

BEC1116 หลักเศรษฐศาสตร์

Principles of Economics

พฤติกรรมของผู้บริโภคและอุปสงค์

พฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

- แนวคิดเกี่ยวกับอรรถประโยชน์และกฎการลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย
- คุณภาพของผู้บริโภค
- การใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์หาเส้นอุปสงค์

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

แนวคิดเกี่ยวกับอรรถประโยชน์และกฎการลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย

อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ความสามารถของสินค้าในการบำบัดความต้องการของผู้บริโภค

สินค้าใดที่บำบัดความต้องการได้มาก $\rightarrow$ สินค้าที่มีอรรถประโยชน์สูง

สินค้าใดที่บำบัดความต้องการได้น้อย $\rightarrow$ สินค้าที่มีอรรถประโยชน์ต่ำ

อรรถประโยชน์สำหรับผู้บริโภคแต่ละคนไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แม้ผู้บริโภคคนเดียวกัน บริโภคในสินค้าชนิดเดียวกัน อรรถประโยชน์จากสินค้านั้นๆ ก็อาจแตกต่างกันได้ ถ้าพิจารณาในช่วงเวลาที่ต่างกัน

เช่น อาหารจานเดียวกันต่อผู้บริโภค ในขณะที่ผู้บริโภครู้กำลังหิว หรือ กำลังอิ่ม อรรถประโยชน์ก็จะแตกต่างกัน

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

การวัดอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้า สามารถวัดในเทอมของจำนวนอรรถประโยชน์ทั้งหมด และ จำนวนอรรถประโยชน์แต่ละหน่วยของสินค้าที่บริโภคเพิ่มขึ้น โดยที่อรรถประโยชน์สามารถวัดออกมาเป็นหน่วยได้ ซึ่งกำหนดหน่วยเป็น ยูทิล (Util)

1. อรรถประโยชน์ทั้งหมด (Total Utility): TU

คือ อรรถประโยชน์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าจำนวนต่าง ๆ กัน เช่น การบริโภคส้มหนึ่งผลให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค 5 ยูทิล การบริโภคส้มสองผลให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค 9 ยูทิล

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

จำนวนอรรถประโยชน์ 5 และ 9 ยูทิล คือ อรรถประโยชน์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคส้มจำนวนหนึ่งผลและสองผลตามลำดับ และ สามารถหาค่าอรรถประโยชน์ทั้งหมดจากการบริโภคส้มจำนวนอื่นๆได้ 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 บริโภคอยู่ในขณะนั้นจะมีค่าเท่ากับ อรรถประโยชน์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับเพิ่มขึ้น เมื่อบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย

ในกรณีที่บริโภคทีละหน่วย

$$MU_1 = TU_1 - TU_0$$

เช่น นาย A บริโภคส้ม 1 หน่วย เขาจะได้รับอรรถประโยชน์ 5 ยูทิล และ เมื่อ นาย A ได้เพิ่มการบริโภคส้มเป็น 2 หน่วย อรรถประโยชน์ทั้งหมดได้เพิ่มขึ้นเป็น 9 ยูทิล
เช่นนี้ อรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อบริโภคส้มเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย คือ

$$MU = 9 - 5 = 4 \text{ ยูทิล}$$

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

ในกรณีที่บริโภคครั้งละหลายหน่วย

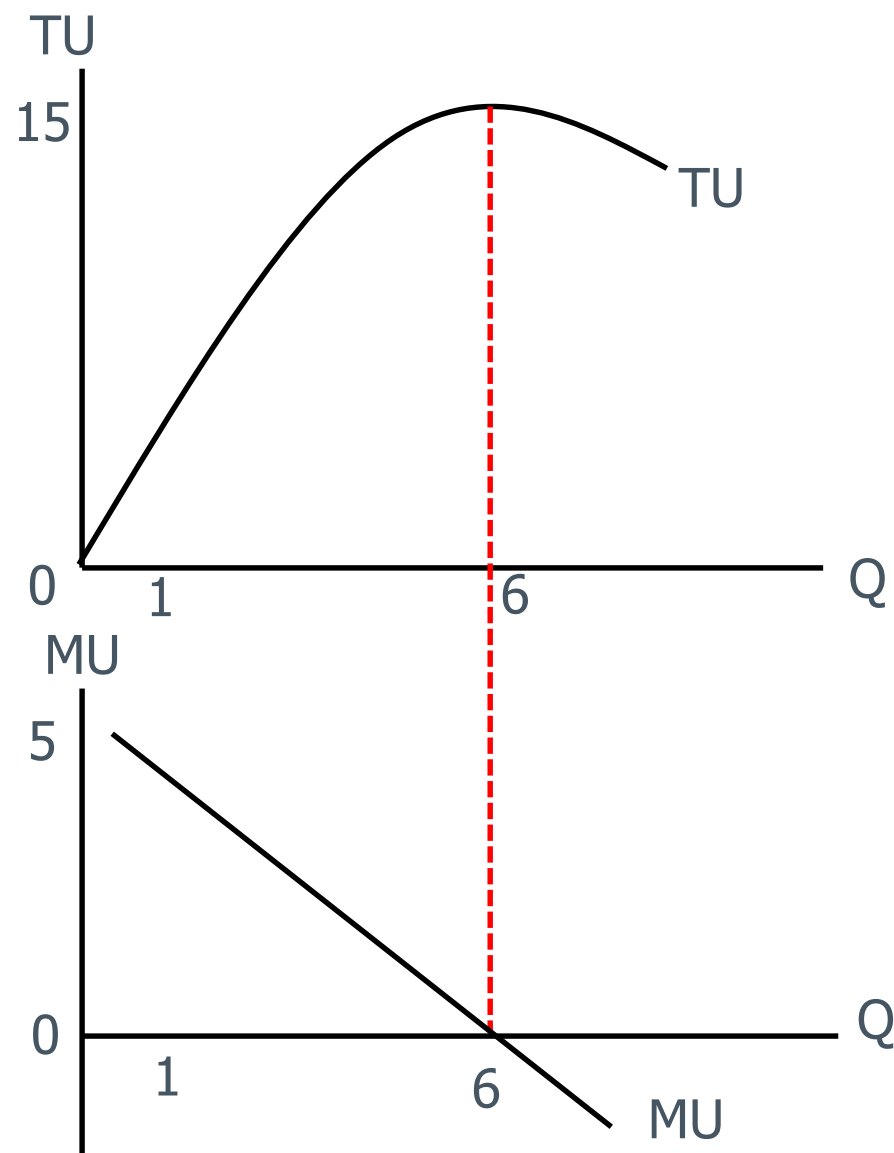
$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$$

ΔTU คือ การเปลี่ยนของอรรถประโยชน์ทั้งหมด 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

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

ความสัมพันธ์ของอรรถประโยชน์ทั้งหมดและ
อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย



ทฤษฎีอรรถประโยชน์

กฎการลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย

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

ซึ่งระบุว่า เมื่อผู้บริโภค **บริโภคสินค้าเพียงชนิดเดียว** เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย MU จะลดลงตามลำดับจนมีค่าเป็นศูนย์และติดลบในที่สุด

ตัวอย่างเช่น นส.B ได้รับเสื้อผ้าใหม่มาหนึ่งตัว เสื้อดังกล่าวยอมให้อรรถประโยชน์ที่สูงต่อ นส.B แต่ถ้า นส.B ได้รับเสื้อที่มีลักษณะ ของแบบ สีล้น และ ลวดลายที่เหมือนกับเสื้อตัวแรกทุกประการเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งตัว เสื้อตัวที่สองนี้ยอมก่อให้เกิดอรรถประโยชน์แก่ นส.B น้อยกว่าเสื้อตัวแรก

ดุลยภาพของผู้บริโภค: วิเคราะห์โดยทฤษฎีอรรถประโยชน์

ดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumer's Equilibrium)

หมายถึง สภาวะการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด จากการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นปริมาณที่เหมาะสมที่สุดที่ไม่คิดจะเปลี่ยนแปลงไปอีก

ยกเว้นว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น ราคาสินค้า รายได้ หรืองบประมาณเปลี่ยนแปลงไป

การพิจารณาดุลยภาพของผู้บริโภคในการจ่ายเงินซื้อสินค้า สามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

1. กรณีของการซื้อสินค้าแต่เพียงชนิดเดียว
2. กรณีของการซื้อสินค้าหลายๆ ชนิด

คุณภาพของผู้บริโภค

1. กรณีของการซื้อสินค้าแต่เพียงชนิดเดียว

ในการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่นั้น ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่าง
อรรถประโยชน์หรือความพอใจที่ได้รับจากสินค้า กับ อรรถประโยชน์ที่สูญเสียไปจาก
จำนวนเงิน ที่ต้องจ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าซึ่งก็คือ **ราคาของสินค้า**

ถ้าอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้า มีค่าสูงกว่า อรรถประโยชน์ของเงินที่จ่าย
ออกไป (**ราคาสินค้า**) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

ในกรณีเช่นนี้ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่าง อรรถประโยชน์ที่ได้รับ กับ ราคาของสินค้า
ได้โดยตรง เพื่อดูว่าเป็นการคุ้มหรือไม่ที่จะซื้อสินค้านั้น

ดุลยภาพของผู้บริโภค

เมื่อกำหนดให้ ค่าอรรถประโยชน์ของสินค้าแต่ละหน่วย = MU และ ราคาสินค้า = P

ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่าง MU และ P

- ซื้อสินค้า ถ้า $MU > P$

- ไม่ซื้อสินค้า ถ้า $MU < P$

ดังนั้นเงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในดุลยภาพ และได้รับความพอใจสูงสุดจากการซื้อสินค้า คือ

$MU > P$ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และ

หยุดซื้อเมื่อ **$MU = P$**

แสดงถึงเงื่อนไขดุลยภาพของผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์ทั้งหมดสูงสุด

การวิเคราะห์ดุลยภาพของผู้บริโภค: กราฟ

ณ. $P = 3$

ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ทั้ง 1 & 2 หน่วย $\rightarrow MU > P$

หยุดซื้อที่ 3 หน่วย $\rightarrow MU = P$ พอดี

ถ้าซื้อต่อไปที่ 4 หน่วย $\rightarrow MU < P$ ได้ไม่คุ้มเสีย

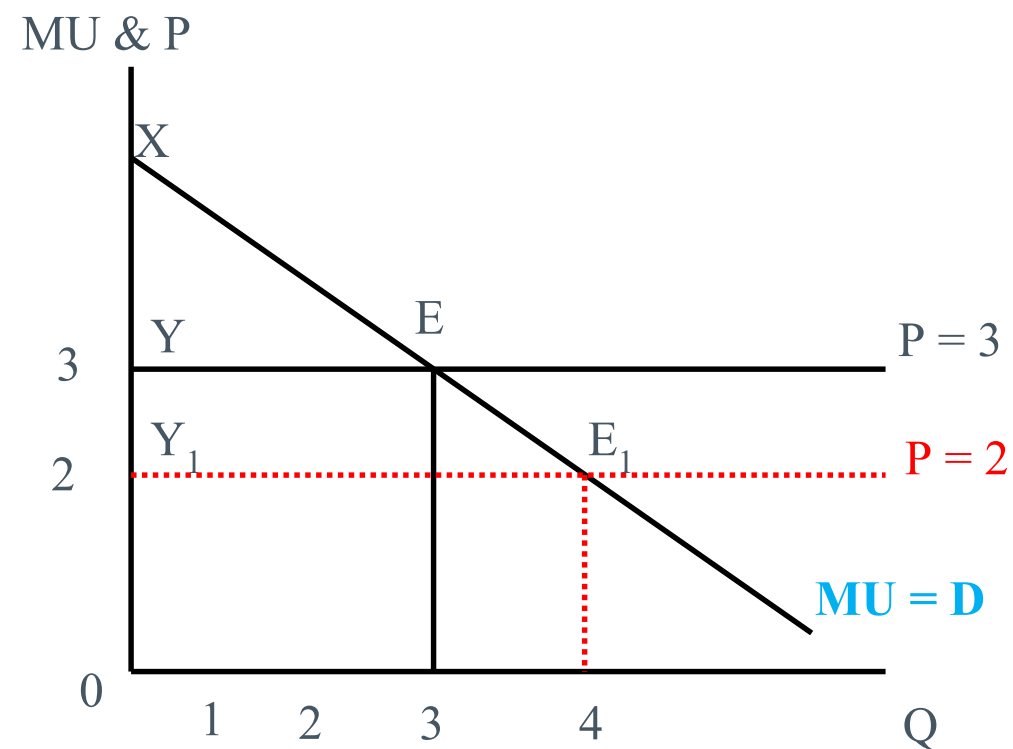
$\therefore$ ส่วนเกินอรรถประโยชน์เหนือจำนวนเงินที่จ่ายไป = พื้นที่ XEY

ณ. $P = 2$

สินค้าที่ 4 หน่วย $\rightarrow MU = P$ ซึ่งผู้บริโภคเพิ่มปริมาณซื้อสินค้า เนื่องจาก P ลดลงมา

$\therefore$ ส่วนเกินอรรถประโยชน์เหนือจำนวนเงินที่จ่ายไปเพิ่มขึ้น = พื้นที่ XE_1Y_1

นำเส้นอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย MU และเส้นระดับราคา P พิจารณาร่วมกัน



ดุลยภาพของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า

คุณภาพของผู้บริโภค

2. กรณีของการซื้อสินค้าหลายๆ ชนิด

กรณีที่ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในหลายชนิดจากงบประมาณที่มีอยู่จำกัด

ปัญหาที่ผู้บริโภคเผชิญ คือ การจัดสรรงบประมาณ ในการซื้อสินค้าใดบ้าง และ ซื้อจำนวนเท่าใด จึงจะทำให้รรถประโยชน์ทั้งหมดมีค่าสูงสุด

ทั่วไปราคาสินค้าแต่ละชนิดย่อมแตกต่างกัน ดังนั้นการจะเปรียบเทียบว่าสินค้าใดให้รรถประโยชน์สูงหรือต่ำกว่ากัน จำเป็นต้องเทียบค่าใช้จ่ายของสินค้าแต่ละชนิดให้เป็นจำนวนที่เท่ากันเสียก่อน

โดยเทียบให้เท่ากับ 1 เรียก ค่าที่ได้ว่า รรถประโยชน์ของเงินหนึ่งหน่วยสุดท้ายที่ใช้ซื้อสินค้า

คุณภาพของผู้บริโภค

ตัวอย่างเช่น ถ้าสินค้า A มีราคา P_A บาท และให้รรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = MU_A ยูทิล การหาประโยชน์ของเงินหนึ่งหน่วยสุดท้ายที่ใช้ซื้อสินค้า A สามารถเทียบได้

เงินจำนวน P_A บาท ให้รรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = MU_A ยูทิล

$$\text{ถ้า 1 บาท} \quad \rightarrow \quad = \frac{MU_A}{P_A}$$

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

ในทำนองเดียวกัน สามารถหาได้ว่า เงินหนึ่งหน่วยที่ใช้ซื้อสินค้า B ให้รรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = $\frac{MU_B}{P_B}$, ซื้อสินค้า C ให้รรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค = $\frac{MU_C}{P_C}$

การแสวงหาความพอใจสูงสุดจากการเลือกบริโภคสินค้าหลายชนิด

เงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด จากการใช้เงินงบประมาณที่มีอยู่ในการซื้อสินค้า คือ ผู้บริโภคต้องแบ่งเงินที่มีอยู่ซื้อสินค้าแต่ละชนิด จนกระทั่งอรรถประโยชน์ของเงินหนึ่งหน่วยสุดท้ายแต่ละชนิดมีค่าเท่ากัน นั่น คือ

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

สมการข้างต้น เรียกว่า สมการดุลยภาพของผู้บริโภค

ผู้บริโภคไม่มีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อสินค้าแต่ละชนิดอีก

นอกจาก ตัวแปรในสมการ เช่น จำนวนเงินที่ผู้บริโภคมีอยู่ หรือ ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป

การใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์หาเส้นอุปสงค์

π

สามารถใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์มาแสดงความสัมพันธ์เพื่อหาเส้นอุปสงค์ได้ สมมติว่าผู้บริโภคซื้อสินค้า A และ B

> ที่ราคา P_A บริโภคได้จำนวน O_A หน่วย ในดุลยภาพ แสดงว่า
$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$$

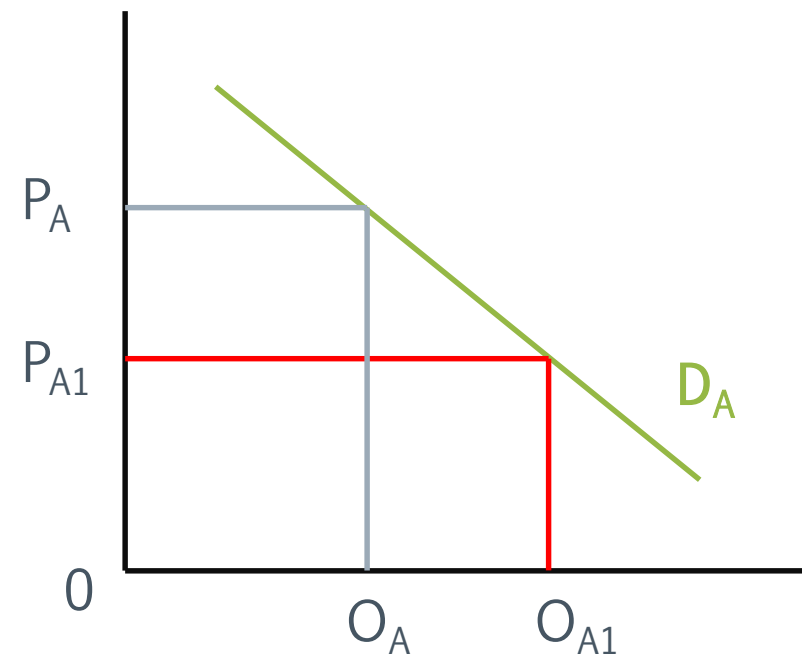
> ถ้าให้ ราคา A ลดลง เป็น P_{A1} $\rightarrow$ MU_A จะมากขึ้น ส่งผลให้ความพอใจต่อสินค้า A มากกว่า B

> ผู้บริโภคซื้อสินค้า A มากขึ้น $\rightarrow$ MU_A ลดลง เป็นไปตามกฎลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย

> ขณะเดียวกัน เมื่อซื้อสินค้า B น้อยลง $\rightarrow$ MU_B สูงขึ้น

> จนกระทั่งทำให้ดุลยภาพกลับมาเท่ากันใหม่ อีกครั้งที่
$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$$

ราคาสินค้า A



ปริมาณ
สินค้า A

อุปสงค์

- › ความหมายของอุปสงค์ และอุปสงค์ชนิดต่างๆ
- › อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ของตลาด
- › การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์และการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand)

อุปสงค์ หมายถึง จำนวนสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อในเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งจะมากหรือน้อยเท่าใดถูกกำหนดโดยปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ราคาสินค้าชนิดนั้น รายได้ของผู้บริโภค และราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าชนิดนั้น

โดยปกติจะพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ละตัว และกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ให้คงที่ (Ceteris Paribus)

อุปสงค์ (Demand)

- › อุปสงค์ ต้องมีความตั้งใจที่จะซื้อ (Willingness) ร่วมกับความ ability ที่จะซื้อ (Ability) หรือ ต้องมีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)
- › การที่ปรารถนาที่จะซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยปราศจากอำนาจซื้อหนุนหลัง ทางเศรษฐศาสตร์จะเป็นได้แค่ Want ไม่ใช่ Demand

อุปสงค์ชนิดต่างๆ

เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปรสำคัญ จะแบ่งอุปสงค์เป็น 3 แบบ คือ

➤ **อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)**

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

ในการวิเคราะห์จะแยกพิจารณาทีละอุปสงค์

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)

- > อุปสงค์ต่อราคา หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น โดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่
- > เช่น ราคาสินค้าชนิดอื่น รายได้ และรสนิยมของผู้ซื้อ กำหนดให้คงที่
- > โดยทั่วไปความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อและราคาสินค้าจะเป็นไปในทางตรงกันข้ามเสมอ กล่าวคือเมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นปริมาณเสนอซื้อจะลดลง

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) (ต่อ)

ตารางอุปสงค์ต่อราคา (Price Demand Schedule)

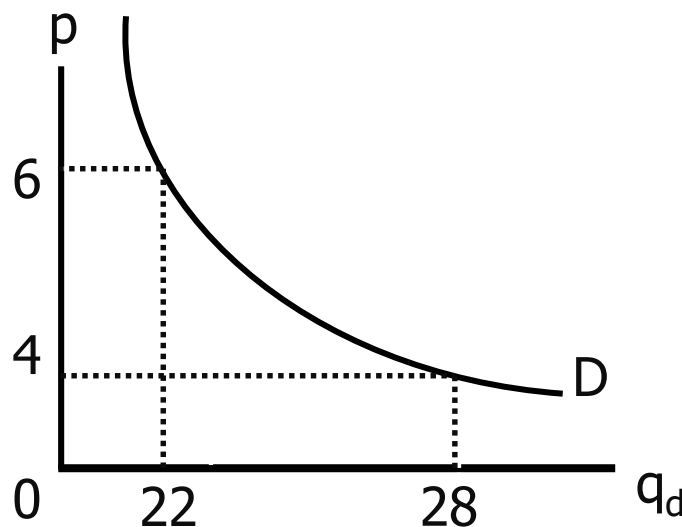
- › ตารางตัวเลขที่บอกให้รู้ว่าปริมาณเสนอซื้อสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ ณ ระดับต่างๆ กันของราคาสินค้านั้นๆ เป็นเท่าใด

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

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) (ต่อ)

เส้นอุปสงค์ต่อราคา (Price Demand Curve)

- > เส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับราคาสินค้า
- > นำตัวเลขจากตารางอุปสงค์ที่แสดงความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อกับราคาสินค้าแต่ละคู่มาลงจุดและลากโยงจุดต่างๆ เข้าด้วยกัน



อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) (ต่อ)

> กฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการซื้อสินค้าและบริการ กับ ราคาสินค้า คือ
“ถ้ากำหนดให้สิ่งต่างๆ คงที่แล้ว ปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้ซื้อต้องการซื้อจะ
ผันแปรตรงข้ามกับราคาสินค้า”

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

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

> สินค้าและบริการบางประเภท ไม่เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ คือ

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

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

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) (ต่อ)

สินค้าซึ่งไม่เป็นไปตามกฎของอุปสงค์

- สินค้าอวดมั่งอวดมี (Conspicuous Goods) เป็นสินค้าประเภทที่ผู้ซื้อมีฐานะร่ำรวย มักซื้อไปบริโภคเพื่ออวดความร่ำรวยให้ผู้อื่นเห็น ดังนั้นหากราคาสินค้าเหล่านี้สูงขึ้น ก็ดึงดูดกลุ่มลูกค้านี้ได้
- หรือผู้บริโภคมีความเชื่อว่าคุณภาพ ของสินค้ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับราคาสินค้า โดยเชื่อว่าสินค้าจะมีคุณภาพดีได้ต่อเมื่อราคาสูง ดังนั้นเมื่อราคาสินค้าลดลงแทนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้นก็กลับจะซื้อลดลง
- เช่น สินค้าแบรนด์เนม รถหรูหร่า

อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ของตลาด

อุปสงค์ส่วนบุคคล (Individual Demand)

› หมายถึง ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคแต่ละคนจะซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ

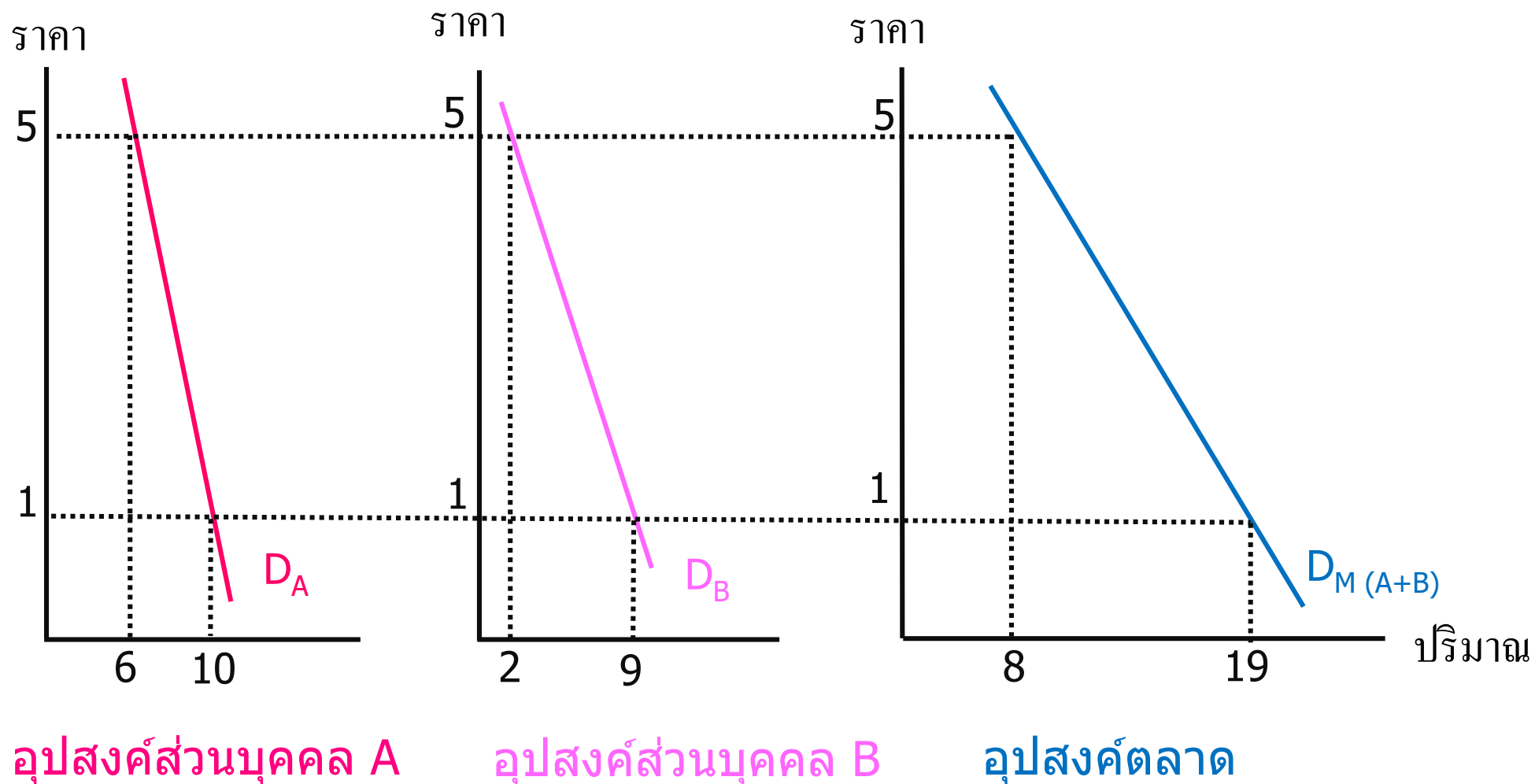
อุปสงค์ตลาด (Market Demand)

› 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	$(6+2) = 8$



เส้นอุปสงค์ตลาดจะมีความชันน้อยกว่าเส้นอุปสงค์ส่วนบุคคลของ A และ B