



สาระการเรียนรู้ : เศรษฐศาสตร์

กลุ่มสาระการเรียนรู้

สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3



หน่วยการเรียนรู้ที่ 1

กลไกราคาในระบบเศรษฐกิจ



ตัวชี้วัด

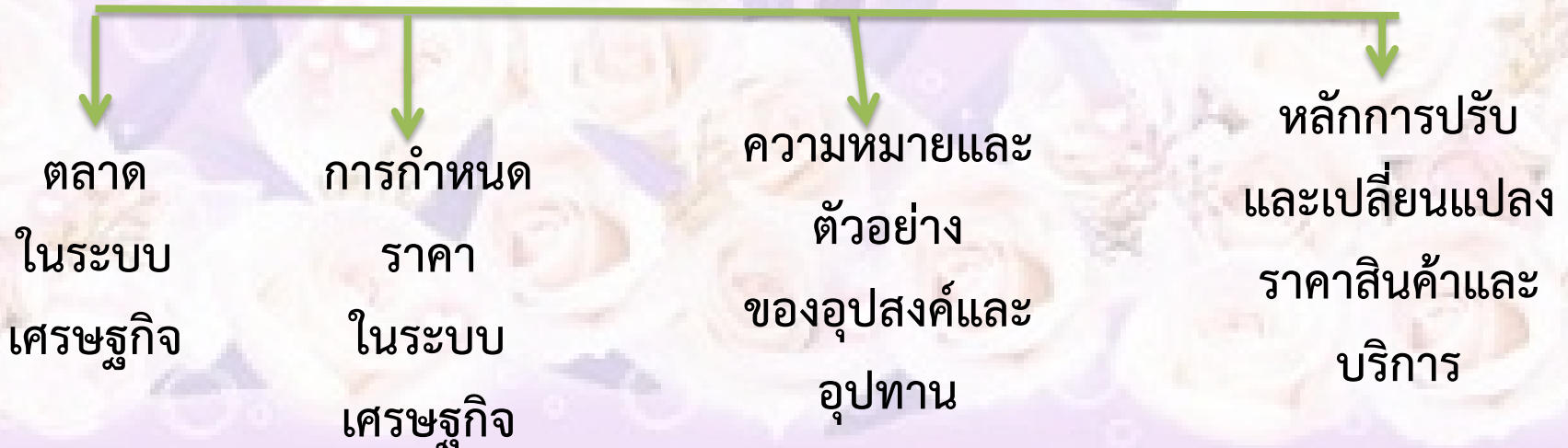
อธิบายกลไกราคาในระบบเศรษฐกิจ

(ส 3.1 ม.3/1)

สาระการเรียนรู้

กลไกราคา

ในระบบเศรษฐกิจ





ตลาด
ในระบบเศรษฐกิจ

ความหมายของตลาด
ในระบบเศรษฐกิจ

ประเภทของตลาด
ในระบบเศรษฐกิจ



ความหมายของตลาดในระบบเศรษฐกิจ

ตลาดเป็นตัวกลางในการติดต่อซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยไม่สนใจว่าจะมีสถานที่หรือไม่มีก็ได้ หากมีการซื้อขายสินค้าและบริการในสถานที่ใด ๆ ก็ถือว่าสถานที่นั้นเป็นตลาดแล้วเช่นกัน

ตัวอย่างเช่น การซื้อขายหุ้น ตลาดหลักทรัพย์ก็จะจัดเป็นตลาดในการซื้อขายหุ้น หรือการซื้อขายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต หรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เว็บไซต์นั้นก็จัดเป็นตลาดในทางเศรษฐศาสตร์



ประเภทของตลาดในระบบเศรษฐกิจ

ตลาดประเภทต่าง ๆ โดยทั่วไป มีดังนี้

1. ตลาดที่แบ่งตามลักษณะการดำเนินการขายของผู้ขาย
2. ตลาดที่แบ่งตามประเภทของสินค้าและบริการที่จำหน่าย
3. ตลาดที่แบ่งตามลักษณะของการแข่งขัน



1.

**ตลาด
ที่แบ่งตาม
ลักษณะ
การดำเนินการ
ขายของผู้ขาย**

1.1

ตลาดขายส่ง คือ ตลาดที่มีได้ขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภครโดยตรง แต่จะขายให้กับบุคคลที่จะนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นพ่อค้าขายส่งหรือขายปลีกก็ได้ เพื่อนำไปขายให้กับพ่อค้าขายปลีกหรือผู้บริโภครอีกทอดหนึ่ง โดยมีการซื้อขายสินค้าจำนวนมาก

1.2

ตลาดขายปลีก คือ ตลาดที่ขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภครโดยตรง ซึ่งอาจจะเริ่มตั้งแต่ตลาดเล็ก เช่น ตลาดสดใกล้บ้าน ชุมชน ตลาดนัด ตลาดน้ำ ไปจนถึงร้านค้า-สะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า โดยมีการซื้อขายสินค้าจำนวนไม่มาก



2.

**ตลาด
ที่แบ่งตามประเภท
ของสินค้าและ
บริการที่จำหน่าย**

2.1

ตลาดสินค้า คือ ตลาดที่เน้นการซื้อขายและขายสินค้า ซึ่งอาจจะแยกย่อยได้อีกดังนี้

1) **ตลาดสินค้าผู้บริโภค** คือ ตลาดที่จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคนำไปบริโภคโดยตรง สินค้าประเภทนี้ก็จะ เป็นสินค้าขั้นสุดท้าย เช่น ไปซื้อผัก เนื้อหมูที่ตลาดสดเพื่อนำมาทำสุกี้มารับประทานภายในครอบครัว ดังนั้น ตลาดสดก็จะกลายเป็นตลาดสินค้าผู้บริโภค เนื่องจากผักและเนื้อหมู เป็นสินค้าขั้นสุดท้าย

2) **ตลาดสินค้าผู้ผลิต** คือ ตลาดที่จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อนำไปผลิตสินค้าหรือบริการอีกทอดหนึ่ง สินค้านั้นจะเป็นสินค้าขั้นกลาง เช่น หากที่บ้านเป็นร้านขายอาหารตามสั่ง เราไปซื้อผักหรือเนื้อหมูที่ตลาดสดเพื่อทำอาหารขาย ดังนั้น ตลาดสดก็จะกลายเป็นตลาดสินค้าผู้ผลิต



2.2

2.

**ตลาด
ที่แบ่งตามประเภท
ของสินค้าและ
บริการที่จำหน่าย**

ตลาดบริการ คือ ตลาดที่เน้นการบริการเป็นแกนหลัก แต่มีองค์ประกอบของสินค้าเข้ามาช่วยให้การบริการนั้นลุล่วงไปได้ เช่น ร้านตัดผมเน้นที่บริการตัดผม ไม่ได้เน้นการจำหน่ายกรรไกรตัดผม หรือกิจกรรมสปาเน้นที่บริการนวดแผนต่างๆ ไม่ได้เน้นการจำหน่ายสมุนไพรชาดผิว หรือร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่เน้นที่บริการการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ได้เน้นการจำหน่ายคอมพิวเตอร์

2.3

ตลาดการเงิน คือ ตลาดที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนเงิน เป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจแบ่งออกได้ ดังนี้

- 1) **ตลาดเงิน** เป็นตลาดที่ให้เงินกู้ยืมในระยะสั้น มีตัวสัญญาใช้เงินหรือตัวเงินคลังเป็นสินค้า
- 2) **ตลาดทุน** เป็นตลาดที่ให้เงินกู้ยืมในระยะยาว และมีหลักทรัพย์ คือ พันธบัตรและหุ้นของบริษัทต่างๆ เป็นสินค้าที่ขายกัน



3.

ตลาด ที่แบ่งตามลักษณะ ของการแข่งขัน

3.1

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เป็นตลาดที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี โดยไม่มีอุปสรรคใดๆ คอยกีดกัน ผลประกอบการขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

3.2

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ เป็นตลาดที่มีลักษณะตรงข้ามกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ ไม่เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีการแข่งขันกันได้อย่างเสรี เป็นการบิดเบือนระบบกลไกตลาด ซึ่งไม่ได้สะท้อนถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อและผู้ขาย มีการผูกขาดโดยกลุ่มทุน ทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นไม่ได้รับความเป็นธรรมในการแข่งขัน



ตารางเปรียบเทียบประเภทของตลาดตามการแข่งขัน

ประเภทของตลาด	ตลาดแข่งขันสมบูรณ์	ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์		
		ตลาดผูกขาดแท้จริง	ตลาดผู้ขายน้อยราย	ตลาดกึ่งแข่งขัน-กึ่งผูกขาด
จำนวนผู้ขาย	มากที่สุด	1 ราย	2-3 รายขึ้นไป	จำนวนมาก
ลักษณะสินค้าที่ขาย	เหมือนกันอย่างสมบูรณ์ทุกประการ	ไม่มีสินค้าใดทดแทนสินค้าที่ขายได้	เหมือนกันหรือต่างกันแต่มีสินค้าทดแทนได้	แตกต่างกันและหาสินค้าทดแทนได้

ประเภทของตลาด	ตลาดแข่งขันสมบูรณ์	ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์		
		ตลาดผูกขาดแท้จริง	ตลาดผู้ขายน้อยราย	ตลาดกึ่งแข่งขัน-กึ่งผูกขาด
พลังตลาดหรืออำนาจในการกำหนดราคา	ไม่มี	มีมากที่สุด	มี แต่ต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกับผู้ขายรายอื่น	มีบ้าง แต่ต้องระวังเรื่องการรักษาฐานลูกค้า หากราคาที่ตั้งสูงกว่าคู่แข่งเกินไป
กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายจำหน่าย	ไม่จำเป็น	เน้นไปที่การโฆษณาประชาสัมพันธ์และปรับปรุงคุณภาพสินค้า โดยอาจไม่คำนึงเรื่องลดราคา	เน้นไปที่การโฆษณาประชาสัมพันธ์และปรับปรุงคุณภาพสินค้า	เน้นไปที่การสร้าง ความแตกต่างให้กับสินค้า โดยเฉพาะยี่ห้อและราคา



ประเภทของ ตลาด	ตลาดแข่งขัน สมบูรณ์	ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์		
		ตลาดผูกขาด แท้จริง	ตลาดผู้ขาย น้อยราย	ตลาด กึ่งแข่งขัน- กึ่งผูกขาด
ระดับของราคา สินค้า	ต่ำกว่าตลาดอื่น	สูงกว่าตลาดอื่น	สูงกว่าตลาด กึ่งแข่งขัน- กึ่งผูกขาด	สูงกว่าตลาด แข่งขันสมบูรณ์
การจัดสรร ทรัพยากรใน ระบบเศรษฐกิจ	มีประสิทธิภาพ สูงสุด	มีประสิทธิภาพ ต่ำสุด	มีประสิทธิภาพ มากกว่าตลาด ผูกขาดแท้จริง	มีประสิทธิภาพ มากกว่าตลาด ผู้ขายน้อยราย



การกำหนดราคาในระบบเศรษฐกิจ

ประเทศไทยใช้ระบบเศรษฐกิจแบบผสม คือ เอกชน เป็นผู้กำหนดราคาเป็นหลัก รัฐจะเปิดโอกาสให้เอกชนเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าได้ในรูปแบบของ “กลไกราคา” แต่หากวันที่กลไกราคาที่เป็นอยู่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนในระบบ รัฐบาลก็จำเป็นต้องเข้ามาแทรกแซงกลไกราคาที่เป็นอยู่นั้นเพื่อแก้ไขปัญหาคความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น



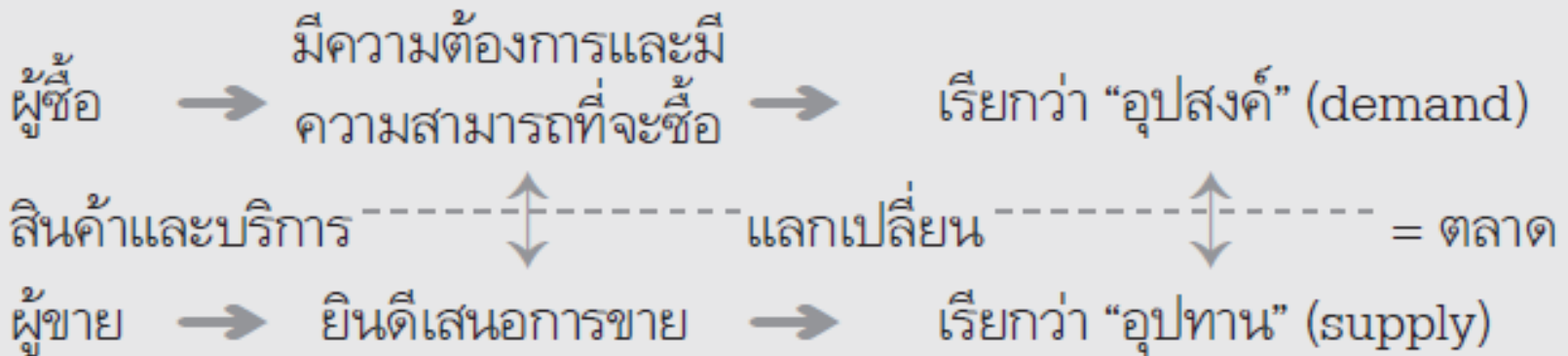
ความหมายและความสำคัญของกลไกราคา

ตามพจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์ ฉบับ
ราชบัณฑิตยสถาน ได้กล่าวถึงความหมายของกลไกราคาว่า

กลไกราคา คือ กระบวนการปรับตัวของราคาสินค้า
หรือบริการหรือปัจจัยการผลิตที่เกิดขึ้นตามแรงผลักดันของ
อุปสงค์และอุปทานในตลาด โดยปราศจากการแทรกแซงใดๆ
ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม กลไกราคาเป็นเครื่องมือ
สำคัญในการปรับการทำงานของหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ให้เข้าสู่
จุดสมดุลของตลาด



ราคาของสินค้าและบริการนั้น ถูกกำหนดขึ้นทั้งจากผู้ซื้อ
และผู้ขายในตลาดรวมกันที่เรียกว่า “กลไกราคา”





ความสำคัญของกลไกราคา

ความสำคัญของกลไกราคา จึงทำให้ตลาดสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นราคาที่เป็นไปตาม “กลไก” หรือ “ธรรมชาติ” เองโดยไม่มีการครอบงำหรือแทรกแซงจากฝ่ายอื่น ในทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์กลุ่มเสรีนิยม อย่างอดัม สมิท ซึ่งเป็นบิดาแห่งเศรษฐศาสตร์จึงได้เปรียบเทียบไว้ในหนังสือ “ความมั่งคั่งแห่งรัฐ” ว่ากลไกราคานี้เปรียบเสมือน “มือที่มองไม่เห็น” ที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจรวมถึงระบบตลาดสามารถเป็นไปได้หรือทำงานได้โดยตัวระบบของมันเอง



อุปสงค์ (Demand)

อุปสงค์ ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ความต้องการที่มีอำนาจซื้อและความสามารถที่จะซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคในระยะเวลาหนึ่ง และ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าและบริการนั้น โดยอุปสงค์จะเกิดขึ้นเมื่อมีการซื้อขายสินค้าและบริการแล้วเท่านั้น ไม่ว่าจะซื้อด้วยระบบเงินสดหรือเงินผ่อนก็ตาม



กฎอุปสงค์ (Law of Demand)

กฎอุปสงค์กล่าวว่า ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ซึ่งแปรผกผันกับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ
เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่



ดังนั้น

เมื่อราคาสินค้าบริการชนิดหนึ่ง

เพิ่มขึ้น

ความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นจะ **ลดลง**

เมื่อราคาสินค้าบริการชนิดหนึ่ง

ลดลง

ความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นจะ **เพิ่มขึ้น**

แปรผกผันกัน

ตัวอย่างของอุปสงค์

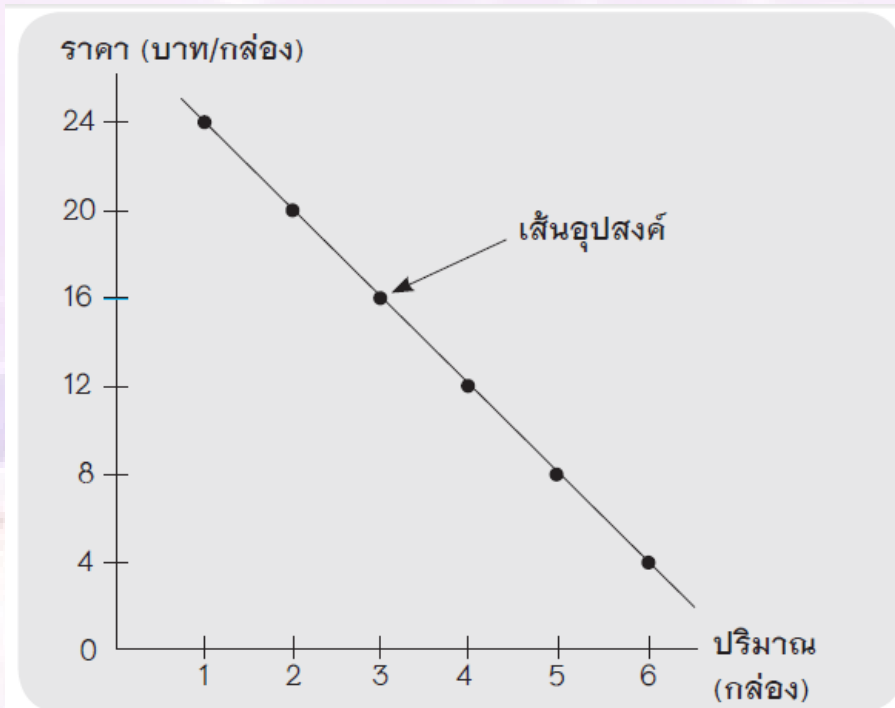
หากเราต้องการซื้อเครื่องดื่ม
น้ำผลไม้ ตามกฎอุปสงค์จะพิจารณา
แต่ระดับราคาของเครื่องดื่มน้ำผลไม้
ในเวลานั้น โดยไม่คำนึงถึงรายได้
ของผู้บริโภค และรสนิยมในการดื่ม
น้ำผลไม้ หรือฤดูกาลว่าอากาศร้อน
หรือหนาว

ราคาเครื่องดื่มน้ำผลไม้ต่อกล่อง (บาท/กล่อง)	ปริมาณซื้อ (กล่อง)
24	1
20	2
16	3
12	4
8	5
4	6



สรุปจากตารางข้างต้น

หากเครื่องตีมน้ำผลไม้ราคากล่องละ 24 บาท ผู้ซื้อจะมีความต้องการซื้อเพียง 1 กล่อง แต่หากเครื่องตีมน้ำผลไม้ราคากล่องละ 4 บาท จะมีความต้องการซื้อถึง 6 กล่อง จากตารางดังกล่าวสามารถนำมาแสดงเป็น “เส้นอุปสงค์” ได้ ดังนี้





ปัจจัยในการกำหนดอุปสงค์

1.

ราคาสินค้า

2.

รายได้ของผู้บริโภค

3.

ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

4.

การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล

5.

รสนิยมของผู้บริโภค

6.

จำนวนประชากร



อุปทาน (Supply)

อุปทาน ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง จำนวนสินค้าและบริการซึ่งผู้ผลิตเต็มใจที่จะผลิตและนำออกขาย ณ ระดับราคาต่างๆ ในระยะเวลาที่กำหนด

ดังนั้น อุปทาน กล่าวว่า ความต้องการขายสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อมีราคาระดับนั้น

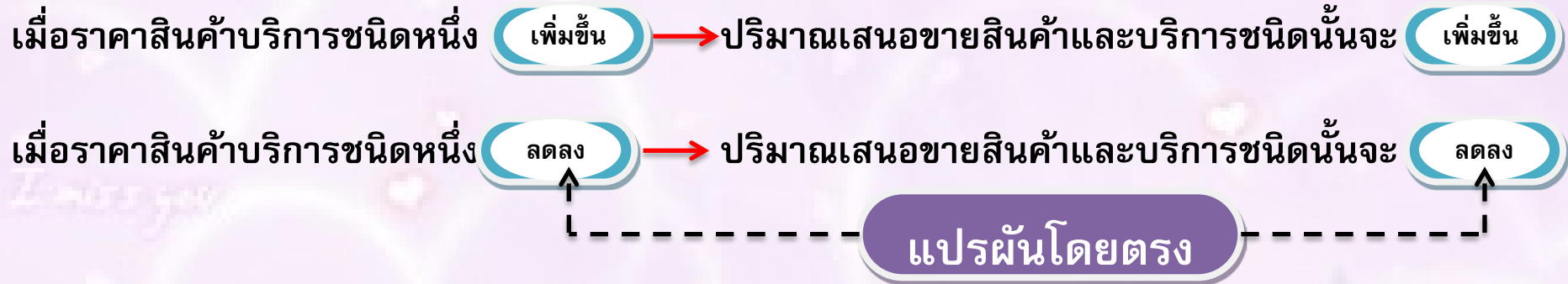




กฎอุปทาน (Law of Supply)



กฎอุปทาน กล่าวว่า ปริมาณของ
สินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ปริมาณ
เสนอขายสินค้า ซึ่งมาแปรผันโดยตรงกับ
ราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ
โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่



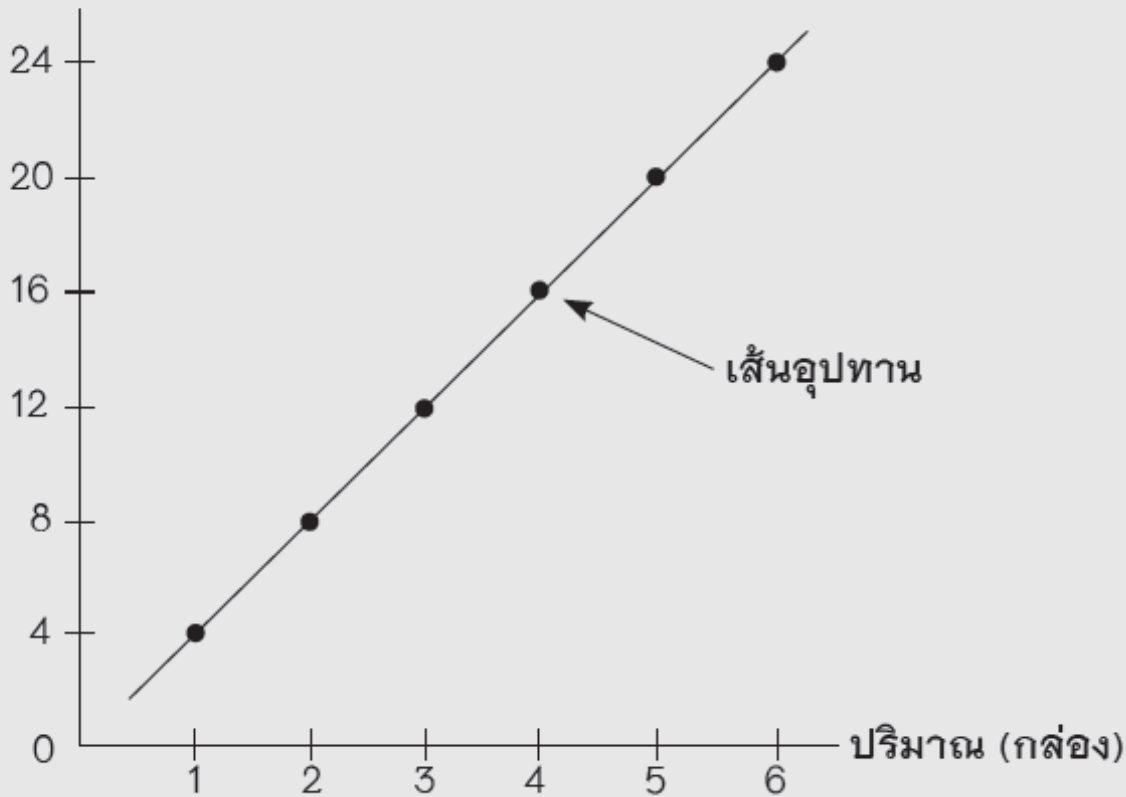
ตัวอย่างของอุปทาน

กฎอุปทานจะพิจารณาไปที่ระดับราคาสินค้าที่อยู่ในช่วงเวลานั้น โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ เช่น ต้นทุนการผลิต จำนวนผู้ขาย รายอื่นอยู่คงที่ ดังนั้น หากเราต้องการขายเครื่องดื่มน้ำผลไม้ ราคาจะเป็นไป ดังตาราง

ราคาเครื่องดื่มน้ำผลไม้ต่อกล่อง (บาท/กล่อง)	ปริมาณขาย (กล่อง)
24	6
20	5
16	4
12	3
8	2
4	1



ราคา (บาท/กล่อง)



สรุปจากตารางข้างต้น

จะเห็นได้ว่า หากหน้า
ผลไม้ราคากล่องละ 24 บาท
จะมีความต้องการขายถึง 6
กล่อง แต่หากราคากล่องละ
4 บาท ซึ่งต่ำที่สุด ก็จะมี
ปริมาณขายที่ต่ำสุด คือ 1
กล่อง จากตารางสามารถ
แสดงเป็นเส้นอุปทานได้ดังนี้



ปัจจัยในการกำหนดอุปทาน

1.

ราคาสินค้าและบริการ

2.

จำนวนผู้ผลิต

3.

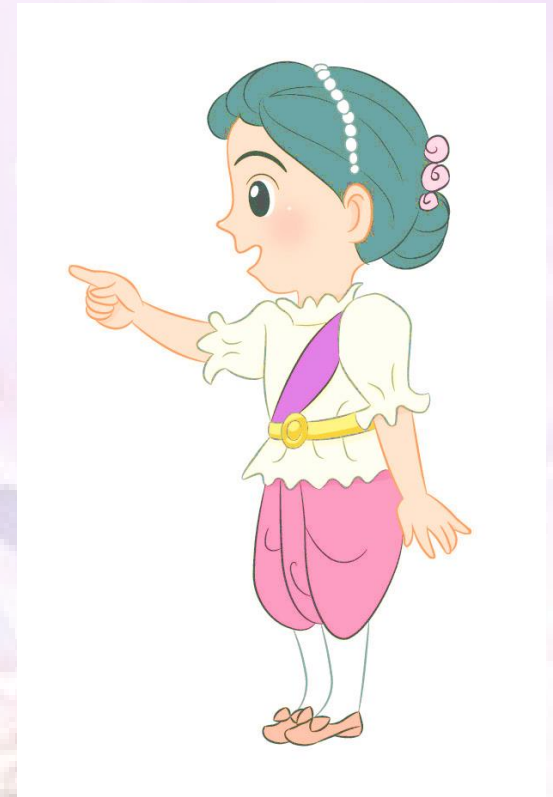
ต้นทุนการผลิต

4.

เทคโนโลยีการผลิต

5.

นโยบายของรัฐบาล





หลักการปรับและเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการ

ราคาเครื่องดื่มน้ำผลไม้ (บาท)	ปริมาณซื้อ (กล่อง)	ปริมาณขาย (กล่อง)	ภาวะที่เกิด	ผลต่อปริมาณ สินค้า	ผลต่อราคา
28	1	7	อุปทานส่วนเกิน	เหลือ 6 กล่อง	เตรียมปรับลดลง
24	2	6		เหลือ 4 กล่อง	
20	3	5		เหลือ 2 กล่อง	
16	4	4	ดุลยภาพ	หมดพอดี	-
12	5	3	อุปสงค์ส่วนเกิน	ขาด 2 กล่อง	เตรียมปรับเพิ่มขึ้น
8	6	2		ขาด 4 กล่อง	
4	7	1		ขาด 6 กล่อง	

จากตารางจะเห็นได้ว่า หากน้ำผลไม้ราคากล่องละ 16 บาท ปริมาณซื้อ (อุปสงค์) กับปริมาณขาย (อุปทาน) จะเท่ากันพอดี ที่ 4 กล่อง ทำให้สินค้าหมดพอดี เกิดเป็นราคาดุลยภาพ



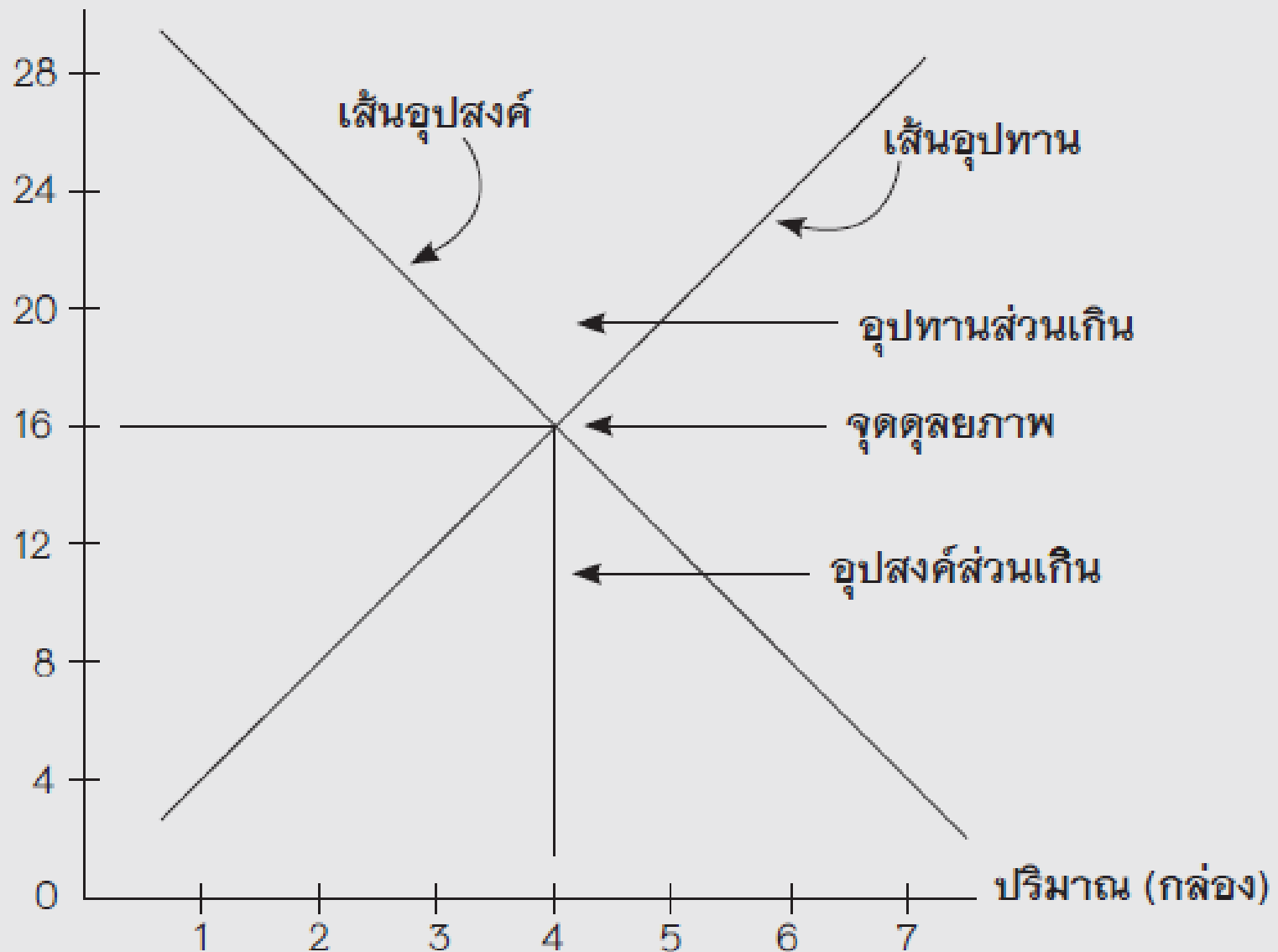
ภาวะดุลยภาพ

ราคาดุลยภาพ = ราคาที่เกิดจากปริมาณซื้อ
และปริมาณขายเท่ากัน

ปริมาณดุลยภาพ = ปริมาณซื้อขายที่เท่ากันพอดี
(สินค้าหมด)

หากราคาน้ำผลไม้ยู่สูงกว่าดุลยภาพ (กล่องละ 20, 24, 28 บาท) ก็จะทำให้อุปทานมากกว่าอุปสงค์ซึ่งเรียกว่า **อุปทานส่วนเกิน** ซึ่งทำให้ปริมาณสินค้าเหลือ หากผู้ขายต้องการขายให้หมด ก็ต้องปรับราคาสินค้าให้ลดลงมาสู่ราคาดุลยภาพ ในทางตรงข้าม หากราคาน้ำผลไม้ยู่ต่ำกว่าดุลยภาพ (กล่องละ 12, 8, 4 บาท) ก็จะทำให้อุปสงค์มากกว่าอุปทาน ซึ่งเรียกว่า **อุปสงค์ส่วนเกิน** ทำให้ปริมาณสินค้าขาดตลาด ผู้ซื้อจะแย่งกันซื้อ โดยเสนอราคาให้สูงขึ้น โดยอุปสงค์ส่วนเกินจะลดลงเรื่อยๆ จนถึงจุดดุลยภาพในที่สุด ทั้งหมดนี้สามารถแสดงเป็นกราฟได้ ดังนี้

ราคา (บาท/กล่อง)





Thank you