

BEC1116 หลักเศรษฐศาสตร์
Principles of Economics

พฤติกรรมของผู้บริโภค
และอุปสงค์

พฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

- แนวคิดเกี่ยวกับอรรถประโยชน์และกฎการลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย
- ดุลยภาพของผู้บริโภค
- การใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์หาเส้นอุปสงค์



ทฤษฎีอรรถประโยชน์

แนวคิดเกี่ยวกับอรรถประโยชน์ และกฎการลดลง
ของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย

อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ความสามารถของสินค้าใน
การบำบัดความต้องการของผู้บริโภค

สินค้าใดที่บำบัดความต้องการได้มาก >> สินค้าที่มีอรรถประโยชน์สูง
สินค้าใดที่บำบัดความต้องการได้น้อย >> สินค้าที่มีอรรถประโยชน์ต่ำ

ทฤษฎีจรรยาบรรณประโยชน์

จรรยาบรรณประโยชน์สำหรับผู้บริโภคแต่ละคนไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แม้ผู้บริโภคคนเดียวกัน บริโภคในสินค้าชนิดเดียวกัน **จรรยาบรรณจากสินค้าดังกล่าวก็น่าจะแตกต่างกันได้** ถ้าพิจารณาในช่วงเวลาที่ต่างกัน

เช่น อาหารจานเดียวกันต่อผู้บริโภค ในขณะที่ผู้บริโภคกำลังหิว หรือ กำลังอิ่ม จรรยาบรรณก็จะแตกต่างกัน

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

การวัดอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้า

สามารถวัดในเทอมของจำนวนอรรถประโยชน์ทั้งหมด
และจำนวนอรรถประโยชน์แต่ละหน่วยของสินค้าที่
บริโภคเพิ่มขึ้น โดยที่อรรถประโยชน์สามารถวัดออกมา
เป็นหน่วยได้ ซึ่งกำหนดหน่วยเป็น ยูทิล (Util)

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

1. อรรถประโยชน์ทั้งหมด (Total Utility)

TU คือ อรรถประโยชน์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าจำนวนต่าง ๆ กัน

เช่น การบริโภคส้มหนึ่งผลให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค 5 ยูทิล การบริโภคส้มสองผลให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค 9 ยูทิล

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

จำนวนอรรถประโยชน์ 5 และ 9 ยูทิล

คือ อรรถประโยชน์ทั้งหมด
ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคส้ม
จำนวนหนึ่งผล และสองผลตามลำดับ
และสามารถหาค่าอรรถประโยชน์
ทั้งหมดจากการบริโภคส้มจำนวนอื่น ๆ
ได้ เช่น

จำนวนส้ม (Q)	อรรถประโยชน์ทั้งหมด (TU)
1	5
2	9
3	12
4	14
5	15
6	15
7	14
8	12

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

2. อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย หรือ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Marginal Utility)

MU คือ อรรถประโยชน์ของสินค้าหน่วยสุดท้ายที่ผู้บริโภค บริโภคอยู่ในขณะนั้นจะมีค่า เท่ากับ อรรถประโยชน์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับเพิ่มขึ้น เมื่อบริโภคนำสินค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

ในกรณีที่บริโภคทีละหน่วย

$$MU_1 = TU_1 - TU_0$$

เช่น นาย A บริโภคส้ม 1 หน่วย เขาจะได้รับอรรถประโยชน์ 5 ยูทิล และเมื่อนาย A ได้เพิ่มการบริโภคส้มเป็น 2 หน่วย อรรถประโยชน์ทั้งหมดได้เพิ่มขึ้นเป็น 9 ยูทิล

เช่นนี้ อรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อบริโภคส้มเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย คือ

$$MU = 9 - 5 = 4 \text{ ยูทิล}$$

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

ในกรณีที่บริโภคครั้งละหลายหน่วย

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$$

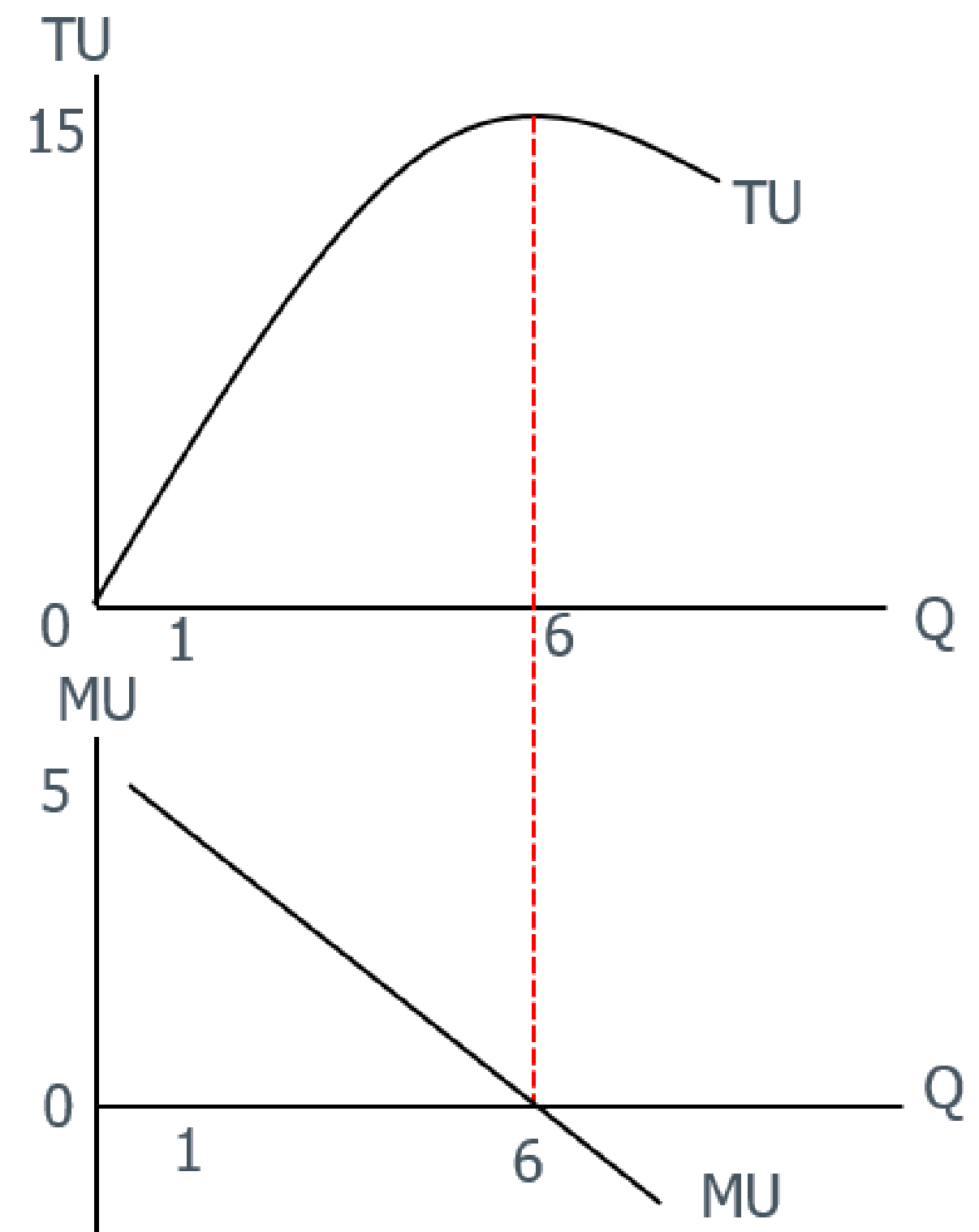
ΔTU คือ การเปลี่ยนแปลงของอรรถประโยชน์ทั้งหมด ΔQ คือ การเปลี่ยนแปลงของจำนวนสินค้าที่บริโภค

จำนวนส้ม (Q)	อรรถประโยชน์ ทั้งหมด (TU)	อรรถประโยชน์หน่วย สุดท้าย (MU)
0	0	
1	5	5
2	9	4
3	12	3
4	14	2
5	15	1
6	15	0
7	14	-1
8	12	-2

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

- จากตารางแสดงให้เห็นว่า TU และ MU ในการบริโภคส้มจำนวนต่างๆกัน
- ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อบริโภคส้มเพิ่มขึ้น TU จะมีค่าสูงขึ้น จนถึงบริโภคส้มที่ 6 หน่วย TU จะสูงสุดและหลังจากนั้นจะลดลง
- แสดงว่าผู้บริโภคได้ถึงจุดอิ่มตัวเมื่อบริโภคส้มจำนวน 6 หน่วย à $MU = 0$
- แสดงความสัมพันธ์ค่า TU และ MU ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ของอรรถประโยชน์ทั้งหมดและ
อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย



ทฤษฎีอรรถประโยชน์

กฎการลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย

ความสัมพันธ์ของ TU และ MU เป็นไปตามกฎแห่งการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายสุด (Law of Diminishing Marginal Utility)

ซึ่งระบุว่า เมื่อผู้บริโภค **บริโภคสินค้าเพียงชนิดเดียว** เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย MU จะลดลงตามลำดับจนมีค่าเป็นศูนย์และติดลบในที่สุด

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

ตัวอย่าง เช่น

นส.B ได้รับเสื้อผ้าใหม่มาหนึ่งตัว เสื้อดังกล่าวยอมให้อรรถประโยชน์ที่สูงต่อ นส.B แต่ถ้า นส.B ได้รับเสื้อที่มีลักษณะของแบบ สีสัณ และ ลวดลายที่**เหมือนกับเสื้อตัวแรก** **ทุกประการเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งตัว**

เสื้อตัวที่สองนี้ยอมก่อให้เกิดอรรถประโยชน์แก่ นส.B น้อยกว่าเสื้อตัวแรก

ดุลยภาพของผู้บริโภค : วิเคราะห์โดยทฤษฎีอรรถประโยชน์

ดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumer's Equilibrium)

หมายถึง สภาวะการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดจากการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นปริมาณที่เหมาะสมที่สุดที่ไม่คิดจะเปลี่ยนแปลงไปอีก

ยกเว้นว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น ราคาสินค้า รายได้ หรือ งบประมาณเปลี่ยนแปลงไป

คุณภาพของผู้บริโภค : วิเคราะห์โดยทฤษฎีอรรถประโยชน์

การพิจารณาคุณภาพของผู้บริโภคในการจ่ายเงินซื้อสินค้า
สามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

1. กรณีของการ
ซื้อสินค้าแต่เพียง
ชนิดเดียว

2. กรณีของการ
ซื้อสินค้าหลายๆ
ชนิด

ดุลยภาพของผู้บริโภค

1. กรณีของการซื้อสินค้าแต่เพียงชนิดเดียว

ในการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่นั้น ผู้บริโภคจะ **เปรียบเทียบระหว่าง** อรรถประโยชน์หรือความพอใจที่ได้รับจากสินค้า กับ อรรถประโยชน์ที่สูญเสียไปจากจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าซึ่งก็คือ **ราคาของสินค้า**

คุณภาพของผู้บริโภค

ถ้าอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้า มีค่าสูงกว่า อรรถประโยชน์ของเงินที่จ่ายออกไป (ราคาสินค้า) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

ในกรณีเช่นนี้ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างอรรถประโยชน์ที่ได้รับ กับ ราคาสินค้าได้โดยตรงเพื่อดูว่าเป็นการคุ้มหรือไม่ที่จะซื้อสินค้านั้น

ดุลยภาพของผู้บริโภค

เมื่อกำหนดให้

ค่าอรรถประโยชน์ของสินค้าแต่ละหน่วย = MU

และ ราคาสินค้า = P

ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่าง MU และ P

- ซื้อสินค้า ถ้า $MU > P$
- ไม่ซื้อสินค้า ถ้า $MU < P$

ดุลยภาพของผู้บริโภค

ดังนั้นเงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในดุลยภาพ และได้รับความพอใจสูงสุดจากการซื้อสินค้า คือ

$MU > P$ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และหยุดซื้อเมื่อ $MU = P$

แสดงถึงเงื่อนไขดุลยภาพของผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์ทั้งหมดสูงสุด

การวิเคราะห์ดุลยภาพของผู้บริโภค: กราฟ

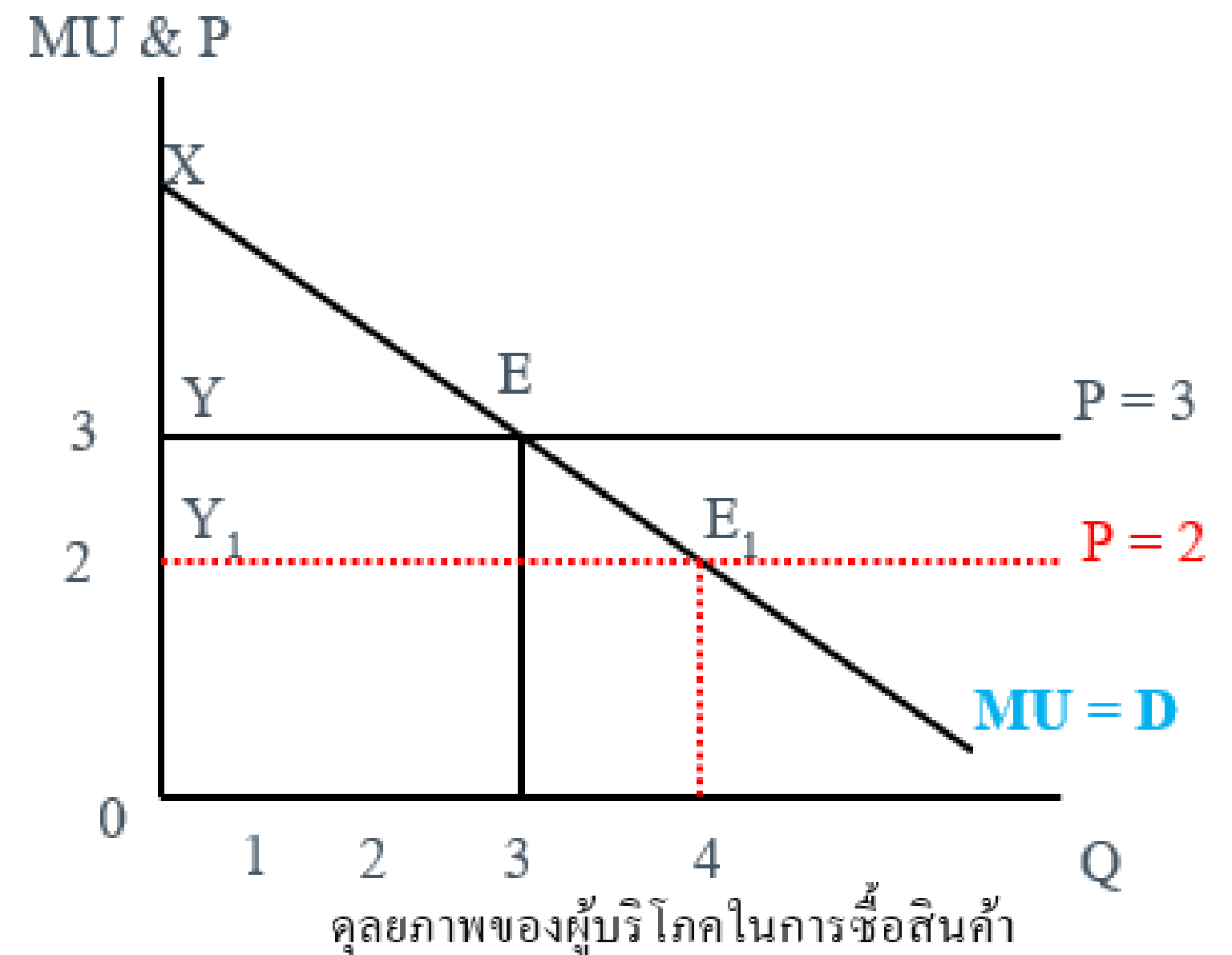
ณ. $P = 3$

ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ทั้ง 1 & 2 หน่วย $\gg MU > P$
หยุดซื้อที่ 3 หน่วย $\gg MU = P$ พอดี
ถ้าซื้อต่อไปที่ 4 หน่วย $\gg MU < P$ ได้ไม่คุ้มเสีย
 $\therefore$ ส่วนเกินอรรถประโยชน์เหนือจำนวนเงินที่
จ่ายไป = พื้นที่ XEY

ณ. $P = 2$

สินค้าที่ 4 หน่วย $\gg MU = P$ ซึ่งผู้บริโภคเพิ่ม
ปริมาณซื้อสินค้า เนื่องจาก P ลดลงมา
 $\therefore$ ส่วนเกินอรรถประโยชน์เหนือจำนวนเงินที่
จ่ายไปเพิ่มขึ้น = พื้นที่ $XE_1 Y_1$

นำเส้นอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย MU
และเส้นระดับราคา P พิจารณาร่วมกัน



คุณภาพของผู้บริโภค

2. กรณีของการซื้อสินค้าหลายๆ ชนิด

กรณีที่ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในหลายชนิดจากงบประมาณที่มีอยู่จำกัด ปัญหาที่ผู้บริโภคเผชิญ คือ การจัดสรรงบประมาณ ในการซื้อสินค้าใดบ้าง และ ซื้อจำนวนเท่าใด จึงจะทำให้รรถประโยชน์ทั้งหมดมีค่าสูงสุด

ทั่วไปราคาสินค้าแต่ละชนิดย่อมแตกต่างกัน **ดังนั้น** การจะเปรียบเทียบว่าสินค้าใดให้รรถประโยชน์สูงหรือต่ำกว่ากัน จำเป็นต้องเทียบค่าใช้จ่ายของสินค้าแต่ละชนิด ให้เป็นจำนวนที่เท่ากันเสียก่อน

ดุลยภาพของผู้บริโภค

โดยเทียบให้เท่ากับ 1 เรียก ค่าที่ได้ว่า อรรถประโยชน์
ของเงินหนึ่งหน่วยสุดท้ายที่ใช้ซื้อสินค้า

ตัวอย่างเช่น ถ้าสินค้า A มีราคา P_A บาท
และให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = MU_A ยูทิล
การหาประโยชน์ของเงินหนึ่งหน่วยสุดท้ายที่ใช้ซื้อสินค้า A สามารถ
เทียบได้

เงินจำนวน P_A บาท ให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = MU_A ยูทิล
ถ้า 1 บาท $\gg = \frac{MU_A}{P_A}$

ดุลยภาพของผู้บริโภค

กล่าวได้ว่าเงินหนึ่งหน่วยที่ใช้ซื้อสินค้า A ให้รรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค
= $\frac{MU_A}{P_A}$ ยูทิล

ในทำนองเดียวกัน สามารถหาได้ว่า เงินหนึ่งหน่วยที่ใช้ซื้อสินค้า B
ให้รรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = $\frac{MU_B}{P_B}$

ซื้อสินค้า C ให้รรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = $\frac{MU_C}{P_C}$

การแสวงหาความพอใจสูงสุด จากการเลือกบริโภคสินค้าหลายชนิด

เงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด จากการใช้เงินงบประมาณที่มีอยู่ในการซื้อสินค้า คือ ผู้บริโภคต้องแบ่งเงินที่มีอยู่ซื้อสินค้าแต่ละชนิด จนกระทั่งอรรถประโยชน์ของเงินหนึ่งหน่วยสุดท้ายแต่ละชนิดมีค่าเท่ากัน นั่น คือ

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \dots\dots\dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

สมการข้างต้น เรียกว่า สมการดุลยภาพของผู้บริโภค ผู้บริโภคไม่มีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อสินค้าแต่ละชนิดอีก นอกจาก ตัวแปรในสมการ เช่น จำนวนเงินที่ผู้บริโภคมีอยู่ หรือ ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป

การใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์หาเส้นอุปสงค์

สามารถใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์มาแสดงความสัมพันธ์เพื่อหาเส้นอุปสงค์ได้
สมมติว่าผู้บริโภคซื้อสินค้า A และ B

- ที่ราคา P_A บริโภคได้จำนวน O_A หน่วยในดุลยภาพ แสดงว่า

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

- ถ้าให้ ราคา A ลดลง เป็น $P_{A1} >> MU_A$ จะมากขึ้น

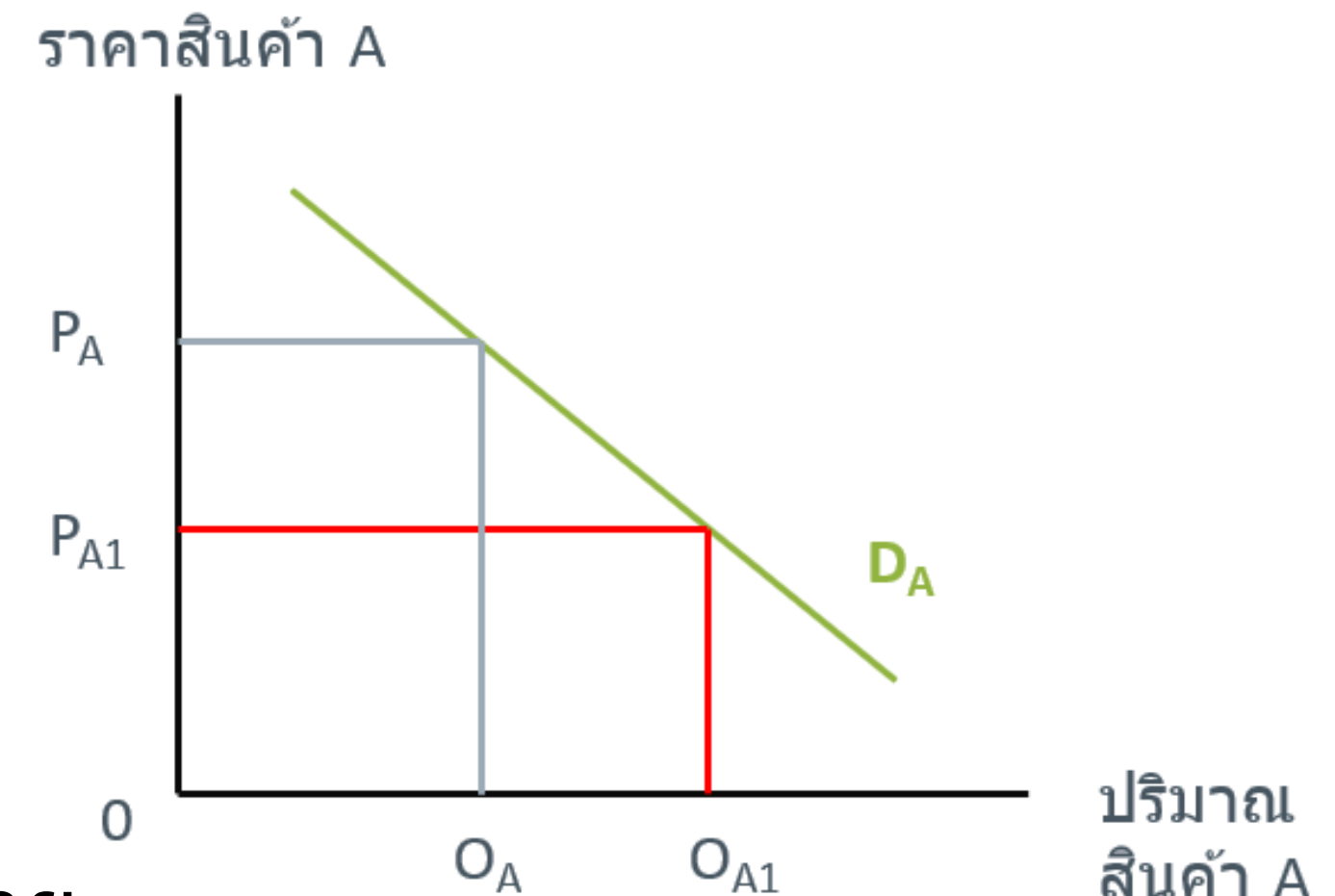
ส่งผลให้ความพอใจต่อสินค้า A มากกว่า B

- ผู้บริโภคซื้อสินค้า A มากขึ้น $>> MU_A$ ลดลง

เป็นไปตามกฎลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย

- ขณะเดียวกัน เมื่อซื้อสินค้า B น้อยลง $>> MU_B$ สูงขึ้น

- จนกระทั่งทำให้ดุลยภาพกลับมาเท่ากันใหม่อีกครั้งที่ $\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$



อุปสงค์

- ความหมายของอุปสงค์ และอุปสงค์ชนิดต่างๆ
- อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ของตลาด
- การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

อุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึง จำนวนสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อในเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งจะมากหรือน้อยเท่าใด ถูกกำหนดโดยปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ราคาสินค้าชนิดนั้น รายได้ของผู้บริโภค และราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าชนิดนั้น

โดยปกติจะพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ละตัว และกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ให้คงที่ (Ceteris Paribus)

อุปสงค์

- อุปสงค์ ต้องมีความตั้งใจที่จะซื้อ (Willingness) ร่วมกับความสามารถที่จะซื้อ (Ability) หรือ ต้องมีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)
- การที่ปราศณนาที่จะซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยปราศจากอำนาจซื้อหนุนหลัง ทางเศรษฐศาสตร์จะเป็นได้แค่ Want ไม่ใช่ Demand

อุปสงค์ชนิดต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปรสำคัญ จะแบ่งอุปสงค์เป็น 3 แบบ คือ

- อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)
- อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand)
- อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น หรืออุปสงค์ไขว้ (Cross Demand)

ในการวิเคราะห์จะแยกพิจารณาทีละอุปสงค์

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)

อุปสงค์ต่อราคา หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ เช่น ราคาสินค้าชนิดอื่น รายได้ และรสนิยมของผู้ซื้อ กำหนดให้คงที่

โดยทั่วๆ ไปความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อ และราคาสินค้า จะเป็นไปในทางตรงกันข้ามเสมอ กล่าวคือเมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นปริมาณเสนอซื้อจะลดลง

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)

ตารางอุปสงค์ต่อราคา (Price Demand Schedule)

ตารางตัวเลขที่บอกให้รู้ว่าปริมาณเสนอซื้อสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ ณ ระดับต่าง ๆ กันของราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ เป็นเท่าใด

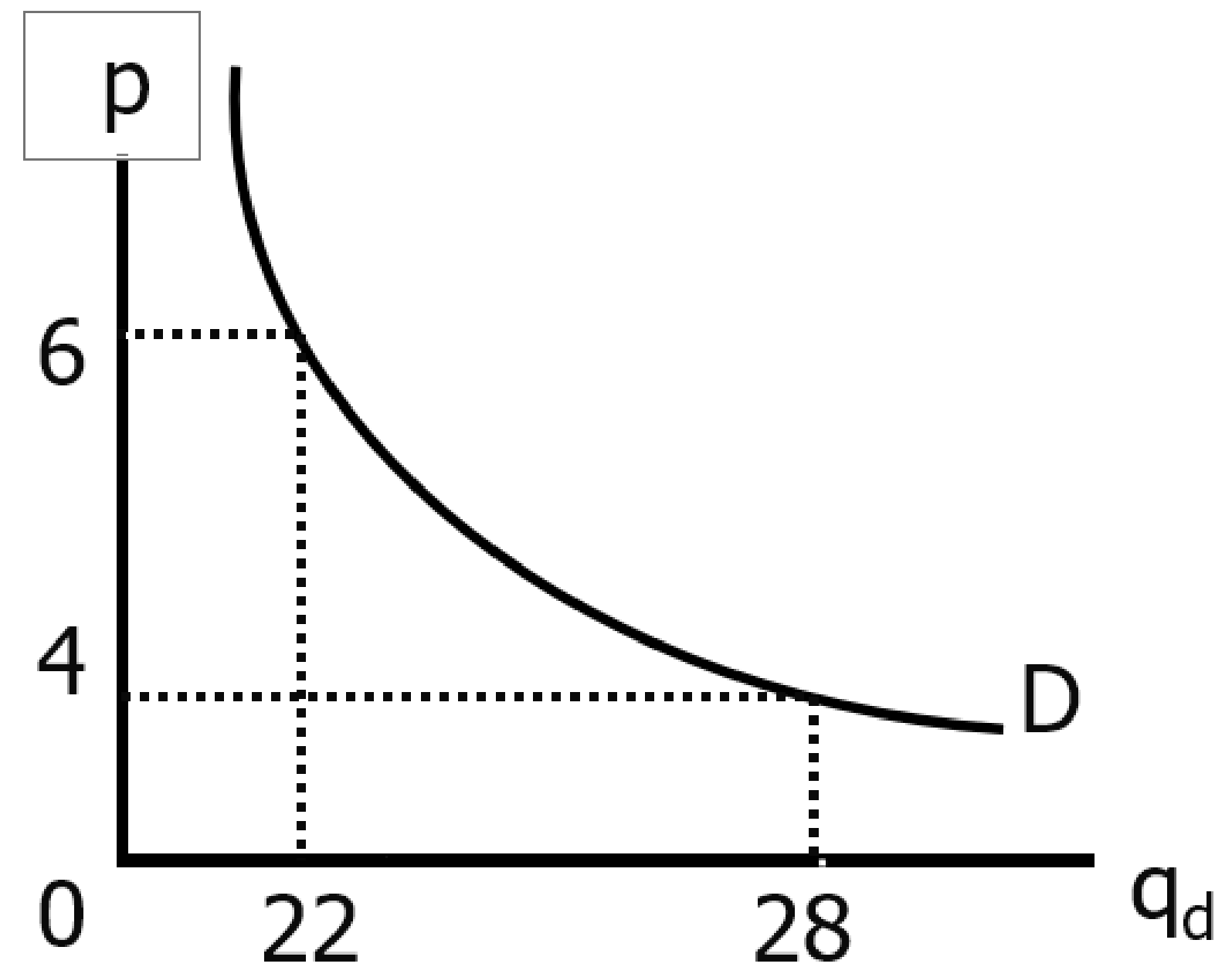
ราคา (p)	3	4	5	6	7
ปริมาณ เสนอซื้อ(q_d)	31	28	25	22	19

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)

เส้นอุปสงค์ต่อราคา (Price Demand Curve)

เส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง
ปริมาณเสนอซื้อ กับราคาสินค้า

นำตัวเลขจากตารางอุปสงค์ที่แสดง
ความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อ
กับราคาสินค้าแต่ละคู่มาลงจุด และ
ลากโยงจุดต่างๆ เข้าด้วยกัน



อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการซื้อสินค้าและบริการ กับ ราคา
สินค้า คือ “ถ้ากำหนดให้สิ่งต่างๆ คงที่แล้ว ปริมาณสินค้าและบริการ
ที่ผู้ซื้อต้องการซื้อจะผันแปรตรงข้ามกับราคาสินค้า”

$$p \uparrow \rightarrow q_d \downarrow$$

$$p \downarrow \rightarrow q_d \uparrow$$

สินค้าและบริการบางประเภท ไม่เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ คือ

$$p \uparrow \rightarrow q_d \uparrow$$

$$p \downarrow \rightarrow q_d \downarrow$$

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)

สินค้าซึ่งไม่เป็นไปตามกฎของอุปสงค์

สินค้าอวดมั่งอวดมี (Conspicuous Goods) เป็นสินค้าประเภทที่ผู้ซื้อมีฐานะร่ำรวย มักซื้อไปบริโภคเพื่ออวดความร่ำรวยให้ผู้อื่นเห็น ดังนั้นหากราคาสินค้าเหล่านี้สูงขึ้น ก็ดึงดูดกลุ่มลูกค้านี้ได้

หรือผู้บริโภคมีความเชื่อว่าคุณภาพ ของสินค้ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับราคาสินค้า โดยเชื่อว่าสินค้าจะมีคุณภาพดีได้ต่อเมื่อราคาสูง ดังนั้นเมื่อราคาสินค้าลดลงแทนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้น ก็กลับจะซื้อลดลง เช่น สินค้าแบรนด์เนม รถหรูหรา

อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ของตลาด

อุปสงค์ส่วนบุคคล (Individual Demand)

หมายถึง ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคแต่ละคนจะซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ

อุปสงค์ตลาด (Market Demand)

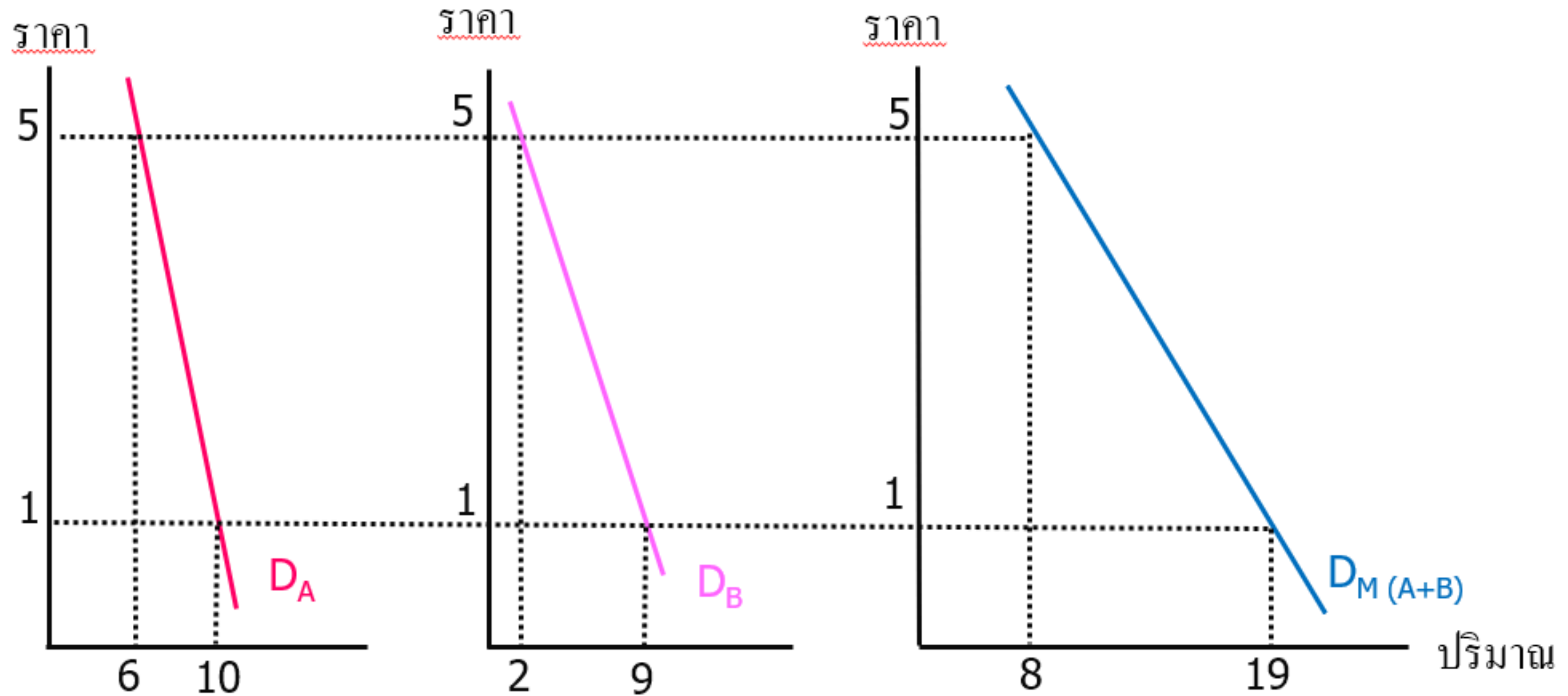
เป็นการรวมอุปสงค์ผู้บริโภคทุกคนในตลาดเข้าด้วยกัน โดยที่การรวมปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคทุกคนจะต้องเป็นการรวม ณ ระดับราคาเดียวกัน

อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ของตลาด

เช่น ถ้าในตลาดมีผู้บริโภค 2 ราย คือ A และ B ที่มีความต้องการซื้อสินค้า ณ ระดับราคาต่างๆ ดังนี้

P	Q_A	Q_B	อุปสงค์ตลาด $Q (A+B)$
1	10	9	$(10+9) = 19$
2	9	6	$(9+6) = 15$
3	8	4	$(8+4) = 12$
4	7	3	$(7+3) = 10$
5	6	2	$(6+2) = 8$

อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ของตลาด



อุปสงค์ส่วนบุคคล A

อุปสงค์ส่วนบุคคล B

อุปสงค์ตลาด

เส้นอุปสงค์ตลาดจะมีความชันน้อยกว่าเส้นอุปสงค์ส่วนบุคคลของ A และ B