

บทที่ 4

ตลาดสินค้าและการกำหนดราคา

ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม กิจกรรมทางเศรษฐกิจดำเนินโดยกลไกราคา แม้ว่าในปัจจุบันรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทในการควบคุมและกำหนดราคาสินค้าบางประเภท เพื่อป้องกันการเป็นธรรมในสังคมแต่ก็ยังมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจอีกหลายชนิดที่มีลักษณะการแข่งขันสูง กิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านี้ดำเนินโดยกลไกราคา ซึ่งเราจะเห็นได้โดยทั่วไปว่าเมื่อราคาสินค้าชนิดใดสูงขึ้น ก็มีผู้เข้าสู่การผลิตสินค้าชนิดนั้นมากขึ้น เมื่อผู้ผลิตแต่ละรายผลิตสินค้าชนิดนั้นกันมากขึ้น ราคาสินค้าชนิดนั้นในตลาดก็จะเริ่มลดลง จนผู้ผลิตบางรายต้องหยุดกิจการเมื่อราคาสินค้าตกต่ำลง จึงเห็นได้ว่าเรื่องของราคาเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ความหมายของราคาและตลาด

ราคา (price) หมายถึง มูลค่าแห่งการแลกเปลี่ยนเมื่อคิดเป็นหน่วยเงินตรา การคิดมูลค่าเป็นหน่วยเงินตราช่วยให้เกิดความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเป็นอย่างมาก เพราะทำให้เราไม่ต้องนำสินค้าที่เราถืออยู่ไปแลกกับสิ่งที่เราต้องการ ทฤษฎีที่อธิบายว่าราคาถูกกำหนดขึ้นมาได้อย่างไรนั้นมีอยู่หลายทฤษฎี เช่น เริ่มด้วยทฤษฎีที่กล่าวว่าราคาถูกกำหนดโดยค่าจ้าง ต่อมาทฤษฎีนี้ก็ได้พัฒนาเป็นทฤษฎีที่ว่า ราคาถูกกำหนดโดยต้นทุนการผลิต ทฤษฎีดังกล่าวนี้เป็นทฤษฎีการกำหนดราคาทางด้านอุปทาน หลังจากนั้นได้มีทฤษฎีการกำหนดราคาทางด้านอุปสงค์ ซึ่งกล่าวว่าราคาถูกกำหนดโดยอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย และในที่สุดก็ได้มีผู้สร้างทฤษฎีราคาขึ้นมาใหม่ว่าราคาถูกกำหนดโดยอุปสงค์ และอุปทาน หรือกลไกตลาดซึ่งก็เป็นที่ยอมรับกันอยู่ในปัจจุบัน

ส่วนคำว่า “ตลาด” (market) เมื่อกล่าวถึงในความหมายทั่ว ๆ ไป มักจะนึกถึงสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น เมื่อผู้พูดกล่าวว่ากำลังจะไปตลาด สิ่งที่อยู่ในใจผู้กล่าวก็คือสถานที่ที่มีผู้ขายจำนวนมากนำสินค้ามากมายหลายชนิดออกมาวางขาย อย่างไรก็ตามในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ คำว่าตลาดจะกินความหมายที่กว้างกว่านี้มาก ตลาดสินค้าชนิดหนึ่ง ๆ จะเกิดขึ้นได้ทันทีที่มีการตกลงซื้อขายกัน โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายอาจไม่จำเป็นต้องพบกันเลยก็ได้ การติดต่อตกลงอาจทำกันโดยทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต หรือการติดต่อผ่านคนกลางที่เป็นตัวแทนตรงเท่าที่การตกลงซื้อขายสินค้าสามารถเกิดขึ้นได้ก็เรียกได้ว่าได้เกิดตลาดสินค้านั้น ๆ ขึ้นแล้ว ดังนั้นด้วยพัฒนาการทางด้านคมนาคมขนส่ง เทคโนโลยีและการสื่อสารที่ก้าวหน้าออกไปทุก

ขณะ ตลาดสินค้าชนิดหนึ่ง ๆ มีแนวโน้มที่จะขยายขอบเขตกว้างออกไปมากขึ้น ๆ ตัวอย่างเช่น ตลาดสินค้าออนไลน์ที่เรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เติบโตอย่างรวดเร็วตามยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้าถึงได้ง่ายขึ้น จากตลาดที่จำกัดวงอยู่ภายในท้องถิ่นก็จะขยายเป็นตลาดภายในจังหวัด ภายในประเทศหรือภายในภาคพื้นหนึ่ง ๆ เช่น ตลาดเอเชีย ตลาดยุโรป และขยายขนาดได้ถึงระดับตลาดโลก นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านคมนาคมขนส่ง และการสื่อสารที่มีส่วนกำหนดขอบเขตของตลาดแล้ว ลักษณะของตัวสินค้าเองก็มีส่วนกำหนดขอบเขตของตลาดได้เช่นกัน สินค้าที่สามารถจัดเป็นมาตรฐานที่แน่นอน เช่น ข้าว แบ่งออกเป็นเปอร์เซ็นต์ต่าง ๆ ผลไม้แบ่งออกเป็นเกรดต่าง ๆ ตลาดจะยิ่งกว้างออกไปมาก เพราะการตกลงซื้อขายจะสามารถเกิดขึ้นได้โดยที่ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องเห็นตัวสินค้าที่ตนจะทำการซื้อ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยขยายขนาดตลาดของสินค้าแต่ละชนิดออกไปได้ ดังจะเห็นได้ว่าด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาสูงขึ้นเรื่อย ๆ ตลาด ผัก ผลไม้ และอาหารสดอื่น ๆ สามารถที่จะขยายจากวงแคบภายในประเทศหนึ่ง ๆ ไปยังตลาดระดับโลกได้ในปัจจุบัน โดยผ่านกระบวนการเก็บรักษาของสดโดยการแช่แข็ง

นอกจากแยกตลาดตามสินค้าและบริการแล้ว เศรษฐศาสตร์ยังแยกตลาดตามปัจจัยการผลิตด้วย ดังได้ทราบแล้วว่าปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็นแรงงาน ที่ดิน ทุน และผู้ประกอบการ ดังนั้น ตลาดปัจจัยการผลิตจึงหมายถึง กิจกรรมแลกเปลี่ยนซื้อขายปัจจัยการผลิตดังกล่าวที่ทราบกันอยู่ อันได้แก่ ตลาดแรงงาน ตลาดที่ดินและตลาดอสังหาริมทรัพย์ (เฉพาะอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้เป็นโรงงาน และสถานประกอบการ สำนักงาน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยทุนอย่างหนึ่ง) ตลาดเงินและตลาดทุน (อาจแยกย่อยตามลักษณะของเครื่องมือในตลาดได้อีก เช่น ตลาดตราสารหนี้ ตลาดเงินตราต่างประเทศ ตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น)

ฉวีวรรณ สายบัว (2545) กล่าวถึงระบบเศรษฐกิจตลาด (market economy) หรือระบบเศรษฐกิจตลาดเสรี (free market economy) คือ ระบบที่ใช้ “กลไกตลาด” (market mechanism) หรือ “กลไกราคา” (price mechanism) ช่วยในการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ (ว่าทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด หรือหายากควรจะนำไปทำอะไรหรือผลิตอะไร ผลิตอย่างไร และสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ใครควรจะได้ไป ที่จะก่อให้เกิดค่าหรือประโยชน์สูงสุด ในการตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจของมนุษย์) จึงถือว่า “คุณค่า” และ “ราคา” ของสินค้ากำหนดโดยตลาดหรือโดย “ใจ” ทั้งใจของผู้บริโภคและใจของผู้ขาย (subjective theory of value) ใจของผู้บริโภค แสดงค่าที่มีอยู่ในใจผ่านทางอุปสงค์ (demand) โดยเมื่อกำหนดความมั่งคั่งหรือรายได้ และรสนิยมและความพอใจของผู้บริโภคให้ จะช่วยให้คำตอบหรือสัญญาณแก่ผู้ผลิตหรือผู้ขาย (supply) ว่าสินค้าใดควรถูกผลิต (สินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดหรือของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) และขายให้แก่คนที่ให้ราคาดีที่สุด (ผู้บริโภคที่เห็นค่าหรือพอใจในสินค้านั้นมากก็จะเต็มใจที่จะจ่ายในราคาแพงแก่สินค้านั้น)

ซึ่งถ้าแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมในการแสวงหาความพอใจสูงสุด (utility optimization) เหมือน ๆ กัน เมื่อแต่ละบุคคล บรรลุความพอใจสูงสุดของตนเองแล้ว ในที่สุดก็จะทำให้สวัสดิการสังคม โดยส่วนรวมดีขึ้นเอง และภายใต้พฤติกรรมเช่นนี้ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดหรือหายากเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

อย่างไรก็ตามในทางเศรษฐศาสตร์โดยรวมแล้วทั้งตลาดผลผลิตและตลาดปัจจัยการผลิตนั้น แบ่งตลาดออกเป็น

ก. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (perfectly competitive market)

ข. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (non- perfectly competitive market) แบ่งย่อยออกเป็น

(1) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (monopolistic competition market)

(2) ตลาดผูกขาดอย่างแท้จริง (pure monopoly market)

(3) ตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly market)

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1.1 ลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มีลักษณะที่สำคัญแบ่งออกได้เป็น 5 ลักษณะ ดังนี้

1.1.1 ผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก การที่ผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมากทำให้ไม่มีทั้งผู้ผลิต (ผู้ขาย) และผู้บริโภค (ผู้ซื้อ) คนใดมีอำนาจเด็ดขาดในตลาด จำนวนสินค้าที่ซื้อขายของผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละคนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ซื้อขายกันทั้งหมดในตลาด ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงจำนวนสินค้าที่ซื้อขายของผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละคนจะไม่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าในตลาด

1.1.2 หน่วยธุรกิจสามารถเข้าออกจากตลาดได้โดยเสรี ผู้ผลิต (ผู้ขาย) แต่ละรายมีความเป็นอิสระที่จะเข้าหรือออกจากตลาด โดยพิจารณาจากความสามารถของตนเองว่าจะสามารถขายในราคาที่มีอยู่ในตลาดได้หรือไม่ อีกทั้งในสถานการณ์ดังกล่าวจะไม่มี การรวมหัวกัน ทั้งระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

1.1.3 ปราศจากกฎข้อบังคับที่เข้มงวดของรัฐบาล ซึ่งทำให้ปราศจากอุปสรรคขวางกั้นการเข้ามาของหน่วยธุรกิจ เพราะไม่ต้องมีใบอนุญาต หรือไม่มีการกำหนดคุณสมบัติของหน่วยธุรกิจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต เป็นต้น

1.1.4 สินค้าที่ซื้อขายมีลักษณะเหมือนกัน หน่วยธุรกิจทุกหน่วยจะผลิตสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันในทุกลักษณะ และสามารถทดแทนกันได้ในทุกกรณี ไม่มีการทำให้สินค้ามีลักษณะแตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิต (ผู้ขาย) คนอื่นในตลาด ดังนั้นผู้ซื้อจะไม่สนใจถึงแหล่งที่มาของสินค้า เพราะซื้อจากผู้ขายรายใดก็ไม่มีความแตกต่างกัน

1.1.5 ผู้ซื้อและผู้ขายมีข่าวสารและข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับตลาด ลักษณะเช่นนี้ทำให้ผู้ขายแต่ละคน ไม่สามารถขึ้นราคาสินค้าของตนเองได้อย่างเสรี เพราะผู้ซื้อจะทราบทันทีที่ราคาสินค้าขายไม่ได้เลย ดังนั้นผู้ซื้อจะไม่เสนอซื้อในราคาที่สูงกว่าราคาที่เป็นอยู่ และไม่มีผู้ขายรายใดขาย ณ ราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เป็นอยู่ ณ นั้นจะมีราคาเพียงราคาเดียวสำหรับสินค้า

นอกจากโครงสร้างลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ตามที่กล่าวมาแล้ว ยังมีตำราบางเล่มได้เขียนแตกต่างจากนี้อีก 2 ลักษณะ คือ

1.1.6 สามารถเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี ปัจจัยการผลิตทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นแรงงานหรือเครื่องจักร สามารถเคลื่อนย้ายไปแหล่งผลิตที่เหมาะสมที่ต้องการใช้ได้ในทุกกรณี โดยปราศจากข้อขัดขวางใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียม ใบอนุญาต นั่นคือไม่มีผู้หนึ่งผู้ใดผูกขาดปัจจัยการผลิต ผู้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทุกชนิดมีอิสระในการขายปัจจัยการผลิตไปสู่แหล่งผลิตทุกแหล่งที่ให้ผลตอบแทนดีกว่า

1.1.7 ไม่มีการโฆษณา เนื่องจากสินค้ามีลักษณะที่เหมือนกันทุกประการ ผู้ผลิต (ผู้ขาย) จะไม่ได้ประโยชน์อันใดจากการโฆษณา อีกทั้งผู้ขายและผู้ซื้อก็มีข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดเป็นอย่างดี จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการโฆษณา ถ้าจะมีการแข่งขันก็น่าจะเป็นเรื่องของราคามากกว่า

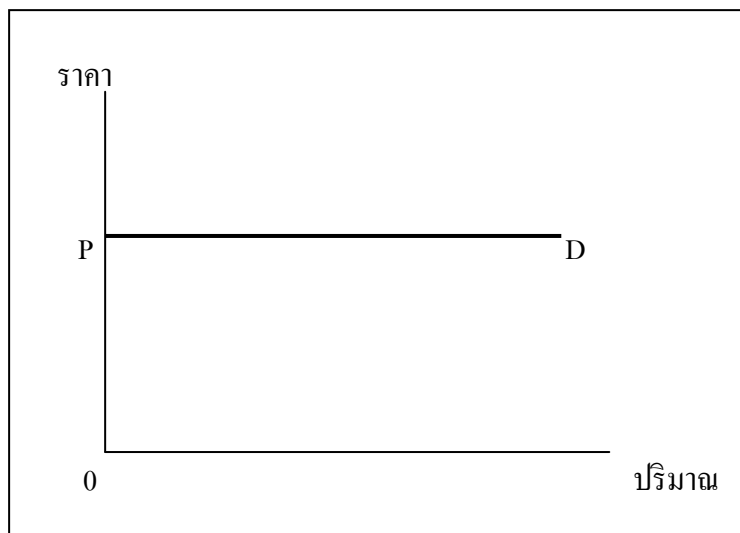
อย่างไรก็ตามในสภาวะที่เป็นจริงจะไม่มีตลาดที่เป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์เลย เพราะตลาดซึ่งมีคุณสมบัติข้างต้นไม่มีจริง เป็นแต่เพียงตลาดในอุดมคติ แต่การศึกษาถึงลักษณะและการกำหนดราคาสินค้าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะเป็นตัวแบบสำหรับศึกษาตลาดแข่งขันประเภทอื่น ๆ อย่างไรก็ตามตลาดสินค้าบางชนิดก็พอที่จะอนุโลมให้เป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้ เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เป็นต้น นอกเหนือจากนั้นจากการเปิดการค้าเสรีกันมากขึ้นในปัจจุบันก็มีผลทำให้สินค้ามีลักษณะคล้ายตลาดแข่งขันสมบูรณ์มากขึ้น ตัวอย่างเช่น การเปิดเสรีทางการค้าของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่เรียกว่าข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน (AFTA : ASEAN Free Trade Agreement หรือเขตการค้าเสรีอาเซียน เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ 10 ประเทศในกลุ่มอาเซียนหรือสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งได้แก่ อินโดนีเซีย บรูไนดารุสซาลาม กัมพูชา ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม) มีผลทำให้สินค้าและปัจจัยการผลิตเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีมากขึ้น เมื่อแต่ละประเทศมีการแข่งขันในการผลิตกันมากขึ้น ในที่สุดก็จะทำให้ราคาสินค้าไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค แต่อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ผลิตอันเนื่องมาจากการแข่งขันที่มากขึ้น รวมถึงผลกระทบต่อทางอ้อมอันเนื่องมาจากการใช้ทรัพยากรที่มากขึ้น

1.2 การกำหนดราคาและผลผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

เนื่องจากตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์นั้น ประกอบด้วยผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายเป็นเพียงรายย่อย ๆ ในตลาด ซึ่งไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อการกำหนดราคา เพราะสินค้าของผู้ขายแต่ละรายมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณสินค้าทั้งหมดที่มีอยู่ในตลาด ราคาที่ทำการซื้อขายกันในตลาดจะถูกกำหนดขึ้นโดยอุปสงค์และอุปทานอย่างแท้จริง โดยผู้ขายแต่ละรายจะยอมรับเอาราคาที่อุปสงค์และอุปทานของตลาดกำหนดขึ้นมาเป็นราคาขายของตน และผู้ขายแต่ละรายจะขายสินค้าจำนวนเท่าใด ก็ไม่มีผลกระทบต่อราคาตลาด

1.3 เส้นอุปสงค์ของผู้ผลิตแต่ละราย

ลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มีจำนวนผู้ขายแข่งขันกันมาก ผู้ขายจึงไม่สามารถกำหนดราคาขายได้ตามใจตนเอง ต้องขายตามราคาตลาด ซึ่งเป็นกลไกราคาถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานรวมของตลาด เส้นอุปสงค์จึงเป็นเส้นขนานกับแกนนอน แสดงว่าตลาดมีราคาเพียงราคาเดียว ถ้าขึ้นราคาแม้เพียงเล็กน้อยก็จะไม่มีใครซื้อเลย เพราะมีสินค้ามากมายให้เลือกซื้อ ขณะนั้นผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายสามารถขายสินค้าได้หมดโดยไม่ต้องลดราคา เส้นอุปสงค์จึงมีความยืดหยุ่นสมบูรณ์ (ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์เป็นค่าอนันต์) แสดงได้ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 เส้นอุปสงค์ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

1.4 คุณภาพของผู้ขายในระยะยาว

ในระยะยาวผู้ขายมีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงขนาดการผลิต และมีการเข้าออกจากตลาดตราบใดที่การปรับตัวและเปลี่ยนแปลงยังคงดำเนินอยู่ ผลผลิตในตลาดก็อาจจะมีการขยายตัว

หรือหดตัวก็ได้ ในระยะยาวปัจจัยการผลิตเปลี่ยนแปลงได้ทุกตัว และต้นทุนการผลิตทั้งหมดจะเป็นต้นทุนผันแปรทั้งหมด เพราะฉะนั้นผู้ขายจะเลือกปรับปรุงขนาดของโรงงานและจำนวนผลผลิตให้เหมาะสมที่สุด คือ สามารถเลือกผลิตตรงจุดที่เสียต้นทุนน้อยที่สุดสำหรับปริมาณการผลิตสินค้าอื่น

ผู้ผลิตในระยะยาวจะอยู่ในฐานะที่แตกต่างจากผู้ผลิตในระยะสั้น กล่าวคือการผลิตในระยะยาว ราคาตลาดต้องคุ้มกับต้นทุนการผลิตทุกชนิด และอย่างน้อยต้องคุ้มกับต้นทุนเฉลี่ยระยะยาว จึงจะสามารถดำเนินการผลิตต่อไปได้ จากความหมายของดุลยภาพที่หมายถึงสภาวะสมดุลนั้น ในดุลยภาพระยะยาวหน่วยธุรกิจไม่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงการผลิต นอกจากนี้หน่วยธุรกิจยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนไปผลิตในระดับต้นทุนที่ถูกกว่าที่เป็นอยู่ในระดับผลผลิตเท่ากัน จึงหมายความว่าหน่วยธุรกิจจะดำเนินการผลิตบนเส้นต้นทุนการผลิตเฉลี่ยระยะยาว และในดุลยภาพระยะยาวหน่วยธุรกิจจะทำการผลิตในระดับผลผลิตที่ทำให้กำไรสูงสุดด้วยโรงงาน หรือขนาดของหน่วยธุรกิจที่เลือกสรรว่าเหมาะสมที่สุด

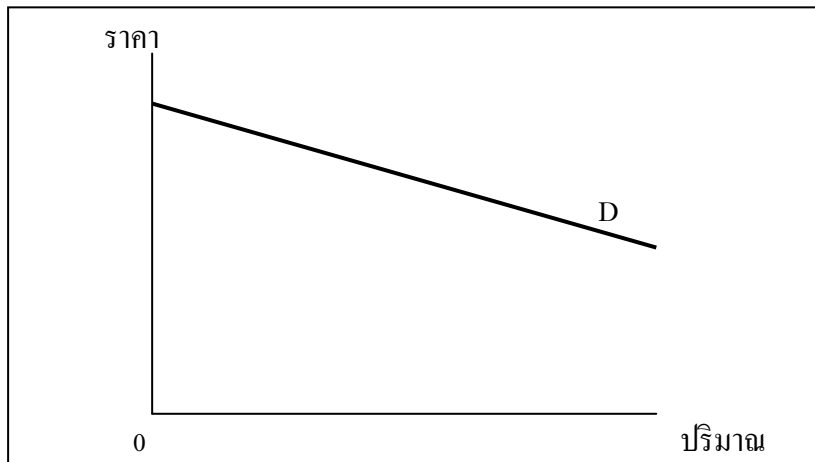
เงื่อนไขประการหนึ่งของดุลยภาพในระยะยาวของหน่วยธุรกิจคือ หน่วยธุรกิจจะได้เพียงกำไรปกติเท่านั้น หรืออาจจะกล่าวได้ว่าราคาที่ได้รับจะเท่ากับต้นทุนเฉลี่ยพอดี เหตุผลที่ควรทราบว่าเป็นเพราะเหตุใดก็คือ ถ้าสมมติว่าหน่วยธุรกิจได้กำไรเกินปกติหน่วยธุรกิจใหม่ ๆ ก็จะเข้าไปทำการผลิตในตลาดเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการเข้าหรือออกจากธุรกิจกระทำได้โดยปราศจากกฏเกณฑ์ใด ๆ มองอีกด้านหนึ่ง ถ้าหากประสบการขาดทุนก็จะมีถอนตัวจากตลาดเช่นกัน ถ้าสภาพดำเนินไปตามที่กล่าวมาคือ มีการเข้ามาและออกไปจากธุรกิจของหน่วยธุรกิจตลาดหรือธุรกิจก็จะไม่อยู่ในภาวะดุลยภาพ เพราะดุลยภาพในระยะยาวที่เรากล่าวคือ การปรับตัวทั้งหมดของหน่วยธุรกิจจะต้องเสร็จสิ้นสมบูรณ์ โดยที่ตลาดจะอยู่ในภาวะที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอีกต่อไป

2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

2.1 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือตลาดผู้ขายมากราย (monopolistic competition market)

ลักษณะของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดคล้ายกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ มีผู้ซื้อผู้ขายมากราย ผู้ซื้อผู้ขายสามารถเข้าออกจากตลาดได้อย่างเสรี สินค้าสามารถเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้อย่างสะดวกโดยไม่เป็นผลต่อต้นทุนการผลิต และผู้ซื้อผู้ขายต่างมีความรู้เป็นอย่างดีในเรื่องการตลาด แต่ลักษณะที่แตกต่างประการหนึ่งก็คือ สินค้าในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีลักษณะและคุณภาพแตกต่างกันบ้าง หรืออย่างน้อยผู้ซื้อมีความรู้สึกเหมือนกับว่าสินค้านั้นมีคุณภาพต่างกัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ขายในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดสามารถที่จะกำหนดราคาสินค้าได้บ้าง เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ร้านตัดผม และร้านเสริมสวย เป็นต้น โดยตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมี

ลักษณะใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ นั่นคือจากตลาดแข่งขันสมบูรณ์มีความยืดหยุ่นอุปสงค์ เป็นค่าอนันต์ โดยตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดจะมีความยืดหยุ่นมากเหมือนกันแต่ไม่ถึงกับเป็นค่าอนันต์ เนื่องจากยังเป็นตลาดกึ่งแข่งขันเป็นตลาดที่มีอยู่ในความเป็นจริง เส้นอุปสงค์ของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดจึงค่อย ๆ ลาดลงแสดงได้ดังภาพที่ 4.2



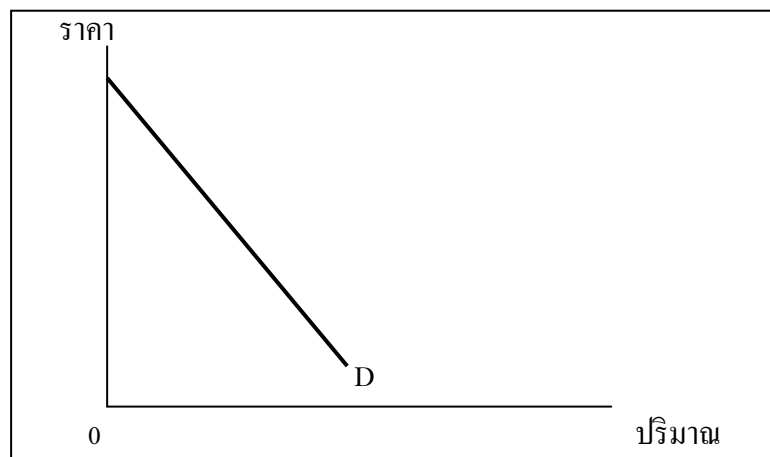
ภาพที่ 4.2 เส้นอุปสงค์ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดที่เห็นได้ชัดเจนในปัจจุบัน คือ ธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ที่มีสัดส่วนการครองตลาดสูงเกินกว่าเดิมเรื่อย ๆ ซึ่งทำให้อำนาจต่อรองเหนือผู้ผลิตสินค้าสูงขึ้นไปด้วย สามารถใช้อำนาจต่อรองดังกล่าวเจรจาทำสัญญาที่เอื้อเปรียบผู้ผลิตสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งผลของการใช้อำนาจต่อรองอย่างไม่เป็นธรรมดังกล่าว อาจนำไปสู่การแข่งขันที่บิดเบือนระหว่างผู้ผลิตสินค้าด้วยกันเอง กล่าวคือผู้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่ไม่แพง แต่ไม่มีเงินที่จะจ่ายค่าแรกเข้าและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่เรียกร้องจะถูกคัดออกไปจากการแข่งขันกับผู้ผลิต สินค้าที่อาจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีเยี่ยมกว่า แต่ไม่มีเงินจ่ายค่าแรกเข้าและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่เรียกร้อง นอกจากนี้สัดส่วนการครองตลาดของธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทยเกินกว่าครึ่งหนึ่งเป็นสัดส่วนการครองตลาดของผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย และหากมีการแยกธุรกิจประเภท hypermarket ออกมาเป็นตลาดต่างหาก (relevant market) แล้ว ธุรกิจ hypermarket จะตกอยู่ในมือของผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่เพียง 4 รายเท่านั้นเอง กล่าวคือระดับการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ ที่มีสัดส่วนการครองตลาดสูงสุด 4 อันดับแรกจะสูงถึง ร้อยละ 100 ซึ่งทำให้ตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ประเภท hypermarket กลายเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (ศักดิ์ดา ธนิตกุล, 2549, 5)

2.2 ตลาดผูกขาดอย่างแท้จริง (pure monopoly market)

ตลาดผูกขาดอย่างแท้จริงเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์อย่างแท้จริง โดยมีลักษณะสำคัญของตลาด คือ มีผู้ขายหรือผู้ผลิตเพียงรายเดียว หรือเพียงกลุ่มเดียว สินค้ามีลักษณะไม่เหมือนใคร เป็นสินค้าหายากไม่สามารถใช้แทนกันได้ ผู้ผลิตหรือผู้ขายสามารถกำหนดราคาสินค้า หรือปริมาณขายได้ทางใดทางหนึ่ง ถ้ากำหนดราคาสินค้าก็ไม่สามารถกำหนดปริมาณขายได้ หรือกำหนดปริมาณขายก็ไม่สามารถกำหนดราคาขายได้ เป็นต้น ผู้ผลิตสามารถกีดกันไม่ให้คู่แข่งรายอื่นเข้ามาแข่งขัน เช่น การผูกขาดด้วยกฎหมายหรือการผูกขาดด้วยเทคโนโลยีการผลิต ตัวอย่างสินค้าในตลาดผูกขาดอย่างแท้จริงในประเทศไทย ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลที่มีปัญหาการขาย สลากกินแบ่งรัฐบาลเกินราคาอยู่เสมอ โดยในปัจจุบันการจำหน่ายสลากเกินราคา สูงถึงร้อยละ 25-50 และน่าจะเป็นสินค้าที่มีการจำหน่ายเกินราคาสูงที่สุดก็เป็นได้ ทั้ง ๆ ที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดจำหน่ายคือ หน่วยงานของรัฐเอง ดังนั้นนอกจากปัญหาผลกระทบทางสังคมที่เกิดจากการมีสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งถือเป็นการพนันประเภทหนึ่งแล้วยังมีปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภคอีกด้วย (นวนน้อย ตรีรัตน์, 2553, 4) อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ขายเอาเปรียบผู้บริโภค รัฐบาลจึงมักจะเข้าไปมีบทบาทในการควบคุม และกำหนดราคาสินค้าในตลาดผูกขาดอย่างแท้จริงนี้อยู่เสมอ

ดังนั้น ตลาดผูกขาดอย่างแท้จริงมีค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์น้อย อันเนื่องมาจากผู้ขายมีอำนาจมากกว่าผู้ซื้อ คือ ผู้ขายสามารถกำหนดราคาสินค้า หรือปริมาณขายได้ทางใดทางหนึ่ง เส้นอุปสงค์ของตลาดผูกขาดอย่างแท้จริงจึงมีลักษณะความชันลาดลงแสดงได้ดังภาพที่ 4.3



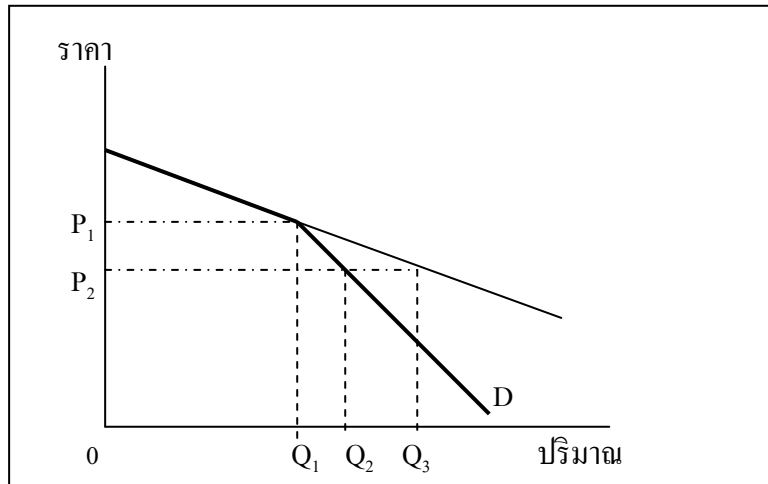
ภาพที่ 4.3 เส้นอุปสงค์ในตลาดผูกขาด

2.3 ตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly market)

ตลาดผู้ขายน้อยรายเป็นตลาดที่อยู่ระหว่างตลาดผูกขาดและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด และจะค่อนข้างไปทางตลาดผูกขาดมากกว่า โดยตลาดผู้ขายน้อยรายจะมีหน่วยธุรกิจจำนวนน้อยเพียงสองสามรายที่ผลิตสินค้าออกจำหน่ายในตลาด สินค้าที่ผลิตออกจำหน่ายมีลักษณะแตกต่างกัน แต่สามารถใช้แทนกันได้ ความแตกต่างของตลาดผู้ขายน้อยรายจากตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด จะอยู่ที่จำนวนหน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยรายจำนวนหน่วยธุรกิจในตลาดจะมีน้อยมากจนกระทั่งการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจแต่ละรายมีผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างมากรวมถึงถ้าหน่วยธุรกิจหน่วยใดหน่วยหนึ่งดำเนินนโยบายอันใดอันหนึ่ง เป็นต้นว่า ลดราคาสินค้าจะส่งผลกระทบทำให้ยอดขายของหน่วยธุรกิจอื่นลดลงจนเห็นได้ชัด เพราะมีหน่วยธุรกิจอยู่เพียงไม่กี่รายในตลาด และหน่วยธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินนโยบายของหน่วยธุรกิจหน่วยแรกก็จะต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนโยบายของตนเพื่อรับผลกระทบที่เกิดขึ้น อันจะมีผลสะท้อนกลับไปยังหน่วยธุรกิจหน่วยแรกอย่างแน่นอน ผลดังกล่าวนี้จะไม่ปรากฏขึ้นกับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เพราะในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีหน่วยธุรกิจจำนวนมาก จนผลกระทบจากการดำเนินนโยบายของหน่วยธุรกิจรายหนึ่ง ๆ จะถูกกระจายออกไปจนไม่เป็นที่สังเกตเห็นได้ชัดแจ้ง แต่ในตลาดผู้ขายน้อยรายผลกระทบจากการดำเนินนโยบายของหน่วยธุรกิจรายหนึ่ง ๆ มีผลกระทบต่อหน่วยธุรกิจรายอื่น ๆ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่กำหนดคนโยบายของหน่วยธุรกิจในตลาด ตัวอย่างสินค้าในตลาดผู้ขายน้อยรายในประเทศไทย ได้แก่ ธุรกิจให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน ซึ่งมีการตอบโต้ในเรื่องราคากันได้อย่างเสมอ เป็นต้น

ลักษณะของเส้นอุปสงค์และเส้นรายรับหน่วยสุดท้ายของหน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยรายนั้น โดยปกติมักมิได้มีการระบุแน่ชัดถึงลักษณะของเส้นอุปสงค์ในตลาดว่าเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพราะว่าการวิเคราะห์นโยบายของหน่วยธุรกิจในตลาดลักษณะนี้ ไม่สามารถทำตามลักษณะการวิเคราะห์ในสามตลาดที่ผ่านมาได้ เนื่องจากเราไม่สามารถกำหนดรูปแบบที่แน่นอนของนโยบายของหน่วยธุรกิจได้ อันเป็นผลจากการขึ้นอยู่ระหว่างกันและกันอย่างมากรวมของผู้ผลิตแต่ละราย อย่างไรก็ตามก็พอจะกล่าวได้ว่าเส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยรายนี้ จะเป็นเส้นที่ลาดลงจากบนซ้ายลงมาล่างขวาเช่นเดียวกับเส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์อื่น ๆ และความชันของเส้นตลอดจนระยะห่างจากแกนตั้งคงอยู่ระหว่างตลาดผูกขาดและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด กล่าวคือเส้นอุปสงค์ของหน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยราย น่าจะมีความชันของเส้นน้อยกว่าความชันของเส้นอุปสงค์ในตลาดผูกขาด แต่มากกว่าความชันของเส้นอุปสงค์ในตลาดผูกขาดและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด แต่ทั้งนี้ที่ตั้งของเส้นก็น่าจะอยู่ระหว่างกลางของเส้นอุปสงค์ในตลาดผูกขาดและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด อย่างไรก็ตามนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านเชื่อว่าผู้ขาย

แต่ละรายจะต้องคอยระวังการตอบโต้จากคู่แข่ง จึงมักหลีกเลี่ยงการใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ส่งผลให้ราคาสินค้าจึงมักจะคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง แต่จะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจนทำให้เส้นอุปสงค์หักมุม เนื่องจากการตอบโต้ในการแข่งขัน ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 เส้นอุปสงค์ในตลาดผู้ขายน้อยราย

ลักษณะอีกอย่างหนึ่งของตลาดผู้ขายน้อยราย เรียกว่า คาร์เทล (cartel) หมายถึง การตกลงร่วมกันอย่างเป็นทางการระหว่างบริษัทในอุตสาหกรรมที่มีผู้ขายน้อยราย สมาชิกของคาร์เทลจะตกลงร่วมกันในเรื่อง ราคา จำนวนผลผลิตในอุตสาหกรรมทั้งหมด ส่วนแบ่งตลาด การจัดสรรลูกค้า การแบ่งเขต การตกลงร่วมกันกำหนดราคาประมูล การจัดตั้งองค์การขายร่วมกัน และการแบ่งกำไร เป็นต้น คาร์เทลในความหมายนี้คล้ายกับการสมรู้ร่วมคิดกันแบบเปิดเผยและเพื่อประโยชน์ร่วมกันของบริษัทสมาชิก โดยทั่วไปแล้วพฤติกรรมของตลาดนี้พยายามที่จะเลียนแบบพฤติกรรมการผูกขาด โดยการจำกัดผลผลิตของอุตสาหกรรมขึ้นราคาสินค้าหรือกำหนดราคาสินค้าเพื่อให้ได้กำไรสูงขึ้นคาร์เทลแบบเปิดเผยและไม่เปิดเผยมีลักษณะดังนี้ (องค์การอุตสาหกรรม, 2552)

(1) คาร์เทลแบบเปิดเผย รัฐบาลอาจกำหนดและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวกับราคาผลผลิตและอื่น ๆ export cartels และการตกลงทางการขนส่งสินค้าทางเรือ (shipping conference) เป็นตัวอย่างของคาร์เทลแบบเปิดเผย

(2) คาร์เทลแบบไม่เปิดเผย จะต้องเป็นการทำความตกลงร่วมกันที่มีเงื่อนไขที่จะก่อประโยชน์ร่วมกัน แต่บุคคลภายนอกจะไม่รู้ คาร์เทลที่ประสบผลสำเร็จไม่ว่าจะเป็นแบบเปิดเผยหรือไม่เปิดเผย ต้องร่วมแรงร่วมใจกัน ประสานกัน และความยินยอมร่วมกันในหมู่สมาชิก ซึ่งหมายความว่าสมาชิกของคาร์เทลจะต้องสามารถตรวจพบเมื่อมีการฝ่าฝืนข้อตกลงเกิดขึ้นและสามารถลงโทษผู้ฝ่าฝืนได้

ตารางที่ 4.1 การเปรียบเทียบลักษณะและโครงสร้างของตลาดแต่ละประเภท

ลำดับ	ลักษณะแข่งขัน	ตลาดแข่งขันสมบูรณ์	ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด	ตลาดผู้ขายน้อยราย		ตลาดผูกขาด
				สินค้าเหมือนกัน	สินค้าแตกต่างกัน	
1.	ตัวอย่างสินค้า	สินค้าเกษตร - ข้าว - ผลไม้ - ปลา	สินค้าทั่วไป - เสื้อผ้า - ผงซักฟอก - แวนตา	สินคาราคาถูกไม่ ต้องใช้เวลาในการ ตัดสินใจซื้อ - น้ำอัดลม - ปูนซีเมนต์ - สังกะสี - น้ำมัน	สินคาราคาแพงต้อง ใช้เวลาในการ ตัดสินใจซื้อ - เครื่องใช้ไฟฟ้า - เครื่องจักร - รถยนต์ - คอมพิวเตอร์	- น้ำไฟ - โทรศัพท์ - รถไฟ - รถเมล์ - สลากกินแบ่ง
2.	จำนวนผู้ผลิต	มีมาก	มีมาก	ตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป		มี 1 ราย
3.	ลักษณะสินค้าในสายตาของผู้บริโภค	สินค้าเหมือนกันและใช้ทดแทนกันได้สมบูรณ์	สินค้าแตกต่างกันแต่ใช้แทนกันได้บ้าง	สินค้าเหมือนกันใช้แทนกันได้ดี	สินค้าแตกต่างกันใช้แทนกันได้ยาก	สินค้าไม่เหมือนใครหายากและใช้แทนกันไม่ได้
4.	อำนาจการตั้งราคา	โดยอุปสงค์และอุปทานหรือราคาตลาด	ผู้ผลิตกำหนดราคาแต่ไม่ตั้งราคาสูงเกินไปจนเสียลูกค้า	รวมหัวกันตั้งราคาหรือตั้งตามราคาผู้นำ		ผู้ผลิตตั้งราคาหรือรัฐบาลควบคุมราคา
5.	การส่งเสริมการขาย	ไม่ต้องมีการส่งเสริมการขาย	- โฆษณา/แถม - ปรับปรุงคุณภาพ - ที่สุดอาจลดราคา	- เน้นโฆษณา และ - ปรับปรุงคุณภาพสินค้า - แลก แจกแถม		ไม่ต้องเพียงแต่ประชาสัมพันธ์ให้รู้จักสินค้า
6.	การตั้งหรือเลิกกิจการกระทำได้	เสรี	เสรี	ถูกกีดกัน		ไม่เสรี
7.	ลักษณะของความยืดหยุ่นของอุปสงค์					

8.	ผู้ผลิตได้รับ กำไรในระยะ ยาว	กำไรปกติ	กำไรปกติหรือ กำไรเกินปกติ ขึ้นอยู่กับ จำนวนคู่แข่ง	กำไรเกินปกติและอาจได้รับกำไรเล็กน้อย ขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิตของแต่ละราย	กำไรเกินปกติ ยกเว้น รัฐบาล ควบคุมราคา
----	------------------------------------	----------	---	---	---

ที่มา : วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2551.

บทบาทและความสำคัญของรัฐบาลในการแทรกแซงตลาดในทางเศรษฐกิจ

อดัม สมิท ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ให้กำเนิดวิชาเศรษฐศาสตร์จากการเขียนหนังสือ “The Wealth of Nations” นั้นในเนื้อหาได้นำเสนอแนวคิดหลัก 2 ประการ ซึ่งเป็นพื้นฐานของวิชาเศรษฐศาสตร์ คือ

1. การแข่งขันกันโดยเสรีของประชาชนในฐานะผู้ซื้อ คือ ผู้แสวงหาสินค้าและบริการที่คุ้มค่าที่สุดตามความต้องการของตนเอง และในขณะเดียวกันการแข่งขันของผู้ประกอบการในการที่จะผลิตสินค้าและบริการ ให้ได้ในราคาถูกและคุณภาพดีที่สุดจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพสูงสุดและให้ผล ประโยชน์สูงสุดกับเศรษฐกิจโดยรวม หมายความว่าความพยายามของทุกฝ่ายที่จะแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ส่วนรวม กล่าวคือการแข่งขันอย่างเสรีจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพสูงสุดทางเศรษฐกิจ (economic efficiency)

2. โดยทั่วไปแล้วการตัดสินใจเกี่ยวกับการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจจึงไม่จำเป็นจะต้องมีหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรกลางใดที่จะต้องมีความรอบรู้หรือความสามารถพิเศษ เพื่อช่วยตัดสินใจหรือวางแผนเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการพาณิชย์ของประเทศ ตรงกันข้ามการกระจายอำนาจในการตัดสินใจ (decentralized decision-making) ให้ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งในส่วนนี้ระบบตลาดเสรีนั้นมีสมมุติฐานคล้ายคลึงกับระบบการเมืองแบบประชาธิปไตย กล่าวคือระบบตลาดเสรีคือการที่อำนาจทางเศรษฐกิจอยู่กับประชาชน ในขณะที่ในระบอบประชาธิปไตยนั้นอำนาจการปกครองอยู่กับประชาชนเช่นกัน

แต่ต่อมาในระยะยาวก็สามารถเห็นข้อบกพร่องต่าง ๆ ของระบบตลาดเสรีเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการเสริมมากเกินไป ซึ่งจำเป็นที่รัฐบาลต้องเข้ามาควบคุมหรือแทรกแซงบ้าง ศุภวุฒิ สายเชื้อ (2553) กล่าวว่า รัฐบาลจำเป็นต้องมีการเข้ามาแทรกแซงในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจนั้นอาจเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้จากกลไกตลาดเสรี กล่าวคือ ระบบเศรษฐกิจที่ความร่ำรวยกระจุกตัวอยู่กับคนไม่กี่คน ซึ่งหลายคนจะมองว่าไม่เป็นธรรมนั้นก็มีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจได้ ทำให้มีเหตุผลสมควรที่รัฐบาลจะเก็บภาษีคนรวยเพื่อนำเอา

ไปช่วยเหลือคนจนให้มีฐานะที่ดีขึ้น แต่การกระทำดังกล่าวย่อมจะบั่นทอนประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น หากพยายามเก็บภาษีคนรวยมากก็อาจทำให้ความกระตือรือร้นที่จะสร้างความมั่งคั่งให้กับตัวเอง และประเทศลดลง หรือคนเก่งก็อาจต้องย้ายถิ่นฐานออกไปอยู่ประเทศอื่นๆ ที่เก็บภาษีน้อยกว่าก็ได้

2. บริการบางประเภทของรัฐนั้นเป็นบริการที่ให้ประโยชน์แก่ส่วนรวม ทำให้ยากที่จะอาศัยกลไกตลาดผลิตออกมาได้ในปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสม (public goods) เช่น งบประมาณด้านการทหารเพื่อปกป้องคุ้มครองประเทศ เป็นค่าใช้จ่ายที่อาศัยกลไกตลาดไม่ได้ เพราะคนหลายคนจะอยากได้ประโยชน์จากบริการดังกล่าว แต่ไม่ยอมรับร่วมจ่ายเงิน (free rider) ในกรณีดังกล่าวจึงต้องมีการบังคับจ่ายโดยการเก็บภาษี

3. มีความเป็นไปได้ว่าในช่วงที่เศรษฐกิจจะซบเซาอย่างยาวนาน ภาครัฐจะต้องเข้ามาเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยการเร่งการใช้จ่ายและการลงทุน แม้ว่าจะต้องขาดดุลงบประมาณ (กู้เงิน) มาใช้ในการเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจก็เป็นสิ่งที่สมควรทำเพราะเมื่อเศรษฐกิจขยายตัวดีสู่สภาวะปกติ รัฐก็จะมีรายได้จากการเก็บภาษีเพิ่มขึ้นเพียงพอที่จะใช้คืนเงินกู้ดังกล่าว

4. ในบางกรณีการผลิตสินค้าอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเสมือนกับการที่ผู้ผลิตใช้ทรัพยากรของประเทศ (การทำให้สิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพสูงมีคุณภาพต่ำลง) โดยไม่ต้องจ่ายเงิน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการผลิตสินค้าดังกล่าวมากเกินไป (หรือการสร้างมลพิษมากเกินไป) ดังนั้น รัฐบาลจึงควรเก็บภาษีเท่ากับผลกระทบต่อสภาวะสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตสินค้าดังกล่าว

เนื่องจากระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นระบบเศรษฐกิจแบบผสมที่ค่อนข้างไปทางทุนนิยม นั่นคือกลไกราคายังมีบทบาทอย่างมากในระบบเศรษฐกิจของไทย ซึ่งเราจะเห็นได้ว่า เมื่อสินค้าและบริการใดที่มีราคาสูง มีกำไรมาก ก็จะมีผู้เข้าไปผลิตสินค้าและบริการนั้นกันมาก ทำให้กำไรลดลงไป และเมื่อกำไรลดลง ผู้ผลิตบางรายก็จะถอนตัวออกไปจากการแข่งขัน บางรายก็อาจจะหยุดกิจการ ทำให้ผู้ผลิตมีจำนวนน้อยลง ราคาก็จะปรับตัวสูงขึ้นไป ในระบบเศรษฐกิจของไทยอุปสงค์และอุปทานก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดราคาสินค้า เมื่ออุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ราคาสินค้าจะสูงขึ้น ตัวอย่างเช่น ราคาดอกกุหลาบในวันวาเลนไทน์จะแพงมากเป็นพิเศษ หรือราคาไก่จะแพงมากในเทศกาลตรุษจีน เพราะอุปสงค์สำหรับดอกกุหลาบและไก่จะสูงมาก ราคาสินค้าจะเพิ่มขึ้น แต่เมื่อถึงฤดูกาลของผลไม้ชนิดใด ราคาของผลไม้ชนิดนั้นก็จะถูกมาก ทำให้ราคาสินค้าต่ำลง และภายหลังจากการเก็บเกี่ยวข้าว ราคาข้าวจะถูกเพราะมีปริมาณการผลิตมากเกินไป ทำให้ราคาข้าวลดต่ำลง แต่อย่างไรก็ตามในบางครั้งการปล่อยให้กลไกราคาทำงานอย่างเสรีก็จะเกิดปัญหาอย่างมาก เช่น ตลาดข้าว ถ้าให้กลไกราคาคำเนินไปโดยเสรี ชาวนาจะขายข้าวได้

ในราคาที่ต่ำมากจนอาจขาดทุนได้ เมื่อเป็นเช่นนี้รัฐบาลจึงจำเป็นต้องเข้ามาบีบบทบาทในตลาด โดยการแทรกแซงราคาข้าวด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ราคาข้าวสูงขึ้น อย่างไรก็ตามไม่เพียงแต่สินค้าเกษตรเท่านั้นที่รัฐบาลจะเข้าไปดูแล แต่สินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ รัฐบาลก็ต้องเข้าไปดูแลและช่วยพัฒนาให้เป็นที่ไปอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามบทบาทของรัฐบาลที่จะกล่าวถึงต่อไปจะเป็นบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการแทรกแซงราคาในตลาดสินค้าหรือบริการเท่านั้น

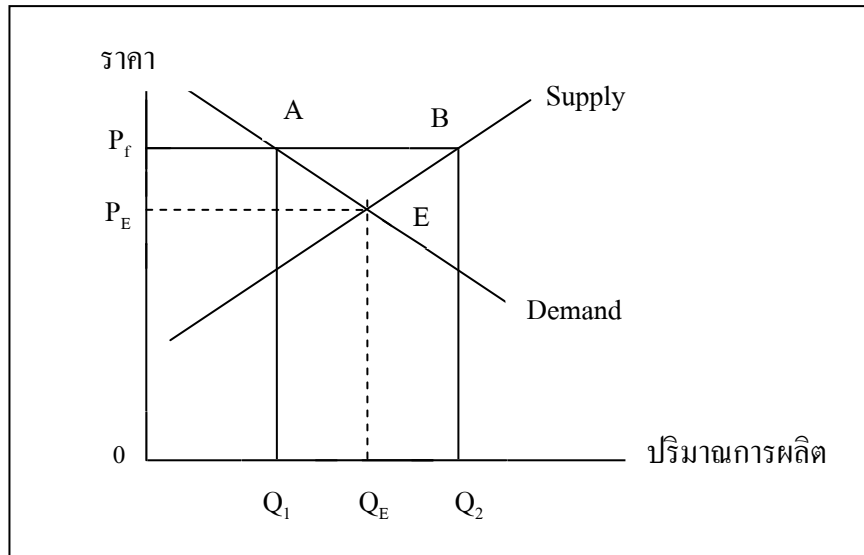
การแทรกแซงราคา

การแทรกแซงราคา หมายถึง การที่รัฐบาลเข้าไปแทรกแซงกลไกราคาในระบบตลาดไม่ให้ดำเนินไปอย่างเสรี เพราะจะก่อให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจดังที่กล่าวมาแล้วในตอนต้น การแทรกแซงราคาสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การประกันราคาขั้นต่ำ “มูลภัณฑ์กันชน” (buffer stock) (มูลภัณฑ์กันชน คือ สินค้าที่ซื้อสะสมไว้เมื่อมีราคาต่ำ นำออกขายเมื่อสินค้านั้นมีราคาสูงขึ้น เพื่อรักษาระดับราคาสินค้านั้นให้มีเสถียรภาพ) การจ่ายเงินอุดหนุน และการกำหนดราคาขั้นสูง ซึ่งจะได้กล่าวไปตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การประกันราคาขั้นต่ำ หมายถึง การที่รัฐเข้าไปแทรกแซงราคาโดยการประกันราคาขั้นต่ำให้กับสินค้าบางชนิด โดยเฉพาะสินค้าเกษตรซึ่งอุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย และปริมาณการผลิตควบคุมได้ยาก ดังนั้นเมื่อปริมาณการผลิตมีมากเกินไป ราคาก็ลดต่ำลง ผู้ผลิตหรือชาวนาที่อาจจะขาดทุน รัฐบาลจึงเข้าไปช่วยเหลือโดยการให้ขายสินค้าได้ในราคาที่ไม่ว่าต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในปัจจุบันไม่เพียงมีแค่การประกันราคาสำหรับข้าวเท่านั้น แต่ยังมีสินค้าเกษตรอีกหลายชนิดที่รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรในการประกันราคาขั้นต่ำ

ในกรณีที่สินค้าล้นตลาดเป็นผลให้ผู้ผลิตขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น การแทรกแซงของรัฐบาลเป็น เป็นดังนี้

1.1 การกำหนดราคาขั้นต่ำด้วยวิธีการรับซื้อผลผลิตส่วนเกินโดยรัฐบาล (price support)

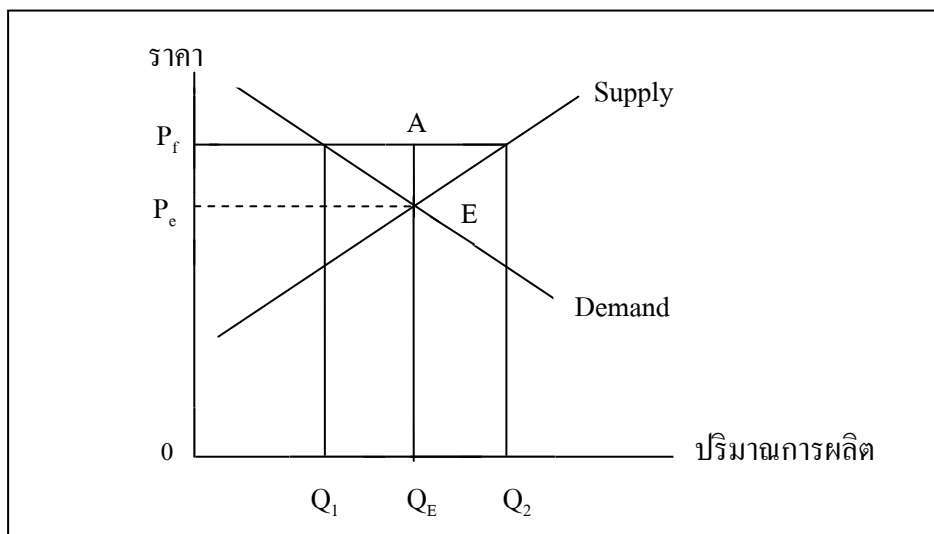


ภาพที่ 4.5 การกำหนดราคาขั้นต่ำด้วยวิธีการรับซื้อผลผลิตส่วนเกิน

จากภาพที่ 4.5 ปริมาณผลผลิตดุลยภาพ คือ OQ_E และราคาดุลยภาพ OP_E รัฐบาลเห็นว่าราคา OP_E เป็นราคาที่ต่ำ เนื่องจากภาวะผลผลิตมีมากเกินไปจึงกำหนดราคาขั้นต่ำเป็น OP_f ณ ราคานี้มีปริมาณเสนอขาย OQ_2 แต่ปริมาณความต้องการเป็น OQ_1 จึงเกิดอุปทานส่วนเกิน AB รัฐบาลจึงรับซื้อผลผลิตที่เป็นอุปทานส่วนเกินเป็นเงินเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม ABQ_2Q_1

รัฐบาลอาจกำหนดราคาขั้นต่ำแต่ปล่อยให้มีการใช้ขายสินค้าตามกลไกตลาดและจะช่วยเงินอุดหนุน (subsidy) ต่อหน่วยสินค้าที่ขายได้ในราคาตลาดให้สูงเท่ากับราคาขั้นต่ำ

1.2 การกำหนดราคาขั้นต่ำด้วยวิธีจ่ายเงินอุดหนุน



ภาพที่ 4.6 การกำหนดราคาขั้นต่ำด้วยวิธีจ่ายเงินอุดหนุน

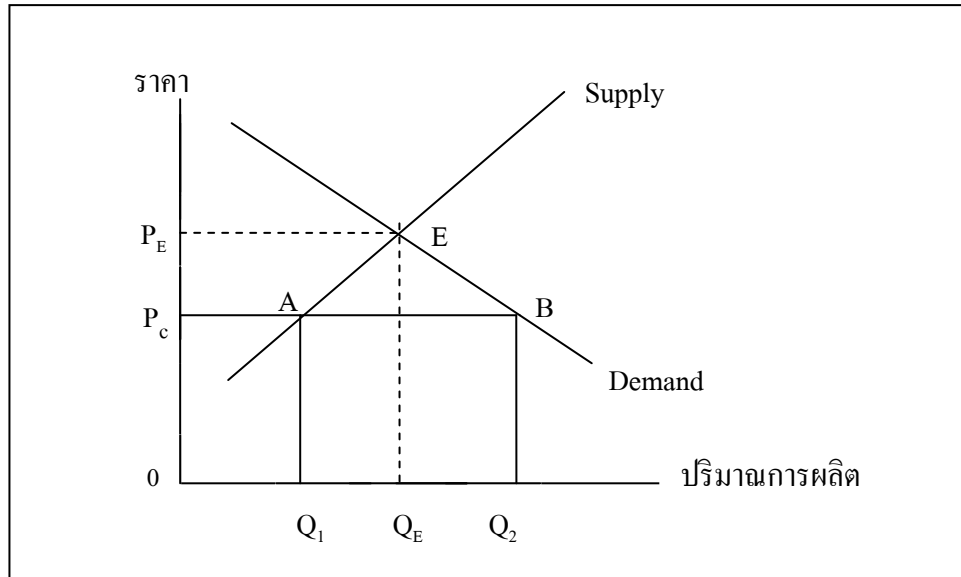
จากภาพที่ 4.6 ราคาดุลยภาพขณะนั้นเท่ากับ $O P_e$ ปริมาณดุลยภาพ OQ_e รัฐบาลเห็นว่าราคา $O P_e$ เป็นราคาที่ต่ำเกินไปแต่ปล่อยให้มีการซื้อขายตามกลไกราคา เมื่อรัฐบาลประกาศราคาขึ้นต่ำเป็นราคา P_f ซึ่งสูงกว่าราคาดุลยภาพ $P_e P_f$ หรือ AE รัฐบาลจึงให้เงินอุดหนุนต่อหน่วยเท่ากับ $P_e P_f$ สำหรับปริมาณขาย OQ_e หรือ $P_e E$ โดยจ่ายเงินอุดหนุนเท่ากับ $P_e P_f \times AE$ หรือ เท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม $P_e P_f AE$

2. การลดปริมาณการผลิต หมายถึง การที่รัฐบาลมีนโยบายลดปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรบางชนิดลง เช่น ข้าว มันสำปะหลัง กาแฟ เป็นต้น เพื่อไม่ให้ผลผลิตล้นตลาด และเมื่อผลผลิตที่ออกมาไม่เกินความต้องการของการบริโภคราคาสินค้าเกษตรนั้น ๆ ก็จะปรับตัวสูงขึ้นในเวลาต่อมา

3. การให้เงินอุดหนุน หมายถึง มาตรการของรัฐบาลที่ช่วยเหลือผู้ผลิตให้ได้เงินจำนวนหนึ่งเพิ่มขึ้นจากการขายสินค้า เพื่อชดเชยสินค้าที่ขายได้ในราคาต่ำ

4. การกำหนดราคาขึ้นสูง (maximum or ceiling) หมายถึง นโยบายของรัฐที่ออกมาเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ผลิตเอาเปรียบผู้บริโภค โดยการขึ้นราคาสินค้าให้สูงขึ้น สินค้าที่มีการกำหนดราคาขึ้นสูง ได้แก่ สินค้าที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต สินค้าเหล่านี้ถ้าปล่อยให้ผู้ผลิตปรับขึ้นราคาได้เอง อาจทำให้ผู้บริโภคเดือนร้อนมากขึ้น อย่างไรก็ตามการกำหนดราคาขึ้นสูงนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ไม่เช่นนั้นอาจเกิดตลาดมืด หรือตลาดที่ผู้ผลิตนำสินค้าออกมาขายได้ในราคาที่สูงกว่าราคาที่รัฐบาลกำหนดไว้

การกำหนดราคาขึ้นสูงเกิดขึ้นในช่วงสินค้าขาดแคลน เนื่องจากเกิดภัยธรรมชาติความแห้งแล้งผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหายหรือการขาดแคลนสินค้า เนื่องจากภาวะสงครามราคาสินค้าในตลาดจะสูงกว่าที่ควรจะเป็นรัฐบาลจึงเข้าควบคุมราคาโดยประกาศราคาขึ้นสูงห้ามผู้ขายขายสินค้าเกินกว่าราคานี้



ภาพที่ 4.7 การกำหนดราคาขึ้นสูง

จากภาพที่ 4.7 ราคาดุลยภาพในตลาด คือ OP_E ปริมาณสินค้าดุลยภาพ คือ OQ_E ซึ่งในสถานการณ์ที่เกิดการขาดแคลนสินค้านี้รัฐบาลเห็นว่าราคาสินค้าดังกล่าวสูงเกินไปก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้บริโภคจึงกำหนดราคาขึ้นสูงที่ OP_C ณ ระดับราคานี้ความต้องการสินค้ามีมากกว่าปริมาณสินค้าที่เสนอขายหรือเกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) จำนวน AB ถ้ารัฐบาลไม่เข้ามาควบคุมราคาอย่างจริงจังแล้วนั้นสินค้าจะหายไปจากตลาดและซื้อขายกันในตลาดมืด (black market) ในราคาที่สูงกว่าราคาขึ้นสูง รัฐบาลอาจเข้าควบคุมอุปสงค์ของประชาชนโดยการปันส่วนสินค้าให้ซื้อได้ตามจำนวนที่กำหนดไว้ตามสิทธิ์ของแต่ละคน

ความล้มเหลวของกลไกตลาด

อัสมิงทิงส์ นัตราคม (2553) ได้กล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับความล้มเหลวของกลไกตลาด (market failure) ไว้ดังนี้

ความล้มเหลวของกลไกตลาด หมายถึง การที่ราคาไม่สามารถใช้เป็นสัญญาณที่เหมาะสมในการจัดสรรทรัพยากรสำหรับผู้บริโภคและผู้ผลิต ผลลัพธ์ คือ การใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ หรือไม่ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ทรัพยากร ตัวอย่างเช่น สินค้าบางอย่างที่ควรผลิตมากก็มีการผลิตน้อยเกินไป ในขณะที่สินค้าบางอย่างที่ควรผลิตน้อยก็มีการผลิตมากเกินไป

แม้ว่าทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พื้นฐานจะอธิบายว่ากลไกตลาดหรือกลไกราคาจะช่วยปรับให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรสูงสุดเสมอ แต่ถ้าระบบตลาดไม่มีการควบคุมก็จะไม่อาจสรุปได้แน่นอนว่ากลไกตลาดจะทำให้เกิดผลที่พึงปรารถนาเสมอไป

สาเหตุของความล้มเหลวของตลาด ความล้มเหลวของตลาดอาจเกิดได้จาก 4 สาเหตุสำคัญได้แก่

1. อำนาจผูกขาด

อำนาจผูกขาด (monopoly หรือ market power) การที่ธุรกิจมีอำนาจผูกขาดทำให้สามารถกำหนดราคาสูงกว่าระดับที่มีการแข่งขันและผลิตน้อยกว่าระดับที่มีการแข่งขัน เนื่องจากราคาและปริมาณผลิตที่กำหนดในตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์นั้นทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นอำนาจผูกขาดจึงมีผลทำให้การจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพไม่มากเท่ากับภาวะที่มีการแข่งขันเพราะสินค้าที่ผลิตขึ้นมาจะมีจำนวนน้อยเกินไปและราคาสูงเกินไป อำนาจผูกขาดอาจเกิดขึ้นโดยธรรมชาติคือ เกิดจากลักษณะของกระบวนการผลิตสินค้า นั่นเอง หรือเกิดจากการสร้างสิ่งกีดขวางการเข้าแข่งขันโดยธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าและบริการนั้นอยู่เดิม นอกจากนั้นการผูกขาดยังอาจเกิดจากข้อกำหนดของกฎหมายก็ได้เช่น การที่รัฐบาลให้สัมปทานผูกขาดแก่บางธุรกิจ เป็นต้น ถ้าการผูกขาดก่อให้เกิดความเสียหายมากก็จะเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะเข้ามาควบคุม

2. สารสนเทศไม่สมบูรณ์ หรือไม่สมมาตร

ความล้มเหลวของตลาดอาจเกิดจากการที่ตลาดมีความไม่สมมาตรของสารสนเทศ (asymmetric information) ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยความไม่สมมาตรของสารสนเทศก็คือ สถานการณ์ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมีความแตกต่างในข้อมูลทางธุรกรรม หรือก็คือมีข้อมูลไม่เท่าเทียมกันในการติดต่อซื้อขายหรือทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างกันนั่นเอง กรณีทั่วไปของภาวะสารสนเทศไม่สมมาตรที่มักเกิดขึ้นเสมอ ได้แก่ ผู้ขายสินค้ารู้จักคุณภาพ รวมถึงข้อดีข้อด้อยของสินค้านั้นมากกว่าผู้ซื้อ แรงงานมีความรู้เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญของตนเองมากกว่านายจ้าง ผู้จัดการของกิจการธุรกิจมีความรู้เกี่ยวกับต้นทุนและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนั้นมากกว่าเจ้าของกิจการ (ผู้ถือหุ้น)

ภาวะสารสนเทศไม่สมมาตรนี้นำไปสู่ความล้มเหลวของตลาด คือ กลไกราคาไม่สามารถแสดงสัญญาณที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพได้ ปัญหาความล้มเหลวของตลาดเนื่องจากสารสนเทศไม่สมมาตรมี 3 กรณีสำคัญ คือ

2.1 การเลือกที่ตรงข้ามกับความเหมาะสม (adverse selection) เกิดขึ้นเมื่อมีการตั้งราคาเดียวกับสินค้า/บริการที่มีคุณภาพแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ซื้อหรือผู้ขายไม่มีข้อมูลหรือสารสนเทศเพียงพอจะตัดสินคุณภาพที่แท้จริงของสินค้าและบริการนั้นได้ ณ เวลาที่ทำการซื้อขาย การทำเช่นนี้จะเป็นผลให้สินค้าบริการที่มีคุณภาพต่ำมีอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมากเกินไป และสินค้าบริการที่มีคุณภาพสูงมีน้อยเกินไปหรือหายไปจากตลาด ในโลกอุดมคติซึ่งกลไกราคาหรือกลไกตลาดมีประสิทธิภาพเต็มที่ ผู้ซื้อจะสามารถเลือกสินค้าคุณภาพสูงหรือต่ำก็ได้ โดยผู้ซื้อที่รายได้น้อยและต้องการสินค้านั้นมักจะเลือกสินค้าคุณภาพต่ำกว่า ในขณะที่อาจมีผู้ซื้อรายอื่นที่ยอมจ่ายแพงขึ้นเพื่อให้ได้สินค้าคุณภาพสูงขึ้น อย่างไรก็ตามในโลกแห่งความเป็นจริงนั้นผู้ซื้อไม่อาจทราบคุณภาพที่แท้จริงของสินค้าได้อย่างถูกต้อง ปัญหาสารสนเทศไม่สมบูรณ์นี้จึงทำให้กลไกราคาไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่ภาวะความล้มเหลวของตลาด (market failure) ตัวอย่างของการเกิด “การเลือกที่ตรงข้ามกับความเหมาะสม” หรือ adverse selection ที่สำคัญ ได้แก่

2.1.1 ตลาดรถใช้แล้ว เนื่องจากผู้ซื้อรถยากที่จะทราบได้แน่นอนว่ารถที่นำมาขายนั้นมีข้อบกพร่องและผิดปกติหรือไม่อย่างไร โดยที่ความรู้เหล่านี้จะทราบได้ชัดเจนก็ต่อเมื่อซื้อไปใช้แล้วระยะหนึ่ง ผู้ซื้อโดยทั่วไปจึงตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับคุณภาพของรถไว้ก่อนเสมอ ซึ่งเป็นเหตุให้ราคารถใช้แล้วแม้จะผ่านการมาใช้น้อยก็จะมีราคาต่ำกว่ารถใหม่มาก และรถที่ขายในตลาดนี้จะมีแต่รถที่คุณภาพต่ำเป็นส่วนใหญ่ด้วยเหตุผลดังนี้ สมมุติว่ารถใช้แล้วมีอยู่ 2 ประเภท คือ รถคุณภาพสูงและรถคุณภาพต่ำ ถ้าหากข้อมูลหรือสารสนเทศสมบูรณ์คือ ผู้ซื้อ/ผู้ขายทราบได้ถึงคุณภาพของรถ ตลาดรถใช้แล้วก็จะแบ่งออกเป็น 2 ตลาด คือ ตลาดแรกเป็นตลาดรถคุณภาพสูง ซึ่งผู้ต้องการได้รถคุณภาพสูงก็จะยอมจ่ายราคาแพง ส่วนอีกตลาดหนึ่งเป็นตลาดรถคุณภาพต่ำ ซึ่งผู้ที่มีความสามารถจ่ายได้น้อยจำเป็นต้องซื้อรถประเภทนี้

อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงนั้นสารสนเทศไม่สมบูรณ์หรือไม่สมมาตร กล่าวคือฝ่ายผู้ขายมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของรถที่จะขายแน่นอนและถูกต้องกว่าฝ่ายผู้ซื้อเสมอ ดังนั้นผู้ขายรถที่คุณภาพสูงจะกำหนดราคาขั้นต่ำที่จะยอมขายออกไปไว้ค่อนข้างสูง โดยจะไม่ยอมลดราคาต่ำกว่ามาตรฐานที่ตั้งไว้นี้ ส่วนผู้ขายรถคุณภาพต่ำแม้หวังจะได้ราคาสูงแต่ก็กำหนดราคาขั้นต่ำที่ยินดีจะขายได้ต่ำกว่าผู้ขายรถคุณภาพดีมาก ในด้านของผู้ซื้อนั้นเนื่องจากมีสารสนเทศไม่สมบูรณ์เกี่ยวกับคุณภาพของรถ ในตอนแรกจึงยินดีจะเสนอซื้อ ณ ระดับราคากลาง ๆ ระหว่างรถที่คาดว่าคุณภาพต่ำกับรถที่คาดว่าคุณภาพสูง ราคากลาง ๆ นี้ต่ำเกินไปสำหรับผู้ขายรถคุณภาพดีส่วนใหญ่ทำให้ไม่ขาย ณ ราคานี้ ในขณะที่กลุ่มผู้ขายรถคุณภาพต่ำจะยินดีขายเนื่องจากได้ราคาสูงกว่าราคาขั้นต่ำที่กำหนดไว้ใจแล้ว ด้วยเหตุนี้รถที่ขายออกไปส่วนใหญ่จึงเป็นรถคุณภาพต่ำ

ในตอนนี้นำสารสนเทศที่จะแพร่หลายมากขึ้นในหมู่ผู้ซื้อก็คือ รถส่วนใหญ่คุณภาพต่ำ (เนื่อง จากรถประเภทนี้ถูกซื้อไปมากกว่า) ดังนั้นผู้ที่กำลังตัดสินใจจะซื้อรถกลุ่มต่อไปจะกำหนดราคาที่ได้ใจจ่ายไว้ต่ำกว่าผู้ซื้อกลุ่มแรกซึ่งทำให้ฝ่ายผู้ขายรถคุณภาพสูงที่ยินดีจะขายมีน้อยลงไปอีก สัดส่วนรถที่ขายออกไปจึงเป็นรถคุณภาพต่ำมากขึ้นไปอีก เมื่อรถที่ขายออกไปเป็นรถคุณภาพต่ำใน สัดส่วนที่สูงมากขึ้นเช่นนี้ ผู้ซื้อกลุ่มต่อไปจะกำหนดราคาที่ยินดีจะซื้อต่ำลงไปอีก สัดส่วนรถที่ขาย จะเป็นรถคุณภาพต่ำมากขึ้น กระบวนการจะเป็นเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ จนเป็นไปได้ว่าตลาดจะมีแต่รถ คุณภาพต่ำเท่านั้น ไม่มีการขายรถคุณภาพสูงเลยเพราะราคาต่ำไปจนผู้ขาย (ซึ่งรู้คุณภาพรถดี) ไม่ ประสงค์จะนำออกขาย

2.1.2 การประกันภัย โดยทั่วไปผู้ประสงค์จะทำประกันชีวิตหรือประกันภัย ประเภทอื่นใดมักมีข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงภัยของตนเองมากกว่าบริษัทที่จะรับ ประกันภัยนั้น ทำให้เกิดภาวะสารสนเทศไม่สมมาตรขึ้น ตามปกติบริษัทประกันภัยจะกำหนดอัตรา เบี้ยประกันตามค่าความเสี่ยงโดยเฉลี่ยที่จะเกิดอันตรายต่อชีวิตหรือสุขภาพของลูกค้ำ เช่น ในกรณี การทำประกันสุขภาพนั้นแม้ในบางกรณีจะมีการตรวจสอบสุขภาพก่อนก็ตาม ผู้ทำประกันก็ยังมีข้อมูล เกี่ยวกับสุขภาพของตนเองดีกว่าบริษัทประกันภัย ซึ่งทำให้ผู้ที่สุขภาพไม่ดีและมีความเสี่ยงสูงที่จะ มีปัญหาสุขภาพมีแนวโน้มจะต้องการประกันสุขภาพมากกว่าผู้ที่สุขภาพดี การที่บริษัทประกันมี ลูกค้ำซึ่งมีความเสี่ยงจะเกิดปัญหาสุขภาพมากกว่าค่าเฉลี่ยทำให้บริษัทต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทน เพิ่มขึ้น การที่สัดส่วนลูกค้ำที่สุขภาพไม่ดีต่อกลุ่มลูกค้ำทั้งหมดเพิ่มขึ้นจึงทำให้บริษัทประกัน ต้องเรียกเก็บเบี้ยประกันแพงขึ้นในที่สุด เมื่อเบี้ยประกันแพงขึ้นลูกค้ำส่วนหนึ่งที่มีสุขภาพดีและ ความเสี่ยงต่ำที่จะเกิดปัญหาสุขภาพก็จะตัดสินใจไม่ทำประกัน สัดส่วนของลูกค้ำที่สุขภาพไม่ดีต่อ กลุ่มลูกค้ำทั้งหมดก็จะเพิ่มขึ้นอีกนำไปสู่การเก็บเบี้ยประกันสูงขึ้นและลูกค้ำที่สุขภาพดีเลิกทำ ประกันมากขึ้นเรื่อย ๆ จนในที่สุดบริษัทประกันก็จะมีแต่ลูกค้ำที่สุขภาพไม่ดีและความสามารถในการ ทำกำไรของบริษัทจะลดลงเป็นลำดับ

ในกรณีของการประกันภัยอย่างอื่นเช่นการประกันอุบัติเหตุทางรถยนต์ก็เป็นไปในทำนอง เดียวกัน เนื่องจากบริษัทประกันไม่อาจรู้ได้ว่าผู้ทำประกันมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุมากน้อย ต่างกันอย่างไร แต่ผู้จะทำประกันนั้นอาจมีข้อมูลว่าตนเองมีนิสัยการขับรถอย่างไร และมีความ เสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุเพียงใด เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำที่จะเกิดอุบัติเหตุมักไม่ทำประกัน ลูกค้ำ ที่ทำประกันส่วนใหญ่จึงเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงจะเกิดอุบัติเหตุสูง บริษัทประกันจึงต้องเสีย ค่าใช้จ่ายชดเชยความเสียหายจากอุบัติเหตุมากกว่าเกณฑ์เฉลี่ยที่คาดคะเนไว้และต้องขึ้นเบี้ยประกัน ในที่สุด นำไปสู่การลดลงของลูกค้ำกลุ่มความเสี่ยงต่ำ ทำให้บริษัทประกันต้องเพิ่มเบี้ยประกัน ต่อไปในทำนองเดียวกันกับกรณีบริษัทประกันชีวิตข้างต้น

2.1.3 บัตรเครดิต บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินให้แก่ลูกค้านั้น เป็นการให้สินเชื่อย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้ถือบัตรสามารถใช้จ่ายล่วงหน้าภายในวงเงินที่กำหนดได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตจะได้รายได้โดยคิดดอกเบี้ยจากสินเชื่อ นั้น ในภาวะที่มีการแข่งขันแย่งลูกค้ากันมากบุคคลหนึ่งอาจมีบัตรเครดิตใช้มากมายหลายใบ หรือมีความเสี่ยงสูงที่จะไม่สามารถหาเงินมาจ่ายชำระเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตามกำหนด ความเสี่ยงเช่นนี้เป็นข้อมูลที่ผู้ถือบัตรเครดิตจะรู้ตัวเองดีแต่สถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิตจะไม่มีข้อมูลที่ละเอียดชัดเจนเพียงพอ ถ้าหากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิตไม่มีประวัติสินเชื่อของลูกค้า ก็จะทำให้ไม่สามารถจำแนกลูกค้าชั้นดี(จ่ายชำระหนี้ตามกำหนด)กับลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูงที่จะไม่ชำระหนี้ออกจากกันได้ การคิดดอกเบี้ยจึงต้องคิดในอัตราเดียวกันหมด แต่เนื่องจากลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูงสามารถจ่ายดอกเบี้ยได้ในอัตราเดียวกันกับลูกค้าชั้นดีย่อมดึงดูดใจให้มีลูกค้ากลุ่มนี้มาก ผลจึงทำให้สถาบันการเงินที่ออกบัตรต้องพบกับปัญหานี้สูงมากจนในที่สุดต้องขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อให้ลู่มีความเสี่ยง อัตราดอกเบี้ยที่สูงทำให้ลูกค้าชั้นดีลดลงแต่ลูกค้ากลุ่มเสี่ยงมีมากขึ้น นำไปสู่การขึ้นอัตราดอกเบี้ยอีก และสัดส่วนลูกค้ากลุ่มเสี่ยงเพิ่มขึ้นอีก เป็นเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ อย่างไม่รู้จบตามในปัจจุบันสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ออกบัตรเครดิตสามารถตรวจสอบประวัติสินเชื่อย้อนหลังของผู้ขอทำบัตรเครดิตได้ระดับหนึ่งและมีการ ถ่ายทอดข้อมูลให้แก่กันและกันด้วยทำให้สามารถแยกลูกค้าชั้นดีกับลูกค้าที่มีความเสี่ยงออกจากกันได้ ถึงแม้มาตรการนี้จะถูกโจมตีว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลแต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยแก้ปัญหา adverse selection นี้ได้ เพราะช่วยทำให้สารสนเทศของ 2 ฝ่ายเท่าเทียมกันมากขึ้น

นอกจากกรณีตัวอย่างทั้ง 3 ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีกรณีอื่น ๆ ของภาวะข่าวสารไม่สมบูรณ์ที่พบได้ทั่วไปและมีผลกระทบต่อผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น (1) ผู้บริโภคซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกด้วยความเข้าใจว่าถ้าสินค้าบกพร่องจะสามารถนำมาเปลี่ยนหรือคืนได้ แต่ทางร้านไม่ยอมรับเปลี่ยนหรือคืนเพราะไม่ได้ให้คำรับรองไว้ (2) ผู้บริโภคนำสินค้าไปข้างช่างซ่อมโดยไม่รู้ช่างผู้นั้นมีความรู้ความชำนาญเพียงใด จะฉ้อโกงหรือไม่ (3) ผู้บริโภครับประทานอาหารในร้านอาหารโดยไม่มีโอกาสทราบว่าร้านนั้นใช้วัตถุดิบสะอาดปราศจากสารปนเปื้อนหรือไม่ ขั้นตอนการปรุงอาหารถูกสุขลักษณะเพียงใด

2.2 การแก้ปัญหา adverse selection ในกรณีที่ฝ่ายผู้ซื้อไม่มีสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ ฝ่ายผู้ขายอาจดำเนินการเพื่อให้ผู้ซื้อรับรู้มากขึ้นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าบริการดังนี้ คือ

2.2.1 สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับ (reputation) เป็นความพยายามรักษาระดับคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นที่ยอมรับ จนผู้ซื้อโดยทั่วไปสามารถแน่ใจได้ว่าเมื่อซื้อไปแล้วจะ

ได้รับคุณภาพตามที่ต้องการ เช่น ถ้าร้านอาหารหนึ่งสร้างชื่อเสียงด้านความสะอาด ผู้ซื้อก็ย่อมแน่ใจว่าจะได้รับประทานอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยจริง หรือช่างซ่อมรถยนต์ที่มีชื่อเสียงว่าเชื่อถือได้ ก็จะมีลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะได้รับรู้ถึงชื่อเสียงนั้น

2.2.2 ทำสินค้า/บริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (standardization) ในกรณีธุรกิจผลิตสินค้าและบริการที่มีเครือข่ายกว้างขวาง เช่น ร้านสะดวกซื้อประเภทเซเว่นอีเลเว่น (7-11) ร้านฟาสต์ฟู้ด (fast food) ฯลฯ ซึ่งมีการกำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าและบริการที่สาขาใดสาขาหนึ่ง จึงมีข้อมูลหรือสารสนเทศที่ใช้ได้กับสาขาอื่น ๆ ด้วย

2.2.3 การส่งสัญญาณตลาด (market signaling) เป็นกระบวนการที่ผู้ขายส่งสัญญาณให้ผู้ซื้อ เพื่อให้ทราบสารสนเทศหรือข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ผู้ซื้อต้องการ วิธีการส่งสัญญาณแบบหนึ่งที่แพร่หลายก็คือ การรับประกันเปลี่ยนหรือซ่อมฟรี ซึ่งเป็น การแสดงให้เห็นให้ผู้ซื้อทราบว่าสินค้านั้นมีคุณภาพสูง เพราะถ้าหากสินค้ามีคุณภาพไม่ดี ต้นทุนของการรับประกันจะสูงมาก การรับประกันจึงเท่ากับเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีการส่งสัญญาณตลาดอีกแบบหนึ่งในกรณีของตลาดแรงงาน โดยผ่านทาง การแสดงถึงระดับการศึกษา สถาบันการศึกษาที่จบ และเกรดเฉลี่ย ซึ่งช่วยให้ผู้ซื้อแรงงานหรือนายจ้างสามารถรู้ถึงคุณภาพของแรงงานที่เขาจะจ้างได้ระดับหนึ่ง

2.3 อันตรายจากการประพฤติดมิชอบ (moral hazard) ความไม่สมมาตรของสารสนเทศทำให้เกิดความเป็นไปได้ที่พฤติกรรมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปภายหลังจากที่ได้รับหลักประกันคุ้มครองความเสี่ยง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากเดิมไปจนกลายเป็นภาระของอีกฝ่ายหนึ่งนี้ก็คือ ภาวะที่เรียกว่า moral hazard โดยเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้เกิดก็คือ ฝ่ายที่เป็นผู้รับประกันนั้นมี ข้อมูลจำกัด และการติดตามตรวจสอบพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่งทำได้ยาก หรือต้นทุนสูงเกินไป (high monitoring cost) ตัวอย่างของอันตรายจากการประพฤติดมิชอบดังกล่าวนี้

ในการทำประกันสุขภาพนั้น บุคคลที่ประกันสุขภาพเต็มรูปแบบ จะไปพบแพทย์บ่อยครั้งกว่าปกติมากแม้สุขภาพของเขาจะไม่แตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทประกันจะต้องจ่ายค่าไปพบแพทย์ให้โดยเขาไม่ต้องจ่ายเงินเอง ซึ่งพฤติกรรมเช่นนี้เพิ่งเปลี่ยนภายหลังจากการประกัน และถ้าบริษัทประกันรู้พฤติกรรมเช่นนี้ก่อนก็จะเรียกเก็บเบี้ยประกันสูงกว่าที่เป็นอยู่

ในการทำประกันอัคคีภัยในโรงเก็บสินค้าหรือโรงงานอาจทำให้เจ้าของแน่ใจว่าหากเกิดเพลิงไหม้เสียหายก็จะได้รับเงินประกันชดเชยอย่างเพียงพอ ซึ่งทำให้ไม่คิดจะดำเนินโครงการป้องกันอัคคีภัยหรือไม่ระมัดระวังเท่าที่ควร โอกาสที่จะเกิดเพลิงไหม้เสียหายจะมีมากขึ้นหรือก็คือบริษัทประกันจะต้องรับความเสี่ยงมากกว่าที่คาดหมายนั่นเอง

ถ้าหากแรงงานได้รับการยืนยันจากนายจ้างตามสัญญาจ้างว่าจะได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน การมีหลักประกันเช่นนี้อาจทำให้แรงงานเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยลดความขยันขันแข็งในการทำงานลง ซึ่งจะเกิดขึ้นได้แน่ถ้าหากนายจ้างไม่สามารถติดตามตรวจสอบพฤติกรรมได้

เหตุการณ์จริงที่เกิดกับสถาบันการเงินประเภทรับฝากและสินเชื่อ (savings and loan) ในสหรัฐอเมริกา ช่วงปี 1934 ซึ่งรัฐบาลรับประกันเงินฝากให้แก่ผู้ฝากทุกราย 100% ทำให้ผู้ฝากเงินจะฝากเงินโดยไม่สนใจถึงความมั่นคงของสถาบันการเงินที่ตนนำเงินไปฝากแต่อย่างใด และในด้านของสถาบันการเงินเองก็จะปล่อยสินเชื่อโดยไม่มีการตรวจตราอย่างรอบคอบ และนำเงินไปลงทุนในโครงการที่มีความเสี่ยงสูง ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ทำให้ในระยะต่อมารัฐบาลจะประกันเงินฝากให้เพียงบางส่วน โดยจะรับประกันมากหรือน้อยตามระดับความเสี่ยงของสถาบันการเงินแต่ละแห่ง ถ้าเสี่ยงสูงก็รับประกันน้อย แต่ถ้าความเสี่ยงต่ำก็จะรับประกันมากขึ้น

ตัวอย่างทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบอย่างกว้างขวาง คือ ปัญหาหนี้คือคุณภาพภาคอสังหาริมทรัพย์ (subprime loan) ในตลาดสหรัฐอเมริกา ต้นเหตุเริ่มจากธนาคารกลางสหรัฐอเมริกาเริ่มปรับลดดอกเบี้ยในปี พ.ศ. 2544 จาก 6% กว่า ๆ จนเหลือ 1% ในปี พ.ศ. 2546 เพื่อแก้ปัญหาฟองสบู่อินเทอร์เน็ตในตลาดหุ้นไม่ให้สร้างผลกระทบเกิดกับเศรษฐกิจโดยรวม แต่กลับเกิดผลข้างเคียงคือ ฟองสบู่ในภาคอสังหาริมทรัพย์ เพราะพอดอกเบี้ยลดเหลือ 1% ได้ขับเคลื่อนให้ราคาสินทรัพย์อื่น ๆ ให้ปรับตัวขึ้น ราคายบ้านในสหรัฐอเมริกา เติบโตขึ้นปีละ 15-20% มาโดยตลอด เมื่อราคาสินทรัพย์ที่หลายคนเป็นเจ้าของ คือ บ้านกว่า 75 ล้านหลังทั่วประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ทุกคนรู้สึกมีกำลังซื้อที่มีความมั่งคั่ง คนอเมริกาจึงเป็นคนที่บริโภคเกินตัว ผลที่ตามมาคือ คนอเมริกันมีหนี้สูงเป็นประวัติการณ์จากการบริโภคที่เกินตัว แสดงให้เห็นในหนี้สินของคนอเมริกันที่ปรับขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตัวเลขหนี้ครัวเรือนและเอกชน จากเฉลี่ยที่เคยมี 150% ของจีดีพี เพิ่มขึ้นเป็น 340% สูงอย่างไม่เคยเห็นมาก่อนในประวัติศาสตร์

ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับอันตรายจากการประพุดิมิชอบนั้น อยู่ที่ตลาดสินเชื่อบ้านในสหรัฐอเมริกามีการปล่อยสินเชื่ออยู่ 3 ระดับ คือ ระดับลูกหนี้ชั้นดี (prime) ที่ประวัติการชำระหนี้ดี มีที่ทำงานเป็นหลักแหล่ง ถัดมาคือ ระดับลูกหนี้ชั้นปานกลาง (Alt-A) เป็นกลุ่มที่ประวัติการชำระหนี้ดี แต่รายได้ไม่เป็นหลักแหล่ง และระดับลูกหนี้ชั้นไม่ดี (sub-prime) คือ ไม่ดีทั้ง 2 อย่าง ทั้งประวัติการชำระหนี้ไม่ดี และรายได้ไม่เป็นหลักแหล่ง ในส่วนหลังนี้แม้จะมีความเสี่ยง แต่ก็ยังมีสถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อประเภทนี้ไปถึงประมาณ 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา รวมกับกลุ่มระดับลูกหนี้ชั้นปานกลาง อีกประมาณ 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา จากหนี้่อสังหาริมทรัพย์ ทั้งหมดประมาณ 13 ล้านล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา นอกจากนั้นการผิคนัดชำระหนี้ของลูกหนี้กลุ่มความน่าเชื่อถือต่ำยิ่งเพิ่มมากขึ้น และราคายบ้านที่ปรับลดลงทำให้ราคายบ้านต่ำกว่าวงเงินกู้ ผลที่ตามมา

คือ คนจะทิ้งบ้านมากขึ้น เห็นได้จากสัดส่วนหนี้เสียที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของลูกหนี้ชั้นดี และระดับลูกหนี้ชั้นไม่ดี ซึ่งส่วนหลังค่อนข้างสูง คือ 13-14% ส่วนลูกหนี้ชั้นดี 2.5% (ประชาชาติธุรกิจ, 2550)

2.4 ปัญหาระหว่างตัวการกับตัวแทน (principal-agent problem) คำว่า “ตัวแทน” (agent) ในที่นี้จะหมายถึง ผู้ปฏิบัติ ซึ่งในสถานประกอบการใด ๆ ก็คือ ผู้จัดการ พนักงาน เป็นต้น ส่วน “ตัวการ” (principal) โดยทั่วไปจะหมายถึงฝ่ายที่ได้รับผลจากการปฏิบัติของตัวแทนนั้นซึ่งก็คือผู้ถือหุ้นของกิจการ

ตัวการไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการผลิตสินค้าและบริการเองแต่จะจ้างให้ตัวแทนเป็นผู้ดำเนินการแทน แต่เนื่องจากการที่ฝ่ายผู้ถือหุ้นจะตรวจสอบการปฏิบัติของฝ่ายจัดการว่าจะปฏิบัติตามจุดมุ่งหมายเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นหรือไม่นั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก จึงเป็นไปได้เสมอว่าผู้จัดการในบริษัทใหญ่ ๆ ซึ่งการติดตามตรวจสอบโดยผู้ถือหุ้นทำได้ยากกว่าบริษัทขนาดเล็กนั้น มักจะดำเนินการเพื่อเป้าหมายที่ตนเองต้องการมากกว่าเพื่อผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น เช่น อาจจะมุ่งบริหารเพื่อให้กิจการขยายตัวอย่างรวดเร็ว หรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากที่สุด การจะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวนี้ทำให้อาจจะต้องยอมขายในราคาถูก กำไรน้อย และต้องลงทุนขยายการผลิตอย่างมากทำให้กำไรสุทธิ ซึ่งจะนำมาจัดสรรเป็นผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นนั้นมีน้อยเกินกว่าที่ควรจะเป็นไปมากเมื่อเทียบกับการบริหารเพื่อเป้าหมายกำไรสูงสุดตามปกติ

3. ผลกระทบภายนอกและผลต่อผู้บริโภค

ผลกระทบภายนอก (externalities) หมายถึง ผลของการกระทำของผู้ผลิตหรือผู้บริโภคที่มีต่อผู้ผลิตหรือผู้บริโภคอื่น ซึ่งไม่สะท้อนหรือรวมไว้ในราคาตลาด ผลดังกล่าวนี้สามารถเกิดขึ้นได้ระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน ระหว่างผู้บริโภคด้วยกัน หรือระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคก็ได้ ถ้าการกระทำของฝ่ายหนึ่งก่อให้เกิดผลเสียกับอีกฝ่ายหนึ่ง จะเรียกว่าเป็นผลกระทบภายนอกทางลบ (negative) เช่น โรงงานปล่อยมลพิษลงสู่น้ำทำให้เกิดผลเสียต่อผู้ผลิต กล่าวคือ ส่งผลกระทบต่อชาวประมงที่จับปลาในลำน้ำหรือผู้เลี้ยงสัตว์น้ำที่ต้องอาศัยน้ำจากแม่น้ำนั้น อีกทั้งยังเกิดผลเสียต่อผู้บริโภคคือผู้ที่อาศัยอยู่ตามแนวลำน้ำที่เคยอาศัยใช้น้ำจากธรรมชาติได้ เป็นต้น การกระทำเช่นนี้เป็นผล “ภายนอก” ซึ่งไม่ได้สะท้อนรวมไว้ในราคาตลาดเนื่องจากโรงงานที่ก่อมลพิษนั้นไม่ได้นำต้นทุนที่เกิดกับสังคมเหล่านี้มารวมไว้ในการตัดสินใจแต่อย่างใด

แต่ถ้าการกระทำของฝ่ายหนึ่งก่อให้เกิดผลดีกับอีกฝ่ายหนึ่งจะเรียกว่าเป็นผลกระทบภายนอกทางบวก (positive) เช่น การที่บริษัทแห่งหนึ่งลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนเงินสูงมาก แม้ว่าผลการวิจัยจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของบริษัทเอง แต่ก็ส่งผลให้เกิดการผลิตเชื่อมโยงหรือการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ สืบเนื่องจากการวิจัยนั้นอย่างกว้างขวางโดยกิจการ

อื่น ตัวอย่างเช่น การวิจัยขององค์การนาซ่า (NASA) แม้จะมีจุดมุ่งหมายด้านการสำรวจอวกาศ แต่ก็ได้มีการนำผลการวิจัยมาพัฒนาเป็นสินค้าบริโภคต่าง ๆ เป็นจำนวนมากในระยะต่อมา ตัวอย่างของกรณี ผลกระทบภายนอกทางบวกอีกกรณีหนึ่ง ได้แก่ การที่บริษัทหนึ่งไปลงทุนพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้เขตนั้นมีถนน ไฟฟ้า และมีแรงงานเข้ามาตั้งถิ่นฐานในบริเวณใกล้เคียงหนาแน่นขึ้น ทำให้บริษัทอื่น ๆ มองเห็นว่าเขตนั้นเป็นเขตที่เหมาะสมในการตั้งโรงงาน เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานพร้อมแล้ว

ปัญหาของการเกิดผลกระทบภายนอก คือ ผลเหล่านี้ไม่รวมอยู่ในราคาตลาด ทำให้ราคาตลาดไม่สามารถเป็นสัญญาณในการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ในกรณีของผลกระทบภายนอกทางลบนั้น การที่ไม่ได้คิดรวมต้นทุนทางสังคม (social cost) หรือผลทางลบที่สังคมได้รับเข้าไว้ในต้นทุนการผลิตด้วย ทำให้ต้นทุนในการผลิตในความเห็นของผู้ผลิตต่ำ ราคาที่กำหนดจะต่ำกว่ากรณีที่รวมต้นทุนทางสังคม ทำให้มีผู้ซื้อมากกว่าและนำไปสู่การผลิตมากกว่าที่ควรจะเป็น หรือก็คือทำให้ต้นทุนทางสังคมสูงขึ้นมาก ตัวอย่างเช่น กรณีการปล่อยมลพิษของโรงงานซึ่งสัมพันธ์กับปริมาณผลิตสินค้าคือผลิตมากก็ปล่อยมลพิษมาก ถ้าหากโรงงานไม่คิดต้นทุนทางสังคมอันเกิดจากมลพิษ ต้นทุนการผลิตก็จะต่ำกว่ากรณีที่น่ามาคิดและจะขายในราคาต่ำกว่า ผู้ซื้อก็จะซื้อมากกว่า(เมื่อเทียบกับกรณีที่น่าต้นทุนทางสังคมมาคิดรวม)ทำให้มีการผลิตมากกว่าและปล่อยมลพิษมากกว่าที่ควรจะเป็น กรณีเช่นนี้แม้ว่าผู้บริโภคจะได้ประโยชน์อยู่บ้างจากกรณีที่ซื้อสินค้าราคาต่ำกว่า แต่ประโยชน์นี้ก็จะไม่คุ้มกับผลเสียจากมลพิษที่ได้รับอันนำไปสู่ภัยอันตรายร้ายแรงต่อสุขภาพ

ในกรณีของผลกระทบภายนอกทางบวกนั้น การที่ไม่ได้รวมผลประโยชน์ต่อสังคม (social benefit) หรือผลทางบวกที่สังคมได้รับเข้าไว้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุน-ผลตอบแทน ทำให้ผลตอบแทนที่คาดหมายต่ำเกินไป และนำไปสู่การผลิตน้อยกว่าที่ควรจะเป็น หรือในบางกรณีทำให้ไม่มีการผลิตเลยเนื่องจากถ้าคิดแต่เพียงผลตอบแทนทางธุรกิจแล้วจะต่ำกว่าต้นทุน

แนวทางในการแก้ไขผลกระทบภายนอกทางลบที่เกิดขึ้นนั้น ได้แก่ การกำหนดมาตรการให้ผู้ก่อผลกระทบภายนอกทางลบนี้ต้องนำต้นทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นไปรวมในต้นทุนการผลิตด้วย เพื่อที่ราคาตลาดจะได้สะท้อนถึงต้นทุนที่แท้จริง ตัวอย่างของมาตรการนี้ เช่น การที่รัฐบาลจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากการสร้างมลพิษคือถ้าสร้างมากก็ต้องจ่ายมาก หรือใช้กฎหมายบังคับให้สร้างระบบบำบัดมลพิษซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เป็นต้น ส่วนการแก้ไขกรณีผลกระทบภายนอกทางบวกซึ่งมีน้อยเกินกว่าที่ควรนั้น อาจทำได้โดยการจ่ายเงินอุดหนุนหรือลดภาษีให้เป็นพิเศษแก่กิจการที่สร้างผลกระทบภายนอกบวก เช่น ให้นำรายจ่ายด้านการวิจัยและพัฒนามาหักภาษีได้

มากขึ้น เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผลตอบแทนของธุรกิจสูงขึ้นอันจะนำไปสู่การผลิตมากขึ้นสู่ระดับที่เหมาะสม นอกจากนั้นในกรณีการผลิตบางประเภทที่สร้างผลตอบแทนทางสังคมสูง แต่ผลตอบแทนแก่ธุรกิจต่ำจนไม่จูงใจให้เอกชนทำการผลิต เช่น การศึกษาขั้นพื้นฐานในบางเขตท้องที่ซึ่งประชากรรายได้ต่ำจนโรงเรียนเอกชนที่เก็บค่าเล่าเรียนสูงไม่อาจจัดตั้งได้ รัฐบาลก็จะเข้าไปลงทุนดำเนินการเอง

4. สินค้าสาธารณะ

สินค้าสาธารณะ (public goods) มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ ต้องเป็นสินค้าและบริการที่ไม่ต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มา (nonrival goods) และต้องเป็นสินค้า/บริการที่ไม่สามารถกีดกันคนอื่นเข้ามาใช้ได้ (nonexclusive goods)

4.1 สินค้าและบริการที่มีลักษณะไม่ต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มา คือ เป็นสินค้าที่ผู้ใดก็สามารถใช้ได้โดยไม่ทำให้โอกาสที่ผู้อื่นจะใช้สินค้านั้นต้องลดลง ตัวอย่างเช่น การใช้ถนนในช่วงจราจรไม่หนาแน่น เนื่องจากถนนถูกสร้างไว้แล้ว การมีรถยนต์ขับเพิ่มขึ้นอีก 1 คันในช่วงที่รถวิ่งน้อยมากจึงไม่ได้ไปแย่งโอกาสการใช้ถนนของผู้ใด ประภาคารที่สร้างอยู่แล้ว การเพิ่มเรือที่ได้ประโยชน์จากสัญญาณไฟของประภาคารขึ้นอีก 1 ลำ ไม่ทำให้เรือลำอื่นเสียโอกาสใช้ประโยชน์จากประภาคารนั้น หรือการส่งสัญญาณโทรทัศน์แบบไม่เก็บค่าสมาชิก (ฟรีทีวี) ถ้าผู้ชมเพิ่มขึ้นอีก 1 คน จะไม่ทำให้ผู้ชมอื่นเสียโอกาสในการชมรายการแต่อย่างใด

สินค้าและบริการโดยทั่วไปมักจะไม่มีลักษณะไม่ต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มา แต่จะมีลักษณะต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มา กล่าวคือกรณีที่ผู้ใช้สินค้านั้นจะทำให้โอกาสที่ผู้อื่นจะใช้สินค้านั้นลดลงเล็กน้อยลง เช่น อาหารในร้านที่ผู้ซื้อเพิ่มขึ้นแต่ละรายจะทำให้โอกาสของบุคคลอื่นที่จะซื้ออาหารนั้นลดน้อยลง หรือกรณีการศึกษาในมหาวิทยาลัยปิดของรัฐบาล นักเรียนที่สอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัยได้แต่ละคนจะทำให้โอกาสสอบได้ของนักเรียนคนอื่นลดลง

4.2 สินค้าและบริการที่มีลักษณะไม่สามารถกีดกันคนอื่นเข้ามาใช้ได้ ซึ่งทำให้เป็นการยากหรือเป็นไปได้ยากที่จะเก็บเงินจากผู้ซื้อ เนื่องจากผู้ไม่ได้จ่ายเงินซื้อก็สามารถใช้ประโยชน์ได้เท่า ๆ กับผู้ที่จ่ายเงิน ตัวอย่างของสินค้า/บริการที่มีลักษณะเช่นนี้ก็คือ บริการป้องกันประเทศโดยรัฐบาล ซึ่งประชาชนทุกคนจะได้รับประโยชน์ไม่ว่าจะจ่ายเงิน (เสียภาษี) หรือไม่ นอกจากนี้ประภาคาร และการส่งสัญญาณโทรทัศน์แบบไม่เก็บค่าสมาชิกก็มีลักษณะไม่สามารถกีดกันคนอื่นเข้ามาใช้ได้ (nonexclusive) เช่นกัน ส่วนสินค้าที่มีลักษณะตรงกันข้ามจะเรียกว่าเป็นสินค้าที่สามารถป้องกันไม่ให้ผู้ไม่จ่ายซื้อเข้ามาใช้ได้ (exclusive)

สินค้าและบริการบางประเภทมีลักษณะไม่ต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มา แต่สามารถกีดกันไม่ให้ผู้ไม่จ่ายเงินเข้ามาใช้ได้ เช่น ทางด่วนในช่วงที่การจราจรไม่หนาแน่นซึ่งจำกัดให้ใช้ได้เฉพาะ

ผู้จ่ายเงินเท่านั้น แต่รถที่จ่ายเงินแต่ละคันที่วิ่งในทางด่วนเพิ่มขึ้น ไม่ได้ทำให้โอกาสที่ผู้อื่น (ที่ขอมเสียดเงิน) จะใช้ทางด่วนนั้นลดลง อีกตัวอย่างหนึ่งของสินค้า/บริการลักษณะเช่นนี้คือบริการเคเบิลทีวี ซึ่งจะรับสัญญาณได้เฉพาะสมาชิก แต่การเพิ่มสมาชิกขึ้นแต่ละรายไม่ได้ทำให้โอกาสที่สมาชิกคนอื่นจะชมรายการของเคเบิลทีวีนั้นลดน้อยลง ในทางกลับกันสินค้า/บริการบางประเภทไม่สามารถกีดกันไม่ให้ผู้อื่นได้จ่ายเงินเข้ามาใช้ได้ แต่การมีผู้ใช้เพิ่มขึ้นไปลดโอกาสการใช้ของบุคคลอื่นลง เช่น การจับปลาในทะเลสาบ ซึ่งเป็นที่สาธารณะผู้ใดก็เข้าไปจับปลาได้ แต่เนื่องจากปริมาณปลาในทะเลสาบมีจำกัด การมีผู้ทำประมงเพิ่มขึ้นแต่ละรายจะทำให้ผู้ทำประมงรายอื่นมีโอกาสจับปลาได้น้อยลง สินค้าและบริการที่จะเป็นสินค้าสาธารณะ (public goods) ได้นั้นจะต้องมีลักษณะทั้ง 2 ประการคือ การมีผู้ใช้เพิ่มขึ้นไม่ได้ไปแย่งโอกาสของผู้อื่น และไม่มีใครถูกกีดกันจากการใช้ประโยชน์ ซึ่งตัวอย่างที่ชัดเจนคือ บริการป้องกันประเทศ บริการประภาคาร บริการฟรีทีวี โครงการกำจัดขยะให้แก่ชุมชน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามสินค้าสาธารณะเป็นเพียงส่วนน้อยของสินค้าและบริการที่ผลิตโดยรัฐบาลเท่านั้น เนื่องจากสินค้าและบริการที่ผลิตโดยรัฐส่วนใหญ่ไม่ใช่สินค้าสาธารณะ เช่น การให้บริการศึกษาระดับมัธยมศึกษา แม้จะไม่มีผู้ใดถูกกีดกันจากการใช้ประโยชน์ แต่การเพิ่มจำนวนนักเรียนขึ้นอาจทำให้ชั้นเรียนแน่นเกินไปจนทำให้โอกาสที่เด็กนักเรียนคนอื่นจะเรียนอย่างตั้งใจมีลดน้อยลง เหตุผลที่รัฐบาลจัดการศึกษาภาคบังคับจึงไม่ใช่เพราะเป็นสินค้าสาธารณะ แต่เป็นเพราะการศึกษานั้นก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกที่เป็นบวก อีกตัวอย่างหนึ่งของสินค้า/บริการที่ผลิตโดยรัฐบาลแต่ไม่ใช่สินค้าสาธารณะ คือ บริการให้พักแรมในวนอุทยานซึ่งมีลักษณะเป็นทั้งสินค้าที่สามารถป้องกันไม่ให้ผู้อื่นจ่ายซื้อเข้ามาใช้ได้ คือ เก็บเงินจากผู้เข้ามาและต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มาคือ เมื่อมีผู้เข้ามาพักมากขึ้นเกิดความแออัดทำให้โอกาสที่ผู้อื่นจะเข้ามาพักมีลดน้อยลง

สินค้าสาธารณะทำให้เกิดการล้มเหลวของตลาด ซึ่งก็คือ กลไกตลาดไม่สามารถจัดสรรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแม้จะเป็นสินค้า/บริการที่ให้ผลประโยชน์สูงและมีผู้ต้องการมาก แต่ไม่มีใครอยากจ่ายซื้อเนื่องจากไม่อาจกีดกันผู้อื่นได้จ่ายเงินไม่ให้เข้ามาใช้ได้

สรุป

โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจตลาด แบ่งเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มีลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) ผู้ซื้อและผู้ขายมีจำนวนมาก และผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละคนเป็นเพียงส่วนย่อย ๆ ของตลาด
- (2) สินค้ามีลักษณะเหมือนกัน (3) ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้อย่างสมบูรณ์เกี่ยวกับความเป็นไปของตลาด (4) ททรัพย์ากรเคลื่อนย้ายได้อย่างสมบูรณ์และ (5) การเข้าหรือออกจากตลาดหรืออุตสาหกรรมเป็นไปโดยเสรีและง่าย ส่วนตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์แบ่งออกเป็น (1) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด มี

ลักษณะคือ สินค้าของผู้ผลิตในตลาดนี้มีความแตกต่างกัน โดยความแตกต่างไม่ใช่เป็นเพราะสินค้าต่างประเภทกัน แต่เพราะความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ความแตกต่างผลิตภัณฑ์ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดทำให้ผู้ขายมีอิทธิพลเหนือราคาได้บ้างหรือสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาด (2) ตลาดผูกขาดอย่างแท้จริงเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์อย่างแท้จริงโดยมีลักษณะสำคัญของตลาด คือ มีผู้ขายหรือผู้ผลิตเพียงรายเดียว หรือเพียงกลุ่มเดียว สินค้ามีลักษณะไม่เหมือนใคร (3) ตลาดผู้ขายน้อยราย เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายน้อยรายครอบงำผลผลิตทั้งหมดของรัฐกิจหรืออุตสาหกรรมและผู้ขายน้อยรายเป็นผู้ขายรายใหญ่เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดทั้งหมดที่ขายสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตามในระบบตลาดเสรีนั้น ในระยะยาวก็อาจจะมีข้อบกพร่องต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การล้มเหลวของตลาด ดังนั้นรัฐบาลจึงจำเป็นต้องมีการเข้ามาแทรกแซงในรูปแบบต่าง ๆ

คำถามทบทวน

คำแนะนำ จงตอบคำถามต่อไปนี้ให้สมบูรณ์ทั้ง 10 ข้อ

1. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างมูลค่าและราคามาให้เข้าใจ
2. ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์หมายถึงอะไร และมีตลาดอะไรบ้าง จงอธิบายพร้อมทั้งยกตัวอย่างสินค้าในแต่ละตลาด
3. ในโลกปัจจุบันมีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น จงยกตัวอย่างตลาดที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนผ่านช่องทางดังกล่าว พร้อมทั้งอธิบายให้เข้าใจโดยใช้ความรู้เรื่องตลาด
4. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์มีคุณสมบัติสำคัญอะไรบ้าง ท่านคิดว่าในโลกแห่งความเป็นจริงมีตลาดดังกล่าวหรือไม่ จงอธิบาย
5. จงบอกความแตกต่างระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์กับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด พร้อมวาดรูปประกอบ
6. ท่านคิดว่าการทำสงครามราคาของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่กระตุ้นให้ตลาดของสินค้านั้นเกิดการเติบโต กระตุ้นยอดขายของสินค้าให้สูงขึ้น และจำนวนผู้ใช้เกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เป็นลักษณะของตลาดแบบใด จงอธิบาย
7. จากคำกล่าวที่ว่า “ทั้งในระยะสั้นหรือในระยะยาว ผู้ผูกขาดมักมีกำไรเกินปกติ” ท่านเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด จงอธิบายพร้อมวาดรูปประกอบ
8. จากความรู้เรื่องตลาดและกำหนดราคา ท่านคิดว่าตลาดแบบไหนเป็นประโยชน์กับผู้บริโภคมากที่สุด จงอธิบาย

9. จงอธิบายเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย ระหว่างการประกันราคาโดยวิธีการกำหนดราคาขั้นต่ำ และวิธีจ่ายเงินอุดหนุนให้กับเกษตรกร

10. การที่รัฐบาลช่วยประชาชนโดยการตรึงราคาน้ำมันดีเซลในประเทศที่ 30 บาทต่อลิตร จะมีผลอย่างไรบ้างต่อตลาด และมีส่วนเกี่ยวข้องกับกับความล้มเหลวของกลไกตลาดอย่างไรบ้าง จงอธิบาย

เอกสารอ้างอิง

แกะรอยหนี้เน่าซบไฟร์ม คนอเมริกันหนีฟุ้ง. (2550, กันยายน 03). ประชาชาติธุรกิจ, 2.

เขตการค้าเสรีอาเซียน. (2553). ค้นเมื่อ เมษายน 16, 2554, จาก <http://www.aseanfta.com/index.php/fta-intro/detail>

ฉวีวรรณ สายบัว.(2545, ธันวาคม 09). การล่มสลายของระบบเศรษฐกิจทุนนิยม. ประชาชาติธุรกิจ, 3.

นวนน้อย ตรีรัตน์. (2554, มกราคม 27). การแก้ปัญหาสลากกินแบ่งรัฐบาลขายเกินราคา : ดุลยภาพ
ดุลยพินิจ. มติชนรายวัน, 4.

ทับทิม วงศ์ประยูร. (2534). เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : อักษรสยาม
การพิมพ์.

พจนานุกรมออนไลน์.(2553). **มูลภัณฑ์กันชน**. ค้นเมื่อ มีนาคม 20, 2554, จาก <http://th.oldict.com>

วิชัย เตชะวัฒนานันท์. (2553). **อุตสาหกรรมไข่ไก่ของไทย กับตลาดแข่งขันสมบูรณ์**

ในกรุงเทพฯธุรกิจ, ค้นเมื่อ มกราคม 25, 2554, จาก

<http://www.nidambell.net/ekonomiz/2010q3/2010August13p1.htm>

วันรักษ์ มิ่งมณีนาถิน. (2551). **หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศักดิ์ดา ธนิตกุล. (2549, พฤศจิกายน 29). การอยู่ร่วมกันของธุรกิจ ทิศทางการค้าปลีกไทย. กรุงเทพฯ

ธุรกิจ, 5.

ศุภาวุฒิ สายเชื้อ. (2553). **การแทรกแซงกลไกตลาดเสรี : เศรษฐศาสตร์จากร้อน ในกรุงเทพฯธุรกิจ**.

ค้นเมื่อ ธันวาคม 20, 2554, จาก

www.nidambell.net/ekonomiz/2010q4/2010_December20p1.htm

องค์การอุตสาหกรรม.(2553). **เศรษฐศาสตร์และกฎหมายแข่งขัน**. ค้นเมื่อ มกราคม 20, 2554,

จาก <http://www.dit.go.th/songserm/kangkun1.html>

อัสมิณพงษ์ นัตราคม. (2552). **ความล้มเหลวของกลไกตลาด**. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ค้นเมื่อ มกราคม 20, 2554, จาก www.eco.ru.ac.th/eco/article/Y6C2/

Krugman, Paul , Robin Wells and Anthony Myatt. (2006). **Microeconomics**. New York:

Worth Publisher.