

เอกสารความรู้

ความหมายของตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

ตลาด ในวิชาเศรษฐศาสตร์และของชาวบ้านทั่วไป มีความหมายต่างกัน

ตลาดชาวบ้าน หมายถึง สถานที่จัดไว้เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะตกลงซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดสาละวิน ตลาดผ้าสำเพ็ง และศูนย์การค้าต่างๆ

เศรษฐศาสตร์ ตลาดไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ทำการซื้อขาย แต่มีความหมายเป็นนามธรรม หมายถึง การตกลงซื้อขายสินค้าและบริการ รวมทั้งปัจจัยการผลิต

ตลาดหลักทรัพย์ หมายถึง การซื้อขายหลักทรัพย์ ในปัจจุบันการคมนาคมและการสื่อสารเจริญก้าวหน้ามาก การเก็บรักษาสินค้าและการจัดมาตรฐานสินค้าทำได้เรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นไม่จำเป็นที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมาพบกันและเห็นสินค้าทั้งหมดก่อนตกลงใจซื้อ การซื้อขายจึงอาจเกิดขึ้นได้ทั้งที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละมุมโลก การซื้อขายโดยวิธีนี้จึงสะดวกและรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ตลาดสินค้าและบริการบางอย่างจึงขยายขอบเขตได้กว้างขวางทั่วโลก

ในการศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดราคาและผลผลิตในตลาด นักเศรษฐศาสตร์ได้แบ่งตลาดออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. ตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly competitive market)
2. ตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfectly competitive market) ซึ่งมีการแบ่งได้ 3 ประเภทย่อยดังนี้
 - ก) ตลาดที่มีการผูกขาดอย่างแท้จริง (Pure Monopoly)
 - ข) ตลาดที่มีผู้ขาย น้อยราย (Oligopoly)
 - ค) ตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาด (Monopolistic competition)

การแบ่งประเภทของตลาดพิจารณาจากลักษณะและเงื่อนไขต่างๆ ที่สำคัญคือ จำนวนผู้ผลิต หรือผู้ขาย ความยากง่ายในการหาสินค้าอื่นมาทดแทน และความยากง่ายในการเข้า ออกจากการผลิต

ลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Characteristic of Perfectly competitive market)

ข้อสมมติสำหรับตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ขายและผู้ซื้อมีมากมาย ทำให้การซื้อขายของแต่ละรายมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนซื้อขายของทั้งตลาด ด้วยเหตุนี้การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อขายของผู้ซื้อและผู้ขายรายใด รายหนึ่งจึงไม่กระทบกระเทือนราคาตลาด กล่าวอีกนัยหนึ่ง ไม่ทำให้อุปทานและอุปสงค์ของตลาดเปลี่ยนแปลง
2. สินค้ามีลักษณะและคุณภาพใกล้เคียงกันมาก (homogenous product) หมายความว่าในสายตาของผู้ซื้อเห็นว่าสินค้าดังกล่าวของผู้ขายแต่ละรายไม่แตกต่างกัน จะซื้อจากผู้ขายคนใด คนหนึ่งได้

ตราใบที่ขายตามราคาตลาด การสมมติให้สินค้ามีลักษณะและมาตรฐานเหมือนกันก็เพื่อตัดปัญหาไม่ให้มีปัจจัยอื่นๆกวนราคาเพียงอย่างเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. ผู้ผลิตสามารถเลิกกิจกรรมได้ง่าย (free exit) และผู้ผลิตรายใหม่มีสิทธิ์ที่จะเข้าดำเนินการผลิตแข่งขันเมื่อไรก็ได้โดยเสรีปราศจากการกีดขวาง (free entry)

4. สินค้าสามารถโยกย้ายได้เต็มที่ (free mobility) หมายความว่า สินค้าสามารถเคลื่อนย้ายไปยังที่ต่างๆได้สะดวก และไม่เสียค่าใช้จ่ายมากจนถึงกับมีผลต่อราคาสินค้า

5. มีความรอบรู้ในสภาพการณ์ของตลาดอย่างสมบูรณ์ (perfect knowledge) หมายความว่า ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องติดตามเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในตลาดตลอดเวลา เพื่อว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจะได้ทราบทันทีและปฏิบัติได้ถูกต้อง

ตลาดที่มีลักษณะครบถ้วนตามข้อสมมติข้างต้นนี้ หาไม่ได้ในความเป็นจริงเท่าที่มีอยู่ก็เป็นเพียงตลาดที่ใกล้เคียงการแข่งขันเท่านั้น ซึ่งได้แก่ ตลาดผลผลิตการเกษตรบางอย่างเช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง เป็นต้น เมื่อไม่มีจริง...ทำไมจึงสนใจศึกษา.. คำตอบคือ ตลาดนี้ถือเป็นแบบจำลองที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของสภาพตลาดต่างๆไป ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงต้องมีสภาพเป็นกลางๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเกินไป และสามารถนำไปใช้กับกรณีทั่วไปได้

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ตลาดในสภาพความเป็นจริงเป็นตลาดที่แข่งขันไม่สมบูรณ์เนื่องจาก

1. จำนวนผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดมักมีจำนวนไม่มากพอ จึงอาจทำให้เกิดอิทธิพลเหนือราคาสินค้า

2. ความพยายามของผู้ผลิตสินค้าแต่ละยี่ห้อในการโฆษณาชี้ชวนให้เห็นว่าสินค้าของตนเหนือกว่าสินค้านั้นๆอื่น จะเป็นผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้านั้นๆแตกต่างกัน

3. ความเข้าออกจากรอุตสาหกรรมในความเป็นจริงมิได้เป็นโดยเสรีอาจถูกขัดขวางด้วยเทคนิคหรือทุนมหาศาล

4. การโยกย้ายปัจจัยการผลิตมิได้เป็นไปโดยเสรี

ประเภทของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ พิจารณาจากจำนวนผู้ซื้อและจำนวนผู้ขายเป็นเกณฑ์

1. **ตลาดผูกขาด** เป็นตลาดที่มีผู้ขายเพียงรายเดียวทำการผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าอื่นมาทดแทนได้ ลักษณะการผูกขาดแบ่งเป็น

- การผูกขาดโดยกฎหมาย เกิดจากระเบียบกฎหมายเช่น การให้สัมปทานเหมืองแร่ แก่ผู้ผลิต

- การผูกขาดโดยธรรมชาติ เกิดจากลักษณะการผลิตนั่นเองเช่นต้องใช้เงินทุนจำนวนมากทำให้ผู้ผลิตอื่นไม่สามารถหาเงินมาลงทุนได้ หรือเข้ามาแข่งขันได้ทั้งๆที่ไม่มีข้อห้ามในการผลิตแข่ง

2. **ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย(Oligopoly)** หมายถึงตลาดที่มีผู้ขายมากกว่าหนึ่งราย แต่มี

ไม่มากพอที่จะทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาขายในตลาดได้ เมื่อผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเปลี่ยนแปลงราคาและจำนวนผลผลิตจะมีผลกระทบต่อคู่แข่งและมักจะมีการกระทำโดยโต้ตอบ

ตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายเกิดจาก การผลิตที่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่เพื่อลดต้นทุนการผลิต ส่วนใหญ่จึงเป็นอุตสาหกรรมหนักเช่น ซีเมนต์ รถยนต์ เหล็กกล้า เครื่องจักร สำหรับตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาดมักเป็นอุตสาหกรรมโดยทั่วไป การศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตของตลาด 2 ชนิด อาศัยแนวคิดจากทฤษฎีการแข่งขันสมบูรณ์และการผูกขาดแท้จริง

ตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายแบ่งเป็น 2 แบบ

1. ผู้ผลิตแต่ละรายผลิตสินค้าเหมือนกันทุกประการ (homogeneous) เรียกว่า Pure oligopoly ถึงแม้ว่าสินค้าจะไม่ต่างกันก็จริง เช่น ซีเมนต์ สังกะสี น้ำมันเบนซิน แต่การแข่งขันของผู้ผลิตแต่ละรายโดยไม่ใช้ราคา นั้นคือความแตกต่างทางด้านบริการอื่นๆ ก็มีผลทำให้เกิดความแตกต่างบ้างไม่มากนักอยู่ในสายตาของผู้ซื้อ

2. ผู้ผลิตแต่ละรายผลิตสินค้าแตกต่างกัน แต่สามารถใช้แทนกันได้ดีที่เรียกว่า differentiated oligopoly เช่นรถยนต์ พิมพ์ดีด บุหรี่ สบู่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายทั้ง 2 แบบจำเป็นต้องมีสิ่งกีดขวางไม่ให้ผู้ผลิตใหม่เข้ามาทำการผลิตแข่งขันได้สะดวก มิฉะนั้นจำนวนผู้ผลิตจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ราบเท่าที่กำไรเกินปกติ จนในที่สุดไม่สามารถดำรงสภาพตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายไว้ได้

การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา (Non-price Competition)

ผู้ผลิตในตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายไม่นิยมแข่งขันกันในด้านราคา แต่จะแข่งขันกันในด้านคุณภาพของสินค้าและการจำหน่ายสินค้าซึ่งการแข่งขัน 2 ลักษณะถือว่าการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา เหตุผลในเรื่องนี้มี 3 ประการ

1. การลดราคาสินค้าไม่ช่วยให้ผู้ขายน้อยรายสามารถขายสินค้าเพิ่มขึ้นได้มากนัก เพราะคู่แข่งอื่นสามารถโต้ตอบการลดราคาได้ทันที ทำให้ส่วนที่ควรขายได้มากขึ้นถูกแบ่งเฉลี่ยระหว่างผู้ผลิตต่างๆ และยังเสี่ยงต่อการถูกตัดราคาอีกด้วย ซึ่งจะเกิดผลเสียแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนในที่สุด

2. ผู้ขายน้อยรายส่วนมากเชื่อว่า การแข่งขันโดยไม่ขึ้นราคาสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ยาวกว่า เพราะการเลียนแบบคุณภาพสินค้า และการจำหน่ายสินค้าต้องใช้เวลาและทำได้ไม่สมบูรณ์ ซึ่งตรงข้ามกับการลดราคาสินค้า คู่แข่งขันทำตามได้ทันที

3. เนื่องจากผู้ขายน้อยรายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ มีจำนวนผลผลิตและฐานะการเงินสูงมากสามารถทุ่มโฆษณาสินค้าและพัฒนาคุณภาพของสินค้า

การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาเป็นที่นิยมของผู้ผลิตในตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายและตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาด แต่มีมากกว่าในตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย เพราะผู้ขายในตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากกว่า มีทรัพยากรการเงินมากกว่า ดังนั้นจึงสามารถทำได้มากกว่า

การรวมกลุ่มคาร์เทล (cartel) คือการผูกขาดที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ผลิตน้อยรายและกลุ่มผู้ผลิตนั้นทำการตกลงกันในการกำหนดราคาสินค้าและปริมาณการผลิต โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะทำกำไรรวมของกลุ่มผู้ผลิต

ตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)

นอกจากตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายแล้ว ตลาดอีกชนิดหนึ่งซึ่งมีสภาพใกล้เคียงความเป็นจริง คือตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาด ตลาดชนิดนี้มีลักษณะหลายประการเหมือนตลาดที่มีการแข่งขันจริง (Pure competition) ซึ่งได้แก่

1. จำนวนผู้ขายมีมากมาย
2. ปราศจากสิ่งกีดขวางสำหรับผู้ผลิตใหม่จะเข้ามาทำการผลิตแข่งขัน
3. ขาดการรวมหัวกันระหว่างผู้ซื้อหรือผู้ขาย

ลักษณะที่แตกต่างจากตลาดที่มีการแข่งขันแท้จริงมีเพียงประการเดียวคือ สินค้าของผู้ผลิตแต่ละคนแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างนี้อาจเป็นได้ทั้งแตกต่างจริง อันเกิดจากความแตกต่างกัน เช่น ผงซักฟอก ยาสีฟัน ซึ่งแท้จริงแล้วก็เหมือนกันทุกยี่ห้อ แต่ผู้บริโภครู้สึกว่าจะไม่เหมือนกัน ลักษณะเช่นนี้ทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีอำนาจผูกขาดอยู่บ้างในสินค้าของตน ยิ่งผู้ผลิตสามารถทำให้สินค้าของตน แตกต่างจากผู้ผลิตอื่นได้มากเพียงไร อำนาจผูกขาดก็มีมากขึ้นเท่านั้น สิ่งหนึ่งที่ควรระลึกไว้คือ แม้สินค้าจะแตกต่างจากผู้ผลิตอื่นเพียงใด แต่สินค้าของผู้อื่นก็สามารถใช้แทนกันได้

ที่มา : จรินทร์ เทศวานิช. “หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น” โอ เอส. พรีนติ้งเฮาส์, 2531

นราทิพย์ ชูดวงศ์, ชลลดา จามรกุล. “พื้นฐานเศรษฐศาสตร์จุลภาค” พิมพ์ครั้งที่ 3. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2339.

นราทิพย์ ชูดวงศ์, “หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น” มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539

รัตนา สายคณิต, “หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น” เอียร์บุ๊กพับลิชเชอร์, 2537.