

# กลไกตลาด



# กลไกราคา หรือ กลไกตลาด คือ

ราคาสินค้าและราคาบริการที่ขึ้นๆ ลงๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากอุปสงค์ และอุปทาน

กลไกราคา จะเป็นตัวปรับราคา ปรับพฤติกรรมกรรมการซื้อขาย โดยไม่ต้องมีใครมาสั่ง จึงถูกเรียกว่า “มือที่มองไม่เห็น”

“มือที่มองไม่เห็น” เสนอโดยอดัม สมิธ บิดาวิชาเศรษฐศาสตร์บอกไว้  
ว่าทุกตลาดมีตัวขับเคลื่อนราคาให้สูงหรือต่ำที่  
ไม่สามารถมองเห็นได้เพราะเป็นนามธรรม  
นั่นคือ “ความต้องการซื้อขายของผู้ผลิตและผู้บริโภค”  
สิ่งนี้เรียกว่า **อุปสงค์-อุปทาน**

# กลไกราคาในระบบเศรษฐกิจ

กลไกราคา

อุปสงค์

ความ “ต้องการซื้อ”  
ของผู้บริโภค



กฎของอุปสงค์แปรผกผัน  
ของทุกคนอยากซื้อ  
ของแพงคนไม่ยอมซื้อ

อุปทาน

ความ “ต้องการขาย”  
ของผู้ขาย



กฎของอุปทานแปรผกผัน  
ของทุกคนไม่ยอมขาย  
ของแพงคนอยากขาย

อุปสงค์ + อุปทาน



กลไกราคา

ราคาไม่เหมาะสม



การแทรกแซงโดยรัฐ



กำหนดราคาขั้นสูง  
กำหนดราคาขั้นต่ำ  
ประกันราคา  
กำหนดค่าแรง

ราคาเหมาะสม



ภาวะดุลยภาพ





# อุปสงค์



## ความหมายของอุปสงค์

อุปสงค์ ( Demand) คือ ความต้องการของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งด้วยเงินที่มีอยู่จริง

อุปสงค์ คือ ปริมาณการเสนอสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อ ณ ระดับราคาหนึ่งและในช่วงเวลาหนึ่ง



# องค์ประกอบของอุปสงค์

ตามหลักเศรษฐศาสตร์อุปสงค์จะเกิดขึ้นได้  
ต้องมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1) ความต้องการของ  
ผู้บริโภค

2. มีอำนาจซื้อ หมายถึงมีเงินอยู่จริง  
และมีความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อ  
ได้

3) มีการวางแผนที่จะซื้อสินค้านั้น



# ประเภทของอุปสงค์

1. อุปสงค์เฉพาะบุคคล เป็นอุปสงค์ของแต่ละบุคคลหรือของคนใดคนหนึ่ง



2. อุปสงค์รวมหรืออุปสงค์ตลาด เป็นอุปสงค์ของผู้บริโภคทุกคนที่ต้องการจะซื้อสินค้าชนิดนั้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง



# กฎของอุปสงค์



ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ในสินค้าชนิดหนึ่งชนิดใดมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับราคาสินค้าเป็นสำคัญกฎของอุปสงค์ มีดังนี้

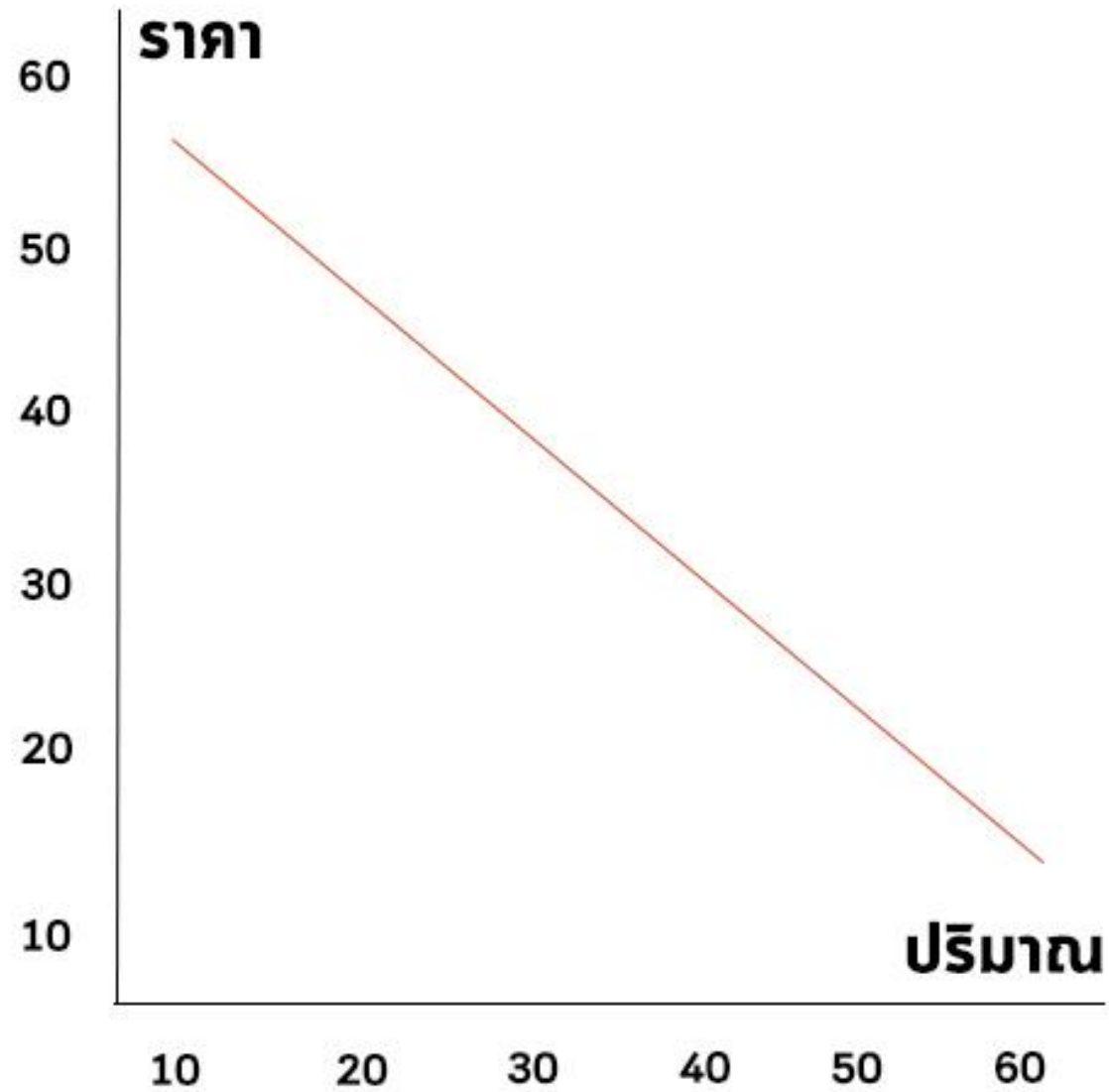
1. ราคาสินค้าหรือบริการสูง อุปสงค์ของผู้บริโภคจะต่ำ

2. ราคาสินค้าหรือบริการต่ำ อุปสงค์ของผู้บริโภคจะสูง





# กราฟแสดงเส้นอุปสงค์ของผู้บริโภค



# ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ของผู้บริโภค

ผู้บริโภคต้องการจะซื้อสินค้าปริมาณมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ

1. ราคาสินค้าที่จะซื้อ

2. จำนวนประชากร เพศ และวัย

3. รายได้ของผู้บริโภค

4. รสนิยมของผู้บริโภค

5. สมัยนิยมหรือความนิยมตามยุคสมัย

6. ฤดูกาลหรือสภาพลมฟ้าอากาศ



# ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ของผู้บริโภค

ผู้บริโภคต้องการจะซื้อสินค้าปริมาณมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ

ต่อ

7. การเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกัน  
และใช้แทนกันได้

8. การคาดคะเนราคาหรือการเก็งกำไร

9. เทศกาลและวันสำคัญ

10. การโฆษณาของผู้ผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาด

11. ความจำเป็นที่จะใช้สินค้าและบริการนั้นๆ



สินค้าสองชนิดที่ใช้ แทนกันได้	ราคาเดิม ( กิโลกรัม / บาท)	ราคาที่เปลี่ยนแปลง ( กิโลกรัม / บาท )	ผลที่เกิดขึ้นต่อ ผู้บริโภค
เนื้อไก่	60 บาท	62	อุปสงค์จะสูง
เนื้อหมู	100 บาท	160	อุปสงค์จะต่ำ





# อุปทาน

## ความหมายของอุปทาน

อุปทาน ( Supply) คือ ปริมาณสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตสามารถผลิตได้ในระยะเวลาหนึ่ง

อุปทาน คือ ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งผู้ผลิต (หรือผู้ขาย) ต้องการผลิตออกขาย ณ ระดับราคาหนึ่ง และในช่วงเวลาหนึ่ง



# องค์ประกอบของอุปทาน

ตามหลักเศรษฐศาสตร์อุปทานของผู้ผลิตจะเกิดขึ้นได้ต้องมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1) ความสามารถในการผลิต ผู้ผลิตจะต้องมีทรัพยากรหรือปัจจัยในการผลิต



2. มีผลกำไรจากการผลิต



3) มีการวางแผนที่จะผลิตสินค้านั้น



# ประเภทของอุปทาน

1. อุปทานเฉพาะบุคคล คือ อุปทานของผู้ผลิตรายเดียว



2. อุปทานรวมหรืออุปทานตลาด คือ อุปทานรวมของผู้ผลิตทุกรายในตลาด



# กฎของอุปทาน



ผู้ผลิตหรือผู้ขายจะมีอุปทานในสินค้าชนิดหนึ่งชนิดใดมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับราคาสินค้าเป็นสำคัญมีดังนี้

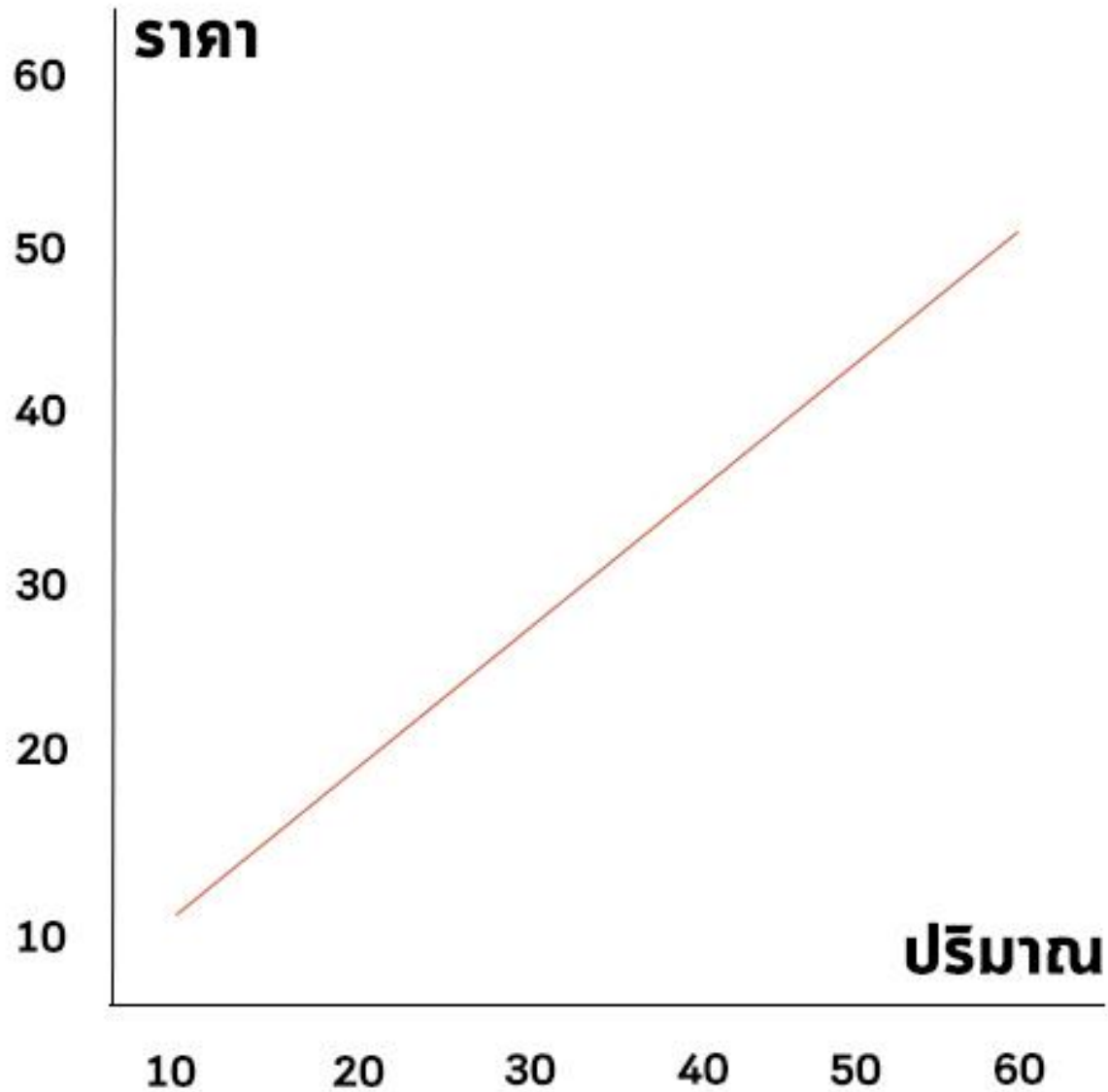
1. ราคาสินค้าหรือบริการลดลง อุปทานของผู้ผลิตจะลดต่ำลง

2. ราคาสินค้าหรือบริการสูงขึ้น อุปทานของผู้ผลิตจะเพิ่มสูงขึ้น





# กราฟแสดงเส้นอุปทานของผู้ผลิต



# ปัจจัยกำหนดอุปทานของผู้ผลิต

ปัจจัยที่กระตุ้นหรือเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตตัดสินใจผลิตสินค้ามากขึ้นหรือลด

1. ราคาสินค้าที่ผลิต

2. ต้นทุนการผลิตหรือปัจจัยการผลิต

3. อัตราภาษีอากรของรัฐบาล

4. จำนวนผู้ผลิตหรือผู้ขาย

5. กรรมวิธีในการผลิต หรือเทคนิคการผลิต

6. ฤดูกาลของผลิตและสภาพลมฟ้าอากาศ



# การกำหนดราคาตามอุปสงค์และอุปทาน

ราคาที่เหมาะสมมีความสำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตหรือผู้ขาย

มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

มีผลต่อการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน

มีผลต่อกำไรในการประกอบธุรกิจต่างๆ

การกำหนดราคาที่เหมาะสมต้องเป็นไปตามอุปสงค์อุปทาน



# กลไกราคา

ภาวะที่ราคาสินค้าในตลาดมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นหรือลงตามแรงผลักดันของอุปสงค์และอุปทาน

กลไกราคาที่ใช้ระบบตลาดเสรี

ซึ่งใช้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและแบบผสม ไทย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฯลฯ

ประเทศที่ใช้ระบบสังคมนิยม/คอมมิวนิสต์ไม่มีกลไกราคา

คิวบา เวียดนาม เกาหลีเหนือ จีน เพราะราคาสินค้าถูกกำหนดไว้คงที่โดยรัฐ





# หลักการทํางานของกลไกราคา

กลไกราคาจะเป็นตัวการในการสร้างความสมดุลในการซื้อขายสินค้า

ถ้าผู้บริโภคมีอุปสงค์ในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งปริมาณมากกว่าอุปทานของสินค้าที่ผลิตได้ในตลาด ผลที่เกิดขึ้น ราคาสินค้าสูง ดังนั้นผู้ผลิตเกิดแรงจูงใจในการผลิตสินค้าเพิ่ม

ถ้าสินค้าชนิดนั้นมีราคาเพิ่มขึ้นสูงเรื่อยๆ จะทำให้ผู้บริโภคลดอุปสงค์ในสินค้าชนิดนั้นๆ ลงทำให้สินค้าเหลือขายไม่หมด ราคาสินค้านั้นก็จะค่อยๆ ลดลงจนเกิดภาวะราคาที่มีความสมดุลเป็นราคาที่ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความพอใจตรงกัน

ราคาดุลยภาพ



# ราคาดุลยภาพและปริมาณดุลยภาพ

## ราคาดุลยภาพ หมายถึง

ราคาระดับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิตมีความพึงพอใจที่จะซื้อและขายสินค้าในราคาที่ตรงกันทั้งสองฝ่าย

บางที่เรียกว่า ราคาตลาด

\*ราคาดุลยภาพ คือราคาสินค้าหรือบริการที่อุปสงค์เท่ากับอุปทาน



# ราคาดุลยภาพและปริมาณดุลยภาพ

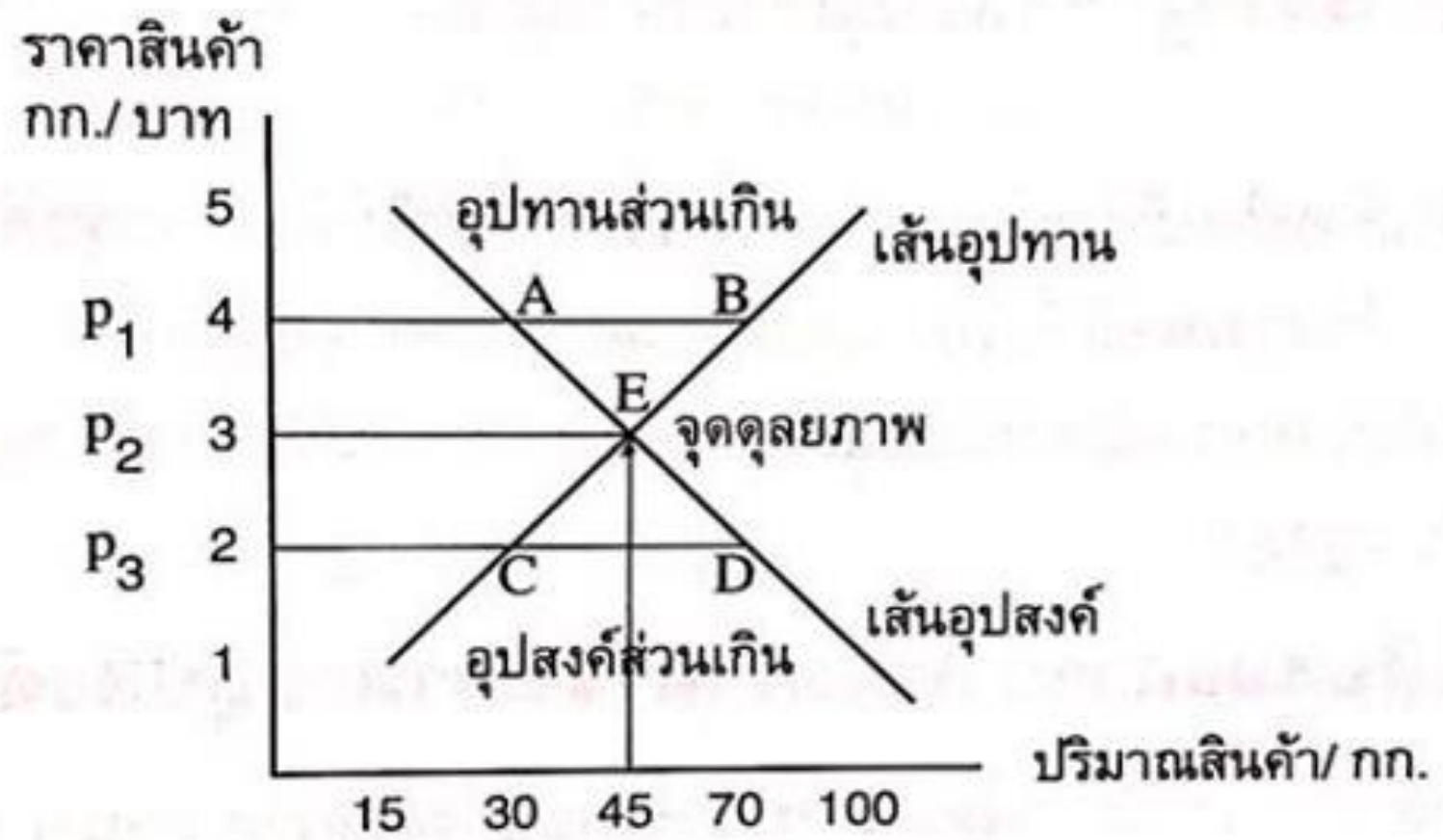
## ปริมาณดุลยภาพ

ปริมาณที่ผู้ผลิตนำออกมาจำหน่ายเท่ากับปริมาณความต้องการของผู้บริโภคต้องการจะซื้อ

ณ ระดับราคาดุลยภาพ คือราคาสินค้ามีความพอใจตรงกันทั้งสองฝ่าย

ทำให้สินค้าหมดพอดี ไม่มีเหลือและขาดตลาด





กราฟแสดงราคาดุลยภาพและปริมาณดุลยภาพ



## ราคาดุลยภาพและปริมาณดุลยภาพของผักคะน้า ณ ตลาดแห่งหนึ่ง

ราคาผักคะน้า (กก./บาท)	ปริมาณความต้องการซื้อ หรืออุปสงค์ของผู้ซื้อ (กก.)	ปริมาณเสนอขาย หรืออุปทานของผู้ขาย (กก.)	การเปลี่ยนแปลง ราคา
50	(ค) 100	(ค) 200	ต้องลดราคา
40	125	175	ต้องลดราคา
(ก) 30	(ข) 150	(ข) 150	ราคาคงที่
20	175	125	ต้องเพิ่มราคา
10	(ง) 200	(ง) 100	ต้องเพิ่มราคา



## คำอธิบาย

ราคาดุลยภาพ คือ ราคาที่ผู้ซื้อและผู้ขายมีความต้องการตรงกัน คือ 30 บาท

ปริมาณดุลยภาพ คือ ปริมาณซื้อและปริมาณขายเท่ากันพอดี คือ 150 กิโลกรัม

อุปทานส่วนเกิน คือผู้ขายนำสินค้ามาขายมากเกินไป**เกินความต้องการของผู้ซื้อ**

ทำให้**สินค้าล้นตลาด**ขายไม่หมด สาเหตุเพราะราคาสินค้าแพงเกินไปผู้ซื้อจึงซื้อ

น้อย แต่ผู้ขายจะนำมาขายในปริมาณมาก (ถ้าใครเป็นแรงจูงใจ) ทำให้สินค้า

เหลือ

อุปสงค์ส่วนเกิน คือ ผู้ซื้อที่มีความต้องการจะซื้อสินค้ามากกว่าปริมาณสินค้า  
จริงที่วางจำหน่ายในตลาด ทำให้สินค้าขาดตลาดไม่พอขาย

\*สาเหตุเพราะราคาสินค้าถูกเกินไปผู้ซื้อจึงต้องการซื้อเยอะ แต่ผู้ขายจะนำมา  
ขายในปริมาณน้อย จึงไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อ



# ข้อดีและข้อเสียของการกำหนดราคาสินค้า

ข้อดี กลไกราคาเป็นเครื่องมือจัดสรรปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

สินค้าใด มีราคาสูง (ระดับราคาดุลยภาพ) กำไรดี

ผู้ผลิตจะระดมปัจจัยการผลิต ไปผลิตสินค้าชนิดนั้น

สินค้าใด มีราคาลดลง (ต่ำกว่าราคาดุลยภาพ)

เพราะผู้บริโภคมีความต้องการซื้อน้อย (ผู้ผลิตก็จะลดการผลิตสินค้า)

เป็นการประหยัดทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิต

ย้ายปัจจัยการผลิตไปผลิตสินค้าชนิดอื่นแทน



# การกำหนดราคาสินค้าเชิงกลยุทธ์ในสังคมไทย

## การกำหนดราคาสินค้าเชิงกลยุทธ์ในสังคมไทย

การกำหนดราคาสินค้ามิได้เป็นไปตามกลไกราคาอย่างเดียว

ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตอีกด้วย

ตลาดสินค้าที่มีผู้ผลิตน้อยราย

ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาสินค้าให้เป็นไปตามเป้าหมายธุรกิจของตน





# 1. การกำหนดราคาสินค้าตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต

เพื่อสร้างผลกำไร

เพื่อสร้างยอดขาย ขยายตลาด หรือมีส่วนแบ่งการตลาด

ตลาดสินค้าที่มีผู้ผลิตน้อยราย

ให้ราคาเป็นเครื่องชี้คุณภาพสินค้า



## 2. ปัจจัยที่กำหนดราคาสินค้าเชิงกลยุทธ์

### \*สภาพทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจดีอาจตั้งราคาขายให้สูงเพราะประชาชนมีกำลังซื้อ

เศรษฐกิจตกต่ำอาจลดราคาขายให้ถูกลงกว่าปกติเพื่อจูงใจให้คนมาซื้อ

### \*สภาพการแข่งขันในตลาด

สินค้าชนิดใดมีผู้ขายในตลาดจำนวนมากควรตั้งราคาขายใกล้เคียงหรือเป็นราคาเดียวกัน

อาจขายไม่ได้

## 2. ปัจจัยที่กำหนดราคาสินค้าเชิงกลยุทธ์

### \* ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นผู้ขายมักเพิ่มราคาขายให้สูงขึ้น (ข้อยกเว้น)

ไม่ผลกระทบต่อผลกำไรมากนัก (ขายราคาเดิมเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเก่า)

### \* กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า

ถ้าเน้นกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้สูง ผู้ผลิตจะต้องพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

กำหนดราคาขายให้สูงเพื่อใช้เป็นเครื่องชี้คุณภาพสินค้า