແກ່ (1) ທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດ ເປັນວິທີວິເຄາະແບບນັບຈຳນວນໄດ້ (Cardinal approach) ເຊິ່ງເປັນວິທີການສຶກສາທີ່ເກີດຂຶ້ນກ່ອນ. (2) ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນງົບປະມານເປັນວິທີການວິເຄາະແບບນັບລຳດັບ (Ordinal approach) ເປັນແນວຄິດທີ່ເກີດຕາມຫຼັງ ການສຶກສາທັງ 2 ວິທີຈະຊ່ວຍເສີມໃຫ້ເຂົ້າໃຈພຶດຕິກຳການບໍລິໂພກໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

ຕອນທີ 1

ທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດ ແລະ ການວິເຄາະພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (The Utility Theory and Consumer Behavior Analysis)

ການວິເຄາະພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນສ່ວນທຳອິດນີ້ ປະກອບດ້ວຍ (1) ຄວາມໝາຍຂອງອັດຖະປະໂຫຍດ ແລະ ຂໍ້ສົມມຸດ (2) ກົດເກນການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ (3) ຕາຕະລາງ ແລະ ເສັ້ນອັດຖະປະໂຫຍດ (4) ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (5) ການສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຈາກຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (6) ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ. ຄວາມໝາຍຂອງອັດຖະປະໂຫຍດ ແລະ ຂໍ້ສົມມຸດ.

ອັດຖະປະໂຫຍດ (Utility) ໝາຍເຖິງ ຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການປະເພດໃດໜຶ່ງໃນໄລຍະເວລາໜຶ່ງ.

ສິນຄ້າຄຸນນະພາບສູງ (Economic good) ທຸກຢ່າງຍ່ອມມີອັດຖະປະໂຫຍດດ້ວຍກັນທັງນັ້ນ ແຕ່ຈະມີຫຼາຍ ຫຼື ໜ້ອຍຍ່ອມຂຶ້ນຢູ່ກັບລະດັບຄວາມມັກ ຫຼື ຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນສິນຄ້ານັ້ນ ແລະ ໄລຍະເວລາທີ່ຕ່າງກັນ ເຊິ່ງອາດພິຈາລະນາໄດ້ດັ່ງນີ້:

1. ສິນຄ້າປະເພດດຽວກັນຈຳນວນເທົ່າກັນອາດມີອັດຖະປະໂຫຍດຕ່າງກັນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກແຕ່ລະຄົນ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ພໍໃຈໃນ ສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການປະເພດນັ້ນຫຼາຍ ຍ່ອມໄດ້ອັດຖະປະໂຫຍດຫຼາຍກວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ພໍໃຈໜ້ອຍ ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ: ຜູ້ທີ່ມັກເບິ່ງໝໍລຳ ຍ່ອມໄດ້ອັດຖະປະໂຫຍດກວ່າຜູ້ທີ່ບໍ່ມັກ.

2. ສິນຄ້າປະເພດດຽວກັນຈຳນວນເທົ່າກັນອາດມີອັດຖະປະໂຫຍດຕ່າງກັນ ສຳລັບຜູ້ບໍລິໂພກແຕ່ລະຄົນ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້ານັ້ນຫຼາຍຍ່ອມໄດ້ອັດຖະປະໂຫຍດຜູ້ທີ່ຕ້ອງການໜ້ອຍ. ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ: ນັກຮຽນທີ່ຮຽນອ່ອນຍ່ອມໄດ້ອັດຖະປະໂຫຍດຈາກການຮຽນເພີ່ມຫຼາຍກວ່າ ນັກຮຽນທີ່ຮຽນດີ.

3. ສິນຄ້າປະເພດດຽວກັນ ຈຳນວນເທົ່າກັນອາດມີອັດຖະປະໂຫຍດຕ່າງກັນ ສຳລັບຜູ້ບໍລິໂພກຄົນດຽວກັນ ແຕ່ຕ່າງເວລາ ຕົວຢ່າງ: ນັກຮຽນທີ່ເສັງເຂົ້າໂຮງຮຽນໄດ້ແລ້ວຍ່ອມໄດ້ ຍ່ອມໄດ້ອັດຖະປະໂຫຍດ ຈາກການຮຽນເພີ່ມໜ້ອຍກວ່າໄລຍະເວລາກ່ອນເສັງເຂົ້າ.

ຂໍ້ສົມມຸດ: ນອກຈາກຂໍ້ສົມມຸດຫຼັກທີ່ກຳນົດໃຫ້ສິ່ງອື່ນໆຢູ່ຄົງທີ່ແລ້ວ ທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດຍັງມີຂໍ້ສົມມຸດຕ່າງໆດັ່ງນີ້:

- (1) ອັດຖະປະໂຫຍດທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການ ສາມາດວັດແທກຄ່າເປັນຕົວເລກໄດ້ ແລະ ມີຫົວໜ່ວຍເອີ້ນວ່າ: “ຢູ່ທິລ (Util)”.
- (2). ຜູ້ບໍລິໂພກເປັນຜູ້ທີ່ມີເຫດຜົນ ໃນການເລືອກຊື້ສິນຄ້າມາບໍລິໂພກ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈຫຼາຍທີ່ສຸດ ໂດຍປຸງປຸງອັດຖະປະໂຫຍດທີ່ຈະໄດ້ຮັບຈາກສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການ ແຕ່ລະຢ່າງ ແລະ ເລືອກຊື້ສິນຄ້າທີ່ໃຫ້ອັດຖະປະໂຫຍດຫຼາຍທີ່ສຸດຕາມລຳດັບ ຈາກງົບປະມານທີ່ມີຈຳກັດ.
- (3). ສິນຄ້າທີ່ຊື້ຂາຍນັ້ນ ສາມາດແບ່ງເປັນໜ່ວຍຍ່ອຍໆໄດ້ ສິນຄ້າແຕ່ລະໜ່ວຍມີຄຸນສົມບັດ ຄື ກັນທຸກປະການ.

I. ຄວາມໝາຍຂອງອັດຖະປະໂຫຍດລວມ, ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ ແລະ ການພົວພັນ.

ອັດຖະປະໂຫຍດລວມ: (total utility + TU) ໝາຍເຖິງຜົນລວມຂອງອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ (marginal utility ຫຼື MU) ທີ່ໄດ້ຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າ ນັບຕັ້ງແຕ່ໜ່ວຍທຳອິດ ຈົນເຖິງໜ່ວຍທີ່ກຳລັງພິຈາລະນາຢູ່ນັ້ນຄື:

$$TU = \sum_{i=1}^n MU_i$$

ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ: ໝາຍເຖິງຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບເພີ່ມຂຶ້ນ ຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ໜ່ວຍ.

MU ຫາໄດ້ຈາກສ່ວນຕ່າງໆຂອງອັດຖະປະໂຫຍດລວມ (TU) ຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ (ຫຼື ຫຼຸດລົງ) ຈາກເດີມ 1 ຫົວໜ່ວຍ ດັ່ງນີ້:

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1}$$

ຫຼື ຄຳນວນຈາກສູດ $MU_n = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \text{Slope ຂອງເສັ້ນ TU}$

ຈາກສູດ MU_n ຂ້າງເທິງສະແດງວ່າ ໃນກໍລະນີທີ່ການປ່ຽນແປງຄ່າຂອງ Q ເກີດຂຶ້ນເທື່ອລະຫຼາຍໜ່ວຍ ເພື່ອທີ່ສະແດງການປ່ຽນແປງຄ່າ Q ເທື່ອລະ 1 ໜ່ວຍ ຈຶ່ງຕ້ອງຫານ ΔTU ດ້ວຍ ΔQ

ຈາກສູດຂ້າງເທິງ ຖ້າເຮົາຮູ້ຄ່າຂອງ TU ຫຼື MU ຕົວໃດຕົວໜຶ່ງ ເຮົາກໍສາມາດຫາຄ່າຂອງອີກຕົວໜຶ່ງໄດ້ ແລະ ຈາກຂໍ້ສົມມຸດທີ່ວ່າ ອັດຖະປະໂຫຍດນັ້ນສາມາດວັດຄ່າໄດ້ ດັ່ງນັ້ນ, ຄ່າຂອງອັດ

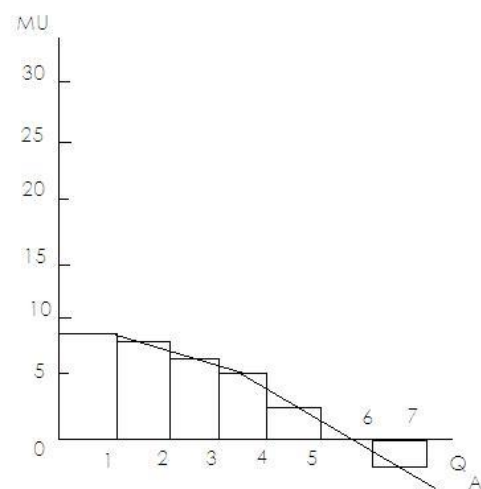
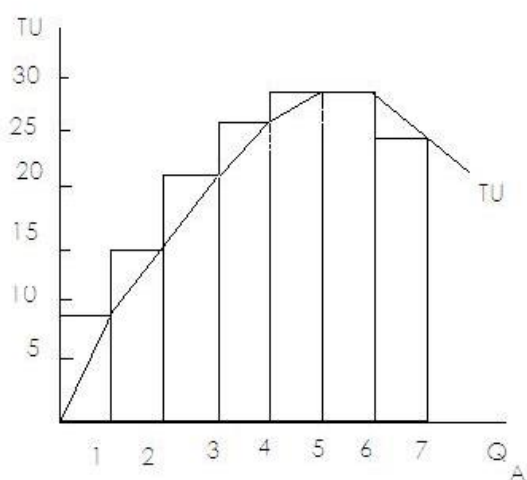
ຖະປະໂຫຍດໃນການບໍລິໂພກສິນຄ້າຈຳນວນຕ່າງໆ ຈຶ່ງສະແດງເປັນຕົວເລກດັ່ງປະກົດ ໃນຕາຕະລາງ ທີ 4.1 ເອີ້ນວ່າ: ຕາຕະລາງອັດຖະປະໂຫຍດ (Utility Schedule) ແລະເມື່ອນຳຄ່າຕ່າງໆ ໃນຕາຕະລາງ ວາງໃນເສັ້ນສະແດງຈະໄດ້ເສັ້ນອັດຖະປະໂຫຍດ.

ການພົວພັນລະຫວ່າງຄ່າຂອງອັດຖະປະໂຫຍດລວມ (TU) ແລະອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ (MU) ຈາກຕາຕະລາງທີ 4.1 ແລະ ຮູບທີ 4.1 ເຮົາສາມາດຫາການພົວພັນລະຫວ່າງ TU ແລະ MU ໄດ້ດັ່ງນີ້:

- (1) TU ສຳຫຼັບການບໍລິໂພກສິນຄ້າໜ່ວຍເລີ່ມຕົ້ນ ຈະມີຄ່າເພີ່ມຂຶ້ນໆ ສ່ວນ MU ຈະມີຄ່າຫຼຸດລົງໆ.
- (2) ເມື່ອ MU ເທົ່າກັບສູນ TU ຈະມີຄ່າຫຼາຍທີ່ສຸດ ຕໍ່ຈາກນັ້ນຄ່າຂອງ TU ຈະເລີ່ມຫຼຸດລົງ ຂະນະດຽວກັນ MU ກໍ່ຈະມີຄ່າຕິດລົບ.

ຕາຕະລາງ 4.1: ອັດຖະປະໂຫຍດລວມ ແລະ ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມຂອງສິນຄ້າ A.

ປະລິມານ ຂອງສິນຄ້າ A (ໜ່ວຍທີ)	ອັດຖະປະໂຫຍດລວມ (total utility, TU)	ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ (Marginal Utility, MU)
0	0	8
1	8	7
2	15	6
3	21	5
4	26	2
5	28	0 TU ມີຄ່າສູງສຸດ
6	28	- 3
7	28	



ຮູບທີ 4.1 ເສັ້ນອັດຖະປະໂຫຍດລວມ ແລະ ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ.

II. ກົດເກນ ວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ (The Law of Diminishing Marginal Utility)

ກົດເກນວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງອັດຖະປະໂຫຍດ ສ່ວນເພີ່ມລະບຸວ່າ ເມື່ອຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ບໍລິໂພກສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການພິມຂຶ້ນເທື່ອລະ 1 ຫົວໜ່ວຍ ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຈາກສິ່ງນັ້ນ ຈະຫຼຸດລົງຕາມລຳດັບ.

ຈາກຕາຕະລາງທີ 4.1 ແລະ ຮູບທີ 4.1 ຈະເຫັນວ່າ ປະກົດການນີ້ເກີດຂຶ້ນກັບການບໍລິໂພກສິນຄ້າ ຕັ້ງແຕ່ຫົວໜ່ວຍທີ 1 ເປັນຕົ້ນໄປ.

ເວົ້າໄດ້ວ່າ ກົດເກນນີ້ເກືອບຈະບໍ່ຕ້ອງອ້າງອີງຂໍ້ສົມມຸດໃດໆ ເນື່ອງຈາກເປັນກົດເກນທີ່ສະທ້ອນເຖິງພາວະວິໄສຂອງຄົນທົ່ວໄປ ບໍ່ສະເພາະແຕ່ໃນເລື່ອງການບໍລິໂພກເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຍັງລວມເຖິງຄວາມຕ້ອງການດ້ານອື່ນໆອີກ. ເວົ້າວ່າ ເມື່ອບຸກຄົນໄດ້ຮັບ ຫຼື ໄດ້ຄອບຄອງສິ່ງໃດຫຼາຍຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ຄວາມຮູ້ສຶກພໍໃຈ ທີ່ໄດ້ສິ່ງນັ້ນມາຈະຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງໄປຕາມລຳດັບ ເຮົາອາດຈະພິສູດດ້ວຍຕົນເອງ ແບບງ່າຍດາຍ ດ້ວຍການດຶມນ້ຳເຮົາຈະພົບວ່າອັດຖະປະໂຫຍດຈະຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງໄປເລື້ອຍໆເມື່ອເຮົາດຶມນ້ຳເພີ່ມຂຶ້ນເທື່ອລະຈອກ.

ເຮົາມັກໄດ້ຍິນ ຫຼື ອ່ານ ໄດ້ພົບວ່າ ຜູ້ທີ່ຫລົງທາງຢູ່ກາງຖະເລຊາຍ ແລະ ຂາດນ້ຳ ເຂົາອາດຈະຍອມເສຍສະຫຼະທຸກຢ່າງເພື່ອແລກກັບນ້ຳດຶມຈຳນວນໜຶ່ງ ເຊິ່ງສະແດງວ່າ MU ຂອງນ້ຳຈຳນວນນັ້ນມີຫຼາຍຈົນປະເມີນຄ່າບໍ່ໄດ້ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ຖ້າຜູ້ໃດຈະຕ້ອງດຶມນ້ຳຈຳນວນຫຼາຍ ຈົນເກີນຄວາມຕ້ອງການຂອງຮ່າງກາຍ MU ຂອງນ້ຳທີ່ເກີນຄວາມຕ້ອງການ ກໍຈະຫຼຸດລົງໃນທີ່ສຸດອາດຈະມີຄ່າຕິດລົບກໍໄດ້ ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ ນ້ຳຈຳນວນນັ້ນເຮັດໃຫ້ຜູ້ດຶມບໍ່ສະບາຍເກີດຄວາມທຸກທໍລະມານເຊັ່ນ: ໃນໄລຍະສົງຄາມໂລກຄັ້ງທີສອງ ທະຫານຍີ່ປຸ່ນ ທໍລະມານສະເລີຍເສີກ ດ້ວຍການບັງຄັບໃຫ້ດຶມນ້ຳເປັນຈຳນວນຫຼາຍ.

III. ຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer Equilibrium)

ໂດຍທົ່ວໄປ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະໃຊ້ຄວາມສົມດຸນພິຈາລະນາວ່າຈະໃຊ້ຈ່າຍດ້ວຍລາຍໄດ້ທີ່ມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດແນວໃດໃນການຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຕ່າງໆ ຈຶ່ງຈະໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ (maximizing total utility) ການກະທຳ ນີ້ກໍໃຫ້ເກີດຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer equilibrium) ເຊິ່ງມີເງື່ອນໄຂແຍກພິຈາລະນາ ເປັນ 2 ກໍລະນີ ດັ່ງນີ້:

1. ເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ກໍລະນີທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກມີລາຍໄດ້ບໍ່ຈຳກັດ ແລະ ສິນຄ້າທຸກປະເພດມີລາຄາເທົ່າກັນ ມີຂໍ້ສົມມຸດວ່າ ເປົ້າໝາຍຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄືການສະແຫວງຫາ TU ສູງສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ບໍລິໂພກຈະເລືອກຊື້ສິນຄ້າແຕ່ລະຢ່າງລຽງຕາມລຳດັບຄ່າຂອງ MU ທີ່ໄດ້ຈາກສິນຄ້ານັ້ນ (Scale of preference) ນັ້ນຄືຈະເລືອກຊື້ສິນຄ້າທີ່ໃຫ້ຄວາມພໍໃຈຫຼາຍທີ່ສຸດເປັນອັນດັບທຳອິດ ແລະ ຕໍ່ໆໄປ ຈະຊື້ຈົນຮອດໜ່ວຍທີ່ MU ຂອງສິນຄ້ານັ້ນມີຄ່າເທົ່າກັບ 0 (ສູນ) ຜູ້ບໍລິໂພກ ກໍຈະຢຸດການຊື້ສິນຄ້ານັ້ນ ຈາກນັ້ນຈະຊື້ສິນຄ້າຕໍ່ໜ້າໜຶ່ງ ໂດຍໃຊ້ຫຼັກການເດີມເປັນເຊັ່ນນີ້ຕໍ່ໄປເລື້ອຍໆ ໂດຍສະຫຼຸບດັ່ງນີ້:

TU_A ມີຄ່າສູງສຸດ ເພື່ອ $MU_A=0$

TU_B ມີຄ່າສູງສຸດເພື່ອ $MU_B =0$

ແລະ $TU_t = TU_A + TU_B + \dots$

ເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄື TU_t ມີຄ່າສູງສຸດ ເມື່ອ $MU_A = MU_B = \dots = 0$

2. ເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ກໍລະນີທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກມີລາຍໄດ້ຈຳກັດ ແລະ ສິນຄ້າ ແຕ່ລະປະເພດມີລາຄາບໍ່ເທົ່າກັນ.

ເນື່ອງຈາກໃນໂລກແຫ່ງຄວາມເປັນຈິງລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກມີຈຳກັດ ແລະ ສິນຄ້າແຕ່ລະສະນິດມີລາຄາບໍ່ເທົ່າກັນ ການຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າຈະເປັນດັ່ງນີ້: ຜູ້ບໍລິໂພກຈະເລືອກຊື້ສິນຄ້າທີ່ໃຫ້ MU ສູງສຸດກ່ອນ ໂດຍຊື້ຈົນເຖິງໜ່ວຍທີ່ MU ຂອງສິນຄ້ານັ້ນເທົ່າກັບ MU ຂອງໜ່ວຍທຳອິດຂອງສິນຄ້າຢ່າງທີ່ສອງ ເຮັດແນວນີ້ຈົນໝົດລາຍໄດ້ທີ່ມີຢູ່ນັ້ນຄື:

$$MU_A = MU_B = \dots\dots\dots = K$$

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ເນື່ອງຈາກສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດລາຄາບໍ່ເທົ່າກັນ ດັ່ງນັ້ນ MU ຂອງສິນຄ້າທຸກປະເພດ ຈຶ່ງບໍ່ສາມາດນຳມາປຸງປະກັນໄດ້ ຈຳເປັນຕ້ອງປັບໃຫ້ລາຄາສິນຄ້າທຸກປະເພດເທົ່າກັບ 1 ເສຍກ່ອນ ວິທີການປັບກໍຄື ຫານ MU ຂອງສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດດ້ວຍລາຄາຂອງສິນ ຄ້ານັ້ນ ດັ່ງນັ້ນ ເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ເຊິ່ງຂຽນເປັນສົມຜົນຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer's equation) ຈະເປັນດັ່ງນີ້:

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \dots\dots\dots = \frac{MU_N}{P_N} = K$$

ນອກຈາກນີ້ກຳນົດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງໃຊ້ຈ່າຍເຕັມພໍດີຫຼືເກືອບເຕັມຈຳນວນງົບປະມານທີ່ກຳນົດ ຄື:

$$(P_A \times Q_A) + (P_B \times Q_B) = I$$

ຈາກຕາຕະລາງທີ 4.2 ຈະເຫັນວ່າ ຖ້າລາຍໄດ້ລວມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເທົ່າກັບ 4.30 ກີບ ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຈະເກີດຂຶ້ນທີ່ລະດັບທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ໝາກຖົ່ວດິນ 4 ໂລແລະກະລໍ່າປີ 3 ໂລ ແລະໝາກເລັ່ນ 5ໂລ ສະເພາະສ່ວນປະກອບຂອງສິນຄ້າທີ່ຊື້ນີ້ເທົ່ານັ້ນ ທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ອັດຕາສ່ວນຂອງ MU ຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດເທົ່າກັນໝົດ ແລະ ຄິດໄລ່ເປັນເງິນທັງໝົດ ເທົ່າກັບງົບປະມານທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກມີຢູ່ຄື 430 ກີບ ເຊິ່ງພິສູດໄດ້ດັ່ງນີ້:

ຕາຕະລາງທີ 4.2 ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມຂອງການຊື້ສິນຄ້າ 3 ປະເພດ:

ຈຳນວນຊື້	ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມຂອງການຊື້ສິນຄ້າ 3 ປະເພດ					
	ຖົ່ວດິນ (A) ໂລລະ 60 ກີບ		ກະລໍ່າປີ (B) ໂລລະ 30 ກີບ		ໝາກເລັ່ນ (C) ໂລລະ 20 ກີບ	
	MU _A	MU _A /P _A	MU _B	MU _B /P _B	MU _C	MU _C /P _C
1	130	2,17	70	2,33	51	2,55
2	128	2,13	62	2,06	50	2,50
3	128	2,13	60	2,00	48	2,40
4	120	2,00	52	1,73	41	2,05
5	112	1,86	45	1,50	40	2,00

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = K$$

$$\frac{120}{60} = \frac{60}{30} = \frac{40}{20} = 2$$

ລວມເປັນເງິນທັງໝົດ = $(4 \times 60) + (3 \times 30) + (5 \times 20) = 430$ ກີບ

ການປັບຕົວເຂົ້າສູ່ຄວາມສົມດຸນ ຕົວຈິງກຳນົດໃຫ້ $P_A=5$; $P_B=15$; $MU_A=10$; $MU_B=15$ ຖາມວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຄວາມສົມດຸນຫຼືບໍ່ແລະຈະປັບຕົວແນວໃດເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຄວາມສົມດຸນ ສົມມຸດວ່າຜູ້ບໍລິໂພກມີງົບປະມານລາຍຈ່າຍຈຳກັດ.

ເມື່ອແທນຄ່າລົງໃນສົມຜົນເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກປາກົດວ່າ $\frac{10}{5} = \frac{15}{15}$

ເນື່ອງຈາກອັດຕາສ່ວນທັງສອງຂ້າງມີຄ່າບໍ່ເທົ່າກັນ ໂດຍ $\frac{MU_A}{P_A} > \frac{MU_B}{P_B}$ ສະແດງວ່າ MU_A

ຕໍ່ເງິນ 1 ກີບ ມີຄ່າຫຼາຍກວ່າ MU_B ຕໍ່ເງິນ 1 ກີບ ດັ່ງນັ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງຕ້ອງປັບການບໍລິໂພກ ເພື່ອໃຫ້ຄ່າ $\frac{MU_A}{P_A}$ ຫຼຸດລົງ ຫຼື ໃຫ້ຄ່າ $\frac{MU_B}{P_B}$ ເພີ່ມຂຶ້ນອັນໃດອັນໜຶ່ງ ຫຼື ພ້ອມກັນ ໃນກໍລະນີບົດເລກ

ກຳນົດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກມີງົບປະມານຈຳກັດຫຼາຍກໍຕ້ອງໃຊ້ວິທີຫຼຸດຄ່າ $\frac{MU_A}{P_A}$ ແຕ່ເນື່ອງຈາກຜູ້ບໍລິໂພກ ບໍ່

ສາມາດປ່ຽນແປງລາຄາສິນຄ້າ (P_A) ຈຶ່ງຕ້ອງຫາທາງຫຼຸດຄ່າ MU_A ໂດຍບໍລິໂພກສິນຄ້າ A ເພີ່ມຂຶ້ນ (ຕາມກົດການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງອັດຕະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ).

IV. ການສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງບຸກຄົນຈາກຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

ເຮົາສາມາດສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໃດຄົນໜຶ່ງສຳລັບສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງໄດ້ຈາກການວິເຄາະຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຢູ່ລະດັບລາຄາສິນຄ້າຕ່າງໆ ໂດຍໃຊ້ທິດສະດີອັດຕະປະໂຫຍດດັ່ງຕາຕະລາງ 4.3.

ສົມມຸດວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກ ມີລາຍໄດ້ທັງໝົດ 10 ກີບ ສິນຄ້າທີ່ຕ້ອງການຊື້ມີສອງປະເພດຄື ສິນຄ້າ A ແລະ ສິນຄ້າ B, ສິນຄ້າ A ລາຄາໜ່ວຍລະ 1 ກີບ ສິນຄ້າ B ລາຄາໜ່ວຍລະ 2 ກີບ ຈາກຕາຕະລາງທີ 4.3 ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຢູ່ໃນຄວາມສົມດຸນເມື່ອ

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = K$$

$$\frac{8}{1} = \frac{16}{2} = 8$$

ນັ້ນແມ່ນຜູ້ບໍລິໂພກຢູ່ໃນຄວາມສົມດຸນເມື່ອຊື້ສິນຄ້າ A ຈຳນວນ 2 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 1 ກີບ ສິນຄ້າ B ຈຳນວນ 4 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 2 ກີບ ລວມເປັນເງິນ 10 ກີບ ເທົ່າກັບລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກພໍດີ.

ຕາຕະລາງທີ 4.3 ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມຂອງສິນຄ້າ A ແລະ B

ຈຳນວນ ສິນຄ້າ	ສິນຄ້າ A ລາຄາໜ່ວຍລະ 1 ກີບ		ສິນຄ້າ B ລາຄາໜ່ວຍລະ 2 ກີບ	
	ອັດຖະປະໂຫຍດ ສ່ວນເພີ່ມ (MU _A)	ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນ ເພີ່ມຕໍ່ເງິນ 1 ໜ່ວຍ (MU _A /P _A)	ອັດຖະປະໂຫຍດ ສ່ວນເພີ່ມ (MU _B)	ອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນ ເພີ່ມຕໍ່ເງິນ 1 ໜ່ວຍ (MU _B /P _B)
1	10	10	24	12
2	8	8	20	10
3	7	7	18	9
4	6	6	16	8
5	5	5	12	6
6	4	4	6	3

ສົມມຸດຕິໄປລາຄາສິນຄ້າ B ຫຼຸດລົງເຫຼືອໜ່ວຍລະ 1 ກີບ ລາຄາສິນຄ້າ A ຄົງທີ່ ຄື ໜ່ວຍລະ 1 ກີບ ດັ່ງນັ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງປ່ຽນແປງຈຳນວນຊື້ໃໝ່ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ອັດຖະປະໂຫຍດລວມ ສູງສຸດນັ້ນແມ່ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງຊື້ສິນຄ້າ A ຈຳນວນ 4 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 1 ກີບ ສິນຄ້າ B ຈຳນວນ 6 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 1 ກີບ ຈຸດສົມດຸນໃໝ່ ແລະ ສ່ວນປະກອບໃໝ່ຂອງສິນຄ້າ A ແລະ B ຈະປ່ຽນແປງໂດຍທີ່ຈຳນວນເງິນຊື້ສິນຄ້າເທົ່າກັບ 10 ກີບເທົ່າເດີມ.

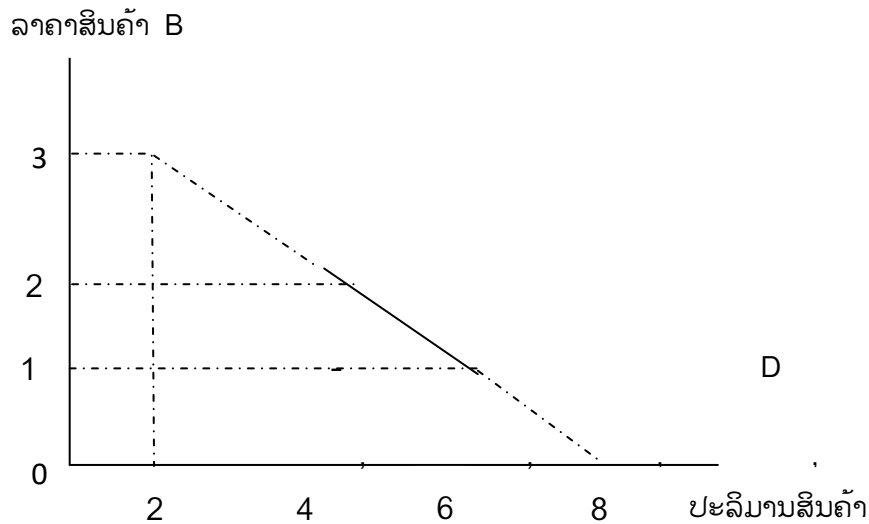
$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = K$$

$$\frac{6}{1} = \frac{6}{1} = 6$$

ເມື່ອຮູ້ຈຳນວນຊື້ຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າທີ່ກຳລັງພິຈາລະນາຢູ່ລະດັບລາຄາຕ່າງໆທີ່ຕ້ອງການດ້ວຍ ວິທີການເບື້ອງຕົ້ນ ເຮົາກໍສາມາດນຳຕົວເລກເຫຼົ່ານັ້ນມາສ້າງຕາຕະລາງອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະສົງ ໄດ້ຕາມລຳດັບ ຈາກການວິເຄາະຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເບື້ອງຕົ້ນ ເຮົາຮູ້ວ່າເມື່ອກຳນົດໃຫ້ລາ ຄາສິນຄ້າ x ຄົງທີ່ ຖ້າສິນຄ້າ B ລາຄາໜ່ວຍລະ 1 ກີບ ລາວຈະຊື້ 6 ໜ່ວຍ ຖ້າສິນຄ້າ B ລາຄາ ໜ່ວຍລະ 2 ກີບ ລາວຈະຊື້ 4 ໜ່ວຍ ຕາຕະລາງອຸປະສົງຈະເປັນດັ່ງຕາຕະລາງທີ 4.4

ຕາຕະລາງທີ 4.4 ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ A ແລະ B ຢູ່ທີ່ລາຄາຕ່າງໆ.

ລາຄາສິນຄ້າ B (P _O)	ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ B (Q _B)	ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ A
1	6	4
2	4	2



ຮູບທີ 4.2 ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າ B

ນຳເອົາຕົວເລກ P ແລະ Q ໃນຕາຕະລາງທີ 4.4 ໄປສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງສິນຄ້າ B ຕາມຮູບທີ 4.2 ນອກຈາກນີ້ ຈາກຕົວເລກໃນຕາຕະລາງທີ 4.4 ເຮົາສາມາດຄິດໄລ່ຄ່າຄວາມຫົດຢຶດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າ B ດັ່ງນີ້:

$$\eta_B = \frac{B_1 - B_2}{B_1 + B_2} \times \frac{P_{B1} + P_{B2}}{P_{B1} - P_{B2}}$$

ແທນຄ່າໃນສູດ

$$\eta_B = \frac{6 - 4}{6 + 4} \times \frac{1 + 2}{1 - 2} = \frac{2}{10} \times \frac{3}{-1} = -0.6$$

ນອກຈາກນີ້ເຮົາຍັງສາມາດຊອກຫາຄ່າຄວາມຫົດຢຶດໄຂ່ວ່າຂອງອຸປະສົງ (Cross elasticity of demand) ຂອງສິນຄ້າ A ຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າ B ໂດຍໃຊ້ສູດການຄິດໄລ່ຄວາມຫົດຢຶດແບບໄລຍະ (Arc elasticity) ດັ່ງນີ້:

$$\eta_{A,B} = \frac{A_1 - A_2}{A_1 + A_2} \times \frac{P_{B1} + P_{B2}}{P_{B1} - P_{B2}}$$

ແທນຄ່າໃນສູດ

$$\eta_{A,B} = \frac{4 - 2}{4 + 2} \times \frac{1 + 2}{1 - 2} = \frac{2}{6} \times \frac{3}{-1} = -1$$

ຈາກການສຶກສາຂ້າງເທິງ ຈະເຫັນໄດ້ວ່າການຊອກຫາຈຸດສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍວິທີອັດຖະປະໂຫຍດນີ້ຂ້ອນຂ້າງຫ່າງໄກຈາກຄວາມເປັນຈິງ ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງ ຂໍສົມມຸດທີ່ວ່າຄວາມພໍໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ໄດ້ຮັບຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າ ສາມາດຄິດໄລ່ອອກເປັນຫົວໜ່ວຍໄດ້ນັ້ນ ໃນຄວາມເປັນຈິງ ແມ່ນຄິດຄຳບໍ່ໄດ້ ແລະ ເຖິງແມ່ນວ່າຈະຄິດໄລ່ໄດ້ການໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກແນວຄິດນີ້ກໍຍັງມີອຸປະສັກໃນທາງປະຕິບັດຢູ່ອີກຫຼາຍປະການດັ່ງນີ້.

1. ຄົງບໍ່ມີຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໃດທຳການປຸງບາງບາງອັດຖະປະໂຫຍດສ່ວນເພີ່ມ (marginal Utility) ໂດຍລະອຽດທັງນີ້ເພາະຜູ້ບໍລິໂພກທັງຫຼາຍບໍ່ມີການວາງແຜນລ່ວງໜ້າໃນແຕ່ລະໄລຍະເວລາວ່າ ສິນຄ້າທັງໝົດທີ່ຈະຊື້ນັ້ນມີຫຍັງແດ່ ? ຜູ້ບໍລິໂພກມັກຈະທະຍອຍຊື້ສິ່ງຂອງຕ່າງໆຕາມຄວາມສະດວກ ແລະ ໂອກາດອຳນວຍ ດ້ວຍເຫດຜົນນີ້ຜູ້ບໍລິໂພກມັກຈະບໍ່ໄດ້ຮັບຄວາມສົມດຸນທີ່ແທ້ຈິງ.

2. ລາຄາແລະຄຸນນະພາບສິນຄ້າຕ່າງໆ ມັກປ່ຽນແປງຢູ່ຕະຫຼອດເວລາໃຫ້ຄວາມສົມດູນປ່ຽນ ແປງໄປນຳ ເຖິງວ່າຜູ້ບໍລິໂພກຈະສາມາດວາງແຜນໂດຍລະອຽດລ່ວງໜ້າໄດ້ ແຕ່ກໍ່ຍາກທີ່ຈະຕິດຕາມລວບລວມຂໍ້ມູນດ້ານລາຄາ ແລະ ຄຸນນະພາບ ເພື່ອຄິດໄລ່ຄວາມສົມດູນຢູ່ຕະຫຼອດເວລາ.

3. ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງຟັງສຽງຂອງສະມາຊິກໃນຄອບຄົວ ໃນການຈ່າຍຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ, ການປະເມີນຄ່າ MU ຮ່ວມກັນໂດຍສະມາຊິກໃນຄອບຄົວ ກໍ່ຄົງເຮັດໄດ້ບໍ່ງ່າຍດາຍປານໃດ ເພາະຄວາມພໍໃຈໃນສິນຄ້າຢ່າງດຽວກັນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກແຕ່ລະບຸກຄົນອາດບໍ່ເທົ່າກັນ.

ດັ່ງນັ້ນ ທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດຈຶ່ງນຳມາໃຊ້ປະໂຫຍດໃນທາງປະຕິບັດໄດ້ຍາກ ແຕ່ວ່າແນວຄິດຫຼັກຂອງທິດສະດີນີ້ ກໍ່ມີສ່ວນຊ່ວຍເສີມສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈໃນພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ພໍສົມຄວນ ນອກຈາກນີ້ ຍັງອາດສາມາດດັດແປງໄປໃຊ້ໃນເລື່ອງອື່ນ ທີ່ສາມາດລະບຸຄ່າໄດ້ ເຊັ່ນ: ການແບ່ງເວລາທີ່ມີຈຳກັດໃນການເຂົ້າສອບເສັງເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຄະແນນລວມສູງສຸດ ເຊິ່ງຂ້ອນຂ້າງໃຊ້ໄດ້ດີ ເພາະຄະແນນກັບເວລາເປັນໜ່ວຍວັດແທກທີ່ລະບຸຄ່າໄດ້ (ເບິ່ງຕົວຢ່າງໃນບົດຝຶກຫັດ ແລະ ຄຳຕອບທ້າຍບົດ)

V. ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer Surplus)

ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ ແມ່ນສ່ວນຕ່າງລະຫວ່າງລາຄາສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈ່າຍຈົງ ກັບ ລາຄາສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຍິນດີທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອໃຫ້ໄດ້ສິນຄ້ານັ້ນມາຢ່າງແນ່ນອນ.

ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ ເກີດຈາກການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງ MU ຕາຕະລາງທີ 4.5 ສະແດງຕົວຢ່າງສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກຂອງ ທ້າວ ກໍ ຈາກລາຍການເບິ່ງວິດີໂອລາຍການປະກວດນາງງາມຈັກກະວານໂດຍກຳນົດເວລາ 1 ວັນ ການຊອກຫາສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກອາດໃຊ້ວິທີຖາມຄຳຖາມ ທ້າວ ກໍ ດັ່ງນີ້:

“ ພາຍໃນມື້ນີ້ ຖ້າໃຫ້ເຈົ້າເບິ່ງວິດີໂອເລື່ອງນີ້ ເຈົ້າຍິນດີຈ່າຍຄ່າເບິ່ງເທົ່າໃດ “

ຕາຕະລາງ 4.5 ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກຂອງ ທ້າວ ກໍ ໃນການເບິ່ງວິດີໂອ ປະກວດນາງງາມໂລກ.

ການເບິ່ງຄັ້ງທີ ພາຍ ໃນມື້ດຽວ	ຈຳນວນເງິນທີ່ຍິນດີ ຈ່າຍ	ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ (ສົມມຸດຄ່າເບິ່ງຮອບລະ 5 ກີບ)
ຮອບທີ 1	30	15
ຮອບທີ 2	10	5
ຮອບທີ 3	5	-
ບໍ່ເບິ່ງຕໍ່ໄປອີກເລີຍ	-	-
ລວມ		20

ແລະຫຼັງຈາກໄດ້ເບິ່ງຄັ້ງທຳອິດແລ້ວ ຖາມ ທ້າວ ກ ຕໍ່ໄປວ່າ

“ ເຈົ້າຍິນດີຈ່າຍສຳລັບເບິ່ງຄັ້ງທີ 2 ເທົ່າໃດ “

ຖາມຊ້ຳແບບນີ້ ຫຼັງຈາກເບິ່ງຄັ້ງທີ 3, ທີ 4 ໄປເລື້ອຍໆສົມມຸດວ່າຄຳຕອບທີ່ໄດ້ຮັບປັນໄປຕາມຕາຕະລາງທີ 4.5 ໃນຄວາມເປັນຈິງ ທ້າວ ກ ຈຳເປັນຕ້ອງຈ່າຍຄ່າເບິ່ງຕາມລະດັບຄວາມພໍໃຈຂອງຕົນດັ່ງຂ້າງເທິງ ແຕ່ຈ່າຍຄ່າເບິ່ງຕາມລາຄາຕະຫຼາດ ສົມມຸດວ່າ ລາຄາຕະຫຼາດໃນກໍລະນີຄື ຮອບລະ 5 ກີບ ດັ່ງນັ້ນ ສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກລວມຈຶ່ງເທົ່າກັບ 20 ກີບ.

ຕອນທີ 2

ການວິເຄາະເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນງົບປະມານ (Indifference Curve And Budget line Analysis)

ການສຶກສາພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ດ້ວຍການວິເຄາະເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນເປັນອີກວິທີໜຶ່ງ ນອກເໜືອຈາກການວິເຄາະອັດຖະປະໂຫຍດທີ່ໄດ້ກ່າວມາແລ້ວ ດັ່ງໄດ້ເວົ້າກັນວ່າ ການວິເຄາະທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດນັ້ນ ອັດຖະປະໂຫຍດທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຈາກສິນຄ້າ ຈະຕ້ອງກຳນົດເປັນຕົວເລກເຊິ່ງຫ່າງໄກຈາກ ຄວາມເປັນຈິງ ຈຶ່ງມີການສະເໜີການວິເຄາະດ້ວຍເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນການວິເຄາະຕາມທິດສະດີນີ້ ຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຈາກສິນຄ້າ ສະແດງເປັນອັນດັບຄືຫຼາຍກວ່າ ຫຼື ໜ້ອຍກວ່າ ຈຶ່ງໄກ້ຄຽງຄວາມເປັນຈິງຫຼາຍກວ່າທິດສະດີອັດຖະປະໂຫຍດ.

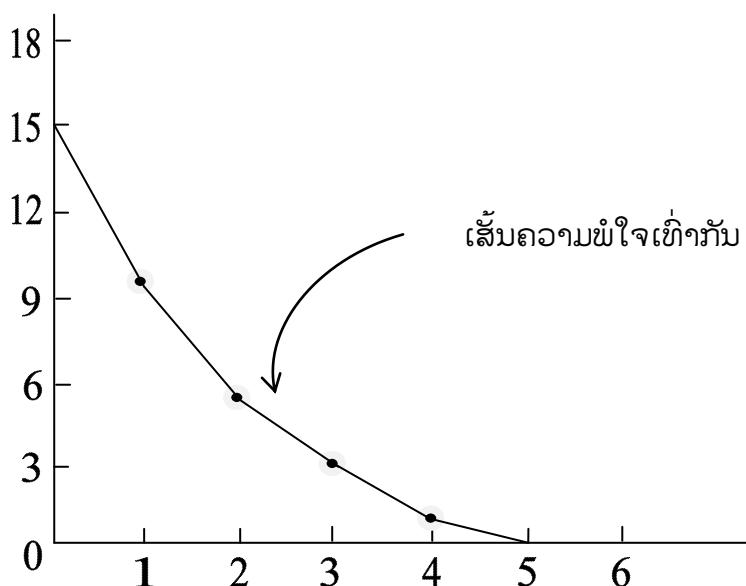
I. ຄວາມໝາຍ ແລະ ລັກສະນະເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ.

ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ (Indifference Curve, IC) ເປັນເສັ້ນທີ່ສະແດງຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ ເຊິ່ງຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ.

ຕາຕະລາງທີ 4.6 ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ບໍ່ວ່າຈະເລືອກແຜນການຊື້ແບບໃດກໍຕາມ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນໝົດ. ຮູບທີ 4.3 ສະແດງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນຈຸດ a,b,c,d,e ແລະ f ຄື ແຜນການຊື້ຕ່າງໆ ທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ.

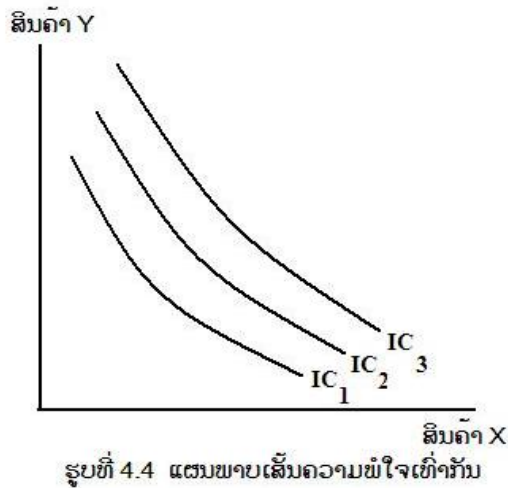
ຕາຕະລາງທີ 4.6 ຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ X ແລະ Y ທີ່ໃຫ້ຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ

ແຜນການຊື້ (Combination)	ສິນຄ້າ Y	ສິນຄ້າ X
a	15	0
b	10	1
c	6	2
d	3	3
e	1	4
f	0	5



II. ແຜນການເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ (Indifference Map)

ເສັ້ນ IC ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໜຶ່ງໆຍ່ອມມີໄດ້ຫຼາຍເສັ້ນເພາະຄວາມພໍໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຫຼາຍລະດັບ ແຕ່ລະເສັ້ນແທນຄວາມພໍໃຈລະດັບໜຶ່ງເສັ້ນ. IC ທີ່ສະແດງຄວາມພໍໃຈລະດັບສູງກວ່າຈະຢູ່ຫ່າງໄກຂວາມືຂອງເສັ້ນທີ່ສະແດງຄວາມພໍໃຈລະດັບຕໍ່າກວ່າ ຍົກຕົວຢ່າງຈາກຮູບທີ 4.4 ເສັ້ນ IC_2 ສະແດງຄວາມພໍໃຈໃນລະດັບສູງກວ່າເສັ້ນ IC_1 ເສັ້ນ IC ຕ່າງໆເຫຼົ່ານີ້ລວມກັນເອີ້ນວ່າແຜນພາບເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ (Indifference Map)



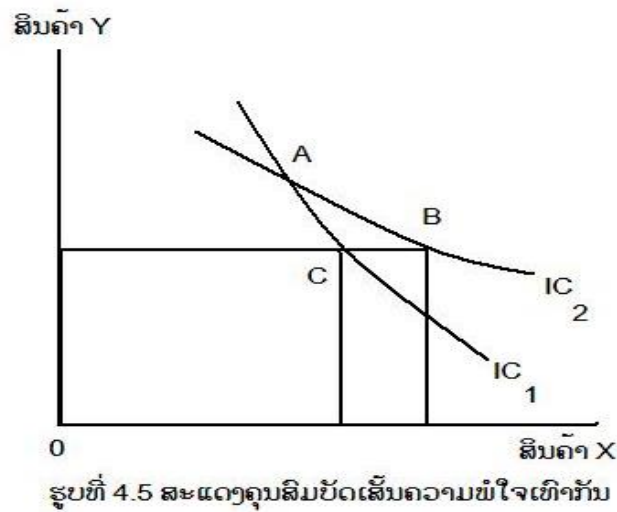
III. ຄຸນສົມບັດຂອງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ

(Characteristics of indifference Curve)

ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນມີຄຸນສົມບັດທີ່ສໍາຄັນ 4 ຫຼັກສະນະດັ່ງນີ້:

1. ເປັນເສັ້ນໂຄ້ງຫຼືເສັ້ນຊື່ ທີ່ຂີດຈາກຊ້າຍມາທາງຂວາມີລັກສະນະຄ້າຍເສັ້ນອຸປະສົງ ແຕ່ມີຄວາມໝາຍແຕກຕ່າງກັນ ການທີ່ຄ່າ IC ມີຄ່າຄວາມຊັນເປັນລົບ (Negative slope) ສະແດງວ່າເມື່ອຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບສິນຄ້າຢ່າງໜຶ່ງຫຼຸດລົງ ລາວຈະຕ້ອງເພີ່ມການບໍລິໂພກສິນຄ້າອີກຢ່າງໜຶ່ງ ຈຶ່ງຈະຊົດເຊີຍໃຫ້ໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈເທົ່າເດີມ.
2. ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນສ່ວນຫຼາຍຈະເປັນເສັ້ນໂຄ້ງເຂົ້າທາຈຸດກໍາເນີດ (Convex to the origin) ຊຶ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ອັດຕາການທົດແທນຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ ມີລັກສະນະຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງ (diminishing marginal rate of substitution) ສະແດງວ່າສິນຄ້າ 2 ປະເພດໃຊ້ແທນກັນໄດ້ບໍ່ສົມບູນ (ຖ້າທົດແທນໄດ້ສົມບູນເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນຈະເປັນເສັ້ນຊື່ເປັນມູມ 45 ອົງສາ ກັບແຖນຕັ້ງແລະ ແຖນນອນ).
3. ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແຕ່ລະເສັ້ນຈະຕັດກັນບໍ່ໄດ້ເນື່ອງຈາກເຮົາສົມມຸດວ່າ IC ແຕ່ລະເສັ້ນສະແດງຄວາມພໍໃຈໃນລະດັບທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ແລະ ເສັ້ນ IC ທີ່ຢູ່ສູງກວ່າສະແດງເຖິງລະດັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຫຼາຍກວ່າ ເສັ້ນ IC ທີ່ຢູ່ຕໍ່າກວ່າ ດັ່ງຮູບ 4.4 ເສັ້ນ IC_3 ສະແດງຄວາມພໍໃຈທີ່ຫຼາຍກວ່າເສັ້ນ IC_2 ແລະ ເສັ້ນ IC_2 ກໍ່ສະແດງຄວາມພໍໃຈທີ່ຫຼາຍກວ່າເສັ້ນ IC_1 ນອກຈາກນີ້ເຮົາຍັງສົມມຸດວ່າ ທຸກຈຸດເທິງເສັ້ນ IC ດຽວກັນຈະສະແດງເຖິງລະດັບຄວາມພໍໃຈທີ່ເທົ່າກັນ ດັ່ງນັ້ນ, ຈາກຂໍ້ສົມມຸດ 2 ຂໍ້ນີ້ເຮົາສາມາດ ສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ IC ຕ່າງໆຈະຕັດກັນຫຼື ສໍາພັດກັນບໍ່ໄດ້.

ສົມມຸດໃຫ້ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ 2 ເສັ້ນ ຕັດກັນທີ່ຈຸດ A ດັ່ງຮູບທີ 4.5 ຈາກຂໍ້ສົມມຸດເບື້ອງຕົ້ນຈະເຫັນໄດ້ວ່າທີ່ຈຸດ B ເຊິ່ງຢູ່ເທິງເສັ້ນ IC_2 ສະແດງເຖິງຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈະໄດ້ຮັບຫຼາຍກວ່າຢູ່ຈຸດ C ເຊິ່ງຢູ່ເທິງເສັ້ນ IC_1 ແຕ່ຂະໜາດງວດກັນທັງຈຸດ C ແລະ ຈຸດ B ຕ່າງກໍ່ສະແດງເຖິງຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັບຈຸດ A ເພາະຖືກວ່າ A ແມ່ນຢູ່ເທິງເສັ້ນ IC ທັງສອງເສັ້ນ ຈາກການວິເຄາະ



ພາຍຫຼັງນີ້ເຮົາອາດສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ທີ່ຈຸດ A, B ແລະ C ມີຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນໝົດ ເຊິ່ງເປັນຂໍ້ສະຫຼຸບທີ່ຄັດກັບການວິເຄາະເບື້ອງຕົ້ນ ເພື່ອຫຼີກລ້ຽງຄວາມຂັດແຍ່ງກັນ (Inconsistency) ໃນລັກສະນະນີ້ເຮົາຈຶ່ງຢືນຢັນວ່າ ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນຈະຕັດກັນບໍ່ໄດ້.

4. ສ່ວນປະກອບຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ (Combinations) ທີ່ສ້າງຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ສໍາລັບຜູ້ບໍລິໂພກມີໄດ້ນັບບໍ່ຖ້ວນ ນັ້ນແມ່ນເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນນີ້ເປັນເສັ້ນຕິດຕໍ່ກັນໂດຍບໍ່ຂາດໄລຍະ.

IV. ອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນກັນຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ

(Marginal Rate Of Substitution-MRS)

ອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນກັນຂອງສິນຄ້າ (Marginal Rate of Substitution-MRS) ໝາຍເຖິງການຫຼຸດລົງຂອງສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງເມື່ອໄດ້ບໍລິໂພກສິນຄ້າອີກປະເພດ ໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ໜ່ວຍ ໂດຍຮັກສາລະດັບຄວາມພໍໃຈໃຫ້ຄົງທີ່.

ກໍານົດສິນຄ້າ 2 ປະເພດຄື: X ແລະ Y ຖ້າເຮົາບໍລິໂພກສິນຄ້າ X ໜ້ອຍລົງ ແຕ່ບໍລິໂພກສິນຄ້າ Y ຫຼາຍຂຶ້ນ ອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນຂອງສິນຄ້າ X ດ້ວຍສິນຄ້າ Y (Marginal Rate of Substitution-MRS of Y for X ຂຽນເປັນສັນຍາລັກວ່າ MRS_{YX} ໝາຍເຖິງເພີ່ມ Y ແຕ່ຫຼຸດ X) ມີສູດຄິດໄລ່ດັ່ງນີ້:

$$MRS_{YX} = \frac{-\Delta X}{\Delta Y} \quad (\text{ອັດຕາສ່ວນນີ້ສະແດງຄ່າເທິງຫຼຸດລົງຄ່າລຸ່ມເພີ່ມຂຶ້ນ})$$

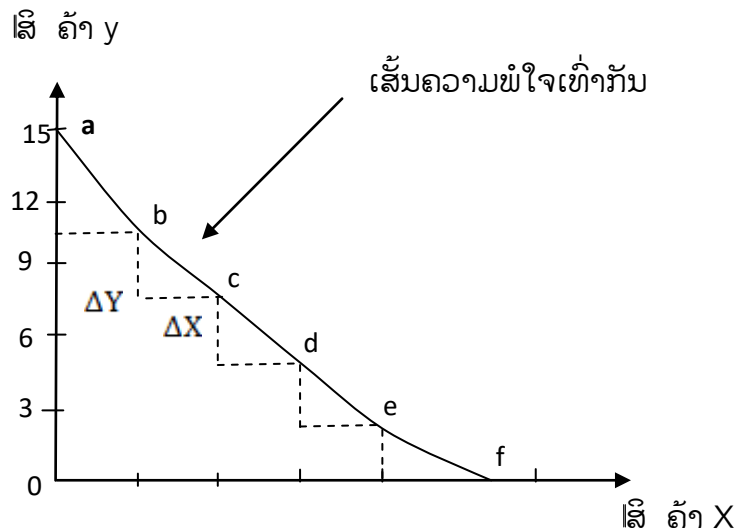
ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າບໍລິໂພກສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນໂດຍຫຼຸດການບໍລິໂພກສິນຄ້າ Y ລົງມາຄ່າຂອງອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນຂອງສິນຄ້າ Y ດ້ວຍສິນຄ້າ X (Marginal Rate of Substitution-MRS of X for Y MRS_{XY}) ຈະເປັນດັ່ງນີ້:

$$MRS_{XY} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X}$$

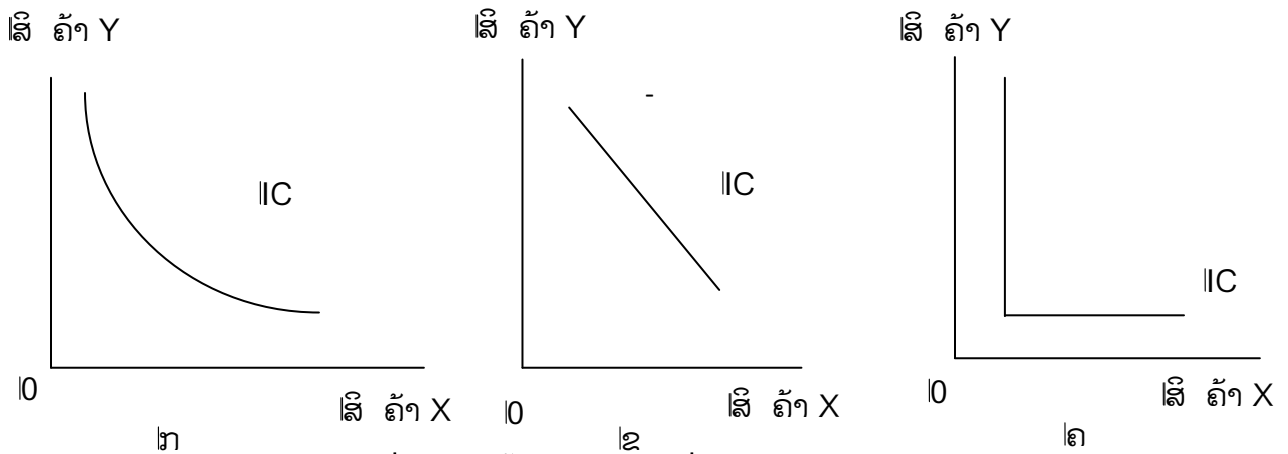
ແຜນການຊື້ສິນຄ້າ	ສິນຄ້າ Y	ສິນຄ້າ X	$MRS_{XY} = -\frac{\Delta y}{\Delta x}$	$MRS_{YX} = -\frac{\Delta x}{\Delta y}$
a	15	0	-5/1	-1/5
b	10	1	-4/1	-1/4
c	6	2	-3/1	-1/3
d	3	3	-2/1	-1/2
e	1	4	-1/1	-1/1
f	0	5		

ຕາຕະລາງທີ່ 4.7 ອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນຂອງສິນຄ້າ X ແລະ Y

ຈາກຕາຕະລາງທີ່ 4.7 ແລະ ຮູບທີ່ 4.6 ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ເມື່ອໄດ້ຮັບສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນ ເທື່ອລະໜ່ວຍ MRS_{xy} ຈະຫຼຸດລົງເລື້ອງໆ ທັງນີ້ເພາະສິນຄ້າ X ແລະ Y ບໍ່ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້ໂດຍສົມບູນ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຳນວນສິນຄ້າ Y ທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຍິນດີຈ່າຍຈຶ່ງຫຼຸດລົງຕາມລຳດັບ ເມື່ອແລກກັບສິນຄ້າ X ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນເທື່ອລະໜ່ວຍຈາກຕາຕະລາງທີ່ 4.7 ເມື່ອຜູ້ບໍລິໂພກຍັງບໍ່ມີສິນຄ້າ X ເລີຍເຂົາເຈົ້າຍິນດີສະຫຼະສິນຄ້າ Y ເຖິງ 5 ໜ່ວຍເພື່ອແລກກັບສິນຄ້າ X ພຽງໜຶ່ງໜ່ວຍ ແຕ່ເມື່ອມີສິນຄ້າ X ຢູ່ແລ້ວໜຶ່ງໜ່ວຍເຂົາເຈົ້າຍິນດີເສຍສະລະສິນຄ້າ Y ເປັນຈຳນວນນ້ອຍລົງຄືພຽງ 4 ໜ່ວຍເພື່ອແລກກັບສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນອີກໜຶ່ງໜ່ວຍ ສັງເກດໄດ້ວ່າຈຳນວນສິນຄ້າ Y ທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຍິນດີເສຍສະລະທີ່ຈະຫຼຸດລົງຕາມລຳດັບເມື່ອໄດ້ສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ເຮົາເອີ້ນປະກົດການນີ້ວ່າ: ການຫຼຸດນ້ອຍຖອຍລົງຂອງອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນ(diminishing marginal rate of substitution).



ຮູບທີ່ 4.6 ອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນສິນຄ້າ



ຮູບທີ່ 4.7 ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນລັກສະນະຕ່າງໆ

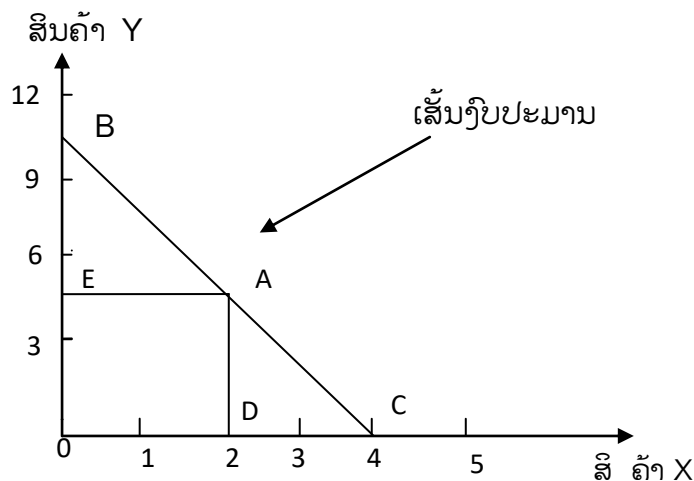
ໂດຍທົ່ວໄປລັກສະນະຂອງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນຈະເປັນໂຄ້ງເຂົ້າຫາຈຸດກຳເນີດ (origin poing) ດັ່ງຮູບທີ່ 4.7 (ກ) ເຊິ່ງສະແດງວ່າສິນຄ້າສອງປະເພດໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້ແຕ່ບໍ່ສົມບູນ ເຊັ່ນ: ສະບູຫອມ ເຊິ່ງໃຊ້ອາບນ້ຳໂດຍສະເພາະກັບແຟບ ເຊິ່ງໃຊ້ຊັກເຄື່ອງ ຖ້າເກີດຄວາມຈຳເປັນເຮົາກໍອາດຈະໃຊ້ສະບູຫອມຊັກເຄື່ອງ ຫຼື ໃຊ້ແຟບອາບນ້ຳ ໃນກໍລະນີນີ້ອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນຈະຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງ (diminishing MRS) .

ໃນກໍລະນີທີ່ສິນຄ້າທັງສອງປະເພດໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້ໂດຍສົມບູນເສັ້ນຄວາມພໍໃຈຈະເທົ່າກັນຈະເປັນເສັ້ນຊື່ ລົງຈາກຊ້າຍມາຂວາດັ່ງຮູບທີ່ 4.7 (ຂ) ເຊັ່ນ: ສະບູຫອມລັກ ກັບສະບູຫອມໂດບ ເຊິ່ງອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນຈະຄົງທີ່ຕະຫຼອດ (constant MRS).

ຮູບທີ່ 4.7 (ຄ) ສະແດງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນຂອງສິນຄ້າສອງປະເພດເຊິ່ງໃຊ້ທົດແທນກັນບໍ່ໄດ້ເລີຍ ແຕ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ຄວບຄູ່ກັນເຊັ່ນ: ນ້ຳກັບສະບູ, ລົດກັບນ້ຳມັນ, ເຄື່ອງຮັບໂທລະສັບກັບໄຟຟ້າ, ປຶ້ມກັບບິກເປັນຕົ້ນ.

V. ເສັ້ນງົບປະມານ ຫຼື ເສັ້ນລາຄາ (Budget Line or Price Line)

ເສັ້ນງົບປະມານ ຫຼື ເສັ້ນລາຄາ ໝາຍເຖິງເສັ້ນສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຈຳນວນຕ່າງໆ ຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດຊຶ່ງສາມາດຊື້ໄດ້ດ້ວຍເງິນຈຳນວນໜຶ່ງທີ່ກຳນົດໃຫ້ຢູ່ລາຄາຕະຫຼາດເທົ່ານັ້ນ.



ຮູບທີ່ 4.8 ເສັ້ນງົບປະມານ ຫຼື ເສັ້ນລາຄາ

ດ້ວຍງົບປະມານທີ່ກຳນົດໃຫ້ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຈັດສັນເພື່ອຊື້ສິນຄ້າ 2 ປະເພດໄດ້ຢ່າງໃດແດ່? ສົມມຸດວ່າງົບປະມານເທົ່າກັບ 100 ກີບ ຊື້ສິນຄ້າ 2 ຢ່າງຄື: X ແລະ Y ສົມມຸດວ່າລາຄາຂອງສິນຄ້າ X ໜ່ວຍລະ 25 ກີບ ແລະ ລາຄາສິນຄ້າ Y ໜ່ວຍລະ 10 ກີບ ຖ້າບໍ່ຊື້ສິນຄ້າ X ເລີຍ ຊື້ແຕ່ສິນຄ້າ Y ພຽງຢ່າງດຽວ ຈະຊື້ສິນຄ້າ Y ໄດ້ 10 ໜ່ວຍ ຄືຈຸດ B ໃນຮູບ 4.8 ຖ້າຊື້ທັງ X ແລະ Y ເຊັ່ນ ທີ່ຈຸດ A ຈະສາມາດຊື້ສິນຄ້າ X ໄດ້ 2 ໜ່ວຍ ຊື້ສິນຄ້າ Y ໄດ້ 5 ໜ່ວຍ ແຕ່ຖ້າບໍ່ຊື້ສິນຄ້າ Y ເລີຍ ຈະຊື້ສິນຄ້າ X ໄດ້ 4 ໜ່ວຍ ຄືຈຸດ C.

ຮູບທີ່ 4.8 ສະແດງວ່າເສັ້ນຊື້ທີ່ລາກຜ່ານຈຸດທັງສາມທີ່ເວົ້າມານີ້ຄືເສັ້ນງົບປະມານ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຸດຕ່າງໆທີ່ຢູ່ເທິງເສັ້ນງົບປະມານນີ້ຈຶ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງປະລິມານຕ່າງໆ ຂອງສິນຄ້າ X ແລະ Y ຊຶ່ງສາມາດຊື້ໄດ້ດ້ວຍເງິນ 100 ກີບ ຕົວຢ່າງ: ທີ່ຈຸດ A ເທິງເສັ້ນງົບປະມານສະແດງຈຳນວນຊື້ສິນຄ້າ X ແລະ ສິນຄ້າ Y ແລະ ລາຍຈ່າຍທັງໝົດດັ່ງນີ້:

$$\text{ລາຍຈ່າຍລວມ} = X(P_X) + Y(P_Y)$$

$$100 = 2(25) + 5(10)$$

$$\text{ຄວາມຊັນ (slope) ຂອງເສັ້ນງົບປະມານ} = -\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{TB}{Py} \div \frac{TB}{Px} = \frac{Px}{Py}$$

TB ຄືຈຳນວນງົບປະມານ

ຄວາມຊັນ (Slope) ຂອງເສັ້ນງົບປະມານ $\frac{Px}{Py}$ ຄື ລາຄາພົວພັນ (relative price) ຂອງສິນຄ້າ X ເມື່ອທຽບກັບສິນຄ້າ Y ເຊັ່ນ: ລາຄາສິນຄ້າ X ໜ່ວຍລະ 5 ກີບ ລາຄາສິນຄ້າ Y ໜ່ວຍລະ 10 ກີບ ສະແດງ

ວ່າ $\frac{Px}{Py} = \frac{1}{2}$ ຫຼື ລາຄາພົວພັນຂອງສິນຄ້າ X ເທົ່າກັບເຄິ່ງໜຶ່ງຂອງລາຄາສິນຄ້າ Y.

ໃນທຳນອງດຽວກັນຈຸດອື່ນໆທີ່ຢູ່ເທິງເສັ້ນງົບປະມານກໍ່ສາມາດຄິດໄລ່ລາຍຈ່າຍໄດ້ ເນື້ອທີ່ສາມຫຼ່ຽມ BOC ໝາຍເຖິງຈຳນວນລາຍຈ່າຍທີ່ບໍ່ເກີນງົບປະມານ (budget space) ເຊັ່ນ: ທີ່ຈຸດ E ສະແດງເຖິງການໃຊ້ຈ່າຍຕ່ຳກວ່າງົບປະມານ 100 ກີບ ຈຸດທີ່ຢູ່ນອກ budget space ອອກໄປ ເຊັ່ນ: ຈຸດ D ສະແດງເຖິງການຊື້ສິນຄ້າ X ແລະ Y ເກີນຈຳນວນງົບປະມານ 100 ກີບ ຈຸດທີ່ຢູ່ເທິງເສັ້ນງົບປະມານ ສະແດງວ່າການຊື້ສິນຄ້າ X ແລະ Y ພໍດີກັບງົບປະມານ 100 ກີບ.

ຫາກລາຄາພົວພັນຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າ X ແລະ Y ເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາສ່ວນທີ່ເທົ່າກັນ ໂດຍງົບປະມານຄົງເດີມ ເສັ້ນງົບປະມານຈະຍ້າຍລົງຕ່ຳທາງຊ້າຍ ແລະ ສະລັບກົງກັນຂ້າມກັນ.

ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນງົບປະມານ

ເຖິງວ່າເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນແລະເສັ້ນງົບປະມານຕ່າງກໍ່ສະແດງເຖິງສ່ວນປະກອບຕ່າງໆ ຂອງສິນຄ້າສອງປະເພດ (different combinations) ແຕ່ວ່າ different combinations ຂອງເສັ້ນງົບປະມານ ໝາຍເຖິງຈຳນວນຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າສອງປະເພດທີ່ສາມາດຊື້ໄດ້ດ້ວຍງົບປະມານທີ່ເທົ່າກັນໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຫ້ຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ໃນຂະນະທີ່ different combinations ເຖິງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນສະແດງເຖິງຄວາມພໍໃຈທີ່ເທົ່າກັນໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຊື້ດ້ວຍງົບປະມານທີ່ເທົ່າກັນ.

ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer's Equilibrium)

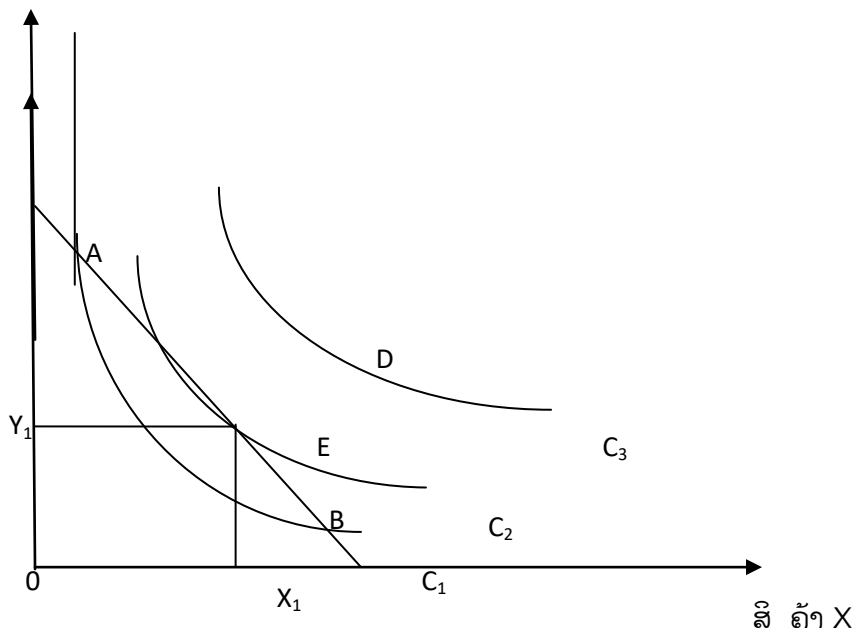
ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ຄື ຕຳແໜ່ງການບໍລິໂພກທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ

ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າຈຸດຕ່າງໆເທິງ IC ເສັ້ນດຽວກັນຈະໄດ້ຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແຕ່ບໍ່ໄດ້ໝາຍເຖິງວ່າຜູ້ບໍລິໂພກຈະສາມາດເລືອກບໍລິໂພກ ຫຼື ເລືອກຊື້ສິນຄ້າຢູ່ຈຸດໃດໆເທິງເສັ້ນ IC ໄດ້ຕາມໃຈຕົວເອງ ການ ທີ່ຈະເລືອກສິນຄ້າຢູ່ຈຸດໃດນັ້ນຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງລາຄາຂອງສິນຄ້າ ແລະງົບປະມານທີ່ຕົນເອງມີຢູ່ນຳ.

ເນື່ອງຈາກພາບຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ (indifference map) ຈະມີເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ຢູ່ຫຼາຍໆເສັ້ນ ດັ່ງນັ້ນ, ເມື່ອນຳເສັ້ນງົບປະມານໄປວາງລົງໃນແຜນພາບນີ້ຈະຕ້ອງມີ IC ເສັ້ນໃດເສັ້ນໜຶ່ງສຳພັດກັບເສັ້ນງົບປະມານພໍດີ (ຈຸດສຳພັດໝາຍເຖິງຈຸດທີ່ເສັ້ນ ທັງ 2 ເສັ້ນມາແຕະກັນພໍດີ) ແລະຈຸດສຳພັດນີ້ເອງສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າຈຳນວນສິນຄ້າທັງ 2 ປະເພດຊຶ່ງຊື້ດ້ວຍເງິນຈຳນວນທີ່ກຳນົດໃຫ້ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ ແລະ ເອີ້ນຈຸດນີ້ວ່າ: **ຈຸດສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ** ຊຶ່ງໄດ້ແກ່ຈຸດ E ໃນຮູບທີ່ 4.9

ເງື່ອນໄຂດຸນຍະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

ຄືຕຳແໜ່ງການບໍລິໂພກເມື່ອອັດຕາສ່ວນເພີ່ມການທົດແທນກັນຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ (MRS_{xy}) ເທົ່າກັບອັດຕາສ່ວນຂອງສິນຄ້າ 2 ປະເພດ $\frac{P_x}{P_y}$ ພິສູດໄດ້ດັ່ງນີ້:



ຮູບທີ່ 4.9 ຈຸດດຸນຍະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

$$MRS_{xy} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \text{slope ຂອງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ}$$

$$\text{ແລະ } \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \frac{P_x}{P_y} = \text{slope ຂອງເສັ້ນງົບປະມານ}$$

$$\text{ດັ່ງນັ້ນ } MRS_{xy} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \frac{P_x}{P_y}$$

ຈາກຮູບທີ່ 4.9 ສະແດງວ່າຈຸດ E ນີ້ເທົ່ານັ້ນທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈະໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດໃນການຊື້ສິນຄ້າສອງປະເພດດ້ວຍລາຍໄດ້ທີ່ກຳນົດໃຫ້ ສ່ວນຈຸດອື່ນໆ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະບໍ່ໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ ຍົກຕົວຢ່າງ ຢູ່ຈຸດ A ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຮັບຄວາມພໍໃຈໜ້ອຍກວ່າຈຸດ E ມີ ເຫດຜົນ 2 ຢ່າງດັ່ງນີ້:

1. ຈຸດ A ຢູ່ເທິງເສັ້ນ IC_1 ຊຶ່ງສະແດງລະດັບຄວາມພໍໃຈຕໍ່າກວ່າຈຸດ E ເທິງເສັ້ນ IC_2 ດັ່ງນັ້ນຜູ້ບໍລິໂພກຈະຮັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈຸດ E ຫຼາຍກວ່າທີ່ຈຸດ A
2. ທີ່ຈຸດ A ເຫັນວ່າ $MRS_{XY} > \frac{P_X}{P_Y}$ ເຖິງວ່າຜູ້ບໍລິໂພກຈະໃຊ້ງົບປະມານຈົນໝົດແຕ່ກໍຍັງບໍ່ໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ ແລະຍັງມີ IC ເສັ້ນທີ່ສູງກວ່າ ເຊິ່ງຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດໄປເຖິງໄດ້ດ້ວຍວົງເງິນງົບປະມານເທົ່າເດີມ. ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ບໍລິໂພກຄວນຈະປັບການບໍລິໂພກໂດຍຊື້ X ຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະຊື້ Y ໜ້ອຍລົງຕາມລຳດັບຈົນກ່ວາເມື່ອການຊື້ສິນຄ້າ X ແລະ Y ຢູ່ທີ່ຈຸດ E ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ ເພາະທີ່ຈຸດ E ນັ້ນ $MRS_{XY} = \frac{P_X}{P_Y}$ ພໍດີ

ໃນລັກສະນະດຽວກັນ ທີ່ຈຸດ B ພົບວ່າ $MRS_{XY} < \frac{P_X}{P_Y}$ ດັ່ງນັ້ນຜູ້ບໍລິໂພກຈະຮັບຄວາມພໍໃຈຫຼາຍຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ເມື່ອຊື້ Y ເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ ຊື້ X ໜ້ອຍລົງຕາມລຳດັບຜູ້ບໍລິໂພກຈະໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈສູງສຸດເມື່ອການຊື້ສິນຄ້າໄດ້ເລື່ອນຂຶ້ນມາຕາມເສັ້ນລາຄາຈົນເຖິງຈຸດ E

ຈາກທີ່ກ່າວມາທັງໝົດຈຶ່ງສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ E ຄືຈຸດສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກມີຄຳຖາມວ່າເປັນຫຍັງຄວາມສົມດູນຈຶ່ງບໍ່ຢູ່ໃນຈຸດ D ຢູ່ເທິງເສັ້ນ IC_3 ເຊິ່ງມີລະດັບຄວາມພໍໃຈສູງກວ່າ IC_2 ? ຄຳຕອບຄືຜູ້ບໍລິໂພກຄົນນີ້ມີງົບປະມານບໍ່ພຽງພໍທີ່ຈະຊື້ສິນຄ້າທີ່ຈຸດ D

VI. ການພົວພັນລະຫວ່າງທິດສະດີອັນຖະປະໂຫຍດກັບທິດສະດີຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ

ຈາກການສຶກສາປຽບທຽບທິດສະດີອັນຖະປະໂຫຍດແລະທິດສະດີຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນພົບວ່າທິດສະດີທັງສອງນີ້ມີການພົວພັນກັນດັ່ງນີ້:

$$\text{ເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດູນທິດສະດີອັນຖະປະໂຫຍດ} \quad \frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} \quad \text{ຫຼື} \quad \frac{MU_X}{MU_Y} = \frac{P_X}{P_Y}$$

$$\text{ເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດູນທິດສະດີເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ} \quad MRS_{XY} = \frac{P_X}{P_Y}$$

$$\text{ດັ່ງນັ້ນ, ເງື່ອນໄຂຄວາມສົມດູນທິດສະດີຕາມທິດສະດີທັງສອງ} \quad MRS_{XY} = \frac{MU_X}{MU_Y} = \frac{P_X}{P_Y}$$

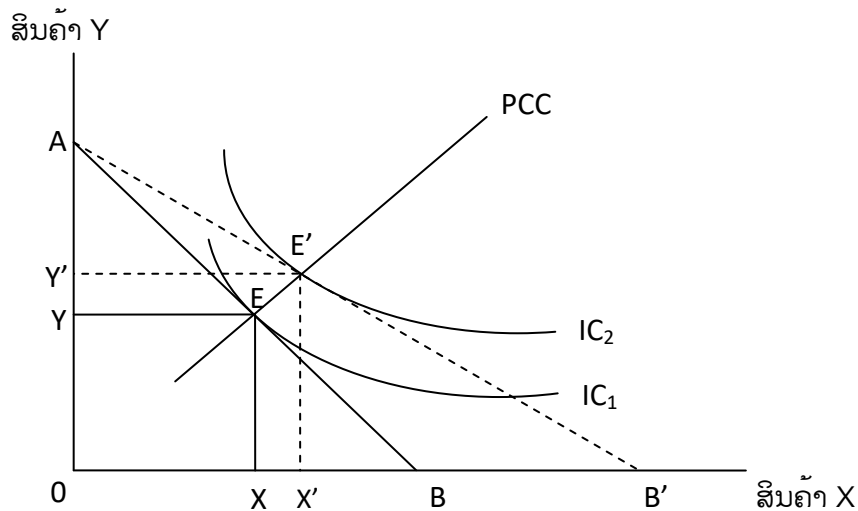
ຈາກຮູບທີ່ 4.9 ການບໍລິໂພກທີ່ຈຸດ A ບໍ່ແມ່ນຈຸດຄວາມສົມດູນເພາະຄວາມຊັນທີ່ຈຸດ A = MRS_{XY} ຫຼື $\frac{MU_X}{MU_Y}$ ມີຄ່າສູງກວ່າຄວາມຊັນທີ່ຈຸດ E = $\frac{P_X}{P_Y}$ (ພິຈາລະນາສຳຜັດທີ່ຈຸດ A ຊັນກ່ວາເສັ້ນງົບປະມານ) ຫຼືອີກໃນໜຶ່ງ $\frac{MU_X}{MU_Y} > \frac{P_X}{P_Y}$ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງຕ້ອງປັບການບໍລິໂພກເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຄວາມສົມດູນຕາມທິດສະດີນີ້ຄືຕ້ອງຫຼຸດຄ່າ MU_X ໂດຍບໍລິໂພກສິນຄ້າ X ຫຼາຍຂຶ້ນ ຫຼື ບໍ່ສະນັ້ນກໍຕ້ອງເພີ່ມຄ່າ MU_Y ໂດຍບໍລິໂພກສິນຄ້າ Y ໜ້ອຍລົງຜູ້ບໍລິໂພກຈະເລືອກດຳເນີນການແນວໃດ ຕ້ອງອາໄສຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບງົບປະມານລາຍຈ່າຍແລະລາຄາສິນຄ້າທັງສອງປະເພດ.

VII. ການປ່ຽນແປງຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Change in Consumer's Equilibrium)

ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຈະປ່ຽນແປງໄປຖ້າລາຄາຂອງສິນຄ້າສະນິດໃດໜຶ່ງ ຫຼື ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງ (real income) ປ່ຽນແປງ ທີ່ເປັນແບບນີ້ເນື່ອງຈາກການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາ ແລະລາຍໄດ້ແທ້ຈິງຈະເຮັດໃຫ້ເສັ້ນລາຄາຍ້າຍຈາກທີ່ເດີມ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງສຳພັດກັບຈຸດໃດຈຸດໜຶ່ງເທິງເສັ້ນ IC ເສັ້ນອື່ນ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ອ່ານເຂົ້າໃຈງ່າຍຈະແຍກການພິຈາລະນາເປັນສອງກໍລະນີຄື:

1 ຄວາມສົມດູນປ່ຽນແປງເມື່ອລາຄາສິນຄ້າປະເພດໜຶ່ງປ່ຽນແປງແຕ່ລາຄາສິນຄ້າອີກປະເພດໜຶ່ງຄົງທີ່

ຮູບທີ່ 4.10 ສົມມຸດວ່າລາຄາສິນຄ້າ X ຫຼຸດລົງຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງຊື້ສິນຄ້າ X ໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນດ້ວຍຈຳນວນເງິນເທົ່າເດີມ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນລາຄາ AB ຈຶ່ງຍ້າຍມາຢູ່ທີ່ AB' ແລະສຳຜັດເສັ້ນ IC₂ ທີ່ຈຸດ E' ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງປ່ຽນຈາກຈຸດ E ມາຢູ່ທີ່ຈຸດ E' ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າສອງປະເພດຈຶ່ງປ່ຽນແປງຄື: ເມື່ອຄວາມສົມດູນຢູ່ທີ່ຈຸດ E ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ສິນຄ້າ X ເປັນຈຳນວນ OX ໜ່ວຍ ແລະ ຊື້ສິນຄ້າ Y ເປັນຈຳນວນ OY ໜ່ວຍ ເມື່ອລາຄາສິນຄ້າຫຼຸດລົງສົມດູນຍ້າຍມາຢູ່ທີ່ຈຸດ E' ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ X ຈຶ່ງເປັນ OX' ໜ່ວຍ ແລະປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ Y ເປັນ OY' ໜ່ວຍ ແລະເສັ້ນທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ຈຸດສົມດູນ EE' ເອີ້ນວ່າ Price – Consumption Curve ຫຼືຂຽນຫຍໍ້ວ່າ PCC



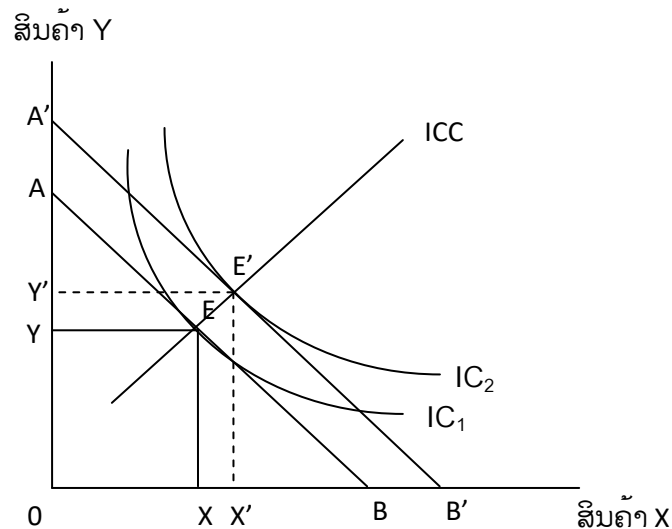
ຮູບທີ່ 4.10 ການປ່ຽນແປງສົມດູນຜູ້ບໍລິໂພກເມື່ອລາຄາສິນຄ້າຊະນິດໜຶ່ງປ່ຽນ

2. ຄວາມສົມດູນປ່ຽນແປງເມື່ອລາຍໄດ້ແທ້ຈິງປ່ຽນແປງ

ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງປ່ຽນແປງເນື່ອງຈາກເຫດໃດເຫດໜຶ່ງ ດັ່ງນີ້: (1) ລາຍໄດ້ຕົວເອງປ່ຽນແປງໂດຍທີ່ລາຄາສິນຄ້າທຸກຢ່າງຄົງທີ່ ຫຼື (2) ລາຍໄດ້ເປັນເງິນຄົງທີ່ແຕ່ລາຄາສິນຄ້າປະເພດໃດໜຶ່ງ ຫຼືທັງສອງປະເພດປ່ຽນແປງ ໃນທີ່ນີ້ເພື່ອໃຫ້ງ່າຍຈຶ່ງສົມມຸດວ່າລາຄາສິນຄ້າທັງສອງປະເພດປ່ຽນໄປໃນອັດຕາສ່ວນເທົ່າກັນ.

ບໍ່ວ່າລາຍໄດ້ທີ່ແທ້ຈິງຈະປ່ຽນແປງເນື່ອງຈາກສາເຫດ (1) ຫຼື (2) ກໍ່ຕາມລ້ວນແຕ່ມີຜົນເຮັດໃຫ້ເສັ້ນງົບປະມານປ່ຽນແປງ ຫຼື ເຄື່ອນຍ້າຍໂດຍເສັ້ນຈະຢູ່ຫ່າງຈາກເສັ້ນເດີມເປັນໄລຍະທາງເທົ່າກັນຕະຫຼອດເສັ້ນ ແຕ່ຈະຢູ່ສູງ ຫຼື ຕ່ຳກວ່າເສັ້ນເດີມ ຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຍໄດ້ແທ້ຈິງເພີ່ມຂຶ້ນຫຼືຫຼຸດລົງຖ້າລາຍໄດ້ແທ້ຈິງເພີ່ມຂຶ້ນເສັ້ນລາຄາໃໝ່ຢູ່ສູງກວ່າເສັ້ນເດີມ ຖ້າລາຍໄດ້ແທ້ຈິງຫຼຸດລົງເສັ້ນລາຄາໃໝ່ຢູ່ລຸ່ມເສັ້ນເດີມ.

ຮູບທີ່ 4.11 ເສັ້ນ AB ຄືເສັ້ນລາຄາເດີມ ແລະ E ຄືຈຸດສົມດູນເດີມເມື່ອລາຍໄດ້ແທ້ຈິງເພີ່ມຂຶ້ນ ເສັ້ນລາຄາຈິງຫຍັບສູງຂຶ້ນເປັນເສັ້ນ A'B' ແລະ ສຳຜັດກັບເສັ້ນ IC_2 ທີ່ຈຸດ E' ສົມດູນໃໝ່ຈິງຍ້າຍມາຢູ່ທີ່ຈຸດ E' ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ $X = OX'$ ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ $Y = OY'$ ແລະເສັ້ນທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ຈຸດສົມດູນ EE' ເອີ້ນວ່າ Income – Consumption Curve ຫຼື ຊຽງຫຍໍ້ວ່າ ICC



ຮູບທີ່ 4.11 ການປ່ຽນແປງດຸນຍະພາບເມື່ອລາຍໄດ້ແທ້ຈິງປ່ຽນ

ການສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງບຸກຄົນຈາກເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ

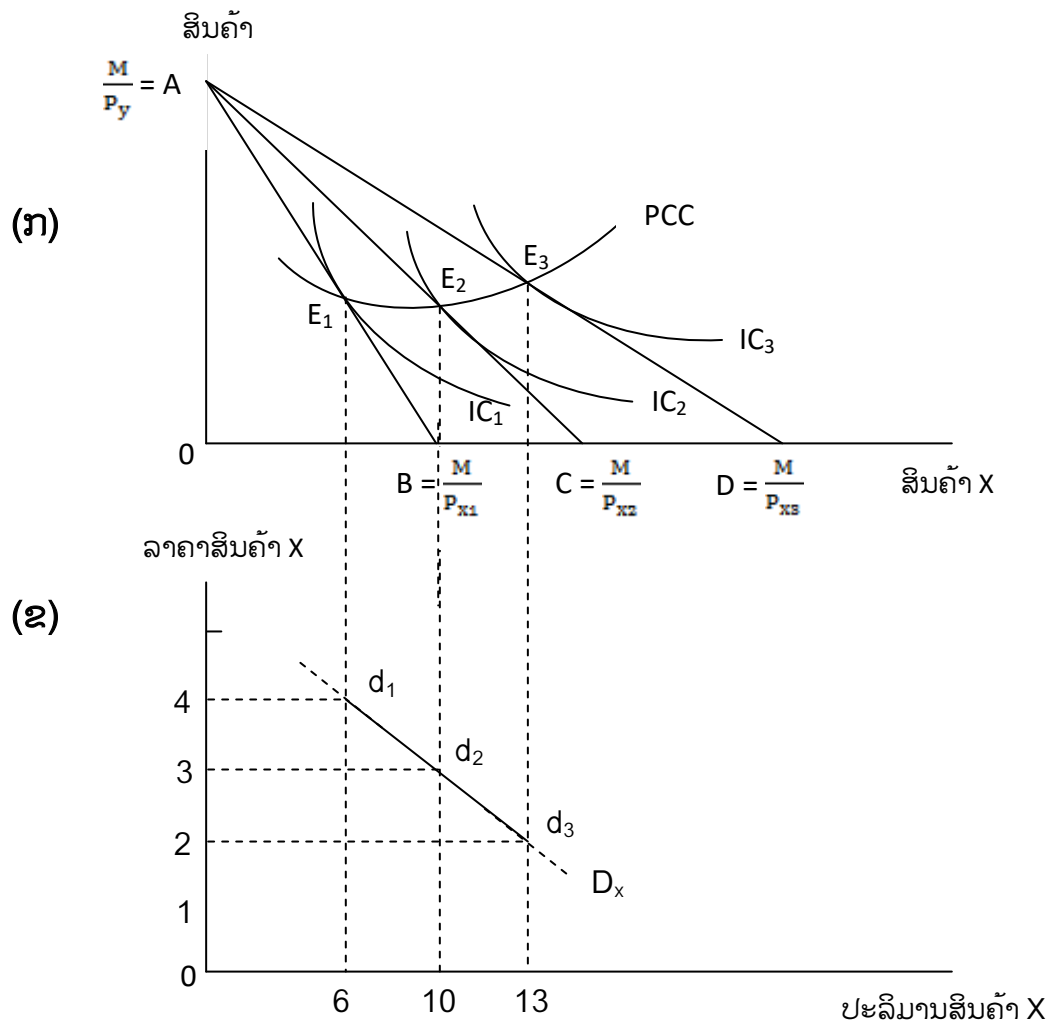
ເຮົາສາມາດສ້າງຕາຕະລາງ ແລະ ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າ X ຈາກການປ່ຽນແປງຕໍ່າແຫ່ງສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເທິງເສັ້ນ IC ເມື່ອລາຄາສິນຄ້າ X ປ່ຽນແປງ

ຮູບທີ່ 4.12(ກ) ສະແດງການປ່ຽນແປງຄວາມສົມດູນເມື່ອເສັ້ນລາຄາປ່ຽນຈາກ AB ເປັນ AC ແລະ AD ຕາມລຳດັບ ສົມມຸດວ່າລາຄາສິນຄ້າ X ຫຼຸດລົງຈາກໜ່ວຍລະ 500 ກີບ ເປັນໜ່ວຍລະ 400 ກີບ ແລະ 300 ກີບ ຕາມລຳດັບ ຈຸດ E_1 E_2 E_3 ຄືຈຸດສົມດູນຢູ່ລະດັບລາຄາຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ X ເສັ້ນທີ່ຂີດຜ່ານຈຸດທັງສາມນີ້ເອີ້ນວ່າເສັ້ນ Price – Consumption Curve (PCC) ທຸກຈຸດຢູ່ເສັ້ນ PCC ສະແດງໃຫ້ຮູ້ວ່າ ເມື່ອລາຍໄດ້ຄົງທີ່ (M) ແຕ່ລາຄາສິນຄ້າ X ປ່ຽນໂດຍທີ່ລາຄາສິນຄ້າ Y ຄົງທີ່ ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າສອງປະເພດຈະເປັນເທົ່າໃດ? ເຊັ່ນ ຢູ່ຈຸດ E_2 ຈຳນວນຊື້ສິນຄ້າ $X = OX_2$

ເມື່ອຮູ້ຕໍ່າແຫ່ງສົມດູນຕ່າງໆ ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຢູ່ລາຄາຕ່າງໆຂອງສິນຄ້າ X ໄດ້ແລ້ວ ເຮົາກໍ່ສາມາດສ້າງຕາຕະລາງ ແລະເສັ້ນອຸປະສົງສຳລັບສິນຄ້າ X ໄດ້ສົມມຸດວ່າຢູ່ຈຸດ E_1 ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ X ເທົ່າ 6 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 500 ກີບ ຢູ່ຈຸດ E_2 ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ X ເທົ່າກັບ 10 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 400 ກີບ ຢູ່ຈຸດ E_3 ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ X ເທົ່າກັບ 13 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 200 ກີບ ຈະໄດ້ຕາຕະລາງອຸປະສົງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ຄົນໜຶ່ງສຳລັບສິນຄ້າ X ຕາມຕາຕະລາງທີ່ 4.8 ຈາກນັ້ນ ນຳຄ່າຕ່າງໆຂອງລາຄາສິນຄ້າ X ແລະ ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ X ໃນຕາຕະລາງທີ່ 4.8 ໄປສ້າງເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ສິນຄ້າ X ດັ່ງປະກົດໃນຮູບທີ່ 4.12 (ຂ)

ຕາຕະລາງ 4.8 ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ x ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໜຶ່ງ ທີ່ລາຄາຕ່າງໆ

ຕຳແໜ່ງເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ	ລາຄາສິນຄ້າ $x(p_x)$	ປະລິມານຊື້(Q_x)
d_1	$P_{x1} = 4$	$X_1 = 6$
d_2	$P_{x2} = 3$	$X_2 = 10$
d_3	$P_{x3} = 2$	$X_3 = 13$



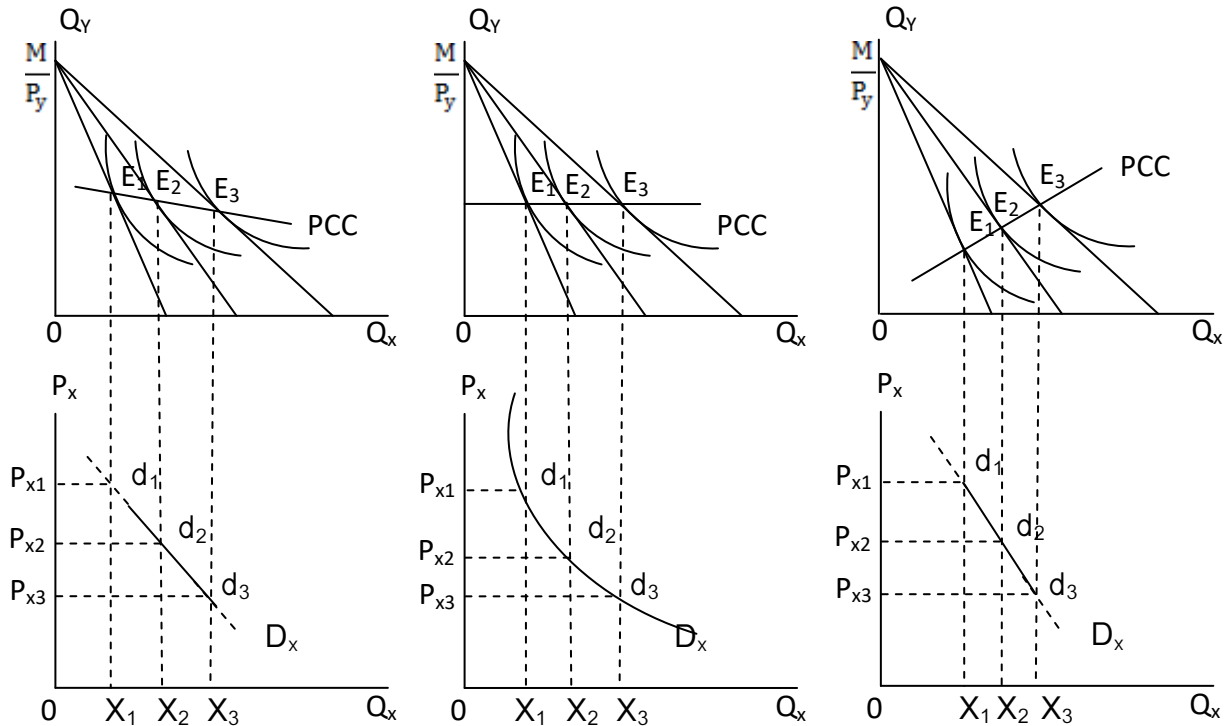
(ຮູບທີ 4.12 ການຫາເສັ້ນອຸປະສົງຂອງ ສິນຄ້າ X ຈາກເສັ້ນ PCC)

IX. ລັກສະນະ PCC ກັບຄວາມຍືດຍືດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ

ຈາກການພິຈາລະນາລັກສະນະຂອງເສັ້ນ PCC ເຫັນວ່າມີການພົວພັນຕໍ່ຄວາມຍືດຍືດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງສ້າງ ຮູບທີ 4.13 ເພື່ອສະແດງການພົວພັນດັ່ງກ່າວ ຮູບທີ 4.13 (ກ) ດ້ານເທິງສະແດງການຍ້າຍເສັ້ນງົບປະມານເນື່ອງຈາກລາຄາສິນຄ້າ X ປ່ຽນຈາກ P_{x1} ເປັນ P_{x2} ແລະ P_{x3} ຕາມລຳດັບ ທີ່ຈຸດສົມດູນ ເຮົາໄດ້ປະລິມານສິນຄ້າ X ເທົ່າກັບ X_1 , X_2 ແລະ X_3 ຕາມລຳດັບ ຕົວເລກຊຸດນີ້ກໍຄື: ຕາຕະລາງອຸປະສົງຂອງສິນຄ້າ X ນັ້ນເອງ ດັ່ງສະແດງໃນຕາຕະລາງທີ 4.9

ຕາຕະລາງທີ 4.9 ອຸປະສົງຂອງສິນຄ້າ X

ລາຄາສິນຄ້າ X ຕໍ່ຫົວໜ່ວຍ	ປະລິມານຊື້ສິນຄ້າ X
P_{x1}	X_1
P_{x2}	X_2
P_{x3}	X_3



ຮູບທີ 4.13 ການພົວພັນລະຫວ່າງລັກສະນະເສັ້ນ PCC ແລະ ຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ

ເມື່ອນຳຄ່າຕ່າງໆຂອງລາຄາຕໍ່ຫົວໜ່ວຍ ແລະ ປະລິມານຊື້ມາສ້າງເປັນຮູບພາບເຮົາຈະໄດ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງສິນຄ້າ X ຊຶ່ງສະແດງຢູ່ໃນຮູບທີ 4.13 ຈາກການພິຈາລະນາລັກສະນະຂອງເສັ້ນ PCC ແລະ ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງສິນຄ້າ X ດັ່ງສະແດງຢູ່ໃນຮູບທີ 4.13 (ກ), (ຂ) ແລະ (ຄ) ແລະ ອາດສະຫຼຸບການພົວພັນລະຫວ່າງລັກສະນະຂອງ PCC ກັບຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ. ດັ່ງສະແດງໃນຕາຕະລາງທີ 4.10

ຕາຕະລາງທີ 4.10 ການພົວພັນລະຫວ່າງ PCC ກັບຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາ

ລັກສະນະ PCC	ຄ່າຄວາມຍືດຫຼັດຂອງອຸປະສົງ	ລາຄາສູງຂຶ້ນ	ລາຄາຫຼຸດລົງ
ທອດລົງຈາກຊ້າຍໄປຫາຂວາ	$\eta_D > 1$	ລາຍຮັບລວມຫຼຸດລົງ	ລາຍຮັບລວມເພີ່ມຂຶ້ນ
ຂະໜານກັບແຖນນອນ	$\eta_D = 1$	ລາຍຮັບລວມຄົງທີ່	ລາຍຮັບລວມຄົງທີ່
ທອດຂຶ້ນຈາກຊ້າຍໄປຫາຂວາ	$\eta_D < 1$	ລາຍຮັບລວມເພີ່ມຂຶ້ນ	ລາຍຮັບລວມຫຼຸດລົງ

X . ຜົນທາງລາຍໄດ້ ແລະ ຜົນການທົດແທນ

(Income Effect and Substitution Effect)

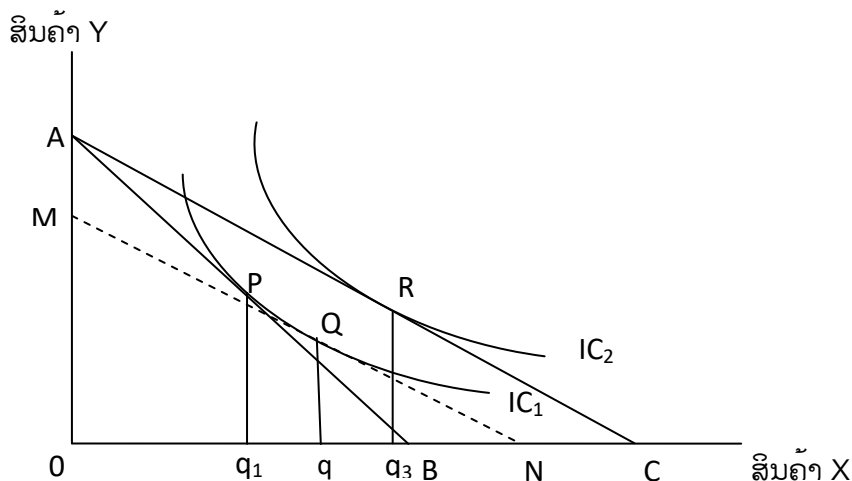
ຈາກກົດຂອງອຸປະສົງ (Law of Demand) ເຮົາຮູ້ວ່າຈຳນວນຊື້ຈະປ່ຽນແປງໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ກັບລະດັບສິນຄ້າ ຄືຖ້າລາຄາສູງຈຳນວນຊື້ໜ້ອຍ ຖ້າລາຄາຕໍ່າຈຳນວນຊື້ຫຼາຍທັງນີ້ເນື່ອງຈາກສາເຫດສອງປະການຄື:

1. ຜົນທາງລາຍໄດ້ ການປ່ຽນແປງລາຄາສິນຄ້າເຮັດໃຫ້ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງປ່ຽນແປງ ຈຳນວນຊື້ສິນຄ້າຈຶ່ງປ່ຽນແປງ.

2. ຜົນທາງການທົດແທນການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາສິນຄ້າໃດຈະເຮັດໃຫ້ຈຳນວນຊື້ຂອງສິນຄ້ານັ້ນປ່ຽນແປງໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ໃນທີ່ນີ້ຈະວິເຄາະຜົນທາງລາຍໄດ້ຜົນທາງການທົດແທນ ແລະ ຜົນລວມທັງສອງນີ້ຈາກເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນລາຄາໂດຍໃຊ້ວິທີການວິເຄາະຂອງຮິກສ໌ (Hicks) ໂດຍສະເໜີທັງກໍລະນີລາຄາສິນຄ້າ X ຫຼຸດລົງ ແລະ ກໍລະນີລາຄາສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນ.

1. ກໍລະນີສິນຄ້າ x ຫຼຸດລົງ

ຈາກຮູບທີ 4.14 ສົມມຸດວ່າ ເບື້ອງຕົ້ນເສັ້ນງົບປະມານຄື AB ແລະສຳຜັດກັບເສັ້ນ IC_1 ທີ່ຈຸດ P ຕໍ່ມາສົມມຸດໃຫ້ລາຄາສິນຄ້າ X ຫຼຸດລົງໃນຂະນະທີ່ສິນຄ້າ Y ແລະ ລາຍໄດ້ທີ່ເປັນຕົວເງິນ (money income) ຍັງຄົງທີ່ ເສັ້ນງົບປະມານຈະປ່ຽນຈາກ AB ມາເປັນ AC ເຊິ່ງຜັດກັບເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນເສັ້ນໃໝ່ຄື IC_2 ທີ່ຈຸດ R ປະລິມານຂອງສິນຄ້າ X ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນທັງໝົດເນື່ອງຈາກລາຄາຂອງ X ຫຼຸດລົງຈະເທົ່າກັບ q_1 q_3 ເຮົາເອີ້ນປະລິມານ q_1 q_3 ນີ້ວ່າ ຜົນລວມ (total effect) ຫຼື ຜົນທາງລາຄາ (price effect)



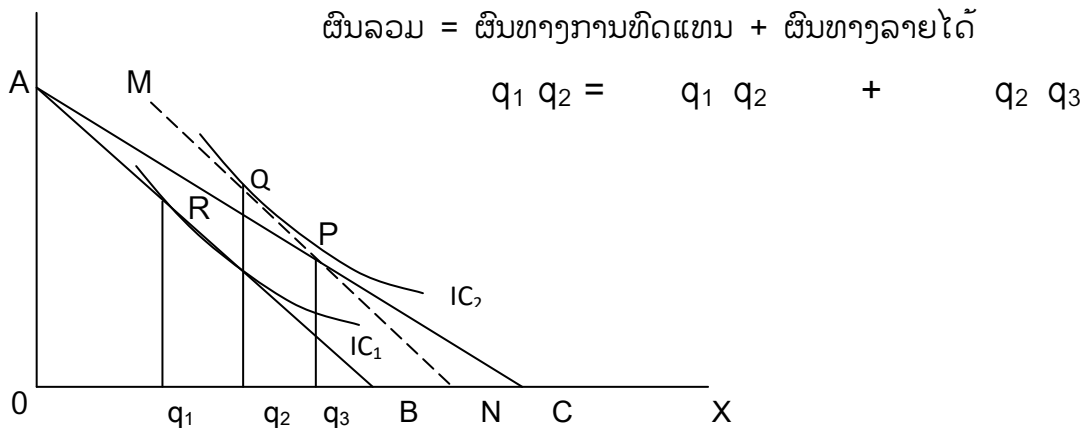
ຮູບທີ 4.14 ຜົນການທົດແທນ ແລະ ຜົນທາງລາຍໄດ້ເມື່ອ P_x ຫຼຸດລົງ

ເຖິງແນວໃດກໍຕາມຜົນລວມນີ້ສາມາດແບ່ງເປັນສອງຜົນຍ່ອຍຄື ຜົນທາງການທົດແທນ (Substitution effect) ແລະ ຜົນທາງລາຍໄດ້ (income effect)

ຜົນທາງການທົດແທນ ເກີດຈາກການທີ່ລາຄາສິນຄ້າ X ຫຼຸດລົງ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະຊື້ສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນເພື່ອໃຊ້ແທນສິນຄ້າ Y ຊຶ່ງລາຄາຍັງຄົງເດີມ ຂະນະດຽວກັນກໍຊື້ສິນ Y ໜ້ອຍລົງ ເນື່ອງຈາກເຮົາສົມມຸດໃຫ້ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງຄົງທີ່ເພື່ອເບິ່ງຜົນທາງການທົດແທນພຽງຢ່າງດຽວດັ່ງນັ້ນ, ສົມດຸນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງຍ້າຍຈາກຈຸດ P ໄປຍັງຈຸດ Q ຊຶ່ງເປັນຈຸດສຳຜັດຂອງເສັ້ນ IC_1

ກັບເສັ້ນງົບປະມານ MN ທີ່ລາກຂະໜານກັບ AC ປະລິມານບໍລິໂພກສິນຄ້າ X ຈະເພີ່ມຂຶ້ນເທົ່າກັບ q_1 q_2 ນີ້ຄືຜົນທາງການທົດແທນກ່ອນທີ່ຈະກ້າວເຖິງຜົນທາງລາຍໄດ້ ເຮົາຕ້ອງຮູ້ຄວາມໝາຍຂອງ “ລາຍໄດ້ທີ່ເປັນເງິນ” ແລະ “ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງ” ລາຍໄດ້ຕົວເງິນ (money income) ຄືລາຍໄດ້ທີ່ວັດຈາກຈຳນວນເງິນຈຳນວນໜຶ່ງ.

ຜົນທາງລາຍໄດ້ ເກີດຈາກການທີ່ລາຄາສິນຄ້າ X ຫຼຸດລົງ ຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດຊື້ສິນຄ້າ X (ຫຼືຊື້ທັງ X ແລະ Y) ເປັນຈຳນວນຫຼາຍຂຶ້ນດ້ວຍເງິນຈຳນວນເທົ່າເດີມ ນັ້ນຄືລາຍໄດ້ແທ້ຈິງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເພີ່ມຂຶ້ນ. ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຈະສູງຂຶ້ນແລະມີຜົນເຮັດໃຫ້ຕຳແໜ່ງສົມດູນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຍ້າຍຈາກຈຸດ Q ເທິງເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ IC_1 ໄປຍັງຈຸດ R ເທິງເສັ້ນ IC_2 ແລະປະລິມານສິນຄ້າ X ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈະເທົ່າກັບ q_2 q_3 ຜົນລວມສາມາດສະແດງໄດ້ດ້ວຍສົມຜົນດັ່ງນີ້:



ຮູບທີ 4.15 ຜົນການທົດແທນແລະຜົນທາງລາຍໄດ້ເມື່ອ PX ເພີ່ມຂຶ້ນ

2. ກໍລະນີລາຄາສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນ

ຈາກຮູບທີ 4.15 ສົມມຸດວ່າເສັ້ນງົບປະມານເດີມຄື AC ແລະສຳພັດກັບເສັ້ນ IC_2 ຈຸດ P ຕໍ່ມາສົມມຸດໃຫ້ລາຄາສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນໃນຂະນະທີ່ສິນຄ້າ Y ແລະລາຍໄດ້ທີ່ເປັນເງິນຍັງຄົງທີ່ ເສັ້ນງົບປະມານປ່ຽນຈາກ AC ມາເປັນ AB ເຊິ່ງສຳພັນກັບເສັ້ນງົບປະມານໃໝ່ຄື IC_1 ທີ່ຈຸດ R ປະລິມານສິນຄ້າ X ທີ່ຫຼຸດລົງທັງໝົດເນື່ອງຈາກລາຄາສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນຈະເທົ່າກັບ q_1 q_3 ເຮົາເອີ້ນປະລິມານນີ້ວ່າຜົນລວມ (total effect) ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງເປັນ 2 ຜົນຍ່ອຍຄື: ຜົນທາງການທົດແທນ ແລະຜົນທາງລາຍໄດ້.

ຜົນທາງການທົດແທນ: ເກີດຈາກລາຄາສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ສິນຄ້າ X ໜ້ອຍລົງ ແລະຫັນໄປຊື້ສິນຄ້າ Y ຫຼາຍຂຶ້ນເນື່ອງຈາກເຮົາສົມມຸດໃຫ້ລາຍໄດ້ແທ້ຈິງຄົງທີ່ ເພື່ອເບິ່ງຜົນການທົດແທນພຽງຢ່າງດຽວ ເຮົາຈຶ່ງໄດ້ກຳນົດໃຫ້ເສັ້ນງົບປະມານ MN ແລະ AB ຂະໜານກັນ. ດັ່ງນັ້ນຜົນການທົດແທນຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ຄວາມພໍໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຍ້າຍຈາກຈຸດ P ໄປຫາຈຸດ Q ເຊິ່ງຢູ່ໃນເສັ້ນ IC_2 ສະແດງວ່າຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈເທົ່າເກົ່າໃນການບໍລິໂພກສິນຄ້າ X ຫຼຸດລົງ.

ຜົນທາງລາຍໄດ້: ເກີດຈາກການທີ່ລາຄາສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ສິນຄ້າ X ໄດ້ນ້ອຍລົງດ້ວຍເງິນຈຳນວນເທົ່າເກົ່າ ສະແດງວ່າລາຍໄດ້ທີ່ແທ້ຈິງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຫຼຸດລົງ ແລະ ຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຈະລຸດລົງ ເນື່ອງຈາກສົມມຸດໃຫ້ລາຄາສິນຄ້າ X ທຽບກັບລາຄາສິນຄ້າ Y ຄົງທີ່ເພື່ອຜົນທາງລາຍໄດ້ພຽງຢ່າງດຽວ. ດັ່ງນັ້ນ, ສົມດູນຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງຍ້າຍຈາກຈຸດ Q ຫາ R ເຊິ່ງເປັນ ຈຸດ

ສຳພັດລະຫວ່າງເສັ້ນ IC_1 ກັບເສັ້ນງົບປະມານໃໝ່ AB ປະລິມານການບໍລິໂພກສິນຄ້າ X ລຸດລົງເທົ່າກັບ q_1 q_2 ຜົນລວມເປັນດັ່ງນີ້:

ຜົນລວມ = ຜົນທາງການທົດແທນ + ຜົນທາງລາຍໄດ້

$$q_1 \ q_3 = q_2 \ q_3 + q_1 \ q_2$$

ບົດທີ 5

ທິດສະດີການຜະລິດ (Theory of Production)

ທິດສະດີວ່າດ້ວຍພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນບົດທີ 4 ເປັນການສຶກສາລາຍລະອຽດເບື້ອງໜ້າອຸປະສົງແຕ່ຈາກບົດທີ 2 ເຮົາຮູ້ວ່າລາຄາ ແລະປະລິມານສິນຄ້າຄຸນນະພາບໃນຕະຫຼາດກຳນົດຈາກອຸປະສົງ ແລະອຸປະທານໃນບົດທີ 5, 6 ແລະ 7 ຈຶ່ງເປັນການສຶກສາລາຍລະອຽດເບື້ອງໜ້າອຸປະທານເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ (1) ທິດສະດີການຜະລິດ (2) ຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ແລະ (3) ລາຍຮັບຈາກການຜະລິດ ໃນບົດທີ 5 ນີ້ຈະກ່າວເຖິງທິດສະດີການຜະລິດ.

ທິດສະດີການຜະລິດສຶກສາການພົວພັນລະຫວ່າງປັດໄຈການຜະລິດ (Input) ແລະຜົນຜະລິດທີ່ໄດ້ຮັບ (Output) ເຊິ່ງແບ່ງການສຶກສາວິເຄາະໄດ້ເປັນ 2 ວິທີຄື (1) ການວິເຄາະແບບນັບຈຳນວນ (Cardinal approach) ເຊິ່ງເປັນການສຶກສາຄ່າຂອງຜົນຜະລິດແບບຕ່າງໆ ແລະ (2) ການວິເຄາະແບບນັບລຳດັບທີ (Ordinal approach) ເຊິ່ງເປັນການວິເຄາະດ້ວຍເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ ທັງ 2 ວິທີ ລ້ວນແຕ່ມີສ່ວນເສີມສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບທິດສະດີການຜະລິດ ຕອນທຳອິດຂອງບົດທີ 5 ຈະເປັນການວິເຄາະແບບນັບຈຳນວນ ຕອນທ້າຍຈະເປັນການວິເຄາະດ້ວຍເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ ເຊິ່ງມາຈາກແນວຄິດດຽວກັບການວິເຄາະຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນໃນບົດທີ 4.

I. ສົມຜົນການຜະລິດ (Production Function)

ເນື່ອງຈາກທິດສະດີການຜະລິດກ່ຽວຂ້ອງກັບສົມຜົນການຜະລິດຫຼາຍດ້ານ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຕ້ອງເຂົ້າໃຈຄວາມໝາຍຂອງສົມຜົນການຜະລິດ ສົມຜົນການຜະລິດ ແມ່ນເຄື່ອງມືສະແດງການພົວພັນລະຫວ່າງປັດໄຈການຜະລິດຕ່າງໆ ແລະ ຜົນຜະລິດທີ່ເກີດຈາກປັດໄຈການຜະລິດນັ້ນໆ ເຊິ່ງຊຽນເປັນສັນຍາລັກທາງພຶດສະຄະນິດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$\text{Total Product (TP)} = f(a_1, a_2, a_3)$$

ຕາລາງທີ 5.1 ປຸງປຸງບູບຈຳນວນປັດໄຈ ແລະຜົນຜະລິດການໃຊ້ເຕັກນິກການຜະລິດ 2 ແບບ

ວິທີການ	ປັດໄຈການຜະລິດ	ຜົນຜະລິດ
ວິທີທີ1	10	100
	20	200
	30	300
ວິທີທີ2	10	150
	20	250
	30	350

ໝາຍຄວາມວ່າຜົນຜະລິດລວມຂຶ້ນຢູ່ກັບປັດໃຈການຜະລິດຕ່າງໆ ທີ່ໃຊ້ຜະລິດສິນຄ້າປະເພດນັ້ນ ໜ່ວຍທຸລະກິດສາມາດເພີ່ມຫຼືລຸດຈຳນວນການຜະລິດໄດ້ດ້ວຍການເພີ່ມຫຼືລຸດຈຳນວນປັດໃຈການຜະລິດປະເພດໃດປະເພດໜຶ່ງຫຼືຫຼາຍປະເພດທີ່ໃຊ້ຢູ່ໃນຂະນະນັ້ນ.

ຈາກຕາຕະລາງທີ 5.1 ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າດ້ວຍຈຳນວນປັດໃຈການຜະລິດເທົ່າກັນ ເຕັກນິກ 2 ໃຫ້ຜົນຜະລິດລວມຫຼາຍກວ່າເຕັກນິກ 1 ສະແດງວ່າເຕັກນິກ 2 ມີປະສິດທິພາບຫຼາຍກວ່າເຕັກນິກ 1 ໜ່ວຍທຸລະກິດຈະເລືອກເຕັກນິກ 2 ເຊິ່ງເປັນວິທີການຜະລິດທີ່ມີປະສິດທິພາບຫຼາຍທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ມີຢູ່ ແລະເທົ່າທີ່ໜ່ວຍຜະລິດຈະສາມາດຈັດຫາມາໄດ້ ໃນການວິເຄາະສົມຜົນຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ເຮົາຈຶ່ງຕັ້ງຂໍ້ສົມມຸດວ່າ ໜ່ວຍຜະລິດໃຊ້ວິທີການຜະລິດທີ່ມີປະສິດທິພາບຫຼາຍທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະມີຢູ່ໃນຂະນະນັ້ນແລະເທົ່າທີ່ສາມາດຈັດຫາມາໄດ້ ແລະໃຊ້ເຕັກນິກນັ້ນຕະຫຼອດໄລຍະເວລາວິເຄາະຜົນຜະລິດລວມທີ່ໄດ້ຮັບ ທີ່ເປັນຈຳນວນຫຼາຍທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້.

II. ຄວາມໝາຍຂອງການຜະລິດໄລຍະສັ້ນແລະໄລຍະຍາວ

(Short-Run and Long-Run Production)

ໂດຍທົ່ວໄປໜ່ວຍຜະລິດພົບວ່າສິນຄ້າຂອງຕົນຂາຍໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ (ຫຼືໜ້ອຍລົງ) ໜ່ວຍຜະລິດຍ່ອມຈະພະຍາຍາມປັບຈຳນວນການຜະລິດໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ (ຫຼືໜ້ອຍລົງ) ຕາມໄປດ້ວຍ ເຊິ່ງກ່ຽວໂຍງໄປເຖິງການເພີ່ມ (ຫຼືຫຼຸດ) ຈຳນວນປັດໃຈການຜະລິດ ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ໜ່ວຍຜະລິດມັກຈະພົບວ່າໃນຂະນະທີ່ຕົນສາມາດປ່ຽນແປງປະລິມານປັດໃຈການຜະລິດຫຼາຍຢ່າງໄດ້ທັນທີ ແຕ່ກໍມີປັດໃຈການຜະລິດທີ່ຕ້ອງໃຊ້ເວລາດົນກວ່າຈະເພີ່ມຫຼືຫຼຸດຈຳນວນລົງໄດ້ ສະນັ້ນ, ເຮົາຈຶ່ງແບ່ງການວິເຄາະການຜະລິດອອກເປັນ 2 ສ່ວນໂດຍພິຈາລະນາຈາກຄວາມຍາກງ່າຍໃນການປ່ຽນແປງຈຳນວນປັດໃຈການຜະລິດ.

ກ່ອນຈະເວົ້າເຖິງການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ ແລະໄລຍະຍາວຄວນເຂົ້າໃຈຄວາມໝາຍຂອງຄຳວ່າ “ປັດໃຈການຜະລິດຄົງທີ່” ແລະ “ປັດໃຈການຜະລິດປ່ຽນແປງ” ດັ່ງນີ້:

ປັດໃຈການຜະລິດຄົງທີ່ (Fixed factors) ໝາຍເຖິງປັດໃຈການຜະລິດໃດໆ ທີ່ບໍ່ມີການປ່ຽນແປງປະລິມານຕາມການປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານຜະລິດໃນໄລຍະເວລາຂອງການວິເຄາະປັດໃຈການຜະລິດສ່ວນນີ້ຍັງຄົງມີຢູ່ບໍ່ວ່າຈະເປັນການຜະລິດຫຼືບໍ່ມີການຜະລິດ ແລະ ບໍ່ວ່າຈະມີການຜະລິດຫຼາຍ ຫຼືໜ້ອຍ ເຮົາເອີ້ນປັດໃຈການຜະລິດສ່ວນນີ້ວ່າປັດໃຈການຜະລິດຄົງທີ່ ເຊັ່ນ: ທີ່ດິນ, ສິ່ງປຸກສ້າງ, ເຄື່ອງຈັກເປັນຕົ້ນ.

ປັດໃຈການຜະລິດປ່ຽນແປງ (Variable factor) ໝາຍເຖິງ ປັດໃຈການຜະລິດໃດໜຶ່ງທີ່ສາມາດປ່ຽນແປງປະລິມານຕາມປະລິມານຜົນຜະລິດ ຫາກມີການຜະລິດຫຼາຍຈະໃຊ້ປັດໃຈການຜະລິດປ່ຽນແປງໃນປະລິມານຫຼາຍໃນທາງກົງກັນຂ້າມຫາກມີການຜະລິດໜ້ອຍຈະໃຊ້ປະລິມານການຜະລິດປ່ຽນແປງໜ້ອຍ.

1. ການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ (short-run production) ໝາຍເຖິງໄລຍະເວລາຂອງການຜະລິດທີ່ໜ່ວຍຜະລິດບໍ່ສາມາດປ່ຽນແປງປະລິມານປັດໃຈການຜະລິດບາງຢ່າງ ເປັນໄລຍະເວລາທີ່ມີທັງປັດໃຈການຜະລິດປ່ຽນແປງເຮັດວຽກຮ່ວມກັບປັດໃຈການຜະລິດຄົງທີ່ ເຊິ່ງຈະມີຈັກປະເພດກໍໄດ້ແຕ່ຢ່າງໜ້ອຍຕ້ອງມີປັດໃຈການຜະລິດຄົງທີ່ 1 ປະເພດຜະລິດຮ່ວມຢູ່ດ້ວຍ.

2. ການຜະລິດໃນໄລຍະຍາວ (long-run production) ໝາຍເຖິງໄລຍະເວລາການຜະລິດທີ່ຜູ້ຜະລິດສາມາດປ່ຽນແປງປະລິມານປັດໃຈການຜະລິດທຸກຢ່າງໄດ້ຕາມຕ້ອງການ ເວົ້າອີກຢ່າງໜຶ່ງເປັນການປ່ຽນ

ແປງຂະໜາດຂອງໂຮງງານຜະລິດຈະການ (scale of plant) ນັ້ນເອງ ການຜະລິດໃນໄລຍະຍາວຈຶ່ງ ມີແຕ່ປັດໄຈການຜະລິດປ່ຽນແປງຢ່າງດຽວ ບໍ່ມີປັດໄຈການຜະລິດທີ່ຢູ່ເລີຍປັດໄຈການຜະລິດທີ່ຈະ ກາຍເປັນປັດໄຈການຜະລິດປ່ຽນແປງໄປທັນທີ ເມື່ອມີການປ່ຽນແປງຈຳນວນ ຫຼື ຂະໜາດຂອງມັນເມື່ອ ປ່ຽນແປງປະລິມານປັດໄຈການຜະລິດທີ່ແລ້ວໜ່ວຍຜະລິດກໍຈະຢູ່ໃນການຜະລິດໄລຍະສັ້ນອີກຄັ້ງ ການຜະລິດໄລຍະຍາວຈຶ່ງຄວບຄຸມການຜະລິດໄລຍະສັ້ນຕັ້ງແຕ່ສອງຄັ້ງຂຶ້ນໄປ.

ຈະເຫັນວ່າການແບ່ງການຜະລິດໄລຍະສັ້ນແລະໄລຍະຍາວບໍ່ໄດ້ໃຊ້ເວລາ ແຕ່ພິຈາລະນາຈາກ ການປ່ຽນແປງປະລິມານຂະໜາດຂອງປັດໄຈການຜະລິດທີ່ ຫຼືການປ່ຽນແປງປັດໄຈການຜະລິດທີ່ ໃຫ້ເປັນປັດໄຈການຜະລິດປ່ຽນແປງ ສຳລັບໜ່ວຍຜະລິດສາມາດລະດົມທຶນໄດ້ຫຼາຍ ແລະໄດ້ງ່າຍກໍ ອາດເພີ່ມປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ພາຍໃນເວລາສັ້ນ ສ່ວນໜ່ວຍຜະລິດທີ່ລະດົມທຶນໄດ້ໜ້ອຍ ແລະໄດ້ຍາກ ຕ້ອງໃຊ້ເວລາດົນໃນການເພີ່ມປະລິມານປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເຫຼົ່ານີ້.

III. ການວິເຄາະການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ(Short-run Production Analysis)

ການວິເຄາະການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນຕໍ່ໄປນີ້ປະກອບດ້ວຍ (1) ລັກສະນະ ແລະການພົວພັນ ຂອງຜົນຜະລິດແບບຕ່າງໆ ແລະ (2) ການແບ່ງໄລຍະຂອງການຜະລິດແຕ່ກ່ອນທີ່ຈະພິຈາລະນາ ເລື່ອງດັ່ງກ່າວຄວນຈະໄດ້ຮູ້ແນວຄິດພື້ນຖານທາງເສດຖະສາດກ່ຽວກັບການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນເຊິ່ງມີຢູ່ 2 ແນວຄິດໄດ້ແກ່: (1) ກົດວ່າດ້ວຍການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ມີອັດຕາສ່ວນບໍ່ຄົງທີ່ (Law of Variable Proportions) ແລະ (2) ກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງການຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ (Law of Diminishing Marginal-Physical Returns).

1. ກົດວ່າດ້ວຍການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ມີອັດຕາສ່ວນບໍ່ຄົງທີ່ (Law of Variable Proportions) ສົມຜົນການຜະລິດແບ່ງອອກເປັນ 2 ແບບຕາມອັດຕາສ່ວນຂອງປັດໄຈການຜະລິດໄດ້ແກ່: (1) ສົມຜົນການຜະລິດທີ່ໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດໃນອັດຕາສ່ວນຄົງທີ່ (fixed proportion production) ເວົ້າເຖິງປັດໄຈການຜະລິດທຸກຕົວເພີ່ມຂຶ້ນຫຼືຫຼຸດລົງພ້ອມກັນ ແລະ ໃຊ້ອັດຕາສ່ວນດຽວກັນ ດັ່ງນັ້ນ, ສົມຜົນແບບນີ້ຈຶ່ງຢູ່ໃນໄລຍະຍາວເພາະປັດໄຈການຜະລິດທຸກຕົວມີການປ່ຽນແປງປະລິມານ. (2) ສົມຜົນການຜະລິດທີ່ໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດໃນອັດຕາສ່ວນບໍ່ຄົງທີ່ (variable proportion production) ເຊິ່ງແບ່ງເປັນ 2 ກໍລະນີຍ່ອຍຄື: ກໍລະນີການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ ເມື່ອປັດໄຈການຜະລິດ ບາງຢ່າງເພີ່ມຂຶ້ນຫຼືຫຼຸດລົງໃນຖານະທີ່ມີປັດໄຈການຜະລິດບາງຢ່າງຄົງທີ່ ແລະ ກໍລະນີການຜະລິດໃນ ໄລຍະຍາວເມື່ອປັດໄຈການຜະລິດທຸກຢ່າງປ່ຽນແປງໃນອັດຕາສ່ວນທີ່ບໍ່ເທົ່າກັນ.

ດັ່ງນັ້ນ, ເຮົາຈະໃຊ້ສົມຜົນການຜະລິດແບບທີສອງ ກໍລະນີການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນສຶກສາການ ພົວພັນລະຫວ່າງຜົນຜະລິດກັບປັດໄຈການຜະລິດໄລຍະສັ້ນເຊິ່ງພົບປະກົດການໜຶ່ງເອີ້ນວ່າ: ກົດວ່າ ດ້ວຍການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ມີອັດຕາສ່ວນບໍ່ຄົງທີ່ (Law of Variable Proportions) ກົດນີ້ ລະບຸວ່າເມື່ອມີການເພີ່ມປັດໄຈປ່ຽນແປງປະເພດໜຶ່ງທີ່ແຕ່ລະໜ່ວຍເຮັດວຽກຮ່ວມກັບປັດໄຈຄົງທີ່ໂດຍ ສົມມຸດວ່າສະພາວະເຕັກໂນໂລຢີບໍ່ປ່ຽນແປງ ປະລິມານຜົນຜະລິດລວມທີ່ໄດ້ຮັບຈະເພີ່ມຂຶ້ນໃນໄລຍະ ໜຶ່ງ ຈົນເຖິງລະດັບປະລິມານສູງສຸດ ຈາກນັ້ນປະລິມານຜົນຜະລິດລວມຈະຫຼຸດລົງ ດັ່ງຕົວເລກທີ່ສົມມຸດ ຂຶ້ນໃນຕາຕະລາງທີ 5.2

2. ກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ (Law of Diminishing Marginal Physical Returns).

ກົດນີ້ມີຊື່ເອີ້ນໃນພາສາອັງກິດຕ່າງກັນໄດ້ແກ່: Law of Diminishing Returns to input ຫຼື Law of Diminishing Marginal Products ຖືວ່າເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງກົດວ່າດ້ວຍການໃຊ້ປັດໄຈ ການຜະລິດທີ່ມີອັດຕາສ່ວນບໍ່ຄົງທີ່ ດັ່ງກ່າວແລ້ວ.

ກົດນີ້ເວົ້າໄວ້ວ່າເມື່ອຈຳນວນຂອງປັດໄຈການຜະລິດໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍເທື່ອລະໜ່ວຍໃນຂະນະທີ່ ປັດໄຈອື່ນຢູ່ຄົງທີ່ ປະກົດວ່າຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ Marginal Product, MP) ທີ່ໄດ້ຮັບຈະມີຈຳ ນວນຫຼຸດລົງເລື້ອຍຈົນໃນທີ່ສຸດເປັນສູນ ຫຼື ຕິດລົບ.

ຕາຕະລາງທີ 5.2 ການປ່ຽນແປງຈຳນວນຜົນຜະລິດເມື່ອເພີ່ມປັດໄຈປ່ຽນຜັນທີ່ລະໜ່ວຍ

(1) ປັດໄຈຄົງທີ່(k)	(2) ປັດໄຈປ່ຽນຜັນ(L)	(3) ຜົນຜະລິດລວມ (TP)	(4) ຜົນຜະລິດສະ ເລ່ຍ(AT)	(5) ຜົນຜະລິດສ່ວນ ເພີ່ມ(MP)
1	1	10	10.0	10
1	2	24	12.0	14
1	3	39	13.0	15
1	4	52	13.0	13
1	5	61	12.2	9
1	6	66	11.0	5
1	7	66	9.4	0
1	8	64	8.0	-2

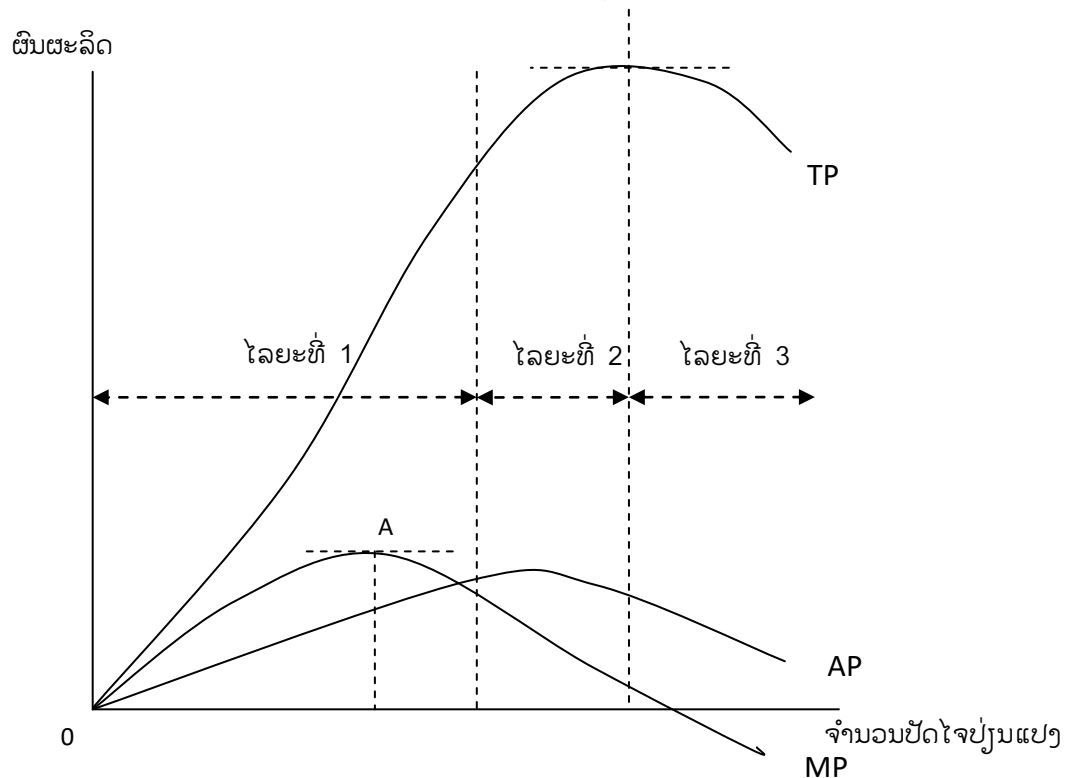
ຈາກຕາຕະລາງທີ 5.2 ຈະເຫັນໄດ້ວ່າຕອນກາງຂອງໄລຍະທີ 1 MP ຈະຂຶ້ນສູງສຸດເມື່ອມີຄ່າ ເທົ່າກັບ 15 ແລະຕໍ່ຈາກນັ້ນຂອງຄ່າ MP ຈະຫຼຸດລົງເລື້ອຍໆ ກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງ ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະແນ່ໃສ່ສະເພາະໄລຍະການຜະລິດນັບຕັ້ງແຕ່ MP ເລີ່ມມີຄ່າຫຼຸດລົງເປັນຕົ້ນໄປ ຖ້າພິຈາລະນາຈາກຮູບ 5.1 ຈະເຫັນໄດ້ວ່າກົດນີ້ຈະປະກົດຜົນເມື່ອໄລຍະຂອງ MP ເລີ່ມຈາກຈຸດ A ເປັນຕົ້ນໄປ ຫຼື ຖ້າພິຈາລະນາຈາກຕາຕະລາງ 5.2 ກົດນີ້ຈະເກີດຂຶ້ນນັບຈາກປັດໄຈການຜະລິດປ່ຽນ ແປງໜ່ວຍທີ 3 ເປັນຕົ້ນໄປ.

ກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມມີສາເຫດເກີດຈາກການໃຊ້ປັດໄຈ ການຜະລິດໃນອັດຕາສ່ວນທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ ຕົວຢ່າງ: ໃນການເຮັດວຽກຂອງຊາວນາ ສົມມຸດວ່າອັດຕາ ສ່ວນຂອງປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດໃນການກຽວເຂົ້າໄດ້ແກ່ ຊາວນາ 2 ຄົນຕໍ່ເນື້ອທີ່ນາ 1 ໄຮ່ໂດຍເຫັນວ່າເນື້ອທີ່ນາເປັນປັດໄຈການຜະລິດຄົງທີ່ ແລະ ຊາວນາເປັນປັດໄຈການຜະລິດປ່ຽນແປງ ຖ້າມີການເພີ່ມຈຳນວນຊາວນາຫຼາຍຂຶ້ນເລື້ອຍໆໃນເນື້ອທີ່ 1 ໄຮ່ຄົງເດີມເພື່ອຊ່ວຍກັນກຽວ ຜົນຜະລິດ ສ່ວນເພີ່ມ (MP) ຈະຄ່ອຍໆຫຼຸດລົງເນື່ອງຈາກປັດໄຈປ່ຽນແປງ (ຊາວນາ) ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນນັ້ນມີຫຼາຍ ເກີນໄປຈົນບໍ່ໄດ້ອັດຕາສ່ວນກັບປັດໄຈຄົງທີ່ (ທີ່ນາ) ດັ່ງນັ້ນ, ຜົນຜະລິດເຂົ້າເປືອກທີ່ໄດ້ຈາກພື້ນທີ່ ນາ 1 ໄຮ່ ເຊິ່ງໃຊ້ຊາວນາ 2 ຄົນກຽວຈະມີປະລິມານຫຼາຍກ່ວາເຂົ້າເປືອກທີ່ໄດ້ຈາກພື້ນທີ່ນາ 1 ໄຮ່ ແຕ່ ໃຊ້ຊາວນາ 50 ຄົນກຽວ ສະແດງວ່າ MP ມີຄ່າຕິດລົບເພາະເຂົ້າໃນນານັ້ນສ່ວນໜຶ່ງແມ່ນຖືກຊາວນາ 50 ຄົນຫຍຸບເສຍຫາຍ.

ກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມສາມາດຍົກໃຊ້ກັບການພິຈາລະນາ ທີ່ຕ່າງໆໄດ້ຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ຕົວຢ່າງ: ນຳໄປພິຈາລະນາກັບການເຮັດວຽກງານທີ່ວ່າໄປໃຫ້ສັງເກດວ່າ ໜ່ວຍງານທີ່ມີຄົນລົ້ງງານບໍ່ວ່າຈະເປັນໜ່ວຍງານເອກະຊົນ ຫຼື ໜ່ວຍງານລັດກໍຕາມ ໜ່ວຍງານໃດທີ່ມີ ແຮງງານຫຼາຍເກີນໄປຜົນງານມັກຈະດ້ອຍເພາະແຕ່ລະຄົນມີວຽກເຮັດບໍ່ເຕັມເວລາ ມີເວລາຫວ່າງຫຼາຍ ບາງຄົນໃຊ້ເວລາຫວ່າງໃນການບັນທອນຈິດໃຈທີ່ຮັກວຽກງານຂອງຄົນອື່ນເຊັ່ນ: ການຕັ້ງວົງນິນທາຄົນ ອື່ນ ໃນໜ່ວຍງານທີ່ທຸ່ມເທແຮງກາຍແຮງໃຈໃຫ້ແກ່ວຽກງານ. ດັ່ງນັ້ນ, ແກ້ໄຂໂດຍຫຼຸດຈຳນວນຄົນໃຫ້ເໝາະກັບປະລິມານແຮງງານ ແລະ ແບ່ງງານຊັດເຈນຜົນງານຈະດີຂຶ້ນ.

IV. ລັກສະນະ ແລະ ການພົວພັນຂອງຜົນຜະລິດແບບຕ່າງໆ

ກຳນົດໃຫ້ປັດໄຈຄົງທີ່ (K) ແລະ ປັດໄຈປ່ຽນແປງ (L) ເຮັດວຽກຮ່ວມກັນເພື່ອຜະລິດສິນຄ້າ ປະເພດໜຶ່ງໃນປະລິມານຕ່າງໆ ຕາມຮູບທີ່ 5.2 ແລະ ນຳຕົວເລກຈາກຕາຕະລາງໄປສ້າງເປັນຮູບເສັ້ນ ຈະໄດ້ເສັ້ນຜົນຜະລິດແບບຕ່າງໆ ຕາມຮູບທີ່ 5.1. ຈາກການພິຈາລະນາຕາຕະລາງ ແລະ ຮູບຮ່ວມ ກັນສາມາດສະຫຼຸບລັກສະນະ ແລະ ການພົວພັນລະຫວ່າງຜົນຜະລິດແບບຕ່າງໆ ແລະ ລະຫວ່າງຜົນ ຜະລິດກັບປັດໄຈການຜະລິດໄດ້ດັ່ງນີ້:



ຮູບທີ່ 5.1 ເສັ້ນສະແດງການຜະລິດປະເພດຕ່າງໆແລະການແບ່ງໄລຍະການຜະລິດ

1. ຜົນຜະລິດລວມ (Total Product, TP)

ເສັ້ນຜົນຜະລິດລວມເປັນຮູບຫຼັກສະນະລະຄັງ ທີ່ເປັນແບບນີ້ເພາະການເພີ່ມປັດໄຈປ່ຽນແປງຂຶ້ນ ໃນໄລຍະຕົ້ນໆເພື່ອຮ່ວມກັບປັດໄຈຄົງທີ່ທີ່ນັ້ນມີອັດຕາສ່ວນພໍເໝາະ ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະເພີ່ມຂຶ້ນຕາມ ລຳດັບ ມີຜົນເຮັດໃຫ້ເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດລວມເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງໄວວາ ແຕ່ເມື່ອໄດ້ເພີ່ມປັດໄຈປ່ຽນແປງມາ ເຖິງຈຸດໜຶ່ງແລ້ວ ການເພີ່ມປັດໄຈປ່ຽນແປງຈະເລີ່ມຕົດຄັດ ກໍຄືເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຫຼຸດລົງ

ເລື້ອຍ ໆ ຈົນເຖິງສູນ ຜົນຜະລິດລວມໃນໄລຍະນີ້ຈຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນຊ້າກວ່າໄລຍະຕົ້ນ ແລະຜົນຜະລິດລວມ ຈະໃນລະດັບສູງສຸດ ເມື່ອຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມເທົ່າກັບສູນ ເມື່ອເຖິງຕອນນີ້ແລ້ວ ຖ້າເພີ່ມປັດໄຈປຸງແປງຕໍ່ໄປອີກ ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະຕິດລົບ ແລະຜົນຜະລິດລວມເລີ່ມຫຼຸດລົງຕາມລຳດັບ.

2. ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍ (average product, AP)

$$\text{ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍ} = \frac{\text{ຜົນຜະລິດລວມ}}{\text{ຈຳ ວ ປັດໄຈກາ ຜະລິດປຸງ ແປງ}}$$

$$\text{ແລະ ຂຽ ເປັ ສັ ຍາລັກຄື: } AP = \frac{TP}{L}$$

ການພົວພັນລະຫວ່າງຜົນຜະລິດສະເລ່ຍ ແລະ ຜົນຜະລິດຕະພັນລວມເປັນດັ່ງນີ້: ເມື່ອໃດທີ່ອັດຕາການເພີ່ມຂອງຜົນຜະລິດຕະພັນລວມ (ເຊັ່ນວ່າ 10%) ຫລາຍກວ່າອັດຕາການເພີ່ມຂອງປັດໄຈການຜະລິດປຸງແປງ (ເຊັ່ນ 8%) ຜົນຜະລິດຕະພັນສະເລ່ຍຈະເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ແຕ່ເມື່ອອັດຕາການເພີ່ມຂອງຜົນຜະລິດລວມນ້ອຍກວ່າອັດຕາການເພີ່ມຂອງປັດໄຈປຸງແປງ ຜົນຜະລິດຕະພັນສະເລ່ຍຈະນ້ອຍລົງ.

3. ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ (marginal Product, MP) ຄື ຈຳນວນການຜະລິດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນເມື່ອເພີ່ມປັດໄຈປຸງແປງ L ຈຳນວນ 1 ໜ່ວຍ

$$\text{ນັ້ນຄື } MP_L = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

ລັກສະນະການປຸງແປງຂອງຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະເປັນດັ່ງນີ້: ການເພີ່ມປັດໄຈການຜະລິດປຸງແປງໃນຕອນທຳອິດ ຈະເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມສາມາດເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້ຫລາຍ ແຕ່ເມື່ອເພີ່ມປັດໄຈການຜະລິດປຸງແປງຈົນເຖິງລະດັບໜຶ່ງແລ້ວ ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະຄ່ອຍໆຫຼຸດລົງຈົນເຖິງສູນແລະຈະຕິດລົບໃນທີ່ສຸດເຊິ່ງເປັນໄປຕາມກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດຫຼ້ອຍຖອຍລົງຂອງຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ.

4. ການພົວພັນລະຫວ່າງຜົນຜະລິດ ແລະຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມເປັນດັ່ງນີ້:

- 1) ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍຈະສູງຂຶ້ນ ເມື່ອໃດທີ່ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມມີຄ່າຫລາຍກວ່າຜົນຜະລິດສະເລ່ຍ
- 2) ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍຈະເລີ່ມຫຼຸດລົງເມື່ອຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມມີຄ່າໜ້ອຍກວ່າຜົນຜະລິດສະເລ່ຍ
- 3) ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍຈະມີຄ່າສູງສຸດເມື່ອຜົນຜະລິດສະເລ່ຍມີຄ່າເທົ່າກັບຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ

ເປັນທີ່ໜ້າສັງເກດວ່າ ການຫຼຸດລົງຂອງຈຳນວນຜົນຜະລິດແບບຕ່າງໆເກີດຂຶ້ນບໍ່ພ້ອມກັນ ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະເລີ່ມຫຼຸດກ່ອນ ແລ້ວຈຶ່ງຕາມດ້ວຍຜົນຜະລິດສະເລ່ຍ ສ່ວນຜົນຜະລິດລວມຈະຫຼຸດເປັນອັນດັບສຸດທ້າຍ.

V. ການແບ່ງໄລຍະຂອງການຜະລິດ (Stages of Production)

ຈາກການພົວພັນລະຫວ່າງຜົນຜະລິດລວມ ແລະ ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມດັ່ງກ່າວຂ້າງເທິງເຮົານຳມາໃຊ້ເປັນຫຼັກໃນການແບ່ງໄລຍະຂອງການຜະລິດ ເຊິ່ງມີ 3 ໄລຍະດ້ວຍກັນດັ່ງຮູບທີ່ 5.1

ໄລຍະທີ 1 ເລີ່ມຕັ້ງແຕ່ການໃຊ້ປັດໄຈປຸງແປງທົ່ວໜ່ວຍທີ 1 ຈົນເຖິງການໃຊ້ປັດໄຈປຸງແປງ ໜ່ວຍທີ 4 ເຊິ່ງກົງກັບລະດັບຜົນຜະລິດສະເລ່ຍທີ່ມີຄ່າສູງສຸດ ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະມີຄ່າຫຼາຍກວ່າຜົນຜະລິດສະເລ່ຍມາຕະຫຼອດໄລຍະ ຈຸດສິ້ນສຸດຂອງໄລຍະນີ້ MP ແລະ AP ຈະມີຄ່າເທົ່າກັນພໍດີ ເຖິງວ່າໄລຍະທີ 1 ນີ້ຈະເປັນໄລຍະທີ່ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍມີຄ່າສູງສຸດ ແຕ່ຜູ້ຜະລິດກໍຍັງບໍ່ຄວນຢຸດການຜະລິດຢູ່ພຽງໄລຍະນີ້ ເພາະໃນໄລຍະນີ້ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຍັງມີຄ່າເປັນບວກ ດັ່ງນັ້ນ, ການຂະຫຍາຍການຜະລິດຕໍ່ໄປຍັງນຳຜົນປະໂຫຍດມາສູ່ຜູ້ຜະລິດ.

ໄລຍະທີ 2 ເລີ່ມຈາກຈຸດສິ້ນສຸດຂອງໄລຍະທີ 1 ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍມີຄ່າສູງສຸດ ແລະ ເທົ່າກັບຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈົນເຖິງຈຸດທີ່ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມມີຄ່າເທົ່າກັບສູນ ແລະ ຜົນຜະລິດລວມມີຄ່າສູງສຸດ ໄລຍະນີ້ເປັນໄລຍະທີ່ການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງຜົນໄດ້ຮັບ (diminishing returns) ເກີດຂຶ້ນຕະຫຼອດໄລຍະດັ່ງຈະເຫັນໄດ້ຈາກການທີ່ຜົນຜະລິດສະເລ່ຍຫຼຸດລົງຕາມລຳດັບຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ ເຊິ່ງເລີ່ມຫຼຸດລົງແລ້ວໃນໄລຍະທີ 1 ນີ້ ກໍຍັງຄົງຫຼຸດຕໍ່ໄປຕະຫຼອດໄລຍະທີ 2 ນີ້ໂດຍປົກກະຕິ ຜູ້ຜະລິດລະດັບໃດລະດັບໜຶ່ງທີ່ຢູ່ໃນໄລຍະທີ 2 ນີ້ ແຕ່ບໍ່ສາມາດບອກໄດ້ວ່າ ຜູ້ຜະລິດຈະເຮັດການຜະລິດຢູ່ລະດັບໃດແນ່ນອນ ຈົນກວ່າຈະໄດ້ຮູ້ຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ແລະ ລາຍຮັບຈາກການຜະລິດ

ໄລຍະທີ 3 ເລີ່ມຈາກຈຸດທີ່ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມເທົ່າກັບສູນເປັນຕົ້ນໄປ ໄລຍະທີ 3 ນີ້ເປັນໄລຍະທີ່ຈຳນວນຜົນຜະລິດທຸກປະເພດຫຼຸດລົງຕາມລຳດັບ ໂດຍສະເພາະຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈະຕິດລົບຕາມປົກກະຕິຜູ້ຜະລິດບໍ່ຄວນຈະຂະຫຍາຍການຜະລິດເຂົ້າຢູ່ໃນໄລຍະທີ 3 ນີ້ເພາະເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດລວມຫຼຸດລົງແທນທີ່ຈະເພີ່ມຂຶ້ນ.

ອີກຢ່າງໜຶ່ງພວມເຂົ້າໃຈວ່າ ເຖິງຈະແບ່ງການຜະລິດເປັນ 3 ໄລຍະ ແຕ່ກໍຍັງຖືວ່າເປັນການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນຢູ່ນັ້ນເອງຈົນເທົ່າທີ່ມີປັດໄຈຄົງທີ່ຮ່ວມຢູ່.

VI. ການວິເຄາະການຜະລິດໃນໄລຍະຍາວ (Long-Run Production Analysis)

ການວິເຄາະການຜະລິດໃນໄລຍະຍາວປະກອບດ້ວຍແນວຄິດຕ່າງໆ ດັ່ງນີ້ (1) ການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ (Isoquant-Isocost Analysis of Production) ການວິເຄາະແນວນີ້ມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັບການວິເຄາະພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນບົດທີ 4 ເຊິ່ງໃຊ້ເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນງົບປະມານ ເພາະທັງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ຜູ້ຜະລິດຕ່າງກໍມີເປົ້າໝາຍຄ້າຍກັນ ນັ້ນຄືຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຄວາມພໍໃຈສູງສຸດຈາກລາຍໄດ້ທີ່ມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດ ສ່ວນຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຜົນຜະລິດທີ່ມີປະໂຫຍດສູງສຸດຈາກທຶນທີ່ມີຢູ່. ດັ່ງນັ້ນ, ເມື່ອໄດ້ສຶກສາແນວທາງໃນການວິເຄາະດ້ວຍເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນງົບປະມານໃນບົດທີ 4 ຈົນເຂົ້າໃຈດີແລ້ວການພິຈາລະນາໃນບົດທີ 5 ນີ້ກໍຈະງ່າຍ. (2) ແນວເສັ້ນຂະຫຍາຍການຜະລິດ (3) ກົດວ່າດ້ວຍຜົນໄດ້ຮັບຕໍ່ຂະໜາດ ແລະ (4) ການປະຢັດ ແລະ ບໍ່ປະຢັດຈາກຂະໜາດຂອງການຜະລິດ.

VII. ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ (Isoquant Curve)

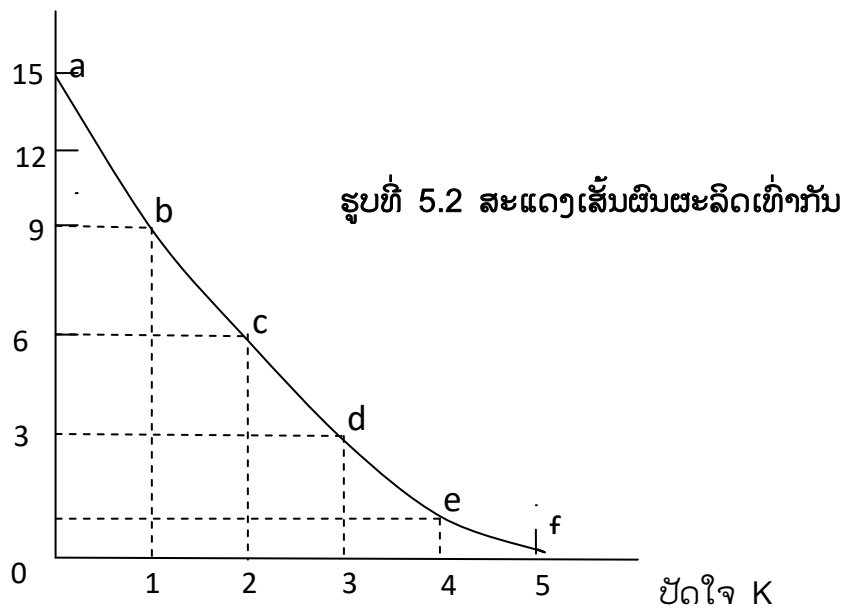
ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ (Isoquant Curve) ຄືເສັ້ນເຊິ່ງສະແດງເຖິງ ການໃຊ້ປັດໄຈ ການຜະລິດ 2 ປະເພດໃນສ່ວນປະສົມຕ່າງໆກັນເຊິ່ງໃຫ້ຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ.

ຕາຕະລາງທີ 5.3 ສະແດງສ່ວນປະສົມຂອງປັດໄຈການຜະລິດ 2 ປະເພດ ຄື: K ແລະ L ເຊິ່ງໃຊ້ຮ່ວມກັນເພື່ອຜະລິດສິນຄ້າ X ເປັນຈຳນວນ 100 ໜ່ວຍ ຈາກຕາຕະລາງຈະເຫັນວ່າ ບໍ່ວ່າຈະ ເລືອກແຜນການໃຊ້ປັດໄຈແບບໃດກໍ່ຕາມ ຈຳນວນຜົນຜະລິດ X ກໍ່ຍັງຄົງເທົ່າກັບ 100 ໜ່ວຍ

ຕາຕະລາງ 5.3 ສ່ວນປະສົມຕ່າງໆກັນຂອງປັດໄຈ K ແລະ L ໃນການຜະລິດສິນຄ້າ 100 ໜ່ວຍ

ແຜນການໃຊ້ປັດໄຈ	ປັດໄຈ K	ປັດໄຈ L
a	0	15
b	1	10
c	2	6
d	3	3
e	4	1
f	5	0

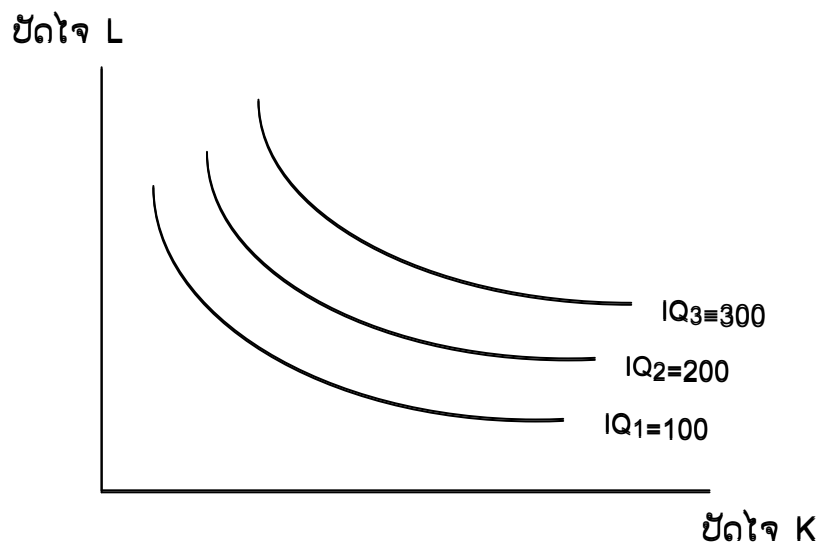
ປັດໄຈ L



ເມື່ອນຳຕົວເລກຕ່າງໆໃນຕາຕະລາງທີ 5.3 ມາຫາຈຸດຕ່າງໆໃນຮູບແລະຂີດເສັ້ນເຊື່ອມຈຸດເຫຼົ່ານີ້ຈະໄດ້ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນຕາມຮູບທີ່ 5.2 ຈຸດຕ່າງໆໃນເສັ້ນນີ້ສະແດງແຜນການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຕ່າງໆ ເຊິ່ງໃຫ້ຜົນຜະລິດຈຳນວນເທົ່າກັນ ເຊັ່ນ: ການຜະລິດສິນຄ້າ A ຈຳນວນ 100 ໜ່ວຍ ຈະຕ້ອງໃຊ້ປັດໄຈ L ຈຳນວນ 15 ໜ່ວຍ ໂດຍບໍ່ໃຊ້ປັດໄຈ K ເລີຍ (ຈຸດ a) ຫຼືໃຊ້ປັດໄຈ K ຈຳນວນ 1 ໜ່ວຍ ແລະປັດໄຈ L ຈຳນວນ 10 ໜ່ວຍ (ຈຸດ b) ຫຼື ໃຊ້ປັດໄຈ K 2 ໜ່ວຍ ແລະປັດໄຈ L ຈຳນວນ 6 ໜ່ວຍ (ຈຸດ c) ເປັນຕົ້ນ.

ເສັ້ນຜົນຜະລິດແບ່ງອອກເປັນ 3 ລັກສະນະຕາມລະດັບການທົດແທນຂອງປັດໄຈການຜະລິດດັ່ງນີ້:

1. ເປັນເສັ້ນໂຄ້ງເວົ້າເຂົ້າຫາຈຸດກຳເນີດ (convex to the origin) ແລະຂີດຕໍ່າລົງຈາກຊ້າຍມາຂວາ ເຊິ່ງສະແດງວ່າປັດໄຈການຜະລິດ 2 ປະເພດໃຊ້ແທນກັນໄດ້ບໍ່ສົມບູນ (imperfect sub-stitute)
2. ເປັນເສັ້ນຊື່ຂີດຕໍ່າລົງຈາກຊ້າຍຫາຂວາ ເຊິ່ງສະແດງວ່າປັດໄຈການຜະລິດ 2 ປະເພດໃຊ້ແທນກັນໄດ້ສົມບູນ (perfectly substitute)
3. ເປັນເສັ້ນຊື່ຫັກເປັນແຂວນສອກ ສະແດງວ່າປັດໄຈການຜະລິດ 2 ປະເພດໃຊ້ທົດແທນກັນບໍ່ໄດ້ເລີຍ



ຮູບທີ 5.3 ສະແດງ Isquant

ຄຸນສົມບັດໂດຍທົ່ວໄປຂອງເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນມີດັ່ງນີ້: ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນມີໄດ້ຫຼາຍເສັ້ນ (isoquant map) ແຕ່ລະເສັ້ນສະແດງຈຳນວນຜົນຜະລິດແຕກຕ່າງກັນ ເສັ້ນທີ່ຢູ່ເໜືອກວ່າສະແດງຈຳນວນຜົນຜະລິດທີ່ຫຼາຍກວ່າ ແລະ ແຕ່ລະເສັ້ນຈະຕັດກັນບໍ່ໄດ້ ຈາກຮູບທີ່ 5.3 ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນທີ່ຢູ່ຕ່ຳສຸດແທນຈຳນວນຜົນຜະລິດ 100 ໜ່ວຍ ເສັ້ນທີ່ຢູ່ກັບຂຶ້ນໄປຈາກເສັ້ນຕ່ຳສຸດແທນຈຳນວນຜົນຜະລິດ 200 ໜ່ວຍ ແລະ ເສັ້ນທີ່ຢູ່ສູງສຸດແທນຈຳນວນຜົນຜະລິດ 300 ໜ່ວຍ

VIII. ອັດຕາການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດແທນກັນ

(Marginal Rate of Technical Substitution – MRTS)

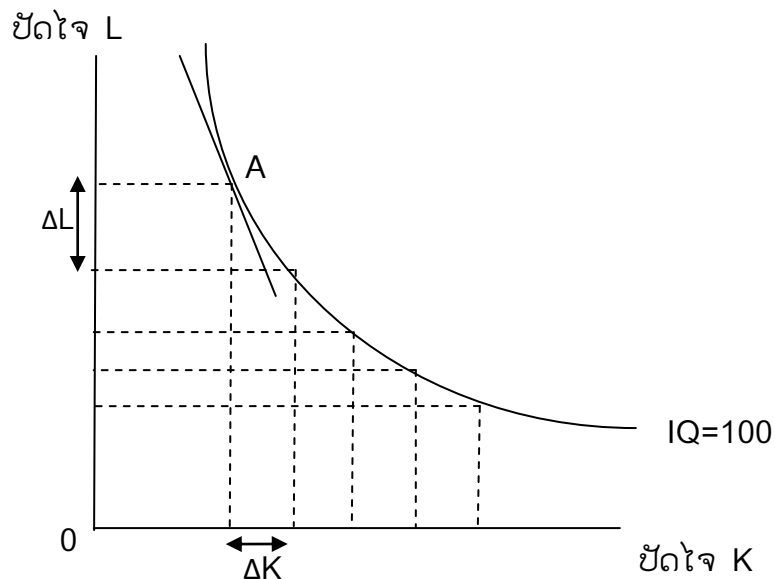
ແນວຄິດ ແລະການວິເຄາະກ່ຽວກັບອັດຕາການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທົດແທນກັນ (MRTS) ໃນທິດສະດີການຜະລິດນີ້ ມີລັກສະນະຄືກັນທຸກປະການກັບແນວຄິດ ແລະ ການວິເຄາະກ່ຽວກັບອັດຕາການບໍລິໂພກຜົນຜະລິດທົດແທນກັນໃນທິດສະດີວ່າດ້ວຍ ພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ.

ອັດຕາການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທົດແທນກັນ (MRTS) ໝາຍເຖິງຈຳນວນປັດໄຈການຜະລິດປະເພດໜຶ່ງທີ່ຫຼຸດລົງໂດຍທີ່ປັດໄຈການຜະລິດອີກປະເພດໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ໜ່ວຍ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຜົນຜະລິດຈຳນວນເທົ່າເກົ່າ.

ຮູບທີ່ 5.4 ສະແດງເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນໂດຍສົມມຸດວ່າ ຜົນຜະລິດເທົ່າກັບ 100 ໜ່ວຍ ວິທີຫາຄ່າ MRTS ອາດພິຈາລະນາໄດ້ 2 ວິທີດັ່ງນີ້:

1. ວິທີຫາຄ່າ MRTS ແບບໄລຍະ ສົມມຸດວ່າ ຜູ້ຜະລິດປ່ຽນສ່ວນປະສົມຂອງປັດໄຈການຜະລິດ K ແລະ L ຈາກຈຸດ A ມາເປັນຈຸດ B ອັດຕາການໃຊ້ຜົນຜະລິດ K ແທນປັດໄຈການຜະລິດ L (ເພີ່ມ K ແລະ ຫຼຸດ L) ຈະມີຄ່າເທົ່າກັບຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນໃນໄລຍະ AB ນັ້ນຄື:

(ສະແດງວ່າມີການເພີ່ມ K ແລະ ຫຼຸດ L)



ຮູບທີ່ 5.4 ການຫາຄ່າອັດຕາການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທົດແທນ

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າຜູ້ຜະລິດປ່ຽນສ່ວນປະສົມຂອງການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດ L ແລະ K ຈາກຈຸດ B ມາເປັນຈຸດ A ອັດຕາເພີ່ມຂອງການຜະລິດ L ແລະ K (ເພີ່ມ L ແລະ K

$$MRTS_{KL} = - \frac{\Delta L}{\Delta K} \quad (\text{ສະແດງວ່າມີການເພີ່ມ L ແລະ ຫຼຸດ K})$$

2. ວິທີຫາຄ່າ MRTS ແບບຈຸດ ເປັນວິທີ calculus ໃຊ້ສໍາລັບພິຈາລະນາການປ່ຽນແປງຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນເຊິ່ງໜ້ອຍຫຼາຍເບິ່ງຄືຢັ້ງຢືນຢູ່ບ່ອນເກົ່າ ການສະແດງດ້ວຍຮູບຈື່ງເບິ່ງເປັນຈຸດດຽວ ເຊັ່ນ: ທີ່ຈຸດ A ຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນສໍາຜັດທີ່ຈຸດ A ກໍ່ຄືຄ່າ MRTS ນັ້ນເອງ ຂຽນເປັນສູດດັ່ງນີ້:

$$MRTS_{KL} = - \frac{\partial L}{\partial K}$$

ການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງອັດຕາການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທົດແທນກັນ (Diminishing Marginal Rate of Technical Substitution) ໝາຍເຖິງຄ່າຂອງ MRTS ທີ່ຫຼຸດລົງເລື້ອຍໆ ເມື່ອໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຢ່າງໜຶ່ງຫຼາຍຂຶ້ນຕາມລໍາດັບເພື່ອແທນປັດໄຈການຜະລິດອີກຢ່າງໜຶ່ງ ການພົວ

ພັນລະຫວ່າງຄ່າ MRTS ກັບຄ່າ Marginal Physical Product (MP) ຂອງປັດໄຈການຜະລິດ K ແລະ L.

$$\text{ສົມມຸດວ່າສົມຜົນການຜະລິດ } \overline{TP} = TP(L, K)$$

ເນື່ອງຈາກຕາມນິຍາມຂອງເສັ້ນ isoquant ລະບຸວ່າການເຄື່ອນຍ້າຍຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປອີກຈຸດໜຶ່ງ ໃນເສັ້ນ isoquant ດຽວກັນຍັງຄົງໃຫ້ຜົນຜະລິດລະດັບເກົ່າ ຫຼື ອີກຢ່າງໜຶ່ງ ມີການປ່ຽນແປງປະລິມານທັງ L ແລະ K ໂດຍຄ່າ TP ຍັງຄົງເກົ່າເຊິ່ງສາມາດສະແດງເປັນພາສາ Calculus ດັ່ງນີ້:

$$d\overline{TP} = \frac{\partial TP}{\partial L} dL + \frac{\partial TP}{\partial K} dK = 0$$

$$\text{ຫຼື} \quad - \frac{\partial TP}{\partial L} dL = \frac{\partial TP}{\partial K} dK$$

$$\text{ຍ້າຍ term ຈະ} \quad MRTS_{KL} = \frac{dL}{dK} = \frac{\partial TP / \partial K}{\partial TP / \partial L} = \frac{MP_K}{MP_L}$$

ກຳນົດໃຫ້ MP_L ຄື ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈາກການໃຊ້ປັດໄຈ L ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ໜ່ວຍ $\frac{\partial TP}{\partial L}$

MP_K ຄື ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມຈາກການໃຊ້ປັດໄຈ K ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ໜ່ວຍ $\frac{\partial TP}{\partial K}$

IX. ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ (Isocost Curve)

ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ ໝາຍເຖິງເສັ້ນທີ່ສະແດງເຖິງສ່ວນປະສົມຕ່າງໆ ຂອງປັດໄຈການຜະລິດ 2 ປະເພດທີ່ຊື້ໄດ້ດ້ວຍຕົ້ນທຶນຈຳນວນເທົ່າກັນ ໂດຍກຳນົດໃຫ້ລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດຄົງທີ່.

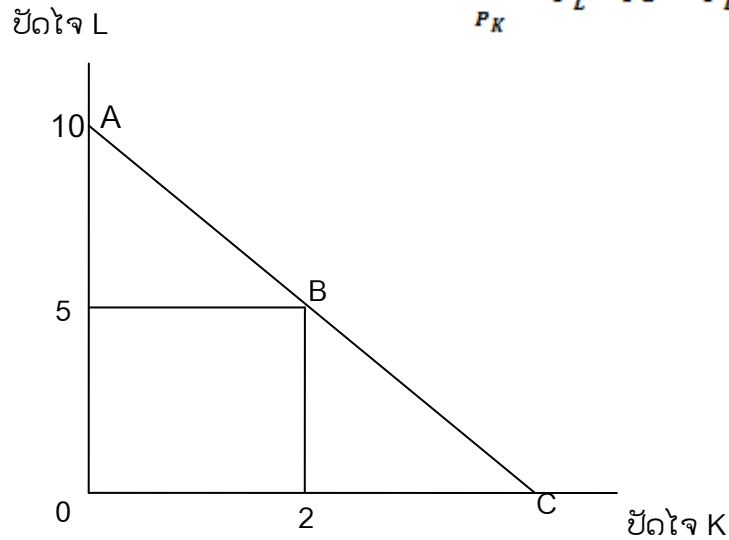
ຮູບທີ່ 5.5 ສະແດງເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ ສົມມຸດວ່າຜູ້ຜະລິດກຳນົດຕົ້ນທຶນການຜະລິດໄວ້ 100 ກີບ ສຳລັບຊື້ປັດໄຈການຜະລິດ 2 ປະເພດຄື K ແລະ L ປັດໄຈ K ລາຄາໜ່ວຍລະ 25 ກີບ ປັດໄຈ L ລາຄາໜ່ວຍລະ 10 ກີບ ຖ້າຜູ້ຜະລິດບໍ່ຊື້ປັດໄຈ K ເລີຍ ຊື້ແຕ່ປັດໄຈ L ຢ່າງດຽວ ເຂົາຈະຊື້ປັດໄຈ L ໄດ້ 10 ໜ່ວຍ (ຈຸດ A) ແຕ່ຖ້າບໍ່ຊື້ປັດໄຈ L ຊື້ແຕ່ປັດໄຈ K ເຂົາຈະຊື້ປັດໄຈ K ໄດ້ 4 ໜ່ວຍ (ຈຸດ C) ສົມມຸດວ່າຜູ້ຜະລິດຊື້ປັດໄຈການຜະລິດທັງ 2 ປະເພດ (ເຊັ່ນທີ່ຈຸດ B) ເຂົາສາມາດຊື້ປັດໄຈ K ໄດ້ 2 ໜ່ວຍ ແລະ ປັດໄຈ L ໄດ້ 5 ໜ່ວຍ ເຊິ່ງລວມກັນເປັນເງິນ 100 ກີບພໍດີດັ່ງນີ້:

$$\text{Total Cost} = K(P_K) + L(P_L)$$

$$100 = 2(25) + 5(10)$$

ຄວາມຊັນ (Slop) ຂອງເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນສະແດງອັດຕາສ່ວນລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດທັງ 2 ປະເພດນັ້ນຄື:

$$\text{ຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນ LK} = \frac{\frac{TC}{P_L}}{\frac{TC}{P_K}} = \frac{TC}{P_L} \times \frac{P_K}{TC} = \frac{P_K}{P_L}$$



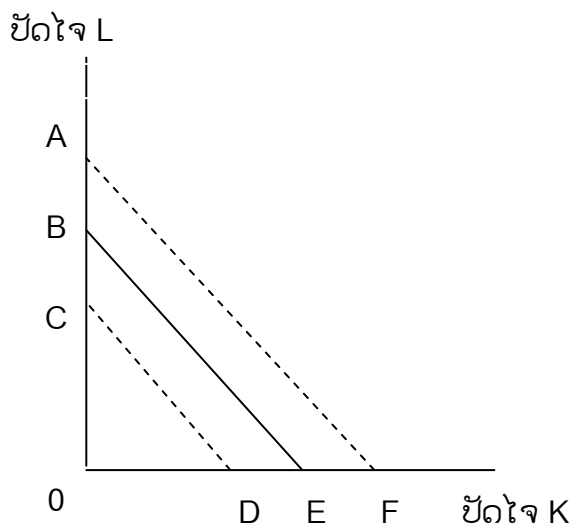
ຮູບທີ່ 5.5 ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ

ກຳນົດໃຫ້ TC = ງົບປະມານການຜະລິດ

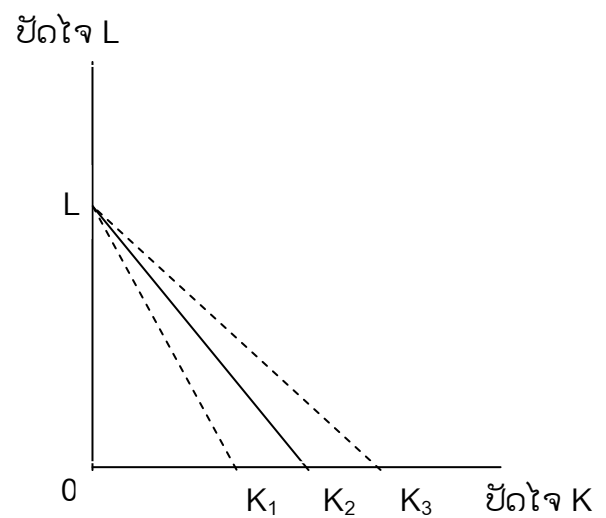
P_K = ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍຂອງປັດໄຈ K

P_L = ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍຂອງປັດໄຈ

ຈາກຮູບ 5.6 (ກ) ສົມມຸດວ່າເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນຢູ່ທີ່ເສັ້ນ BE ຫາກງົບປະມານການຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນຫຼືລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍຂອງປັດໄຈການຜະລິດທັງ 2 ປະເພດຫຼຸດລົງໃນອັດຕາສ່ວນເທົ່າກັນ (ທັງ 2 ກໍລະນີມີຜົນຮັບເທົ່າກັນ) ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນຈະເຄື່ອນຍ້າຍໄປທາງຂວາໂດຍຂະໜານກັບເສັ້ນເກົ່າ (ຍ້າຍຈາກເສັ້ນ BE ເປັນເສັ້ນ AF) ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຫາກງົບປະມານການຜະລິດ ຫຼຸດລົງ)



(ກ)



(ຂ)

ຮູບທີ່ 5.6 ສະແດງການຍ້າຍເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ

ຫຼືລາຄາຕໍ່ຫົວໜ່ວຍຂອງປັດໄຈການຜະລິດທັງ 2 ປະເພດເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາສ່ວນດຽວກັນຈະເຮັດໃຫ້ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນເຄື່ອນຍ້າຍໄປທາງຊ້າຍໂດຍຂະໜານກັບເສັ້ນເກົ່າ (ຍ້າຍຈາກເສັ້ນ BE ເປັນເສັ້ນ CD).

ນອກຈາກນີ້ຖ້າລາຄາຕໍ່ຫົວໜ່ວຍຂອງປັດໄຈການຜະລິດປະເພດໃດໜຶ່ງປ່ຽນໄປຈະເຮັດໃຫ້ເສັ້ນ ໜຶ່ງ ຂອງເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ ປ່ຽນຕໍາແໜ່ງຈາກຮູບ 5.6 (ຂ) ຖ້າລາຄາຕໍ່ຫົວໜ່ວຍຂອງປັດໄຈ K ເພີ່ມຂຶ້ນ ໂດຍທີ່ປັດໄຈ L ຍັງຄືເກົ່າ ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນຈະຍ້າຍຈາກເສັ້ນ LK_2 ເປັນເສັ້ນ LK_1 ໃນທາງ ກົງກັນຂ້າມ ຖ້າລາຄາຕໍ່ຫົວໜ່ວຍຂອງປັດໄຈ K ຫຼຸດລົງໂດຍທີ່ລາຄາ L ຍັງຄືເກົ່າ ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນ ຈະຍ້າຍຈາກເສັ້ນ LK_2 ເປັນເສັ້ນ LK_3 .

X. ການໃຊ້ສ່ວນປະສົມຂອງປັດໄຈການຜະລິດອັນເໝາະສົມ (Optimum Input Combination)

ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າຈຸດຕ່າງໆໃນເສັ້ນ isoquant ເສັ້ນດຽວກັນຈະໃຫ້ຜົນຜະລິດເທົ່າກັນ ຜູ້ຜະລິດຈະ ເລືອກຜະລິດໃນຈຸດໃດຂອງເສັ້ນນີ້ ຕ້ອງເບິ່ງຈາກງົບປະມານການຜະລິດ ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວເງື່ອນໄຂ ການໃຊ້ສ່ວນປະສົມປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເໝາະສົມກຳນົດຈາກຈຸດທີ່ເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນສຳພັດກັນກັບ ເສັ້ນຕົ້ນທຶນ ທີ່ຈຸດສຳພັດດັ່ງກ່າວຄ່າຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນ isoquant ແລະ ເສັ້ນ isocost ຈະເທົ່າກັນ ນັ້ນຄື:

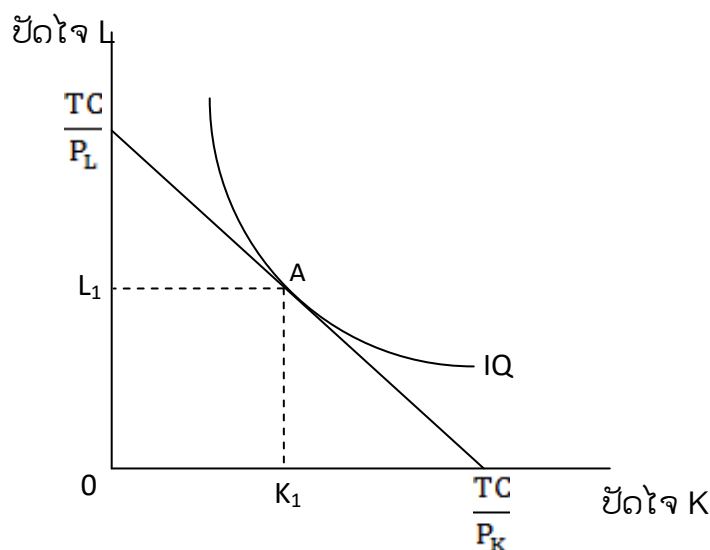
$$\text{ຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນ isoquant} = MRTS_{KL} = - \frac{\Delta L}{\Delta K} = \frac{MP_K}{MP_L}$$

$$\text{ຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນ isoquant} = \frac{P_K}{P_L}$$

ດັ່ງນັ້ນ, ຈຸດ A ໃນຮູບທີ່ 5.7 ເງື່ອນໄຂການໃຊ້ສ່ວນປະສົມປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເໝາະສົມຈຶ່ງມີດັ່ງນີ້:

$$MRTS_{KL} = \frac{MP_K}{MP_L} = \frac{P_K}{P_L}$$

ນັ້ນຄື, ອັດຕາການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດແທນກັນ ($MRTS$) ຈະເທົ່າກັບອັດຕາສ່ວນຂອງ MP ແລະເທົ່າກັບອັດຕາສ່ວນລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດທັງ 2 ປະເພດນັ້ນ



ຮູບທີ່ 5.7 ເງື່ອນໄຂການໃຊ້ສ່ວນປະສົມຂອງປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເໝາະ

ການປະສົມປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເໝາະສົມອາດພິຈາລະນາໄດ້ເປັນ 2 ກໍລະນີ ດັ່ງນີ້:

1. ການຜະລິດທີ່ເສຍຕົ້ນທຶນຕໍ່າທີ່ສຸດເມື່ອກຳນົດຈຳນວນຜົນຜະລິດ (minimize costs of producing a give output)

ຈາກຮູບທີ່ 5.8 (ກ) ກຳນົດວ່າຈະຕ້ອງໃຫ້ໄດ້ຜົນຜະລິດໃນລະດັບ IQ ຈາກເງື່ອນຄຸນນະພາບຂອງຜູ້ຜະລິດດັ່ງໄດ້ສະຫຼຸບຂ້າງເທິງ ສະແດງວ່າຜູ້ຜະລິດຈະເລືອກຜູ້ຜະລິດຈຸດ A ໂດຍເສຍຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕໍ່າສຸດເມື່ອໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດ K ແລະ L ເປັນຈຳນວນ K_1 ແລະ L_1 ໜ່ວຍຕາມລຳດັບ ການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດແຕກຕ່າງກັນໄປຈາກຈຳນວນນີ້ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດຕ້ອງເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການຜະລິດສູງຂຶ້ນ ໂດຍໄດ້ຜົນຜະລິດເທົ່າເດີມ ເຊັ່ນ: ທີ່ຈຸດ C ເປັນຕົ້ນສຳລັບການພິສູດໂດຍວິທີແຄລຄູລັສຈະເປັນດັ່ງນີ້:

ພະຍາຍາມເຮັດໃຫ້ສົມຜົນ $TP = P_L(L) + P_K(K)$ ມີຄ່າຕໍ່າສຸດ

ໂດຍມີເປົ້າໝາຍການຜະລິດຕາມສົມຜົນ $\overline{TP} = TP(L, K)$

$$A = (P_L L + P_K K) + \lambda [TP(L, K) - \overline{TP}]$$

ໃຊ້ partial derivative with respect to L ຈະໄດ້

$$\frac{\partial A}{\partial L} = P_L + \lambda \frac{\partial TP}{\partial L} = 0 \quad \dots(1)$$

$$\frac{\partial A}{\partial K} = P_K + \lambda \frac{\partial TP}{\partial K} = 0 \quad \dots(2)$$

$$\text{ຈາກ(1)} \quad P_L = -\lambda \frac{\partial TP}{\partial L} = -\lambda MP_L \quad \dots(3)$$

$$\text{ຈາກ(2)} \quad P_K = -\lambda \frac{\partial TP}{\partial K} = -\lambda MP_K \quad \dots(4)$$

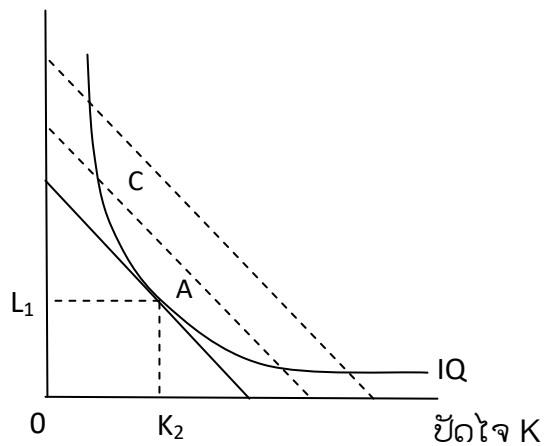
$$(3) \div (4) \quad \frac{P_L}{P_K} = \frac{MP_L}{MP_K} = MRTS_{LK}$$

$$\text{ຫຼື} \quad \frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K}$$

2. ການຜະລິດທີ່ໄດ້ຜະລິດສູງເມື່ອກຳນົດງົບປະມານການຜະລິດ (maximize output for a give total cost)

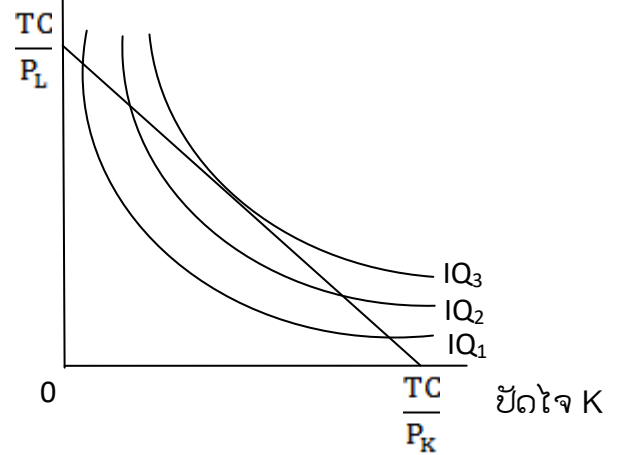
ຈາກຮູບທີ່ 5.8 (ຂ) ຈຸດ B ສະແດງຜົນຜະລິດຈຳນວນສູງສຸດທີ່ສາມາດຜະລິດໄດ້ດ້ວຍຕົ້ນທຶນ TC ສ່ວນຈຸດອື່ນໆ ໃນເສັ້ນ isocost ດຽວກັນລວມໃຫ້ຜົນຜະລິດຕໍ່າກວ່າທີ່ຈຸດ B ການພິສູດທາງແຄລຄູລັສຈະເປັນດັ່ງນີ້:

ປັດໄຈ L



(ກ)

ປັດໄຈ L



(ຂ)

ຮູບທີ່ 5.8 ການປະສົມ ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ເໝາະສົມ

ພະຍາຍາມເຮັດໃຫ້ສົມຜົນ $\overline{TP} = TP(L, K)$ ມີຄ່າສູງສຸດ

ໂດຍໃຊ້ຈ່າຍບໍ່ເກີນງົບປະມານທີ່ກຳນົດ $TC = P_L(L) + P_K(K)$

ນັ້ນຄື

$$B = TP(L, K) + \lambda (P_L L + P_K K - TC)$$

ໃຊ້ partial derivative with respect to L ຈະໄດ້

$$\frac{\partial B}{\partial L} = \frac{\partial TP}{\partial L} + \lambda P_L = 0 \quad \text{.....(1)}$$

$$\frac{\partial B}{\partial K} = \frac{\partial TP}{\partial K} + \lambda P_K = 0 \quad \text{.....(2)}$$

$$\text{ຈາກ(1)} \quad \frac{\partial TP}{\partial L} = -\lambda P_L \quad \text{.....(3)}$$

$$\text{ຈາກ(2)} \quad \frac{\partial TP}{\partial K} = -\lambda P_K \quad \text{.....(4)}$$

$$(3) \div (4) \quad \frac{\frac{\partial TP}{\partial L}}{\frac{\partial TP}{\partial K}} = \frac{-\lambda P_L}{-\lambda P_K} = \frac{\partial TP}{\partial L} \times \frac{\partial K}{\partial TP} = \frac{\partial K}{\partial L} = \frac{P_L}{P_K}$$

ຫຼື

$$\frac{MP_L}{MP_K} = MRTS_{LK} = \frac{P_L}{P_K}$$

ເຖິງວ່າທິດສະດີການຜະລິດ ແລະທິດສະດີວ່າດ້ວຍພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຈະຄ້າຍຄືກັນ ໂດຍສະເພາະເສັ້ນຜົນຜະລິດເທົ່າກັນຄືກັບເສັ້ນຄວາມພໍໃຈເທົ່າກັນ ແລະ ເສັ້ນຕົ້ນທຶນເທົ່າກັນກໍຄືກັບເສັ້ນ

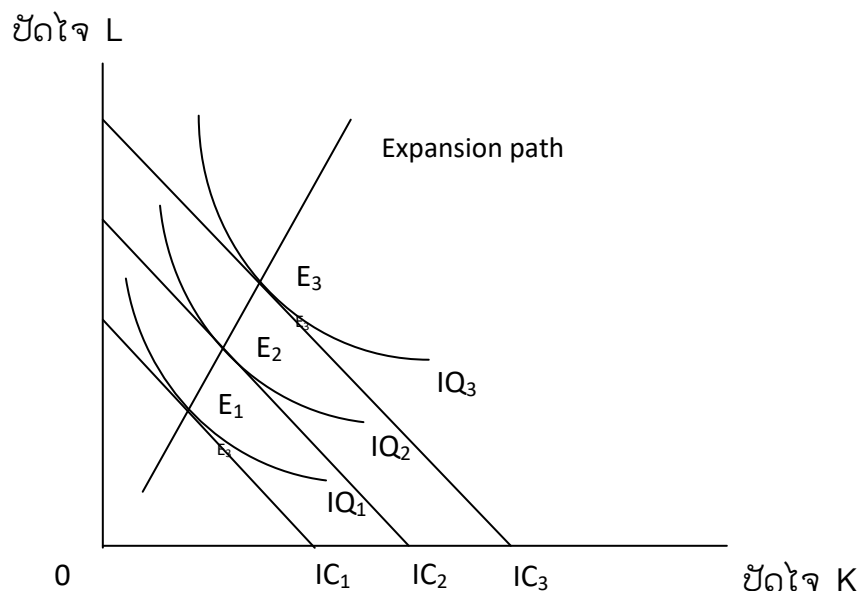
ງົບປະມານ ຢ່າງໃດກໍຕາມທີ່ດສະດີວ່າດ້ວຍພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກນັ້ນສະແດງຄຸນນະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຢ່າງສົມບູນ ໃນຂະນະທີ່ທີ່ດສະດີການຜະລິດສະແດງແຕ່ພຽງວ່າຈະໃຊ້ສ່ວນປະສົມປັດໄຈການຜະລິດຢ່າງໃດເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຜົນຜະລິດຫຼາຍທີ່ສຸດ ເມື່ອກຳນົດຕົ້ນທຶນລວມ ຫຼື ຈະປະສົມປັດໄຈການຜະລິດຢ່າງໃດເພື່ອເສຍຕົ້ນທຶນຕໍ່າສຸດ ເມື່ອກຳນົດຜົນຜະລິດລວມ ແຕ່ເຮົາຍັງບໍ່ຮູ້ວ່າຜົນຜະລິດລະດັບໃດທີ່ຈະໃຫ້ກຳໄລສູງສຸດ ເຊິ່ງເຮົາຈະຕ້ອງຫາຄຳຕອບຈາກບົດທີ 8 ຕໍ່ໄປ

XI. ເສັ້ນແນວຂະຫຍາຍການຜະລິດ (The Expansion Path)

ດັ່ງໄດ້ກ່າວແລ້ວວ່າການປະສົມປັດໄຈການຜະລິດເພື່ອໃຫ້ເສຍຕົ້ນທຶນຕໍ່າທີ່ສຸດນັ້ນມີເງື່ອນໄຂດັ່ງນີ້:

$$\frac{MP_L}{MP_K} = \frac{P_L}{P_K}$$

ຫຼືອີກອັນໃນໜຶ່ງຄື $\frac{MP_L}{MP_K} = \frac{P_L}{P_K}$



ຮູບທີ່5.9 ເສັ້ນແນວຂະຫຍາຍການຜະລິດ

ຕາມຮູບທີ່5.9 ເງື່ອນໄຂດັ່ງກ່າວເກີດຂຶ້ນ ຈຸດທີ່ເສັ້ນ Isoquant ກັບເສັ້ນ Isocost ສຳຜັດກັນ ນັ້ນຄືເສັ້ນ IQ₁, IQ₂ ແລະ IQ₃ ສຳຜັດກັບເສັ້ນ IC₁, IC₂ ແລະ IC₃ ທີ່ຈຸດ E₁, E₂ ແລະ E₃ ຕາມລຳດັບເມື່ອຂີດເສັ້ນເຊື່ອມຕໍ່ຈຸດທັງ 3 ຈະໄດ້ເສັ້ນຂະຫຍາຍການຜະລິດ.

XII. ການປະຢັດແລະບໍ່ປະຢັດສືບເນື່ອງຈາກຂະໜາດຂອງການຜະລິດ

(Economies and Diseconomies of Scale)

1. ການປະຢັດສືບເນື່ອງຈາກການຂະຫຍາຍຂະໜາດການຜະລິດ (economies of scale)
ຈົ່ງສັງເກດໃຊ້ຄຳວ່າ economies ບໍ່ໃຊ້ economy ເຊິ່ງແປວ່າ ລະບົບເສດຖະກິດ)

ໝາຍເຖິງຜົນດີຕ່າງໆ ເຊິ່ງອາດຢູ່ໃນຮູບຂອງການຫຼຸດລົງຂອງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍ ຫຼື ໃນຮູບຂອງຜົນຜະລິດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາສູງກວ່າການເພີ່ມຂອງປັດໄຈການຜະລິດ

ການປະຢັດສືບເນື່ອງຈາກການຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດ ແບ່ງເປັນ 2 ກໍລະນີໄດ້ແກ່ ການປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍໃນ (internal economies of scale) ແລະ ການປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍນອກ (external economies of scale)

(1) ການປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍໃນ ອາດເກີດຈາກສາເຫດຕ່າງໆປະເມີນໄດ້ດັ່ງນີ້:

ການຈັດຊື້ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ຈັດຊື້ວັດຖຸດິບແລະສິນຄ້າເຄິ່ງສຳເລັດຮູບເທື່ອລະຈຳນວນຫຼາຍຈຶ່ງມັກຈະໄດ້ສ່ວນຫຼຸດຈາກຜູ້ຂາຍໃນອັດຕາສ່ວນສູງກວ່າລາຍໄດ້ທີ່ຊື້ໃນປະລິມານໜ້ອຍ ຫຼືສາມາດຊື້ເຄື່ອງດ້ວຍໄລຍະເວລາທີ່ດົນກວ່າ ຍັງສົ່ງຜົນໃຫ້ຕົ້ນທຶນຫຼຸດລົງ ຜູ້ຜະລິດລາຍຍ່ອຍບໍ່ສາມາດຈັດຊື້ວັດຖຸດິບເທື່ອລະຈຳນວນຫຼາຍ ຈຶ່ງບໍ່ໄດ້ຮັບສ່ວນຫຼຸດໃນອັດຕາສູງແລະບໍ່ສາມາດຫຼຸດຕົ້ນທຶນຈາກເຫດນີ້ໄດ້.

ການຕະຫຼາດ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ສາມາດໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກແຜນການຕະຫຼາດໄດ້ຢ່າງເຕັມທີ່ ສົມມຸດວ່າ ພະນັກງານການຕະຫຼາດໜຶ່ງຄົນສາມາດຕິດຕໍ່ຫາຄຳສັ່ງຊື້ສິນຄ້າ 1,000 ໜ່ວຍໂດຍໃຊ້ຕົ້ນທຶນ (ໄດ້ແກ່ ເວລາ ຄ່າພາຫະນະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍອື່ນໆ) ໃກ້ຄຽງກັບການຕິດຕໍ່ຮັບຄຳສັ່ງຊື້ສິນຄ້າ 200 ໜ່ວຍ ເມື່ອຄຳນວນລາຍຈ່າຍດ້ານການຕະຫຼາດສະເລ່ຍຕໍ່ສິນຄ້າ 1 ໜ່ວຍ ພົບວ່າການຮັບຄຳສັ່ງຊື້ຈຳນວນຫຼາຍ ຍ່ອມເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສະເລ່ຍຕໍ່າກວ່າການຮັບຄຳສັ່ງຊື້ຈຳນວນໜ້ອຍ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ຂາຍສິນຄ້າເທື່ອລະຈຳນວນຫຼາຍ ຈຶ່ງສາມາດປະຢັດຄ່າການຕະຫຼາດ ນອກຈາກນີ້ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ຍັງສາມາດໃຊ້ປະໂຫຍດຢ່າງຄຸ້ມຄ່າກັບລາຍຈ່າຍ ການໂຄສະນາຈາກສື່ມວນຊົນເຊິ່ງຄິດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງຫຼາຍໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງໜ່ວຍທຸລະກິດທີ່ມີການຜະລິດ ຫຼື ຈຳໜ່າຍຜະລິດຕະພັນຫຼາຍຢ່າງ ການໂຄສະນາຍີ່ຫໍ້ເທົ່າກັບເປັນການໂຄສະນາສິນຄ້າຕ່າງໆ ຂອງໜ່ວຍທຸລະກິດນັ້ນໂດຍລວມ ເຊັ່ນ: ການຜະລິດຂອງໃຊ້ປະຈຳຕົວຕ່າງໆເປັນຕົ້ນ.

ການບໍລິຫານຈັດການ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ສາມາດວ່າຈ້າງນັກບໍລິຫານມືອາຊີບ ແລະ ບຸກຄະລາກອນ ຊ່ຽວຊານປະຈຳພະແນກຕ່າງໆ ເຊັ່ນ ນັກບໍລິຫານການເງິນ ນັກບັນຊີ ຜູ້ຈັດການຝ່າຍການຜະລິດ ຜູ້ຈັດການຝ່າຍການຕະຫຼາດ ເປັນຕົ້ນ ໃນຂະນະທີ່ທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍຜູ້ຈັດການຄົນດຽວອາດຕ້ອງດູແລເກືອບທຸກຢ່າງ ຈຶ່ງບໍ່ອາດເຮັດໜ້າທີ່ໄດ້ດີໃນວຽກແຕ່ລະຢ່າງທີ່ດູແລ.

ການເງິນ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ອາດລະດົມເງິນທຶນໄດ້ງ່າຍດ້ວຍຕົ້ນທຶນທີ່ຕໍ່າກວ່າທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ມີຊັບສິນຫຼາຍ ສະຖາບັນການເງິນ ຫຼື ຜູ້ຖືຫຸ້ນເກີດຄວາມໝັ້ນໃຈວ່າມີຄວາມສ່ຽງໜ້ອຍກວ່າຈຶ່ງຍິນດີໃຫ້ກູ້ຊື້ຫຸ້ນ.

ວິທະຍາການຜະລິດ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ສາມາດແບ່ງງານກັນເຮັດໄດ້ກວ້າງຂວາງຫຼາຍກວ່າບຸກຄະລາກອນຈຶ່ງສາມາດເຝິກຝົນຄວາມຊຳນານໄດ້ຫຼາຍກວ່າ ແລະ ສາມາດໃຊ້ເຄື່ອງມື ເຄື່ອງຈັກໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບຫຼາຍກວ່າ ເມື່ອຜົນຜະລິດຫຼາຍຂຶ້ນ ຕົ້ນທຶນແຮງງານສະເລ່ຍຕໍ່ຜົນຜະລິດ 1 ໜ່ວຍ ກໍຈະຫຼຸດລົງ ນອກຈາກນີ້ ການຜະລິດສິນຄ້າບາງຢ່າງທີ່ມີຄຸນນະພາບດີຈະຕ້ອງໃຊ້ເຄື່ອງຈັກທັນສະໄໝ ການລົງທຶນສູງ ແລະ ຕ້ອງຜະລິດເປັນຈຳນວນຫຼາຍຈຶ່ງຈະສາມາດຫຼຸດຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ສິນຄ້າ 1 ໜ່ວຍໄດ້ ເຊັ່ນ: ຜະລິດຕະພັນເຄມີ, ລົດຍົນ ເປັນຕົ້ນ

ການແບກຫາບຄວາມສ່ຽງ ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ອາດຜະລິດສິນຄ້າຫຼາຍໆຢ່າງພ້ອມກັນ ເມື່ອສິນຄ້າຕົວໜຶ່ງມີບັນຫາກໍຍັງອາໄສສິນຄ້າຕົວອື່ນໄດ້ ບໍ່ເຖິງກັບຕ້ອງເລີກກິດຈະການ ນອກຈາກນີ້ ຖ້າຜູ້ບໍລິຫານເບິ່ງການໄກທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ສາມາດລົງທຶນດ້ານການວິໄຈ ແລະ ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ເຮັດໃຫ້ສາມາດແຂ່ງຂັນ ແລະ ສາມາດຢູ່ໃນຕະຫຼາດໄດ້ນານ.

(2). **ການປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍນອກ** ອັນທີ່ຈິງບໍ່ໄດ້ເກີດຈາກການຂະຫຍາຍຂະໜາດການຜະລິດຂອງໜ່ວຍຜະລິດນັ້ນ ແຕ່ເປັນຜົນຈາກປັດໄຈພາຍນອກ ນັ້ນຄືການຂະຫຍາຍຕົວຂອງໜ່ວຍຜະລິດພ້ອມໆກັນ ກັບການພັດທະນາຂອງອຸດສາຫະກຳນັ້ນພາຍໃນເຂດພື້ນທີ່ໜຶ່ງໆ ເຮັດໃຫ້ແຕ່ລະໜ່ວຍຜະລິດທີ່ຢູ່ໃນເຂດພື້ນທີ່ດຽວກັນໄດ້ປະໂຫຍດໃນດ້ານຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ກຸ່ມແຮງງານທີ່ມີຄວາມສາມາດເໝາະສົມຕ່າງໆ ມັ່ງໝາຍຫວ່າງກາເຮັດໃນພື້ນທີ່ນັ້ນ ມີການແລກປ່ຽນ ຫຼື ໃຊ້ປະໂຫຍດຮ່ວມກັນຈາກໜ່ວຍງານວິໄຈທີ່ຢູ່ໃນເຂດພື້ນທີ່ນັ້ນ ການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງເງິນທຶນທີ່ຊ່ວຍຊານສະເພາະ ການອາໄສວັດຖຸດິບ ແລະ ສິນຄ້າເຄີ່ງສຳເລັດຮູບທີ່ມີການຜະລິດຢູ່ໃນເຂດພື້ນທີ່ການໃຊ້ປະໂຫຍດໄດ້ເຕັມທີ່ ແລະ ຄຸ້ມຄ່າກັບການລົງທຶນດ້ານສາທາລະນະປະໂພກ.

ການປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍນອກນີ້ ເປັນແນວຄິດທີ່ນຳໄປສູ່ການຈັດຕັ້ງນິຄົມອຸດສາຫະກຳ ຫຼື ເຂດເສດຖະກິດພິເສດໃນຈີນ ຫຼື ເຂດສົ່ງເສີມອຸດສາຫະກຳໃນຕ່າງປະເທດ ທັງນີ້ເພື່ອໃຫ້ມີການໃຊ້ປະໂຫຍດຢ່າງຄຸ້ມຄ່າຈາກລະບົບສາທາລະນະປະໂພກຕ່າງໆ ທີ່ໃຊ້ເງິນທຶນຫຼາຍລວມທັງການຫຼຸດຕົ້ນທຶນການຄວບຄຸມມົນລະພິດຈາກໂຮງງານອຸດສາຫະກຳ.

2. ການບໍ່ປະຢັດສືບເນື່ອງຈາກການຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດ (diseconomies of scale)

ໝາຍເຖິງຜົນເສຍຕ່າງໆ ເຊິ່ງອາດຢູ່ໃນຮູບຂອງການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍ ຫຼື ໃນຮູບຂອງຜົນຜະລິດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາທີ່ຕ່ຳກວ່າການເພີ່ມຂອງປັດໄຈການຜະລິດ ການບໍ່ປະຢັດແບ່ງໄດ້ເປັນ 2 ກໍລະນີເຊັ່ນ: ການບໍ່ປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍໃນ ແລະ ການບໍ່ປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍນອກ

(1) **ການບໍ່ປະຢັດທີ່ເກີດຈາກພາຍໃນ (internal diseconomies of scale)** ມີສາເຫດຈາກພາຍໃນໜ່ວຍຜະລິດ ໂດຍສ່ວນຫຼາຍກ່ຽວຂ້ອງກັບບັນຫາດ້ານການບໍລິຫານຈັດການ ເປັນຕົ້ນ ເມື່ອໜ່ວຍທຸລະກິດຂະຫຍາຍຕົວເປັນໜ່ວຍທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ ເຖິງວ່າຈະມີຜູ້ຈັດການເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍຄົນ ແຕ່ກໍອາດເກີດບັນຫາການປະສານງານລະຫວ່າງຜູ້ຈັດການພະແນກຕ່າງໆ ຫຼື ບັນຫາການຕິດຕໍ່ສື່ສານ ແລະ ການສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈກັບຄົນຈຳນວນຫຼາຍຂຶ້ນຫຼືໜ່ວຍງານທີ່ກະຈາຍຢູ່ຫຼາຍບ່ອນ ຫຼືບັນຫາການສ້າງເອກະພາບ ແລະ ຄວາມກະຕືລືລົ້ນໃນການເຮັດວຽກ ພະນັກງານກັບພະແນກການບໍ່ຮູ້ຈັກຄຸ້ນເຄີຍ ລະບົບການຈັດການບໍລິຫານບໍ່ທົ່ວເຖິງ ຍັງມີຜົນໃຫ້ມີການຮົ່ວໄຫຼແລະປະສິດທິພາບການຜະລິດຫຼຸດລົງ.

(2). **ການບໍ່ປະຢັດເກີດຈາກພາຍນອກ (external diseconomies of scale)** ສາເຫດຈາກພາຍນອກໜ່ວຍຜະລິດຄື: ເມື່ອມີໜ່ວຍຜະລິດຫຼາຍໜ່ວຍພ້ອມກັນຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດ ຄວາມຕ້ອງການປັດໄຈການຜະລິດປະເພດຕ່າງໆຈະເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງໄວວາ ແຕ່ລະໜ່ວຍຜະລິດຕ່າງໆ ຍາດຊື້ປັດໄຈການຜະລິດບາງຢ່າງທີ່ມີຈຳນວນຈຳກັດ ເຮັດໃຫ້ລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດເຫຼົ່ານັ້ນສູງຂຶ້ນ ແລະມີຜົນເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນການຜະລິດສູງຂຶ້ນນຳ ຕົວຢ່າງ: ທີ່ເຫັນໄດ້ຊັດເຈນຄືການຂະຫຍາຍວຽກງານທັນເປັນທັນສະໄໝຂອງທຸລະກິດທະນາຄານໃນ ສ ປ ປ ລາວ ພາຍຫຼັງກົດໝາຍວ່າດ້ວຍທຸລະກິດທະນາຄານປະກາດໃຊ້ ເຮັດໃຫ້ຄ່າແຮງງານຂອງວິຊາການຄອມພິວເຕີ ແລະນັກບໍລິຫານສູງຂຶ້ນຫຼາຍ ແລະມີສ່ວນເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນການຜະລິດສູງຂຶ້ນຫຼາຍ.

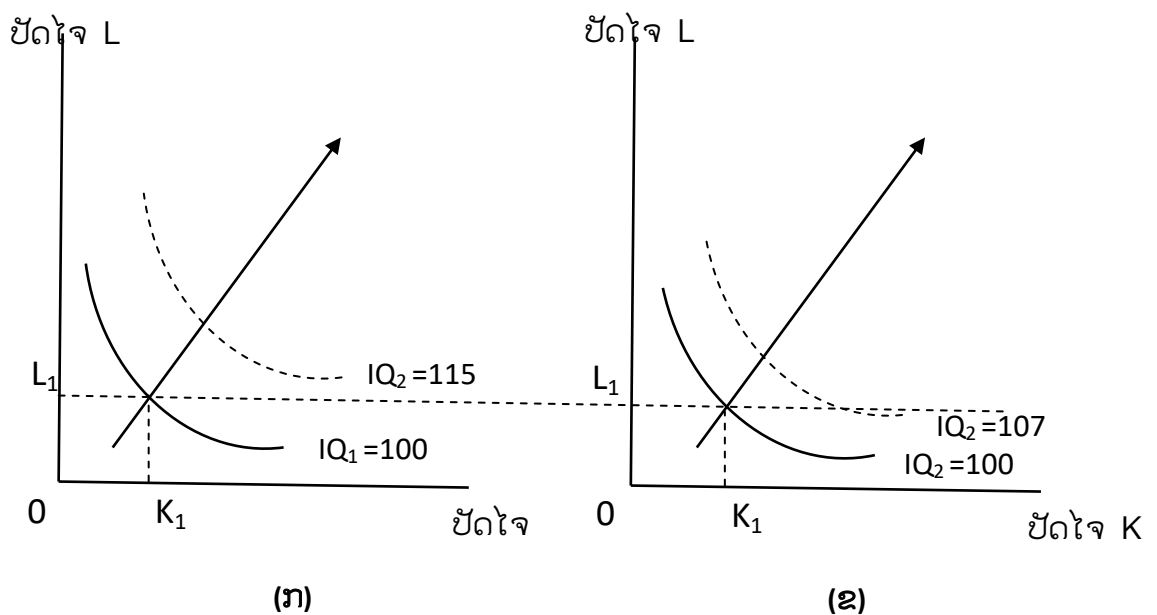
ການຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດໃນທຸລະກິດໜຶ່ງອາດເກີດທັງ economies ແລະ diseconomies ໃນເວລາດຽວກັນໄດ້ ແລະການຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດຈະເກີດຜົນສຸດທິຢ່າງໃດຂຶ້ນຢູ່ກັບວ່າຜົນດີ ແລະຜົນເສຍອັນໃດຫຼາຍກວ່າກັນ.

ການແກ້ບັນຫາຄວາມບໍ່ປະຢັດຈາກການຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດເປັນສິ່ງທີ່ສາຂາວິຊາບໍລິຫານທຸລະກິດຫຼືວິທະຍາການຈັດການພະຍາຍາມສຶກສາລວບລວມເຊິ່ງມີວິທີການຕ່າງໆຫຼາຍຢ່າງຄື: ການນຳລະບົບຄອມພິວເຕີມາໃຊ້ງານ ການປັບປຸງໂຄງສ້າງການບໍລິຫານໂດຍຫຼຸດຂັ້ນຕອນ ແລະມີການກະຈາຍອຳນາດສ້າງລະບົບຜູ້ຮັບເໝົາໄລຍະແລະຫຼຸດວຽກງານຜະລິດຂຶ້ນ ສ່ວນໃນໂຮງງານແມ່ນຫາທາງຫຼຸດຕົ້ນທຶນການຮົ່ວໄຫຼໂດຍຕັ້ງສູນຕົ້ນທຶນ (cost centres) ເພື່ອຫາຕົ້ນທຶນທີ່ແທ້ຈິງນຳວິທີການ Just-in Time ແລະ Total Quality Control ມາໃຊ້ກັບການເກັບສະຕ້ອກ ການຍົກເຄື່ອງລະບົບຈັດການ ແບບ Re-engineering ການແຍກງານບາງຢ່າງພາຍໃນໜ່ວຍງານໂດຍຈ້າງເອກະຊົນຜູ້ອື່ນໄປ ແທນທີ່ຈະຈ້າງເປັນພະນັກງານຂອງຕົນ ວິທີການເຫຼົ່ານີ້ສ່ວນຫຼາຍມາຈາກການລອງຜິດລອງຖືກ ແລະມີການປ່ຽນວິທີການໄປເລື້ອຍໆ.

XIII. ກົດວ່າດ້ວຍຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດ (The Law of Returns to Scale)

ກົດວ່າດ້ວຍການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງການຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ (Law of Diminishing Marginal Physical Returns) ນັ້ນເກີດຂຶ້ນເນື່ອງຈາກປັດໄຈການຜະລິດປະເພດໜຶ່ງປ່ຽນແປງໃນຂະນະທີ່ປັດໄຈການຜະລິດປະເພດອື່ນໆຄົງທີ່ ເຊິ່ງເກີດຂຶ້ນໄດ້ສະເພາະໃນການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ (short-run production) ອັນເປັນໄລຍະທີ່ຍັງບໍ່ອາດປ່ຽນແປງປັດໄຈການຜະລິດຄົງທີ່ໄດ້

ສ່ວນກົດວ່າດ້ວຍຜົນໄດ້ຕໍ່ການຂະຫຍາຍຂະໜາດການຜະລິດຫຼືເອີ້ນສັ້ນໆວ່າ: ກົດວ່າດ້ວຍຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດ ໝາຍເຖິງການປ່ຽນແປງປະລິມານຂອງການຜະລິດລວມ ເຊິ່ງເກີດຈາກປັດໄຈການຜະລິດທຸກປະເພດປ່ຽນແປງໄປເປັນອັດຕາສ່ວນດຽວກັນ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງເປັນກົດທີ່ກ່ຽວກັບປະກົດການຂອງການຜະລິດໃນໄລຍະຍາວ



ຮູບທີ່ 5.10 ສະແດງຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດແບບເພີ່ມຂຶ້ນແລະແບບຫຼຸດລົງ

ໃນທີ່ນີ້ສົມມຸດວ່າປັດໄຈການຜະລິດທຸກປະເພດເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາສ່ວນດຽວກັນຄື: 10
ສ່ວນຮ້ອຍ ຈະເຮັດໃຫ້ປະລິມານຜົນຜະລິດປ່ຽນແປງໄປ ເຊິ່ງແບ່ງໄດ້ 3 ລັກສະນະດັ່ງນີ້:

ລັກສະນະທີ 1: ປະລິມານຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 100 ໜ່ວຍ (IQ_1) ເປັນ 115 ໜ່ວຍ (IQ_2) ຄືເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍກວ່າ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ ເອີ້ນວ່າຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດເພີ່ມຂຶ້ນ (increasing returns to scale) ຕາມຮູບທີ່ 5.10 (ກ) ຫຼືຫາກເບິ່ງຈາກແງ່ຂອງຕົ້ນທຶນການຜະລິດຈະສະທ້ອນໃນລັກສະນະທີ່ວ່າຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍມີຄ່າຫຼຸດລົງ (decreasing cost)

ລັກສະນະທີ 2: ປະລິມານຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນເທົ່າກັບ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ ເອີ້ນວ່າຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດຄົງທີ່ (constant returns to scale) ປະກົດການນີ້ຈະສະທ້ອນອອກມາໃນລັກສະນະທີ່ວ່າຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍມີຄ່າຄົງທີ່ (constant cost)

ລັກສະນະທີ 3: ປະລິມານຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 100 ໜ່ວຍເປັນ 107 ໜ່ວຍ ຄືເພີ່ມຂຶ້ນໜ້ອຍກວ່າ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ ເອີ້ນວ່າຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດຫຼຸດລົງ (decreasing returns to scale) ດັ່ງຮູບທີ່ 5.10 (ຂ) ປະກົດການນີ້ຈະສະທ້ອນອອກມາໃນລັກສະນະທີ່ວ່າ ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍມີຄ່າເພີ່ມຂຶ້ນ (increasing cost)

ເຮົາໃຊ້ເຫດຜົນກ່ຽວກັບການປະຢັດແລະບໍ່ປະຢັດອັນເກີດຈາກການຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດໃນຫົວຂໍ້ຜ່ານມາ ເພື່ອອະທິບາຍປະກົດການຜົນໄດ້ຕໍ່ຂະໜາດ ມີກໍລະນີໜ້າສົນໃຈ 2 ກໍລະນີດັ່ງນີ້:

ກໍລະນີ increasing returns to scale ເກີດຈາກຜົນຕ່າງໆຫຼືການປະຢັດສືບເນື່ອງຈາກການຂະຫຍາຍຂະໜາດຂອງການຜະລິດດັ່ງໄດ້ອະທິບາຍໃນຫົວຂໍ້ກ່ອນ.

ກໍລະນີ decreasing returns to scale ເກີດຈາກຜົນເສຍຕ່າງໆຫຼືການບໍ່ປະຢັດຈາກຂະໜາດດັ່ງອະທິບາຍແລ້ວໃນຫົວຂໍ້ກ່ອນເຊັ່ນດຽວກັນ.

ບົດທີ 6

ຕົ້ນທຶນການຜະລິດ

(Cost of Production)

ໃນບົດທີ 1 ກ່າວເຖິງບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດເຊິ່ງແບ່ງໄດ້ເປັນ 3 ບັນຫາ ຄື : ຜະລິດຫຍັງ? ຜະລິດແບບໃດ ແລະ ຜະລິດເພື່ອໃຜ? ບັນຫາຂໍ້ທີ 2 ກ່ຽວຂ້ອງກັບຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ເຊິ່ງເຊື່ອມໂຍງກັບເປົ້າໝາຍສໍາຄັນອັນໜຶ່ງຂອງຜູ້ປະກອບການໃນຕະຫລາດແຂ່ງຂັນເສລີ ນັ້ນຄືການຫາກໍາໄລສູງສຸດ.

ຫາກເຂົ້າໃຈວ່າທິດສະດີເສດຖະສາດຈຸລະພາບກ່າວເຖິງການສະແຫວງຫາກໍາໄລສູງສຸດ ໂດຍການຫລຸດຕົ້ນທຶນຄວບຄູ່ກັບການເພີ່ມປະສິດທິພາບການຜະລິດເທົ່ານັ້ນ ສ່ວນການສະແຫວງຫາກໍາໄລສູງສຸດ ໂດຍວິທີການອື່ນ ນອກເໜືອຈາກນີ້ແມ່ນບໍ່ຢູ່ໃນຂອບເຂດວິຊາເສດຖະສາດ.

ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມພະຍາຍາມໃນສະແຫວງຫາວິທີການຜະລິດທີ່ໃຊ້ຕົ້ນທຶນຕໍ່າທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້ ຈຶ່ງເປັນບັນຫາທີ່ສໍາຄັນຍິ່ງ ຫລືຫາກຍັງບໍ່ສາມາດເຮັດແບບນັ້ນໄດ້ ຢ່າງນ້ອຍກໍຕ້ອງຊອກຫາທາງຫລຸດຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕ່າງໆໃຫ້ຕໍ່າທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້ ເຊິ່ງຕ້ອງອາໄສຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບທິດສະດີຜະລິດເປັນພື້ນຖານ ດັ່ງໄດ້ຜິດຈາລະນາລາຍລະອຽດມາແລ້ວໃນບົດທີ 5 ຄວບຄູ່ກັບແນວຄິດກ່ຽວກັບຕົ້ນທຶນການຜະລິດໃນບົດນີ້.

I. ແນວຄິດທາງເສດຖະສາດກ່ຽວກັບຕົ້ນທຶນ

(The Economic Concept of Production Cost)

ຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕາມແນວຄິດເສດຖະສາດມີຄວາມໝາຍແຕກຕ່າງຈາກຕົ້ນທຶນການຜະລິດທາງບັນຊີເລັກນ້ອຍ ຕົ້ນທຶນການຜະລິດທາງບັນຊີໝາຍເຖິງຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕ່າງໆ ທີ່ຈະແຈ້ງຫລືມີການຈ່າຍຕົວຈິງເປັນເງິນສາມາດສະແດງຫລັກຖານເພື່ອບັນທຶກລົງບັນຊີໄດ້ ສ່ວນຕົ້ນທຶນການຜະລິດທາງເສດຖະສາດມີຂອບເຂດກວ້າງກວ່າໂດຍລວມຕົ້ນທຶນທັງທີ່ຈະແຈ້ງແລະບໍ່ຈະແຈ້ງ ນອກຈາກນີ້ທາງເສດຖະສາດມີການແບ່ງເປັນຕົ້ນທຶນປະເພດຕ່າງໆເຊັ່ນ: ຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດ, ຕົ້ນທຶນເອກະຊົນ, ຕົ້ນທຶນສັງຄົມ, ຕົ້ນທຶນຈະແຈ້ງ, ຕົ້ນທຶນແຝງ, ຕົ້ນທຶນໄລຍະສັ້ນ, ຕົ້ນທຶນໄລຍະຍາວ ແລະອື່ນໆ

1. ຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດ (Opportunity cost) ໝາຍເຖິງສິ່ງມີມູນຄ່າສູງສຸດທີ່ຕ້ອງສະຫຼະໄປ (The best alternative foregone) ເມື່ອມີການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດເພື່ອອັນໃດອັນໜຶ່ງ.

ກ່ອນອື່ນໃຫ້ເຂົ້າໃຈວ່າ: ໃນການຄຳນວນຕົ້ນທຶນລວມແບບບັນຊີໂດຍການຫາຜົນລວມລາຍຈ່າຍຕ່າງໆນັ້ນ ທີ່ແທ້ຈິງຍັງບໍ່ແມ່ນຕົ້ນທຶນລວມທີ່ສົມບູນ ເພາະຍັງບໍ່ໄດ້ລວມລາຍຈ່າຍຕົ້ນທຶນທັງໝົດໂດຍຄົບຖ້ວນ ຕົ້ນທຶນທັງໝົດປະກອບດ້ວຍຕົ້ນທຶນຈະແຈ້ງແລະຕົ້ນທຶນແຝງ ໃນບາງກໍລະນີການລວມລາຍຈ່າຍຕົ້ນທຶນທີ່ຈະແຈ້ງຄົບຖ້ວນສົມບູນຂ້ອນຂ້າງຍຸ້ງຍາກ ແລະຕ້ອງໃຊ້ເວລາຫລາຍ ນອກຈາກນີ້ເຖິງວ່າຈະສາມາດລວມລາຍຈ່າຍຈະແຈ້ງທັງໝົດໄດ້ ແຕ່ອາດຈະຕົກເຮັດຕົ້ນທຶນແຝງ ຊຶ່ງກໍຄືສ່ວນທີ່ບໍ່ມີການຈ່າຍເປັນເງິນ.

ສະນັ້ນ, ໃນການວິເຄາະທາງເສດຖະສາດ ນັກເສດຖະສາດຈຶ່ງຫາວິທີທາງລັດ ໃນການຫາຕົ້ນ
ທຶນສໍາລັບໃຊ້ອ້າງອີງໃນທາງທິດສະດີ ເຊິ່ງຕ້ອງການອ້າງອີງໄດ້ໄວ ແລະບໍ່ຈໍາເປັນຕ້ອງຫາຂໍ້ມູນໃຫ້
ຫຍຸ້ງຍາກ ແທນທີ່ຈະຫາລາຍຈ່າຍຕົ້ນທຶນທີ່ຈະແຈ້ງ ແລະບໍ່ຈະແຈ້ງກໍ່ປຸງໄປໃຊ້ສິນຄ້າ ຫຼືບໍລິການອື່ນ
ທີ່ຕ້ອງສະຫຼະໄປເປັນຕົວວັດແທກຕົ້ນທຶນຂອງການຜະລິດສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ຕັດສິນໃຈເລືອກໄດ້ແລ້ວ
ທັງນີ້ອາໄສຄວາມຈິງທີ່ວ່າ: ປັດໄຈການຜະລິດມັກໃຊ້ໃນການຜະລິດສິນຄ້າຫຼືບໍລິການໄດ້ຫລາຍກວ່າ 1
ຢ່າງ (alternative uses) ແລະ ແຕ່ລະຢ່າງໄດ້ກໍ່ໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດເຊິ່ງເສດຖະກິດບໍ່ເທົ່າກັນ ຕົວ
ຢ່າງ: ທ້າວ ກ ແລະ ລົດ 1 ຄັນ ອາດໃຊ້ໃນການຜະລິດບໍລິການໄດ້ 4 ທາງດັ່ງນີ້:

- (1) ຮັບຈ້າງສົ່ງຜູ້ໂດຍສານພາຍໃນເຂດນະຄອນຫຼວງ ລາຍໄດ້ເດືອນລະ 1,480,000 ກີບ
- (2) ຮັບຈ້າງຜູ້ໂດຍສານສະເພາະວຽງຈັນ – ບ້ານເກີນ ລາຍໄດ້ເດືອນລະ 2,200,000 ກີບ
- (3) ເປັນພະນັກງານເກັບເງິນຂອງບໍລິສັດ ໄຟຟ້າລາວ ລາຍໄດ້ເດືອນລະ 1,650,000 ກີບ
- (4) ເຮັດທຸລະກິດນາຍໜ້າຊື້ຂາຍດິນ ລາຍໄດ້ເດືອນລະ 1,800,000 ກີບ

ຄ່າເສຍໂອກາດຂອງການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຊຸດນີ້ໃນການຕັດສິນໃຈເລືອກຜະລິດບໍລິການ
ແຕ່ລະຢ່າງມີດັ່ງນີ້:

ຖ້າໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດໃນທາງເລືອກ (1) ມີຄ່າເສຍໂອກາດເທົ່າກັບ 2,200,000 ກີບ

ຖ້າໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດໃນທາງເລືອກ (2) ມີຄ່າເສຍໂອກາດເທົ່າກັບ 1,800,000 ກີບ

ຖ້າໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດໃນທາງເລືອກ (3) ມີຄ່າເສຍໂອກາດເທົ່າກັບ 2,200,000 ກີບ

ຖ້າໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດໃນທາງເລືອກ (4) ມີຄ່າເສຍໂອກາດເທົ່າກັບ 2,200,000 ກີບ

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງສະແດງວ່າທາງເລືອກ (2) ເປັນການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ມີປະສິດທິ
ພາບທາງເສດຖະກິດສູງສຸດເພາະມີຄ່າເສຍໂອກາດຕໍ່າສຸດ ສ່ວນທາງເລືອກ (1) ເປັນການໃຊ້ປັດໄຈ
ການຜະລິດທີ່ມີປະສິດທິພາບທາງເສດຖະກິດຕໍ່າສຸດເພາະຜົນຕ່າງລະຫວ່າງຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດ
ແລະ ລາຍໄດ້ມີຄ່າສູງສຸດ.

ການໃຊ້ແນວຄິດຄ່າເສຍໂອກາດມີປະໂຫຍດຄື: ຊ່ວຍໃຫ້ຮູ້ວ່າໄດ້ມີການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດ
ນັ້ນຢ່າງມີປະສິດທິພາບສູງສຸດຫຼືບໍ່? ສະນັ້ນ, ໃນການໃຊ້ຈ່າຍຂອງບຸກຄົນ ຫຼື ຂອງພາກລັດ ຫາກມີ
ການສຶກສາປຸງປະກອບຄ່າເສຍໂອກາດຂອງກິດຈະກຳຕ່າງໆ ແລະເລືອກດຳເນີນກິດຈະກຳທີ່ມີຄ່າເສຍ
ໂອກາດຕໍ່າທີ່ສຸດ ກໍ່ຈະຊ່ວຍໃຫ້ການໃຊ້ຈ່າຍ ແລະການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນເປັນໄປຢ່າງມີປະສິດທິ
ພາບ.

ການປະເມີນຄ່າເສຍໂອກາດສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້ກັບກິດຈະກຳທຸກປະເພດ ແລະທຸກລະດັບບໍ່
ວ່າຈະເປັນກິດຈະກຳຂອງພາກລັດ ຫຼື ພາກເອກະຊົນຮ່ວມທັງການປະເມີນຄ່າເສຍໂອກາດຂອງບຸກຄົນ
ໃນການເລືອກອາຊີບຕ່າງໆ ຈົນເຖິງການນຳໃຊ້ແນວຄິດນີ້ໃນການເລືອກຊື້ສິນຄ້າ ແລະບໍລິການຕ່າງໆ
ໃນຊີວິດປະຈຳວັນຂອງບຸກຄົນ.

ຢ່າງໃດກໍຕາມໃນການປະເມີນຜົນໄດ້ຂອງການຜະລິດ ຫຼືຜົນໄດ້ຈາກການເລືອກອາຊີບ ນອກ
ຈາກລາຍໄດ້ທີ່ເປັນເງິນແລ້ວຍັງອາດລວມເຖິງປະໂຫຍດໃດໆກໍຕາມທີ່ບໍ່ສາມາດປະເມີນເປັນເງິນອອກ
ມາໄດ້ເຊັ່ນ: ຄວາມສະດວກສະບາຍ, ຄວາມພໍໃຈ, ຄວາມປອດໄພໃນຊີວິດ ແລະຊັບສິນ, ຊື່ສຽງກຽດຕິ
ຍົດ, ການມີສຸຂະພາບຈິດ ແລະສຸຂະພາບກາຍທີ່ດີເປັນຕົ້ນ ພ້ອມນີ້ຍັງ ລວມທັງປະໂຫຍດບາງຢ່າງ
ເຖິງວ່າຈະປະເມີນເປັນເງິນໄດ້ຍາກແຕ່ກໍ່ຄວນໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາເຖິງຄວາມສໍາຄັນເຊັ່ນ: ການກໍ່
ສ້າງໃຫ້ມີລະບຽບວິໄນ ແລະການຍົກລະດັບຄຸນນະທຳ ແລະຈາລິຍະທຳເປັນຕົ້ນ ໃນທາງປະຕິບັດ

ແລະສິ່ງທີ່ສອນກັນໃນວິຊາການປະເມີນໂຄງການບໍ່ມີການກ່າວເຖິງບັນຫານີ້ ແລະວຽກງານປະເມີນໂຄງການຈຳນວນຫລາຍມັກລະເລີຍການປະເມີນຄຸນຄ່າຂອງສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ໂດຍອ້າງແຕ່ພຽງວ່າສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ປະເມີນຄຸນຄ່າເປັນເງິນບໍ່ໄດ້ຈຶ່ງບໍ່ຍາກກ່າວເຖິງເຮັດໃຫ້ການປະເມີນຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດລະຫວ່າງໂຄງການດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ໂຄງການດ້ານສັງຄົມບໍ່ສົມບູນເທົ່າທີ່ຄວນ.

2. ຕົ້ນທຶນເອກະຊົນ ແລະ ຕົ້ນທຶນສັງຄົມ

ຕົ້ນທຶນເອກະຊົນ (private cost) ຂອງການຜະລິດສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການໃດໆກໍ່ຕາມຄື ຕົ້ນທຶນທີ່ເຈົ້າຂອງໜ່ວຍຜະລິດນັ້ນຕ້ອງຈ່າຍໂດຍກົງ.

ຕົ້ນທຶນສັງຄົມ (social cost) ຄື ຕົ້ນທຶນເອກະຊົນບວກຜົນສຸດທິຂອງຜົນກະທົບພາຍນອກ (externality) ເຊິ່ງແບ່ງໄດ້ 2 ລັກສະນະໄດ້ແກ່ ຜົນກະທົບພາຍນອກທີ່ເປັນຜົນດີ (external economies) ແລະ ຜົນກະທົບພາຍນອກທີ່ເປັນຜົນເສຍ (external diseconomies) ໃນກໍລະນີທີ່ຜົນກະທົບຕໍ່ພາຍນອກມີທັງຜົນດີ ແລະ ຜົນເສຍເກີດຂຶ້ນຄວບຄູ່ກັນກໍ່ຈະຄຳນວນຜົນສຸດທິ.

ຈາກຕົວຢ່າງທີ່ສະແດງຂ້າງລຸ່ມນີ້ສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ: ໃນກໍລະນີທີ່ໜຶ່ງຕົ້ນທຶນສັງຄົມຫລາຍກວ່າຕົ້ນທຶນເອກະຊົນ ກໍລະນີນີ້ຖືວ່າເກີດ**ມີບັນຫາຕົ້ນທຶນສັງຄົມ** ສ່ວນກໍລະນີທີ່ສອງຕົ້ນທຶນສັງຄົມມີຄ່າເທົ່າກັບ ຫຼື (ນ້ອຍກວ່າ) ຕົ້ນທຶນເອກະຊົນ ກໍລະນີນີ້ຖືວ່າບໍ່ມີບັນຫາຕົ້ນທຶນສັງຄົມ.

		ກໍລະນີທີ 1	ກໍລະນີທີ 2
ກ. ຕົ້ນທຶນເອກະຊົນ	ຕົ້ນທຶນການຜະລິດນໍ້າຕານ		
	ບໍ່ມີລະບົບບໍາບັດນໍ້າເສຍ	50	-
	ມີລະບົບກໍາຈັດນໍ້າເສຍ	-	60
ຂ. ຜົນກະທົບພາຍນອກ	ຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ຜູ້ໃຊ້ນໍ້າ	20	
ຄ. ຕົ້ນທຶນທາງສັງຄົມ		70	60

3. ຕົ້ນທຶນຈະແຈ້ງ ແລະ ຕົ້ນທຶນບໍ່ຈະແຈ້ງ

ຕົ້ນທຶນຈະແຈ້ງ (explicit cost) ໝາຍເຖິງ ຕົ້ນທຶນທີ່ເກີດຂຶ້ນແທ້ ແລະ ມີການຈ່າຍແທ້ເປັນເງິນ ແລະສິ່ງຂອງ.

ຕົ້ນທຶນທີ່ບໍ່ຈະແຈ້ງ (implicit cost) (ບາງບ່ອນເອີ້ນຕົ້ນທຶນແອບແຝງ) ເປັນຕົ້ນທຶນທີ່ເກີດຂຶ້ນແທ້ແຕ່ບໍ່ມີການຈ່າຍທີ່ເປັນເງິນ ແລະສິ່ງຂອງເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດເບິ່ງຂ້າມຕົ້ນທຶນສ່ວນນີ້ໄປ ສ່ວນຫຼາຍເກີດຈາກຜູ້ຜະລິດເປັນເຈົ້າຂອງປັດໄຈການຜະລິດນັ້ນເອງ ແລະ ນຳມາໃຊ້ໃນການຜະລິດຂອງຕົນຕົວຢ່າງ: ການເປີດຮ້ານຕັດຍົບ ເຈົ້າຂອງຮ້ານມັກໃຊ້ສະຖານທີ່ ແລະແຮງງານ ດ້ວຍຕົນເອງໃນການຕັດຍົບເສື້ອຜ້າ ຈຶ່ງບໍ່ມີການຈ່າຍຄ່າເຊົ່າ ແລະຄ່າແຮງງານກັນຈິງ ຖ້າເປັນການຄິດໄລ່ຕົ້ນທຶນແບບບັນຊີກໍ່ຈະບໍ່ມີລາຍການຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສອງລາຍການນີ້ລວມຢູ່ນຳ ແຕ່ໃນການຄຳນວນທາງຕົ້ນທຶນຕາມຫລັກເສດຖະສາດຈະຕ້ອງລວມ 2 ລາຍການນີ້ເຂົ້າເປັນຕົ້ນທຶນການຜະລິດນຳ ໂດຍການປະເມີນຂຶ້ນມາຕາມຫລັກຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດ ເນື່ອງຈາກວ່າຖ້າຜູ້ຜະລິດບໍ່ໄດ້ໃຊ້ສະຖານທີ່ຂອງຕົນເອງເຮັດຕັດຍົບເສື້ອ ແລ້ວເຂົາຍ່ອມຈະໄດ້ຮັບຄ່າເຊົ່າຫາກໃຫ້ຜູ້ອື່ນເຊົ່າໄປເຮັດຢ່າງອື່ນ ຫຼື ເຂົາຮັບຈ້າງເຮັດວຽກຢ່າງອື່ນເຂົາກໍ່ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບຄ່າແຮງງານເປັນການຕອບແທນນຳອີກ.

ໃນບົດທີ 5 ເຮົາແບ່ງການວິເຄາະການຜະລິດອອກເປັນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວ ດັ່ງນັ້ນ, ເຮົາຈຶ່ງແບ່ງການວິເຄາະຕົ້ນທຶນເປັນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວເຊັ່ນດຽວກັນ ຕົ້ນທຶນທີ່ໃຊ້ວິເຄາະພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ຜະລິດເອີ້ນວ່າ: ຕົ້ນທຶນແຍກປະເພດໄດ້ແກ່ ຕົ້ນທຶນລວມ, ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ, ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ, ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ, ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ສະເລ່ຍ, ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍ ແລະ ຕົ້ນທຶນ ສ່ວນເພີ່ມ. ເຮົາເຂົ້າໃຈວ່າການວິເຄາະຕົ້ນທຶນຕ່າງໆ ເຫຼົ່ານີ້ຍັງຄົງຍຶດເອົາແນວຄິດຕົ້ນທຶນທາງເສດຖະ ສາດໄດ້ດັ່ງທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງ.

II. ການວິເຄາະຕົ້ນທຶນການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ

(The Short-Run Cost Analysis)

ຕົ້ນທຶນການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນປະກອບດ້ວຍຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ແລະຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງ ເຊິ່ງແຕ່ລະປະເພດແຍກອອກໄດ້ເປັນຕົ້ນທຶນລວມ, ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ແລະ ຕົ້ນທຶນເພີ່ມດັ່ງນີ້:

1. ຕົ້ນທຶນລວມ (Total Cost, TC) ໝາຍເຖິງ ຕົ້ນທຶນທີ່ປະກອບດ້ວຍຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ ແລະ ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ ຂຽນເປັນສູດງ່າຍໆໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$TC = TFC + TVC$$

2. ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ (Total Fix Cost, TFC) ໝາຍເຖິງຕົ້ນທຶນ ຫຼື ລາຍຈ່າຍທີ່ຕ້ອງຈ່າຍຕາຍຕົວ ບໍ່ປ່ຽນແປງໄປຕາມປະລິມານການຜະລິດຜູ້ຜະລິດ ຈະຕ້ອງເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສ່ວນນີ້ບໍ່ວ່າຈະຜະລິດໃນປະລິມານໜ້ອຍຫຼາຍເທົ່າໃດ ຫຼື ຢຸດຜະລິດເປັນການຊົ່ວຄາວກໍຕາມ. ດັ່ງນັ້ນ, ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ຈຶ່ງເປັນຄ່າຕອບແທນທີ່ຈ່າຍໃຫ້ກັບປັດໄຈການຜະລິດຄົງທີ່ ເຊິ່ງຈະເປັນປັດໄຈການຜະລິດປະເພດ ໃດກໍໄດ້ ຫາກປະລິມານການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດນັ້ນບໍ່ໄດ້ຂຶ້ນຢູ່ກັບປະລິມານຜົນຜະລິດກໍຖືເປັນປັດໄຈການຜະລິດຄົງທີ່ໄດ້ໝົດ ແຕ່ການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນໂດຍທົ່ວໄປປັດໄຈການຜະລິດຄົງທີ່ມັກແມ່ນ: ທີ່ດິນ, ສິ່ງປຸກສ້າງ(ໂຮງງານ), ເຄື່ອງຈັກ, ດັ່ງນັ້ນ, ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ສ່ວນຫຼາຍຈຶ່ງໄດ້ແກ່: ຄ່າເຊົ່າທີ່ດິນ, ຄ່າກໍ່ສ້າງອາຄານໂຮງງານ, ຄ່າເຄື່ອງຈັກລວມທັງຄ່າຕິດຕັ້ງ.

3. ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງ (Total Variable Cost, TVC) ຄື ຕົ້ນທຶນທີ່ປ່ຽນແປງໄປຕາມປະລິມານຜົນຜະລິດ. ຕົ້ນທຶນປະເພດນີ້ຈະສູງຂຶ້ນຖ້າປະລິມານຜົນຜະລິດມີຫຼາຍ ແລະ ຈະຫຼຸດລົງຖ້າຜະລິດໜ້ອຍ ຫຼືເປັນສູນຖ້າບໍ່ຜະລິດເລີຍ. ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງໄດ້ແກ່: ຄ່າຈ້າງຄົນງານໃນໂຮງງານ, ຄ່າວັດຖຸດິບ ແລະ ວັດສະດຸສິ້ນເບື້ອງຕ່າງໆ ລາຍຈ່າຍຄ່າສາລະນຸປະໂພກ (ໄຟຟ້າ ນໍ້າປະປາ).

4. ຕົ້ນທຶນລວມສະເລ່ຍ ຫຼື ຕົ້ນທຶນຕໍ່ໜ່ວຍ (Average Total Cost, ATC ຫຼື AC) ຄຳນວນຈາກຕົ້ນທຶນລວມ ຫານໃຫ້ປະລິມານຜົນຜະລິດ ແຕ່ເນື່ອງຈາກຕົ້ນທຶນລວມປະກອບດ້ວຍ ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ ແລະ ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງ ດັ່ງນັ້ນ, ຕົ້ນທຶນລວມສະເລ່ຍຈຶ່ງເທົ່າກັບຜົນບວກຂອງ ຕົ້ນທຶນ ຄົງທີ່ສະເລ່ຍ ແລະ ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງ ສະເລ່ຍ.

$$ATC = \frac{TC}{Q} = AFC + AVC$$

5. ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ສະເລ່ຍ (Average Fixed Cost, AFC) ຄຳນວນຈາກຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ ຫານໃຫ້ຈຳນວນສິນຄ້າທີ່ຜະລິດ.

$$AFC = \frac{TFC}{Q} \quad (Q \text{ ຄືປະລິມານຜົນຜະລິດ})$$

6. ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍ (Average Variable Cost, AVC) ຄຳນວນຈາກຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມຫານໃຫ້ຈຳນວນຜົນຜະລິດ.

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

7. ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມຫຼືຕົ້ນທຶນເພີ່ມ (Marginal Cost, MC) ຄື ຕົ້ນທຶນລວມທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື ຫຼຸດລົງ ອັນເນື່ອງມາຈາກປະລິມານຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື ຫຼຸດລົງ ຈາກເດີມ 1 ໜ່ວຍ

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

ຄຳນວນຈາກສ່ວນປ່ຽນແປງຂອງຕົ້ນທຶນລວມຫານໃຫ້ສ່ວນປ່ຽນຂອງປະລິມານຜົນຜະລິດ ການຄຳນວນ “ສ່ວນເພີ່ມ” (marginal) ຖືເປັນແນວຄິດທີ່ສຳຄັນໃນການວິເຄາະທາງເສດຖະສາດ ເຊິ່ງມັກຈະຄຳນຶງເຖິງຜົນທີ່ຈະເກີດຂຶ້ນລະຫວ່າງໜ່ວຍຕໍ່ໜ່ວຍ ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມຈຶ່ງນັບເປັນຫົວໃຈຂອງການວິເຄາະຕົ້ນທຶນໃນທາງເສດຖະສາດ.

III ຕາຕະລາງແລະເສັ້ນຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕ່າງໆ(Cost Schedules and Cost Curves)

ຕົ້ນທຶນການຜະລິດແຕ່ລະປະເພດທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງສາມາດສະແດງໄດ້ເປັນຕາຕະລາງຄືຕາຕະລາງທີ່ 6.1 ແລະ ຈາກຕົວເລກເຫຼົ່ານີ້ເຮົາສາມາດນຳມາຂຽນເປັນເສັ້ນຕົ້ນທຶນຕ່າງໆຄື: ຮູບທີ່ 6.1, 6.2, 6.3 ແລະ 6.4

1. ລັກສະນະ ແລະ ການສ້າງເສັ້ນຕົ້ນທຶນປະເພດຕ່າງໆ

ໃນການສະແດງເສັ້ນຕົ້ນທຶນຕ່າງໆ ເນື່ອງຈາກກຳນົດໃຫ້ແກນຕັ້ງແທນຄ່າຂອງຕົ້ນທຶນແລະ ແກນນອນແທນປະລິມານຜົນຜະລິດ ດັ່ງນັ້ນ, ຄ່າຂອງຕົ້ນທຶນທີ່ປະລິມານຜົນຜະລິດຕ່າງໆ ຈຶ່ງແທກຕາມແນວດັ່ງຄື: ແທກຈາກແກນນອນຂຶ້ນໄປຈົນຮອດເທິງເສັ້ນຕົ້ນທຶນນັ້ນ.

(1) **ເສັ້ນຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ** (Total Fixed Cost, TFC) ເນື່ອງຈາກຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ມີຄ່າເທົ່າກັນຕະຫຼອດ ບໍ່ວ່າປະລິມານຜົນຜະລິດຈະເປັນເທົ່າໃດກໍຕາມ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນ TFC ຈຶ່ງເປັນເສັ້ນຊື່ ຂະໜານກັບແກນນອນ ແລະ ມີໄລຍະຫ່າງຈາກແກນນອນ ເທົ່າກັບຄ່າຂອງຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ ດັ່ງຮູບທີ່ 6.2.

(2) **ເສັ້ນຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ** (Total Variable Cost, TVC) ສ່ວນເສັ້ນ TVC ເປັນເສັ້ນໂຄ້ງຄື: ຮູບທີ່ 6.1 ໄລຍະທຳອິດຂອງເສັ້ນ TVC ຈະໂຄ້ງອອກ (concave) ຈາກແກນປະລິມານຜົນຜະລິດ ແລະ ໄລຍະຫຼັງຂອງເສັ້ນໂຄ້ງເຂົ້າ (convex) ຫາແກນປະລິມານຜົນຜະລິດ ປະກົດການນີ້ອະທິບາຍໄດ້ໂດຍໃຊ້ ກົດແກນການຜະລິດທີ່ມີອັດຕາສ່ວນຄົງທີ່ (Law of Variable Proportion

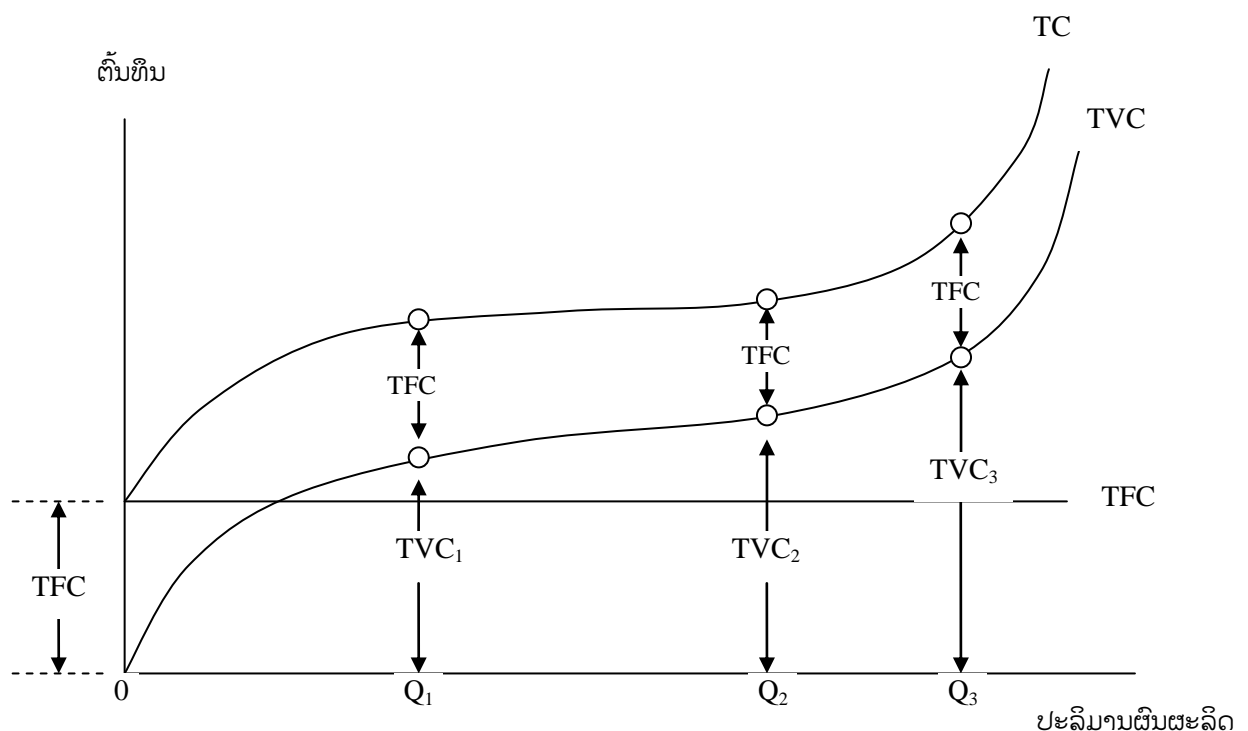
ຕາຕະລາງທີ່ 6.1 ຕົ້ນທຶນປະເພດຕ່າງໆ

ປະລິມານ ຜົນຜະລິດ Q	ຕົ້ນທຶນ ຄົງ ທີ່ລວມ TFC	ຕົ້ນທຶນປ່ຽນ ແປງລວມ TVC	ຕົ້ນທຶນ ລວມ TC	ຕົ້ນທຶນຄົງ ທີ່ສະເລ່ຍ AFC	ຕົ້ນທຶນປ່ຽນ ແປງສະເລ່ຍ AVC	ຕົ້ນທຶນລວມ ສະເລ່ຍ ATC	ຕົ້ນທຶນ ລວມເພີ່ມ MC
0	4	0	4	-	-	-	-
1	4	5	9	4	5	9	5
2	4	8	12	2	4*	6*	3
3	4	15	19	$1\frac{1}{3}$	5	$6\frac{1}{3}$	7
4	4	32	36	1	8	9	17
5	4	65	69	$\frac{4}{5}$	13	$13\frac{4}{5}$	33

ໝາຍເຫດ: ເນື່ອງຈາກຄວາມບໍ່ຕໍ່ເນື່ອງຂອງຕົວເລກປະລິມານການຜະລິດ (ໄລຍະທຳອິດ) ຄື ບໍ່ໄດ້ສະແດງປະລິມານການຜະລິດລະຫວ່າງ 0.1-0.9, 1.1-1.9, 2.1-2.9 ແລະອື່ນໆ ດັ່ງນັ້ນ, ຄ່າຂອງຕົ້ນທຶນການຜະລິດປະເພດຕ່າງໆ ທີ່ປະກົດໃນຕາຕະລາງນີ້ ຈຶ່ງເປັນຄ່າຕົວເລກທີ່ບໍ່ຕໍ່ເນື່ອງ (discontinuous) ຕໍ່ມາຄ່າຂອງ AVC ແລະ ATC ທີ່ແທ້ຈິງບໍ່ກົງກັບປະລິມານສິນຄ້າໜ່ວຍທີ່ 2 ຕາມທີ່ປະກົດໃນຕາຕະລາງ.

Production) ຄື ການເພີ່ມປັດໄຈປ່ຽນແປງ ໜ່ວຍທຳອິດຈະເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາສູງກ່ວາອັດຕາການເພີ່ມຂອງຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ ແຕ່ເມື່ອການເພີ່ມປັດໄຈປ່ຽນແປງລ່ວຍຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປແລ້ວປະລິມານຜົນຜະລິດຈະເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາຕໍ່າ ກ່ວາອັດຕາການເພີ່ມຂອງຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ ປະກົດການໄລຍະທຳອິດເກີດຈາກ **ກົດແກນການຫຼຸດໜ້ອຍຖອຍລົງຂອງຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ** (Law of Diminishing Returns to Input) ເຊິ່ງເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງກົດແກນທຳອິດ ນອກຈາກນີ້ເສັ້ນ TVC ຈະເລີ່ມຈາກຈຸດກຳເນີດ (origin) ສະເໝີ ເພາະເມື່ອຜົນຜະລິດເທົ່າກັບ 0 ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງຈະເທົ່າກັບ 0 ນຳ.

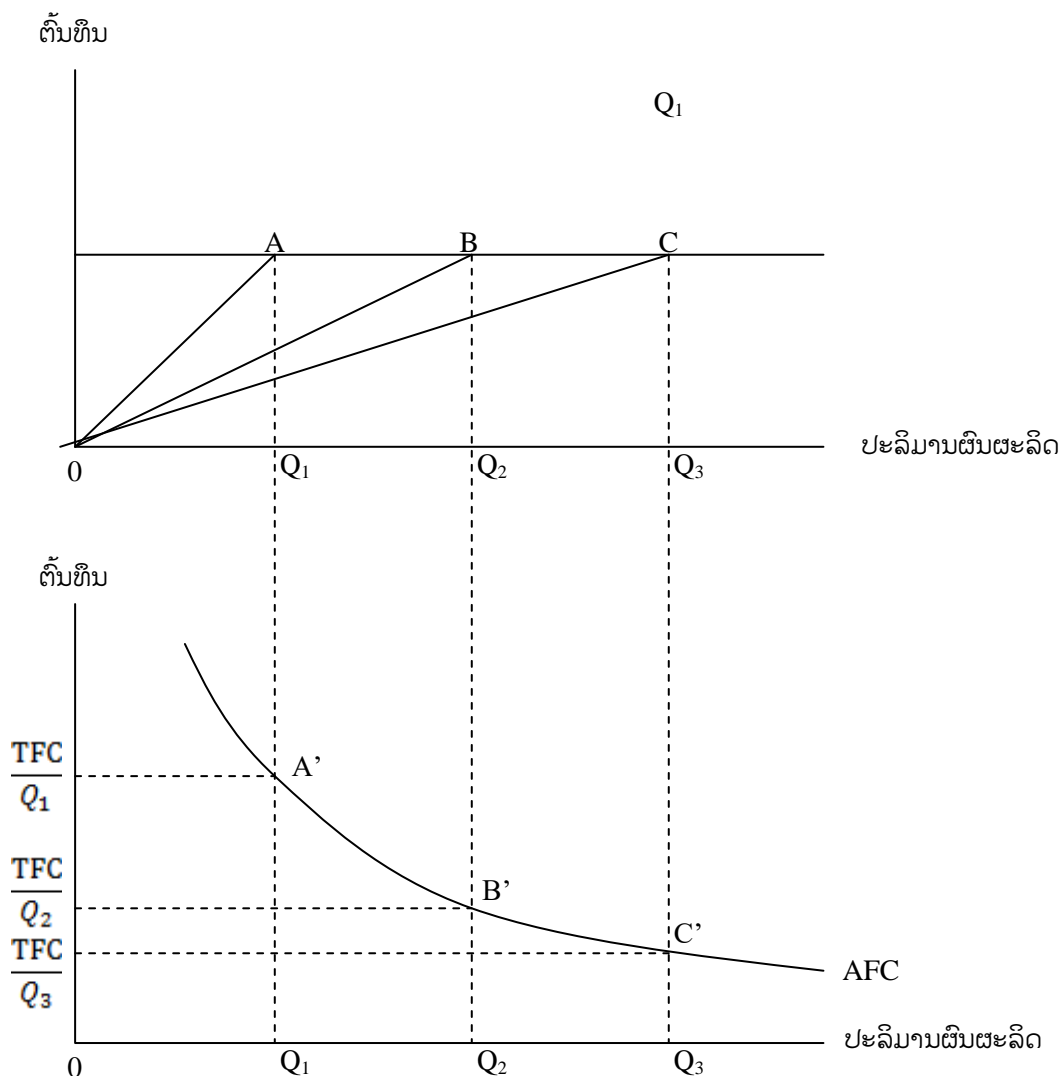
(3) **ເສັ້ນຕົ້ນທຶນລວມ** (Total Cost, TC) ເສັ້ນ TC ຄືຜົນລວມຂອງເສັ້ນ TFC ແລະ TVC ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນ TC ຈຶ່ງຢູ່ສູງກ່ວາເສັ້ນ TFC ແລະ TVC ເນື່ອງຈາກ TFC ມີຄ່າຄົງທີ່ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນ TC ຈຶ່ງມີລັກສະນະດຽວກັບເສັ້ນ TVC ທຸກປະການແລະຢູ່ຫ່າງຈາກເສັ້ນ TVC ໂດຍແທກຕາມແນວຕັ້ງ ເທົ່າກັບຄ່າ TFC ທີ່ທຸກລະດັບປະລິມານຜົນຜະລິດ ຄືກັບຮູບທີ່ 6.1



ຮູບທີ່ 6.1 ເສັ້ນຕົ້ນທຶນຮ່ວມ TFC, TVC ແລະ TC

(4) **ເສັ້ນຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ສະເລ່ຍ** (Average Fixed Cost, AFC) ເສັ້ນ AFC ສ້າງໂດຍການຫຼາກເສັ້ນຊື່ຈາກຈຸດກຳເນີດໄປຈົນຮອດເສັ້ນ TFC ທີ່ຈຸດ A, B ແລະ C ຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນ 0A,

OB ແລະ OC ກໍ່ຄືຄ່າ AFC ທີ່ຈຸດ A', B' ແລະ C' (ເຊັ່ນ ຄວາມຊັນທີ່ຈຸດ $A = \frac{AQ_1}{OQ_1}$) ຈະເຫັນໄດ້ວ່າຄວາມຊັນມີຄ່າຫຼຸດລົງເມື່ອປະລິມານເພີ່ມຂຶ້ນຈົນເຖິງເຂົ້າໃກ້ 0 ແຕ່ບໍ່ເທົ່າກັບ 0 ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນ AFC ຈຶ່ງບໍ່ຕັດແກນນອນ ເສັ້ນ AFC ມີຄຸນສົມບັດເປັນ rectangular hyperbola ກ່າວຄືພື້ນ ທີ່ສີ່ຫລ່ຽມໃຕ້ເສັ້ນນີ້ (ສ້າງຈາກຈຸດໃດຈຸດໜຶ່ງເຖິງເສັ້ນນີ້) ຈະເທົ່າກັນຕະຫລອດ ດັ່ງຮູບທີ່ 6.2



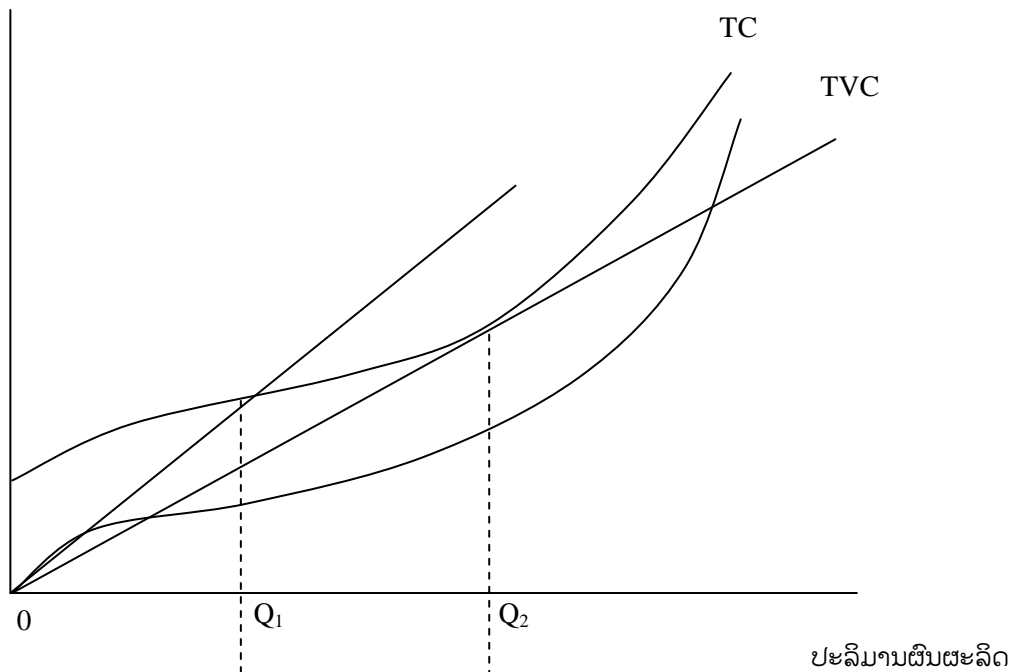
ຮູບທີ່ 6.2 ການສ້າງເສັ້ນຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ

(5) ເສັ້ນຕົ້ນທຶນລວມສະເລ່ຍ (Average of Total Cost or Average Cost, ATC ຫຼື AC) ຄື ຜົນລວມຂອງເສັ້ນ AFC ແລະ AVC ເສັ້ນ AC ມີລັກສະນະຄືກັບເສັ້ນ AFC ແລະ AVC ໂດຍຢູ່ເໜືອເສັ້ນ AVC ແທກຕາມແນວຕັ້ງເທົ່າກັບຄ່າ AFC ເສັ້ນ AC ມີລັກສະນະຄືກັບເສັ້ນ AVC ແຕ່ຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງເສັ້ນ AC ຢູ່ບ່ອນປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ສູງກວ່າຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງເສັ້ນ AVC.

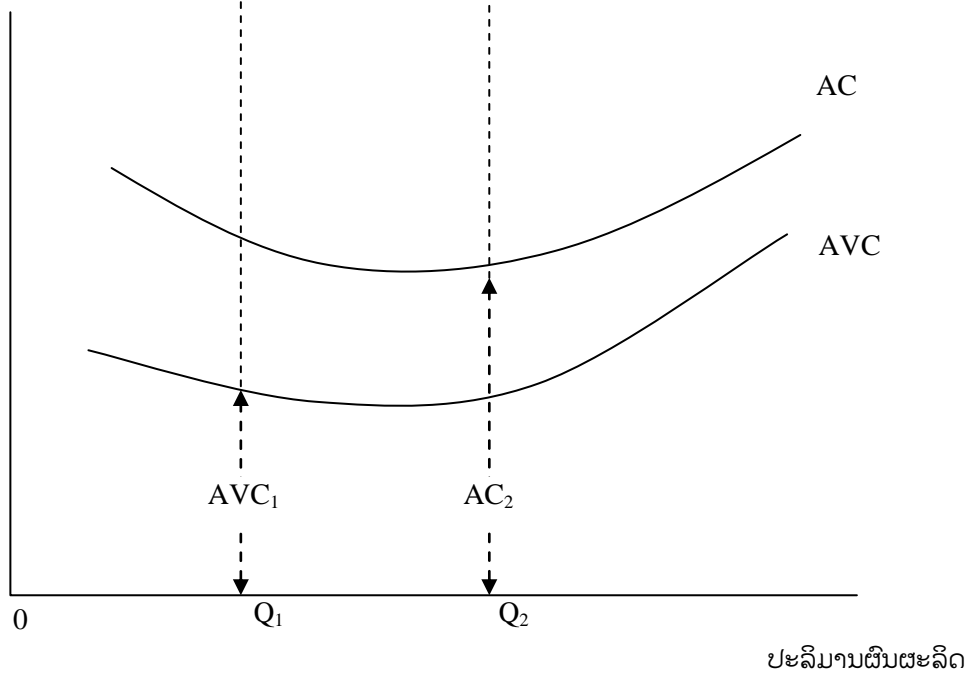
ການສ້າງເສັ້ນ AC ຈາກເສັ້ນ TC ໃຊ້ວິທີຫຼາກເສັ້ນຊື່ຈາກຈຸດກຳເນີດໄປຈົນສຸດເສັ້ນ TC ທີ່ຈຸດ A ແລະ C ຄວາມຊັນຂອງ OA ແລະ OC ກໍ່ຄືຄ່າ AC ທີ່ຈຸດ A' ແລະ C' ຈະເຫັນໄດ້ວ່າ

ຄວາມຊັນທີ່ຈຸດ C ມີຄ່າຕໍ່າສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, AC ທີ່ຈຸດ C' ຫຼື ປະລິມານ $0Q_2$ ຈຶ່ງມີຄ່າຕໍ່າສຸດ ໃນທຳ
ນອງດຽວກັນ ການສ້າງເສັ້ນ AVC ຈາກເສັ້ນ TVC ກໍ່ໃຊ້ວິທີການດຽວກັນດັ່ງຮູບທີ່ 6.3

ຕົ້ນທຶນ



ຕົ້ນທຶນ

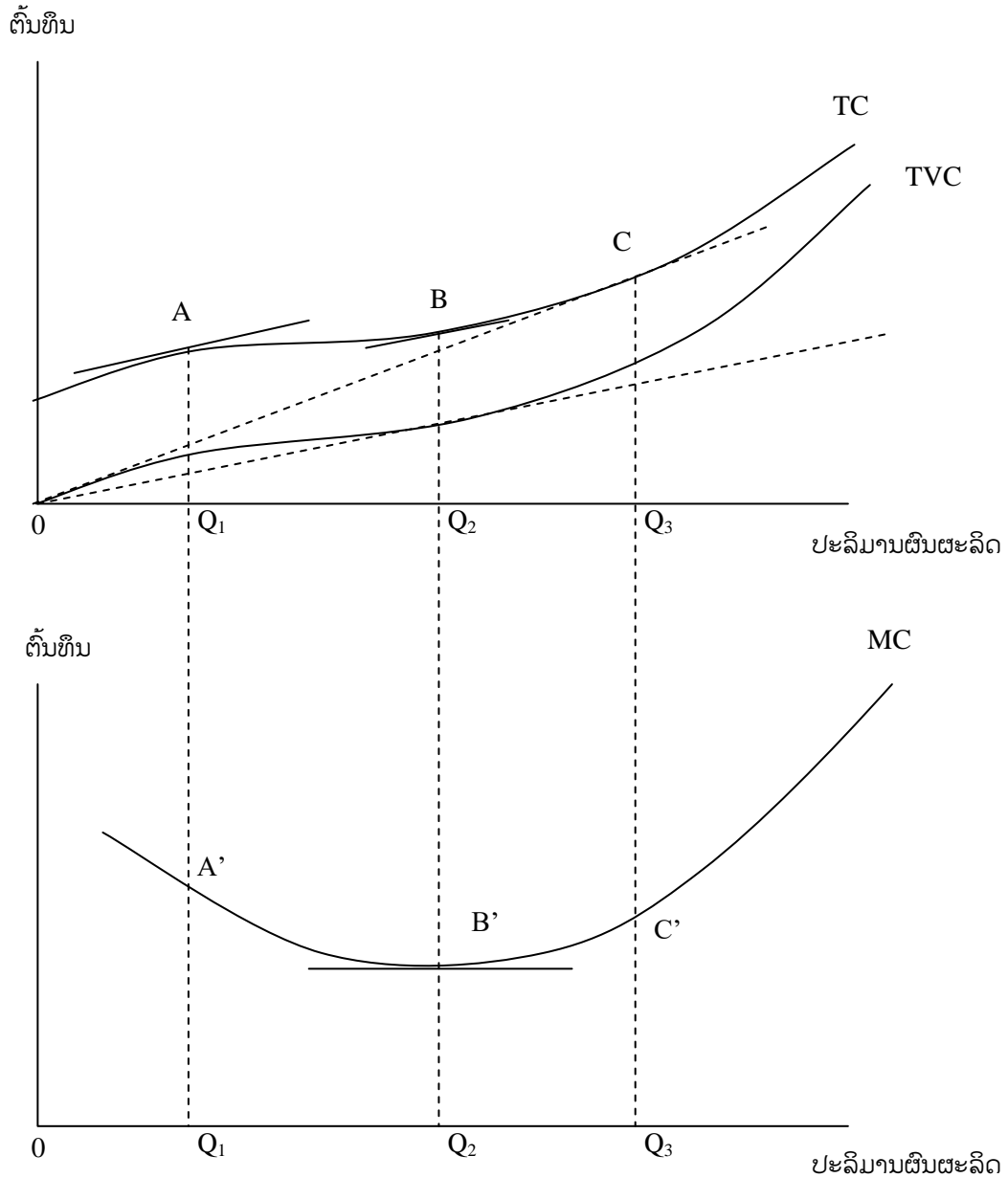


ຮູບທີ່ 6.3 ການສ້າງເສັ້ນ AC ແລະ AVC ຈາກເສັ້ນ TC ແລະ TVC

(6) ເສັ້ນຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມ (marginal cost, MC) ມີລັກສະນະຕາມ ຮູບທີ່ 6.4 ຄ້າຍຄືເສັ້ນ
AC ແລະ AVC ແຕ່ມີຄວາມຊັນຫຼາຍກ່ວາເສັ້ນ MC ນີ້ຈະຕັດຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງເສັ້ນ TC ແລະ TVC
ສະເໝີເສັ້ນ MC ອາດສ້າງຈາກເສັ້ນ TC ຫຼື TVC ກໍ່ໄດ້.

$$\text{ຈາກສູດ } MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$

ດັ່ງນັ້ນ MC ກໍ່ຄືຄ່າຊັ້ນຂອງ TC ຫຼື TVC ການສ້າງເສັ້ນ MC ຈຶ່ງໃຊ້ວິທີຫຼາກເສັ້ນຊື່ສໍາພັດ ກັບເສັ້ນ TC ຫຼື TVC ທີ່ຈຸດ A, B ແລະ C ຄ່າຄວາມຊັ້ນທີ່ຈຸດເຫຼົ່ານີ້ກໍ່ຄືຄ່າ MC ທີ່ຈຸດ A', B' ແລະ C' ໃນຮູບທີ 6.4



ຮູບທີ 6.4 ການສ້າງເສັ້ນ MC ຈາກເສັ້ນ TC ຫຼື TVC

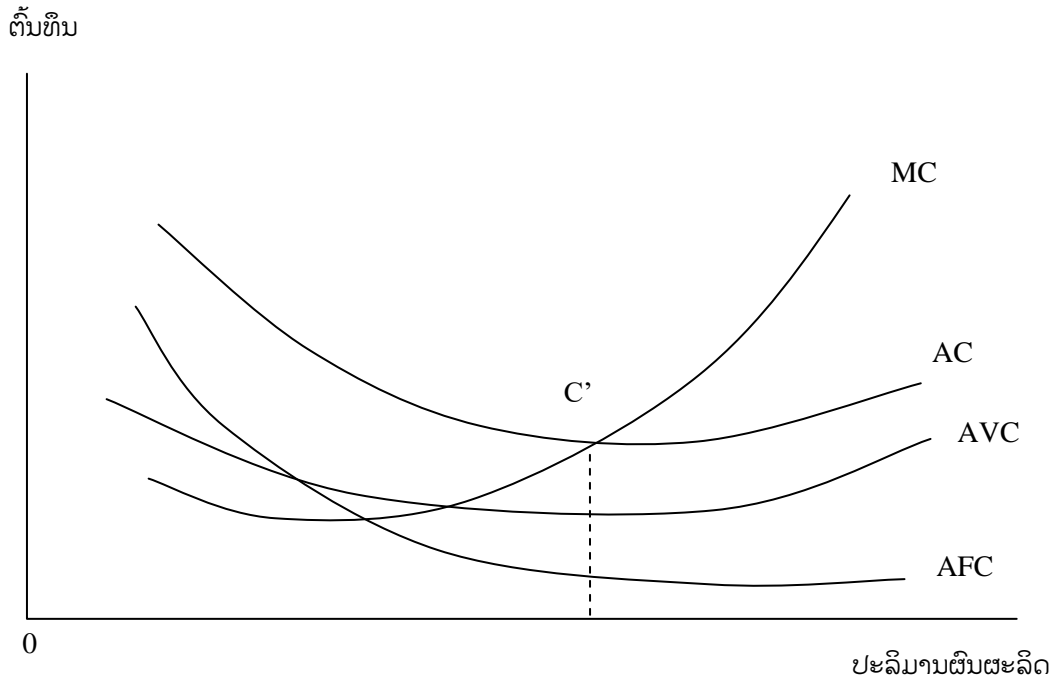
2. ການພົວພັນລະຫວ່າງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ແລະ ຕົ້ນທຶນເພີ່ມ (Relations Between Average and Marginal Costs)

ການພົວພັນລະຫວ່າງເສັ້ນຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ແລະ ຕົ້ນທຶນເພີ່ມສະແດງໄດ້ ຮູບທີ 6.5 ແລະ ສະຫຼຸບໄດ້ດັ່ງນີ້:

- (1) ເຖິງຢ່າງໃດທີ່ MC ມີຄ່ານ້ອຍກວ່າ AVC ຄ່າ AVC ຈະຫຼຸດລົງເມື່ອການຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນເສັ້ນ MC ໄລຍະນີ້ ຈະຢູ່ຕ່ຳກວ່າເສັ້ນ AVC.

(2) ເຖິງຢ່າງໃດທີ MC ມີຄ່າຫລາຍກວ່າ AVC ຄ່າ AVC ຈະເພີ່ມຂຶ້ນເມື່ອຜະລິດຈຳນວນ ຫຼາຍຂຶ້ນເລັ້ມ MC ໄລຍະນີ້ຈະຢູ່ຕ່ຳກວ່າ AVC.

ຈາກເຫດຜົນ 2 ປະຢ່າງຂ້າງເທິງຄ່າ MC ຈະເທົ່າກັບຄ່າ AVC ເມື່ອ AVC ມີຄ່າຕ່ຳສຸດ ເລັ້ມ MC ຈຶ່ງຕັດຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງເລັ້ມ AVC ການພົວພັນລະຫວ່າງ MC ແລະ AC ກໍ່ຄ້າຍກັບກໍລະ ນີທີ່ກ່າວມາ.



ຮູບທີ່ 6.5 ເລັ້ມຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ແລະ ເລັ້ມຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມ

IV. ຕົວຢ່າງການໝູນໃຊ້ແນວຄິດຕົ້ນທຶນ

ເຮົາສາມາດນຳຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບຕົ້ນທຶນ ແລະ ລາຍຮັບ (ໃນບົດທີ່ 7) ໃນການຄຳນວນຈຸດຄຸ້ມ ທຶນ (break revenue point) ໄປໃຊ້ປະໂຫຍດໃນການວາງແຜນກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ (product planning) ການກຳນົດປະລິມານການຜະລິດ, ປະລິມານສະຕອກ (ຄ້າງສາງ) ແລະການປັບລາຄາຈຳ ໜ່າຍ ໃນທີ່ນີ້ສະແດງ 2 ຕົວຢ່າງດັ່ງນີ້:

ຕົວຢ່າງທີ່ 1 ສົມມຸດວ່າໃນການຜະລິດຕຸກກະຕາທີ່ເຮັດຈາກຜ້າມີຂໍ້ມູນຕ່າງໆດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- P ຄື ລາຄາສິນຄ້າຕໍ່ໜ່ວຍ = 215 ກີບ
- Q ຄື ປະລິມານການຜະລິດ ທີ່ ຈຸດຄຸ້ມທຶນ
- X ຄື ກຳລັງການຜະລິດທັງໝົດ = 5,000 ໜ່ວຍ/ແຕ່ລະອາທິດ
- TFC ຄື ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ = 400,000 ກີບ
- AVC ຄື ຕົ້ນທຶນປ່ຽນຜັນຕໍ່ໜ່ວຍ = 15 ກີບ

ໃນການຄຳນວນຫາປະລິມານການຜະລິດລາຍໄດ້ ແລະ ອັດຕາສ່ວນຮ້ອຍຂອງປະລິມານການ ຜະລິດລວມທີ່ເປັນຈຸດຄຸ້ມທຶນ.

ຄຳຕອບ ຈຸດຄຸ້ມທຶນຄືການຜະລິດຈຸດທີ່ລາຍຮັບລວມ (Total Revenue, TR) ເທົ່າກັບ ຕົ້ນ ທຶນລວມ (Total Cost, TC) ຫຼື $TR = TC$

$$P \times Q = TFC + TVC$$

$$P \times Q = TFC + AVC \cdot Q$$

$$215Q = 400,000 + 15Q$$

$$215Q - 15Q = 400,000$$

$$Q = 2,000$$

ຫຼືສູດການຄິດໄລ່ປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນ $Q = \frac{TFC}{P - AVC} = \frac{TFC}{1 - \frac{AVC}{P}}$

ແທນຄ່າໃນສູດປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນ $Q = \frac{400,000}{215 - 15} = 2,000$ ໜ່ວຍ

ລາຍໄດ້ທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນ $= 215 \times 2,000 = 430,000$ ກີບ

ຫຼື ໃຊ້ສູດການຄິດໄລ່ຫາລາຍໄດ້ ທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນ $= \frac{TFC}{1 - \frac{AVC}{P}}$

ລາຍໄດ້ທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນ $= \frac{400,000}{1 - \frac{15}{215}} = 430,000$ ກີບ

ປະລິມານການຜະລິດທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນຄິດເປັນສ່ວນຮ້ອຍຂອງກຳລັງການຜະລິດ $= \frac{2,000}{5,000} = 40\%$

ຕົວຢ່າງທີ 2 ສຳນັກພິມ "ເພື່ອເດັກ" ກຳລັງຈະພິມປຶ້ມກາຕູນເລື່ອງໜຶ່ງອອກຈຳໜ່າຍໂດຍມີຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕ່າງໆ ດັ່ງນີ້:

ຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ (TFC) ປະກອບດ້ວຍ

ຄ່າກວດກາ	10,000 ກີບ
ຄ່າພິມຄົງທີ່	70,000 ກີບ
ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຈຳໜ່າຍຄົງທີ່	20,000 ກີບ
ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍ	20 ກີບ
ລາຄາຈຳໜ່າຍຫົວລະ	30 ກີບ

ກ. ສະແດງການຄິດໄລ່ຫາຈຳນວນພິມ ທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນ (break-even point)

ຂ. ຖ້າຕ້ອງການກຳໄລເກີນປົກກະຕິ ຫຼື ກຳໄລເສດຖະສາດ 40,000 ກີບ ຈຳນວນພິມຈະຕ້ອງເປັນເທົ່າໃດ?

ຄ. ສົມມຸດວ່າໃຊ້ເທັກໂນໂລຢີການພິມທີ່ສາມາດຫຼຸດຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລົງເຫຼືອພຽງ 50,000 ກີບ ຈຳນວນພິມທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນຈະເປັນເທົ່າໃດ?

ງ. ຖ້າຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ລວມ (TFC) ຍັງຄົງເທົ່າກັບ 100,000 ກີບ ແລະ ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍ (AVC) ຍັງຄົງເທົ່າກັບ 20 ກີບ ແຕ່ລາຄາຂາຍປ່ຽນເປັນຫົວລະ 40 ກີບ ຈຳນວນພິມທີ່ຈຸດຄຸ້ມທຶນຈະເປັນເທົ່າໃດ?

ຄຳຕອບ ກ. ຈຸດຄຸ້ມທຶນຄື ຈຸດທີ່ໜ່ວຍຜະລິດມີລາຍຮັບລວມເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນລວມ (TR = TC) ຫຼື ລາຍຮັບລວມສະເລ່ຍເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ (AR = AC) ໂດຍໜ່ວຍຜະລິດມີສະເພາະກຳໄລປົກກະຕິເທົ່ານັ້ນ.

$$30Q = 20Q + 100,000$$

$$\text{ຫາຄ່າ } Q = 10,000 \text{ ຫົວ}$$

$$\text{ຂ. } 30Q = 20Q + 100,000 + 40,000$$

$$\text{ຫາຄ່າ } Q = 14,000 \text{ ຫົວ}$$

$$\text{ຄ. } 30Q = 20Q + 80,000$$

$$\text{ຫາຄ່າ } Q = 8,000 \text{ ຫົວ}$$

$$\text{ງ. } 40Q = 20Q + 100,000$$

$$\text{ຫາຄ່າ } Q = 5,000 \text{ ຫົວ}$$

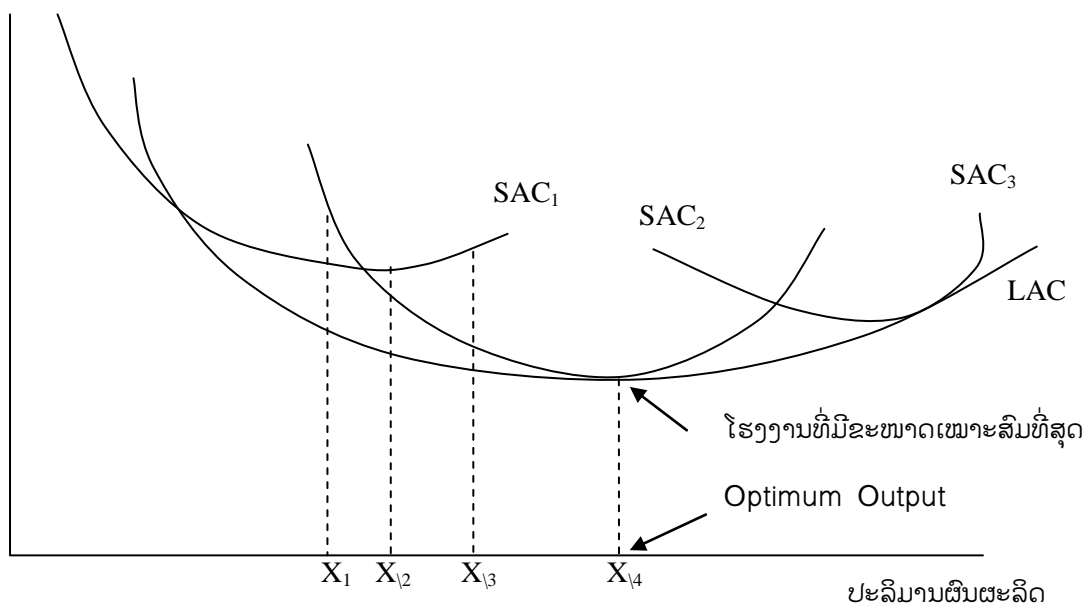
V. ການວິເຄາະຕົ້ນທຶນໃນໄລຍະຍາວ (The Long-Run Cost Analysis)

ເວົ້າໄດ້ກ່າວແລ້ວວ່າໃນໄລຍະຍາວນັ້ນ ຜູ້ຜະລິດສາມາດປ່ຽນແປງຂະໜາດຂອງໜ່ວຍຜະລິດຕໍ່ໂຮງງານ (scale of plant) ໃຫ້ເໝາະສົມກັບປະລິມານການຜະລິດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນໂດຍຂະຫຍາຍປັດໄຈການຜະລິດທຸກຢ່າງ ດັ່ງນັ້ນ, ໃນໄລຍະຍາວເຮົາຈຶ່ງຖືວ່າປັດໄຈການຜະລິດທຸກຢ່າງເປັນປັດໄຈປ່ຽນແປງ ແລະ ຕົ້ນທຶນໃນໄລຍະຍາວກໍ່ມີແຕ່ຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງເທົ່ານັ້ນ.

1. ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍໃນໄລຍະຍາວ (Long-Run Average Cost, LAC)

ໃນໄລຍະສັ້ນເພື່ອທີ່ຈະໃຫ້ໄດ້ກຳໄລສູງສຸດ ຜູ້ຜະລິດອາດຈະຕ້ອງຜະລິດໃນຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍບໍ່ແມ່ນຈຸດຕໍ່າສຸດເປັນການຊົ່ວຄາວ ແຕ່ໄລຍະຍາວຜູ້ຜະລິດສາມາດປັບປຸງຂະໜາດຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃຫ້ເໝາະສົມກັບການຜະລິດໄດ້ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງສາມາດເລືອກຂະໜາດຂອງໜ່ວຍຜະລິດທີ່ເສຍຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່າສຸດໄດ້ເຊິ່ງອາດຈະໃຊ້ວິທີການຕ່າງໆ ແລ້ວແຕ່ລັກສະນະຂອງໜ່ວຍຜະລິດຖ້າເປັນໂຮງງານກໍ່ອາດຈະປັບປຸງ ຫຼື ສ້າງໂຮງງານໃໝ່ໃຫຍ່ກວ່າເກົ່າ ຖ້າເປັນຮ້ານຄ້າກໍ່ອາດຈະຫາສະຖານທີ່ໃໝ່ທີ່ມີເນື້ອທີ່ວາງຈຳໜ່າຍສິນຄ້າກວ່າເກົ່າ ຫຼື ໃຊ້ວິທີເປີດສາຂາເພີ່ມ.

ຮູບທີ່ 6.6 ສົມມຸດວ່າມີໂຮງງານ 3 ຂະໜາດ ແຕ່ລະຂະໜາດກໍ່ເໝາະສົມສຳລັບການຜະລິດລະດັບຕ່າງໆ ໂຮງງານທັງ 3 ແຫ່ງນີ້ມີເສັ້ນຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍໄລຍະສັ້ນ (short-run average cost, SAC) ຄື SAC_1 , SAC_2 ແລະ SAC_3 ຕາມລຳດັບໃນໄລຍະຍາວຈະເລືອກໃຊ້ໂຮງງານຂະໜາດໃດຈຶ່ງຈະເໝາະສົມທີ່ສຸດ? ຄຳຕອບຄື: ຂຶ້ນຢູ່ກັບເປົ້າໝາຍປະລິມານຜົນຜະລິດ ຖ້າເປົ້າໝາຍປະລິມານຜົນຜະລິດເປັນ OX_1 ກໍ່ຄວນສ້າງໂຮງງານທີ່ມີຂະໜາດຂອງຕົ້ນທຶນຄື SAC_1 ເພາະຈະເຮັດໃຫ້ເສຍຄ່າຕົ້ນທຶນ



ຮູບທີ່ 6.6 ເສັ້ນຕົ້ນທຶນໄລຍະຍາວ

ໃຊ້ຈ່າຍຕໍ່າກວ່າການໂຮງງານໃນຂະໜາດອື່ນໆ ຫຼື ເປົ້າໝາຍປະລິມານຜົນຜະລິດເທົ່າກັບ OX_2 ກໍ່ໃຊ້ໂຮງງານທີ່ມີຕົ້ນທຶນ SAC_2 ແຕ່ຖ້າເປັນເປົ້າໝາຍປະລິມານຜົນຜະລິດ ຄື OX_2 ຈະໃຊ້ໂຮງງານຂະໜາດ SAC_1 ຫຼື SAC_2 ກໍ່ໄດ້ເຊັ່ນກັນຈະບໍ່ເຮັດໃຫ້ເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕ່າງກັນແຕ່ຢ່າງໃດ ໃນກໍລະນີນີ້ ຄວນໃຊ້ໂຮງງານຂະໜາດ SAC_1 ເພາະເສຍຕົ້ນທຶນໜ້ອຍກວ່າໂຮງງານຂະໜາດ SAC_2 .

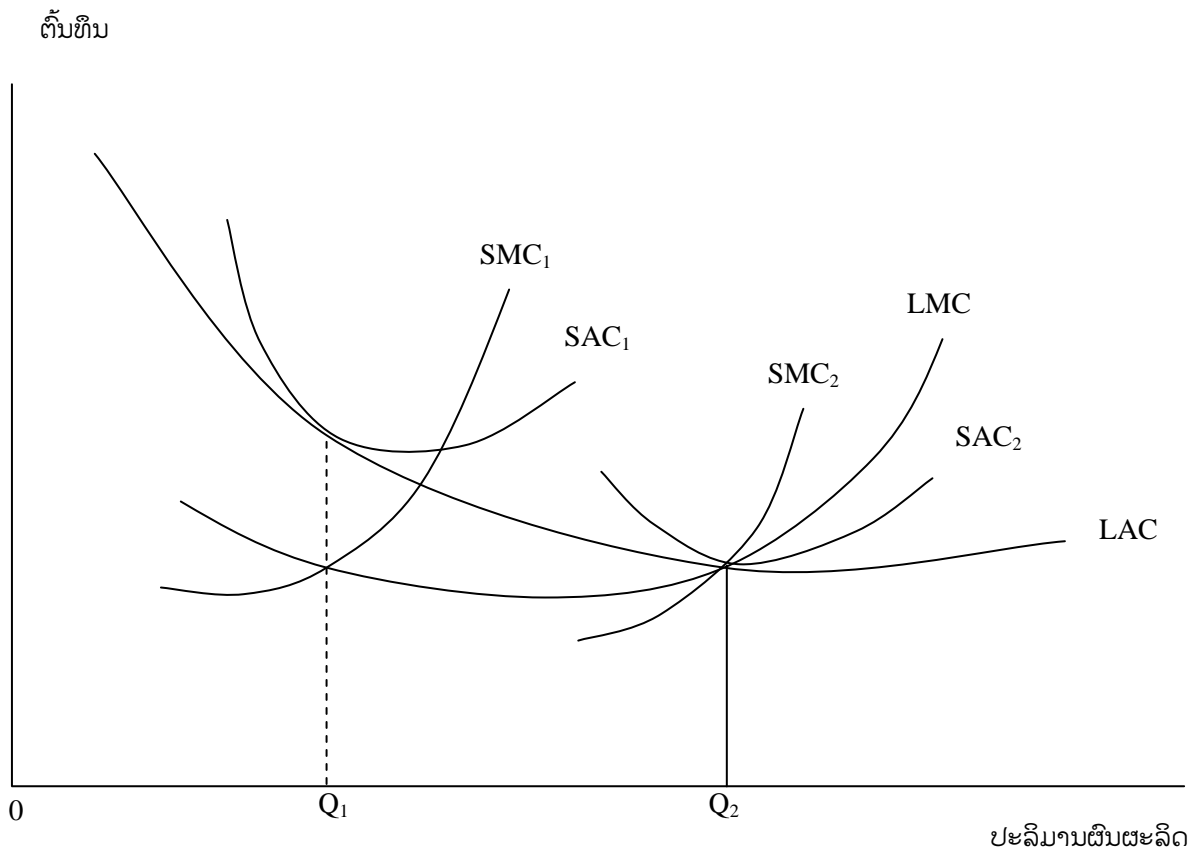
ຈາກທີ່ກ່າວມາແລ້ວນັ້ນຈຶ່ງສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ເສັ້ນຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍໄລຍະຍາວ (LAC) ຄື: ເສັ້ນທີ່ສຳພັດກັບສ່ວນໃດສ່ວນໜຶ່ງຂອງເສັ້ນ SAC ທັງຫຼາຍນັ້ນເອງ ແຕ່ຈະມີເສັ້ນ SAC ພຽງໜຶ່ງເສັ້ນເທົ່ານັ້ນທີ່ມີຄ່າຕໍ່າສຸດ ນັ້ນແມ່ນຂະໜາດຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນຢູ່ພຽງໜຶ່ງຂະໜາດທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດໜ່ວຍຜະລິດຂອງໂຮງງານທີ່ກ່າວເຖິງນີ້ຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງເສັ້ນ SAC ຈະສຳພັດກັບຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງເສັ້ນ LAC ຕາມຮູບທີ່ 6.6 ຄືໂຮງງານທີ່ມີຕົ້ນທຶນ SAC_2 ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ເໝາະສົມ (*optimum output*) ຄື OX_4

ໜຶ່ງໃນທາງປະຕິບັດຜູ້ຜະລິດບໍ່ຈຳເປັນຈະຕ້ອງສ້າງໂຮງງານທີ່ມີຂະໜາດເໝາະສົມນີ້ ແລະ ຜະລິດທີ່ປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ເໝາະສົມ (*optimum output*) ຍົກເວັ້ນແຕ່ໃນກໍລະນີທີ່ເປັນການແຂ່ງຂັນສົມບູນ (*perfect competition*) ເທົ່ານັ້ນ.

2. ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມໃນໄລຍະຍາວ (*Long-Run Marginal Cost, LMC*)

ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມໃນໄລຍະຍາວຄຳນວນຈາກຕົ້ນທຶນລວມໄລຍະຍາວ ວິທີການຄຳນວນຄືກັນກັບການຄຳນວນໄລຍະສັ້ນ ຕາມຮູບທີ່ 6.7 ຖ້າເປົ້າໝາຍປະລິມານຜົນຜະລິດຄື OQ_1 ໂຮງງານທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດກໍ່ຄືໂຮງງານທີ່ມີເສັ້ນຕົ້ນທຶນການຜະລິດ SAC_1 ໂດຍມີ SMC_1 ຕັດທີ່ຕໍ່າສຸດຂອງເສັ້ນນີ້ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມລະດັບປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດໃນໄລຍະຍາວຕາມຕົວຢ່າງນີ້ຄື OQ_2 ເຊິ່ງເກີດຈາກຂະໜາດຂອງໜ່ວຍຜະລິດທີ່ມີຕົ້ນທຶນ SAC_2 ແລະ SMC_2 ດັ່ງນັ້ນ, ໃນຈຸດທີ່ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍໄລຍະຍາວມີຄ່າຕໍ່າສຸດຕົ້ນທຶນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວມີຄ່າເທົ່າກັນນັ້ນຄື.

(ຮູບ 6.7)



ບົດທີ 7

ລາຍຮັບ ແລະກຳໄລຈາກການຜະລິດ

ໃນການພິຈາລະນາກຳໄລ ຫຼື ຂາດທຶນ ຜູ້ຜະລິດຈະຕ້ອງປຸງບາງບາງຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ແລະ ລາຍຮັບຈາກການຜະລິດ ຈະພິຈາລະນາພຽງດ້ານໃດດ້ານໜຶ່ງຍ່ອມບໍ່ໄດ້ ຊຶ່ງລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບຕົ້ນທຶນການຜະລິດທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ແລ້ວໃນບົດທີ 6 ແລະໃນບົດທີ 7 ນີ້ຈະໄດ້ພິຈາລະນາກ່ຽວກັບລາຍຮັບຈາກການຜະລິດ.

1. ລາຍຮັບລວມ ລາຍຮັບສະເລ່ຍ ແລະ ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ

(Total Revenue, Average Revenue and Marginal Revenue)

ລາຍຮັບຈາກການຜະລິດແມ່ນລາຍໄດ້ທີ່ຜູ້ຜະລິດໄດ້ຮັບຈາກການຂາຍຜົນຜະລິດຂອງຕົນຕາມລາຄາຕະຫຼາດ ລາຍຮັບຈາກການຜະລິດແບ່ງເປັນ 3 ປະເພດຄື: ລາຍຮັບລວມ (TR), ລາຍຮັບສະເລ່ຍ (AR) ແລະ ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ (MR).

1. ລາຍຮັບລວມ (total revenue, TR) ຄຳນວນຈາກລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍຄູນໃຫ້ປະລິມານຂາຍ

$$TR = P \times Q$$

ຈາກຮູບທີ່ 7.1 ລາຍຮັບລວມເທົ່າກັບພື້ນທີ່ສີ່ຫຼ່ຽມ P_1CQ_1O

2. ລາຍຮັບສະເລ່ຍ (Average Revenue, AR) ອາດຈະພິຈາລະນາຈາກສົມຜົນອຸປະສົງຂອງຜົນຜະລິດດັ່ງນີ້:

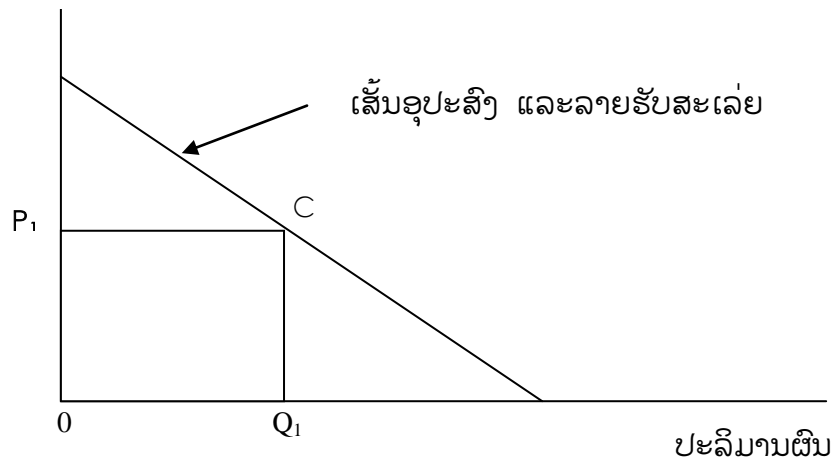
$$Q_x = f(P_x)$$

ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າ P_x ແມ່ນລາຄາຂອງສິນຄ້າຕໍ່ໜ່ວຍໃນປະລິມານຜົນຜະລິດໃດໆ ຖ້າເບິ່ງທາງດ້ານຜູ້ຜະລິດ P_x ກໍ່ຄື: ລາຍຮັບສະເລ່ຍຂອງຜູ້ຜະລິດທີ່ປະລິມານຜົນຜະລິດນັ້ນພິຈາລະນາ ຮູບທີ່ 7.1

ຖ້າລາຄາສິນຄ້າໜ່ວຍລະ OP_1 ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຊື້ສິນຄ້າ OQ_1 ໜ່ວຍ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງມີລາຍຮັບສະເລ່ຍ OP_1 ຈາກການຂາຍສິນຄ້າ OQ_1 ໜ່ວຍ ຈາກທີ່ກ່າວມານີ້ຈຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າເສັ້ນລາຍຮັບສະເລ່ຍ (AR) ກໍ່ຄື ເສັ້ນດຽວກັບເສັ້ນອຸປະສົງນັ້ນເອງ.

ລາຄາ, ລາຍຮັບ

(ຮູບ 7.1)



ຮູບທີ 7.1 ເສັ້ນອຸປະສົງເຊິ່ງເປັນເສັ້ນລາຍຮັບສະເລ່ຍນຳ

ເຮົາສາມາດຫາລາຍຮັບສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍຈາກລາຍຮັບລວມ ໂດຍຫາລາຍຮັບລວມຈາກປະລິມານຂາຍນັ້ນເອງ.

$$AR = \frac{TR}{Q} = P$$

3. ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ (marginal revenue, MR) ໝາຍເຖິງ ສ່ວນປ່ຽນແປງຂອງລາຍຮັບລວມ ອັນເນື່ອງມາຈາກປະລິມານຂາຍປ່ຽນໄປ 1 ໜ່ວຍ ຂຽນເປັນສູດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

ກຳນົດໃຫ້ ΔTR ແມ່ນ ສ່ວນປ່ຽນແປງຂອງລາຍຮັບລວມ
 ΔQ ແມ່ນ ສ່ວນປ່ຽນແປງຂອງປະລິມານຂາຍ

II. ການພົວພັນລະຫວ່າງລາຍຮັບສະເລ່ຍ ລາຍຮັບລວມ ແລະ ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ (Relations Among the Three Types of Revenue)

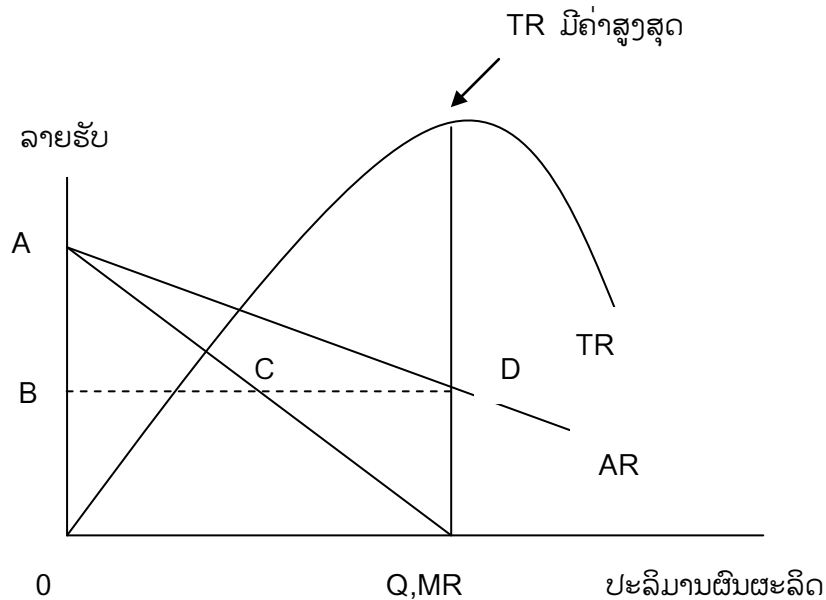
ຈາກຮູບທີ່ 7.1 ຈະເຫັນວ່າຖ້າເຮົາມີຕົວເລກໃນຖັນ 1 ແລະ 2 ເຮົາກໍສາມາດຊອກຫາຕົວເລກໃນຖັນ 3, 4 ແລະ 5 ໄດ້ຕາມລຳດັບຕົວເລກໃນຖັນ 3 ໄດ້ຈາກ ຜົນຄູນຂອງຕົວເລກໃນຖັນ 1 ແລະ 2 ໃນຕົວເລກຖັນ 4 ຄິດໄລ່ຈາກຕົວເລກຈາກຖັນ 3 ຊອກ ຫາຕົວເລກໃນຖັນ 2 (ສັງເກດວ່າຕົວເລກໃນຖັນ 4 ຄືຕົວເລກໃນຖັນ 1) ຕົວເລກໃນຖັນ 5 ຄຳນວນຈາກຕົວເລກໃນຖັນ 4 ແລະ 2 ໂດຍໃຊ້ສູດການຄິດໄລ່ລາຍຮັບເພີ່ມດັ່ງເບື້ອງຕົ້ນ.

ຕາຕະລາງທີ່ 7.1 ສະແດງການຫາລາຍຮັບທັງ 3 ປະເພດຈາກຕາຕະລາງອຸປະສົງ

ລາຄາ (p) (1)	ປະລິມານຊື້ (Q) (2)	ລາຍຮັບລວມ (TR = P×Q) (3)	ລາຍຮັບສະເລ່ຍ (TR = TR/Q) (4)	ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ (MR = ΔTR/ΔQ) (5)
10	1	10	10	10
9	2	18	9	8
8	3	24	8	6
7	4	28	7	4
6	5	30	6	2
5	6	30	5	0 TRມີຄ່າສູງສຸດ
4	7	28	4	-2

ຈາກຕົວເລກເຫຼົ່ານີ້ນຳໄປສ້າງເສັ້ນ TR, AR ແລະ MR ດັ່ງຮູບທີ່ 7.2 ພິຈາລະນາຮ່ວມກັບຕາຕະລາງທີ່ 7.1 ເຮົາສາມາດສະຫຼຸບການພົວພັນຂອງລາຍຮັບທັງ 3 ປະເພດໄດ້ດັ່ງນີ້ :

1. ເມື່ອໃດທີ່ MR ມີຄ່າລາຍກ່ວາສູນ TR ມີຄ່າເພີ່ມຂຶ້ນເມື່ອປະລິມານຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ
2. TR ມີຄ່າສູງສຸດເມື່ອ MR ມີຄ່າເປັນສູນ ແລະ TR ມີຄ່າຫຼຸດລົງເມື່ອ MR ມີຄ່າຕິດລົບ
3. AR ມີຄ່າຫຼຸດລົງເມື່ອປະລິມານຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ MR ມີຄ່ານ້ອຍສຸດກ່ວາ AR



ຮູບທີ 7.2 ການພົວຄົ້ນລະຫວ່າງ TR, AR ແລະ MR

III. ການສ້າງເສັ້ນ MR ຈາກເສັ້ນອຸປະສົງ

(Fitting the Curve from a Demand Curve)

ການສ້າງເສັ້ນ MR ຈາກເສັ້ນອຸປະສົງ ຫຼື ເສັ້ນ AR ແບ່ງອອກເປັນ 3 ກໍລະນີດັ່ງນີ້:

ກໍລະນີທີ 1 : ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຊັນລົງ

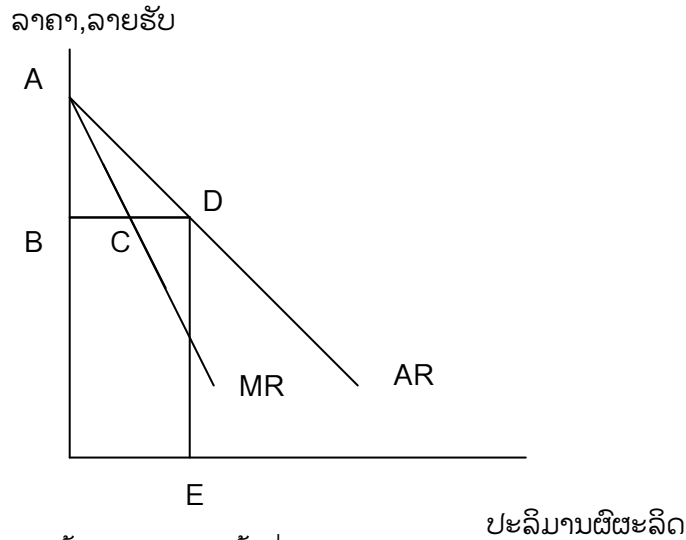
ວິທີສ້າງເສັ້ນ MB ມີຂັ້ນຕອນດັ່ງນີ້ ຖ້າປາຍຂ້າງໜຶ່ງຂອງເສັ້ນ AR ຍັງບໍ່ຮອດແຖນຕັ້ງ ໃຫ້ຂີດໄປຈົນຮອດແຖນຕັ້ງທີ່ຈຸດ A ກຳນົດຈຸດ D ເທິງເສັ້ນ AR ຂີດເສັ້ນ BD ຕັ້ງສາກກັບແຖນຕັ້ງ ແລະເສັ້ນ DQ ຕັ້ງສາກກັບແຖນນອນຈາກນັ້ນແບ່ງເຄິ່ງເສັ້ນ BD ທີ່ຈຸດ C ຈາກຈຸດ A ຂີດເສັ້ນ AE ຜ່ານຈຸດ C ເສັ້ນ AE ນີ້ກໍ່ຄື ເສັ້ນ MR ການກຳນົດໃຫ້ເສັ້ນ MR ແບ່ງເຄິ່ງເສັ້ນຊື່ທີ່ຂີດຈາກຈຸດເທິງເສັ້ນອຸປະສົງມາຕັ້ງສາກກັບແຖນຕັ້ງກໍ່ເພື່ອໃຫ້ເສັ້ນ MR ມີຄ່າຄວາມຊັນເປັນ 2 ເທົ່າຂອງເສັ້ນ AR ປະລິມານຜົນຜະລິດດຽວກັນ ເຊິ່ງເປັນຄຸນສົມບັດທີ່ໄດ້ຈາກການພິສູດທາງ ຄະນິດສາດດັ່ງນີ້: ສົມມຸດໃຫ້ສົມຜົນເສັ້ນອຸປະສົງຄື:

$$AB = P = 10 - Q \quad \dots\dots\dots(1)$$

$$TR = AR \times Q = P \times Q = 10Q - Q^2$$

$$\text{ແລະ } MR = \Delta TR / \Delta Q = 10 - 2Q \quad \dots\dots\dots(2)$$

ຈາກສົມຜົນ (1) ແລະ (2) ເຮົາຈຶ່ງສະຫຼຸບໄດ້ວ່າໃນກໍລະນີທີ່ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຊັນລົງ ຄວາມຊັນຂອງ MR ມີຄ່າເປັນ 2 ເທົ່າຂອງ AR ສະເໝີ.

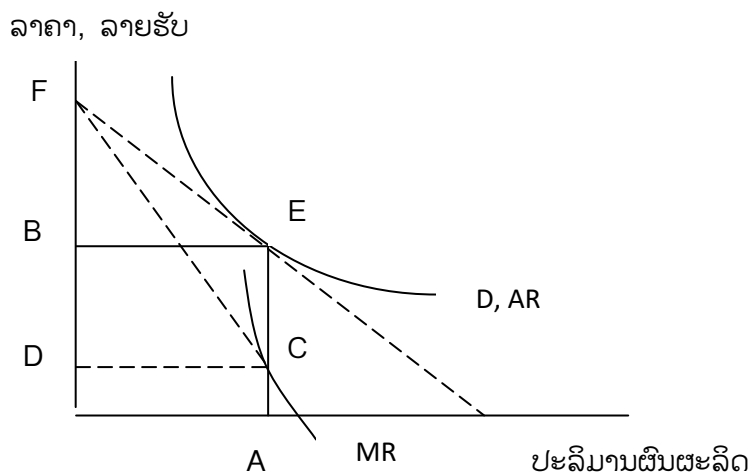


ຮູບທີ 7.2 ການສ້າງເສັ້ນ MR ຈາກເສັ້ນຊື່ອຸປະສົງຊັ້ນລົງ

ກໍລະນີທີ 2 : ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນໂຄ້ງ

ໃນກໍລະນີ ທີ່ອຸປະສົງທີ່ລາຍຮັບສະເລ່ຍເປັນເສັ້ນໂຄ້ງການສ້າງເສັ້ນ MR ມີຂັ້ນຕອນດັ່ງນີ້: ສົມມຸດວ່າ ເຮົາຕ້ອງການຫາຄ່າ MR ລະດັບຜົນຜະລິດທີ່ OA ໃຫ້ຂີດເສັ້ນຊື່ຕັ້ງສາກກັບແຜນນອນຈາກຈຸດ A ໄປຮອດ ເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຈຸດ E ຈາກນັ້ນຂີດເສັ້ນຊື່ສຳຜັດກັບຈຸດ E ແລະ ຕໍ່ປາຍຂ້າງໜຶ່ງຂອງເສັ້ນສຳຜັດນີ້ໄປຈົນພົບ ແຜນຕັ້ງທີ່ຈຸດ F ຂີດເສັ້ນຈາກຈຸດ E ໄປຕັ້ງສາກກັບແຜນທີ່ຈຸດ B ໄລຍະຫ່າງຂອງ FB = EC ຈຸດ C ນີ້ຄື ຕຳແໜ່ງຂອງ MR ປະລິມານຜົນຜະລິດ OA ໂດຍວິທີດຽວກັນນີ້ເຮົາສາມາດຄົ້ນຫາຕຳແໜ່ງຂອງ MR ໃນ ປະລິມານຜົນຜະລິດອື່ນໆ ເມື່ອຂີດເສັ້ນເຊື່ອມຕໍ່ຈາກຈຸດຕ່າງໆເທົ່ານີ້ກໍຈະໄດ້ເສັ້ນ MR ຕາມທີ່ຕ້ອງການ.

ອີກອັນໜຶ່ງ ກໍລະນີທີ່ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຊັ້ນລົງຈະສ້າງເສັ້ນ MR ໂດຍວິທີດຽວກັບກໍລະນີອຸປະສົງເປັນ ເສັ້ນໂຄ້ງກໍໄດ້ ແຕ່ກໍລະນີທີ່ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນໂຄ້ງຈະໃຊ້ວິທີດຽວກັບອຸປະສົງເສັ້ນຊື່ບໍ່ໄດ້ ແນວໃດກໍຕາມການ ສ້າງເສັ້ນ MR ໂດຍວິທີນີ້ກໍເພື່ອໃຫ້ໄດ້ເສັ້ນ MR ທີ່ມີຄ່າຄວາມຊັນເປັນ 2 ເທົ່າຂອງ AR ເຊິ່ງພິຈາລະນາ ງ່າຍໆໂດຍຂີດເສັ້ນຊື່ຈາກຈຸດ F ມາສຳຜັດຈຸດ C ເຫັນວ່າຄວາມຊັນໃນຈຸດ C ເທິງເສັ້ນ MR ມີຄ່າເປັນ 2 ເທົ່າຂອງຄວາມຊັນໃນຈຸດ E ເທິງເສັ້ນ AR .



ຮູບທີ 7.4 ການສ້າງເສັ້ນ MR ຈາກເສັ້ນໂຄ້ງອຸປະສົງ

ກໍລະນີທີ 3 : ອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນ

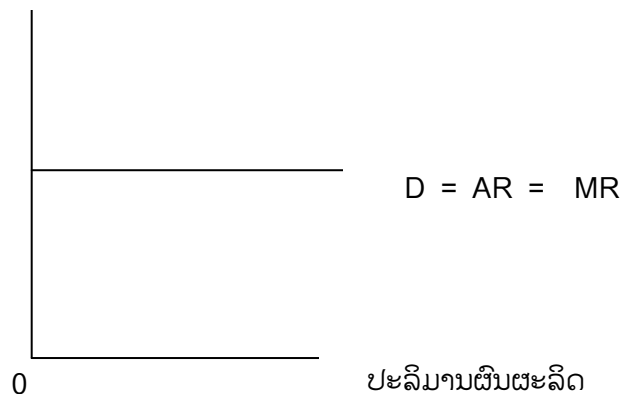
ການທີ່ເສັ້ນອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນແບບນີ້ສະແດງວ່າ ລະດັບລາຄາຂາຍຈະຄົງທີ່ໂດຍຕະຫຼາດບໍ່ວ່າປະລິມານຊື້ເປັນແນວໃດກໍຕາມ ຫຼື ເວົ້າອີກແບບໜຶ່ງວ່າຜູ້ຂາຍສາມາດຂາຍສິນຄ້າໄດ້ບໍ່ຈຳກັດຈຳນວນໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຫຼຸດລາຄາລົງ (ຊຶ່ງເປັນກໍລະນີຂອງຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນໃນບົດທີ 8) MR ທີ່ຄູ່ກັບເສັ້ນອຸປະສົງແບບນີ້ຈະ ເປັນເສັ້ນດຽວກັບເສັ້ນ AR .

ຈາກຕາຕະລາງທີ 7.2 ຈະເຫັນໄດ້ວ່າ ຖ້າລາຄາສິນຄ້າຄົງທີ່ຕະຫຼາດທຸກລະດັບຜົນຜະລິດລາຍຮັບເພີ່ມຈະເທົ່າກັບລາຍຮັບສະເລ່ຍ (2500 ກີບ) ເສັ້ນ MR ແລະ AR ຈຶ່ງເປັນເສັ້ນດຽວກັນ.

ຕາຕະລາງທີ 7.2 ລາຍຮັບຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ

ລາຄາ (P)	ປະລິມານ (Q)	ລາຍຮັບລວມ (TR)	ລາຍຮັບສະເລ່ຍ (AR)	ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ (MR)
10	1	10	10	10
10	2	20	10	10
10	4	40	10	10
10	5	50	10	10
10	6	60	10	10
10	7	70	10	10

ລາຄາ, ລາຍຮັບ



ຮູບທີ 7.5 ການສ້າງເສັ້ນ MR ຈາກອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນ

IV. ຕົ້ນທຶນລາຍໄດ້ ແລະ ກຳໄລສູງສຸດ

(Cost, Revenue and Profit Maximization)

ເສດຖະສາດໄດ້ແບ່ງກຳໄລເປັນ 2 ລັກສະນະ ຄື: ກຳໄລປົກກະຕິ ແລະ ກຳໄລເກີນປົກກະຕິ ຫຼືກຳໄລ.

ກຳໄລປົກກະຕິ (normal profit) ຄື: ຜົນຕອບແທນຂອງຜູ້ປະກອບການໂດຍຕິດຕາມຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດຈາກຄວາມຮູ້ເບື້ອງຕົ້ນທີ່ກ່າວໄວ້ໃນບົດທີ 1 ກ່ຽວກັບການແບ່ງປັດໄຈການຜະລິດ ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າຜູ້ປະກອບການເປັນປັດໄຈການຜະລິດປະເພດໜຶ່ງ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຄວນໄດ້ຮັບຄ່າຕອບແທນຈາກການຜະລິດ ເຊັ່ນດຽວກັບປັດໄຈການຜະລິດປະເພດອື່ນ ແລະ ການຄິດໄລ່ຄ່າຕອບແທນຂອງ ຜູ້ປະກອບການກໍມີຫຼັກການວ່າ: ຜູ້ປະກອບການຄວນຈະໄດ້ຮັບຄ່າຕອບແທນເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດຄື: ຖ້າບໍ່ກອບການເອງແຕ່ເປັນພະນັກງານ ຈ້າງຕາມປົກກະຕິຄວນຈະໄດ້ຄ່າຈ້າງ ຈຳນວນໜຶ່ງ ຫຼືຖ້າບໍ່ປະກອບການກິດຈະການນີ້ ແຕ່ປະກອບກິດຈະການຢ່າງອື່ນຄວນຈະໄດ້ຄ່າຕອບແທນຈຳນວນໜຶ່ງ ຄ່າຈ້າງ ຫຼືຄ່າຕອບແທນທີ່ຄວນຈະໃກ້ຄຽງກັບຄວາມຈິງທີ່ສຸດ ຈຳນວນນັ້ນກໍຄືຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດ ແລະຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດນີ້ກໍຄື: “ກຳໄລປົກກະຕິ”

ກຳໄລເກີນປົກກະຕິຫຼືກຳໄລແບບ (Abnormal or economic profit) ຄື: ກຳໄລ ສ່ວນທີ່ເກີນຈາກກຳໄລປົກກະຕິ ເປັນກຳໄລແທ້ຈິງ ກຳໄລປົກກະຕິເປັນພຽງຄ່າ ເສຍໂອກາດຂອງ ຜູ້ປະກອບການຈຶ່ງບໍ່ແມ່ນກຳໄລແທ້ຈິງ.

ຈຸດເດັ່ນຂອງຕົ້ນທຶນທາງເສດຖະສາດຄື: ມີການລວມຄ່າຕອບແທນຜູ້ປະກອບການຕາມຄ່າເສຍໂອກາດ ຫຼື “ກຳໄລປົກກະຕິ” ໄວ້ໃນຕົ້ນທຶນລວມ ສ່ວນຕົ້ນທຶນທາງບັນຊີບໍ່ໄດ້ລວມກຳໄລປົກກະຕິ ເພາະບໍ່ຖືວ່າຄ່າຕອບແທນຜູ້ປະກອບການເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຕົ້ນທຶນຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນທາງເສດຖະສາດສູງກວ່າຕົ້ນທຶນທາງບັນຊີ.

ໂດຍທົ່ວໄປກຳໄລໝາຍເຖິງ ຜົນຕ່າງລະຫວ່າງລາຍຮັບລວມກັບຕົ້ນທຶນລວມ ສົມຜົນເບື້ອງຕົ້ນຂອງກຳໄລຈຶ່ງມີລັກສະນະດັ່ງນີ້:

$$\text{ກຳໄລ} = TR - TC$$

ຈາກຕາຕະລາງທີ 7.3 ສະແດງການປຸງປຸງຜົນລັບຈາກການຄຳນວນກຳໄລທັງສອງແບບ ສົມມຸດວ່າການຜະລິດມີຄ່າກຳໄລປົກກະຕິເທົ່າກັບ 10 ລ້ານກີບ ສົມມຸດ 4 ກໍລະນີຄື:

ກໍລະນີທີໜຶ່ງ: ການບັນຊີລະບຸວ່າບໍ່ມີກຳໄລຫຼືກຳໄລເປັນສູນ ແຕ່ແນວເສດຖະສາດວິໄຈວ່າຂາດທຶນ ເພາະຜູ້ປະກອບການເຮັດວຽກໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບຄ່າຕອບແທນເລີຍ.

ກໍລະນີສອງ: ການບັນຊີລະບຸວ່າມີກຳໄລ ແຕ່ແນວເສດຖະສາດຖືວ່າຂາດທຶນ ເພາະວ່າຜູ້ປະກອບການໄດ້ຮັບຄ່າຕອບແທນຕ່ຳກວ່າຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດ ກໍລະນີທີສອງຂາດທຶນໜ້ອຍກວ່າກໍລະນີທຳອິດ.

ກໍລະນີສາມ: ການບັນຊີລະບຸວ່າມີກຳໄລ ແນວເສດຖະສາດຖືວ່າມີພຽງກຳໄລປົກກະຕິ (normal profit) ທີ່ຜູ້ປະກອບການຄວນໄດ້ຮັບເປັນຄ່າຕອບແທນເຊິ່ງຍັງບໍ່ແມ່ນກຳໄລແທ້ຈິງ ແຕ່ເປັນຕົ້ນທຶນບໍ່ຈະແຈ້ງ.

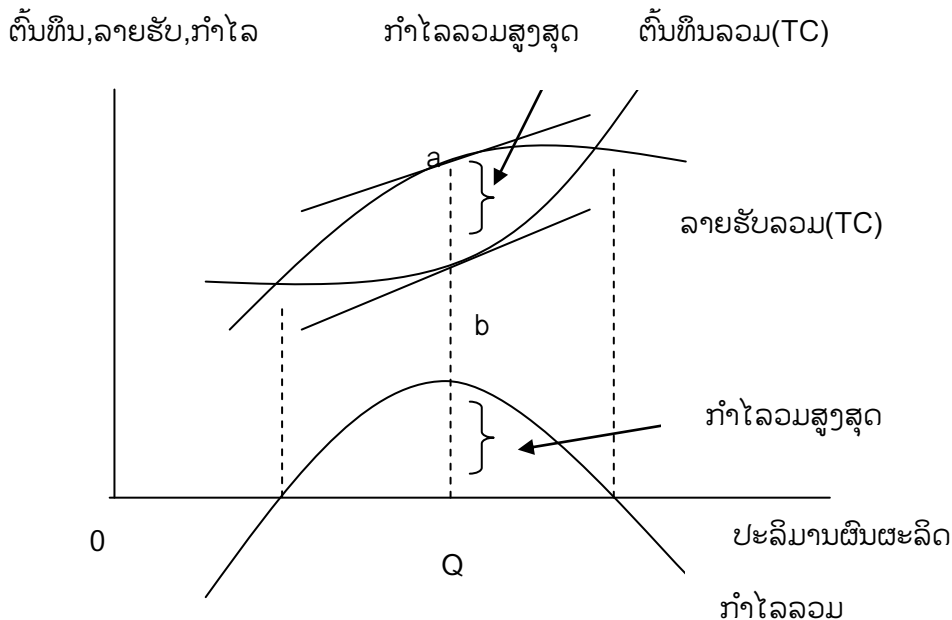
ກໍລະນີສີ່: ການບັນຊີລະບຸວ່າມີກຳໄລ ແນວເສດຖະສາດລະບຸແຈ້ງລົງໄປວ່າ ນອກຈາກມີກຳໄລປົກກະຕິແລ້ວຍັງມີກຳໄລເກີນປົກກະຕິດ້ວຍ (abnormal profit).

ຕາຕະລາງ 7.3 ປຽບທຽບກຳໄລແບບບັນຊີ ແລະ ກຳໄລແບບເສດຖະສາດ

	ກຳໄລແບບການບັນຊີ	ກຳໄລແບບເສດຖະສາດ
ກໍລະນີທີໜຶ່ງ	$TR - TC = 0$ ບໍ່ມີກຳໄລ	$TR - TC = -10$ ຂາດທຶນ
ກໍລະນີທີສອງ	$TR - TC = 5$ ມີກຳໄລ	$TR - TC = -5$ ຂາດທຶນ
ກໍລະນີທີສາມ	$TR - TC = 10$ ມີກຳໄລ	$TR - TC = 0$ ບໍ່ມີກຳໄລເກີນ
ກໍລະນີທີສີ່	$TR - TC = 25$ ມີກຳໄລ	$TR - TC = 15$ ມີກຳໄລເກີນ

ການພິຈາລະນາຂ້າງເທິງເປັນພຽງຫຼັກເບື້ອງຕົ້ນກ່ຽວກັບການພິຈາລະນາກຳໄລແບບການບັນຊີ ແລະ ແບບເສດຖະສາດ ການວິໄຈລັກສະນະຂອງກຳໄລ-ຂາດທຶນແບບເສດຖະສາດ ນີ້ສາມາດນຳໄປໃຊ້ປະໂຫຍດໃນການວິເຄາະ ຫາກວ່າຈະມີຜົນແນວໃດຕໍ່ແນວໂນ້ມລະດັບການແຂ່ງຂັນ ເຊັ່ນ: ໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ ຖ້າໜ່ວຍຜະລິດມີກຳໄລເກີນປົກກະຕິກໍຄາດວ່າຈະມີຜູ້ຜະລິດເຈົ້າ ໃໝ່ເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ.

ນອກຈາກນີ້ອາດພິຈາລະນາວ່າໃນກໍລະນີທີ່ເປັນໜ່ວຍທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍຜູ້ປະກອບການມັກເປັນເຈົ້າຂອງທຶນ ແລະເຮັດໜ້າທີ່ບໍລິຫານຈັດການດ້ວຍຕົນເອງ ຜົນກຳໄລແບບການບັນຊີ ແລະ ກຳໄລແບບເສດຖະສາດຈະຕ່າງກັນຫຼາຍແຕ່ໃນກໍລະນີທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ຜູ້ປະກອບການຄື: ຜູ້ຖືຮຸ້ນລາຍໃຫຍ່ທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງເງິນທຶນ ອາດຈະບໍ່ເຮັດໜ້າທີ່ບໍລິຫານດ້ວຍຕົນເອງ ແຕ່ຈ້າງບຸກຄົນພາຍນອກມາເຮັດແທນ ຜູ້ປະກອບການຈະເຮັດໜ້າທີ່ກຳນົດນະໂຍບາຍໂດຍໄດ້ຮັບເງິນເດືອນ ແລະຄ່າເບ້ຍປະຊຸມການພິຈາລະນາກຳໄລປົກກະຕິກັບກຳໄລເກີນປົກກະຕິຂອງໜ່ວຍທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ຕາມການກຳນົດ ແລະອາດຈະຊັບຊ້ອນຫຼາຍກວ່າກໍລະນີໜ່ວຍທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ.



ຮູບທີ 7.6 ສະແດງກຳໄລລວມມີຄ່າສູງສຸດ

ເນື່ອງຈາກກຳໄລຄືເປົ້າໝາຍສຳຄັນຂອງຜູ້ປະກອບການ ດັ່ງນັ້ນ, ບັນຫາທີ່ຄວນສົນໃຈສຳລັບຜູ້ປະກອບການຄື: ການຫາກຳໄລສູງສຸດຖ້າພິຈາລະນາຈາກລາຍຮັບລວມ ແລະ ລາຍຈ່າຍລວມ ໃນ

ສົມຜົນກຳໄລຈະເຫັນໄດ້ວ່າກຳໄລຈະມີຄ່າສູງສຸດຕໍ່ເມື່ອລາຍຮັບລວມ (TR) ແລະລາຍຈ່າຍລວມ (TC) ມີຄ່າຕ່າງກັນຫຼາຍທີ່ສຸດ.

ຈາກຮູບທີ 7.6 ກຳໄລສູງສຸດຈະຢູ່ທີ່ຜົນຜະລິດ OQ ຊຶ່ງເປັນຕຳແໜ່ງທີ່ TR ຢູ່ສູງກວ່າ TC ຫຼາຍທີ່ສຸດ ຫຼາຍກວ່ານັ້ນເຊິ່ງ TR ຢູ່ຫ່າງຈາກ TC ຕາມແນວຕັ້ງຫຼາຍທີ່ສຸດນີ້ຍັງສະແດງຄ່າຄວາມຊັນ (slope) ຂອງ TR ແລະ TC ມີຄ່າເທົ່າກັນພໍດີ.

ແຕ່ເນື່ອງຈາກຄວາມຊັນຂອງ $TR = \Delta TR / \Delta Q = MR$

ແລະ ຄວາມຊັນຂອງ $TC = \Delta TC / \Delta Q = MC$

ດັ່ງນັ້ນ, ກຳໄລສູງສຸດຈະຢູ່ທີ່ລະດັບຜົນຜະລິດເຊິ່ງລາຍຮັບເພີ່ມເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນເພີ່ມ ($MR = MC$) ສ່ວນລະດັບອື່ນໆ ນອກຈາກນີ້ຈະໃຫ້ກຳໄລນ້ອຍກວ່າ, ດ້ວຍເຫດຜົນຄື: ຍາມໃດທີ່ລາຍໄດ້ເພີ່ມຍັງມີ ຫຼາຍກວ່າຕົ້ນທຶນເພີ່ມແລ້ວ ກຳໄລຂອງຜູ້ຜະລິດຍັງຄົງສູງຂຶ້ນໄດ້ຢູ່ເລື້ອຍໆ, ດ້ານການຜະລິດຍັງຄົງ ເພີ່ມຕໍ່ໄປ ແຕ່ເມື່ອໃດທີ່ຕົ້ນທຶນເພີ່ມຫຼາຍກວ່າລາຍໄດ້ເພີ່ມແລ້ວກຳໄລຈະຫຼຸດລົງ. ດັ່ງນັ້ນ, ກຳໄລສູງສຸດ ມີພຽງຈຸດດຽວຄື: ຈຸດທີ່ $MC = MR$ ແລະ ທີ່ຕຳແໜ່ງນີ້ຈະເປັນຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ຜະລິດດ້ວຍ.

ບົດທີ 8

ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ (Price and Determination under Perfect Competition)

ເຮົານຳຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບຕົ້ນທຶນ ແລະ ລາຍຮັບຈາກການຜະລິດເຊິ່ງກ່າວໄວ້ໃນບົດທີ 6 ແລະ ບົດທີ 7 ມາໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືວິເຄາະລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ໃຫ້ກຳໄລສູງສຸດສຳລັບການຜະລິດໃນຕະຫຼາດແບບຕ່າງໆ ໂດຍຈະເລີ່ມຈາກຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ.

8.1 ຄວາມໝາຍຂອງຕະຫຼາດໃນທາງເສດຖະສາດ

ຄຳວ່າຕະຫຼາດໃນວິຊາເສດຖະສາດ ແລະ ໃນຄວາມເຂົ້າໃຈຂອງຊາວບ້ານທົ່ວໄປມີຄວາມໝາຍທີ່ແຕກຕ່າງກັນ, ຕະຫຼາດຂອງຊາວບ້ານໝາຍເຖິງສະຖານທີ່ເຊິ່ງຈັດໄວ້ເພື່ອຜູ້ຊື້ ແລະ ຂາຍມາພົບປະ ຕົກລົງຊື້ຂາຍສິນຄ້າຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ຕະຫຼາດນັດ ແລະ ສູນການຄ້າຕ່າງໆເປັນຕົ້ນ. ໃນວິຊາເສດຖະສາດຕະຫຼາດຈຳເປັນຕ້ອງເປັນສະຖານທີ່ ມີການຊື້-ຂາຍ, ແຕ່ມີຄວາມໝາຍເປັນນາມມະທຳ ໝາຍເຖິງການຕົກລົງຊື້ຂາຍສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ ລວມທັງປັດໄຈການຜະລິດ ການຕົກລົງຊື້ຂາຍສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃດກໍ່ເອີ້ນວ່າ: ຕະຫຼາດຕາມສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການນັ້ນເຊັ່ນ: ຕະຫຼາດແຮງງານກໍ່ແມ່ນການຊື້ຂາຍແຮງງານ, ຕະຫຼາດໄຟຟ້າກໍ່ໝາຍເຖິງ ການຊື້ຂາຍໄຟຟ້າ, ຕະຫຼາດຫຼັກຊັບກໍ່ໝາຍເຖິງການຊື້ຂາຍຫຼັກຊັບເປັນຕົ້ນ. ໃນປັດຈຸບັນການຄົມມະນາຄົມ ແລະ ການສື່ສານແມ່ນຈະເລີນກ້າວໜ້າໜ້າ, ການເກັບຮັກສາສິນຄ້າ ແລະ ການຈັດມາດຖານສິນຄ້າກໍ່ເຮັດໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ, ດັ່ງນັ້ນ, ບໍ່ຈຳເປັນວ່າຜູ້ຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍ ຈະຕ້ອງມາພົບກັນ ແລະ ເຫັນສິນຄ້າກ່ອນຕົກລົງໃຈຊື້ ການຊື້ຂາຍ ຈຶ່ງອາດເກີດຂຶ້ນໄດ້ທັງທີ່ຜູ້ຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍຢູ່ຄົນລະມຸມໂລກ ການຊື້ຂາຍດ້ວຍວິທີນີ້ຈຶ່ງສະດວກ ແລະ ວ່ອງໄວດ້ວຍເຫດນີ້ຕະຫຼາດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການບາງຢ່າງເຊິ່ງຂະຫຍາຍຂອບເຂດໄດ້ກ້ວາງທົ່ວໂລກ ເຊິ່ງເອີ້ນວ່າ: ຕະຫຼາດໂລກ.

ໃນການສຶກສາກ່ຽວກັບການກຳນົດລາຄາ ແລະ ຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດ ນັກເສດຖະສາດໄດ້ແບ່ງຕະຫຼາດອອກເປັນ 2 ປະເພດໃຫຍ່ໄດ້ແກ່:

1. ຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ (Perfectly competitive market)
2. ຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນບໍ່ສົມບູນ (Imperfectly competitive market), ເຊິ່ງແບ່ງເປັນ 3 ປະເພດຍ່ອຍຄື :
 - ກ. ຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດແທ້ຈິງ (Pure monopoly)
 - ຂ. ຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍ (Oligopoly)
 - ຄ. ຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ (Monopolistic competition)

ການແບ່ງປະເພດຂອງຕະຫຼາດພິຈາລະນາ ລັກສະນະ ແລະ ເງື່ອນໄຂຕ່າງໆທີ່ສຳຄັນຄື: ຈຳນວນຜູ້ຜະລິດທີ່ຜູ້ຂາຍຄວາມຍາກງ່າຍໃນການຊື້ສິນຄ້າອື່ນມາທົດແທນ ແລະ ຄວາມຍາກງ່າຍໃນການເຂົ້າ ຫຼື ການອອກຈາກການຜະລິດ.

8.2 ລັກສະນະຂອງການແຂ່ງຂັນຕະຫຼາດສົມບູນ

(Characteristic of Perfectly Competitive Market)

ຂໍ້ສົມມຸດສຳລັບຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນຢ່າງສົມບູນມີດັ່ງນີ້:

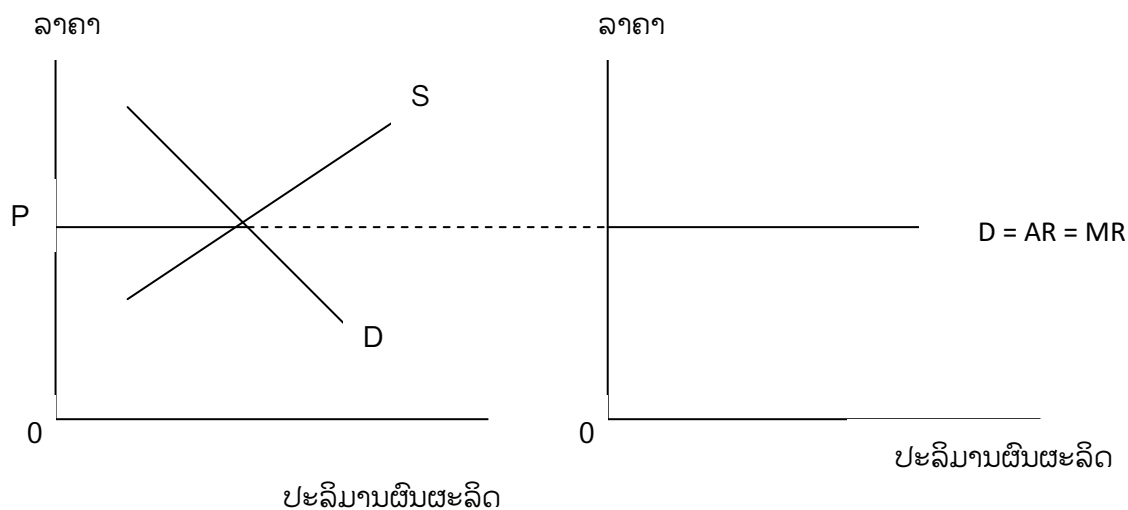
1. ຜູ້ຂາຍແລະຜູ້ຊື້ມີຫຼາຍເຮັດໃຫ້ການຊື້ຂາຍມີຈຳນວນໜ້ອຍເມື່ອປຸງປຸງກັບຈຳນວນຊື້ຂາຍລວມຂອງຕະຫຼາດ ດ້ວຍເຫດນີ້ການປ່ຽນແປງປະລິມານການຊື້ຂາຍຂອງຜູ້ຊື້ແລະຜູ້ຂາຍຜູ້ໃດຜູ້ໜຶ່ງ ຈຶ່ງບໍ່ກະທົບຕໍ່ລາຄາຕະຫຼາດ ເວົ້າອີກຢ່າງໜຶ່ງກໍ່ຄືວ່າ ບໍ່ໄດ້ເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຂອງຕະຫຼາດປ່ຽນແປງ.
2. ສິນຄ້າມີລັກສະນະ ແລະ ຄຸນນະພາບໃກ້ຄຽງກັນຫຼາຍ (Homogenous product) ໝາຍຄວາມວ່າໃນສາຍຕາຂອງຜູ້ຊື້ເຫັນວ່າສິນຄ້າດັ່ງກ່າວຂອງຜູ້ຂາຍແຕ່ລະລາຍບໍ່ແຕກຕ່າງກັນຈະຊື້ຈາກຜູ້ຂາຍຄົນໃດຄົນໜຶ່ງກໍ່ໄດ້, ເທົ່າທີ່ຈະຂາຍຕາມລາຄາຕະຫຼາດ ການສົມມຸດໃຫ້ສິນຄ້າມີລັກສະນະແລະມາດຕະຖານຄືກັນກໍ່ເພື່ອຕັດບັນຫາບໍ່ໃຫ້ມີປັດໄຈອື່ນໆ ຍົກເວັ້ນລາຄາພຽງຢ່າງດຽວທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈຂອງຜູ້ຊື້.
3. ຜູ້ຜະລິດສາມາດຢຸດເຊົາກິດຈະການໄດ້ໂດຍງ່າຍ (Free exit) ແລະຜູ້ຜະລິດໃໝ່ມີສິດທີ່ຈະເຂົ້າດຳເນີນການຜະລິດແຂ່ງຂັນເມື່ອໃດກໍ່ໄດ້ໂດຍເສລີ ປາສະຈາກການກົດຂວາງ(Free entry).
4. ສິນຄ້າສາມາດເຄື່ອນຍ້າຍໄດ້ເຕັມທີ່ (Free mobility) ໝາຍຄວາມວ່າ ສິນຄ້າສາມາດເຄື່ອນຍ້າຍໄປສະຖານທີ່ຕ່າງໆ ໄດ້ສະດວກແລະບໍ່ເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຫຼາຍຈົນເຮັດໃຫ້ມີຜົນຕໍ່ລາຄາສິນຄ້າ.
5. ຜູ້ຂາຍແລະຜູ້ຊື້ຕ່າງກໍ່ມີຄວາມຮູ້ໃນສະພາບການຂອງຕະຫຼາດຢ່າງສົມບູນ (Perfect knowledge) ໝາຍຄວາມວ່າມີການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນການຊື້ຂາຍຕໍ່ມວນຊົນ ຜູ້ຂາຍ ແລະຜູ້ຊື້ຈະຕ້ອງຕິດຕາມເຫດການ ແລະການເຄື່ອນໄຫວໃນຕະຫຼາດຕະຫຼອດເວລາເພື່ອວ່າມີການປ່ຽນແປງເກີດຂຶ້ນຈະໄດ້ຮູ້ທັນທີ ແລະປະຕິບັດໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ ຕົວຢ່າງ: ຖ້າຜູ້ຂາຍໃດໜຶ່ງຂຶ້ນລາຄາສິນຄ້າຜູ້ຊື້ທຸກຄົນຈະຮູ້ໄດ້ທັນທີ ແລະທັນໄປຊື້ສິນຄ້າຈາກຜູ້ຂາຍຄົນອື່ນ ຫຼື ຖ້າລາຄາສິນຄ້າແບບດຽວກັນ ຕະຫຼາດແຫ່ງໜຶ່ງສູງກວ່າໃນຕະຫຼາດອີກແຫ່ງໜຶ່ງຜູ້ຂາຍສິນຄ້ານັ້ນກໍ່ຈະຮູ້ຢ່າງທົ່ວເຖິງທັນທີແລະນຳສິນຄ້າຂອງຕົນໄປຂາຍຍັງຕະຫຼາດແຫ່ງນັ້ນ.

ຕະຫຼາດທີ່ມີລັກສະນະຄົບຖ້ວນຕາມຂໍ້ສົມມຸດຂ້າງເທິງນີ້ ໃນຄວາມເປັນຈິງບໍ່ສາມາດພົບໄດ້ເທົ່າທີ່ມີຢູ່ກໍ່ເປັນພຽງຕະຫຼາດທີ່ໃກ້ຄຽງການແຂ່ງຂັນສົມບູນເທົ່ານັ້ນເຊິ່ງໄດ້ແກ່ ຕະຫຼາດຜົນຜະລິດການກະສິກຳບາງຢ່າງເຊັ່ນ: ເຂົ້າເປືອກ, ສາລີ ແລະ ມັນຕົ້ນເປັນຕົ້ນ. ເມື່ອບໍ່ມີຈິງເຊັ່ນນີ້ແລ້ວເປັນຫຍັງຈຶ່ງສົນໃຈສຶກສາ? ຄຳຕອບໂດຍສະຫຼຸບກໍ່ຄືຕະຫຼາດນີ້ຖືເປັນແບບຈຳລອງທີ່ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອເປັນຕົ້ນແບບຂອງສະພາບຕະຫຼາດໂດຍທົ່ວໄປ. ດັ່ງນັ້ນ, ແບບຈຳລອງນີ້ຈຶ່ງຕ້ອງມີລັກສະນະງ່າຍໆ ບໍ່ຊັບຊ້ອນຫຼາຍເກີນໄປ ແລະສາມາດນຳໄປປັບໄຊ້ກັບກໍລະນີທົ່ວໄປໄດ້ງ່າຍພໍສົມຄວນ.

8.3 ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະລາຍ (Individual Demand Curve of a Firm)

ຈາກຂໍ້ສົມມຸດອັນທຳອິດຂອງຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນທີ່ກ່າວວ່າມີຜູ້ຂາຍຈຳນວນຫຼາຍ ແລະແຕ່ລະລາຍມີປະລິມານສິນຄ້າທີ່ຈະຂາຍພຽງເລັກນ້ອຍເມື່ອທຽບກັບປະລິມານຂາຍຂອງສິນຄ້ານັ້ນ ທັງໝົດໃນຕະຫຼາດ. ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຂາຍແຕ່ລະລາຍຈຶ່ງບໍ່ສາມາດກຳນົດລາຄາສິນຄ້າໄດ້ຕາມທີ່ຕ້ອງການ ແຕ່ຈະຕ້ອງຂາຍຕາມລາຄາຕະຫຼາດ (Price taker) ເຊິ່ງເປັນລາຄາທີ່ກຳນົດຂຶ້ນໂດຍອຸປະສົງ ແລະອຸປະທານຂອງຕະຫຼາດດ້ວຍເຫດນີ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຂາຍແຕ່ລະລາຍຈຶ່ງເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນ.

ຮູບທີ 8.1 (ກ) ສະແດງລາຄາສົມດູນຂອງຕະຫຼາດເຊິ່ງກຳນົດໂດຍອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຂອງຕະຫຼາດເຊິ່ງເທົ່າກັບ OP ຜູ້ຂາຍແຕ່ລະລາຍໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນຈະຕ້ອງຂາຍສິນຄ້າ ຕາມລາຄາສົມດູນຂອງຕະຫຼາດ (ອາດຈະເອີ້ນສັ້ນໆວ່າ ລາຄາຕະຫຼາດ) ຖ້າຜູ້ຂາຍລາຍໃດຕັ້ງລາຄາສິນຄ້າ ສູງກວ່າລາຄາຕະຫຼາດເຂົາຈະຂາຍສິນຄ້າບໍ່ໄດ້ເລີຍເພາະຜູ້ຊື້ເຊິ່ງຮູ້ຂໍ້ມູນດີຈະຫັນໄປຊື້ສິນຄ້າຈາກຜູ້ຂາຍລາຍອື່ນໆ ເຊິ່ງມີຢູ່ຫຼາຍໃນຕະຫຼາດ, ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຜູ້ຂາຍກໍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຂາຍຕໍ່າກວ່າລາຄາສົມດູນເພາະສາມາດຂາຍສິນຄ້າຈຳນວນນ້ອຍໆຂອງຕົນໄດ້ໝົດຕາມລາຄາຕະຫຼາດ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ມີຕໍ່ສິນຄ້າຂອງຜູ້ຂາຍແຕ່ລະລາຍຈຶ່ງເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແຖນນອນແລະຢູ່ຊື່ກັບລາຄາຕະຫຼາດດັ່ງສະແດງໃນຮູບທີ 8.1 (ຂ) ແລະ ຕາມທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ໃນບົດທີ 7 ໃນຫົວຂໍ້ການສ້າງເສັ້ນ MR ຈາກອຸປະສົງທີ່ເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແຖນນອນນັ້ນ ເສັ້ນອຸປະສົງ, ເສັ້ນ AR ແລະ ເສັ້ນ MR ເປັນເສັ້ນດຽວກັນ.



ຮູບທີ 8.1 (ກ) ຄວາມສົມດູນຂອງຕະຫຼາດ ຮູບທີ 8.1 (ຂ) ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຂາຍແຕ່ລະຄົນ

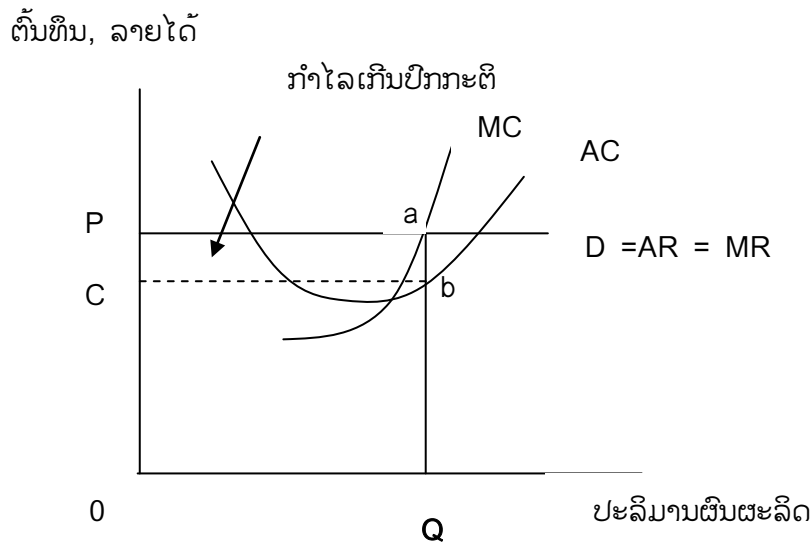
8.4 ຄວາມສົມດູນໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜະລິດ

ຄຳວ່າຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ຜະລິດໝາຍເຖິງ ສະພາວະທີ່ຜູ້ຜະລິດໄດ້ຮັບກຳໄລສູງສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ຜະລິດ (Equilibrium of the firm) ແລະ ກຳໄລສູງສຸດຈຶ່ງຢູ່ກົງກັນຂ້າມ ແລະ ກົງກັບປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ $MC = MR$ ຕາມຮູບທີ 8.2 ຜູ້ຜະລິດຢູ່ໃນສະພາວະຄວາມສົມດູນເມື່ອປະລິມານຜົນຜະລິດເທົ່າກັບ OQ ແລະ ຂາຍໃນລາຄາໜ່ວຍລະ OP ຜູ້ຜະລິດຈະມີກຳໄລທັງໝົດເທົ່າກັບພື້ນສີ່ຫຼ່ຽມ $PabC$ ຫຼື ອີກຢ່າງໜຶ່ງເທົ່າກັບກຳໄລສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍຄູນດ້ວຍປະລິມານຜົນຜະລິດຫຼືປະລິມານຂາຍ .

ກຳໄລສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍ = ລາຍຮັບສະເລ່ຍ - ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍ

$$PC = OP - OC$$

ໃນກໍລະນີນີ້ເນື່ອງຈາກຜູ້ຜະລິດມີລາຍຮັບລວມສູງກວ່າຕົ້ນທຶນລວມ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງໄດ້ກໍາໄລເກີນປົກກະຕິ (Abnormal profit) ໃນໄລຍະສັ້ນຜູ້ຜະລິດໃນຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນອາດຈະມີກໍາໄລເກີນປົກກະຕິໄດ້.

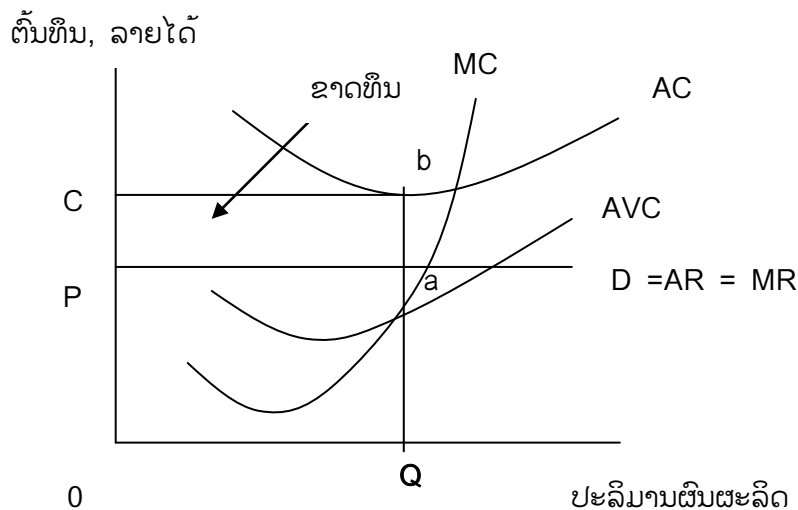


ຮູບທີ່ 8.2 ຄວາມສົມດູນໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜະລິດ

8.5 ການຂາດທຶນຕໍ່າ (Minimum Loss)

ໄລຍະສັ້ນອາດເປັນໄປໄດ້ວ່າຜູ້ຜະລິດບາງເຈົ້າມີຕົ້ນທຶນຕໍ່ຫົວໜ່ວຍສູງກວ່າລາຄາສິນຄ້າເນື່ອງຈາກການຜະລິດຍັງບໍ່ມີປະສິດທິພາບ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຂາດທຶນ ໃນກໍລະນີແບບນີ້ຜູ້ຜະລິດມີທາງເລືອກ 2 ທາງຄື: ຜະລິດຕໍ່ໄປທັງທີ່ຍັງຂາດທຶນ ຫຼືຍຸດເຊົາຜະລິດທັນທີຈະເລືອກທາງດ້ານໃດນັ້ນຂຶ້ນກັບການປຸງປັບລາຍຮັບລວມກັບຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ ກໍຄື: ຖ້າຜູ້ຜະລິດມີລາຍຮັບລວມຫຼາຍກວ່າຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ ກໍຄວນຜະລິດຕໍ່ໄປເຖິງວ່າຈະຕ້ອງຂາດທຶນແຕ່ກໍຕາມເພາະຖ້າຢຸດການຜະລິດຊົ່ວຄາວຈະຂາດທຶນຫຼາຍກວ່າ. ທັງນີ້ກໍເພາະວ່າໃນໄລຍະສັ້ນເຖິງຈະບໍ່ຜະລິດ ສະເລ່ຍຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ກໍຍັງຕ້ອງຈ່າຍຕໍ່ໄປ ດັ່ງນັ້ນ, ຖ້າລາຍຮັບລວມຫຼາຍກວ່າຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມກໍຜະລິດຕໍ່ໄປເພາະອາດນໍາລາຍຮັບສ່ວນເກີນຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງມາຊົດເຊີຍຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ບາງສ່ວນເຮັດໃຫ້ຂາດທຶນໜ້ອຍລົງ. ກົງກັນຂ້າມຖ້າລາຍຮັບລວມ ໜ້ອຍກວ່າຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມ ຜູ້ຜະລິດຄວນຢຸດກິດຈະການບໍ່ດັ່ງນັ້ນນອກຈາກຈະຂາດທຶນໃນສ່ວນຂອງຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ແລ້ວ ລາຍຮັບຍັງບໍ່ສາມາດຊົດເຊີຍຕົ້ນທຶນ ປ່ຽນແປງ.

ແຕ່ຖ້າລາຍຮັບລວມເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງລວມຜູ້ຜະລິດຕໍ່ໄປ ຫຼືບໍ່ນັ້ນ ມີຜົນເທົ່າກັນ ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວຜູ້ຜະລິດຈະຜະລິດຕໍ່ໄປ ຢ່າງໜ້ອຍທີ່ສຸດເພື່ອຄົ້ນຄວ້າຈະບໍ່ໄດ້ຫວ່າງງານ ແລະຮັກສາລູກຄ້າໄວ້ຈົນກວ່າຈະຕັດສິນໃຈຍຸດເຊົາກິດຈະການເດັດຂາດ ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ຜະລິດຕ້ອງຜະລິດຕໍ່ໄປທັງທີ່ຂາດທຶນ ຜູ້ຜະລິດຈະຕ້ອງຜະລິດ ກົງກັບປະລິມານຜົນຜະລິດ ທີ່ $MC = MR$ ຈຶ່ງຈະຂາດທຶນໜ້ອຍທີ່ສຸດເພາະຖ້າຜະລິດຕໍ່າກວ່າປະລິມານທີ່ລະດັບນີ້ MR ຈະຫຼາຍກວ່າ MC ສະແດງວ່າຂາດທຶນໜ້ອຍລົງເມື່ອຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນ ກົງກັນຂ້າມຖ້າຜະລິດສູງກວ່າລະດັບນີ້ $MC > MR$ ການຂາດທຶນຈະຫຼາຍຂຶ້ນ.



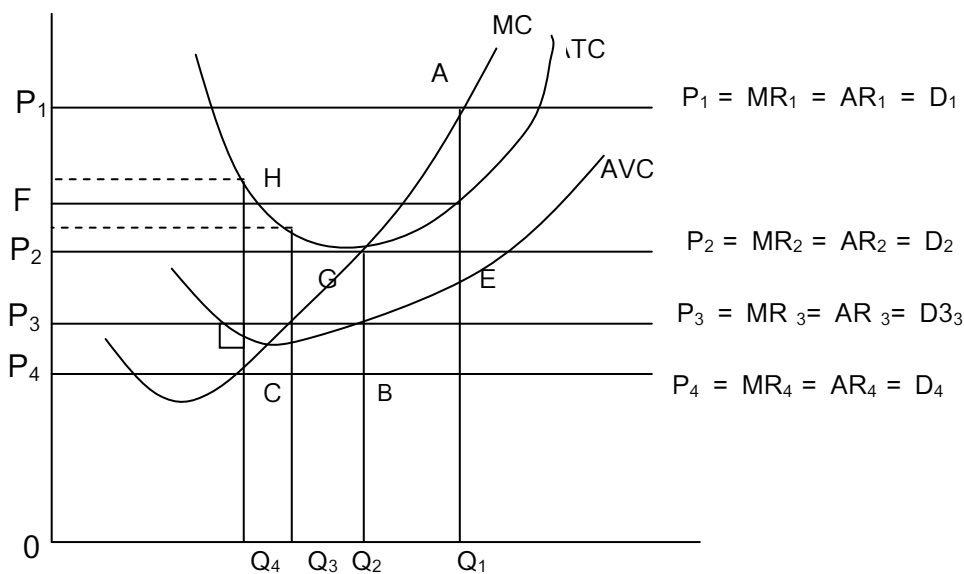
ຮູບທີ່ 8.3 ສະແດງການຂາດທຶນຕໍ່າສຸດ

ຮູບທີ່ 8.3 ສະແດງລາຄາສິນຄ້າ (OP) ຕໍ່າກວ່າຕົ້ນທຶນຕໍ່ໜ່ວຍ (OC) ຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງຂາດທຶນ ໜ່ວຍລະ CP ເນື່ອງຈາກລາຄາສິນຄ້າສູງກວ່າຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງຕໍ່ໜ່ວຍ ຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງຜະລິດຕໍ່ໄປ ແລະເພື່ອໃຫ້ຂາດທຶນໜ້ອຍທີ່ສຸດຜູ້ຜະລິດຈະຜະລິດທີ່ລະດັບ $MC = MR$ ຄື: ຜະລິດ OQ ໜ່ວຍ ແລະ ຂາດທຶນທັງໝົດເທົ່າກັບ $CP \times OQ$ ເຊິ່ງເທົ່າກັບພື້ນທີ່ສີ່ຫຼ່ຽມ CbaP.

8.6 ເສັ້ນອຸປະທານໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະລາຍ

(short- Run Supply Curve of the Firm)

ຮູບທີ່ 8.4 ສົມມຸດວ່າໜ່ວຍຜະລິດທີ່ເຮົາກຳລັງພິຈາລະນາຢູ່ນີ້ມີຕົ້ນທຶນ MC, AC ແລະ AVC ໄລຍະຫ່າງຂອງ AC ແລະ AVC ຄືຄ່າຂອງ AFC ທີ່ລະດັບປະລິມານຜົນຜະລິດຕ່າງໆ ນອກຈາກນີ້ ສົມມຸດເສັ້ນ MR ອີກ 4 ເສັ້ນນັ້ນຄືສົມມຸດລາຄາຕະຫຼາດໄວ້ວ່າມີຢູ່ 4 ລະດັບ



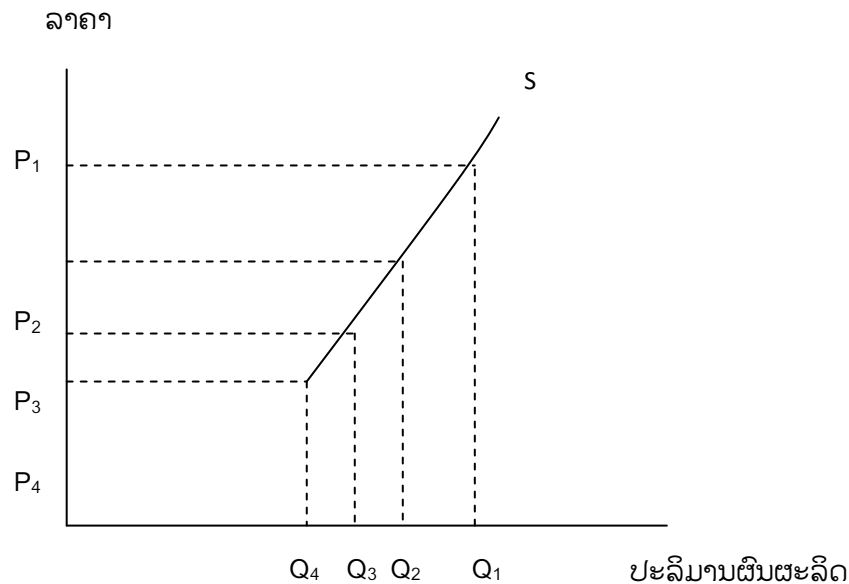
ຮູບທີ່ 8.4 ການສ້າງເສັ້ນອຸປະທານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ

(ມີການປ່ຽນແປງລາຄາ) ຕໍ່ໄປຈະເປັນການວິເຄາະສະພາວະສົມດູນ, ຜົນຜະລິດ, ກຳໄລ ແລະ ການຕັດສິນໃຈຂອງຜູ້ຜະລິດ ເມື່ອປະເຊີນກັບລາຄາຕະຫຼາດທີ່ລະດັບຕ່າງໆ ຕາມທີ່ສົມມຸດໄວ້ ແລະສຸດທ້າຍຈະໄດ້ຂໍສະຫຼຸບກ່ຽວເສັ້ນອຸປະທານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ.

1. ຖ້າລະດັບລາຄາຕະຫຼາດຢູ່ທີ່ OP1 ກຳໄລສູງສຸດຈະຢູ່ທີ່ຈຸດຄວາມສົມດູນ A ເຊິ່ງເປັນຈຸດທີ່ $P1=MC=MR1$ ແລະສູງກ່ວາ ATC ຫຼື AC ລະດັບປະມານຜົນຜະລິດເທົ່າກັບ OQ1 ກຳໄລທັງໝົດເທົ່າກັບກຳໄລສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍຄູນດ້ວຍປະລິມານຜົນຜະລິດ ນັ້ນຄື $AE \times OQ1$ ເຊິ່ງເທົ່າກັບພື້ນທີ່ຟຸ່ມ P1AEF ແລະເປັນກຳໄລປະເພດເກີນປົກກະຕິ (abnormal or econornic or pure profit) .
2. ຖ້າລະດັບລາຄາຕະຫຼາດຢູ່ທີ່ OP2 ກຳໄລສູງສຸດຈະຢູ່ທີ່ຈຸດຄວາມສົມດູນ B ເຊິ່ງເປັນຈຸດທີ່ $MC = MR2 =$ ຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງ AC ພໍດີ ແລະ ລະດັບຜົນຜະລິດເທົ່າກັບ OQ2 ໜ່ວຍ, ເນື່ອງຈາກທີ່ຈຸດ B ນີ້ ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນ (ລວມ) ສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍພໍດີ ທີ່ຈຸດ B ນີ້ຈຶ່ງເປັນຈຸດກຸ້ມທຶນ ຫຼືເທົ່າທຶນ (Break-Even Point).
3. ຖ້າລະດັບລາຄາຕະຫຼາດຢູ່ທີ່ OP3 ກຳໄລສູງສຸດຈະຢູ່ທີ່ລະດັບຄວາມສົມດູນ C ເຊິ່ງເປັນຈຸດທີ່ $P3 = MC = MR3$ ປະລິມານຜົນຜະລິດເທົ່າກັບ OQ3 ທີ່ຈຸດ C ນີ້ ການຜະລິດຕ້ອງໃຊ້ຕົ້ນທຶນລວມສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍ (AC) ເທົ່າກັບ GQ3 ແຕ່ມີລາຍຮັບສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍ (AR) ເທົ່າກັບ CQ3 ຕົ້ນທຶນລະເລ່ຍຈຶ່ງສູງກ່ວາລາຍຮັບສະເລ່ຍ ສະແດງວ່າຂາດທຶນເທົ່າກັບໜ່ວຍລະ GC ຢ່າງໃດກໍຕາມເນື່ອງຈາກຈຳນວນຂາດທຶນ GC ຕໍ່ໜ່ວຍດັ່ງກ່າວຍັງໜ້ອຍກ່ວາຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ສະເລ່ຍ (AFC) ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດທີ່ຢູ່ໃນສະຖານະການແບບນີ້ຍັງຈະຄົງຜະລິດຕໍ່ໄປເພາະຜູ້ຜະລິດຈະຕ້ອງຈ່າຍຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ຢູ່ດີ ບໍ່ວ່າຈະຜະລິດຫຼືຢຸດກິດຈະການຜະລິດຊົ່ວຄາວກໍຕາມການຜະລິດຕໍ່ຢ່າງໜ້ອຍກໍອາດມີລາຍໄດ້ມາຊິດເຊີຍຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ບາງສ່ວນ.
4. ຖ້າລະດັບລາຄາຕະຫຼາດຢູ່ທີ່ OP4 ການຂາດທຶນຕ່ຳສຸດຈະຢູ່ທີ່ຈຸດຄວາມສົມດູນ D ເຊິ່ງເປັນຈຸດ $MC=MR4=$ ຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງ AVC ພໍດີມີປະລິມານການຜະລິດເທົ່າກັບ OQ4 ທີ່ຈຸດນີ້ລາຍຮັບສະເລ່ຍເທົ່າກັບ DQ4 ແຕ່ຕົ້ນທຶນລວມສະເລ່ຍເທົ່າກັບ HQ4 ສະແດງວ່າມີການຂາດທຶນເທົ່າກັບ HD ຕໍ່ໜ່ວຍ ຫຼື ຂາດທຶນທັງໝົດເທົ່າກັບ $HD \times OQ4$ ແຕ່ເນື່ອງຈາກ $HD=AFC$ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຸດ D ນີ້ ຈະມີການຂາດທຶນຕໍ່ໜ່ວຍເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ສະເລ່ຍພໍດີຈຸດ D ນີ້ ຈຶ່ງເປັນຈຸດທີ່ຜູ້ຜະລິດພ້ອມທີ່ຈະຕັດສິນໃຈຢຸດກິດຈະການ (shut-down point) ເນື່ອງຈາກວ່າລາຍໄດ້ຄຸ້ມຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງ ແຕ່ບໍ່ຄຸ້ມຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ ແລະ ຫາກລາຄາຕະຫຼາດຢູ່ຕ່ຳວ່າ 4 ລາຍໄດ້ນອກຈາກບໍ່ຄຸ້ມຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ແລ້ວຍັງບໍ່ພຽງພໍທີ່ຈະຈ່າຍເປັນຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງອີກດ້ວຍ ທົ່ວໜ່ວຍຜະລິດທີ່ບໍ່ສາມາດທຶນຕໍ່ພາວະຂາດທຶນກໍຈະຕ້ອງເລີກລາໄປຢ່າງແນ່ນອນ.

ໂດຍສະຫຼຸບແລ້ວໃນໄລຍະສັ້ນເສັ້ນອຸປະທານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນຈະເປັນເສັ້ນ MC ສ່ວນທີ່ເລີ່ມຈາກ (shut-down point) ຂຶ້ນໄປ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນອຸປະທານຂອງໜ່ວຍຜະລິດຈຶ່ງສະແດງເຖິງປະລິມານສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຜະລິດພ້ອມທີ່ຈະຜະລິດອອກຂາຍທີ່ລະດັບລາຄາຕ່າງໆ ເຊິ່ງກົງກັບນິຍາມຂອງເສັ້ນອຸປະທານທີ່ສຶກສາມາແລ້ວໃນບົດທີ່ 2 ຕາມຂໍ້ຄວາມທີ່ວ່າ: “ພ້ອມທີ່ຈະຜະລິດອອກຂາຍ” ຈຶ່ງໝາຍຄວາມວ່າ ເມື່ອປຸງບາງບາງລະຫວ່າງລາຄາກັບຕົ້ນທຶນແລ້ວຫາກຜູ້ຜະລິດສາມາດຢູ່ລອດໄດ້ຫຼືມີກຳໄລ ຜູ້ຜະລິດກໍຈະຜະລິດສິນຄ້າອອກສູ່ຕະຫຼາດ ແຕ່ຫາກຜູ້

ຜະລິດບໍ່ສາມາດຢູ່ຫຼອດໄດ້ກໍຈະບໍ່ມີການຜະລິດ ກໍຄືຈະບໍ່ມີອຸປະທານສວ່ນນັ້ນປະກົດຢູ່ ດັ່ງນັ້ນ, ຫາກພິຈາລະນາຕະຫຼາດໂດຍລວມຈະພົບວ່າລາຄາຕະຫຼາດຢື່ງຢູ່ໃນລະດັບຕໍ່າ ປະລິມານການຜະລິດກໍຍິ່ງໜ້ອຍ.



ຮູບທີ່ 8.5 ເສັ້ນອຸປະທານໄລຍະສັ້ນຂອງໜ່ວຍຜະລິດ

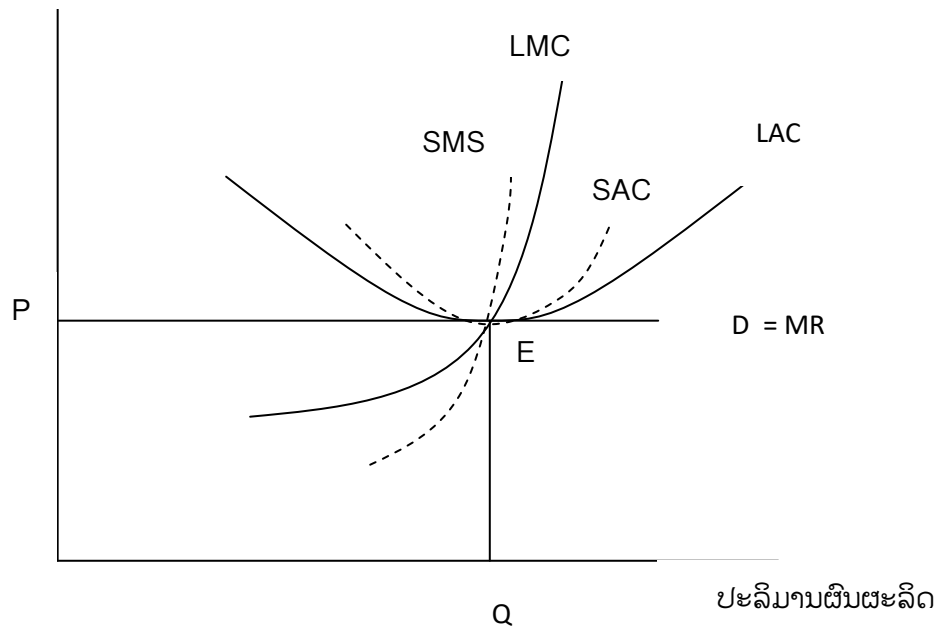
ເສັ້ນ MC ທີ່ກາຍມາເປັນເສັ້ນອຸປະທານຂອງຜູ້ຜະລິດ ດັ່ງໄດ້ພິຈາລະນາໃນຂ້າງຕົ້ນ ເມື່ອສະແດງແຍກອອກມາ ຈະມີລັກສະນະຕາມທີ່ສະແດງໃນ ຮູບ 8.5 ແລະເມື່ອເຮົາລວມອຸປະທານຂອງຜູ້ຜະລິດ ແຕ່ລະລາຍໃນຕະຫຼາດເຮົາກໍຈະໄດ້ອຸປະທານຂອງອຸດສາຫະກຳ (ລາຍລະອຽດໃນເລື່ອງນີ້ໄດ້ອະທິບາຍໃນບົດທີ 2)

8.7 ຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜະລິດ (Long-Run Equilibrium of the Firm)

ໃນກໍລະນີຂອງຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນ ການພິຈາລະນາຄວາມສົມດູນໃນໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະລາຍອາດອາໄສຂໍ້ສົມມຸດ (assumption) 2 ຢ່າງດ້ວຍກັນຄື: ຢ່າງທຳອິດ ການຜະລິດຍັງຄົງຍຶດເງື່ອນໄຂແຫ່ງກຳໄລສູງສຸດແບບດຽວກັບການຜະລິດໄລຍະສັ້ນ ພຽງແຕ່ປ່ຽນມາໃຊ້ຕົ້ນທຶນໄລຍະຍາວແທນ ນັ້ນຄືຜະລິດກົງກັບປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ $LMC = MR = P$, ຢ່າງທີ 2 ຜູ້ຜະລິດມີໂອກາດປ່ຽນແປງຂະໜາດຂອງໂຮງງານຫຼືເລີກຜະລິດໂດຍເດັດຂາດຖ້າເຫັນວ່າບໍ່ສາມາດຜະລິດໄດ້ຄຸ້ມຕົ້ນທຶນການຜະລິດ, ນອກນັ້ນຜູ້ຜະລິດໃໝ່ສາມາດເຂົ້າແຂ່ງຂັນໄດ້ຢ່າງເສລີຈາກຂໍ້ສົມມຸດຢ່າງທີ 2 ນີ້ເຮັດໃຫ້ສະຫຼຸບໄດ້ວ່າໄລຍະຍາວລາຄາຈະຕ້ອງເທົ່າກັບຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍແລະຜູ້ຜະລິດຈະຕ້ອງໃຊ້ໂຮງງານທີ່ມີຂະໜາດເໝາະສົມທີ່ສຸດ (optimum size) ນັ້ນຄື ມີຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕ່ຳສຸດ ແລະ SMS ເທົ່າກັບ LMC ເທດທີ່ເປັນເຊັ່ນນີ້ເພາະຖ້າລາຄາຢູ່ສູງກວ່າຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ຜູ້ຜະລິດຈະມີກຳໄລເກີນປົກກະຕິເຊິ່ງເປັນປັດໄຈດຶງດູດຜູ້ຜະລິດໃໝ່ເຂົ້າມາສູ່ຕະຫຼາດເພີ່ມຂຶ້ນ ລາ ຄາຈຶ່ງຫຼຸດລົງເພາະອຸປະທານຕະຫຼາດເພີ່ມຂຶ້ນ, ແຕ່ອຸປະສົງລວມບໍ່ປ່ຽນແປງໃນຂະນະທີ່ຜູ້ຜະລິດໃໝ່ເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍໆລາຄາຈະຫຼຸດລົງຈົນເຖິງຈຸດຕ່ຳສຸດຂອງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າລາຄາຢູ່ຕໍ່າກວ່າຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຜູ້ທີ່ທຶນການຂາດທຶນບໍ່ໄດ້ຈະຕ້ອງເລີກກິດຈະການ,ອຸປະທານຕະຫຼາດຫຼຸດລົງລາຄາຈຶ່ງສູງຂຶ້ນ ແລະ ໃນທີ່ສຸດຈະເທົ່າກັບຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດຜູ້ຜະລິດທຸກຄົນຈຶ່ງຕ້ອງປັບປຸງຂະໜາດຂອງໂຮງງານໃຫ້ມີຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່າສຸດ, ເມື່ອເປັນແບບນີ້ SMC ຈຶ່ງເທົ່າກັບ LMC ເພາະທັງ SMC ແລະ LMC ຕ່າງກໍ່ເທົ່າກັບຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງ LAC ການທີ່ SMC ແລະ LMC ເທົ່າກັນ ນີ້ສະແດງວ່າການຜະລິດຢູ່ໃນຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວກໍ່ຈະຕ້ອງຢູ່ໃນຄວາມສົມດູນໄລຍະສັ້ນດ້ວຍ.

ຕົ້ນທຶນ, ລາຍໄດ້



ຮູບທີ່ 8.6 ຄຸນນະພາບການຜະລິດໄລຍະຍາວ

ຈາກທີ່ກ່າວມາແລ້ວຈຶ່ງສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ໃນໄລຍະຍາວຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະລາຍໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນຈະຢູ່ໃນຄວາມສົມດູນເມື່ອຜະລິດກົງກັບປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ $SMC = LMC = MR = P =$ ຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງ LAC ຈາກຮູບທີ່ 8.6 ຜູ້ຜະລິດຈະເລືອກຜະລິດໃນປະລິມານ OQ ໜ່ວຍລາຄາໜ່ວຍລະ OP.

ບົດທີ 9

ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜູກຂາດ (price and output determination under pure monopoly)

ຕະຫຼາດໂດຍທົ່ວໄປເປັນຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ສົມບູນແບບ ຕະຫຼາດສຳລັບຜົນຜະລິດແຕ່ລະຢ່າງມີລະດັບຂອງການຜູກຂາດຫຼາຍໜ້ອຍບໍ່ເທົ່າກັນ ເຮົາອາດຈະແບ່ງຕະຫຼາດການແຂ່ງຂັນບໍ່ສົມບູນອອກເປັນ 3 ປະເພດໃຫຍ່ຄື: ຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດຢ່າງແທ້ຈິງ, ຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດໜ້ອຍເຈົ້າ ຫຼືໜ້ອຍລາຍ ແລະ ຕະຫຼາດເຄິ່ງຜູກຂາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນ. ໃນບົດທີ 9 ນີ້ເປັນການວິເຄາະຕະຫຼາດຜູກຂາດແທ້ຈິງ.

1. ຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດຢ່າງແທ້ຈິງ (pure monopoly)

ຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດຢ່າງແທ້ຈິງ (monopoly power) ມີຂໍ້ສົມມຸດທີ່ກ່ຽວກັບລັກສະນະສຳຄັນຂອງຕະຫຼາດດັ່ງນີ້:

1. ມີຜູ້ຜະລິດ/ຜູ້ຂາຍພຽງຜູ້ດຽວເອີ້ນວ່າຜູ້ຜູກຂາດ (monopolist)
2. ສິນຄ້າມີຄຸນສົມບັດພິເສດບໍ່ຄືໃຜ ບໍ່ສາມາດຫາສິນຄ້າອື່ນໆມາແທນທີ່ຢ່າງໃກ້ຄຽງໄດ້
3. ຜູ້ຜະລິດສາມາດຊອກຫາຊ່ອງທາງທີ່ຈະບໍ່ໃຫ້ຄົນອື່ນເຂົ້າມາຜະລິດແຂ່ງຂັນກັບຕົນ

ຈາກ 3 ລັກສະນະດັ່ງກ່າວ ຜູ້ຜູກຂາດຈຶ່ງມີອຳນາດໃນການກຳນົດລາຄາ (price searcher) ຫຼື ກຳນົດປະລິມານຂາຍ ຢ່າງໃດຢ່າງໜຶ່ງໃນ 2 ທາງເລືອກນັ້ນຄື: ຂຶ້ນລາຄາສິນຄ້າ ຫຼື ການຫຼຸດລາຄາ ໂດຍການເພີ່ມປະລິມານຂາຍຕາມທີ່ຕ້ອງການ .

ການຜູກຂາດເກີດຂຶ້ນຈາກສາເຫດຕ່າງໆດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

1. ຜູ້ຜະລິດຫຼາຍຄົນຕົກລົງຮ່ວມຕົວກັນຜູກຂາດການຜະລິດໂດຍການຍຸບລວມເຮັດເປັນບໍລິສັດດຽວກັນ ແຕ່ໃນບາງປະເທດເຊັ່ນ: ສະຫະລັດອາເມລິກາ ແລະ ອັງກິດ ຖືວ່າເປັນສິ່ງທີ່ຜິດກົດໝາຍ.
2. ລັດຖະບານນອກກົດໝາຍໃຫ້ຜູ້ຜູກຂາດການຜະລິດຜູ້ດຽວເພື່ອໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດແກ່ເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມສ່ວນຮວມເຊັ່ນ: ໄຟຟ້າ, ນໍ້າປະປາ...ເປັນຕົ້ນ ຫຼື ເປັນການຄວບຄຸມບໍ່ໃຫ້ສ້າງຄວາມເສຍຫາຍໃຫ້ແກ່ສ່ວນຮວມຈົນເກີນໄປເຊັ່ນ: ການຜະລິດຢາສູບ ແລະ ຫວຍ... ການຜູກຂາດໂດຍກົດໝາຍນີ້ (legally monopoly) ລັດຖະບານຈະໃຫ້ສິດທິຜູກຂາດແກ່ຜູ້ຜະລິດຄົນໃດໜຶ່ງແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ ຫຼື ລັດຖະບານ ຜູກຂາດໂດຍຈະເຮັດເອງ ຖ້າລັດຖະບານໃຫ້ເອກະຊົນເປັນຜູ້ຜູກຂາດກໍ່ມັກຈະມີເງື່ອນໄຂວ່າຕ້ອງຢູ່ໃຕ້ການຄວບຄຸມຂອງລັດຖະບານ ທັງນີ້ກໍ່ເພື່ອປ້ອງກັນການເອົາປຽບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ.
3. ຂະໜາດຂອງກິດຈະການຕ້ອງໃຫຍ່ຈຶ່ງຈະມີທາງທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ມີຕົ້ນທຶນຕໍ່າ (economy of scale) ກິດຈະການບາງຢ່າງເຊັ່ນ: ການຜະລິດເຫຼັກກ້າ, ການຜະລິດລົດ, ການກັ່ນນໍ້າມັນເປັນຕົ້ນ ຖ້າບໍ່ມີຂະໜາດໃຫຍ່ແທ້ໆ ແລະ ຜະລິດຈຳນວນມະຫາສານແລ້ວ ຈະບໍ່ສາມາດດຳເນີນກິດຈະການໄປໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບແລະມີຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕໍ່າ ໃນກໍລະນີນີ້ ຜູ້ຜະລິດໃໝ່ຈະເຂົ້າທຳການຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ຍາກຫຼາຍ ເພາະຖ້າເປັນກິດຈະການຂະໜາດນ້ອຍຕົ້ນທຶນຈະສູງ ແລະ ຈະບໍ່ໄດ້ຮັບກຳໄລປົກກະຕິຂອງມັນ ແຕ່ຖ້າເປັນກິດຈະການຂະໜາດໃຫຍ່ຕ້ອງລົງທຶນມະຫາສານ ອຸປະສັກສຳຄັນຄື: ເງິນລົງທຶນຈຳນວນຫຼາຍເຊິ່ງລວບລວມໄດ້ຍາກ.

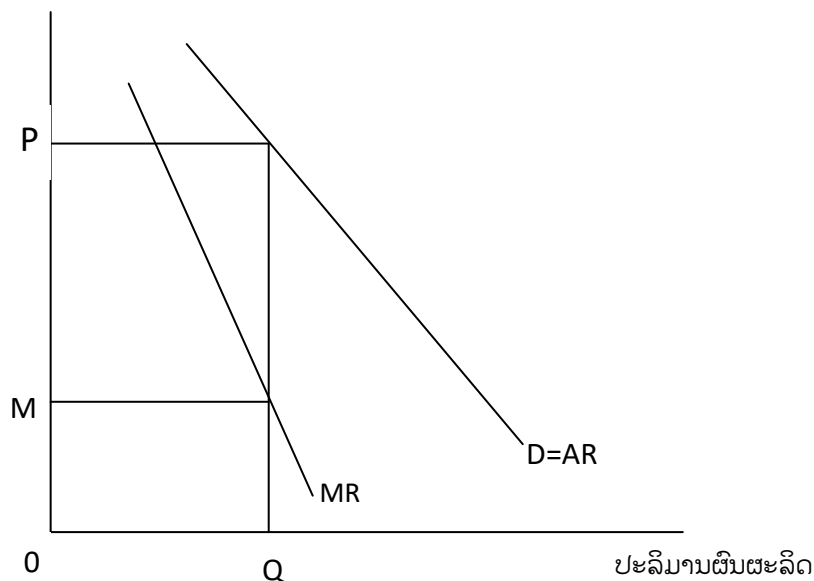
4. ເປັນເຈົ້າຂອງວັດຖຸດິບທີ່ສໍາຄັນແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ ຜູ້ຜະລິດຜູ້ອື່ນບໍ່ມີທາງທີ່ຈະແຂ່ງຂັນໄດ້ ເມື່ອໃດທີ່ຍັງບໍ່ສາມາດຫາວັດຖຸດິບອື່ນມາແທນໄດ້ສໍາເລັດ ຕົວຢ່າງ: ກໍລະນີ The Aluminum Company of America ຜູກຂາດການຜະລິດອາລູມິນຽມແຕ່ຜູ້ດຽວໃນສະຫາລັດອາເມລິກາ ເພາະບໍລິສັດເປັນເຈົ້າຂອງບໍ່ແຮ່ອາລູມິນຽມເກືອບທັງໝົດ.
5. ການຈົດທະບຽນລິຂະສິດຕາມກົດໝາຍ ໃນບາງປະເທດມີກົດໝາຍຄຸ້ມຄອງລິຂະສິດຂອງສິ່ງປະດິດ, ຜູ້ປະດິດຈະຈົດທະບຽນລິຂະສິດສິ່ງປະດິດຂອງຕົນໄວ້ຈຶ່ງມີອໍານາດຜູກຂາດໃນການຜະລິດສິ່ງປະດິດແຕ່ຜູ້ດຽວ ໃນເວລາທີ່ດົນເທົ່າອາຍຸຂອງທະບຽນລິຂະສິດທີ່ກຳນົດໄວ້ (ໂດຍປົກກະຕິ 17 ປີ).

II. ເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຂອງຜູ້ຜູກຂາດ

(Demand and Marginal Revenue)

ເນື່ອງຈາກຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດແທ້ຈິງ ມີຜູ້ຜະລິດພຽງຜູ້ດຽວ ດັ່ງນັ້ນ, ອຸປະສົງຂອງຕະຫຼາດຈຶ່ງເປັນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຜູກຂາດນຳ ໂດຍປົກກະຕິອຸປະສົງເປັນເສັ້ນຍາວລົງຈາກຊ້າຍຫາຂວາ ລາຍຮັບເພີ່ມ (MR) ຈຶ່ງເປັນເສັ້ນຍາວລົງຈາກຊ້າຍໄປຫາຂວາເຊັ່ນດຽວກັນ ແລະ ມີຄວາມຊັນຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ດັ່ງຮູບ 9.1

ລາຄາ, ລາຍຮັບ



ຮູບທີ 9.1 ເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ

III. ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນ

(Determination of price out in the short-Run)

ເນື່ອງຈາກຕະຫຼາດຜູກຂາດແບ່ງເປັນ 2 ປະເພດຄື: ຕະຫຼາດຜູກຂາດທີ່ບໍ່ມີການຄວບຄຸມແລະ ຕະຫຼາດຜູກຂາດທີ່ຄວບຄຸມໂດຍລັດຖະບານ ໃນກໍລະນີຕະຫຼາດຜູກຂາດທີ່ບໍ່ມີການຄວບຄຸມ ຜູ້ຜູກຂາດມີອໍານາດເຕັມທີ່ໃນການກຳນົດລາຄາ ຫຼື ປະລິມານຂາຍຢ່າງໃດຢ່າງໜຶ່ງ ຕະຫຼາດທີ່ຄວບຄຸມໂດຍລັດ

ຖະບານຜູ້ຜູກຂາດບໍ່ມີອຳນາດກຳນົດລາຄາຕາມທີ່ຕ້ອງການ ລັດຖະບານຈະເປັນຜູ້ກຳນົດລາຄາ ການພິຈາລະນາລາຄາ ແລະ ຜົນຜະລິດຂອງຕະຫຼາດ 2 ປະເພດນີ້ຈຶ່ງຕ້ອງແຍກຈາກກັນ.

1. ຕະຫຼາດຜູກຂາດທີ່ບໍ່ມີການຄວບຄຸມ (Unregulated monopoly)

ເນື່ອງຈາກລັດຖະບານປ່ອຍເສລີກ່ຽວກັບການກຳນົດລາຄາ ແລະ ຈຳນວນຜົນຜະລິດ. ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜູກຂາດຈຶ່ງມີອິດສະຫຼະໃນການກຳນົດລາຄາ ຫຼື ປະລິມານຜົນຜະລິດ. ເມື່ອຜູ້ຜູກຂາດກຳນົດຢ່າງໃດຢ່າງໜຶ່ງແລ້ວ ອີກຢ່າງໜຶ່ງຕະຫຼາດຈະເປັນຜູ້ກຳນົດ ຖ້າຜູ້ຜູກຂາດກຳນົດລາຄາ ຕະຫຼາດຈະເປັນຜູ້ກຳນົດປະລິມານຜົນຜະລິດຕໍ່ການຂາຍ, ກົງກັນຂ້າມຖ້າຜູ້ຜູກຂາດກຳນົດປະລິມານຜົນຜະລິດຕໍ່ການຂາຍ ຕະຫຼາດຈະເປັນຜູ້ກຳນົດລາຄາ ນັ້ນຄືຜູ້ຜູກຂາດບໍ່ມີອຳນາດໃນການກຳນົດທັງລາຄາແລະປະລິມານຂາຍພ້ອມກັນ.

ກ. ກຳໄລຈາກການຜູກຂາດ (monopoly profit)

ຈາກຕາຕະລາງ 9.1 ຜູ້ຜູກຂາດຈະໄດ້ກຳໄລສູງສຸດເມື່ອຜະລິດ 6 ໜ່ວຍ ລາຄາໜ່ວຍລະ 15 ກີບ ເມື່ອໃດທີ່ຜົນຜະລິດຍັງບໍ່ຮອດ 6 ໜ່ວຍຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມຕໍ່ກວ່າລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ($MC < MR$) ສະແດງວ່າກຳໄລຈະຫຼາຍຂຶ້ນເມື່ອຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າຜະລິດຫຼາຍກວ່າ 6 ໜ່ວຍ ກຳໄລຈະຫຼຸດລົງເມື່ອຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນ ທັງນີ້ເພາະຫຼັງຈາກໜ່ວຍທີ 6 ແລ້ວ ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມຈະສູງກວ່າລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ($MC > MR$). ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ຜູ້ຜູກຂາດຈະໄດ້ກຳໄລສູງສຸດເມື່ອຜະລິດຮອດຈຸດທີ່ $MC = MR$ ໃນຕາຕະລາງ 9.1 ຈະຖືກຢູ່ກັບຜົນຜະລິດປະມານໜ່ວຍທີ 6.2

ຕາຕະລາງທີ 9.1 ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ຜົນຜະລິດຂອງບໍລິສັດຜູກຂາດ

ຈຳນວນ ຜົນຜະລິດ	ລາຄາ ຕໍ່ໜ່ວຍ	ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ (MR)	ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມ (MC)	ລາຍຮັບລວມ (TR)	ຕົ້ນທຶນລວມ (TC)	ກຳໄລ ເກີນປົກກະຕິ
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 ຈຸດສົມດູນ
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

ຈາກຂໍ້ມູນໃນຕາຕະລາງ 9.1 ສາມາດນຳມາຂຽນເປັນຮູບໄດ້ໃນລັກສະນະແບບດຽວກັບຮູບ 9.2 ເຊິ່ງສະແດງການກຳນົດລາຄາເພື່ອໃຫ້ມີກຳໄລສູງສຸດ ໃນກໍລະນີນີ້ຜູ້ຜູກຂາດຈະຜະລິດເປັນຈຳນວນ 0Q ໜ່ວຍ ແລະ ລາຄາໜ່ວຍລະ 0P ໄດ້ຮັບກຳໄລທັງໝົດເທົ່າກັບພື້ນທີ່ສີເຫຼືອງ PFEC

ການກຳນົດປະລິມານຜົນຜະລິດແລະລາຄາໂດຍຮູບທີ 9.2 ໃຫ້ພິຈາລະນາດັ່ງນີ້ ເນື່ອງຈາກຜູ້ຜະລິດຕ້ອງການກຳໄລສູງສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ປະລິມານຜົນຜະລິດຈະຢູ່ຈຸດຕັດກັນຂອງເສັ້ນ MC ແລະ MR (ນັ້ນຄື $MC = MR$) ຈາກຈຸດຕັດນີ້ ລາກເສັ້ນຕັ້ງສາກກັບແຜນນອນຢູ່ທີ່ຈຸດ Q ຈະໄດ້ປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ໃຫ້ກຳໄລສູງສຸດ ຕໍ່ໄປລາກເສັ້ນຊື່ຂຶ້ນໄປພົບເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຈຸດ F ຈາກຈຸດ F ລາກເສັ້ນຊື່ຕັ້ງສາກກັບແຜນຕັ້ງທີ່ P ຈະໄດ້ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈ່າຍ.

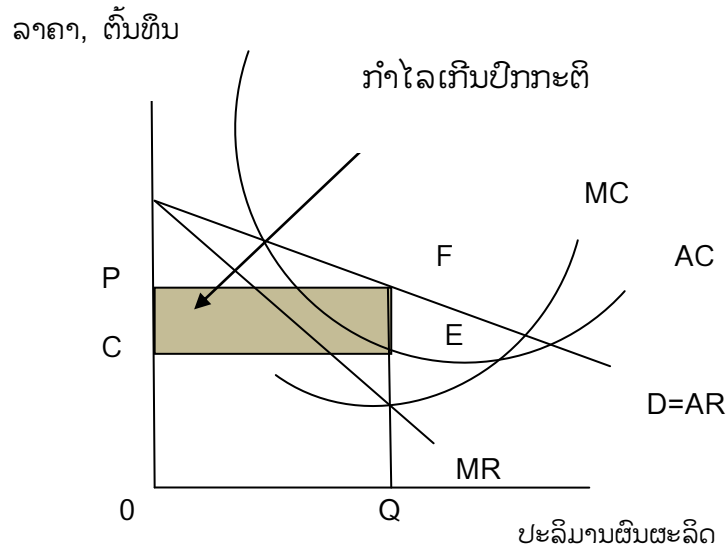
ນອກຈາກນີ້ເຮົາສາມາດຫາຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ແລະ ກຳໄລຈາກຮູບໄດ້ອີກດ້ວຍ ເສັ້ນຊື່ທີ່ລາກຜ່ານຈຸດຕັດຂອງເສັ້ນ MC ແລະ MR ໄປຫາເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ຜ່ານເສັ້ນ AC ທີ່ຈຸດ E ຈາກຈຸດ E ລາກເສັ້ນຕັ້ງສາກກັບແຜນຕັ້ງທີ່ຈຸດ C ຈຸດ C ຄື ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍສຳລັບຈຳນວນຜະລິດ OQ ໜ່ວຍ

ກຳໄລສະເລ່ຍ = ລາຍຮັບສະເລ່ຍ - ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ

$$CP = OP - OC$$

ກຳໄລທັງໝົດຄື $CP \times OQ$ (ຫຼື CE) ຫຼື ເທົ່າກັບພື້ນທີ່ສີ່ຫຼ່ຽມ PCEF ກຳໄລໃນກໍລະນີນີ້ເປັນກຳໄລເກີນປົກກະຕິ ເພາະຜູ້ຜະລິດມີລາຍໄດ້ລວມສູງກວ່າຕົ້ນທຶນລວມ.

ຂໍ້ຄວນສັງເກດຈາກການວິເຄາະເບື້ອງຕົ້ນຄືໃນຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດລາຄາສິນຄ້າຈະສູງກວ່າ MC ສະເໝີ ບໍ່ວ່າຜູ້ຜະລິດຈະມີກຳໄລສູງ ຫຼື ຂາດທຶນຕໍ່າສຸດ ແລະນີ້ເປັນສາເຫດຫຼັກທີ່ເຮັດໃຫ້ການຜູກຂາດນຳມາເຊິ່ງການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນທີ່ຂາດປະສິດທິພາບ ການທີ່ລາຄາສູງກວ່າ MC ສະແດງວ່າມີການນຳຊັບພະຍາກອນມາໃຊ້ໃນການຜະລິດນ້ອຍກວ່າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການ ການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນຈະມີປະສິດທິພາບຫຼາຍທີ່ສຸດເມື່ອສິນຄ້າມີລາຄາເທົ່າກັບ MC ເຊິ່ງເປັນກໍລະນີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ.



ຮູບທີ 9.2 ການວິເຄາະຄວາມສົມດູນໃນໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜູກຂາດ

ອີງຈາກຮູບທີ 9.2 ຈະເຫັນວ່າລາຄາສົມດູນຢູ່ສູງກວ່າຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ສະແດງວ່າ ຜູ້ຜະລິດໄດ້ກຳໄລເກີນປົກກະຕິເຊິ່ງເປັນກຳໄລຈາກການຜູກຂາດ (Monopoly Profit) ກຳໄລນີ້ຖ້າມີຢູ່ຕະຫຼອດ

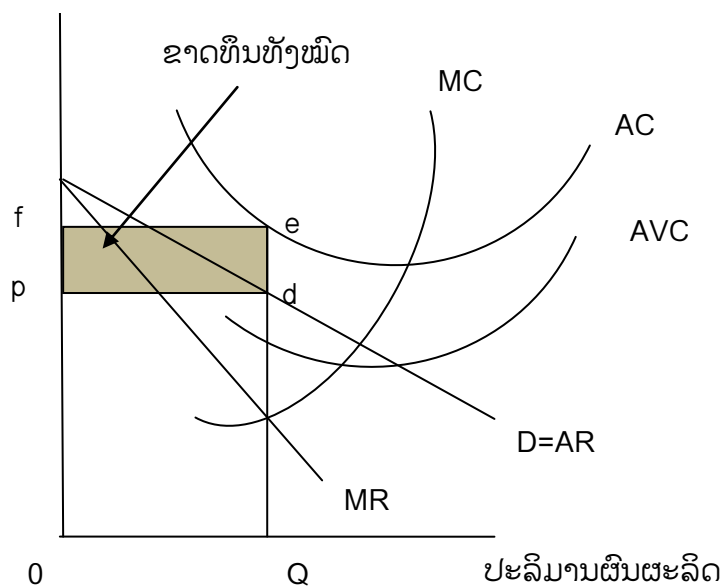
ໄປມັນຈະເປັນການສະແດງເຖິງຄວາມສໍາເລັດໃນການຄຸມອຳນາດຜູກຂາດເພາະຖ້າຜູ້ຜະລິດໃໝ່ສາມາດເຂົ້າມາຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ ກໍາໄລເກີນປົກກະຕິນີ້ຈະຄ່ອຍໆຫຼຸດລົງຈົນໃນທີ່ສຸດເຫຼືອແຕ່ກໍາໄລປົກກະຕິ.

ຂ. ການຂາດທຶນໜ້ອຍທີ່ສຸດ (Loss Minimization)

ຢ່າງໃດກໍຕາມຜູ້ຜູກຂາດທຸກຄົນແມ່ນຈະບໍ່ໄດ້ຮັບກໍາໄລເກີນປົກກະຕິສະເໝີໄປ ຜູ້ຜູກຂາດບາງຄົນອາດມີຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍສູງ ຫຼື ຜະລິດໃນປະລິມານໜ້ອຍ ໃນກໍລະນີນີ້ຜູ້ຜະລິດອາດໄດ້ຮັບພຽງແຕ່ກໍາໄລປົກກະຕິ ຫຼື ຖ້າຫາກວ່າລາຍຮັບໜ້ອຍກ່ວາລາຍຈ່າຍກໍອາດຈະປະສົບພາວະຂາດທຶນ ໃນກໍລະນີທີ່ຂາດທຶນ ຜູ້ຜູກຂາດຈະຜະລິດຕໍ່ໄປ ຫຼື ຢຸດເຊົາການຜະລິດໃນໄລຍະສັ້ນຂຶ້ນຢູ່ກັບລາຍຮັບສະເລ່ຍສູງ ຫຼື ຕໍ່າກ່ວາຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍ ຖ້າລາຍຮັບສະເລ່ຍສູງກ່ວາຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍກໍຄວນຈະຜະລິດຕໍ່ໄປໂດຍຜະລິດຂະໜາດລະດັບ $MC=MR$ ເພາະຈະຂາດທຶນໜ້ອຍທີ່ສຸດ ແຕ່ຖ້າລາຍຮັບສະເລ່ຍຕໍ່າກ່ວາຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍ ຜູ້ຜູກຂາດຄວນຢຸດການຜະລິດເພາະຈະສູນເສຍໜ້ອຍກ່ວາຫາກມີການຂາດທຶນຕໍ່ເນື່ອງເປັນເວລາດົນກໍຕ້ອງຢຸດກິດຈະການນັ້ນເລີຍ.

ຕາມຮູບທີ່ 9.3 ອຸປະສົງຫຼາຍພໍທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜູກຂາດມີກໍາໄລທຸກຈຸດເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ ສະແດງລາຄາຕໍ່າກ່ວາຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍທັງໝົດໃນກໍລະນີນີ້ຜູ້ຜູກຂາດຈະຜະລິດ OQ ໜ່ວຍ ເພາະຂາດທຶນໜ້ອຍທີ່ສຸດເນື່ອງຈາກລະດັບຜົນຜະລິດນີ້ $MC=MR$ ແລະ ຂາຍໃນລາຄາໜ່ວຍລະ OP ເນື່ອງຈາກການຜະລິດ OQ ໜ່ວຍ ຜູ້ຜູກຂາດເສຍຕົ້ນທຶນການຜະລິດໜ່ວຍລະ Of ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຂາດທຶນໜ່ວຍລະ Pf ຫຼື ຂາດທຶນທັງໝົດເທົ່າກັບພື້ນທີ່ສີເຫຼືອງ $fedP$

ລາຄາ, ຕົ້ນທຶນ



ຮູບທີ 9.3 ສະແດງການຂາດທຶນຕໍ່າສຸດ

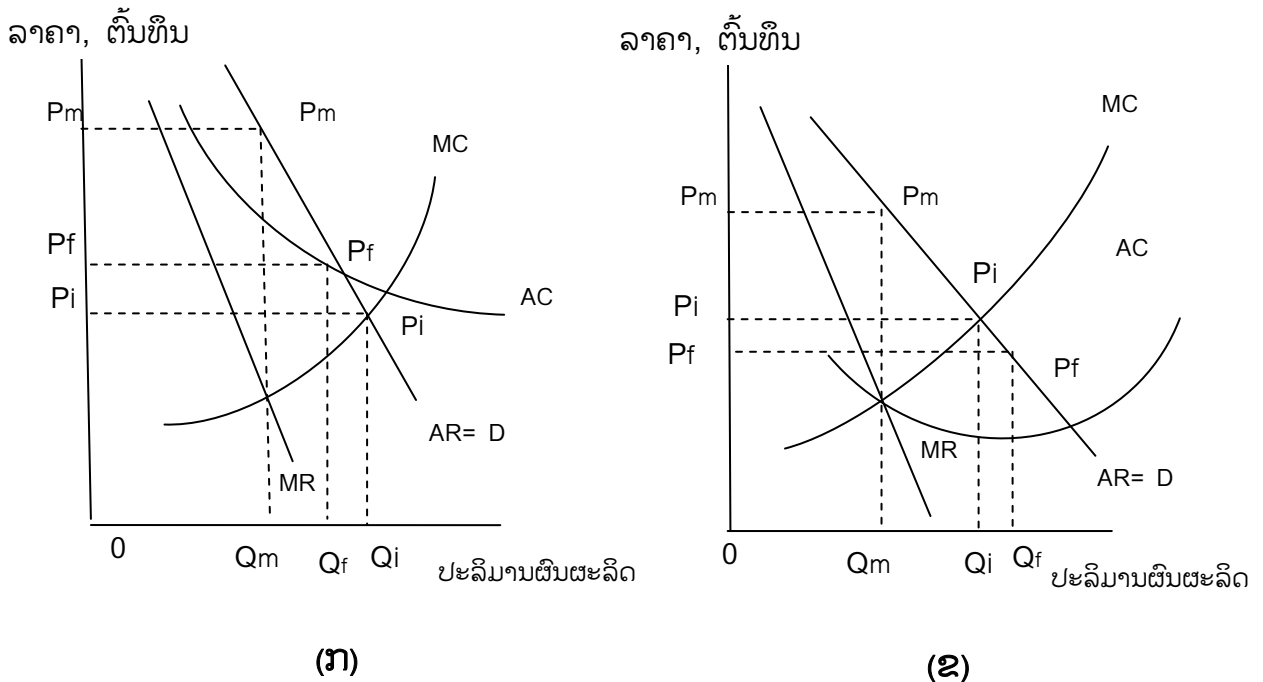
2. ການຜູກຂາດໂດຍມີລັດຖະບານເປັນຜູ້ຄວບຄຸມ (Regulated Monopoly)

ໄດ້ເວົ້າມາແຕ່ຕອນຕົ້ນແລ້ວວ່າທຸລະກິດບາງອັນຈຳເປັນຕ້ອງມີຜູ້ຜະລິດພຽງຄົນດຽວຈຶ່ງຈະໄດ້ປະໂຫຍດຈາກຂະໜາດຂອງການຜະລິດ (economy scale) ເຊັ່ນ: ກິດຈະການລົດໄຟ, ສາຍການບິນ ແລະ ໄຟຟ້າຊົນນະບົດ ເປັນຕົ້ນ ຫຼື ລັດຖະບານສາມາດປ້ອງກັນຄວາມຫາຍາມະບໍ່ໃຫ້ການຜະ

ລົດຂະຫຍາຍໃນວົງກວ້າງເຊັ່ນ: ການຜະລິດເຫຼົ້າ-ເບຍ, ຢາສູບ ແລະ ຫວຍເປັນຕົ້ນ ດ້ວຍເຫດຜົນ ດັ່ງກ່າວລັດຖະບານຈຶ່ງອອກກົດໝາຍຮັບຮອງການຜູກຂາດ ແຕ່ເມື່ອລັດຖະບານຍອມໃຫ້ມີການຜູກ ຂາດ ລັດຖະບານກໍຈະຕ້ອງມີໜ້າທີ່ຄຸ້ມຄອງການຕັ້ງລາຄາບໍ່ໃຫ້ສູງເກີນໄປ ຈົນອາດສ້າງຄວາມເດືອດ ຮ້ອນໃຫ້ແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກ ເນື່ອງຈາກຈຸດປະສົງທີ່ລັດຖະບານຍອມໃຫ້ມີການຜູກຂາດ ບໍ່ໄດ້ຢູ່ໃນກຳໄລ ສູງສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງບໍ່ຄວນນຳເງື່ອນໄຂ $MC = MR$ ມາໃຊ້ໃນການຕັ້ງລາຄາ ການຕັ້ງລາຄາ ຄວນ ພິຈາລະນາຈາກເກນອື່ນໆທີ່ເໝາະສົມກ່ວາ ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າຕົ້ນທຶນລວມ (TC) ໄດ້ລວມກຳໄລປົກກະຕິ (ເຊິ່ງເປັນຄ່າຕອບແທນປົກກະຕິຂອງຜູ້ປະກອບການ) ໄວ້ແລ້ວ ແລະຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍລວມກຳໄລປົກ ກະຕິສະເລ່ຍໄວ້ແລ້ວເຊັ່ນກັນ ດັ່ງນັ້ນ, ຫາກຕັ້ງລາຄາຕາມເງື່ອນໄຂ $AC=AR$ ເຊິ່ງເປັນລາຄາທີ່ຍຸດ ຕິ ທຳ (Fair price, P_f) ກໍຄືໜ່ວຍຜະລິດກໍຍັງມີກຳໄລປົກກະຕິຄະນະທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກ ກໍຈະຈ່າຍ ໃນ ລາຄາທີ່ຕໍ່າກ່ວາລາຄາຜູກຂາດທີ່ປາສະຈາກການຄວບຄຸມ.

ດັ່ງນັ້ນລາຄາຍຸດຕິທຳກໍຄື: $P_f = AC = AR$

ຢ່າງໃດກໍຕາມໃນທາງທິດສະດີບໍ່ຖືວ່າ P_f ເປັນລາຄາທີ່ກໍ່ໃຫ້ເກີດການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ ການຜະລິດຢ່າງມີປະສິດທິພາບຫຼາຍທີ່ສຸດ ເພາະລາຄາ P_f ນີ້ບໍ່ໄດ້ຢູ່ເທິງເສັ້ນ MC (ບົດທີ່ 8 ໄດ້ອະ ທິບາຍແລ້ວວ່າເສັ້ນ MC ເປັນເສັ້ນອຸປະທານ ຂອງໜ່ວຍຜະລິດ) ການຜະລິດເທິງເສັ້ນນີ້ຖືວ່າມີ ການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນການຜະລິດຢ່າງເໝາະສົມ.



ຮູບທີ 9.4 ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດກໍລະນີມີການຄວບຄຸມ

ຕາມຮູບທີ 9.4 (ກ) ລາຄາ P_f ຢູ່ສູງກ່ວາຄ່າ MC (ຂະໜາດປະລິມານຜົນຜະລິດດຽວກັນ) ສະແດງວ່າການນຳຊັບພະຍາກອນມາໃຊ້ໃນການຜະລິດ (ສິນຄ້າ/ບໍລິການທີ່ກຳລັງພິຈາລະນາ) ຍັງ ໜ້ອຍເກີນໄປ ຫຼື ອີກແບບໜຶ່ງມີການຜະລິດສິນຄ້ານີ້ໜ້ອຍເກີນໄປ ສ່ວນກໍລະນີຕາມຮູບທີ 9.4 (ຂ) ລາຄາ P_f ຢູ່ຕໍ່າກ່ວາລາຄາ MC (ຂະໜາດປະລິມານຜົນຜະລິດດຽວກັນ) ສະແດງວ່າມີການຈັດສັນ

ຊັບພະຍາກອນມາໃຊ້ໃນການຜະລິດຫຼາຍເກີນໄປ ຫຼື ອີກແບບໜຶ່ງ ຜູ້ຜະລິດຖືກບັງຄັບໃຫ້ຜະລິດ ຫຼາຍເກີນໄປ ດັ່ງນັ້ນ, ລາຄາທີ່ກໍ່ໃຫ້ເກີດການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນທີ່ເໝາະສົມຈຶ່ງເປັນການກຳນົດ ລາຄາເທິງເສັ້ນ MC (MC-pricing) ເອີ້ນວ່າ: ລາຄາອຸດົມຄະຕິ (Ideal Price)

$$\text{ຄື } P_i = MC = AR$$

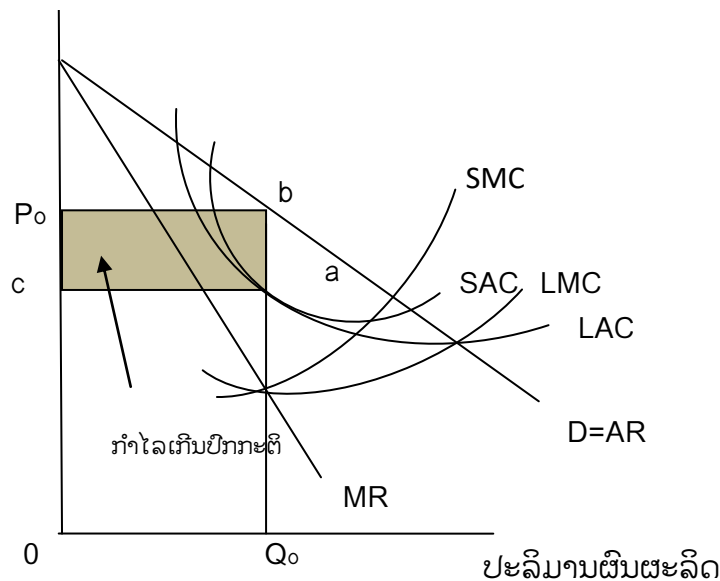
ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມໃນກໍລະນີທີ່ p_i ຢູ່ຕໍ່າກວ່າ p_f (ຮູບທີ 9.4 (ກ)) ສະແດງວ່າໜ່ວຍຜະລິດບໍ່ໄດ້ຮັບກຳໄລປົກກະຕິ ຫຼື ໄດ້ຮັບພຽງບາງສ່ວນ (ທັງສອງກໍລະນີເອີ້ນງ່າຍໆວ່າຂາດທຶນ) ລັດຖະບານກໍຈະຕ້ອງຕັ້ງງົບປະມານຊົດເຊີຍການຂາດທຶນເພື່ອໃຫ້ໜ່ວຍຜະລິດຢູ່ລອດໄດ້.

V. ຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງການຜູກຂາດ

(Long-Run Monopoly Equilibrium)

ໃນໄລຍະຍາວຜູ້ຜູກຂາດສາມາດປ່ຽນແປງຂະໜາດຂອງໂຮງງານ ຫຼື ແມ້ແຕ່ການຍົກເລີກກິດຈະການ ກໍລະນີຂອງຜູ້ຜູກຂາດເຮົາບໍ່ສາມາດຄາດເດົາໄດ້ວ່າ ໃນໄລຍະຍາວຜູ້ຜູກຂາດຈະຕ້ອງໃຊ້ໂຮງງານທີ່ມີຂະໜາດເໝາະສົມທີ່ສຸດ (Optimum Scale of plant) ດັ່ງກໍລະນີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ ຜູ້ຜູກຂາດຈະໃຊ້ໂຮງງານຂະໜາດໃດກໍຕ້ອງຂຶ້ນຢູ່ກັບອຸປະສົງຕໍ່ລາຍຮັບສະເລ່ຍໃນຕະຫຼາດ.

ລາຄາ, ຕົ້ນທຶນ

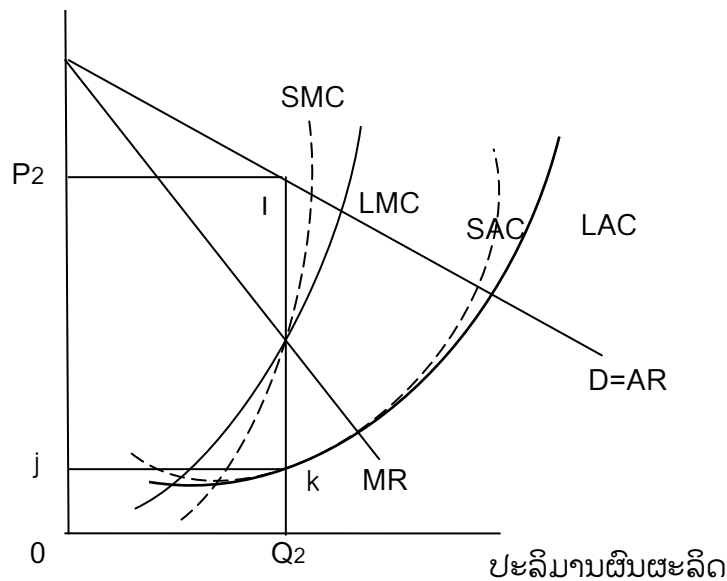


ຮູບທີ 9.5 ຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜູກຂາດ

ຮູບທີ 9.5 ສະແດງຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜູກຂາດເຊິ່ງໃຊ້ໂຮງງານຂະໜາດທີ່ນ້ອຍກ່ວາ ຂະໜາດທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດ ຮູບທີ 9.6 ສະແດງຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜູກຂາດ ເຊິ່ງໃຊ້ໂຮງງານທີ່ມີຂະໜາດໃຫຍ່ກ່ວາ ຂະໜາດທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດທັງສອງກໍລະນີຜູ້ຜະລິດຈະເລືອກຜະລິດຢູ່ຈຸດທີ່ $LMC = MR$ ເພາະຈະໄດ້ກຳໄລສູງສຸດ ແລະ ຈະຢູ່ໃນຄວາມສົມດູນ ຜູ້ຜູກຂາດໃນຮູບທີ 9.5 $0Q_0$ ໜ່ວຍ ແລະ ຂາຍລາຄາໜ່ວຍລະ $0P_0$ ເຊິ່ງຈະໄດ້ກຳໄລໜ່ວຍລະ CP_0 ຫຼື ກຳໄລທັງໝົດເທົ່າ

ກັບ P_0bac ຜູ້ຜູກຂາດໃນຮູບ 9.6 ຈະຜະລິດ $0Q_2$ ໜ່ວຍ ໃນລາຄາໜ່ວຍລະ OP_2 ເຊິ່ງໄດ້ກຳໄລ ໜ່ວຍລະ jP_2 ຫຼື ກຳໄລທັງໝົດ P_2lkj ສະແດງວ່າກຳໄລຕໍ່ໜ່ວຍໃນຮູບທີ 9.5 ໜ້ອຍກວ່າຮູບທີ 9.6.

ລາຄາ, ຕົ້ນທຶນ



ຮູບທີ 9.6 ສົມດຸນໄລຍະຍາວຂອງຜູ້ຜູກຂາດ

ໄດ້ຮູ້ແລ້ວວ່າໂຮງງານທີ່ຜູ້ຜະລິດເລືອກໃຊ້ໃນໄລຍະຍາວກໍ່ຄືໂຮງງານໜຶ່ງໃນໄລຍະສັ້ນນັ້ນ ເອງ ເຊິ່ງຈະເສຍຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕໍ່າສຸດສຳລັບຈຳນວນຜະລິດທີ່ຕ້ອງການ ດ້ວຍເຫດນີ້ຈຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າ ໃນໄລຍະຍາວກົງກັບລະດັບການຜະລິດທີ່ຕ້ອງການ $LAC = SAC$ ແລະນັ້ນຄື: $LMC = SMC$ (ລາຍ ລະອຽດໃນເລື່ອງນີ້ໄດ້ອະທິບາຍໄວ້ແລ້ວໃນບົດທີ 6) ສະແດງວ່າ ຖ້າຢູ່ໃນຈຸດສົມດຸນໄລຍະຍາວ ຈະ ຕ້ອງຢູ່ໃນຈຸດສົມດຸນໄລຍະສັ້ນຄືກັນ ແຕ່ຖ້າຢູ່ໃນຈຸດສົມດຸນໄລຍະສັ້ນບໍ່ຈຳເປັນຈະຕ້ອງຢູ່ໃນຈຸດສົມດຸນ ໄລຍະຍາວ.

VI. ຜົນດີ ແລະ ຜົນເສຍຂອງການແຂ່ງຂັນ ແລະ ການຜູກຂາດ

(Advantages and Disadvantages of Competition and Monopoly)

ເປັນທີ່ຍອມຮັບກັນທົ່ວໄປວ່າການແຂ່ງຂັນຍ່ອມດີກວ່າການຜູກຂາດ ແຕ່ກໍ່ບໍ່ໄດ້ໝາຍຄວາມ ວ່າການແຂ່ງຂັນບໍ່ມີຜົນເສຍເລີຍ ແລະ ການຜູກຂາດບໍ່ມີຜົນດີເລີຍ ທັງການແຂ່ງຂັນ ແລະ ການຜູກ ຂາດຕ່າງກໍ່ມີທັງຜົນດີ ແລະ ຜົນເສຍ ພຽງແຕ່ວ່າເມື່ອນຳຜົນດີແລະຜົນເສຍມາທຽບກັນແລ້ວຜົນສຸດ ທ້າຍຈະເປັນແນວໃດ ຕໍ່ໄປນີ້ເປັນການສັງລວມຜົນດີ ແລະ ຜົນເສຍຂອງການແຂ່ງຂັນ ແລະ ການຜູກ ຂາດເຊິ່ງເປັນເລື່ອງໂຕ້ຖຽງກັນໄດ້ບໍ່ມີທີ່ສິ້ນສຸດ.

1. ຜົນດີຂອງການແຂ່ງຂັນ

1. ການແຂ່ງຂັນເຮັດໃຫ້ເກີດການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າຊັບພະຍາກອນໃນສັງຄົມໜຶ່ງມີຈຳກັດ ຊັບພະຍາກອນທັງຫຼາຍສາມາດນຳມາຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໄດ້ຫຼາຍໆປະເພດ ບາງປະເພດກໍ່ສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຄົນກຸ່ມໃຫຍ່, ບາງປະເພດກໍ່ສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຄົນກຸ່ມນ້ອຍ ແລະ ເມື່ອນຳຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່ຢ່າງຈຳກັດໄປຜະລິດສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການຢ່າງໜຶ່ງແລ້ວກໍ່ໝົດໂອກາດທີ່ຈະຜະລິດຢ່າງອື່ນ ເພາະການຜະລິດທຸກຢ່າງມີຕົ້ນທຶນຄ່າເສຍໂອກາດ ໃນສັງຄົມທີ່ມີການໃຊ້ກົດໝາຍເປັນເຄື່ອງມືສຳຄັນເພື່ອການກະຈາຍລາຍໄດ້ ກໍ່ຈະມີການນຳຊັບພະຍາກອນຈຳນວນຫຼາຍໄປຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຄົນກຸ່ມໃຫຍ່ ໃນດ້ານການຜະລິດເມື່ອມີການແຂ່ງຂັນເສລີຜູ້ຜະລິດກໍ່ຈະພະຍາຍາມຜະລິດສິນຄ້າທີ່ຄົນກຸ່ມໃຫຍ່ຕ້ອງການ ຫາກມີຜູ້ຜະລິດເກົ່າບໍ່ຜະລິດສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນ ຫຼື ຜະລິດບໍ່ພຽງພໍຜູ້ຜະລິດລາຍໃໝ່ກໍ່ມີໂອກາດເຂົ້າມາຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ໂດຍເສລີຕະຫຼອດເວລາ ເຊິ່ງຊ່ວຍເພີ່ມອຸປະທານຂອງສິນຄ້ານັ້ນ ຫາກຜູ້ຜະລິດລາຍໃດບໍ່ສາມາດເຂົ້າແຂ່ງຂັນກັບຜູ້ຜະລິດອື່ນໄດ້ກໍ່ຕ້ອງອອກຈາກອຸດສາຫະກຳນັ້ນ ຫັນໄປສູ່ກິດຈະການອື່ນແທນ.

2. ການແຂ່ງຂັນສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຜົນປະໂຫຍດຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃຫ້ພົ້ນຈາກການເອົາລັດເອົາປຸງຂອງຜູ້ຜະລິດໄດ້ ຖ້າຜູ້ຜະລິດລາຍໃດຂາຍສິນຄ້າໃນລາຄາສູງ ຫຼື ຄຸ້ນນະພາບຕ່ຳກ່ວາສິນຄ້າຢ່າງດຽວກັນຂອງຜູ້ຜະລິດອື່ນຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດຫັນໄປຊື້ຈາກຜູ້ຜະລິດອື່ນໄດ້ ເພາະຕະຫຼາດມີຜູ້ຂາຍຫຼາຍ ນອກຈາກນີ້ການແຂ່ງຂັນມີສ່ວນສົ່ງເສີມຄຸ້ນນະພາບສິນຄ້າໃຫ້ດີຂຶ້ນ ແລະ ລາຄາຫຼຸດລົງ ຜູ້ຜະລິດບາງເຈົ້າທີ່ມີການຄົ້ນຄວ້າເພີ່ມຈຳນວນຂາຍຈະພະຍາຍາມປັບປຸງຄຸນນະພາບສິນຄ້າໃຫ້ດີຂຶ້ນ ພ້ອມທັງຂາຍໃນລາຄາຕ່ຳລົງຜູ້ຜະລິດລາຍອື່ນຄົງຕ້ອງພະຍາຍາມເຮັດນຳ ປະໂຫຍດຈິ່ງຕົກເປັນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄື ມີສິນຄ້າໃຫ້ຊື້ຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ລາຄາຕ່ຳລົງ.

3. ການແຂ່ງຂັນເຮັດໃຫ້ອຸດສາຫະກຳຕ້ອງປັບປຸງປະສິດທິພາບໃນການຜະລິດຂອງຕົນຕະຫຼອດເວລາ ຜູ້ຜະລິດຕ້ອງພະຍາຍາມຫາທາງຈັດການການຮົ່ວໄຫຼສິ້ນເບື້ອງ ແລະ ຫຼຸດຕົ້ນທຶນການຜະລິດເພື່ອຈະຂາຍສິນຄ້າໃນລາຄາເທົ່າກັບ ຫຼື ຕ່ຳກ່ວາຜູ້ຜະລິດລາຍອື່ນ ຜູ້ຜະລິດນັ້ນຈະຂາຍສິນຄ້າໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ການຜະລິດຫຼາຍຂຶ້ນເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍຕໍ່ໜ່ວຍ ແລະ ລາຄາຫຼຸດລົງໄດ້ອີກ ສ່ວນຜູ້ຜະລິດລາຍອື່ນກໍ່ຕ້ອງຊອກຫາທາງໃນການປັບປຸງໂຮງງານຂອງຕົນຕະຫຼອດເວລາຖ້າບໍ່ດັ່ງນັ້ນກໍ່ອາດຈະດຳເນີນກິດຈະການຂອງຕົນບໍ່ລອດ.

4. ການແຂ່ງຂັນສົ່ງເສີມການຜະລິດສິນຄ້າໃໝ່ໆ ການນຳວັດຖຸດິບສິ່ງໃໝ່ມາໃຊ້ໃນການຜະລິດ ແລະ ການພັດທະນາເຕັກນິກໃໝ່.

ຈາກທີ່ກ່າວມາຈະເຫັນໄດ້ວ່າການແຂ່ງຂັນໃຫ້ອະນິສົງຫຼາຍທັງຕໍ່ຜູ້ຜະລິດ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ

2. ຜົນເສຍຂອງການແຂ່ງຂັນ

1. ຈາກຂໍ້ດີຂອງການແຂ່ງຂັນທີ່ເຮັດໃຫ້ເກີດສິນຄ້າໃໝ່ໆ ຫາກສິນຄ້າໃໝ່ໆມີເກີນຄວາມຈຳເປັນກໍ່ອາດຈະກາຍເປັນຜົນເສຍ ເປັນການສິ້ນເບື້ອງຊັບພະຍາກອນການຜະລິດອີກແບບໜຶ່ງ ໃນລະບົບການຜະລິດຂອງຢີ່ປຸ່ນຜູ້ຜະລິດລາຍຍ່ອຍໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນມັກຈະພະຍາຍາມເລືອກເຟັ້ນຫາສິນຄ້າອຸປະໂຫຍກບໍລິໂພກຕົວໃໝ່ໆເຊັ່ນ: ການຜະລິດຂອງໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນກໍ່ມີຮ້ອຍແປດພັນປະການ ຂອງໃຊ້ຈຳນວນຫຼາຍກໍ່ບໍ່ແມ່ນສິ່ງຈຳເປັນ ຊື້ໄປເກັບໄວ້ບໍ່ດົນກໍ່ຕ້ອງຖິ້ມທັງໆທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ໄຂອອກຈາກກ່ອງດ້ວຍຊ້ຳ

ທີ່ ມີການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຫຼາກຫຼາຍຊຸດເພື່ອຜະລິດສິນຄ້າຢ່າງດຽວກັນໂດຍພຽງແຕ່ປັບປຸງດັດແປງຮູບຮ່າງລັກສະນະເຊັ່ນ: ການຜະລິດເສື້ອຜ້າ, ຖົງຕີນ, ກະເປົາຖື, ເຄື່ອງປະດັບມັກຈະມີແບບໃໝ່ໆ ອອກມາຫຼາກຫຼາຍຕະຫຼອດເວລາທັງໆທີ່ແບບເດີມຍັງຈຳໜ່າຍບໍ່ໝົດສ້າງຄວາມສິ້ນເປືອງຊັບພະຍາກອນການຜະລິດ ແລະ ທາງອອກຂອງລະບົບເຊັ່ນນີ້ ກໍ່ຄືການເອົາສິນຄ້າເກົ່າໄປຈຳໜ່າຍຢູ່ຕ່າງເຂດ ຫຼື ປະເທດທີ່ຫຼ້າຫຼັງກ່ວາ.

2. ສືບເນື່ອງຈາກການຜະລິດສິນຄ້າຊ້າໆກັນແຕ່ຕ່າງກັນຢູ່ທີ່ຍີ່ຫໍ້ ຫຼື ຮູບຮ່າງລັກສະນະ ຜູ້ຜະລິດບາງລາຍອາດຈະບໍ່ສົນໃຈທີ່ຈະເພີ່ມຍອດຂາຍໂດຍການປັບປຸງຄຸນນະພາບໃຫ້ດີຂຶ້ນ ຫຼື ຫຼຸດຕົ້ນທຶນ ຫຼື ຫຼຸດລາຄາ ແຕ່ຫັນໄປໃຊ້ວິທີການທຸ່ມເທໃນການໂຄສະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມການຂາຍ ເນື່ອງຈາກສື່ບາງຢ່າງສາມາດຄວບກຳຄົນກຸ່ມໃຫຍ່ຢ່າງໄດ້ຜົນ ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງຈ່າຍຄ່າສິນຄ້າທີ່ບວກຄ່າໂຄສະນາ ແລະ ຄ່າການຕະຫຼາດໃນອັດຕາສ່ວນທີ່ສູງ.

3. ການແຂ່ງຂັນໃນການຜະລິດບາງຢ່າງເປັນອຸປະສັກຕໍ່ການນຳເຕັກໂນໂລຢີທີ່ເໝາະສົມມາໃຊ້ ເພາະວ່າຜູ້ຜະລິດມີຂະໜາດນ້ອຍເກີນໄປ ມີເງິນທຶນໜ້ອຍຂອງສ່ວນແບ່ງຕະຫຼາດໃນອັດຕາສ່ວນທີ່ຕໍ່າ ບໍ່ສາມາດຫຼຸດຕົ້ນທຶນ ໂດຍການເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການຜະລິດ ອາດຕ້ອງໃຊ້ວິທີການຫຼຸດຄຸນນະພາບສິນຄ້າ ຫຼື ບິບຄ່າຈ້າງແຮງງານແທນ.

4. ເນື່ອງຈາກຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະລາຍຕ້ອງແຂ່ງຂັນກັນໄປດ້ວຍປະສິດທິພາບ ແລະ ລາຄາຫາກຜູ້ຜະລິດລາຍໃດ ຄອບຄອງເຕັກໂນໂລຢີການຜະລິດທີ່ເໝືອກກ່ວາຄູ່ແຂ່ງກໍ່ຈະໄດ້ປຸງໃນການແຂ່ງຂັນຈຶ່ງຕ້ອງມີລະບົບຮັບຮອງກຳມະສິດສິ່ງປະດິດໃນແງ່ໜຶ່ງ ສົ່ງເສີມໃຫ້ມີການປະດິດຄິດຄົ້ນເຕັກໂນໂລຢີໃໝ່ໆ ແຕ່ອີກແງ່ໜຶ່ງກາຍເປັນການປົກປ້ອງອຳນາດຜູກຂາດ ເພາະສັງຄົມຍັງຂາດເຄື່ອງມືທີ່ມີປະສິດທິພາບພຽງພໍໃນການປ້ອງກັນການຜູກຂາດຈາກລະບົບກຳມະສິດ.

3. ຜົນດີຂອງການຜູກຂາດ

1. ກິດຈະການບາງຢ່າງອາໄສການຜະລິດຂະໜາດໃຫຍ່ຈຶ່ງຈະຫຼຸດຕົ້ນທຶນການຜະລິດໃຫ້ຕໍ່າລົງໄດ້ເຊັ່ນ: ການຜະລິດໄຟຟ້າດ້ວຍພະລັງນໍ້າ ເຊິ່ງຕ້ອງລົງທຶນມະຫາສານສ້າງເຂື່ອນແລະລະບົບສາຍສົ່ງ ກະແສໄຟຟ້າໄລຍະໄກ ການຜູກຂາດຊ່ວຍການລົງທຶນມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ ຫຼື ກິດຈະການທີ່ຕ້ອງການອາໄສຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດຫຼາຍກາຍເປັນວັດຖຸດິບ ການຜູກຂາດຊ່ວຍໃນການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດໃຫ້ເໝາະສົມ.

2. ເນື່ອງຈາກການແຂ່ງຂັນໂດຍຜະລິດສິນຄ້າຊ້າໆກັນ ຫຼື ເກືອບຈະຄືກັນ ເປັນການສ້າງຄວາມສິ້ນເປືອງໃນການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນການຜະລິດ ທັງເປັນຈຸດອ່ອນທີ່ຜູ້ນິຍົມລະບົບວາງແຜນຈາກສູນກາງ (centrally planning) ໄດ້ຍົກເປັນຂໍ້ໂຈມຕີຢູ່ສະເໝີໂດຍເບິ່ງວ່າທາກປ່ຽນມາໃຊ້ລະບົບການວາງແຜນຈາກສູນກາງໃນການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ ໂດຍມອບໝາຍໃຫ້ໜ່ວຍງານຜູກຂາດການຜະລິດກໍ່ຈະສາມາດຫຼີກລ້ຽງຄວາມສິ້ນເປືອງຈາກການໃຊ້ປັດໄຈຫຼາຍເພື່ອຜະລິດສິນຄ້າຊ້າໆກັນ, ຕັດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍດ້ານໂຄສະນາ ແລະ ດ້ານການຕະຫຼາດ, ຕັດແຮງກົດດັນໃນການຫຼຸດຕົ້ນທຶນ ແລະ ລາຄາ, ບໍ່ຕ້ອງກັງວົນກັບການຫຼຸດລາຄາຈຶ່ງບໍ່ແຕະຕ້ອງຄຸນນະພາບສິນຄ້າ, ບໍ່ຕ້ອງຫຼຸດຄ່າຈ້າງແຮງງານ (ຄວາມຜິດພາດຂອງລະບົບວາງແຜນຈາກສູນກາງເກີດຈາກຂໍ້ບົກຜ່ອງອື່ນຂອງລະບົບນີ້).

4. ຜົນເສຍຂອງການຜູກຂາດ

ການຜູກຂາດເປັນສິ່ງທີ່ບໍ່ຄ່ອຍປາຖະໜາ ເພາະມີຜົນເສຍຫຼາຍປະການດັ່ງນີ້:

1. ການຜູກຂາດກໍ່ໃຫ້ເກີດການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນທັງລະບົບເສດຖະກິດຢ່າງບໍ່ມີປະສິດທິພາບ ຈາກການວິເຄາະຕະຫຼາດຜູກຂາດເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າການຜູກຂາດເຮັດໃຫ້ປະລິມານການຜະລິດນ້ອຍກວ່າທີ່ຄວນຈະເປັນ ແລະ ລາຄາສູງກວ່າທີ່ຄວນຈະເປັນ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້ານັ້ນ ແຕ່ສູ້ລາຄາບໍ່ໄດ້ຈຳເປັນຕ້ອງຫັນໄປຊື້ສິນຄ້າທີ່ສາມາດໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້ ເປັນເຫດໃຫ້ການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນໜ້ອຍເກີນໄປໃນການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຜູກຂາດ ແລະ ຫຼາຍເກີນໄປໃນສິນຄ້າອື່ນ ຊັບພະຍາກອນການຜະລິດຈຶ່ງຖືກໃຊ້ບໍ່ເຕັມປະສິດທິພາບ.
2. ຜູ້ບໍລິໂພກບໍ່ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງໃຫ້ພົ້ນຈາກການກົດຂີ່ຂູດຮີດຂອງຜູ້ຜູກຂາດເພາະຜູ້ບໍລິໂພກບໍ່ສາມາດຫາຊື້ສິນຄ້າຢ່າງດຽວກັນຈາກຜູ້ຜະລິດລາຍອື່ນ ກຳໄລຂອງຜູ້ຜູກຂາດຈຶ່ງບໍ່ໄດ້ເກີດຈາກການຮັບໃຊ້ສັງຄົມ ແຕ່ເກີດຈາກການປະຕິເສດທີ່ຈະຮັບໃຊ້ສັງຄົມ.
3. ການຜູກຂາດບໍ່ຊ່ວຍຄຸ້ມຄອງກຳມະກອນພົ້ນຈາກການເອົາປຽບຂອງຜູ້ຜູກຂາດ ຍິ່ງໃນກໍລະນີໜ່ວຍຜະລິດນັ້ນມີອຳນາດຜູກຂາດການຈ້າງງານໂດຍຄົນງານບໍ່ສາມາດຫາງານອື່ນໄດ້ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜູກຂາດອາດສວຍໂອກາດເອົາປຽບໂດຍການກົດຄຳຈ້າງ ຫຼື ປ່ອຍປະລະເລີຍສິ່ງແວດລ້ອມຂອງສະຖານທີ່ເຮັດວຽກ.
4. ຜູ້ຜູກຂາດບໍ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບໃດໆຈາກຄວາມບໍ່ມີປະສິດທິພາບຂອງຕົນ ເພາະການຜູກຂາດເປັນຜູ້ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ ສາມາດຂາຍສິນຄ້າໄດ້ສະເໝີ ເຖິງວ່າໃນລາຄາສູງກວ່າທີ່ຄວນຈະເປັນກໍຕາມ.
5. ການຜູກຂາດບໍ່ຊ່ວຍໃຫ້ວິທະຍາການທາງການຜະລິດກ້າວໜ້າຢ່າງທີ່ຄວນຈະເປັນ ບໍ່ວ່າຜູ້ຜູກຂາດຈະຢູ່ໃນຖານະທີ່ຈະຕ້ອງລົງທຶນທາງເທັກໂນໂລຢີທີ່ເໝາະສົມມານຳໃຊ້ ແຕ່ອາດລັງເລເພາະຍັງຫ່ວງນຳຜົນກຳໄລໄລຍະສັ້ນ ແລະ ເຖິງວ່າມີການນຳເອົາເທັກໂນໂລຢີໃໝ່ມາໃຊ້ ຜູ້ຜູກຂາດກໍອາດຄົງລາຄາສິນຄ້າໄວ້ ແທນທີ່ຈະຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າໂດຍນຳກຳໄລໄປໃຊ້ຈ່າຍໃນທາງອື່ນທີ່ບໍ່ເປັນປະໂຫຍດແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກ.
6. ການຜູກຂາດເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜູກຂາດ ບໍ່ມີຄວາມກະຕືລືລົ້ນໃນການເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການຫຼຸດຕົ້ນທຶນ ແລະ ຫຼຸດລາຄາ ຫາກອຸປະສົງຫຼຸດລົງ ແຕ່ຜູ້ຜູກຂາດບໍ່ຍອມປ່ຽນແປງລາຄາໃຫ້ຫຼຸດລົງກໍຈະມີອຸປະທານສ່ວນເກີນສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ເສດຖະກິດມະຫາພາກແບບຕ່ອງໂສ້ ຄືມີການຫຼຸດການຜະລິດ ຫຼຸດຈຳນວນແຮງງານ ແຮງງານທີ່ວ່າງວຽກເຫຼົ່ານີ້ຂາດລາຍໄດ້ທີ່ຈະໄປຊື້ສິນຄ້າອື່ນເຮັດໃຫ້ເສດຖະກິດສ່ວນລວມທົດຕົວ.
7. ການຜູກຂາດມີສ່ວນກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມບໍ່ສະເໝີພາບໃນການກະຈາຍລາຍໄດ້ ຜູ້ຜູກຂາດທີ່ເປັນເອກະຊົນອາດບໍ່ແບ່ງປັນຜົນກຳໄລໃຫ້ແກ່ແຮງງານໃນຮູບການຂຶ້ນຄ່າຈ້າງ ຫຼື ເພີ່ມໂບນັດ ແລະ ບໍລິນກຳໄລໃຫ້ແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກໃນຮູບການຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າເພາະບໍ່ມີແຮງກົດດັນຄືກັບກໍລະນີການແຂ່ງຂັນ ກຳໄລທັງໝົດຈຶ່ງຕົກຢູ່ກັບຜູ້ຜູກຂາດ.

ບົດທີ 10

ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າ ແລະ ຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ

(Determination of price and outputs under
oligopoly and monopolistic competition)

ຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າ ເກີດຈາກການຜະລິດທີ່ຈຳເປັນຕ້ອງມີຂະໜາດໃຫຍ່ເພື່ອຫຼຸດຕົ້ນ
ທຶນການຜະລິດ ສ່ວນໃຫຍ່ຈຶ່ງເປັນອຸດສາຫະກຳໜັກເຊັ່ນ: ຊີມັງ, ລົດຍົນ, ເຫຼັກກ້າ, ເຄື່ອງກົນຈັກ ເປັນ
ຕົ້ນ, ສຳລັບຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດມັກເປັນອຸດສາຫະກຳໂດຍທົ່ວໄປການສຶກສາກ່ຽວກັບ
ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດຂອງຕະຫຼາດ 2 ປະເພດ ອີງຕາມແນວຄິດທິດສະດີການ
ແຂ່ງຂັນສົມບູນ ແລະ ການຜູກຂາດທີ່ໄດ້ສຶກສາໄປແລ້ວໃນບົດທີ 8 ແລະ ບົດທີ 9

I. ຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າ (Oligopoly)

ຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າໝາຍເຖິງ ຕະຫຼາດທີ່ປະກອບດ້ວຍຜູ້ຂາຍຕັ້ງແຕ່ 2 ເຈົ້າຂຶ້ນໄປ
ລັກສະນະສຳຄັນຂອງຕະຫຼາດດັ່ງກ່າວຄື: ເມື່ອຜູ້ຜະລິດເຈົ້າໃດເຈົ້າໜຶ່ງປ່ຽນແປງລາຄາ ແລະ ຈຳນວນ
ຜົນຜະລິດຈະມີຜົນກະທົບກະທຳຕອບໂຕ້ກັນ ຕະຫຼາດປະ
ເພດນີ້ແບ່ງໄດ້ເປັນ 2 ແບບຄື: (1) ຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າຜະລິດສິນຄ້າຄືກັນທຸກປະການ (homoge-
neouse) ເອີ້ນວ່າ: pure oligopoly ເຖິງແມ່ນວ່າສິນຄ້າຈະບໍ່ຕ່າງກັນກໍຈຶ່ງເຊັ່ນ: ຊີມັງ, ສັງກະສີ, ນ້ຳ
ມັນແອັດຊັງ ເປັນຕົ້ນ ແຕ່ການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າໂດຍບໍ່ໃຊ້ລາຄາ (non-price compe-
tition) ແຕ່ໃຊ້ຄວາມແຕກຕ່າງດ້ານບໍລິການ ແລະ ອື່ນໆ ກໍ່ມີຜົນເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມແຕກຕ່າງບໍ່ຫຼາຍກໍ່
ໜ້ອຍໃນສາຍຕາຂອງຜູ້ຊື້ ແລະ (2) ຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າຜະລິດສິນຄ້າແຕກຕ່າງກັນ ແຕ່ສາມາດໃຊ້
ແທນກັນໄດ້ດີເອີ້ນວ່າ: differentiated oligopoly ເຊັ່ນ: ລົດຍົນ, ພິມດິດ, ຢາສູບ, ສະບູ, ເຄື່ອງໃຊ້
ໄຟຟ້າ ເປັນຕົ້ນ ຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າທັງສອງແບບຈຳເປັນຕ້ອງມີສິ່ງກົດຂວາງບໍ່ໃຫ້ຜູ້ຜະລິດ
ໃໝ່ເຂົ້າມາເຮັດການຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ສະດວກ ບໍ່ດັ່ງນັ້ນຈຳນວນຜູ້ຜະລິດຈະເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍໆຈົນເຖິງ
ຈຸດທີ່ມີກຳໄລເກີນປົກກະຕິ ໃນທີ່ສຸດບໍ່ສາມາດດຳລົງສະພາວະຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າໄວ້ໄດ້ຕໍ່ໄປ.

II. ລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດຂອງຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າ

(price and output in oligopoly)

ຖ້າພິຈາລະນາແບບຜິວຜີນຈະເຫັນໄດ້ວ່າການວິເຄາະຫາລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດ
ຂອງຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າຈະຄືກັນກັບຂອງຜູ້ຜູກຂາດ ແທ້ຈິງຜູ້ຜະລິດໃນຕະຫຼາດ 2 ປະເພດນີ້ມີເສັ້ນອຸປະ
ສົງແບບດຽວກັນຄື: ເປັນເສັ້ນຊັ້ນລົງແຕ່ຊ້າໄປຂວາ ຊຶ່ງສະແດງວ່າຈະຂາຍສິນຄ້າໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນຖ້າຫຼຸດ
ລາຄາລົງ ນອກຈາກນັ້ນຜູ້ຜະລິດຈະກຳນົດລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດຢູ່ຈຸດເຊິ່ງໄດ້ຮັບຜົນກຳໄລ

ສູງສຸດທີ່ລະດັບ $MC = MR$ ແຕ່ຖ້າພິຈາລະນາຢ່າງເລິກເຊິ່ງແລ້ວຈະເຫັນວ່າການວິເຄາະຫາລາຄາ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດຂອງຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າຫຍຸ້ງຍາກຫຼາຍກວ່າ ບໍ່ສາມາດວິເຄາະໄດ້ກົງໄປກົງມາ ດັ່ງກໍລະນີຕະຫຼາດຜູກຂາດທີ່ແທ້ຈິງເພາະຕໍາແໜ່ງຂອງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຜູກຂາດສາມາດຮູ້ໄດ້ແນ່ ນອນ ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ຈຳນວນຜົນຜະລິດຈຶ່ງບໍ່ຫຍຸ້ງຍາກ.

ແຕ່ຕໍາແໜ່ງຂອງເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າບໍ່ສາມາດກຳນົດໄດ້ແນ່ນອນຂຶ້ນຢູ່ກັບການ ກະທຳໂຕ້ຕອບຂອງຜູ້ຜະລິດເຈົ້າອື່ນໃນຕະຫຼາດ ດັ່ງນັ້ນ, ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ຈຳນວນຜົນຜະລິດ ຈຶ່ງຫຍຸ້ງຍາກຫຼາຍບໍ່ສາມາດກຳນົດໄດ້ແນ່ນອນ ຕົວຢ່າງ: ຖ້າຜູ້ຂາຍເຈົ້າໜຶ່ງຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າຂອງຕົນ ຈຳນວນຂາຍຈະປ່ຽນແປງຢ່າງໃດຂຶ້ນຢູ່ກັບປະຕິກິລິຍາຂອງຜູ້ຜະລິດເຈົ້າອື່ນ ນັ້ນກໍຄືຈຳນວນຂາຍຈະ ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍຖ້າຜູ້ຜະລິດອື່ນຂາຍໃນລາຄາເດີມ ແຕ່ຖ້າຜູ້ຜະລິດອື່ນຫຼຸດລາຄາລົງຕາມຈຳນວນຂາຍຈະ ບໍ່ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍ ແລະ ຈຳນວນຂາຍຈະຫຼຸດລົງກວ່າເກົ່າ ຖ້າຜູ້ຜະລິດອື່ນຫຼຸດລາຄາລົງຕໍ່ກວ່າເຈົ້າທຳອິດ.

ເມື່ອຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າຂາດອິດສະຫຼະໃນການກຳນົດລາຄາເຊັ່ນນີ້ ໃນທາງປະຕິບັດຜູ້ຜະລິດ ມັກຈະລວມທົວກັນກຳນົດລາຄາສິນຄ້າ ຫຼື ຕັ້ງລາຄາຕາມຜູ້ຜະລິດລາຍໃຫຍ່ (formal collusion) ຫຼື ບໍ່ເປີດເຜີຍ (informal collusion) ໃນບາງປະເທດຖ້າມີການລວມທົວກັນກຳນົດລາຄາສິນຄ້າ ຖືວ່າຜິດກົດໝາຍຈຶ່ງຕ້ອງເຮັດແບບບໍ່ເປີດເຜີຍ.

ການທີ່ຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າຕັ້ງລາຄາສິນຄ້າໃຫ້ສອດຄ່ອງກັນ ຫຼືຕັ້ງລາຄາຕາມຜູ້ຜະລິດລາຍ ໃຫຍ່ເຊັ່ນນີ້ອາດເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດບາງເຈົ້າບໍ່ໄດ້ຮັບກຳໄລສູງສຸດ ເພາະການຕັ້ງລາຄາມັກຈະເຮັດໃຫ້ໄດ້ ຮັບກຳໄລສູງສຸດຮ່ວມກັນ (joint profit maximization) ແຕ່ຖ້າວ່າຕົ້ນທຶນຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າ ໂດຍປົກກະຕິບໍ່ເທົ່າກັນ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດຈະໄດ້ຮັບກຳໄລຫຼາຍໜ້ອຍພຽງໃດຈຶ່ງຂຶ້ນຢູ່ກັບຕົ້ນທຶນຂອງຜູ້ ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າ.

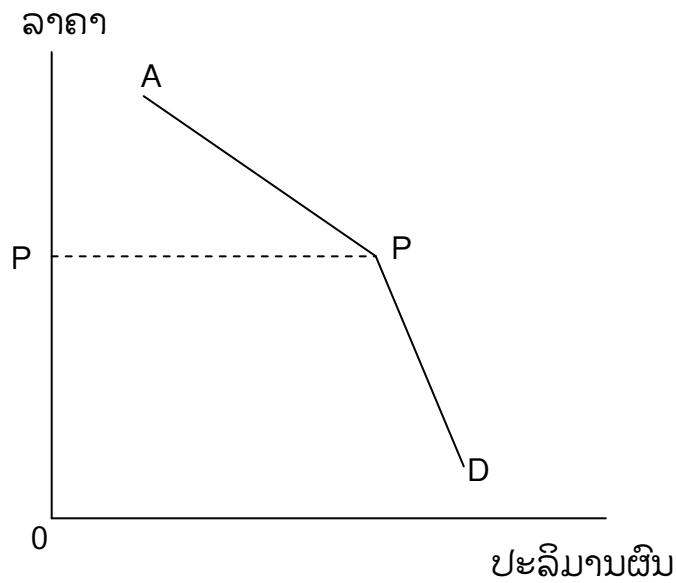
III. ລາຄາຕາຍຕົວ ແລະ ເສັ້ນອຸປະສົງຫັກມຸມ

(Price Rigidity and Kinked Demand Curve)

ເປັນທີ່ໜ້າສັງເກດວ່າລາຄາສິນຄ້າໃນຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າມັກຈະຄ່ອນຂ້າງ ຫຼືຕາຍຕົວ (price rigidity) ຄື ບໍ່ປ່ຽນແປງງ່າຍຕາມການປ່ຽນແປງຂອງອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານ ເຄື່ອງມືທີ່ ໃຊ້ສຳລັບການອະທິບາຍເລື່ອງນີ້ຄື ເສັ້ນອຸປະສົງຫັກມຸມ (Kinked demand curve) ຊຶ່ງມີລັກສະ ນະເປັນເສັ້ນຊື່ຫັກມຸມຢູ່ທີ່ລະດັບລາຄາຕະຫຼາດຂະນະນັ້ນ.

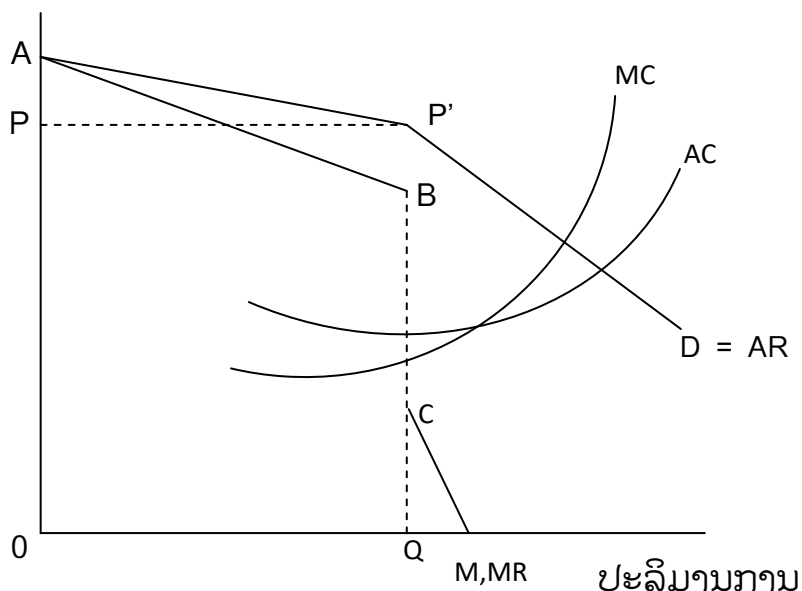
ຕາມຮູບທີ່ 10.1 ຈຸດ P ເທິງເສັ້ນອຸປະສົງ APD ຄື ລາຄາຕະຫຼາດຂະນະນັ້ນເສັ້ນອຸປະສົງ ຈຶ່ງຫັກມຸມຢູ່ຈຸດທີ່ເປັນລາຄາພໍດີ ທັງນີ້ເປັນໄປຕາມຂໍ້ສົມມຸດທີ່ວ່າ ຖ້າຜູ້ຜະລິດເຈົ້າໜຶ່ງຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າ ຜູ້ຜະລິດເຈົ້າອື່ນຈະຫຼຸດຕາມ ຜົນກໍຄືຜູ້ຜະລິດເຈົ້ານີ້ຈະບໍ່ສາມາດຂາຍສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້ເພາປະລິມານ ຂາຍທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນໃນຕະຫຼາດຈະແບ່ງກັນໄປລະຫວ່າງຜູ້ຜະລິດທັງໝົດ ສະແດງວ່າເສັ້ນອຸປະສົງໄລຍະທີ່ຢູ່

ຕໍ່າກ່ວາລາຄາຕະຫຼາດຄື (PD) ຈຶ່ງມີຄວາມຫົດຢຶດໜ້ອຍ (inelastic) ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າ ມີຜູ້ຜະລິດເຈົ້າໜຶ່ງຂຶ້ນລາຄາສິນຄ້າຜູ້ຜະລິດເຈົ້າອື່ນມັກຈະບໍ່ຂຶ້ນຕາມ ຜົນກໍ່ຄືຜູ້ຜະລິດເຈົ້າດັ່ງກ່າວຈະ



ຮູບທີ 10.1 ເສັ້ນອຸປະສົງຫັກກູມ

ຂາຍສິນຄ້າໄດ້ໜ້ອຍລົງເປັນຈຳນວນຫຼາຍ ສະແດງວ່າເສັ້ນອຸປະສົງໄລຍະທີ່ຢູ່ເທິງລາຄາຕະຫຼາດ (ຄື AP) ມີຄວາມຫົດຢຶດຫຼາຍ (elastic) ແລະ ຊຶ່ງກັບລະດັບລາຄາຕະຫຼາດພໍດີນັ້ນ ເສັ້ນອຸປະສົງຈະບໍ່ຫົດຢຶດເລີຍ (perfectly inelastic) ຄືມີຄ່າເປັນສູນ.



ຮູບທີ 10.2 ຄວາມສົມດູນຂອງຜູ້ຜະລິດ

ຮູບທີ 10.2 ສະແດງເຖິງສະພາວະສົມດູນຂອງຜູ້ຜະລິດເຈົ້າໜຶ່ງ AP'D ຄືເສັ້ນອຸປະສົງຫັກກູມ ໃນຂະນະທີ່ລາຄາຕະຫຼາດ OP ABCM ຄືເສັ້ນລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ (MR) ເນື່ອງຈາກເສັ້ນລາຍຮັບສະເລ່ຍເປັນເສັ້ນຫັກກູມ ໃນຂະນະທີ່ລາຄາຕະຫຼາດຂະນະນັ້ນ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຈຶ່ງເລີ່ມຂາດຕອນ ກົງກັບລາຄາຂະນະນັ້ນຄືທີ່ຈຸດ B ແລະເລີ່ມຕົ້ນໃໝ່ທີ່ຈຸດ C ເຊິ່ງຢູ່ໃນລະດັບດຽວກັບຈຸດ

BC ຊຶ່ງເປັນໄລຍະທີ່ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຂາດຕອນ ເສັ້ນລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຈຶ່ງແບ່ງເປັນ 2 ສ່ວນ ສ່ວນ AB ເປັນລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຄູ່ກັບລາຍຮັບສະເລ່ຍໄລຍະ P'D ເນື່ອງຈາກເສັ້ນ MC ຕັດເສັ້ນ MR ໃນໄລຍະທີ່ຂາດຕອນ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດຈະໄດ້ກຳໄລສູງສຸດເມື່ອຜະລິດ 0Q ໝ່ວຍ ແລະ ຂາຍໃນລາຄາໝ່ວຍລະ 0P.

ຈາກຮູບ 10.2 ຈະສັງເກດໄດ້ວ່າ ການທີ່ຈະໃຫ້ MC ຕັດເສັ້ນ MR ໃນໄລຍະທີ່ເສັ້ນບໍ່ໄດ້ຂາດຕອນຄືໄລຍະ AB ຫຼື CM ຕົ້ນທຶນຈະຕ້ອງຜິດປົກກະຕິຄືສູງຫຼາຍ ຫຼືຕ່ຳຫຼາຍ ຖ້າເປັນຕົ້ນທຶນໂດຍປົກກະຕິທົ່ວໄປແລ້ວ MC ຈະຕ້ອງຕັດ MR ໃນໄລຍະທີ່ຂາດຕອນ ດ້ວຍເຫດນີ້ຈຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າ ເຖິງຕົ້ນທຶນຈະປ່ຽນແປງແຕ່ຖ້າບໍ່ປ່ຽນແປງຫຼາຍເກີນໄປ MC ກໍ່ຍັງຄົງຕັດ MR ໃນໄລຍະທີ່ເສັ້ນຂາດຕອນ ແລະ ຜູ້ຜະລິດຍັງຄົງໄດ້ຮັບກຳໄລສູງສຸດ ທີ່ປະລິມານຜົນຜະລິດເກົ່າ ແລະ ຂາຍໃນລາຄາຄົງເດີມຄື ຈຳນວນຜະລິດ 0Q ໝ່ວຍ ແລະ ລາຄາໝ່ວຍລະ 0P ຄວາມສົມດຸນຂອງຜູ້ຜະລິດຈະປ່ຽນແປງສະເພາະເມື່ອ MC ຕັດເສັ້ນ MR ໃນໄລຍະ AB ຫຼື CM ໃນທຳນອງດຽວກັນການປ່ຽນແປງຂອງເສັ້ນອຸປະສົງກໍ່ຈະບໍ່ເຮັດໃຫ້ລາຄາປ່ຽນແປງ ເພາະ MC ກໍ່ຍັງຕັດ MR ໃນໄລຍະທີ່ເສັ້ນຂາດຕອນ ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ຜະລິດຈະໄດ້ກຳໄລສູງສຸດເມື່ອຜະລິດ 0Q ໝ່ວຍ ແລະ ຂາຍໃນລາຄາໝ່ວຍລະ 0P.

IV. ຄວາມສົມດຸນໄລຍະຍາວ (Long-run Equilibrium)

ໃນໄລຍະຍາວປະລິມານຜົນຜະລິດ ແລະ ລາຄາຂອງຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າຈະເປັນແບບໃດ? ນອກຈາກຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບການປ່ຽນແປງຂອງຂະໜາດຂອງກິດຈະການແລ້ວຍັງຂຶ້ນຢູ່ກັບຄວາມຍາກງ່າຍທີ່ຜູ້ຜະລິດໃໝ່ຈະເຂົ້າມາສູ່ຕະຫຼາດດ້ວຍ ບາງອຸດສາຫະກຳຜູ້ຜະລິດໃໝ່ບໍ່ສາມາດເຂົ້າມາເຮັດການຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ ບາງອຸດສາຫະກຳຜູ້ຜະລິດໃໝ່ສາມາດເຂົ້າມາທຳການຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ ບາງອຸດສາຫະກຳສາມາດເຂົ້າມາຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ຢ່າງເສລີ ການວິເຄາະໄລຍະຍາວຈຶ່ງຂ້ອນຂ້າງຫຍຸ້ງຍາກ.

V. ການແຂ່ງຂັນໂດຍບໍ່ໃຊ້ລາຄາ (Non-price Competition)

ຜູ້ຜະລິດໃນຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າບໍ່ນິຍົມແຂ່ງຂັນກັນໃນດ້ານລາຄາ ແຕ່ຈະແຂ່ງກັນໃນດ້ານຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້າ ແລະ ການຈຳໜ່າຍສິນຄ້າ ເຊິ່ງການແຂ່ງຂັນ 2 ລັກສະນະນີ້ຖືວ່າເປັນການແຂ່ງຂັນໂດຍບໍ່ໃຊ້ລາຄາ (non-price competition) ເຫດຜົນໃນເລື່ອງນີ້ມີ 3 ປະການຄື:

1. ການລຸດລາຄາສິນຄ້າຈະບໍ່ຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າສາມາດຂາຍສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້ຫຼາຍ ເພາະຄູ່ແຂ່ງຂັນອື່ນສາມາດໂຕ້ຕອບການຫຼຸດລາຄາໄດ້ທັນທີ ເຮັດໃຫ້ສ່ວນທີ່ຄວນຂາຍຫຼາຍຂຶ້ນນັ້ນ ຖືກແບ່ງສະເລ່ຍລະຫວ່າງຜູ້ຜະລິດຕ່າງໆ ແລະ ຍັງສ່ຽງຕໍ່ການຖືກຕັດລາຄາອີກດ້ວຍເຊິ່ງຈະເກີດຜົນເສຍແກ່ຜູ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທຸກຄົນໃນທີ່ສຸດ.
2. ຜູ້ຂາຍເຊື່ອວ່າການແຂ່ງຂັນດ້ວຍການບໍ່ຂຶ້ນລາຄາສິນຄ້າແມ່ນສາມາດເອົາຊະນະຄູ່ແຂ່ງໄດ້ຖາວອນກ່ວາ ເພາະການລອກແບບຄຸນນະພາບສິນຄ້າ ແລະ ການຈຳໜ່າຍສິນຄ້າຕ້ອງໃຊ້ເວລາ ແລະ ໂດຍເຮັດໄດ້ບໍ່ສົມບູນເຊິ່ງກົງກັນຂ້າມກັບການຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າຄູ່ແຂ່ງນັ້ນຈະເຮັດນຳໄດ້ໃນທັນທີ.
3. ເນື່ອງຈາກຜູ້ຂາຍໜ້ອຍເຈົ້າເປັນຜູ້ຜະລິດລາຍໃຫຍ່ ເຊິ່ງມີຈຳນວນຜົນຜະລິດ ແລະ ຖານະການເງິນສູງຫຼາຍ ເຊິ່ງສາມາດລົງທຶນໃນການໂຄສະນາສິນຄ້າ ແລະ ສາມາດພັດທະນາຄຸນນະພາບສິນຄ້າ.

ການແຂ່ງຂັນໂດຍບໍ່ໃຊ້ລາຄາແມ່ນເປັນທີ່ນິຍົມສູງຂອງທັງຜູ້ຜະລິດໃນຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍຈຳນວນໜ້ອຍ ແລະ ຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ ແຕ່ມີຫຼາຍກ່ວາໃນຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍຈຳນວນໜ້ອຍ ເພາະມີຄວາມສະດວກທາງດ້ານການເງິນຫຼາຍກ່ວາ ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງສາມາດເຮັດໄດ້ຫຼາຍກ່ວາ.

VI. ຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ(Monopolitic Competition)

ນອກຈາກຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍຈຳນວນໜ້ອຍແລ້ວ ຕະຫຼາດອີກປະເພດໜຶ່ງເຊິ່ງມີສະພາບໃກ້ຄວາມເປັນຈິງຄື: ຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ ຕະຫຼາດປະເພດນີ້ມີລັກສະນະຫຼາຍປະເພດຄື ກັບຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນແທ້ຈິງ (pure competition) ຊຶ່ງໄດ້ແກ່ (1) ຈຳນວນຜູ້ຂາຍມີຫຼາກຫຼາຍ (2) ປາສະຈາກສິ່ງກົດຂວາງສຳລັບຜູ້ຜະລິດໃໝ່ຈະເຂົ້າມາທຳການຜະລິດແຂ່ງຂັນ (3) ຂາດການຮ່ວມມືກັນລະຫວ່າງຜູ້ຊື້ ຫຼື ຜູ້ຂາຍ.

ລັກສະນະທີ່ແຕກຕ່າງຈາກຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນແທ້ຈິງມີພຽງຢ່າງດຽວກໍຄື: ສິນຄ້າຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະຄົນແຕກຕ່າງກັນ ເຊິ່ງຄວາມແຕກຕ່າງນີ້ອາດຈະເປັນໄດ້ທັງແຕກຕ່າງຈິງ ອັນເກີດຈາກຄວາມແຕກຕ່າງໃນຮູບຮ່າງແລະຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ເປັນພຽງຄວາມແຕກຕ່າງໃນຄວາມຮູ້ສຶກຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍທີ່ຄວາມເປັນຈິງແລ້ວບໍ່ໄດ້ແຕກຕ່າງກັນເລີຍ ຕົວຢ່າງ: ສິນຄ້າໄດ້ແກ່ພວກແພັບ, ສະບູຫອມ, ຢາສີຟ້ນ, ແປງສີຟ້ນ, ແຊມພູສະຜົມ...ເປັນຕົ້ນ ເຊິ່ງແທ້ຈິງແລ້ວກໍຄືກັນໃນຫຼາຍຍີ່ຫໍ້ ແຕ່ຜູ້ຜະລິດບາງພວກພະຍາຍາມໃຊ້ສີ່ໂຄສະນາຕ່າງໆ ຮ່ວມທັງໃຊ້ຮູບແບບການບັນຈຸຕ່າງໆ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກເກີດຄວາມຮູ້ສຶກວ່າບໍ່ຄືກັນ ລັກສະນະນີ້ເອງທີ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະຈຳພວກໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດມີອຳນາດຜູກຂາດຢູ່ໃນສິນຄ້າຂອງຕົນ ຍິ່ງຜູ້ຜະລິດສາມາດເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າຂອງຕົນແຕກຕ່າງຈາກຂອງຜູ້ຜະລິດອື່ນໄດ້ຫຼາຍເທົ່າໃດອຳນາດຜູກຂາດກໍມີຫຼາຍເທົ່ານັ້ນ.

ຢ່າງໃດກໍຕາມ ຜູ້ຜະລິດຕ້ອງຄຳນຶງຢູ່ສະເໝີວ່າ ເຖິງວ່າສິນຄ້າຂອງຕົນຈະແຕກຕ່າງຈາກຂອງຜູ້ຜະລິດຈຳພວກອື່ນພຽງໃດ ແຕ່ສິນຄ້າຂອງຜູ້ຜະລິດພວກອື່ນກໍສາມາດໃຊ້ແທນກັນໄດ້ດີ ດັ່ງນັ້ນ, ຖ້າຕັ້ງລາຄາສິນຄ້າຂອງຕົນສູງກວ່າຂອງຜູ້ຜະລິດພວກອື່ນຈົນເກີນໄປແລ້ວ ຍ່ອມຈະປະສົບກັບການສູນເສຍລູກຄ້າຈຳນວນຫຼາຍໃຫ້ກັບຜູ້ຜະລິດພວກອື່ນຢ່າງແນ່ນອນ ດວ້ຍເຫດນີ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະຈຳພວກຈຶ່ງມີຄວາມຫົດຍືດໜ້ອຍກວ່າອະສົງໄຂ Infinity ເຊິ່ງແຕກຕ່າງຈາກກໍລະນີຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນເສັ້ນອຸປະສົງຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະພວກມີຄວາມຫົດຍືດຫຼາຍທີ່ສຸດ (perfectly elastic) ເພາະຜູ້ຜະລິດທຸກຄົນຕ້ອງຂາຍສິນຄ້າຂອງຕົນໃນຕະຫຼາດຖ້າຂາຍສູງກວ່າລາຄາຕະຫຼາດພຽງແຕ່ເລັກນ້ອຍກໍຈະສູນເສຍລູກຄ້າທັງໝົດ.

VII. ຄວາມສົມດູນໄລຍະສັ້ນຂອງແຕ່ລະ ຜູ້ຜະລິດ(Short-Run Equilibrium of a Firm)

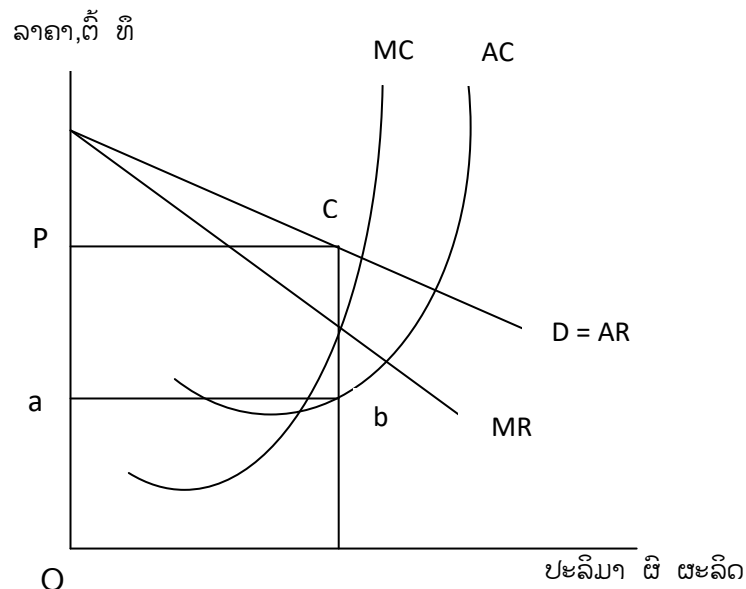
ຄວາມສົມດູນໃນໄລຍະສັ້ນຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງການແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດຄືກັບຄວາມສົມດູນໃນຕະຫຼາດປະເພດອື່ນໆທີ່ໄດ້ກ່າວມາແລ້ວຄື: ຜູ້ຜະລິດຈະຢູ່ໃນສົມດູນເມື່ອຜະລິດສິນຄ້າໃນລະດັບທີ່ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມເທົ່າກັບລາຍໄດ້ສ່ວນເພີ່ມ ($MC = MR$)

ອຸປະສົງຂອງຜູ້ຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດຄືກັບຂອງຜູ້ຜູກຂາດ ຊຶ່ງເປັນເສັ້ນຍາວຈາກຊ້າຍໄປຫາຂວາ ແຕ່ມີຄວາມຫົດຍືດຫຼາຍກວ່າເພາະສິນຄ້າໃຊ້ແທນກັນໄດ້ດີ ເສັ້ນລາຍໄດ້ສ່ວນເພີ່ມ (MR) ຈະຢູ່ລຸ່ມເສັ້ນອຸປະສົງເຊິ່ງແມ່ນເສັ້ນດຽວກັບລາຍຮັບສະເລ່ຍ (ອ່ານຢູ່ບົດທີ 7)

ຮູບທີ 10.3 ແມ່ນສະແດງເຖິງຄວາມສົມດູນຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ ໜ່ວຍຜະລິດຈະໄດ້ຮັບກຳໄລສູງສຸດເມື່ອຜະລິດ OQ ໜ່ວຍ ເຊິ່ງເປັນປະລິມານຜະລິດເທົ່າກັບ $MC = MR$ ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ Oa ຂາຍລາຄາໜ່ວຍລະ OP ແລະ ມີກຳໄລທັງໝົດແມ່ນພື້ນທີ່

Pcba ຫຼື ກຳໄລໜ່ວຍລະ Pa ບໍ່ວ່າຈະເປັນຕະຫຼາດປະເພດໃດ ໜ່ວຍຜະລິດອາດຈະປະສົບກັບການຂາດທຶນໄດ້ຫາກລາຄາສິນຄ້າຢູ່ຕໍ່າກວ່າຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ (AC) ໃນກໍລະນີຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດກໍ່ເຊັ່ນດຽວກັນ ໜ່ວຍຜະລິດຈະຜະລິດຕໍ່ໄປ ຖ້າລາຄາຍັງສູງກວ່າຕົ້ນທຶນປ່ຽນແປງສະເລ່ຍ (AVC) ໂດຍຜະລິດທີ່ລະດັບ $MC=MR$ ເຊິ່ງຈະຂາດທຶນໜ້ອຍທີ່ສຸດ (Loss minimization)

ຕະຫຼາດປະເພດນີ້ແມ່ນຄືກັບຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ຂາຍຈຳນວນໜ້ອຍ ຄືນິຍົມການໂຄສະນາ ແລະສົ່ງເສີມການຈຳໜ່າຍເພື່ອເພີ່ມອຸປະສົງ ເພາະຖ້າປະສົບຄວາມສຳເລັດອຸປະສົງຈະເພີ່ມຂຶ້ນໂດຍບໍ່ຕ້ອງຫຼຸດລາຄາ ກຳໄລຈະຫຼາຍຂຶ້ນ ຫຼື ຂາດທຶນໜ້ອຍລົງ



ຮູບທີ 10.3 ສົມດູນໄລຍະສັ້ນຂອງແຕ່ລະຜູ້ຜະລິດ

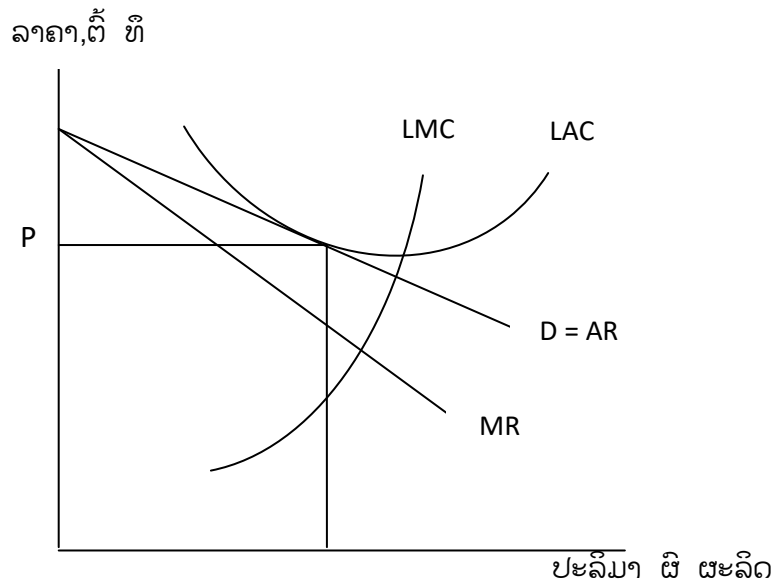
VIII. ຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງແຕ່ລະບັນດາຜູ້ຜະລິດ(Long-Run Equilibrium of a firm)

ໃນໄລຍະຍາວໜ່ວຍຜະລິດແຕ່ລະເຈົ້າໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະໄດ້ຮັບພຽງກຳໄລປົກກະຕິເທົ່ານັ້ນ ຊຶ່ງລາຄາສົມດູນເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ເພາະວ່າໃນໄລຍະຍາວຜູ້ຜະລິດລາຍໃໝ່ສາມາດເຂົ້າມາເຮັດການຜະລິດແຂ່ງຂັນໄດ້ໂດຍເສລີຈົນກວ່າໜ່ວຍຜະລິດຍັງມີກຳໄລເກີນກວ່າປົກກະຕິ ກຳໄລເກີນກວ່າປົກກະຕິນີ້ແມ່ນຈະດຶງດູດຜູ້ຜະລິດລາຍໃໝ່ເຂົ້າມາແຂ່ງຂັນ ການທີ່ມີຜູ້ຜະລິດເຂົ້າມາແຂ່ງຂັນເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍໆເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດຫຼຸດລົງເລື້ອຍໆຈົນໃນທີ່ສຸດຕັດກັບເສັ້ນຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍກ່ອນຈຸດຕໍ່າສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ລາຄາຈຶ່ງເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ແລະ ໜ່ວຍຜະລິດຈຶ່ງໄດ້ຮັບກຳໄລປົກກະຕິ.

ຮູບທີ 10.4 ສະແດງຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ ໜ່ວຍຜະລິດຈະຢູ່ໃນຄວາມສົມດູນແມ່ນມີກຳໄລສູງສຸດເມື່ອຜະລິດ 0Q ໜ່ວຍ ເຊິ່ງເປັນລະດັບປະລິມານຜົນຜະລິດທີ່ມີ $LMC = MR$ ແລະ ຂາຍລາຄາໜ່ວຍລະ 0P ເຊິ່ງເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ໜ່ວຍຜະລິດຈຶ່ງໄດ້ຮັບພຽງກຳໄລປົກກະຕິ.

ຄວາມສົມດູນໃນໄລຍະຍາວຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດແມ່ນແຕກຕ່າງຈາກຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນບາງປະການເພາະວ່າຜູ້ຜະລິດເຈົ້າໃໝ່ຂອງຕະຫຼາດ 2 ປະເພດນີ້ສາ

ມາດເຂົ້າມາແຂ່ງຂັນການຜະລິດໄດ້ໂດຍເສລີ ແຕ່ສິນຄ້າຂອງແຕ່ລະໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງ ຂັ້ນເຄິ່ງຜູກຂາດແມ່ນມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ ບໍ່ວ່າສິນຄ້ານັ້ນອາດຈະແຕກຕ່າງແທ້ ຫຼື ຜູ້ບໍລິໂພກຮູ້ສຶກວ່າແຕກຕ່າງ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດມີອຳນາດໃນການກຳນົດລາຄາໄດ້ ດັ່ງນັ້ນ, ເສັ້ນອຸປະສົງທີ່ມີຕໍ່ສິນຄ້າຂອງແຕ່ລະຜູ້ຜະລິດຈຶ່ງເປັນເສັ້ນຊື່ຍາວລົງໄປແຕ່ຊ້າຍຫາຂວາ (ເສັ້ນອຸປະສົງ $< \infty$) ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດຈຶ່ງສຳພັດກັບເສັ້ນຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍກ່ອນຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງເສັ້ນດັ່ງກ່າວ ພິຈາລະນາເງື່ອນໄຂຂອງຄວາມສົມດູນ $LMC = MR$ ເຫັນວ່າລະດັບລາຄາຂອງສິນຄ້າແມ່ນຢູ່ສູງກ່ວາລະດັບ ລາຍໄດ້ສ່ວນເພີ່ມ (MR) ແລະຜົນຜະລິດມີປະລິມານໜ້ອຍກ່ວາປະລິມານທີ່ຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງ LAC.



ຮູບທີ 10.4 ຄວາມສົມດູນໄລຍະຍາວຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັ້ນເຄິ່ງຜູກຂາດ

ສ່ວນໃນກໍລະນີຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ ໜ່ວຍຜະລິດບໍ່ມີອຳນາດໃນການກຳນົດລາຄາແຕ່ຢ່າງໃດເລີຍເສັ້ນອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດເປັນເສັ້ນຊື່ ແລະ ຂະໜານກັບແຖນນອນ ເສັ້ນອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດຈຶ່ງຕັດກັບຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງເສັ້ນ AC ລະດັບລາຄາສິນຄ້າເທົ່າກັບ MR ແລະ ຜົນຜະລິດມີປະລິມານເທົ່າກັບປະລິມານທີ່ຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງ LAC

ດັ່ງນັ້ນ, ສະຫຼຸບໄດ້ວ່າໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັ້ນເຄິ່ງຜູກຂາດມີລາຄາສົມດູນສູງກ່ວາ ແລະມີປະລິມານຜົນຜະລິດໜ້ອຍກ່ວາໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ.

IX. ການປຸງບຸກບລັກສະນະ ແລະໂຄງສ້າງຂອງຕະຫຼາດແບບຕ່າງໆ

ຕາຕະລາງ 10.1 ແມ່ນສະແດງການປຸງບຸກບລັກສະນະ ແລະ ໂຄງສ້າງຂອງຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນແບບຕ່າງໆ ໂດຍເລີ່ມຈາກຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ ຈົນເຖິງຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດໂດຍແທ້ຈິງ ຈາກຕາຕະລາງນີ້ຈະເຫັນໄດ້ວ່າຄວາມແຕກຕ່າງຂອງຕະຫຼາດແບບຕ່າງໆ ແມ່ນເບິ່ງຈາກຈຳນວນຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ຜູ້ຂາຍເປັນສຳຄັນ ນອກຈາກນີ້ ສາມາດພິຈາລະນາໄດ້ຈາກເສັ້ນອຸປະສົງຄື: ຖ້າເປັນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນເສັ້ນອຸປະສົງຈະເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແຖນນອນ ແຕ່ຖ້າເປັນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນບໍ່ສົມບູນເສັ້ນອຸປະສົງຈະເປັນເສັ້ນຊື່ ຫຼືເສັ້ນໂຄ້ງລາກລົງແຕ່ຊ້າຍຫາຂວາ ຄວາມບໍ່ສົມບູນຂອງການແຂ່ງຂັນຈະມີຫຼາຍ ຫຼື ໜ້ອຍ ແມ່ນຂຶ້ນກັບຄວາມຫົດຍືດຂອງເສັ້ນອຸປະສົງ ຕະຫຼາດທີ່ມີເສັ້ນອຸປະສົງມີຄວາມຫົດຍືດສູງແມ່ນມັກມີສະພາບການແຂ່ງຂັນສົມບູນຫຼາຍກ່ວາຕະຫຼາດທີ່ມີຄວາມ

ທົດຢຶດຕໍ່າ ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມການວິເຄາະເລື່ອງລາຄາ, ຈຳນວນການຜະລິດ ແລະກຳໄລສູງສຸດບໍ່ວ່າຈະເປັນຕະຫຼາດແບບໃດກໍນຳໃຊ້ຫຼັກການດຽວກັນໝົດກໍຄືຫຼັກການ $MC = MR$

ຕາຕະລາງ 10.1 ລັກສະນະ ແລະໂຄງສ້າງຂອງຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນແບບຕ່າງໆ

ປະເພດຂອງການແຂ່ງຂັນ	ການແຂ່ງຂັນສົມບູນ (Perfect Competition)	ການແຂ່ງຂັນເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ (monopolistic competition)	ການແຂ່ງຂັນທີ່ມີຜູ້ຜະລິດໜ້ອຍເຈົ້າກໍລະນີສິນຄ້າຄືກັນ (pure oligopoly)	ການແຂ່ງຂັນທີ່ມີຜູ້ຜະລິດໜ້ອຍເຈົ້າ ກໍລະນີຜະລິດສິນຄ້າຕ່າງກັນ (differentiated oligopoly)	ການຜູກຂາດສົມບູນ (pure monopoly)
ຈຳນວນຂອງຜູ້ຜະລິດ	ຜູ້ຜະລິດມີຈຳນວນຫຼາຍ	ຜູ້ຜະລິດມີຈຳນວນຫຼາຍ	ຜູ້ຜະລິດມີຈຳນວນ 2 – 3 ເຈົ້າ	ຜູ້ຜະລິດມີຈຳນວນ 2 – 3 ເຈົ້າ	ຜູ້ຜະລິດມີພຽງ 1 ເຈົ້າ
ລັກສະນະຂອງບັນດາຜູ້ຜະລິດສິນຄ້າ	ຜະລິດສິນຄ້າຄືກັນທຸກຢ່າງ, ຜູ້ບໍລິໂພກແມ່ນບໍ່ຈະຈົງທີ່ຈະຊື້ຈາກຜູ້ຜະລິດໃດຜູ້ໜຶ່ງ	ສິນຄ້າແຕກຕ່າງກັນແຕ່ໃຊ້ແທນກັນໄດ້ດີ	ຄືກັນທຸກຢ່າງ	ສິນຄ້າແຕກຕ່າງກັນແຕ່ໃຊ້ແທນກັນໄດ້ດີ	ຂາດສິນຄ້າທີ່ຈະໃຊ້ແທນໄດ້ດີ
ຕົວຢ່າງປະເພດຂອງສິນຄ້າ	ສິນຄ້າກະສິກຳເຊັ່ນ: ເຂົ້າ, ຝ້າຍ, ບົ່	ສະບູຝຸ່ນ, ສະບູ, ຢາສີແຂ້ວ	ນ້ຳມັນເຄື່ອງ, ຊີມັງ, ສັງກະສີ	ພາຫະນະ, ພິມດິດ, ເຄື່ອງໄຟຟ້າ	ກິດຈະການສາທາລະນະປະໂພກ, ການຂົນສົ່ງໂດຍສານ
ອຳນາດໃນການກຳນົດລາຄາ	ບໍ່ສາມາດກຳນົດລາຄາໄດ້ ຕ້ອງກຳນົດຕາມລາຄາຕະຫຼາດ ຖ້າກຳນົດສູງກວ່າລາຄາຕະຫຼາດແມ່ນຈະຂາຍບໍ່ໄດ້	ມີຢູ່ພໍສົມຄວນ ແຕ່ຖ້າຕັ້ງລາຄາສູງກວ່າລາຄາຂອງຄູ່ແຂ່ງຈົນເກີນໄປກໍຈະສ່ຽງກັບການເສຍລູກຄ້າເປັນຈຳນວນຫຼາຍ	ພໍມີຢູ່ ແມ່ນດ້ວຍການລວມຕົວກັນຕັ້ງລາຄາ ຫຼືຕັ້ງຕາມຜູ້ນຳ (Price Leader)	ພໍມີຢູ່ ແຕ່ຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບລາຄາຂອງຄູ່ແຂ່ງ	ມີອຳນາດເຕັມທີ່ເພາະຂາດຄູ່ແຂ່ງ
ວິທີການຈຳໜ່າຍສິນຄ້າ	ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຈູງໃຈຜູ້ຊື້ດ້ວຍການໂຄສະນາ ຫຼືສົ່ງເສີມການຈຳໜ່າຍ	ການເພີ່ມການຈຳໜ່າຍແມ່ນນິຍົມໃຊ້ວິທີການໂຄສະນາ ແລະປັບປຸງຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້າຫຼາຍກວ່າການຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າ	ການເພີ່ມການຈຳໜ່າຍແມ່ນນິຍົມໃຊ້ວິທີການໂຄສະນາ ແລະປັບປຸງຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້າແທນການຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າ	ການເພີ່ມການຈຳໜ່າຍແມ່ນນິຍົມໃຊ້ວິທີການໂຄສະນາ ແລະ ການພັດທະນາຄຸນນະພາບແທນການຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າ	ອຸປະສົງມີຄວາມຫົດຫຼີດໜ້ອຍ, ເປັນເສັ້ນຍາວລົງ ແຕ່ບໍ່ແມ່ນເສັ້ນດຽວກັບ MR
ລັກສະນະອຸປະສົງຂອງບັນດາຜູ້ຜະລິດ	ເສັ້ນອຸປະສົງມີຄວາມຫົດຫຼີດສົມບູນ (Perfectly Elastic), ເສັ້ນອຸປະສົງຂະໜານກັບແກນນອນ ແລະເປັນເສັ້ນເສັ້ນດຽວກັບ AR ແລະ MR	ເສັ້ນອຸປະສົງມີຄວາມຫົດຫຼາຍ (Elastic) ເປັນເສັ້ນຍາວລົງ ແຕ່ບໍ່ແມ່ນເສັ້ນດຽວກັບ MR	ເສັ້ນອຸປະສົງເປັນເສັ້ນໜ້າມູມຢູ່ໃນລາຄາຕະຫຼາດຂະນະນັ້ນ	ເສັ້ນອຸປະສົງມີຄວາມຫົດຫຼີດໜ້ອຍ ແລະຂຶ້ນກັບການກະທຳຕອບໂຕ້ຂອງຄູ່ແຂ່ງ	ເສັ້ນອຸປະສົງມີຄວາມຫົດຫຼີດໜ້ອຍ ເປັນເສັ້ນຍາວລົງ ແຕ່ບໍ່ແມ່ນເສັ້ນດຽວກັບ MR
ລະດັບລາຄາສິນຄ້າ	ຕ່ຳກວ່າຕະຫຼາດແບບອື່ນໆ	ສູງກວ່າຕະຫຼາດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ	ສູງກວ່າໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ	ສູງກວ່າໃນຕະຫຼາດເຄິ່ງແຂ່ງຂັນເຄິ່ງຜູກຂາດ	ສູງກວ່າຕະຫຼາດແບບຕ່າງໆ
ກຳໄລຢູ່ລະດັບປະລິມານຂາຍ	ກຳໄລເກີນປົກກະຕິຈະໝົດໄປໃນໄລຍະຍາວ	ໃນໄລຍະຍາວຈະມີກຳໄລປົກກະຕິຫຼືບໍ່ ແມ່ນຂຶ້ນກັບເງື່ອນໄຂການເຂົ້າມາແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ຜະລິດລາຍໃໝ່	ມີກຳໄລເກີນປົກກະຕິໃນໄລຍະຍາວ	ມີກຳໄລເກີນປົກກະຕິໃນໄລຍະຍາວ	ມີກຳໄລເກີນປົກກະຕິໃນໄລຍະຍາວ

ບົດທີ 11

ທິດສະດີວ່າດ້ວຍຄ່າຈ້າງແຮງງານ

(The Theory of Wage)

ບົດທີ 2 ຫາ ບົດທີ 10 ເປັນການອະທິບາຍກ່ຽວກັບການເຮັດໜ້າທີ່ຂອງກົນໄກລາຄາໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບຕະຫຼາດ (market economy) ໃນການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບບັນຫາພື້ນຖານເສດຖະກິດ 2 ປະການຄື: ບັນຫາຜະລິດຫຍັງ (what)? ແລະ ບັນຫາຜະລິດແນວໃດ (how)? ເຊິ່ງກ່ຽວຂ້ອງກັບຜົນຜະລິດ ສ່ວນບົດທີ 11 ແລະ ບົດທີ 12 ເປັນການສຶກສາກ່ຽວກັບການເຮັດວຽກຂອງກົນໄກຂອງລາຄາໃນບັນຫາພື້ນຖານທາງເສດຖະກິດ ໃນບັນຫາສຸດທ້າຍຄື: ບັນຫາຜະລິດເພື່ອໃຜ (for whom) ບັນຫານີ້ບໍ່ແມ່ນການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການແລ້ວຈະຂາຍໃຫ້ໃຜ? (ເຊິ່ງເປັນເລື່ອງຂອງການຕະຫຼາດ) ແຕ່ເປັນເລື່ອງກ່ຽວກັບການກຳນົດຄ່າຕອບແທນແກ່ປັດໄຈການຜະລິດປະເພດຕ່າງໆ ແລະ ລາຍໄດ້ຂອງປັດໄຈການຜະລິດໄປກຳນົດການແບ່ງສ່ວນຜົນຜະລິດໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບຕະຫຼາດ ອີກຢ່າງໜຶ່ງກໍຄື: ຜູ້ມີລາຍໄດ້ຫຼາຍຍ່ອມມີໂອກາດທີ່ຈະໄດ້ຜົນຜະລິດເປັນຈຳນວນຫຼາຍ ຫຼື/ແລະ ມີມູນຄ່າສູງ ສ່ວນຜູ້ມີລາຍໄດ້ນ້ອຍກໍຈະໄດ້ຜົນຜະລິດຈຳນວນໜ້ອຍແລະ/ຫຼືມີມູນຄ່າຕໍ່າ ດັ່ງນັ້ນ, ເຮົາຈຶ່ງຕ້ອງສຶກສາການກຳນົດລາຍໄດ້ເບື້ອງຕົ້ນຂອງປັດໄຈການຜະລິດ.

ໃນລະບົບເສດຖະກິດແບບຕະຫຼາດລາຍໄດ້ເບື້ອງຕົ້ນ (ລາຍໄດ້ທີ່ຍັງບໍ່ຫັກຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕ່າງໆ ແລະ ພາສີຕ່າງໆ) ຂອງບຸກຄົນຂຶ້ນຢູ່ກັບການເປັນເຈົ້າຂອງປັດໄຈການຜະລິດອັນໄດ້ແກ່: ທີ່ດິນ, ແຮງງານ, ທຶນ ແລະ ຜູ້ປະກອບການ. ດັ່ງນັ້ນ, ລາຍໄດ້ເບື້ອງຕົ້ນຈຶ່ງແຕກຕ່າງກັນຂຶ້ນຢູ່ກັບຄຸນນະພາບ ແລະ ປະລິມານຂອງປັດໄຈການຜະລິດທີ່ຜູ້ຄອບຄອງປັດໄຈການຜະລິດແຕ່ລະປະເພດມີຄ່າຕອບແທນ ຫຼື ມີຄ່າແຕກຕ່າງກັນ.

ເນື່ອງຈາກປັດໄຈການຜະລິດແບ່ງເປັນ 4 ປະເພດໄດ້ແກ່: ທີ່ດິນ, ແຮງງານ, ທຶນ ແລະ ຜູ້ປະກອບການ ແລະ ປັດໄຈການຜະລິດແຕ່ລະປະເພດກໍມີປັດໄຈກຳນົດແຕກຕ່າງກັນ. ດັ່ງນັ້ນ, ການວິເຄາະຕະຫຼາດປັດໄຈການຜະລິດແຕ່ລະປະເພດຈຶ່ງຄວນພິຈາລະນາແຍກອອກຈາກກັນ ບົດທີ 11 ນີ້ແມ່ນເນັ້ນພິຈາລະນາຕະຫຼາດແຮງງານ.

ເພື່ອເຂົ້າໃຈວ່າຄ່າຕອບແທນຂອງແຮງງານບໍ່ພຽງແຕ່ກຳນົດຈາກ ກົນໄກລາຄາໃນຕະຫຼາດເທົ່ານັ້ນ ຍັງອາດຈະກຳນົດຈາກປັດໄຈຂອງສະຖາບັນສັງຄົມ (social institution) ອີກດ້ວຍ ເຊັ່ນ: ສະພາບແຮງງານທີ່ມີອຳນາດຕໍ່ລອງລາຄາສູງ ອາດເຮັດໃຫ້ແຮງງານບາງກຸ່ມໄດ້ຮັບຄ່າຈ້າງສູງກວ່າຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນເສລີກໍໄດ້ ສັງຄົມທີ່ມີການເລືອກປະຕິບັດເຮັດໃຫ້ຜູ້ຍິງໄດ້ຮັບຄ່າແຮງງານຕໍ່າກວ່າແຮງງານຜູ້ຊາຍ ການເກັບພາສີທີ່ຂາດປະສິດທິພາບອາດຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ມີລາຍໄດ້ຈາກເງິນເດືອນ ຕ້ອງຮັບພາລະພາສີຫຼາຍກວ່າຜູ້ມີລາຍໄດ້ຈາກວິຊາຊີບອິດສະຫຼະ.

I. ຄວາມໝາຍຂອງຄ່າຈ້າງແຮງງານ

ຄ່າຈ້າງແຮງງານ ຫຼືເອີ້ນສັ້ນວ່າ “ຄ່າຈ້າງ” ໝາຍເຖິງຜົນຕອບແທນທີ່ແຮງງານໄດ້ຮັບຈາກການເຮັດວຽກ ເຊິ່ງຢູ່ໃນຮູບຂອງຄ່າຈ້າງລາຍວັນ, ເງິນເດືອນ ແລະ ຄ່າຈ້າງເໝົາຈ່າຍ ຄ່າຈ້າງນັບວ່າມີຄວາມສຳຄັນທີ່ສຸດໃນບັນດາຜົນຕອບແທນຂອງປັດໄຈການຜະລິດທັງຫຼາຍ ເພາະວ່າຄ່າຈ້າງເປັນແຫຼ່ງລາຍໄດ້ໃຫຍ່ທີ່ສຸດຂອງປະຊາຊົນ. ໂດຍພິຈາລະນາຈາກຜະລິດຕະພັນລວມແຫ່ງຊາດ

(Goss National Products) ຂອງປະເທດຕ່າງໆ ຈະເຫັນວ່າຫຼາຍກ່ວາ 50% ແມ່ນເງິນເດືອນ ແລະຄ່າຈ້າງ ດັ່ງນັ້ນ, ນັກເສດຖະສາດຈຶ່ງໃຫ້ຄວາມສົນໃຈໃນເລື່ອງຄ່າຈ້າງເປັນພິເສດເພາະວ່າເປັນ ແຫຼ່ງລາຍຮັບທີ່ສໍາຄັນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນການຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ.

ຄ່າຈ້າງໄດ້ແບ່ງອອກເປັນ **ຄ່າຈ້າງເປັນເງິນ** (Money Wages) ແລະ **ຄ່າຈ້າງຕົວຈິງ** (Real Wages) ຄ່າຈ້າງເປັນເງິນໝາຍເຖິງຈໍານວນເງິນທີ່ແຮງງານໄດ້ຮັບເປັນຄ່າຕອບແທນທີ່ໄດ້ຮັບ ຈາກການຜະລິດ, ສ່ວນຄ່າຈ້າງຕົວຈິງໝາຍເຖິງຈໍານວນສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການທີ່ຈະຊື້ໄດ້ຈາກຄ່າ ຈ້າງທີ່ເປັນເງິນ. ຄ່າຈ້າງຕົວຈິງຈຶ່ງສະແດງເຖິງອໍານາດຊື້ (Purching Power) ທີ່ແທ້ຈິງ, ຄ່າຈ້າງ ແທ້ຈິງຂຶ້ນຢູ່ກັບຄ່າຈ້າງເປັນເງິນ, ລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການທົ່ວໄປ ຫຼື ດັດສະນີລາຄາສິນຄ້າຜູ້ ບໍລິໂພກ (Consumer Price Index); ດັດສະນີລາຄາສິນຄ້າຜູ້ບໍລິໂພກເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາສູງກ່ວາ ຄ່າຈ້າງເປັນເງິນທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຄ່າຈ້າງແທ້ຈິງຈະຫຼຸດລົງ. ຄ່າຈ້າງທີ່ຢູ່ໃນທິດສະດີຂອງຄ່າຈ້າງໂດຍທົ່ວໄປ ແມ່ນຄ່າຈ້າງທີ່ແທ້ຈິງໂດຍໄດ້ສົມມຸດວ່າ: ລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຄົງທີ່.

II. ຕົວກຳນົດອຸປະສົງແລະອຸປະທານແຮງງານ

ອຸປະສົງແຮງງານ ແມ່ນຈໍານວນແຮງງານຕ່າງໆທີ່ຜູ້ຜະລິດຍິນດີທີ່ຈະຈ້າງໃນອັດຕາຄ່າຈ້າງ ຕ່າງໆ ໂດຍທົ່ວໄປເສັ້ນອຸປະສົງແຮງງານມີລັກສະນະແບບດຽວກັບເສັ້ນອຸປະສົງສິນຄ້າຄືລາກຍາວລົງ ແຕ່ຊ້າຍຫາຂວາ ເນື່ອງຈາກວ່າສາມາດຈຳແນກແຮງງານອອກເປັນປະເພດຕ່າງໆ ຕາມຄຸນສົມບັດ ແລະ ຄວາມຊຳນານສະເພາະ ເຮົາຈຶ່ງສາມາດສະແດງອຸປະສົງແຮງງານຕາມປະເພດຂອງແຮງງານ.

ຕົວກຳນົດອຸປະສົງແຮງງານ ແມ່ນການພິຈາລະນາຈາກຕຳລາຂອງເສັ້ນອຸປະສົງແຮງງານ ເຊິ່ງໃຊ້ຫຼັກການດຽວກັນກັບອຸປະສົງຕໍ່ສິນຄ້າ ໂດຍກຳນົດອອກເປັນ 2 ປະເພດຄື: ຕົວກຳນົດໂດຍກົງ ຄື: ອັດຕາຄ່າຈ້າງ/ຄ່າຕອບແທນ ແລະ ຕົວກຳນົດທາງອ້ອມດັ່ງຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້:

1. ເນື່ອງຈາກອຸປະສົງແຮງງານເປັນອຸປະສົງຕໍ່ເນື່ອງ ເມື່ອມີການປ່ຽນແປງອຸປະສົງຕໍ່ສິນຄ້າຈະເຮັດ ໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານມີການປ່ຽນແປງໄປນຳ. ຕົວຢ່າງ: ຖ້າອຸປະສົງຕໍ່ເຂົ້າຈານດ່ວນຂອງຮ້ານ ອາຫານເພີ່ມຂຶ້ນ ຮ້ານນີ້ກໍຈະເພີ່ມອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານໃນການເຮັດໜ້າທີ່ຕ່າງໆ ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງ ງານຈະຍ້າຍຂຶ້ນທາງເບື້ອງຂວາ ຖ້າເຫດການກົງກັນຂ້າມ ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຈະຍ້າຍລົງໄປ ທາງເບື້ອງຊ້າຍ.
2. ການປ່ຽນແປງປະສິດທິພາບຂອງການເຮັດວຽກຂອງແຮງງານ ຖ້າແຮງງານໄດ້ຮັບການເຝິກຝົນ ເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບການເຮັດວຽກ ຫຼື ຈັດລະບຽບການເຮັດວຽກໃໝ່ ແມ່ນຈະເຮັດໃຫ້ແຮງງານມີປະ ສິດທິພາບຫຼາຍຂຶ້ນເປັນທີ່ຕ້ອງການຂອງຜູ້ປະກອບການຫຼາຍຂຶ້ນ.
3. ການປ່ຽນແປງລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນ ຫຼື ໃຊ້ທົດແທນກັນ ໃນກໍລະນີທີ່ປັດໄຈ ການຜະລິດໃຊ້ທົດແທນກັນ ຫາກປັດໄຈການຜະລິດທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນມີລາຄາສູງຂຶ້ນຈະເຮັດໃຫ້ການ ຈ້າງປັດໄຈການຜະລິດທຸກຢ່າງທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນຫຼຸດລົງ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມການວິເຄາະຈະບິ້ນກັນ ຕົວຢ່າງ: ລົດແທັກຊີ ແລະຄົນຂັບລົດເປັນປັດໄຈທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນ ຫາກລາຄາແທັກຊີເລີ່ມສູງຂຶ້ນ ອຸປະສົງຕໍ່ຄົນຂັບກໍຕ້ອງໄດ້ຫຼຸດລົງ.

ໃນກໍລະນີປັດໄຈການຜະລິດໃຊ້ທົດແທນກັນ ການຂຶ້ນລາຄາປັດໄຈການຜະລິດຢ່າງໜຶ່ງ ຈະ ເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ການຜະລິດອີກຢ່າງໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນໃນທາງກົງກັນຂ້າມ. ຕົວຢ່າງ: ເຄື່ອງຈັກອັດຕະໂນ ມັດ ແລະ ແຮງງານເປັນປັດໄຈທີ່ໃຊ້ທົດແທນກັນ ຖ້າເຄື່ອງຈັກອັດຕະໂນມັດມີລາຄາຫຼຸດລົງໜ່ວຍຜະ ລິດຈະຫັນມາໃຊ້ເຄື່ອງຈັກແທນແຮງງານ ເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຫຼຸດລົງ.

ສະຫຼຸບແລ້ວວ່າ ຖ້າອັດຕາຄ່າຈ້າງຕໍ່ເງິນເດືອນປ່ຽນແປງຈະມີການຍ້າຍຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປອີກຈຸດໜຶ່ງຢູ່ເສັ້ນອຸປະສົງເດີມ ຫາກມີການປ່ຽນແປງຕົວກຳນົດທາງອ້ອມຈະເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງແຮງງານຍ້າຍຈາກຕຳແໜ່ງເດີມທັງໝົດ.

ອຸປະສົງແຮງງານຈະມີຄວາມຫົດຫຼາຍຫຼືນ້ອຍຂຶ້ນຢູ່ກັບປັດໄຈຫຼາຍຢ່າງ ໂດຍທົ່ວໄປອຸປະສົງແຮງງານໃນໄລຍະສັ້ນມັກຈະມີຄວາມຫົດຫຼາຍນ້ອຍກວ່າໃນໄລຍະຍາວເພາະໃນໄລຍະສັ້ນມີປັດໄຈການຜະລິດສ່ວນໜຶ່ງເປັນປັດໄຈຄົງທີ່ (Fixed inputs) ຖ້າຜູ້ຜະລິດເພີ່ມແຮງງານເຊິ່ງເປັນປັດໄຈການຜະລິດປ່ຽນແປງຫຼາຍເກີນຄວນຈະເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດຫຼຸດລົງຢ່າງໄວວາ ແຕ່ໃນໄລຍະຍາວຜູ້ຜະລິດສາມາດປ່ຽນແປງຈຳນວນປັດໄຈການຜະລິດທຸກປະເພດ ຖ້າຄ່າຈ້າງຫຼຸດລົງຜູ້ຜະລິດອາດຈະຈ້າງແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້ຫຼາຍ, ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ໃນໄລຍະຍາວຫາກອັດຕາຄ່າຈ້າງຢູ່ໃນລະດັບສູງ ຜູ້ຜະລິດສາມາດໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດອື່ນເຮັດວຽກແທນແຮງງານ ດັ່ງນັ້ນ, ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານໃນໄລຍະຍາວຈຶ່ງມີຄວາມຫົດຫຼາຍກວ່າໄລຍະສັ້ນ.

ອຸປະທານແຮງງານ ແມ່ນຈຳນວນແຮງງານທີ່ເຕັມໃຈຈະຮັບຈ້າງເຮັດວຽກທີ່ຄ່າຈ້າງລະດັບຕ່າງ ໆ

ຕົວກຳນົດອຸປະທານແຮງງານ ອຸປະທານແຮງງານແຕ່ລະປະເພດໃນແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນ ໃນໄລຍະເວລາໜຶ່ງຈະມີ ຫຼາຍຫຼືນ້ອຍ ນອກຈາກຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບອັດຕາຄ່າຈ້າງ(ເງິນເດືອນ)ທີ່ເປັນຢູ່ໃນຂະນະນັ້ນແລ້ວ ຍັງຂຶ້ນຢູ່ກັບສິ່ງອື່ນໆເຊິ່ງເປັນຕົວກຳນົດໂດຍອ້ອມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

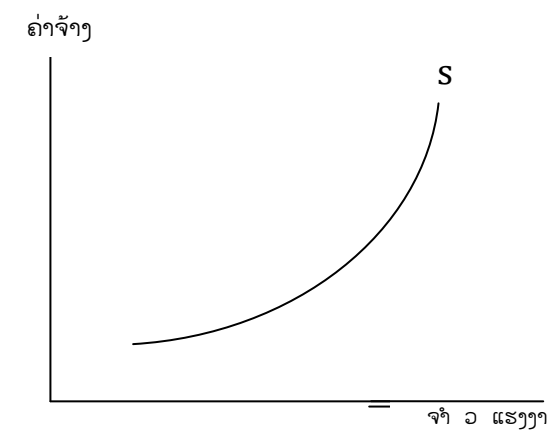
1. ຈຳນວນແຮງງານປະເພດນັ້ນ ແລະ ໄລຍະເວລານັ້ນເຊິ່ງໄດ້ຮັບການເຝິກຝົນ ແລະ ມີຄວາມຕັ້ງໃຈທີ່ຈະເຮັດວຽກ.
2. ແຮງງານອີກສ່ວນໜຶ່ງທີ່ພ້ອມ ແລະ ເຕັມໃຈຈະຮັບການເຝິກຝົນເພື່ອເຮັດວຽກຕໍ່ໄປ ເຮັດໃຫ້ຈຳນວນແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້ ແຕ່ຖ້າເປັນວຽກບາງຢ່າງເຊິ່ງຕ້ອງໃຊ້ແຮງງານທີ່ມີຄວາມຊຳນານສະເພາະ ຫຼື ໃຊ້ເວລາໃນການອົບຮົມເວລາດົນເຊັ່ນ: ແພດ, ນັກວິທະຍາສາດເປັນຕົ້ນ ແຮງງານເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນບໍ່ສາມາດເພີ່ມຈຳນວນໄດ້ໃນໄລຍະສັ້ນ.
3. ໂອກາດໃນການຊັກຈູງແຮງງານຈາກທ້ອງຖິ່ນອື່ນ ແຮງງານບາງປະເພດມີການຍ້າຍຖິ່ນຖານເພື່ອຫາວຽກເຮັດໃນທ້ອງຖິ່ນອື່ນ ຫຼື ຍ້າຍຖິ່ນຖານຫາກມີສິ່ງຈູງໃຈພຽງພໍເຊັ່ນ: ຄ່າຈ້າງສູງກວ່າ, ສະພາບປ່ອນເຮັດວຽກດີກວ່າ, ຕຳແໜ່ງ ຫຼື ອານາຄົດໃນການເຮັດວຽກດີກວ່າເປັນຕົ້ນ.
4. ຈຳນວນຊົ່ວໂມງທີ່ແຮງງານຍິນດີຈະເຮັດ ຖ້າແຮງງານຍິນດີເຮັດວຽກເພີ່ມຊົ່ວໂມງຫຼາຍຂຶ້ນ ອຸປະທານຂອງແຮງງານກໍຈະເພີ່ມຂຶ້ນ.

ໂດຍທົ່ວໄປເສັ້ນອຸປະທານຂອງແຮງງານມີລັກສະນະແບບດຽວກັບເສັ້ນອຸປະທານສິນຄ້າ ຄື ຍາວຂຶ້ນຈາກຊ້າຍຫາຂວາ ເສັ້ນ S ໃນຮູບ 11.1 (ກ), ສະແດງວ່າຖ້າອັດຕາຄ່າຈ້າງສູງຂຶ້ນແຮງງານທີ່ຍິນດີເຮັດວຽກມີຈຳນວນຫຼາຍຂຶ້ນ ຖ້າຄ່າຈ້າງໜ້ອຍລົງແຮງງານຍິນດີຈະເຮັດວຽກມີຈຳນວນໜ້ອຍລົງ. ການປ່ຽນແປງອັດຕາຄ່າຈ້າງເຊິ່ງແມ່ນຕົວກຳນົດໂດຍກົງຂອງການປະຕິບັດງານອຸປະທານແຮງງານ ແມ່ນການຍ້າຍຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປອີກຈຸດໜຶ່ງຢູ່ເສັ້ນອຸປະທານເດີມ ໃນກໍລະນີທີ່ມີການປ່ຽນແປງຕົວກຳນົດທາງອ້ອມຈະເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະທານຍ້າຍຕຳແໜ່ງໄປຈາກປ່ອນເກົ່າທັງໝົດ.

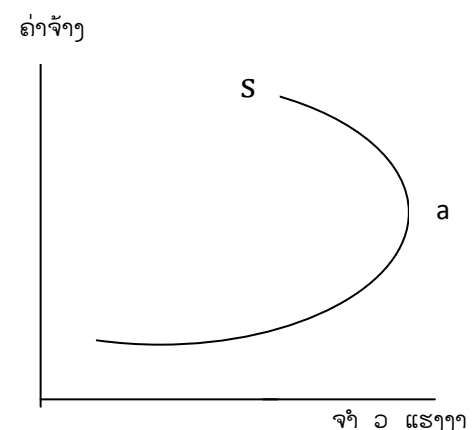
ນອກຈາກນີ້ ຈຳນວນແຮງງານຈະປ່ຽນແປງຫຼາຍ ຫຼືນ້ອຍເທົ່າໃດເມື່ອອັດຕາຄ່າຈ້າງປ່ຽນໄປຂຶ້ນຢູ່ກັບຄວາມຫົດຫຼາຍຂອງອຸປະທານແຮງງານ ຖ້າອຸປະທານມີຄວາມຫົດຫຼາຍ (Elastic) ເປີເຊັນການປ່ຽນແປງຂອງຈຳນວນແຮງງານຈະຫຼາຍກວ່າເປີເຊັນການປ່ຽນແປງຂອງຄ່າຈ້າງ ໃນທາງກົງກັນ

ຂ້າມ ຖ້າອຸປະທານມີຄວາມຫົດຫຼັດໜ້ອຍ (Inelastic) ເປີເຊັນການປ່ຽນແປງຂອງຈຳນວນແຮງງານຈະໜ້ອຍກ່ວາເປີເຊັນການປ່ຽນແປງຂອງຄ່າຈ້າງ. ອຸປະທານຈະມີຄວາມຫົດຫຼັດໜ້ອຍຫຼາຍເທົ່າໃດແມ່ນຂຶ້ນກັບໂອກາດການຍ້າຍຖິ່ນຖານ ແລະ ໄລຍະເວລາ ໂດຍປົກກະຕິອຸປະທານແຮງງານໃນໄລຍະຍາວມີຄວາມຫົດຫຼັດຫຼາຍກ່ວາໄລຍະສັ້ນ.

ໃນກໍລະນີ ການຂຶ້ນຄ່າຈ້າງເພື່ອດຶງດູດໃຫ້ແຮງງານຫຼາຍຂຶ້ນອາດບໍ່ມີຜົນ ການຂຶ້ນຄ່າຈ້າງແທນທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ແຮງງານຍືນດີເຮັດວຽກຫຼາຍຊົ່ວໂມງຂຶ້ນດ້ວຍການຫຼຸດຊົ່ວໂມງການພັກຜ່ອນ (Substitution Effect) ກັບເກີດຜົນຕໍ່ລາຍໄດ້ (Income Effect). ເວົ້າໄດ້ວ່າ ແຮງງານກັບການເຮັດວຽກໜ້ອຍລົງ ແລະ ໃຊ້ເວລາພັກຜ່ອນຫຼາຍຂຶ້ນ ກໍລະນີນີ້ມັກເກີດກັບແຮງງານທີ່ໄດ້ຮັບຄ່າຈ້າງເງິນເດືອນສູງຢູ່ແລ້ວ ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານໃນກໍລະນີເປັນເສັ້ນລັງວກັບເຂົ້າຫາແກນຕັ້ງເລີ່ມຈາກຈຸດ a ຂຶ້ນໄປດັ່ງຮູບ 11.1 (ຂ)



ຮູບທີ 11.1 (ກ) ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານແບບປົກກະຕິ



ຮູບທີ 11.1 (ຂ) ເສັ້ນອຸປະທານແບບລົງກັບ

ຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນຈະເວົ້າເຖິງອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ອຸປະສົງແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ແລະ ການກຳນົດຄວາມສົມດູນຂອງການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ.

ອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ (Firm's Labour Supply)

ອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດແບ່ງເປັນ 2 ກໍລະນີຕາມໂຄງສ້າງຕະຫຼາດແຮງງານ ເຊັ່ນ: ກໍລະນີຕະຫຼາດແຮງງານແຂ່ງຂັນສົມບູນ ແລະ ກໍລະນີຕະຫຼາດແຮງງານແຂ່ງຂັນບໍ່ສົມບູນ (ຜູກຂາດ) ຄ່າຈ້າງແຮງງານທີ່ແຕ່ລະໜ່ວຍຜະລິດປະເຊີນຢູ່ເປັນຕົວຊີ້ບອກລັກສະນະໂຄງສ້າງແຮງງານ ແລະ ເປັນຕົວກຳນົດອຸປະທານຂອງແຮງງານ.

1. ກໍລະນີຕະຫຼາດແຮງງານແຂ່ງຂັນສົມບູນ

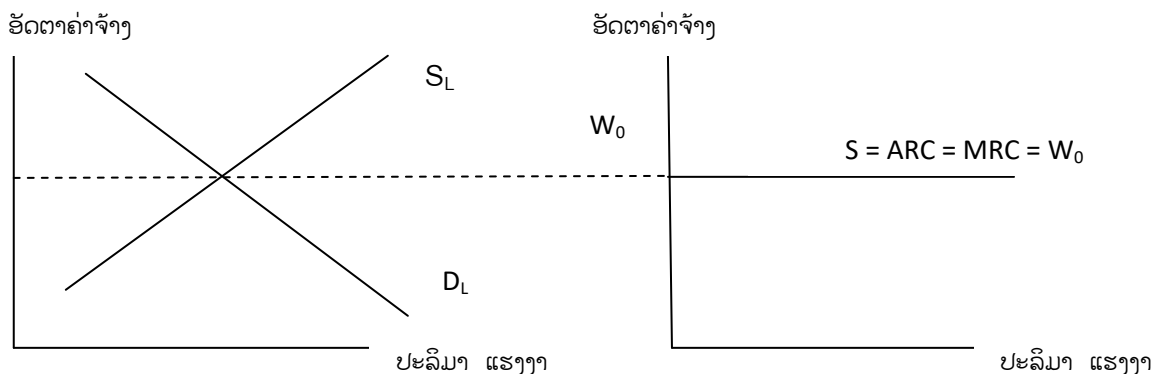
ຮູບທີ 11.2 (ກ) ສະແດງການກຳນົດຄ່າຈ້າງສົມດູນຂອງແຮງງານໃນຕະຫຼາດແຮງງານ ທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ ອັດຕາຄ່າຈ້າງສົມດູນເທົ່າກັບ W_0 . ຮູບທີ 11.2 (ຂ) S ແມ່ນເສັ້ນອຸປະທານຂອງແຮງງານທີ່ໜ່ວຍຜະລິດ (ກ) ມີຢູ່ ເຊິ່ງເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນ ແລະ ຕັດກັບແກນຕັ້ງທີ່ລະດັບຄ່າຈ້າງເທົ່າກັບ W_0 ທັງນີ້ເພາະໜ່ວຍຜະລິດ (ກ) ເປັນຜູ້ຈ້າງແຮງງານລາຍຍ່ອຍ ໃນຕະຫຼາດແຮງງານນີ້, ໜ່ວຍຜະລິດ (ກ) ຈຶ່ງຕ້ອງຍຶດຕາມລາຄາສົມດູນຂອງຕະຫຼາດແຮງງານ (Price Taker) ບໍ່ສາມາດຈ່າຍຄ່າຈ້າງໃນອັດຕາຕໍ່າກວ່າ W_0 ດັ່ງນັ້ນ, ໜ່ວຍຜະລິດ (ກ) ຈຶ່ງຄວນຈ່າຍຄ່າຈ້າງຕາມອັດຕາຕະຫຼາດທີ່ W_0 ແລະ ຄ່າຈ້າງແຮງງານຈຳນວນເທົ່າໃດກໍໄດ້ຕາມທີ່ຕ້ອງການ.

ກຳນົດໃຫ້ຕຳລາອຸປະທານຂອງແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ (ກ) ຄື $Q_L = f(W)$ ເຮົາສາມາດພິຈາລະນາຫາຕົ້ນທຶນແບບຕ່າງໆຈາກຕຳລາດັ່ງກ່າວດັ່ງນີ້:

ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍໃນການຈ້າງແຮງງານ 1 ໜ່ວຍ (Average Resource Cost, ARC ຫຼື Average Factor Cost, AFC ປຶ້ມຫົວນີ້ໃຊ້ ARC). ເບິ່ງໃນແງ່ຂອງຜູ້ຜະລິດ ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍໃນການຈ້າງແຮງງານ 1 ໜ່ວຍ ກໍ່ຄືອັດຕາຄ່າຈ້າງໃນການຈ້າງແຮງງານ 1 ໜ່ວຍ ເຊິ່ງເທົ່າກັບ W_0

$$ARC = \frac{TCl}{Ql} = \frac{QlW_0}{Ql} = W_0$$

ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມໃນການຈ້າງແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ໜ່ວຍ (Marginal Resource Cost, MRC ຫຼື Marginal Factor Cost, MFC ປຶ້ມຫົວນີ້ໃຊ້ MRC) ໃນກໍລະນີທີ່ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນ



ຮູບທີ 11.2 (ກ) ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານຂອງຕະຫຼາດ

ຮູບທີ 11.2 (ຂ) ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ

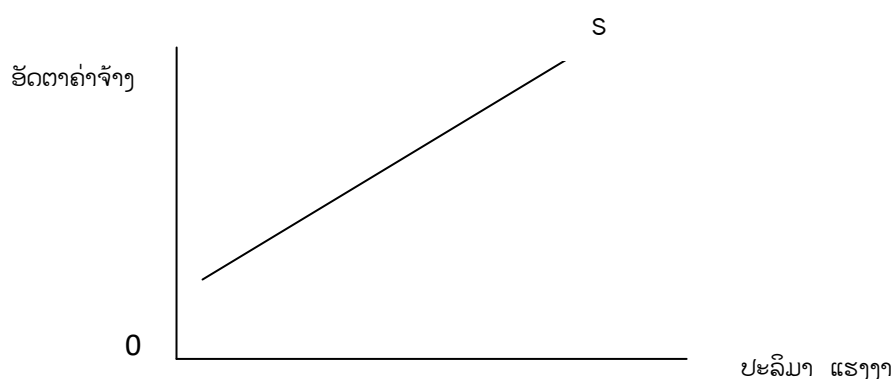
$$MRC = \frac{\Delta TCl}{\Delta Ql} = W_0$$

$$\text{ຫຼື } MRC = MPP \times MC = W_0$$

ດັ່ງນັ້ນ, ໃນກໍລະນີຕະຫຼາດແຮງງານມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດຈະເປັນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນ ດັ່ງຮູບ 11.2 (ຂ) ຄືເສັ້ນ $S = ARC = MRC = W_0$

2. ກໍລະນີຕະຫຼາດແຮງງານມີການແຂ່ງຂັນບໍ່ສົມບູນ (ຜູກຂາດ)

ໃນກໍລະນີຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນບໍ່ສົມບູນ ອຸປະທານຂອງໜ່ວຍຜະລິດເປັນເສັ້ນຍາວຂຶ້ນຈາກຊ້າຍຫາຂວາດັ່ງຮູບ 11.3 ໃນກໍລະນີຕະຫຼາດຜູກຂາດມີໜ່ວຍຜະລິດພຽງເຈົ້າດຽວອຸປະທານຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຂອງໜ່ວຍຜະລິດຈະເປັນເສັ້ນດຽວກັນ.



ຮູບທີ 11.3 ອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດແຮງງານຜູກຂາດ

ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ(Firm's Demand for Labour)

ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຕ່າງຈາກອຸປະສົງຕໍ່ຜົນຜະລິດໃນກໍລະນີຂອງຜົນຜະລິດ, ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການຜົນຜະລິດເພື່ອສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຕົນເອງໂດຍກົງ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈິ່ງພິຈາລະນາອຸປະສົງຕໍ່ຜົນຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຕ່າງໆໄດ້, ແຕ່ໃນກໍລະນີຂອງແຮງງານ ຫຼື ປັດໄຈການຜະລິດອື່ນໆ ຜູ້ຜະລິດບໍ່ຕ້ອງການປັດໄຈການຜະລິດເພື່ອສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຕົນໂດຍກົງ ແຕ່ຕ້ອງການນຳໄປໃຊ້ໃນການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະບໍລິການເພື່ອສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກອີກເທື່ອໜຶ່ງ ເພິ່ນເອີ້ນອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດວ່າ: ອຸປະສົງຕໍ່ເນື່ອງ (Derived Demand)

ອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດຍັງມີລັກສະນະພິເສດອີກຢ່າງໜຶ່ງແມ່ນອຸປະສົງຮ່ວມ (Joint Demand) ເນື່ອງຈາກຜູ້ຜະລິດສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການຕ່າງໆ ແມ່ນຈະຕ້ອງໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດທັງ 4 ປະເພດຮ່ວມກັນ ເຊັ່ນ: ທີ່ດິນ, ແຮງງານ, ທຶນ ແລະ ຜູ້ປະກອບການ. ໂດຍປົກກະຕິເປັນການຍາກທີ່ຈະຄຳນວນອອກມາຊັດເຈນວ່າປັດໄຈແຕ່ລະປະເພດມີສ່ວນປະກອບເທົ່າໃດໃນຜົນຜະລິດແຕ່ລະຫົວໜ່ວຍ, ປັດໄຈຕ່າງໆປະກອບໃຫ້ກັນແລະກັນ, ແຕ່ໃນບາງກໍລະນີອາດໃຊ້ທົດແທນກັນເຊັ່ນ: ທຶນ ແລະ ແຮງງານ. ສະຫຼຸບລວມແລ້ວອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດ ການຜະລິດຈິ່ງຂຶ້ນຢູ່ກັບປັດໄຈຫຼືຕົວກຳນົດຕ່າງໆເຊັ່ນວ່າ: ອຸປະສົງທີ່ມີຕໍ່ຜົນຜະລິດທີ່ຕ້ອງການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດນັ້ນ, ລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດອື່ນທີ່ໃຊ້ແທນກັນໄດ້, ເທັກນິກການຜະລິດ ແລະອື່ນໆ.

ເນື່ອງຈາກໃນການຜະລິດໂດຍທົ່ວໄປຕ້ອງພົບກັບ 2 ຕະຫຼາດພ້ອມກັນໄດ້ແກ່: ຕະຫຼາດຜົນຜະລິດ ແລະ ຕະຫຼາດປັດໄຈການຜະລິດ ອີກທັງອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານເປັນອຸປະສົງຕໍ່ເນື່ອງ ດັ່ງນັ້ນ, ໃນການວິເຄາະອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດຈິ່ງຕ້ອງເຊື່ອມໂຍງຕະຫຼາດທັງສອງເຂົ້າດ້ວຍກັນ ບໍ່ອາດຈະພິຈາລະນາສະເພາະຕະຫຼາດແຮງງານພຽງຢ່າງດຽວ ການພິຈາລະນາອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານສັບຊ້ອນກ່ວາກໍລະນີອຸປະສົງຕໍ່ສິນຄ້າ.

ໃນທີ່ນີ້ຈະພິຈາລະນາອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານມີ 3 ກໍລະນີດັ່ງນີ້: (1) ກໍລະນີໜ່ວຍຜະລິດຢູ່ໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດ, (2) ກໍລະນີໜ່ວຍຜະລິດຢູ່ໃນຕະຫຼາດທີ່ມີການຜູກຂາດ ແຕ່ຕະຫຼາດແຮງງານມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ ແລະ (3) ກໍລະນີໜ່ວຍຜະລິດຢູ່ໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດ ແລະຕະຫຼາດແຮງງານຜູກຂາດ.

1. ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດແຂ່ງຂັນສົມບູນ ແລະ ຕະຫຼາດແຮງງານມີຜູ້ຈ້າງຫຼາຍລາຍ.

ດັ່ງທີ່ຮູ້ກັນແລ້ວວ່າໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູ້ຜະລິດໄດ້ຮັບກຳໄລສູງສຸດເມື່ອ $MC = MR$ ເຮົາໃຊ້ເງື່ອນໄຂນີ້ເພື່ອກຳນົດການຈ້າງແຮງງານໃນຕະຫຼາດແຮງງານອີກດ້ວຍ. ໜ່ວຍຜະລິດຈະຈ້າງແຮງງານໄປເລື້ອຍໆຈົນກວ່າຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມໃນການຈ້າງແຮງງານຈະເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຄົນ ເທົ່າກັບລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຈາກການຈ້າງແຮງງານທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຄົນນັ້ນແມ່ນ $MRC = VMP$

ຕົ້ນທຶນສ່ວນເພີ່ມໃນການຈ້າງແຮງງານທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກເດີມ 1 ຄົນ (Marginal Resource Cost, MRC) ກໍລະນີຕະຫຼາດແຮງງານມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ ແມ່ນອັດຕາຄ່າຈ້າງ (W) ນັ້ນເອງ.

ມູນຄ່າຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມທີ່ໄດ້ຈາກການຈ້າງແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ (Value of Marginal Product, VMP) ຄູນໃຫ້ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຈາກການຂາຍຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ໜ່ວຍ (MR) ເນື່ອງຈາກກໍລະນີຕະຫຼາດຜົນຜະລິດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ $MR = P$ ແລະ ເພື່ອໃຫ້ແຕກຕ່າງຈາກກໍລະນີຕະຫຼາດຜົນຜະລິດແບບຜູກຂາດທີ່ຈະກ່າວໃນຫົວຂໍ້ຕໍ່ໄປໃນທີ່ນີ້ຈຶ່ງອະນຸໂລມໃຊ້ລາຄາຂອງຜົນຜະລິດ (P).

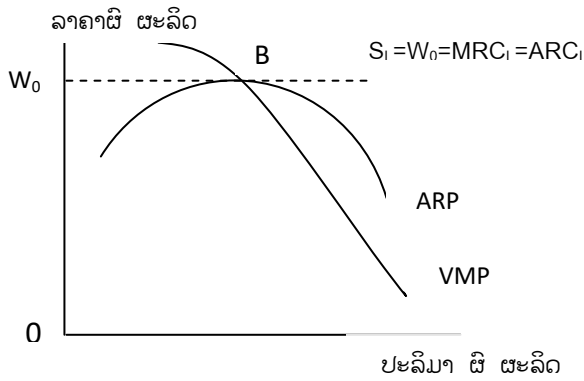
ດັ່ງນັ້ນ, ອຸປະສົງຕໍ່ການຈ້າງແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນກໍລະນີຕະຫຼາດຜົນຜະລິດ ແລະ ຕະຫຼາດແຮງງານມີຜູ້ຈ້າງຫຼາຍລາຍ (ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ) ຄື: $VMP = MPP \times P$

ເມື່ອເອົາຄ່າ VMP ແລະ P ໃນຕາຕະລາງທີ 11.1 ໄປຢາຍຄ່າໃສ່ໃນເຈ້ຍເສັ້ນສະແດງ ແລະ ລາກເສັ້ນເຊື່ອມຕໍ່ຈຸດຕ່າງໆ ຈະໄດ້ເສັ້ນ VMP ເຊິ່ງແມ່ນເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ດັ່ງໃນຮູບ 11.4 (ກ). ສ່ວນເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດແມ່ນ S ເຊິ່ງແມ່ນເສັ້ນຊີຂະໜານກັບແກນນອນ ແລະ $SL = W_0 = MRC_L = ARC_L$

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ເນື່ອງຈາກອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານເປັນອຸປະສົງຕໍ່ເນື່ອງການຈ້າງແຮງງານຕາມອຸປະສົງນີ້ຈະເປັນແນວໃດ ເຮົາຕ້ອງເຊື່ອມຕໍ່ກັບຕະຫຼາດຜົນຜະລິດອີກເທື່ອໜຶ່ງ ຈາກຮູບ 11.4 (ຂ) ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດແຂ່ງຂັນສົມບູນ, ເສັ້ນອຸປະທານໄລຍະສັ້ນຂອງໜ່ວຍຜະລິດແມ່ນເສັ້ນ MC ສ່ວນເສັ້ນທີ່ຢູ່ສູງກວ່າຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງ AVC ແຕ່ໃນຂະນະດຽວກັນການຜະລິດຕາມເສັ້ນ MC ໄດ້ກໍໃຫ້ເກີດລາຍໄດ້ສ່ວນເພີ່ມຈາກການຈ້າງແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍອີກດ້ວຍ (VMP) ໝາຍຄວາມວ່າຈຸດຕໍ່າສຸດຂອງ AVC ໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດກັບຈຸດສູງສຸດຂອງ ARP ໃນຕະຫຼາດແຮງງານຈະເກີດຂຶ້ນພ້ອມກັນ ແລະ ສອດຄ່ອງກັນ (ວິທີຄຳນວນ ARP ໃນຕາຕະລາງທີ 11.2) ແຕ່ເຮົາຮູ້ແລ້ວວ່າ ຖ້າ P ຢູ່ຕໍ່າກວ່າ AVC ຜູ້ຜະລິດຈະຍຸດການຜະລິດແລະຍຸດຕິການຈ້າງແຮງງານເພາະລະດັບລາຄາຜົນຜະລິດດັ່ງກ່າວບໍ່ຄຸ້ມກັບອັດຕາຄ່າຈ້າງທີ່ຜູ້ຜະລິດຕ້ອງຈ່າຍ. ສະນັ້ນ, ເສັ້ນອຸປະສົງໃນການຈ້າງແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ແມ່ນເສັ້ນ VMP, ສ່ວນທີ່ຢູ່ຕໍ່າກວ່າອັດຕາຄ່າຈ້າງ W_0 ຫຼື ຕັ້ງແຕ່ຈຸດ B ລົງມາໃນຮູບ 11.4 (ກ)

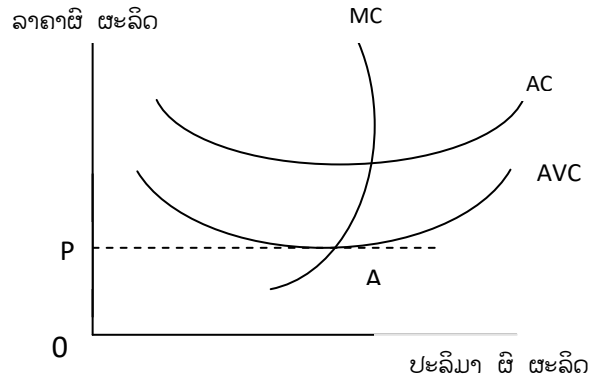
ຕາຕະລາງ 11.1 ການຫາລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຈາກການຈ້າງແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນ 1ຄົນ

(1) ຈຳນວນແຮງງານ (Q_L)	(2) ຜົນຜະລິດລວມ (TP)	(3) ຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ ($MPP = \frac{\Delta TP}{\Delta Q_L}$)	(4) ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ຈາກການຜະລິດ ($P = MR$)	(5) ລາຍຮັບລວມ ($TR = TP \times P$)	(6) ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ຈາກແຮງງານ ($VMP = MPP \times P$)
1	60	60	0.5	30	30
2	130	70	0.5	65	35
3	210	80	0.5	105	40
4	280	70	0.5	140	35
5	340	60	0.5	170	30
6	390	50	0.5	195	25



ຮູບທີ 11.4 (ກ)

ຄວາມສົມດູນຂອງການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນ
ຕະຫຼາດຜົນຜະລິດແລະແຮງງານແຂ່ງຂັນສົມບູນ



ຮູບທີ 11.4 (ຂ)

ເສັ້ນຕົ້ນທຶນການຜະລິດຂອງໜ່ວຍຜະລິດ
ໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດ

ສົມດູນຂອງການຈ້າງແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ໃນຮູບທີ 11.4 (ກ) ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດແມ່ນ S_L ເຊິ່ງແມ່ນເສັ້ນຊື່ຂະໜານກັບແກນນອນ $S_L = W_0 = MRC_L = ARC_L$ ແລະ ຕັດກັບເສັ້ນອຸປະສົງ VMP ທີ່ຈຸດ B ເຊິ່ງແມ່ນຈຸດສົມດູນຂອງການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ.

ດັ່ງຕາຕະລາງທີ 11.2 ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດຈະເລີ່ມຈາກປັດໄຈການຜະລິດຫົວໜ່ວຍທີ 4 ເປັນຕົ້ນໄປ. ທັງນີ້ເພາະການຈ້າງງານຕັ້ງແຕ່ຄົນທີ 4 ເປັນຕົ້ນໄປຈະເຮັດໃຫ້ໜ່ວຍຜະລິດມີລາຍໄດ້ສູງກວ່າຄ່າຈ້າງແຮງງານ. ຕົວຢ່າງ: ຖ້າໜ່ວຍຜະລິດຈ້າງແຮງງານ 4 ຄົນ ຈະເສຍຄ່າຈ້າງປັດໄຈການຜະລິດທັງໝົດ 140 ກີບ, ແຕ່ຈະມີລາຍໄດ້ຈາກການຜະລິດຂອງແຮງງານ 140 ກີບ, ກົງກັນຂ້າມຖ້າໜ່ວຍຜະລິດຈ້າງແຮງງານພຽງແຕ່ 2 ຄົນ ຈະເຮັດໃຫ້ຂາດທຶນເພາະມີລາຍໄດ້ພຽງແຕ່ 65 ກີບ, ແຕ່ຕ້ອງຈ່າຍຄ່າຈ້າງທັງໝົດ 70 ກີບ. ດ້ວຍເຫດນີ້, ສາມາດສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ການຈ້າງງານຈະເລີ່ມຈາກຫົວໜ່ວຍທີ $ARP = VMP$ ຫຼື ອີກໜຶ່ງສ່ວນຂອງ VMP ຕັ້ງແຕ່ຈຸດ B ລົງມາ

ຕາຕະລາງ 11.2 ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດແລະສົມດູນການຈ້າງແຮງງານ

(1) ຈຳນວນແຮງງານ (Q_L)	(2) ລາຍຮັບເພີ່ມຈາກ ການເພີ່ມແຮງງານ (VMP)	(3) ຄ່າຈ້າງລວມ ($VMP \times Q_L$)	(4) ລາຍໄດ້ລວມຈາກ ການຈ້າງແຮງງານ ($TR = TP \times MR$) ($TR = ARP \times Q_L$)	(5) ລາຍຮັບສະເລ່ຍ ($ARP = \frac{TR}{Q_L}$)	(6) ເງື່ອນໄຂສົມດູນ
1	30	35	30	30.5	$VMP > W$
2	35	70	65	32.5	$VMP > W$
3	40	120	105	35.0	$VMP > W$
4	35	140	140	35.0	$VMP = W$
5	30	175	170	34.0	$VMP < W$
6	20	210	195	32.5	$VMP < W$

1.1. ອຸປະສົງແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດ ແຕ່ຕະຫຼາດແຮງງານມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ (ມີຜູ້ຈ້າງຫຼາຍລາຍ)

ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຈາກການຈ້າງງານເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ (Marginal Revenue Products, MRP) ໃນກໍລະນີຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດຄຳນວນຈາກຜົນຜະລິດສ່ວນເພີ່ມ (MPP) ຄູນໃຫ້ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມຈາກການຂາຍຜົນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ (MR) ແມ່ນ:

$$MRP = MPP \times MR$$

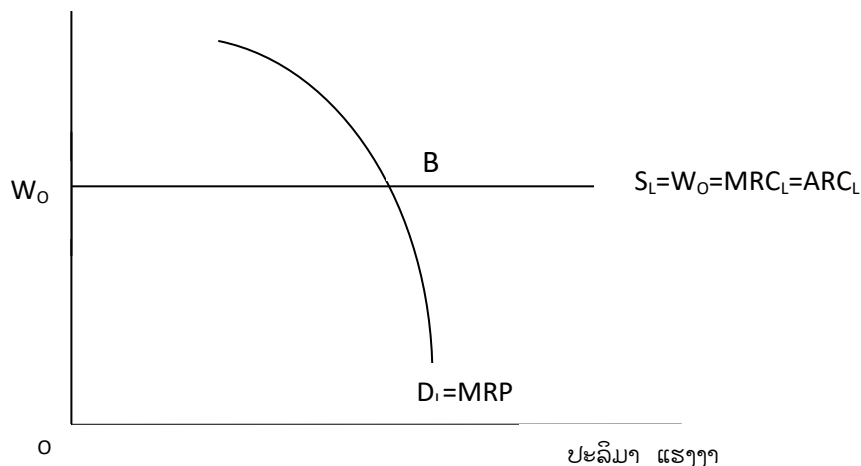
MRP ແມ່ນເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ໃນກໍລະນີຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດແຕ່ຕະຫຼາດແຮງງານແຂ່ງຂັນສົມບູນ

ຕາຕະລາງທີ 11.3 ສະແດງການຄຳນວນຫາຄ່າ MRP ແລະ ເມື່ອຄຳນວນຄ່າ MRP (ຕົວເລກໃນຫ້ອງ 6) ທີ່ການຈ້າງງານປະລິມານຕ່າງໆ (ຕົວເລກໃນຫ້ອງ 1) ໄປ plot ແລະ ລາກເສັ້ນເຊື່ອມຕໍ່ຈຸດຕ່າງໆ ຈະໄດ້ເສັ້ນ MRP ເຊິ່ງແມ່ນເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ (ຮູບທີ 11.5)

ຕາຕະລາງທີ 11.3 ການຫາແຮງງານອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ກໍລະນີຕະຫຼາດ ແຮງງານແຂ່ງຂັນສົມບູນ ຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດ

(1) ຈຳນວນ ແຮງງານ (Q _L)	(2) ຜົນຜະລິດ ລວມ (TP)	(3) ຜົນຜະລິດ ສ່ວນເພີ່ມ (MPP= $\frac{\Delta TP}{\Delta Q_L}$)	(4) ລາຍຮັບເພີ່ມ ຈາກການຂາຍ ຜົນຜະລິດ (MR)	(5) ລາຍຮັບລວມ ຈາກການຈ້າງ ແຮງງານ (TR=TP×MR)	(6) ລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ຈາກການຈ້າງ ແຮງງານ (MRP=MPP×MR)	(7) ລາຍຮັບສະເລ່ຍ ຈາກການຈ້າງ ແຮງງານ (ARP= $\frac{TR}{Q_L}$)
1	6	6	1.00	6.0	6.0	6.00
2	13	7	0.90	11.7	5.7	5.85
3	21	8	0.80	16.8	5.1	5.60
4	28	7	0.70	19.6	4.9	4.90
5	34	6	0.65	22.1	4.2	4.42
6	39	5	0.60	23.4	3.90	3.90

ອັດຕາຄ່າຈ້າງ



ຮູບທີ 11.5 ສົມດູນການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດ ແລະຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ

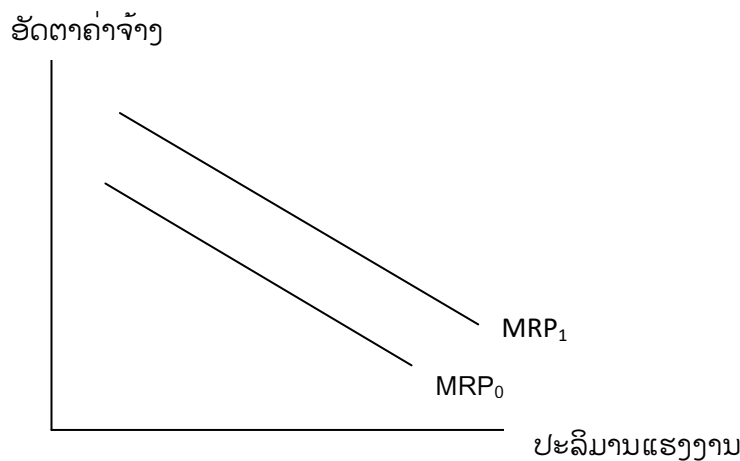
ສົມດຸນການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານ MRP ຕັດກັບເສັ້ນອຸປະທານຂອງແຮງງານ S_L ທີ່ຈຸດ B ດັ່ງຮູບ 11.5 ຈຸດ B ແມ່ນຈຸດດູນລະພາບຂອງການຈ້າງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດ.

ຫຼັງຈາກການວິເຄາະຫາອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດໄດ້ແລ້ວ ຖ້າຫາກຕ້ອງການຫາອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງຕະຫຼາດໄດ້ດຳເນີນການລວມອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດທຸກລາຍ ຕາມວິທີການແບບດຽວກັບການລວມອຸປະສົງຕໍ່ລາຄາທີ່ຢູ່ໃນບົດທີ 2 ກໍ່ຈະໄດ້ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງຕະຫຼາດ

1.2. ການປ່ຽນແປງເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດ

(Changes in Demand for a Factory of Production)

ໂດຍທົ່ວໄປ ການພິຈາລະນາຕຳລາອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດ ໂດຍໃຊ້ວິທີດຽວກັນກັບອຸປະສົງຕໍ່ຜົນຜະລິດສາມາດແບ່ງເປັນ 2 ປະເພດຄື: ຕົວກຳນົດໂດຍກົງ ເຊິ່ງໄດ້ແກ່ລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດນັ້ນ ແລະ ຕົວກຳນົດທາງອ້ອມການປ່ຽນແປງຕົວກຳນົດໂດຍກົງໃນທາງເທັກນິກເຮັດໃຫ້ມີການຍ້າຍຈາກຈຸດໜຶ່ງໄປອີກຈຸດໜຶ່ງເທິງເສັ້ນອຸປະສົງເດີມ, ສ່ວນການປ່ຽນແປງຕົວກຳນົດໂດຍທາງອ້ອມເຮັດໃຫ້ເສັ້ນອຸປະສົງຍ້າຍຈາກເສັ້ນເກົ່າທັງເສັ້ນ ປັດໄຈ ຫຼື ຕົວກຳນົດທາງອ້ອມທີ່ເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງປ່ຽນແປງ ຫຼື ເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຍ້າຍຈາກເສັ້ນເກົ່າທັງເສັ້ນມີຫຼາຍປັດໄຈດັ່ງນີ້: ດັ່ງທີ່ໄດ້ກ່າວມາແລ້ວວ່າອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດເປັນອຸປະສົງຕໍ່ເນື່ອງ ສະນັ້ນ, ເມື່ອມີການປ່ຽນແປງອຸປະສົງຕໍ່ຜົນຜະລິດຈະເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ໃຊ້ຜະລິດສິນຄ້ານັ້ນປ່ຽນແປງໄປນຳ. ຕົວຢ່າງ: ຖ້າອຸປະສົງຕໍ່ອາຫານ ແລະ ເປັນພະນັກງານຂາຍ ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຈະຍ້າຍຂຶ້ນໄປທາງຂວາກົງກັນຂ້າມກໍ່ຈະຍ້າຍລົງມາທາງຊ້າຍ.



ຮູບທີ 11.6 ອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນ

ການປ່ຽນແປງປະສິດທິພາບການຜະລິດ ປັດໄຈການຜະລິດຈະເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດປ່ຽນແປງປະສິດທິພາບການຜະລິດຂອງທີ່ດິນ ເກີດຈາກການພັດທະນາການໃຊ້ປະໂຫຍດທີ່ດິນໃຫ້ເໝາະສົມ ປະສິດທິພາບການຜະລິດຂອງແຮງງານເກີດຈາກການສຶກສາ ແລະ ການເຝິກຝົນອົບຮົມ ປະສິດທິພາບການຜະລິດຂອງເຄື່ອງຈັກ ເກີດຈາກຄວາມກ້າວໜ້າທາງເທັກໂນໂລຢີ ປະສິດທິພາບການຜະລິດຂອງຜູ້ປະກອບການ ເກີດຈາກການເກັບກຽວປະສົບການຂອງຕົນເອງ ແລະ ການປັບປຸງລະບົບບໍລິຫານ ແລະ ການຈັດການເມື່ອປະສິດທິພາບຂອງປັດໄຈການຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດມີຄຸນນະພາບເພີ່ມຂຶ້ນເປັນທີ່ຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດຫຼາຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດເຫຼົ່ານັ້ນກໍ່ຈະເພີ່ມຂຶ້ນຕາມໆກັນ.

ການປ່ຽນແປງລາຄາປັດໄຈການຜະລິດທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນ ຫຼື ໃຊ້ທົດແທນກັນ ໃນກໍລະນີປັດໄຈການຜະລິດທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນການຂຶ້ນລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນຈະເຮັດໃຫ້ປະລິມານການສ້າງປັດໄຈການຜະລິດທຸກໂຕທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນຫຼຸດລົງ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມພັດວິເຄາະປັນກັນ ຕົວຢ່າງ: ລົດໂດຍສານກັບຄືນຂັບເປັນປັດໄຈທີ່ໃຊ້ຮ່ວມ ຖ້າລາຄາລົດໂດຍສານເພີ່ມສູງຂຶ້ນຜູ້ປະກອບການ ລົງທຶນຂີ່ລົດໂດຍສານຈະໜ້ອຍລົງເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ຄົນຂັບກໍຕ້ອງຫຼຸດລົງໄປຕາມກັນ. ໃນກໍລະນີປັດໄຈການຜະລິດໃຊ້ແທນກັນ ການຂຶ້ນລາຄາຂອງປັດໄຈການຜະລິດປະເພດໜຶ່ງຈະເຮັດໃຫ້ອຸປະສົງຕໍ່ປັດໄຈການຜະລິດອີກປະເພດໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນກົງກັນຂ້າມກັນ. ຍົກຕົວຢ່າງ: ເຄື່ອງຈັກບາງປະເພດ ແລະ ແຮງງານເປັນປັດໄຈທີ່ໃຊ້ແທນກັນ ຖ້າເຄື່ອງຈັກມີລາຄາເພີ່ມຂຶ້ນໜ່ວຍຜະລິດຈະໃຊ້ແຮງງານແທນ ເຄື່ອງຈັກອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຍ້າຍຈາກ MRP_0 ເປັນ MRP_1 ຕາມ ຮູບທີ 11.6

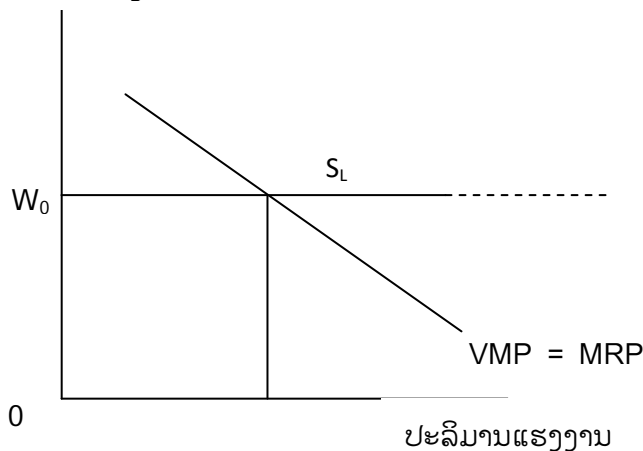
1.3. ການປຸງບທຸບເສັ້ນ VMP ແລະ ເສັ້ນ MRP.

ເຮົາສາມາດປຸງບທຸບຕໍາແໜ່ງເສັ້ນ VMP ແລະ MRP ກໍລະນີຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ ລາຄາເທົ່າກັບລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ($P = MR$) ດັ່ງນັ້ນ, ຄ່າ VMP ເທົ່າກັບ MRP ຫຼື ອີກໜຶ່ງໃນສອງເສັ້ນນີ້ເປັນເສັ້ນດຽວກັນ (ຮູບທີ 11.7 (ກ)) ສ່ວນກໍລະນີຕະຫຼາດຜູກຂາດ ລາຄາມີຫຼາຍກວ່າລາຍຮັບສ່ວນເພີ່ມ ($P > MR$) ເສັ້ນ VMP ຈະສູງກວ່າເສັ້ນ MRP ໂດຍມີຄ່າຄວາມຊັນເປັນເຄິ່ງໜຶ່ງ ຂອງເສັ້ນ MRP (ຮູບທີ 11.7 ຂ). ຈາກການປຸງບທຸບຕໍາແໜ່ງຂອງເສັ້ນ VMP ແລະ MRP ດັ່ງກ່າວອາດຈະສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ : ລະດັບອັດຕາຄ່າຈ້າງດຽວກັນກໍລະນີໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດ ແບບຜູກຂາດຈະມີການຈ້າງງານໜ້ອຍກໍລະນີໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ.

ຕາຕະລາງທີ 11.4 ການຫາຄ່າ VMP ແລະ MRP

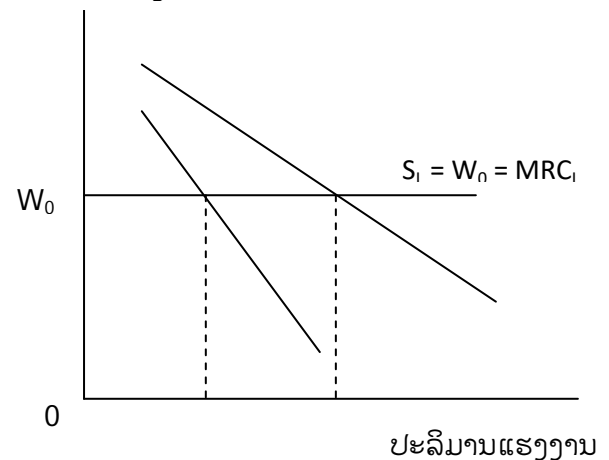
ໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດແຂ່ງຂັນສົມບູນ $P = MR$	ໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດແບບຜູກຂາດ $P > MR$
$MPP \times P = VMP$ $VMP = MRP$	$MPP \times MR = MRP$ $VMP > MRP$

ອັດຕາຄ່າຈ້າງ



ຮູບທີ 11.7 ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ

ອັດຕາຄ່າຈ້າງ



ຮູບທີ 11.7 ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜູກຂາດ

1.4. ອຸປະສົງຂອງໜ່ວຍຜະລິດໃນຕະຫຼາດຜົນຜະລິດຜູກຂາດ ແລະ ໃນຕະຫຼາດແຮງ ງານ ມີຜູ້ຈ້າງລາຍດຽວຫຼືຜູກຂາດ.

ຕະຫຼາດແບບນີ້ມີຜູ້ຈ້າງພຽງຜູ້ດຽວ ແລະ ແຮງງານມີຄຸນສົມບັດສະເພາະຕົວຢ່າງເຊັ່ນ: ຜູ້ ທີ່
ຮຽນຈົບປະລິນຍາເອກ ຄະນິດສາດ ຫຼື ຈົບປະລິນຍາເອກ ສະເພາະ ທາງຜູ້ວ່າຈ້າງມີພຽງຜູ້ດຽວຄື:
ໜ່ວຍງານຂອງລັດ ຫຼື ທາງມີຜູ້ວ່າຈ້າງ 2 ຫຼື 3 ລາຍຜູ້ຈ້າງເຫຼົ່ານີ້ຈະລວມໂຕກັນເພື່ອຈ້າງແຮງງານ
ຝ່າຍແຮງງານບໍ່ມີການລວມຕົວກັນ ຫຼື ການຍ້າຍຖິ່ນຖານ ບໍ່ສາມາດຍ້າຍໄດ້ ຫຼື ມີຄວາມຫຍຸ້ງ ຍາກ
ຫຼາຍທີ່ຜູ້ຈ້າງສາມາດຜູກຂາດການຈ້າງ.

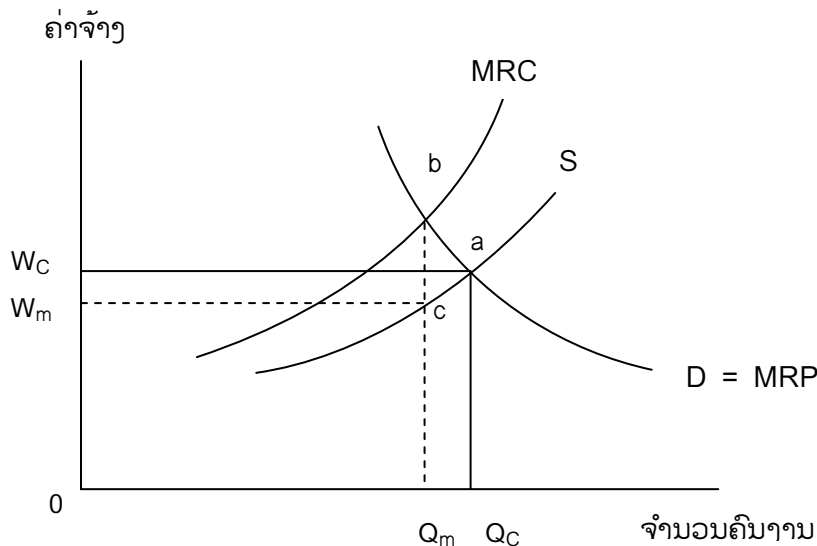
ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານ ເມື່ອຕະຫຼາດແຮງງານມີຜູ້ຈ້າງຜູກຂາດ ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານຈະມີ
ຫຼັກສະນະປົກກະຕິຄືເນື່ອງລົງຈາກຂວາມາຫາຊ້າຍ ອັດຕາຄ່າຈ້າງປ່ຽນແປງໂດຍກົງຕາມ ຈຳນວນແຮງ
ງານທີ່ຕ້ອງການ ນອກຈາກນີ້ຜູ້ຈ້າງຕ້ອງຈ່າຍຄ່າຈ້າງໃນອັດຕາດຽວກັນທັງແຮງງານເກົ່າ ແລະ ໃໝ່
ດັ່ງນັ້ນ: MRC ຈຶ່ງສູງກ່ວາຄ່າຈ້າງ.

ຕາຕາລາງທີ່ 11.5 ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ເມື່ອຜູ້ຈ້າງຕ້ອງການແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນຜູ້ຈ້າງຈະ ຕ້ອງ
ເພີ່ມຄ່າຈ້າງເພື່ອດຶງດູດແຮງງານຄ່າ MRC ຈຶ່ງສູງກ່ວາຄ່າຈ້າງ ຕົວຢ່າງ: ຖ້າຈ້າງແຮງງານ 3 ຄົນ
ຈະຕ້ອງຈ່າຍຄ່າຈ້າງ 8 ກີບ/ຄົນ/ວັນ ຖ້າຈ້າງ 4 ຄົນ ຈ່າຍ 9 ກີບ/ຄົນ/ວັນ ຄ່າ MRC ເທົ່າກັບ 12
ກີບ ຈາກຮູບທີ່ 11.8 ເສັ້ນ MRC ຢູ່ສູງກ່ວາເສັ້ນອຸປະທານ S.

ເສັ້ນອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານໃນກໍລະນີຕະຫຼາດຜົນຜະລິດແບບຜູກຂາດດັ່ງໄດ້ພິຈາລະນາມາແລ້ວ
ໃນຫົວຂໍ້ທີ່ຜ່ານມາຄື ເສັ້ນ MRP.

ຕາຕາລາງທີ່ 11.5 ອຸປະທານຂອງແຮງງານໃນຕະຫຼາດທີ່ມີຜູ້ວ່າຈ້າງພຽງລາຍດຽວ

(1) ຈຳນວນແຮງງານ (Q_L)	(2) ອັດຕາຄ່າຈ້າງ (W)	(3) ຄ່າຈ້າງລວມ ($TCL = Q_L \times W$)	(4) $MRC = \frac{\Delta TCL}{\Delta Q_L}$
0	0	0	-
1	6	6	6
2	7	14	8
3	8	24	10
4	9	36	12
5	10	50	14
6	11	66	16



ຮູບທີ 11.8 ຄ່າຈ້າງດຸຍພາບໃນຕະຫຼາດແຮງງານທີ່ມີຜູ້ຊື້ພຽງລາຍດຽວ

ຄວາມສົມດູນຂອງຕະຫຼາດແຮງງານເກີດຈາກເສັ້ນ MRC ແລະ MRP ຕັດກັນທີ່ຈຸດ b ໜ່ວຍຜະລິດຈ້າງແຮງງານ $0Q_m$ ໜ່ວຍ ແລະ ຈ່າຍອັດຕາຄ່າຈ້າງ $0W_m$

ອີກຢ່າງໜຶ່ງ ໃນກໍລະນີທີ່ຕະຫຼາດແຮງງານຜູ້ວ່າຈ້າງມີຫຼາຍລາຍມີການແຂ່ງຂັນສົມບູນລະດັບການຈ້າງງານເທົ່າກັບ $0Q_c$ ແລະອັດຕາຄ່າຈ້າງເທົ່າກັບ $0W_c$ ຈຶ່ງສະຫຼຸບວ່າກໍລະນີຕະຫຼາດແຮງງານມີຜູ້ວ່າຈ້າງຜູກຂາດແຮງງານ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກເສຍປະໂຫຍດ ເພາະມີການຈ້າງງານ ແລະ ຈ້າງອັດຕາຄ່າຈ້າງຕ່ຳກວ່າທີ່ຄວນຜົນຜະລິດມີໜ້ອຍກວ່າທີ່ຄວນທັງນີ້ເມື່ອປຽບທຽບກັບຕະຫຼາດແຮງງານທີ່ມີຜູ້ວ່າຈ້າງຫລາຍ ແລະ ແຂ່ງຂັນສົມບູນ.

1.5. ສະຫະພາບແຮງງານກັບການກຳນົດອັດຕາຄ່າຈ້າງ (Labour Union and Wage Determination)

ການພິຈາລະນາກ່ອນໜ້ານີ້ ມີຂໍ້ສົມມຸດວ່າຝ່າຍແຮງງານມີການແຂ່ງຂັນຂາຍແຮງງານ ແລະ ຕໍ່ໄປນີ້ຈະໃຊ້ຂໍ້ສົມມຸດໃໝ່ວ່າ ແຮງງານບໍ່ແຂ່ງຂັນກັນຂາຍແຮງງານແຕ່ຈະຮ່ວມກຸ່ມກັນໃນຮູບຂອງ ສະຫະພັນແຮງງານ.

ສະຫະພັນແຮງງານ ຫຼືສະຫະພັນກຳມະບານ (Labour union) ເປັນການຮ່ວມຕົວຂອງແຮງງານເພື່ອສ້າງ ອຳນາດໃນການເຈລະຈາຕໍ່ລອງຕ່າງໆເຊັ່ນ: ອັດຕາຄ່າຈ້າງຂັ້ນຕໍ່າເງື່ອນໄຂການເຮັດວຽກສະພາບສະຖານທີ່ບ່ອນເຮັດວຽກ ລວມທັງປະໂຫຍດອື່ນໆທີ່ແຮງງານສົມຄວນໄດ້ຮັບ ຄົນງານຈະບໍ່ເຈລະຈາກັບຜູ້ວ່າຈ້າງໂດຍກົງແຕ່ສະຫະພັນແຮງງານຈະເຮັດໜ້າທີ່ແທນສະມາຊິກທັງໝົດ ເມື່ອຜົນເຈລະຈາເປັນແບບໃດສະມາຊິກທຸກຄົນຂອງສະຫະພັນແຮງງານຈະຕ້ອງປະຕິບັດຕາມ.

ການຈັດຕັ້ງສະຫະພັນແຮງງານ ຊ່ວຍໃຫ້ແຮງງານໄດ້ຮັບຄ່າຕອບແທນ ທີ່ສົມເຫດສົມຜົນຫຼາຍຂຶ້ນມີຄວາມໝັ້ນຄົງໃນອາຊີບຫຼາຍຂຶ້ນ ອາວຸດສຳຄັນຂອງສະຫະພັນແຮງງານຄື ການນັດຢຸດງານ ເພື່ອບີບບັງຄັບໃຫ້ນາຍຈ້າງຍອມຮັບຕາມຂໍ້ຮຽກຮ້ອງໃນທາງປະຕິບັດສະຫະພັນແຮງງານຈະຕ້ອງເກັບຄ່າບຳລຸງຈາກສະມາຊິກເພື່ອເປັນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕ່າງໆ ແລະ ເມື່ອມີການນັດຢຸດງານແຮງງານຂາດລາຍ ໄດ້ສະຫະພັນແຮງງານຕ້ອງຈ່າຍເງິນຊ່ວຍເຫຼືອ ຫຼື ບັນເທົາຄວາມເດືອດຮ້ອນທາກສະຫະພັນ ມີເງິນສະສົມ

ຫຼາຍກໍ່ສາມາດນັດຢຸດງານໄດ້ດົນຖ້າມີເງິນທຶນໜ້ອຍການນັດຢຸດງານກໍ່ຈະເຮັດໄດ້ພຽງໄລຍະເວລາສັ້ນໆ ການກົດດັນຮຽກຮ້ອງອາດຈະບໍ່ເປັນຜົນ ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມໃນເວລາທີ່ພາວະການແຂ່ງຂັນຂອງຕະຫຼາດ ໂລກບໍ່ແຈ້ງໃສ ແລະປະເທດຕ້ອງເພິ່ງພາການສົ່ງອອກຢ່າງຫຼວງຫຼາຍການບິບັບັງຄັບໃຫ້ມີການເພີ່ມ ອັດຕາຄ່າຈ້າງທີ່ສູງເກີນສົມຄວນອາດຈະເຮັດໃຫ້ມີຜົນກະທົບຕໍ່ການສົ່ງອອກ ແລະການຈ້າງງານ.

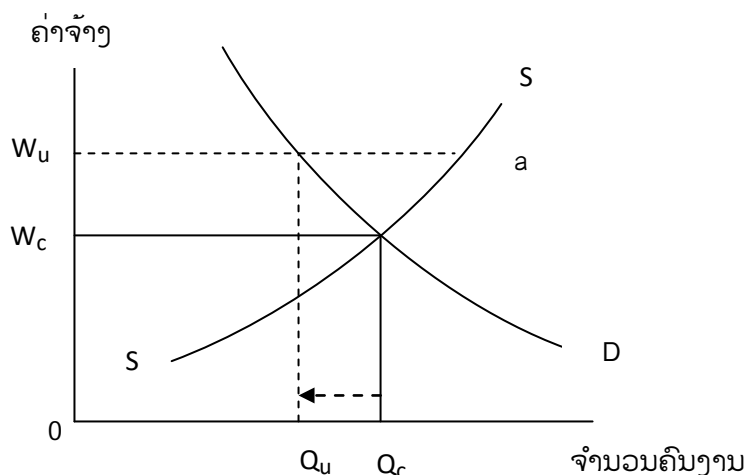
ດັ່ງນັ້ນ, ການສະແດງບົດບາດຂອງສະຫະພັນຈຶ່ງຄວນພິຈາລະນາທັງຜົນໄດ້ສ່ວນຕົວ ແລະ ຜົນເສຍສ່ວນລວມ.

ບົດບາດຂອງສະຫະພັນແຮງງານກັບການກຳນົດອັດຕາຄ່າຈ້າງຈະແບ່ງການພິຈາລະນາເປັນ 2 ກໍລະນີໄດ້ແກ່: ກໍລະນີຜູ້ຈ້າງມີການແຂ່ງຂັນ ແລະ ກໍລະນີຜູ້ຈ້າງແຮງງານມີການຜູກຂາດ.

1 ກໍລະນີຜູ້ຈ້າງມີການແຂ່ງຂັນ

ສະພາບແຮງງານໃນກໍລະນີນີ້ສາມາດເຮັດໃຫ້ອັດຕາຄ່າຈ້າງເພີ່ມຂຶ້ນດ້ວຍວິທີການດັ່ງນີ້:

- (1) **ເພີ່ມອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານ** ດ້ວຍວິທີການຕ່າງໆເຊັ່ນ: ການເພີ່ມອຸປະສົງຕໍ່ການຜະລິດ ແລະ ການເພີ່ມປະສິດທິພາບຂອງແຮງງານເຊິ່ງຈະເຮັດອຸປະສົງຕໍ່ແຮງງານເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ ອັດຕາຄ່າຈ້າງເພີ່ມຂຶ້ນ ແຕ່ວິທີນີ້ປະສົບຜົນຍາກຈຶ່ງບໍ່ນິຍົມ
- (2) **ຫຼຸດອຸປະສົງແຮງງານມີຫຼາຍວິທີ** ແຕ່ວິທີທີ່ສະຫະພັນແຮງງານນິຍົມຄື ບັງຄັບໃຫ້ນາຍຈ້າງ ເພາະສະມາຊິກຂອງສະຫະພັນຫ້າມຈ້າງຄົນງານນອກສະຫະພັນ ວິທີນີ້ຈະດຳເນີນຄວບຄູ່ກັບ ການຈຳກັດຈຳນວນສະມາຊິກຂອງສະຫະພັນເມື່ອອຸປະສົງຄົງທີ່ ຫຼື ຫຼຸດລົງ ອັດຕາຄ່າຈ້າງ ກໍ່ຈະສູງຂຶ້ນເຊິ່ງສັງເກດວ່າ: ວິທີໃຊ້ໄດ້ເພາະສະມາຄົມຊ່າງທີ່ມີສີມື, ມີຈຳນວນຈຳກັດຢູ່ແລ້ວ ນາຍຈ້າງບໍ່ສາມາດຈ້າງແຮງງານທີ່ບໍ່ມີສີມືມາເຮັດວຽກແທນໄດ້.
- (3) **ຄວບຄຸມອຸປະທານຂອງແຮງງານ** ອີງຕາມສະຫະພັນແຮງງານມັກບໍ່ຈຳກັດ ຈຳນວນສະມາຊິກກົງກັນຂ້າມ ຈະພະຍາຍາມຮັບສະຊິກທຸກປະເພດ ໂດຍບໍ່ຈຳນວນ ເມື່ອກົດໝາຍກຳນົດວ່າ ສະຫະພັນ ຕ້ອງຮັບເພາະສະມາຊິກທີ່ມີໃນອຸດສາຫະກຳດຽວກັນສະຫະພາບແຮງງານ ກໍ່ຈະພະ ຍາຍາມຮັບແຮງງານທັງໝົດໃນອຸດສາຫະກຳນັ້ນເປັນສະມາຊິກເຊິ່ງເພີ່ມອຳນາດຕໍ່ລອງ ແລະ ສ້າງແຮງກົດດັນໃຫ້ແກ່ນາຍຈ້າງຫຼາຍ ການຮຽກຮ້ອງເພີ່ມຄ່າຈ້າງໂດຍວິທີນີ້ເອີ້ນວ່າ: ສະຫະພັນ ທີ່ມີການລວມຕົວທັງໝົດ (inclusive or industrial unionism).



ຮູບທີ 11.9 ການເພີ່ມຄ່າຈ້າງໂດຍການຄວບຄຸມແຮງງານ

ຮູບທີ່ 11.9 ສະແດງການຂຶ້ນຄ່າຈ້າງໂດຍວິທີຂອງສະຫະພັນແຮງງານທີ່ມີການຮ່ວມຕົວແບບ **ທັງໝົດ** ເມື່ອບໍ່ມີສະຫະພາບແຮງງານຄ່າຈ້າງສົມດຸນເທົ່າກັບ W_c ເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານປ່ຽນຈາກ SS ເປັນ $W_{ua}S$ ສະແດງວ່ານາຍຈ້າງບໍ່ສາມາດຈະຊອກຄົນງານໄດ້ເລີຍຖ້າຈ່າຍຄ່າຈ້າງຕໍ່າກວ່າ W_u ປະລິມານການຈ້າງຫຼຸດລົງເປັນ $0Q_u$ ຄົນງານບາງສ່ວນຕ້ອງຕົກງານ ເຊິ່ງເປັນຂໍ້ຈຳກັດ ຂອງສະຫະພັນແຮງໃນການເພີ່ມຄ່າຈ້າງ.

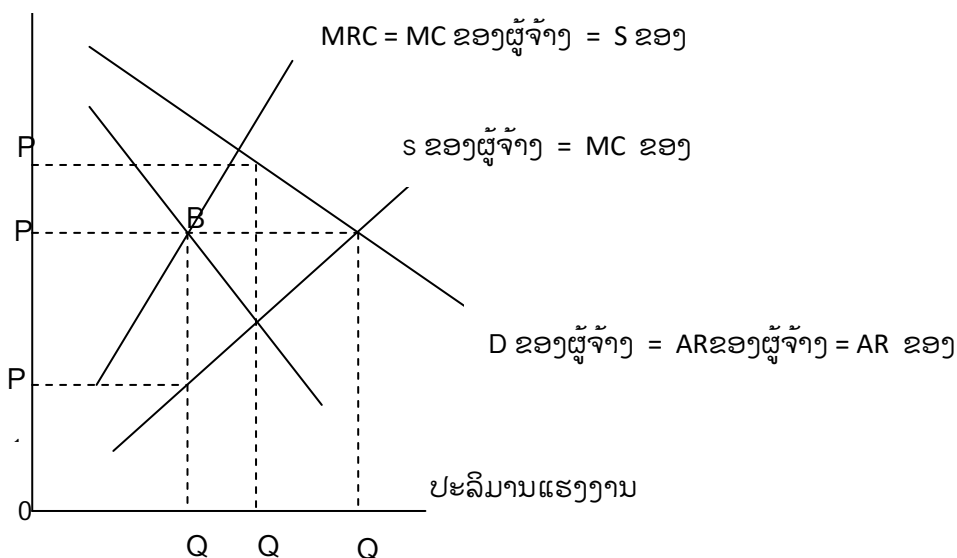
2. ກໍລະນີຜູ້ຈ້າງມີພຽງລາຍດຽວຕໍ່ຜູກຂາດ

ກໍລະນີຜູ້ຈ້າງແລະຜູ້ຂາຍແຮງງານຕ່າງກໍ່ມີການຜູກຂາດ (bilateral monopoly) ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງໃນອຸດສາຫະກຳໜັກເຊັ່ນ: ອຸດສາຫະກຳຜະລິດລົດຍົນ, ອຸດສາຫະກຳຜະລິດເຫຼັກກ້າ ... ເປັນຕົ້ນ ທັງຝ່າຍນາຍຈ້າງ ແລະ ຝ່າຍແຮງງານຕ່າງກໍ່ມີອຳນາດຜູກຂາດ ການວິເຄາະ ໃນທາງທິດສະດີຈຶ່ງບໍ່ອາດຈະໃຫ້ຄຳຕອບທີ່ຊັດເຈນ.

ຈາກຮູບທີ່ 11.10 ເສັ້ນ MRC ຫຼືເສັ້ນ MC ຂອງຜູ້ຈ້າງຜູກຂາດເຊິ່ງຖືເປັນອຸປະທານ S ຂອງສະຫະພັນແຮງງານອີກດ້ວຍເພາະສະຫະພັນຈະຂາຍແຮງງານຕາມເສັ້ນນີ້ແຕ່ເສັ້ນ S ເປັນເສັ້ນອຸປະທານແຮງງານທີ່ຜູ້ຈ້າງຜູກຂາດກຳນົດ ເນື່ອງຈາກຜູ້ຈ້າງເປັນຜູ້ຜູກຂາດ ເສັ້ນ D ຈຶ່ງເປັນທັງເສັ້ນອຸປະສົງ ແລະ ເສັ້ນ AR ຂອງຜູ້ຈ້າງຜູກຂາດ ແລະ ເປັນເສັ້ນ AR ຂອງສະຫະພັນແຮງງານອີກດ້ວຍ ຈາກເສັ້ນ AR ດັ່ງກ່າວຫາເສັ້ນ MR ຂອງຜູ້ຈ້າງຜູກຂາດ ແລະສະຫະພັນແຮງງານອີກເສັ້ນໜຶ່ງຄື MC ຂອງສະຫະພັນແຮງງານ.

ຜູ້ຈ້າງຜູກຂາດສະແຫວງຫາກຳໄລສູງສຸດໂດຍຍຶດຫຼັກ $MC=MR$ ທີ່ຈຸດ A ນັ້ນແມ່ນຈ້າງ ແຮງງານໃນປະລິມານ $0Q_1$ ໂດຍກົດລະດັບຄ່າຈ້າງທີ່ $0P_1$ ສ່ວນສະຫະພັນແຮງງານ ຈະສະແຫວງ ຫາຄ່າຈ້າງສູງສຸດໂດຍຍຶດຫຼັກ $MC=MR$ ທີ່ຈຸດ B ນັ້ນຄື ຂາຍແຮງງານໃນປະລິມານ $0Q_2$ ທີ່ລະດັບຄ່າຈ້າງ $0P_2$ ເມື່ອຕ່າງຝ່າຍຕ່າງກຳນົດອັດຕາຄ່າຈ້າງຕ່າງກັນ ໃນທາງປະຕິບັດ ຈະມີການເຈລະຈາ ຕໍ່ລອງກັນຢ່າງໜັກເພື່ອບັນລຸຂໍ້ຕົກລົງດ້ານອັດຕາຄ່າຈ້າງເຊິ່ງຢູ່ພາຍໃນໄລຍະ $0P_1$ ແລະ $0P_2$ ຫາກທັງສອງຝ່າຍມີອຳນາດຕໍ່ລອງເທົ່າທຽມກັນອັດຕາຄ່າຈ້າງຈະແມ່ນຢູ່ທີ່ $0P_3$ ຈະເຫັນວ່າກໍລະນີ bilateral monopoly ຄ່າຈ້າງ ແລະປະລິມານການຈ້າງແຮງງານຈະຢູ່ໃນລະດັບໃກ້ຄຽງກັບກໍລະນີ ທີ່ທັງສອງຝ່າຍຢູ່ໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນ.

ອັດຕາຄ່າຈ້າງ



ຮູບທີ່ 11.10 ການກຳນົດຄ່າຈ້າງກໍລະນີມີການຜູກຂາດທັງສອງຝ່າຍ

ບັນນານຸກົມ

- Baumol, William J. Economics Principles and Polocy. New York: Harcourt Prace Javanovich, 1985.
- Byrns, Ralph T. Economics. Grenview: III. Scott Foregmen, 1989
- Creven, John. Introduction to Economics: An Integrated Approach to Fundamental Principles. Oxford: Basil Blackwell, 1984.
- Ekins, Paul. Th Living Economy: A New Economics in the Making. London: Routledge and Kegan Paul, 1986.
- Himmelweit, Susan, Roberto Simonetti and Andrew Trigg. Economics. Thomson Learning, 2001.
- Lipsey, Richard G. and Peter O. Steiner. Economics. 15th ed., New York; Harper and Row Publishers, 2002.
- McConnell, Campbell R. Economic: principles, problems and polocoos. 15th ed., New York: McGraw-Hill Book Company, 2003.
- Mulhearn, Chris Vane and Robert Howard. Economics. New York: Macmillan, 2000
- Parkin, Micheal E. Economic 5th ed., Addison-Wesley, 2000.
- Pindyck, Robert S. and Daniel L. Rubinfeld. Microeconomics. New York: Macmillan Publishing Company, 1996.
- Samuelson, Paul A. and William W. Nordhaus. Economics. 17th ed. New York: McGraw-Hill Book Company, 2002.
- Slavin, Stephen I. Economic 6th ed., New York: McGraw-Hill Book Company, 2002.
- Throsby, David. Economics and Culture. New York: Cambridge University Press, 2001.