

บทที่ 8

การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดผูกขาดแท้จริง

จากบทที่แล้วที่ได้กล่าวถึงการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งเป็นตลาดที่ผู้ผลิตไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ เนื่องจากในตลาดมีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากขายสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการและสามารถใช้ทดแทนกันได้ ดังนั้นผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ จึงต้องขายสินค้าตามราคาตลาด อีกทั้งไม่สามารถกีดกันผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้ามาขายแข่งได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ที่มีลักษณะแตกต่างออกไป โดยทั่วไปแล้ว ตลาดสินค้าและบริการต่างๆ จะเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์แทบทั้งสิ้น ซึ่งจะมีระดับของการผูกขาดมากน้อยไม่เท่ากัน ในที่นี้อาจแบ่งตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ ตลาดที่มีการผูกขาดแท้จริง ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด และตลาดที่มีผู้ขายน้อย ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ตลาดผูกขาดแท้จริงก่อน ส่วนตลาดที่เหลือจะกล่าวถึงในบทต่อไป

ลักษณะของตลาดผูกขาดแท้จริง

เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างหรือปัจจัยแวดล้อมที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดผูกขาดแท้จริง จะขออธิบายขยายความลักษณะหรือคุณสมบัติสำคัญแต่ละประการของตลาดผูกขาดแท้จริง ดังนี้

1) มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียว หรือมีการรวมกลุ่มของหน่วยผลิตไม่กี่รายที่รวมตัวกันจนมีอำนาจควบคุมสินค้าชนิดหนึ่งชนิดใดอย่างเด็ดขาดในตลาด จึงเรียกตลาดที่มีผู้ผลิตหรือหน่วยผลิตที่มีการรวมกลุ่มกันผูกขาดนี้ว่า ตลาดผูกขาดแท้จริง (Pure Monopoly) และเรียกผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดนี้ว่า “ผู้ผูกขาด” (Monopolist) การที่ตลาดสินค้าชนิดหนึ่งมีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียว จึงทำให้ผู้ผลิตรายนี้เป็นเจ้าของสินค้าทั้งหมดในตลาด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ผูกขาดมีอำนาจในการกำหนดราคาหรือปริมาณสินค้าในตลาดได้ ดังนั้นแทนที่ผู้ผูกขาดจะขายสินค้าตามราคาตลาดเหมือนอย่างผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งเป็นเพียงผู้รับราคา (Price Taker) ผู้ผูกขาดกลับเป็นผู้กำหนดราคาหรือผู้ตั้งราคา (Price Marker) ในตลาดสินค้านั้นเสียเอง

2) สินค้ามีลักษณะไม่เหมือนใครและไม่มีสินค้าใดที่ใช้ทดแทนได้ดี (no-close substitutes)

แม้ว่าในตลาดผูกขาดแท้จริงผู้ผูกขาดจะไม่ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ โดยตรง เนื่องจากเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวในตลาด ซึ่งสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยผู้ผูกขาดรายนี้ เป็นสินค้าที่ไม่มีใครเหมือน และไม่สามารถหาสินค้าอื่นใดมาทดแทนได้ดี ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ผูกขาดมีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าเองได้ อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าสินค้าที่มีการผูกขาดอยู่ในตลาดบางชนิดอาจมีสินค้าบางอย่างที่พอจะใช้แทนได้บ้าง แม้จะไม่ดีนัก ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางโดยใช้รถยนต์แทนเครื่องบินโดยสาร อาจจะไม่สะดวกสบายและถึงที่หมายช้ากว่าการเดินทางโดยเครื่องบินโดยสาร ดังนั้นการเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารจึงมีลักษณะของการเป็นสินค้าผูกขาด เป็นต้น อย่างไรก็ตามหากสินค้าที่ผูกขาดมีสินค้าอื่น ๆ ที่พอจะใช้ทดแทนกันได้อยู่เป็นจำนวนมาก และสามารถทดแทนได้ดีพอในระดับหนึ่ง อำนาจของการผูกขาดของสินค้าชนิดนั้นก็จะมีต่ำลง แต่หากมีจำนวนน้อยและสามารถทดแทนได้ไม่ค่อยดีมากนัก อำนาจการผูกขาดของสินค้าชนิดนั้นก็จะมีสูง (นราทิพย์ ชุตติวงศ์. 2554 : 300)

3) ผู้ผลิตรายอื่นไม่สามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ ข้อกีดกันที่ป้องกันไม่ให้ผู้ผลิตรายอื่นเข้ามาแข่งขันได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier to entry) ได้แก่

3.1) การกีดกันโดยธรรมชาติ (Natural Barrier to entry) การผูกขาดในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่มาก ๆ หรือเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการประหยัดจากการขยายขนาดการผลิต (Economies of Scale) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถลดต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยให้ต่ำลงได้หากมีการผลิตในจำนวนมากๆ ดังนั้นหากเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กจะทำให้มีต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยสูงมาก ผู้ผลิตรายย่อยจึงไม่สามารถที่จะเข้ามาแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมนี้ได้ เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก จึงเป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาแข่งขันดังกล่าว ยกตัวอย่าง เช่น กิจการไฟฟ้า ประปา การคมนาคมขนส่งโดยรถไฟและเครื่องบิน เป็นต้น

3.2) การกีดกันโดยกฎหมาย (Legal Barrier to entry) เป็นการผูกขาดโดยได้รับอำนาจการผูกขาดจากการปกป้องด้วยกฎหมาย อย่างเช่น กฎหมายลิขสิทธิ์ (Copyright) คือ สิทธิสำหรับผู้เขียนหรืองานเขียน ผู้ประพันธ์เพลง ละครหรืองานศิลปะอื่น ๆ กฎหมายสิทธิบัตร (Patent) คือ สิทธิที่ให้สำหรับผู้คิดค้นสินค้าและบริการ มีสินค้าหลายประเภทที่ผู้ผลิตคิดค้นขึ้นมาและมีการคุ้มครองด้วยกฎหมายให้กับผู้คิดค้นได้มีอำนาจในการผูกขาดเมื่อได้มีการจดทะเบียนสิทธิบัตร (Bade and Parkin, 2008 : 229) กฎหมายสิทธิบัตรในประเทศไทยได้ให้ระยะเวลาคุ้มครอง 20 ปี สำหรับสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ และ 10 ปี สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 นอกจากนี้ การกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายอื่น อาจทำได้โดยรัฐเป็นผู้ให้สัมปทาน (Public Franchise) ในกิจการนั้น คือ การให้สิทธิกับหน่วยผลิตรายหนึ่งในการเสนอขายสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หรือการ

ออกใบอนุญาตจากภาครัฐ (Government License) คือ เป็นการควบคุมการเข้ามาประกอบอาชีพและเข้าสู่อุตสาหกรรมบางประเภท โดยอนุญาตให้กิจการใดกิจการหนึ่งแต่เพียงหน่วยเดียวเป็นผู้ผลิตสินค้าชนิดนั้น ด้วยเหตุผลทางด้านความปลอดภัยของบุคคลในประเทศหรือเหตุผลอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมบุหรี่ การให้สัมปทานการทำป่าไม้ เหมืองแร่ หรือรังนกนางแอ่นแก่ผู้ให้ค่าตอบแทนแก่รัฐในจำนวนหนึ่ง (นราทิพย์ ชูติวงศ์. 2554 : 301)

3.3) การกีดกันที่สร้างขึ้นโดยผู้ผูกขาดเอง (Creation of Barrier to entry) เป็นอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายอื่น โดยเป็นการผูกขาดที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ผูกขาดเป็นเจ้าของหรือมี สิทธิครอบครองปัจจัยการผลิตที่จำเป็นต่อการผลิตสินค้านั้นแต่เพียงผู้เดียว ทำให้ผู้ผลิตรายอื่นไม่สามารถหาปัจจัยการผลิตนั้นมาผลิตแข่งขันได้ ยกตัวอย่างเช่น บริษัท “Alco” ซึ่งเป็นเจ้าของเหมืองแร่บ็อกไซต์ ที่ใหญ่ที่สุดในโลก หรือ The De Beers Cartel ซึ่งเป็นบริษัทผลิตเพชรรายใหญ่ของโลกที่ซื้อเหมืองเพชรไว้เกือบทั้งหมด (ชยันต์ ดันติวัตตการ. 2552 : 200) เป็นต้น ดังนั้นการมีอำนาจอย่างเต็มที่ที่จะเข้าควบคุมวัตถุดิบที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตสินค้านั้น ๆ แต่เพียงผู้เดียว ก็มีผลทำให้ผู้ผลิตรายนั้นกลายเป็นผู้ผูกขาดในการผลิตสินค้าดังกล่าวได้โดยปริยาย

จากลักษณะของตลาดผูกขาดและสาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการกีดกันการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตรายใหม่ดังที่กล่าวข้างต้น ทำให้สามารถแบ่งตลาดผูกขาดออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม และตลาดผูกขาดที่ควบคุมโดยรัฐบาล ในกรณีของตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม ผู้ผูกขาดมีอำนาจเต็มที่ในการกำหนดราคาหรือปริมาณการผลิตอย่างใดอย่างหนึ่งได้ ส่วนกรณีตลาดผูกขาดที่ถูกควบคุมโดยรัฐบาล ผู้ผูกขาดไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาตามที่ต้องการได้ รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าดังกล่าวเอง ซึ่งโดยส่วนใหญ่กิจการที่มีการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจจะถูกควบคุมโดยรัฐบาล ดังนั้นในหัวข้อถัดไปจะได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม เพื่อที่จะได้เข้าใจว่าเหตุใดรัฐจึงต้องเข้ามาควบคุมการผูกขาด และผลจากการที่รัฐเข้ามาควบคุมการผูกขาดนั้น จะส่งผลต่อผู้บริโภคและสังคมโดยรวมอย่างไร

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ผูกขาดที่ไม่มีการควบคุมโดยรัฐบาล จะทำให้ทราบว่าผู้ผูกขาดจะกำหนดราคาสินค้าและปริมาณผลผลิตของตนอย่างไรเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด โดยจะทำการวิเคราะห์ตามกลยุทธ์ในการกำหนดราคาของผู้ผูกขาด ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

กลยุทธ์การกำหนดราคาในตลาดผูกขาด

ความแตกต่างระหว่างตลาดผูกขาดกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ในตลาดผูกขาด ผู้ผูกขาดมีอำนาจในการกำหนดราคาหรือปริมาณขายเองได้ ถ้าผู้ผลิตต้องการเพิ่มยอดขายในปริมาณที่มากขึ้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องลดราคาของตน โดยกลยุทธ์ในการกำหนดราคาขายของผู้ผูกขาดในตลาดผูกขาดแท้จริงที่สามารถจะทำได้ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลยุทธ์ คือ การขายราคาเดียว และการแบ่งแยกราคาขาย จะได้กล่าวโดยละเอียดดังนี้ (Parkin, 2010 : 301)

1) การขายราคาเดียว (Single Price) เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ผูกขาดขายสินค้าของตนแต่ละหน่วยในราคาเดียวกันให้กับผู้บริโภคทุกคน ถ้าหากผู้ผูกขาดขายสินค้าของเขาให้กับผู้บริโภคบางคนในราคาที่ต่ำกว่าราคานี้ และขายสินค้าให้กับอีกคนหนึ่งในราคาที่สูงกว่าราคานี้ จะมีผู้ซื้อสินค้าของผู้ผูกขาดรายนี้เพียงลูกค้าที่ซื้อในราคาต่ำกว่าเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น The De Beers Cartel เป็นบริษัทที่ขายเพชรที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก โดยจะขายเพชร (ทั้งขนาดและคุณภาพที่เหมือนกัน) ในราคาเดียวกันให้กับผู้บริโภค ถ้าหากเขาขายเพชรให้กับลูกค้าคนหนึ่งในราคาต่ำกว่า และขายให้กับอีกคนหนึ่งในราคาที่สูงกว่าจะมีผู้ซื้อเพียงลูกค้าที่ซื้อในราคาต่ำกว่าเท่านั้น ดังนั้น De Beers จึงกำหนดราคาขายในตลาดผูกขาดนี้ เป็นราคาเดียวที่ลูกค้าทุกคนซื้อได้เหมือนกัน

2) การแบ่งแยกราคาขาย (Price-discriminating Monopoly) คือ การขายสินค้าแต่ละหน่วยในราคาที่แตกต่างกัน เช่น สายการบินกำหนดราคาในการเดินทางเที่ยวเดียวที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตพิซซ่ากำหนดราคาขายพิซซ่า 1 ถาด แต่เหมือนเกือบให้ฟรีสำหรับถาดที่ 2 ลูกค้าคนละกลุ่มอาจซื้อในราคาต่างกัน (เหมือนตัวของสายการบิน) หรือลูกค้ารายเดียวอาจซื้อในราคาต่างกัน ได้สำหรับปริมาณซื้อที่ต่างกัน (เช่น พืชชำถาดที่ 2)

จะเห็นได้ว่า การใช้กลยุทธ์การแบ่งแยกราคาขายของผู้ผลิตคือ การกำหนดราคาสินค้าสูงที่สุดเท่าที่จะทำได้สำหรับสินค้าแต่ละหน่วยที่จะขาย ซึ่งก็จะทำให้ผู้ผลิตได้รับกำไรมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ แต่ทั้งนี้ก็เชื่อว่าสินค้าและบริการในตลาดผูกขาดจะสามารถแบ่งแยกราคาขายได้ทุกชนิด เพราะอุปสรรคที่สำคัญในการแบ่งแยกราคาขาย คือ การนำสินค้ากลับมาขายใหม่ โดยจะเกิดขึ้นในกรณีที่มีผู้ซื้อซื้อสินค้าขึ้นไปในราคาที่สูงกว่า ดังนั้นการใช้กลยุทธ์การแบ่งแยกราคาขาย จะใช้ได้กับสินค้าและบริการที่ไม่สามารถจะนำกลับมาขายซ้ำได้อีก

การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตของผู้ผูกขาดที่ขายราคาเดียว

เพื่อให้เข้าใจว่าผู้ผูกขาดที่ขายราคาเดียวตัดสินใจกำหนดระดับผลผลิตและราคาอย่างไร จะต้องศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและรายรับส่วนเพิ่มก่อน

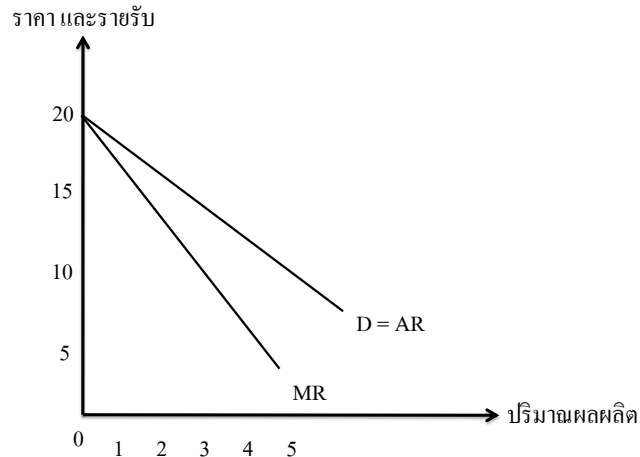
1. ราคาและรายรับหน่วยสุดท้าย

เนื่องจากในตลาดผู้ผูกขาดแท้จริงจะมีผู้ผลิตเพียงรายเดียวที่ทำการผลิตสินค้าชนิดนั้นในตลาด ดังนั้นผู้บริโภคทั้งตลาดจึงต้องซื้อสินค้าชนิดนั้นจากผู้ผูกขาดรายนี้เท่านั้น จึงทำให้เส้นอุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าในตลาดหรืออุปสงค์ของตลาด เป็นเส้นเดียวกับเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผูกขาดต้องเผชิญ ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นตรงลาดลงจากซ้ายไปขวา และมีความชันเป็นลบ การที่เส้นอุปสงค์ดังกล่าวเป็นเส้นที่ลาดลงจากซ้ายไปขวา แสดงว่า เมื่อผู้ผูกขาดลดราคาสินค้าลงจะทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้ามากขึ้น แต่ถ้าผู้ผูกขาดขึ้นราคาสินค้าก็จะทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในจำนวนที่น้อยลง แม้ว่าในตลาดผู้ผูกขาดแท้จริงผู้ผูกขาดจะสามารถกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตเองได้ตามความต้องการ แต่การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตก็ไม่สามารถกระทำได้อย่างพร้อมๆ กัน แต่จะกระทำได้อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากผู้ผูกขาดไม่สามารถบังคับให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าตามราคา หรือปริมาณผลผลิตที่ต้องการได้ เพราะราคาและปริมาณผลผลิตที่ขายได้จะขึ้นอยู่กับความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภค หรือเป็นไปตามเส้นอุปสงค์ของตลาดที่ผู้ผูกขาดกำลังเผชิญอยู่ ดังนั้นผู้ผูกขาดจึงต้องเลือกกำหนดอย่างใดอย่างหนึ่งระหว่างราคาหรือปริมาณผลผลิต ดังจะอธิบายได้ด้วยตารางที่ 8.1

ตารางที่ 8.1 ความสัมพันธ์ของราคา รายรับรวม รายรับเฉลี่ย และรายรับส่วนเพิ่ม ในตลาดผูกขาด

ราคา (P)	ปริมาณ (Q)	รายรับรวม (TR)	รายรับเฉลี่ย (AR)	รายรับส่วนเพิ่ม (MR)
20	0	0	0	-
18	1	18	18	18
16	2	32	16	14
14	3	42	14	10
12	4	48	12	6
10	5	50	10	8

และเมื่อนำค่าต่าง ๆ ที่ได้ไปพล็อตจุดก็จะได้เส้นอุปสงค์ของตลาดหรือเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผูกขาด
เผชิญ ดังรูปที่ 8.1



รูปที่ 8.1 เส้นอุปสงค์และเส้นรายรับส่วนเพิ่มของผู้ผลิตในตลาดผูกขาดแท้จริง

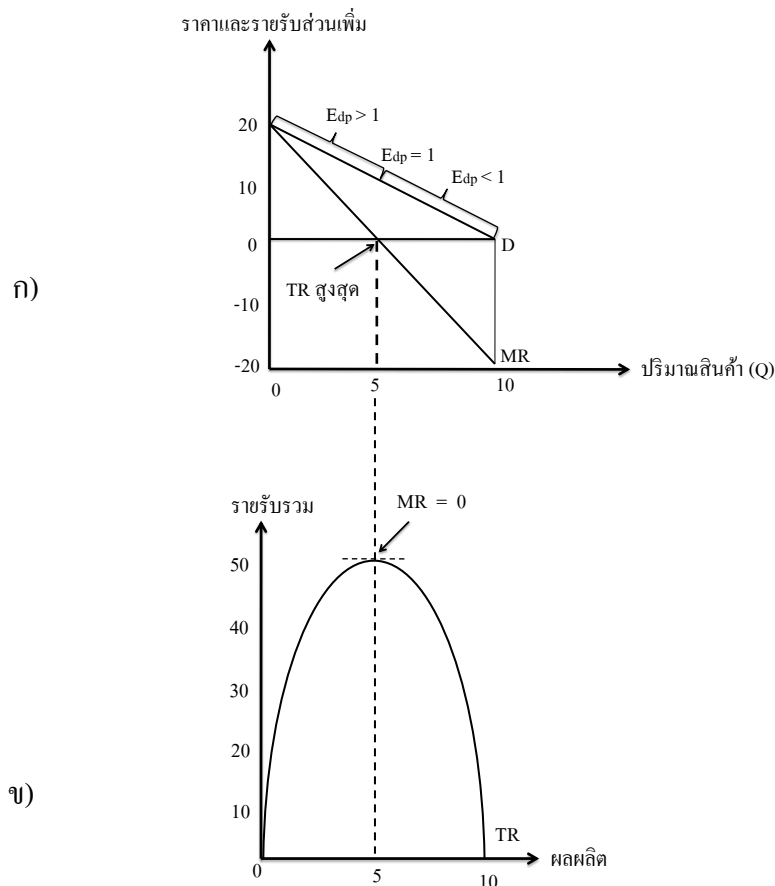
จากตารางที่ 8.1 จะเห็นว่าเมื่อผู้ผูกขาดตั้งราคาสินค้าที่หน่วยละ 18 บาท เขาจะขายสินค้า
ไม่ได้เลย แต่ถ้าราคาลดลงมาอยู่ที่หน่วยละ 10 บาท เขาจะขายสินค้าได้ถึง 4 หน่วย ดังนั้นเส้นอุปสงค์ที่
ผู้ผูกขาด ต้องเผชิญจึงเป็นเส้นเดียวกับเส้นอุปสงค์ของตลาด และเป็นเส้นเดียวกับเส้นรายรับเฉลี่ยหรือ
เส้นราคา ($D = AR = P$) ดังรูปที่ 8.1 และหากสมมติให้ ผู้ผูกขาดกำหนดราคาที่จะขายหน่วยละ 16 บาท
เขาก็จะไม่สามารถควบคุมปริมาณการขายได้ ณ ราคานี้เขาจะขายได้เพียง 1 หน่วยเท่านั้น และถ้าหากเขา
กำหนดปริมาณผลผลิตที่ต้องการขายอยู่ที่ 4 หน่วย เขาก็จะไม่สามารถกำหนดราคาที่จะขายได้ต้องปล่อยให้
ให้เป็นไปตามสภาพอุปสงค์ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น ซึ่งจะขายได้ในราคาเพียง 10 บาทเท่านั้น

จากรูปที่ 8.1 จะเห็นว่า เส้นอุปสงค์ของตลาดเป็นเส้นเดียวกับเส้นรายรับเฉลี่ย ($D = AR$) แต่เส้น
รายรับส่วนเพิ่ม (MR) กลับเป็นคนละเส้นกับเส้นอุปสงค์ของตลาด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ในตลาด
ผูกขาด การเพิ่มยอดขายของผู้ผูกขาดจะทำได้โดย ผู้ผูกขาดจะต้องยอมลดราคาสินค้าหน่วยที่ต้องการ
ขายเพิ่มขึ้นให้ต่ำลงจากเดิมตามเส้นอุปสงค์ที่ทอดลง แต่เนื่องจากผู้ผูกขาดจะต้องขายสินค้าให้กับ
ผู้บริโภค ทุกคนในราคาเดียวกันทั้งหมด ดังนั้นการลดราคาให้ต่ำลงจึงเกิดขึ้นกับทุก ๆ หน่วยของสินค้า
ที่ขาย ไม่ใช่เฉพาะหน่วยที่ขายได้เพิ่มขึ้นเท่านั้น จึงทำให้รายรับรวมลดลงเร็วกว่ารายรับเฉลี่ย ส่งผลให้
เส้นรายรับ ส่วนเพิ่มอยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าเส้นรายรับเฉลี่ย และมีความชันเป็นสองเท่าของเส้นรายรับ
เฉลี่ย ดังได้อธิบายมาแล้วในบทที่ 6 หัวข้อรายรับในกรณีราคาสินค้าไม่คงที่

2. รายรับส่วนเพิ่มและความยืดหยุ่น

จากการศึกษาในบทที่ 3 หัวข้อ 3.1.7 เรื่องค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์และความสัมพันธ์กับรายรับรวม ทำให้ทราบว่าความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ต่อราคาจะมีผลต่อการรายรับรวม (TR) ที่ได้รับ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในราคาขาย กล่าวคือ ถ้าเส้นอุปสงค์ต่อราคามีความยืดหยุ่นมาก ($E_d > 1$) เมื่อผู้ผลิตต้องการรายรับรวมเพิ่มขึ้น เขาจะต้องลดราคาลงมา แต่ถ้าเส้นอุปสงค์ต่อราคามีความยืดหยุ่นน้อย ($E_d < 1$) เมื่อผู้ผลิตลดราคา กลับทำให้รายรับรวมลดลงแทน

จากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์และความสัมพันธ์กับรายรับรวมดังกล่าว สามารถใช้เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายรับส่วนเพิ่มกับความยืดหยุ่นได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากในตลาดผูกขาดเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผูกขาดต้องเผชิญจะเป็นเส้นเดียวกันกับเส้นรายรับส่วนเพิ่ม ($D = MR$) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้นเราจึงสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรายรับส่วนเพิ่มกับค่าความยืดหยุ่น ได้ดังรูปที่ 8.2



รูปที่ 8.2 ความสัมพันธ์ระหว่างรายรับหน่วยส่วนเพิ่มและค่าความยืดหยุ่น
ที่มา : Parkin. 2010 : 303

จากรูปที่ 8.2 จะเห็นได้ว่า ในช่วงที่อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากและรายรับส่วนเพิ่มมีค่าเป็นบวก เมื่อราคาตกลงจาก 20 บาท เป็น 10 บาท ดังรูปที่ 8.2 ก) ผู้ผลิตจะขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นจาก 0 หน่วย เป็น 5 หน่วย และได้รายรับรวมเพิ่มขึ้นจาก 0 บาท เป็น 50 บาท ดังรูป 8.2 ข) ในทางตรงกันข้าม หากอุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อยและรายรับส่วนเพิ่มมีค่าเป็นลบ เมื่อราคาตกลงจาก 10 บาท เป็น 0 บาท ผู้ผลิตจะขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นจาก 5 หน่วย เป็น 10 หน่วย ดังรูปที่ 8.2 ก) รายรับรวมจะลดลง ดังรูป 8.2 ข) และเมื่ออุปสงค์มีความยืดหยุ่นคงที่ รายรับส่วนเพิ่มจะมีค่าเท่ากับ 0 และรายรับรวมจะมีค่าสูงสุด ณ ระดับราคาเท่ากับ 10 บาท (Parkin, 2010 : 303)

ดังนั้นจากความสัมพันธ์ของรายรับส่วนเพิ่มกับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่ผู้ผูกขาดต้องเผชิญ ทำให้ทราบว่า ถ้าผู้ผลิตในตลาดผูกขาดต้องการกำไรสูงสุด เขาจะต้องกำหนดราคาขายในช่วงที่เส้นอุปสงค์มีค่าความยืดหยุ่นมากกว่า 1 และรายรับส่วนเพิ่มมีค่าเป็นบวก โดยในช่วงนี้ผู้ผลิตจะต้องลดราคาสินค้าลง จึงจะทำให้ขายสินค้าได้ในปริมาณที่มากขึ้น และจะได้รายรับรวมเพิ่มขึ้น แต่ถ้าหากเส้นอุปสงค์ของผู้ผูกขาดมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 และรายรับส่วนเพิ่มมีค่าเป็นลบ ผู้ผูกขาดจะต้องตั้งราคาสินค้าที่สูง และผลิตผลผลิตออกจำหน่ายในปริมาณที่น้อยลงแทน จึงจะทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้น

ในลำดับต่อไปจะได้ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจในการกำหนดราคาและผลผลิตของผู้ผูกขาด ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ดุลยภาพทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวของผู้ผูกขาด ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

วิเคราะห์ดุลยภาพในระยะสั้นของผู้ผูกขาด

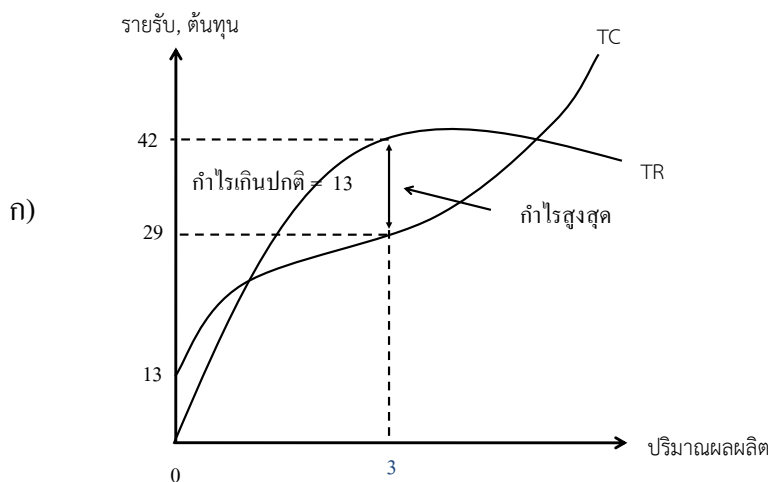
ในกรณีที่การผลิตของผู้ผูกขาดอยู่ในระยะสั้น แสดงว่า การผลิตมีทั้งการใช้ปัจจัยคงที่และปัจจัยผันแปรเช่นเดียวกับการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ดังนั้นต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงจึงมีทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร การกำหนดระดับผลผลิตและราคาในระยะสั้น จึงขึ้นอยู่กับรายรับและต้นทุนของผู้ผูกขาดว่าเป็นเช่นไร ดังนั้นหากสมมติให้ผู้ผูกขาดมีรายรับและต้นทุนในการผลิต ณ ระดับการผลิตต่าง ๆ ดังตารางที่ 8.2

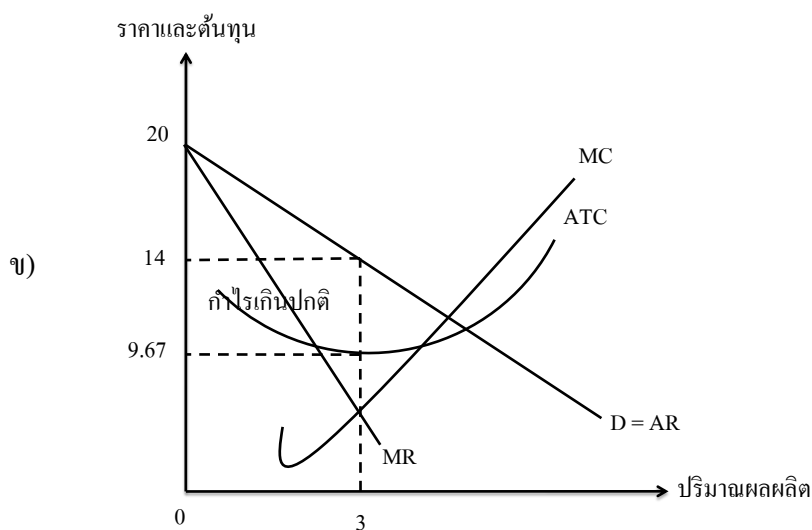
ตารางที่ 8.2 การตัดสินใจในการผลิตและการกำหนดราคาสินค้าในตลาดผูกขาด

ราคา (P)	ปริมาณ (Q)	รายรับรวม (TR)	รายรับส่วนเพิ่ม (MR)	ต้นทุนทั้งหมด (TC)	ต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC)	กำไร
20	0	0	-	13	-	-13
18	1	18	18	15	2	3
16	2	32	14	19	4	10
14	3	42	10	29	10	13
12	4	48	6	42	13	6
10	5	50	8	58	16	-8

กำไรสูงสุด

จากตารางที่ 8.2 ผู้ผลิตจะมีต้นทุนและรายรับรวมเพิ่มขึ้น เมื่อผลิตสินค้าออกจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยจะมีกำไรสูงสุดเท่ากับ 13 บาท เมื่อผลิตสินค้าเท่ากับ 3 หน่วย และขายสินค้าที่ราคาหน่วย 14 บาท หากพิจารณาจากรายรับส่วนเพิ่มและต้นทุนส่วนเพิ่ม พบว่า เมื่อรายรับส่วนเพิ่มมากกว่าต้นทุนส่วนเพิ่ม ($MR > MC$) กำไรจะเพิ่มขึ้น และหากต้นทุนส่วนเพิ่มมากกว่ารายรับส่วนเพิ่ม ($MC > MR$) กำไรจะลดลง และถ้าหากผู้ผลิตลดการผลิตลงจนกระทั่งรายรับส่วนเพิ่มเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม ($MR = MC$) ผู้ผลิตจะได้รับกำไรสูงสุด เมื่อนำรายรับและต้นทุนในตารางที่ 8.2 ไปพล็อตกราฟ จะได้ดังรูปที่ 8.3





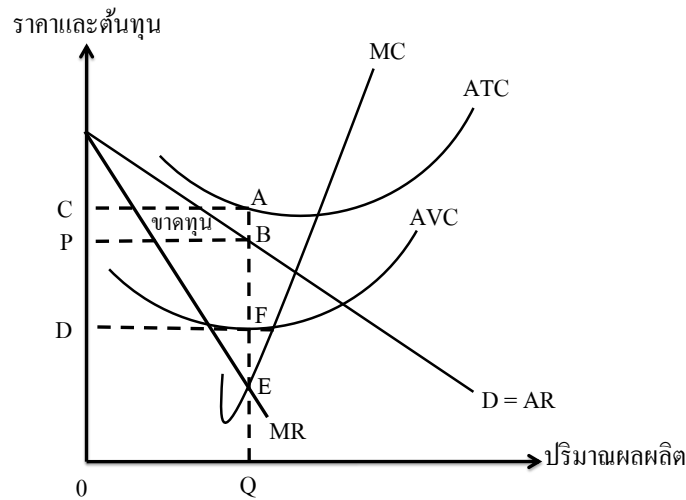
รูปที่ 8.3 ก) กำไรสูงสุดของผู้ผลิตในตลาดผูกขาด เมื่อรายรับรวมอยู่ห่างจากต้นทุนรวมมากที่สุด
 ข) คุณภาพในระยะสั้นของผู้ผูกขาด : กรณีได้กำไรเกินปกติ

จากรูปที่ 8.3 ก) จะเห็นได้ว่า การดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตในตลาดผูกขาดก็เช่นเดียวกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ที่พยายามดำเนินธุรกิจของตนให้ได้รับกำไรสูงสุด ซึ่งจะทำให้การผลิต ณ จุดที่รายรับรวมห่างจากต้นทุนรวมมากที่สุด โดยจะทำการผลิตที่ระดับผลผลิตเท่ากับ 3 หน่วย

และจากรูปที่ 8.3 ข) จะเห็นได้ว่า ผู้ผูกขาดจะทำการผลิต ณ ระดับผลผลิตที่ $MR = MC$ โดยจะผลิตเท่ากับ 3 หน่วย ส่วนจะขายสินค้าในราคาหน่วยละเท่าไรนั้น จะขึ้นอยู่กับเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผูกขาดกำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้น และ ณ ระดับผลผลิตเท่ากับ 3 หน่วย ผู้ผลิตจะต้องขายสินค้าหน่วยละ 14 บาท จึงจะทำให้ได้กำไรสูงสุด

เรามักเข้าใจว่า ในตลาดผูกขาดหน่วยผลิตจะมีกำไรเกินปกติเสมอ เนื่องจากมีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าเองได้และสามารถกีดกันไม่ให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันได้ แต่ความเข้าใจนี้อาจไม่เป็นจริงเสมอไป เพราะการผลิตในระยะสั้นมีความเป็นไปได้ที่ผู้ผูกขาดจะประสบกับการขาดทุน เช่นเดียวกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ หากผู้ผูกขาดมีต้นทุนเฉลี่ยที่สูงกว่าราคาที่ตนขายได้ ซึ่งสาเหตุสำคัญอาจเนื่องมาจากต้นทุนที่สูงเกินไปหรืออุปสงค์ตลาดอยู่ในระดับที่ต่ำเกินไปนั่นเอง หรืออาจทั้งสองสาเหตุรวมกันก็ได้ นั่นก็หมายความว่าในระยะสั้นผู้ผูกขาดอาจจะประสบกับการขาดทุน กำไร หรือ คຸ້ມທຸນ ก็ได้เช่นเดียวกับการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ การที่ผู้ผลิตในตลาดผูกขาดยอมแบกรับภาระกับการขาดทุนในระยะเวลาหนึ่ง ก็เพื่อรอเวลาในการปรับตัวเพื่อให้สามารถลดต้นทุนการผลิตลงมาได้ หรือเพื่อรอให้อุปสงค์ของตลาดเพิ่มขึ้นจนสามารถขายผลผลิตในราคาที่สูงขึ้นหรือมีกำไรได้นั่นเอง

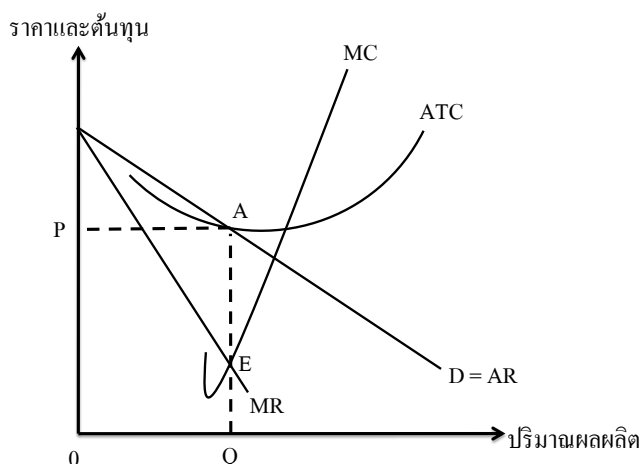
แต่ในภาวะที่ประสบกับการขาดทุนอยู่นั้น ผู้ผูกขาดจะตัดสินใจดำเนินการผลิตก็ต่อเมื่อราคาขายได้สูงกว่าต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (AVC) เท่านั้น หากราคาขายต่ำกว่าต้นทุนผันแปรเฉลี่ย จะต้องหยุดทำการผลิตหรือปิดกิจการทันที เนื่องจากถ้ายิ่งทำการผลิตจะยิ่งทำให้ขาดทุนมากกว่าหยุดการผลิต ซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกันกับการผลิตในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ดังได้กล่าวมาแล้ว ต่อไปนี้จะเป็นตัวอย่างกรณีที่ผู้ผูกขาดประสบกับการขาดทุน ดังรูปที่ 8.4



รูปที่ 8.4 คุณภาพในระยะสั้นของผู้ผูกขาด : กรณีขาดทุน

จากรูปที่ 8.4 เป็นกรณีที่ผู้ผูกขาดประสบกับการขาดทุน เนื่องจากต้นทุนเฉลี่ย (ATC) สูงกว่าเส้นอุปสงค์หรือเส้นราคาในทุก ๆ ระดับการผลิต และเพื่อให้เขาขาดทุนน้อยที่สุด เขาจะต้องเลือกผลิต ณ ระดับผลผลิตที่ $MR = MC$ โดยผลิตในปริมาณ OQ หน่วย และขายสินค้าในราคาหน่วยละ OP บาท โดยมีต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยเท่ากับ OC บาท จะเห็นได้ว่า ผู้ผูกขาดรายนี้จะขาดทุนหน่วยละ PC หรือ AB บาท โดยจะขาดทุนทั้งสิ้นเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม $PCAB$ อย่างไรก็ตาม จะเห็นว่าราคาที่เขาขายได้ยังสูงกว่าต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (AVC) ที่หน่วยละ OD บาท ดังนั้นการผลิตต่อไปจะช่วย ทำให้เขาขาดทุนน้อยลงกว่าการหยุดผลิต เพราะถ้าหยุดผลิตเขาจะขาดทุนทั้งหมดเท่ากับต้นทุนคงที่เฉลี่ย (AFC) ซึ่งเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม $DCAF$ ซึ่งมากกว่าการทำการผลิตที่ OQ หน่วย

และผู้ผูกขาดจะคุ้มทุนเมื่อราคา ณ ผลผลิตที่ $MR = MC$ นั้นเป็นราคาขายที่เท่ากับต้นทุนเฉลี่ยพอดี ($P = ATC$) ดังรูปที่ 8.5



รูปที่ 8.5 คุณภาพในระยะสั้นของผู้ผูกขาด : กรณีคุ้มทุน

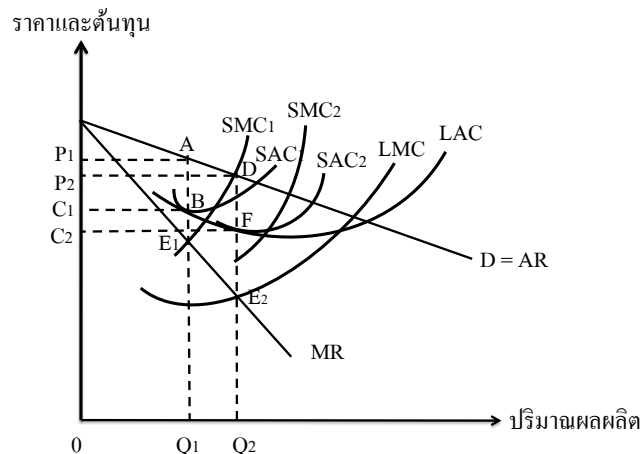
จากรูปที่ 8.5 จะเห็นว่าไม่ว่าผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะใด เขาย่อมตัดสินใจเลือกระดับการผลิตที่ได้กำไรสูงสุดหรือขาดทุนน้อยที่สุดเสมอ นั่นคือจะผลิต ณ ระดับที่ $MR = MC$ นั่นเอง และ ณ ระดับผลผลิต OQ หน่วย ถ้าผู้ผูกขาดมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยเท่ากับ OP บาท และขายสินค้าในราคาหน่วยละ OP บาท เช่นเดียวกัน จะได้ว่าผู้ผูกขาดรายนี้จะเสมอตัวหรือคุ้มทุนพอดี

จากที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า กรณีการผลิตในระยะสั้นของตลาดผูกขาดนี้ ผู้ผูกขาดจะตัดสินใจผลิต ณ ระดับผลผลิตที่ $MR = MC$ จึงจะทำให้ได้กำไรสูงสุด โดยจะตั้งราคาตามเส้นอุปสงค์ของตลาดที่ผู้ผูกขาดกำลังเผชิญอยู่ ทำให้ผู้ผูกขาดอาจจะประสบกับการขาดทุน กำไร หรือ คุ้มทุนก็ได้เช่นเดียวกับการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ของตลาดและต้นทุนในการผลิตของผู้ผูกขาดเอง ดังนั้นการเป็นผู้ผูกขาดจึงมิใช่เครื่องกำปรประกันถึงกำไรแต่ อย่างไม่ เพราะหากผู้ผูกขาดไม่สามารถรักษาสถาบันค่าของตนไว้ได้แล้ว การผูกขาดก็ไร้ความหมาย

อีกทั้งเมื่อหน่วยผลิตเข้าสู่ดุลยภาพในระยะสั้นแล้ว ระดับราคาที่ขายได้จะต้องสูงกว่ารายรับส่วนเพิ่มและต้นทุนส่วนเพิ่มเสมอ ซึ่งต่างจากตลาดแข่งขันในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ที่ราคาขายจะเท่ากับรายรับส่วนเพิ่มและต้นทุนส่วนเพิ่มพอดี ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้การผูกขาดนำมาซึ่งการจัดสรรทรัพยากรที่ขาดประสิทธิภาพ เพราะการที่ราคาสูงกว่า MC แสดงว่า มีการนำทรัพยากรมาใช้ในการผลิตน้อยกว่าที่ผู้บริโภคต้องการ การจัดสรรทรัพยากรจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดเมื่อสินค้ามีราคาเท่ากับ MC ซึ่งจะเกิดขึ้นในกรณีของการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เท่านั้น

การวิเคราะห์ดุลยภาพในระยะยาวของผู้ผูกขาด

จากที่กล่าวมาแล้วว่า ในตลาดผูกขาดผู้ผูกขาดสามารถกีดกันการเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมของหน่วยธุรกิจรายใหม่ได้ แต่การที่ไม่มีหน่วยธุรกิจรายใหม่ๆ เข้ามาผลิตแข่งขันด้วยก็มิได้หมายความว่าในระยะยาวผู้ผูกขาดจะไม่มีการปรับเปลี่ยนขนาดการผลิตหรือขนาดของโรงงานตามต้องการในระยะยาวผู้ผูกขาดสามารถเปลี่ยนแปลงขนาดโรงงานได้ตามความเหมาะสมกับสภาพอุปสงค์และต้นทุนในระยะยาว คือ เปลี่ยนจากการผลิต ณ จุดที่ $SMC = MR$ มาอยู่ ณ จุดที่ $LMC = MR$ และขณะเดียวกัน ผู้ผูกขาดก็จะเลือกใช้โรงงานที่ให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำสุดสำหรับปริมาณการผลิตดังกล่าว แต่ทั้งนี้ผู้ผูกขาดไม่จำเป็นต้องใช้โรงงานขนาดที่เหมาะสมที่สุดเหมือนผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (โรงงาน ณ จุดต่ำสุดของ LAC) ตรงกันข้ามผู้ผูกขาดจะใช้โรงงานขนาดเล็กกว่า หรือใหญ่กว่าขนาดที่เหมาะสมที่สุดก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนอุปสงค์ และจากการเป็นผู้ผูกขาดในตลาด ทำให้ผู้ผูกขาดสามารถจะดำรงกำไรปกติไว้ได้ในระยะยาว ดังรูปที่ 8.6



รูปที่ 8.6 ดุลยภาพระยะยาวของผู้ผูกขาด

จากรูปที่ 8.6 จะพบว่า ผู้ผูกขาดสามารถปรับขนาดการผลิตให้เหมาะสมกับสภาพอุปสงค์ในระยะยาวได้ กล่าวคือ ในระยะสั้นผู้ผูกขาดจะได้ดุลยภาพ ณ จุดที่ $SMC = MR$ หรือที่จุด E_1 โดยจะผลิตสินค้าเท่ากับ OQ_1 หน่วย ด้วยขนาดโรงงาน SAC_1 และขายสินค้าในราคาหน่วยละ OP_1 บาท ซึ่งจะทำให้ผู้ผูกขาดได้รับกำไรเกินปกติเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม C_1P_1AB ในระยะยาวผู้ผูกขาดสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่าได้ ถ้าผู้ผูกขาดปรับขนาดโรงงานผลิตที่ใช้เสียใหม่ โดยทำการผลิต ณ จุดที่ $LMC = MR$ หรือที่จุด E_2 ซึ่ง ณ จุดนี้ผู้ผูกขาดจะทำการผลิตด้วยโรงงานขนาด SAC_2 ซึ่งเป็นโรงงานที่เหมาะสมที่สุดในระยะยาว โดยจะผลิตสินค้าจำนวน OQ_2 หน่วย และขายสินค้าในราคาหน่วยละ

OP₂ บาท โดยจะยังคงได้รับกำไรเกินปกติเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม C₂P₂DF กำไรเกินปกติดังกล่าวนี้จะเป็นกำไรสูงสุดเท่าที่ผู้ผลิตจะทำได้ในระยะยาว トラบเท่าที่สถานการณ์ด้านต้นทุนและรายรับไม่มีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ผู้ผลิตในตลาดผูกขาดจะได้รับกำไรเกินปกติทั้งในระยะสั้นและระยะยาว แต่การปรับเปลี่ยนขนาดการผลิตให้สอดคล้องกับสภาพอุปสงค์ของตลาดจะเกิดขึ้นได้เฉพาะในระยะยาวเท่านั้น

การแบ่งแยกราคาขาย

โดยปกติทั่วไปเราจะเห็นการขายสินค้าชนิดเดียวกันในราคาเดียวกันให้กับผู้ซื้อทุกคนในตลาด แต่เราก็มักจะเห็นหน่วยธุรกิจบางรายที่ขายสินค้าชนิดเดียวกันให้กับผู้ซื้อต่างคนกันในราคาที่แตกต่างกัน หรือในสถานที่ที่ต่างกัน ในราคาที่แตกต่างกัน หรือในวาระที่ต่างกัน ในราคาที่แตกต่างกันอยู่เสมอ ๆ เช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น เราอาจจะพบว่า เมื่อเราเดินทางด้วยเครื่องบิน เราจะซื้อตั๋วเครื่องบินในราคาที่ต่างไปจากผู้โดยสารคนอื่น ๆ ในเที่ยวเดียวกัน หรือจะพบว่าสินค้าที่ซื้อในสนามบินมักจะมีราคาที่แตกต่างอย่างมากเมื่อซื้อสินค้านั้นนอกสนามบิน หรือเราอาจจะพบว่ามีการนำโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์นอกร้านจำหน่ายในระยะเริ่มแรกที่มีการคิดเทคนิคดังกล่าวในราคาที่สูง และลดราคาขายให้ต่ำลงอย่างมากในระยะหลัง ๆ เป็นต้น การกำหนดราคาในลักษณะนี้ เรียกว่า “การแบ่งแยกราคาขาย” การแบ่งแยกราคาขายจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ผูกขาดสามารถกำหนดผู้ซื้อและแบ่งกลุ่มของผู้ซื้อได้ โดยผู้ซื้อแต่ละกลุ่มจะต้องมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของผู้ผูกขาดที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ผูกขาดสามารถกำหนดราคาสินค้าสำหรับผู้ซื้อแต่ละกลุ่มให้แตกต่างกันและทำกำไรสูงสุดได้ อย่างไรก็ตาม เราอาจจะสังเกต เห็นว่ามีสินค้าบางชนิดในตลาดที่มีลักษณะคล้ายกันหรือเหมือนกัน แต่มีการกำหนดราคาที่แตกต่างกัน เช่น โทรศัพท์มือถือรุ่นหรือแบบที่แตกต่างกัน การกำหนดราคาที่แตกต่างกันในกรณีนี้จะไม่ถือว่าเป็นการแบ่งแยกราคาขาย เนื่องจากการกำหนดสินค้าดังกล่าวเป็นการกำหนดราคาตามต้นทุนการผลิตของสินค้านั้น ๆ การแบ่งแยกราคาขายจะกำหนดราคาแตกต่างกันกับผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมีความยืดหยุ่นในอุปสงค์ของสินค้าแตกต่างกัน แต่ไม่ใช่จากต้นทุนการผลิตของสินค้าที่แตกต่างกัน ในที่นี้อาจสงสัยว่า การแบ่งแยกราคาขายดังกล่าวจะทำให้ผู้ผูกขาดได้กำไรสูงสุดได้อย่างไร ลำดับต่อไปจะเป็นการอธิบายข้อสงสัยดังกล่าว

แนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการแบ่งแยกราคาขาย คือ การกำหนดราคาเพื่ออุดหนุนส่วนเกินผู้บริโภคมาเป็นส่วนเกินของผู้ผูกขาด โดยผู้ผูกขาดจะเสนอขายสินค้าให้ผู้บริโภคแต่ละรายในราคาที่แตกต่างกันตามความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคแต่ละคน เพื่อดึงเงินออกจากส่วนเกินผู้บริโภคของผู้ซื้อทุกคน ซึ่งในกรณีที่ผู้ผูกขาดดึงส่วนเกินผู้บริโภคได้ทั้งหมดนั้น ในทางปฏิบัติไม่สามารถกระทำได้

เนื่องจากผู้ผูกขาดไม่มีข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับเส้นอุปสงค์ของผู้บริโภคแต่ละคนในตลาด อีกทั้งผู้ผูกขาดจะต้องมีอำนาจในการผูกขาดอย่างเต็มที่ จึงจะสามารถดึงส่วนเกินผู้บริโภคมาได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ผู้ผูกขาดก็ยังคงมีความพยายามที่จะดึงส่วนเกินผู้บริโภคออกมาให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยมีวิธีในการกระทำได้กล่าวอยู่ 2 วิธี คือ แบ่งแยกราคาขายตามกลุ่มของผู้ซื้อ และแบ่งแยกราคาขายตามปริมาณการซื้อ ซึ่งการแบ่งแยกราคาขายดังที่กล่าวต่อไปนี้จะเป็นการดึงส่วนเกินผู้บริโภคมาเพียงบางส่วนเท่านั้น

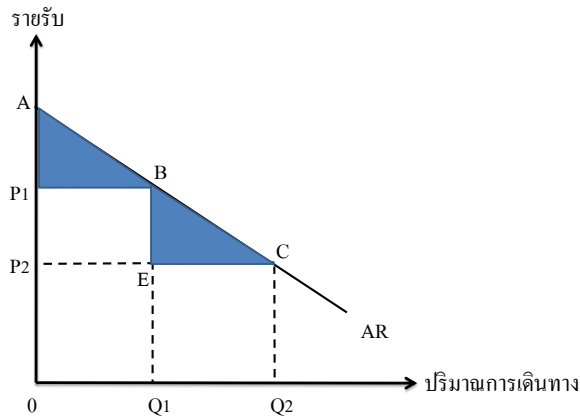
1. การแบ่งแยกราคาขายตามกลุ่มของผู้ซื้อ การแบ่งแยกราคาขายด้วยวิธีนี้ จะต้องประกอบด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ผู้ผูกขาดจะต้องมีอำนาจในการผูกขาดมากพอสมควร เนื่องจากหากผู้ผูกขาดไม่มีอำนาจผูกขาดมากพอ อาจทำให้ผู้บริโภคที่ถูกเลือกปฏิบัติเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นได้

2) ผู้ผูกขาดจะต้องสามารถแบ่งแยกผู้ซื้อออกได้มากกว่า 1 กลุ่ม โดยอาจจะแบ่งตามเพศ อายุ รายได้ สถานภาพการทำงาน หรือคุณลักษณะอื่นๆ ที่สามารถแบ่งกลุ่มได้ง่าย โดยผู้ซื้อแต่ละกลุ่มจะต้องมีความเต็มใจที่จะจ่ายซื้อสินค้าแตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ผูกขาดสามารถกำหนดราคาสินค้าสำหรับผู้ซื้อแต่ละกลุ่มให้แตกต่างกันและสามารถทำกำไรสูงสุดได้

3) ผู้ผูกขาดสามารถป้องกันการซื้อถูกขายแพงได้ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าขึ้นไปแล้วจะไม่สามารถนำสินค้าขึ้นไปขายต่อให้ผู้บริโภคคนอื่นได้อีก ซึ่งปัจจัยที่ช่วยให้ไม่สามารถทำเช่นนั้นได้ อาจได้แก่ ระยะเวลา ซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่าเมื่อต้องมีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง หรืออาจเป็นเพราะลักษณะของตัวสินค้าเองที่ทำให้ไม่สามารถขายต่อได้ เนื่องจากสินค้าบางอย่างเป็นสินค้าที่จะต้องมีการใช้เฉพาะตัวส่งต่อไปบุคคลอื่นไม่ได้ ยกตัวอย่างเช่น การใช้บริการรถนพิน เป็นต้น (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2554 : 322)

ตัวอย่างของการแบ่งแยกราคาขายในกรณีนี้ ได้แก่ การเดินทางด้วยเครื่องบิน จะเห็นว่าผู้ที่เดินทางเพื่อธุรกิจจะมีผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการเดินทางด้วยสายการบินมากกว่าผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวทำให้ราคาซึ่งผู้เดินทางเพื่อธุรกิจมีความยินดีจ่ายต่อครั้งสูงกว่าผู้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ดังนั้นสายการบินจึงแบ่งแยกราคาขายให้แตกต่างกันสำหรับลูกค้าแต่ละคน และกำหนดราคาสูงสุดตามที่ลูกค้าเต็มใจจะจ่าย การแบ่งแยกราคาขายแบบนี้ ทำให้สายการบินสามารถดึงส่วนเกินผู้บริโภคออกมาได้ และสามารถทำกำไรทางเศรษฐศาสตร์สูงสุดได้ ดังรูปที่ 8.7



รูปที่ 8.7 การแบ่งแยกราคาขายตามกลุ่มของผู้ซื้อ

จากรูปที่ 8.7 เมื่อเป็นกรณีปกติถ้าผู้เดินทางด้วยสายการบินซื้อตั๋วเดินทาง OQ_2 หน่วย จะซื้อได้ในราคาหน่วยละ OP_2 บาท และมีส่วนเกินของผู้บริโภคจากการซื้อตั๋วเดินทางจำนวน OQ_2 หน่วยดังกล่าวเท่ากับพื้นที่ P_2AC แต่ถ้าสายการบินทำการแบ่งแยกราคาขายตามกลุ่มผู้ซื้อออกเป็นสองกลุ่ม คือกลุ่มที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ และกลุ่มที่เดินทางเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน โดยกำหนดราคาสินค้าให้แตกต่างกันสำหรับปริมาณการซื้อหนึ่งๆ โดยสายการบินจะขายตั๋วให้กับผู้เดินทางเพื่อทำธุรกิจจำนวน OQ_1 หน่วย ในราคาหน่วยละ OP_1 บาท จำนวนระหว่าง Q_1 ถึง Q_2 ในราคาหน่วยละ OP_2 บาท ในกรณีดังกล่าวนี้ ผู้บริโภคยังคงมีส่วนเกินจากการบริโภคเหลืออยู่แต่จะมีจำนวนลดลงจากเดิมเหลืออยู่เพียงเท่ากับพื้นที่ $P_1AB + EBC$ จะเห็นว่าการแบ่งแยกราคาขายทำให้สายการบินมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีการตั้งราคาเดียว

2. การแบ่งแยกราคาขายตามปริมาณการซื้อ ในการแบ่งแยกราคาขายตามปริมาณสินค้าที่ขาย ผู้ผูกขาดจะต้องกำหนดราคาสินค้าที่ลูกค้าทุกคนสามารถซื้อได้ในระดับราคาเท่ากัน แต่จะทำการเสนอขายในราคาต่อหน่วยที่ต่ำลงหากลูกค้าทำการซื้อในจำนวนมากๆ ยกตัวอย่าง หากซื้อพิซซ่าถาดเดียวจะต้องจ่ายเท่ากับ 299 บาท แต่ถ้าซื้อถาดที่สองจะซื้อได้ในราคาเพียง 399 บาทเท่านั้น นั่นหมายความว่าพิซซ่าได้แบ่งแยกราคาขายด้วยวิธีนี้ การแบ่งแยกราคาขายให้ต่างกันตามปริมาณการใช้สินค้านี้ นอกจากจะทำให้กำไรของผู้ผูกขาดเพิ่มสูงขึ้นได้แล้ว การกำหนดราคาดังกล่าวยังสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิตได้อีกด้วย

การวิเคราะห์การแบ่งแยกราคาขายข้างต้น ย่อมชี้ให้เห็นแล้วว่า การแบ่งขายสินค้าไม่ว่าจะเป็นวิธีใดก็ตามย่อมทำให้ผู้ขายได้กำไรสูงกว่ากรณีที่ไม่มีการแบ่งแยกราคาขายอย่างแน่นอน ดังนั้นในกรณีที่ผู้ขายมีอำนาจในการผูกขาดย่อมจะสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากผู้ซื้อได้ ซึ่งจะมากน้อยเพียงใดก็

ขึ้นอยู่กับอำนาจในการผูกขาดของผู้ขายนั้นๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าการแบ่งแยกราคาขายเป็นการพยายามแสวงหากำไรสูงสุดของผู้ขายนั่นเอง

การผูกขาดโดยมีรัฐบาลเป็นผู้ควบคุม

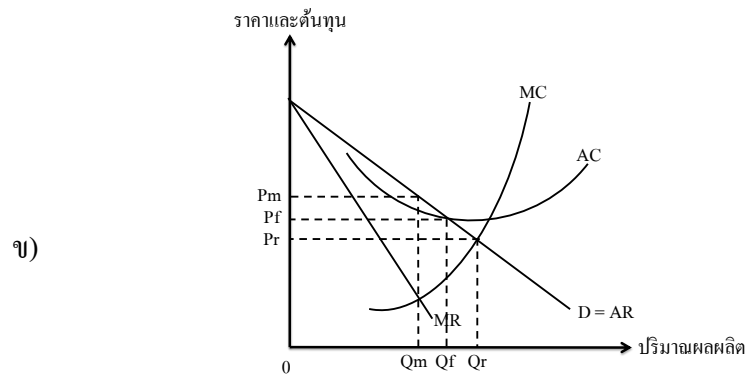
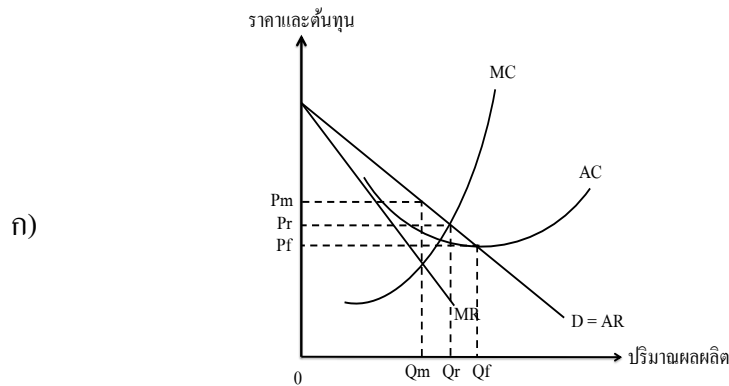
โดยปกติเรามักจะมองว่าการปล่อยให้มีการผูกขาดจะทำให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ผูกขาด เพราะนอกจากผู้ผูกขาดจะผลิตสินค้าน้อยกว่าที่สังคมต้องการแล้ว ยังตั้งราคาขายไว้สูงกว่าต้นทุนการผลิตอีกด้วย แต่ในบางครั้งการผูกขาดก็จะเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องยอมให้มีขึ้น เนื่องจากต้องมีขนาดใหญ่เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกิจการสาธารณูปโภคของรัฐบาล เนื่องจากกิจการเหล่านี้มีความจำเป็นต่อความเป็นอยู่ขั้นพื้นฐานของประชากรในประเทศ อย่างเช่น กิจการรถไฟ สายการบิน ไฟฟ้า ประปา ไปรษณีย์ และโทรศัพท์ เป็นต้น นอกจากนี้การผูกขาดอาจเกิดขึ้นกับกิจการบางอย่างที่อาจส่งผลทำให้เกิดความเดือดร้อนเสียหายกับประชาชนหรือประชาชนอาจถูกมอมเมามากเกินไป อย่างเช่น การผลิตสุรา สลากกินแบ่ง และบุหรี่ เหล่านี้เป็นต้น ดังนั้นรัฐบาลจึงยอมให้มีการผูกขาดเกิดขึ้น แต่รัฐบาลจำเป็นที่จะต้องเข้ามาดูแลไม่ให้มีการกำหนดราคาขายในอัตราที่สูงจนเกินไปจนทำให้ประชาชนเดือดร้อน กล่าวคือ รัฐบาลจะไม่ยอมให้ผู้ผูกขาดกำหนดราคาสินค้าโดยอิสระนั่นเอง ดังนั้นเมื่อการผูกขาดนี้ไม่ได้มีจุดประสงค์อยู่ที่กำไรสูงสุด จึงไม่ควรที่จะใช้เงื่อนไข $MC = MR$ มาใช้ในการกำหนดราคาสินค้าในตลาดผูกขาดที่มีการควบคุมโดยรัฐบาล แต่ควรพิจารณาเกณฑ์ใหม่ในการกำหนดราคา

ในที่นี้รัฐบาลสามารถตั้งราคาขายให้ผู้ผูกขาดได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ การกำหนดราคาเท่ากับต้นทุนเฉลี่ย และการกำหนดราคาเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. การกำหนดราคาเท่ากับต้นทุนเฉลี่ย (Average Cost Pricing) มาจากการตั้งอยู่บนหลักของการได้รับผลตอบแทนจากการผลิตที่ยุติธรรม (Fair Return) โดยกำหนดราคาที่ทำให้รายรับเฉลี่ยเท่ากับต้นทุนเฉลี่ย ($AR = AC$) และเรียกราคานี้ว่า “ราคายุติธรรม” (Fair Pricing) เนื่องจากในการคิดต้นทุนการผลิตนั้นได้มีการรวมผลตอบแทนที่ผู้ผลิตสมควรจะได้รับเอาไว้แล้ว ดังนั้นหากกำหนดราคาที่สูงเกินไป $AR = AC$ จึงน่าจะเป็นราคาที่เหมาะสม และเป็นราคาที่มีความยุติธรรมต่อทั้งผู้ผูกขาดและผู้บริโภค กล่าวคือ หน่วยผลิตก็ยังมีกำไรปกติซึ่งเพียงพอให้ผู้ผลิตสามารถยังคงผลิตต่อไปได้ ในขณะที่ผู้บริโภคก็จ่ายซื้อสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าราคาผู้ขาดที่ปราศจากการควบคุมโดยรัฐบาล ดังรูปที่ 8.8 ก)

2. การกำหนดราคาเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost Pricing) เป็นการกำหนดราคาที่สามารถป้องกันการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพของสังคม โดยกำหนดราคาที่ทำให้รายรับเฉลี่ยเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม ($AR = MC$) และเรียกราคานี้ว่า “ราคาอุดมคติ” (Ideal Pricing) เนื่องจากต้นทุนส่วนเพิ่ม

(MC) จะแสดงถึงต้นทุนทางสังคมในการผลิตผลผลิตแต่ละหน่วย ในขณะที่รายรับเฉลี่ย (AR) จะแสดงถึงผลประโยชน์ที่สังคมได้รับจากการผลิตผลผลิตในแต่ละหน่วย ซึ่งเมื่อมีการผลิตจนถึงระดับผลผลิตที่ทำให้รายรับเฉลี่ยเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มพอดี จะทำให้ผลประโยชน์ที่สังคมได้รับจากการใช้ทรัพยากรการผลิตสูงสุดนั่นเอง ดังรูปที่ 8.8 ก) และ ข)



รูปที่ 8.8 การกำหนดราคาในตลาดผูกขาดโดยใช้ราคายุติธรรมและราคาอุดมคติ
ที่มา : คัดแปลงจาก ภราดร ปริดาศักดิ์. 2550 : 236

จากรูปที่ 8.8 ก) ถ้ารัฐบาลให้ผู้ผูกขาดกำหนดราคาเองได้ (ไม่มีการควบคุมราคา) ผู้ผูกขาดจะผลิตสินค้าจำนวน OQ_m หน่วย ซึ่งเป็นราคาที่ทำให้ผู้ผูกขาดได้กำไรสูงสุด (คือผลิตที่ $MR = MC$) และกำหนดราคาขายที่ P_m บาท โดยผู้ผูกขาดจะได้รับกำไรเกินปกติ แต่ถ้ารัฐบาลเข้ามาควบคุม โดยให้ผู้ผูกขาดขายตามราคายุติธรรมที่ OP_r บาท (คือผลิตที่ $AR = AC$) และผลิตสินค้าจำนวน OQ_r หน่วย การกำหนดราคาตามวิธีนี้ จะทำให้ผู้ผูกขาดได้รับเพียงกำไรปกติเท่านั้น จะเห็นได้ว่าราคายุติธรรมนี้จะเป็นราคาที่ผู้บริโภคจ่ายน้อยกว่าราคาที่ไม่มีการควบคุม ($P_r < P_m$) อีกทั้งจำนวนสินค้าที่ผู้ผูกขาดผลิตออกสู่ตลาดก็ยังมีจำนวนมากกว่ากรณีที่ไม่มีการควบคุมด้วย ($OQ_r > OQ_m$)

ถ้ารัฐบาลควบคุมให้ผู้ผูกขาดขายผลผลิตตามราคาอุดมคติที่ OP_r บาท ซึ่งเป็นราคาที่ทำให้รายรับเฉลี่ยเท่ากับต้นทุนเฉลี่ย ($AR = MC$) และผลิตสินค้าที่ OQ_r หน่วย ดังจากรูปที่ 8.8 ก) จะเห็นได้ว่าราคาอุดมคติต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ย ($P_r > AC$) จึงทำให้ผู้ผูกขาดได้รับกำไรเกินปกติ ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาอุดมคติต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ย ($P_r < AC$) ดังจากภาพที่ 8.8 ข) ก็จะทำให้ผู้ผูกขาดประสบกับการขาดทุน และหากการขาดทุนนี้เกิดขึ้นเป็นระยะเวลาอันยาวนานผู้ผลิตก็จะอยู่ในธุรกิจนี้ต่อไปไม่ได้ หากรัฐบาลเห็นว่ายังมีความจำเป็นที่จะต้องรักษากิจการนี้ไว้ และต้องการให้ผู้ผูกขาดรายนี้คงอยู่ต่อไป เนื่องจากทำให้สังคมได้รับประโยชน์สูงสุด รัฐบาลก็อาจจะให้เงินอุดหนุนกับผู้ผูกขาดรายนี้เพื่อเป็นการชดเชยการขาดทุนของผู้ผูกขาด และเพื่อให้หน่วยผลิตสามารถอยู่รอดได้ ตัวอย่างของกิจการประเภทนี้ ได้แก่ กิจการเดินรถประจำทาง ขสมก. และกิจการรถไฟ เป็นต้น

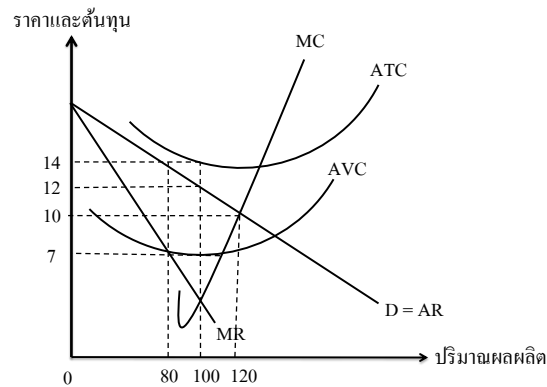
สรุปท้ายบท

ตลาดผูกขาดแท้จริงมีลักษณะตรงกันข้ามกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ มีผู้ขายเพียงรายเดียวในตลาดและสินค้ามีลักษณะไม่เหมือนใครและไม่สามารถทดแทนได้ อีกทั้งผู้ผลิตรายอื่นไม่สามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ ซึ่งอาจเกิดจากการกีดกันโดยธรรมชาติ ทางกฎหมาย หรือจากการที่ผู้ผูกขาดสร้างขึ้นมาก็ได้ สำหรับกลยุทธ์ในการกำหนดราคาที่ทำให้ผู้ผลิตได้รับกำไรสูงสุด มี 2 กลยุทธ์ คือ การขายราคาเดียว และการแบ่งแยกราคาขาย ในกรณีการขายราคาเดียว เส้นอุปสงค์ที่ผู้ผูกขาดเผชิญจะเป็นเส้นเดียวกับเส้นอุปสงค์ของตลาดที่มีลักษณะลาดลงจากซ้ายไปขวา ในระยะสั้นผู้ผูกขาดอาจได้ทั้งกำไรเกินปกติ กำไรปกติ หรือขาดทุน ก็ได้ แต่ในระยะยาวเนื่องจากผู้ผูกขาดสามารถปรับเปลี่ยนขนาดการผลิตให้สอดคล้องกับสภาพอุปสงค์ของตลาดได้ ดังนั้นผู้ผูกขาดจะได้กำไรเกินปกติเท่านั้น สำหรับกรณีของการแบ่งแยกราคาขายนั้น สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การแบ่งแยกราคาขายตามกลุ่มของผู้ซื้อ ซึ่งเป็นการกำหนดราคาขายที่แตกต่างกันไปในกลุ่มผู้ซื้อแต่ละกลุ่ม เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีความยืดหยุ่นในอุปสงค์ของสินค้าที่แตกต่างกันนั่นเอง เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น และวิธีที่ 2 คือ แบ่งแยกราคาขายตามปริมาณการซื้อ โดยการขายวิธีนี้ผู้ผูกขาดจะต้องกำหนดราคาสินค้าที่ลูกค้าทุกคนสามารถซื้อได้ในระดับราคาเดียวกัน แต่จะทำการเสนอขายในราคาต่อหน่วยที่ต่ำลงหากลูกค้าทำการซื้อในจำนวนมากๆ เช่น การซื้อพืชชำ การแบ่งแยกราคาขายทั้งสองจะทำให้ผู้ผูกขาดได้กำไรสูงกว่ากรณีไม่แบ่งแยกราคาขาย เนื่องจากสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากส่วนเกินผู้บริโภคได้เกือบทั้งหมด และยังสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิตได้อีกด้วย

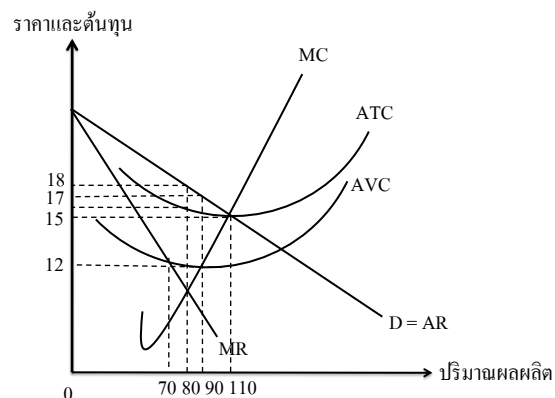
อย่างไรก็ตาม ในบางกิจการรัฐบาลอาจเข้ามาควบคุมการดำเนินงานของผู้ผูกขาดหรือเรียกว่า การผูกขาดโดยมีรัฐบาลเป็นผู้ควบคุม รัฐบาลบังคับให้ผู้ผูกขาดตั้งราคาเท่ากับต้นทุนเฉลี่ย หรือที่เรียกว่าราคายุติธรรม หรือตั้งราคาเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม หรือที่เรียกว่า ราคาอุดมคติ ก็ได้ ส่วนจะเป็นกิจการที่มีความจำเป็นต่อความเป็นอยู่ขั้นพื้นฐานของประชาชนในประเทศ เช่น รถไฟ ประปา ไฟฟ้า เป็นต้น

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. ลักษณะของตลาดผูกขาดเป็นอย่างไร และอะไรคือสาเหตุของการผูกขาดดังกล่าว
2. จงอธิบายการกำหนดราคาสินค้าโดยใช้กลยุทธ์การขายราคาเดียว และการแบ่งแยกการขายของผู้ผลิตในตลาดผูกขาด พร้อมยกตัวอย่างประกอบคำอธิบาย
3. เส้นอุปสงค์ในตลาดผูกขาดแท้จริงเขียนได้อย่างไร และมีความสัมพันธ์เป็นอย่างไรกับเส้นรายรับส่วนเพิ่ม (MR)
4. คุณภาพในระยะสั้นของผู้ผลิตจะเกิด ณ จุดใด
5. ในระยะสั้นผู้ผลิตจะเผชิญกับเหตุการณ์ใดได้บ้าง
6. จากรูปผู้ผลิตกำลังเผชิญกับเหตุการณ์ใด อย่างไร



7. จากรูปผู้ผลิตกำลังเผชิญกับเหตุการณ์ใด อย่างไร



8. คุณภาพในระยะยาวของผู้ผลิตในตลาดผูกขาดแท้จริงจะเกิด ณ จุดใด และผู้ผลิตจะเผชิญกับสถานการณ์ใด เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
9. จงอธิบายลักษณะของการกำหนดราคาภายใต้ข้อบังคับในกรณีราคายุติธรรมและราคาอูคม คติว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร พร้อมวาดรูปประกอบคำอธิบาย
10. จงเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์กับตลาดผูกขาดในด้านราคา ปริมาณ และกำไรของหน่วยผลิต