



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

กิตติกร สุนทรานุรักษ์





บทที่ 5

พฤติกรรมผู้บริโภค





การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยทฤษฎีอรรถประโยชน์

- อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ
 - สินค้าใดมีอรรถประโยชน์ สินค้านั้นย่อมให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคได้
 - เนื่องจากการวัดความพึงพอใจเป็นการวัดสิ่งที่เป็นนามธรรมและไม่มีมาตรฐานแน่นอน ขึ้นกับผู้บริโภคแต่ละราย จึงสมมติว่าอรรถประโยชน์มีหน่วยเป็นยูทิล (Util) เพื่อจะได้จัดลำดับความพอใจให้เห็นชัดเจนขึ้น
-



- อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (marginal utility: MU) เป็นอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับเพิ่มขึ้นจากการบริโภคสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย
- อรรถประโยชน์รวม (total utility: TU) เป็นผลรวมของความพึงพอใจทั้งหมดที่ได้รับจากทุกหน่วยของสินค้าชนิดหนึ่งที่ถูกบริโภคไปในช่วงเวลาหนึ่ง

$$TU = MU_1 + MU_2 + MU_3 + \dots + MU_n$$

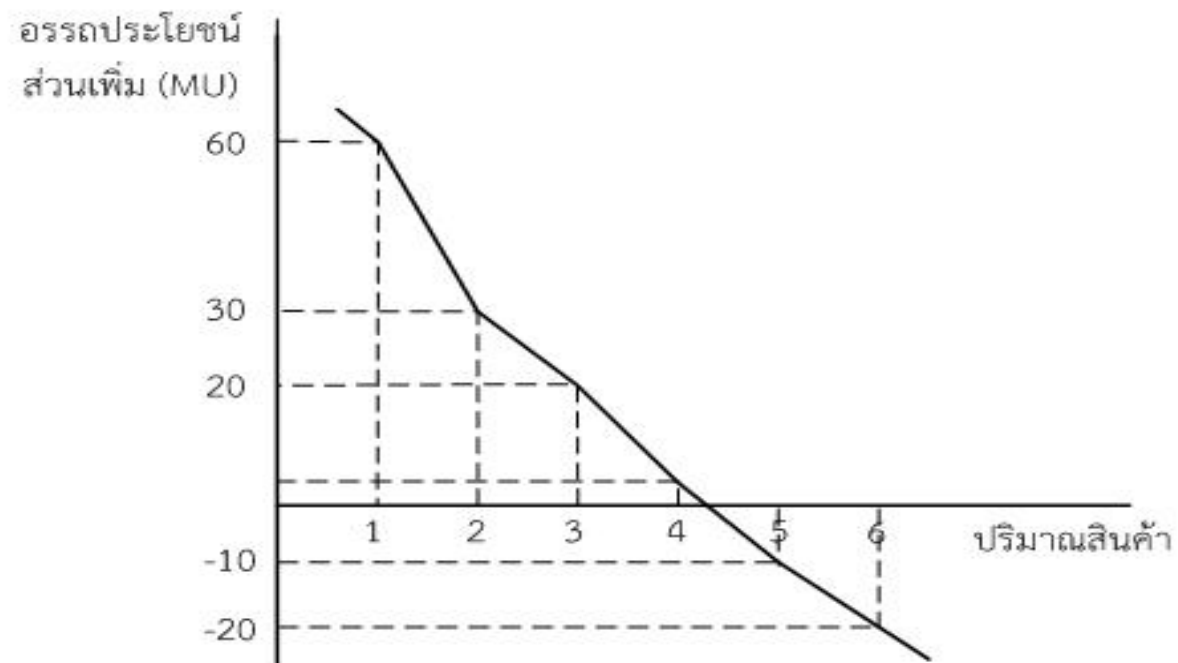
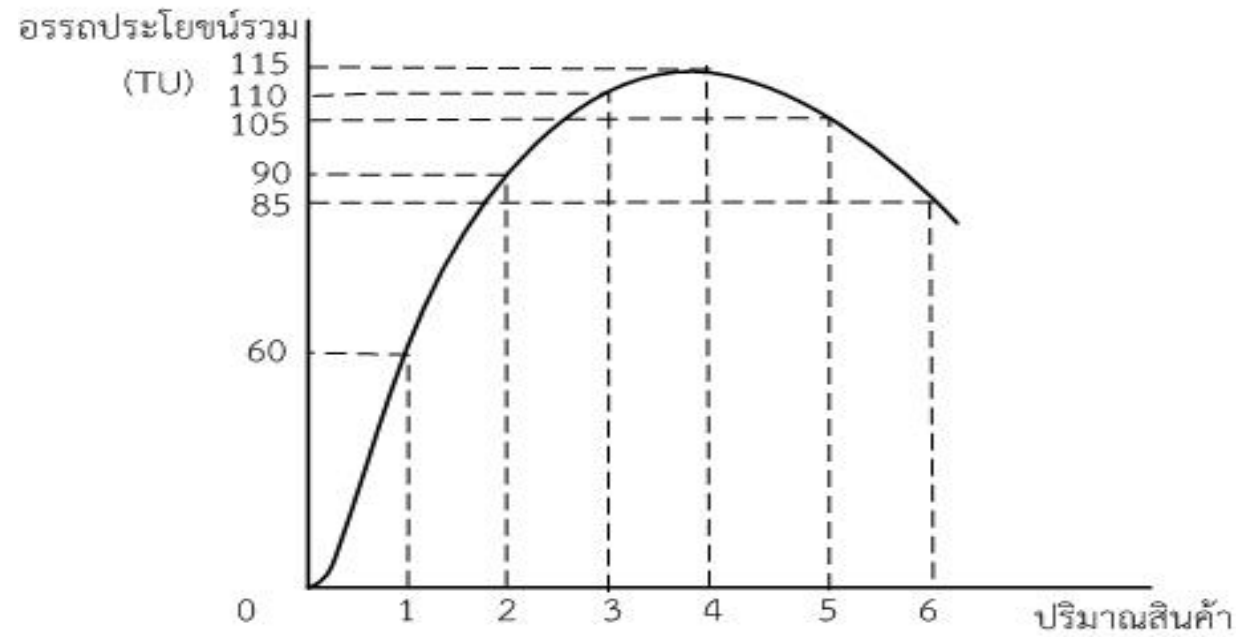
$$= \sum_{i=1}^n MU_i$$

ตารางอรรถประโยชน์

จำนวนข้าวผัดกระเพรา ห่อ (จาน)	MU	TU
1	60	60
2	30	90
3	20	110
4	5	115
5	-10	105
6	-20	85

- กฎว่าด้วยการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (The law of diminishing marginal utility)

เมื่อผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นทีละหน่วย อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของสิ่งนั้นจะลดลงตามลำดับ





ดุลยภาพของผู้บริโภค

ข้อสมมติ

- ผู้บริโภคมีเหตุผลทางเศรษฐกิจ
 - รายได้มีจำกัด
 - ผู้บริโภคมุ่งหมายต้องการให้ได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุดภายใต้รายได้จำกัด
 - ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความพอใจสำหรับสินค้าแต่ละอย่างได้ชัดเจนและรู้ว่าสินค้าประเภทใดให้ค่าอรรถประโยชน์มากกว่ากัน
- ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าได้ทุกอย่าง จึงต้องเลือกสินค้าที่จำเป็นมากที่สุด เรียงตามลำดับ เพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุด



- เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าได้ทุกอย่าง จึงต้องเลือกสินค้าที่จำเป็นมากที่สุดเรียงตามลำดับ เพื่อให้บรรลุประโยชน์รวมสูงสุด
- ผู้บริโภคในระดับบุคคลจะถือว่าอยู่ในดุลยภาพเมื่อไม่สามารถสลับรายการแม้แต่บาทเดียวจากสินค้า X ไปยังสินค้า Y และได้รับอรรถประโยชน์รวมเพิ่มขึ้น ภายใต้รายได้จำนวนหนึ่งที่กำหนด และราคาที่เผชิญ
- ดังนั้น ดุลยภาพเกิดขึ้นเมื่ออัตราส่วนของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มต่อราคาเท่ากันทุกสินค้าที่บริโภค ดังนี้

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$



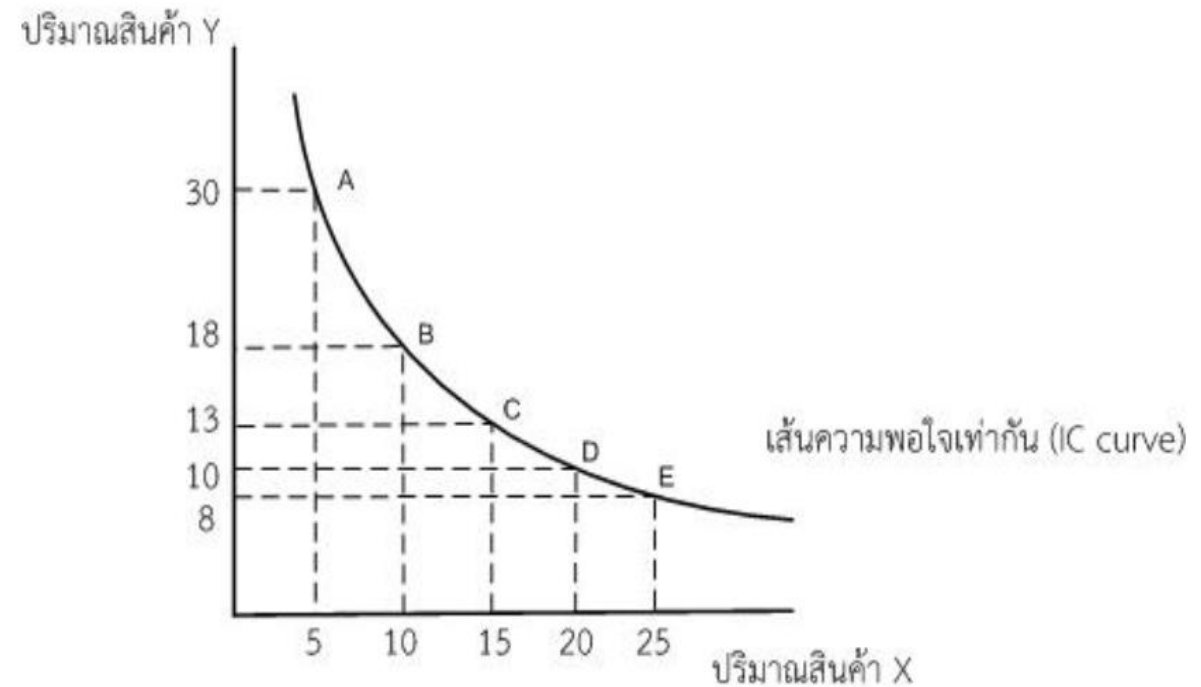
การวิเคราะห์เส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ

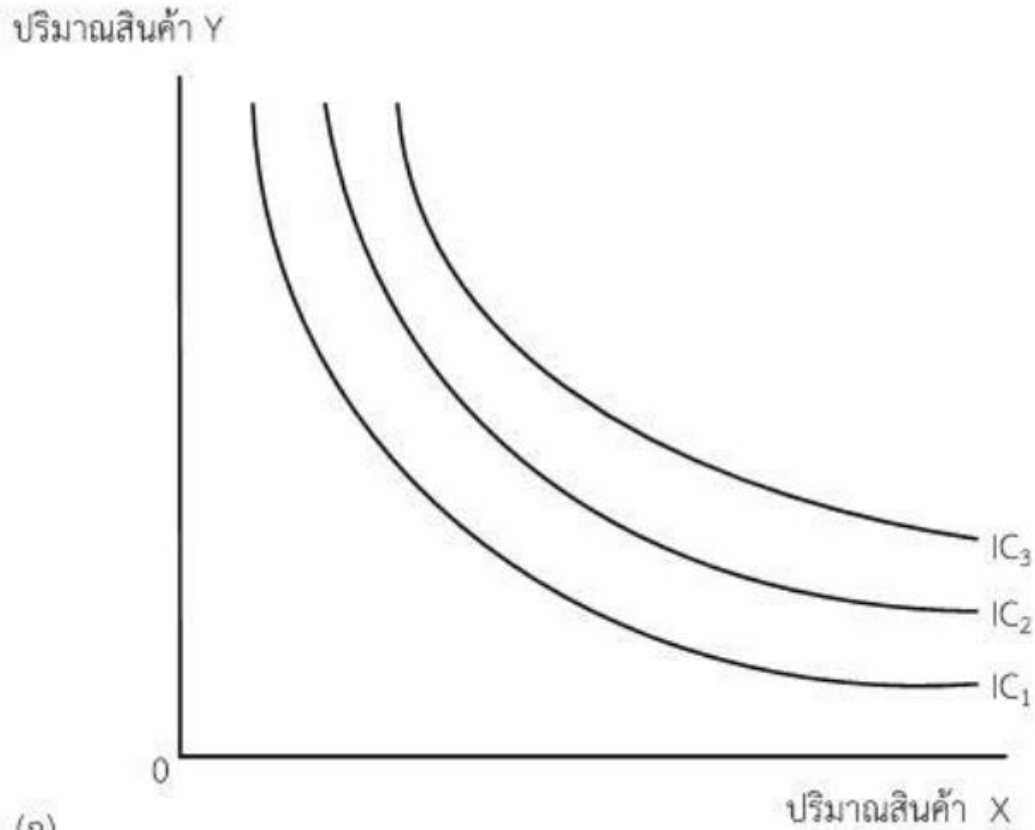
- ไม่เห็นด้วยกับการสมมติให้ใช้อรรถประโยชน์เป็นหน่วยนับได้
 - จึงมีการพัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์ใหม่ คือ เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference curve) และเส้นงบประมาณ (Budget line)
 - ภายใต้แนวคิดนี้ แม้ว่าอรรถประโยชน์ไม่สามารถวัดได้ แต่ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความพึงพอใจได้
-

เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve)

- เป็นเส้นที่แสดงจำนวนต่างๆ ของสินค้าสองชนิดที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่ากันทุกทางเลือก

ทางเลือก	จำนวนสินค้า X	จำนวนสินค้า Y
A	5	30
B	10	18
C	15	13
D	20	10
E	25	8





- เส้นความพอใจเท่ากันจะมีความชันเป็นลบ แสดงว่า เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้าอย่างหนึ่งลดลง เขาจะต้องเพิ่มการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่งเพื่อรักษาความพอใจให้เท่าเดิม
- ลักษณะโค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิด แสดงให้เห็นว่าอัตราการทดแทนกันของสินค้าสองชนิดมีลักษณะลดลงเรื่อยๆ แสดงว่าสินค้าสองชนิดนั้นทดแทนกันได้ไม่สมบูรณ์
- เส้นความพอใจเท่ากันสามารถมีได้หลายเส้น เพราะความพอใจของผู้บริโภคมีได้หลายระดับ เส้นที่สูงกว่าจะอยู่ทางขวามือ
- เส้นความพอใจเท่ากันไม่สามารถตัดกันได้

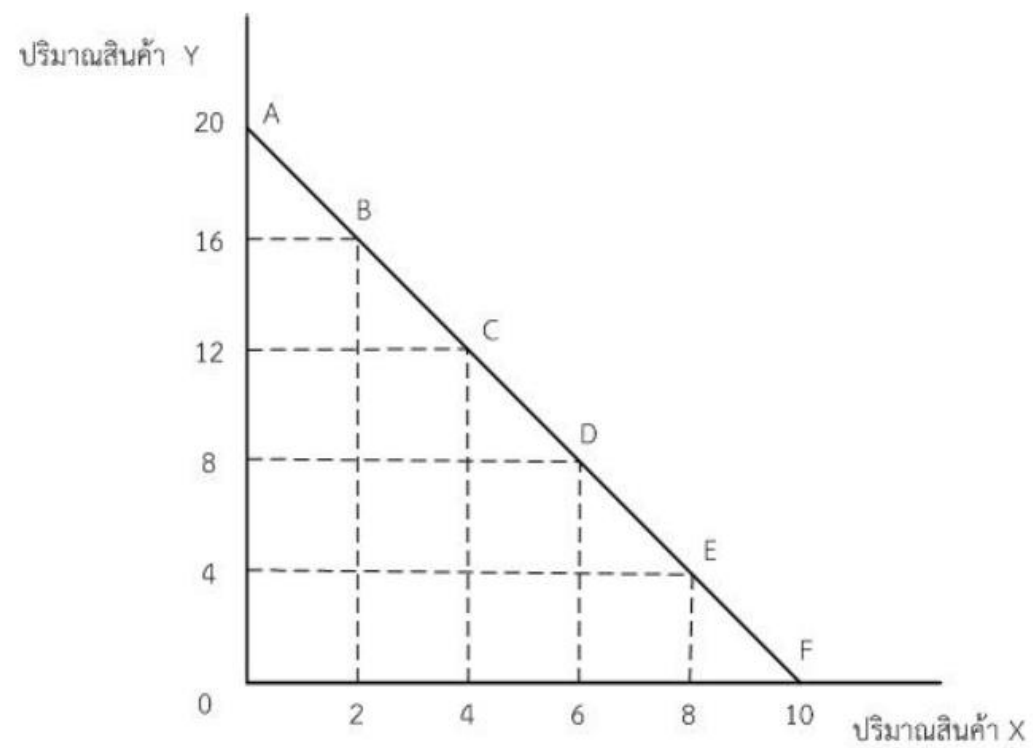


เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (Budget line)

- เส้นงบประมาณ หมายถึง เส้นที่แสดงสัดส่วนสินค้าสองชนิดที่ผู้บริโภคได้รับหรือซื้อได้จากยอดเงินจำนวนหนึ่ง ณ ราคาตลาด
 - สมมติสินค้า 2 ชนิด
 - สินค้า X หน่วยละ 20 บาท
 - สินค้า Y หน่วยละ 10 บาท
 - งบประมาณ 200 บาท
-

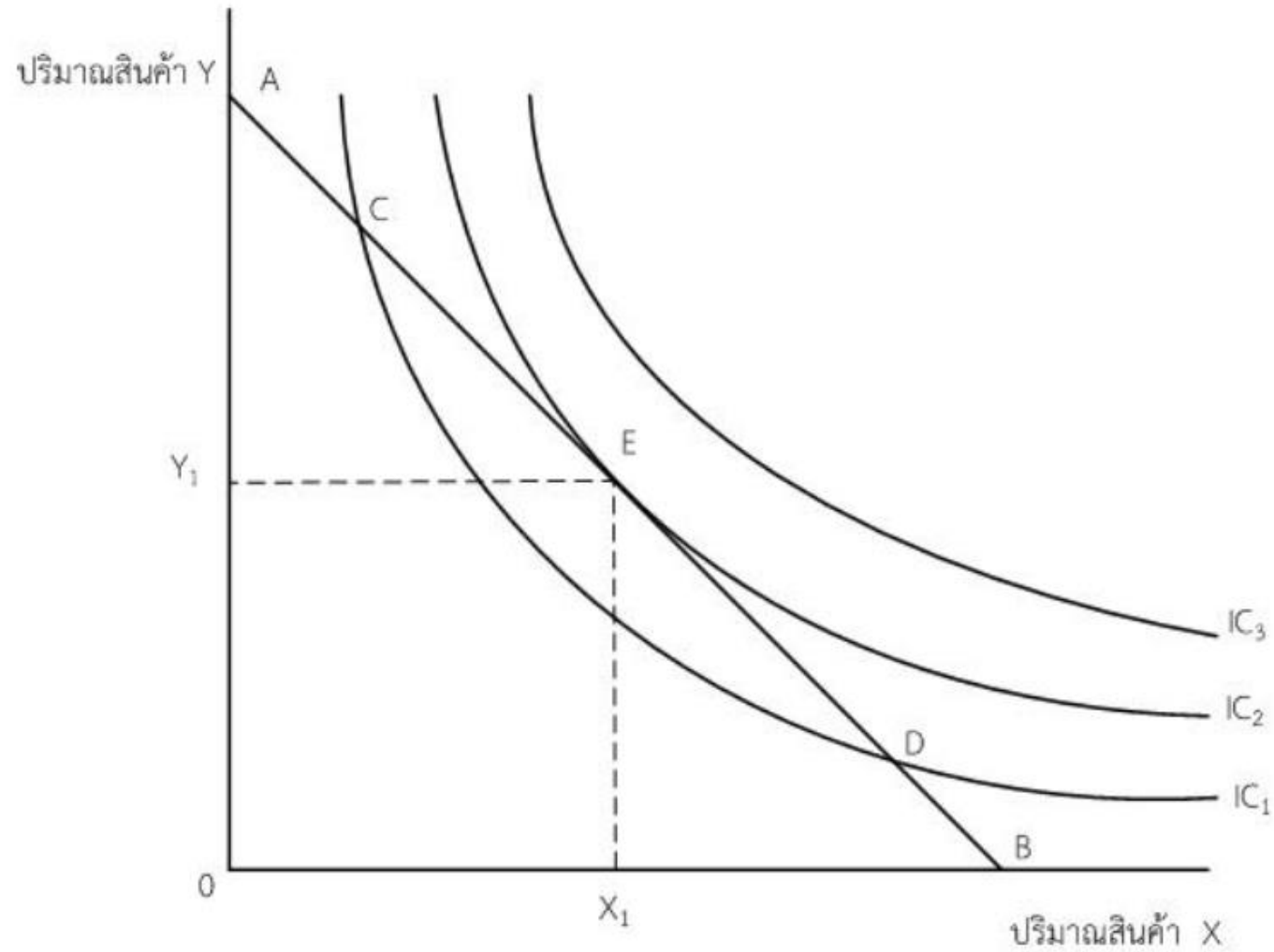


ทางเลือก	ปริมาณสินค้า X	ปริมาณสินค้า Y
A	0	20
B	2	16
C	4	12
D	6	8
E	8	4
F	10	0





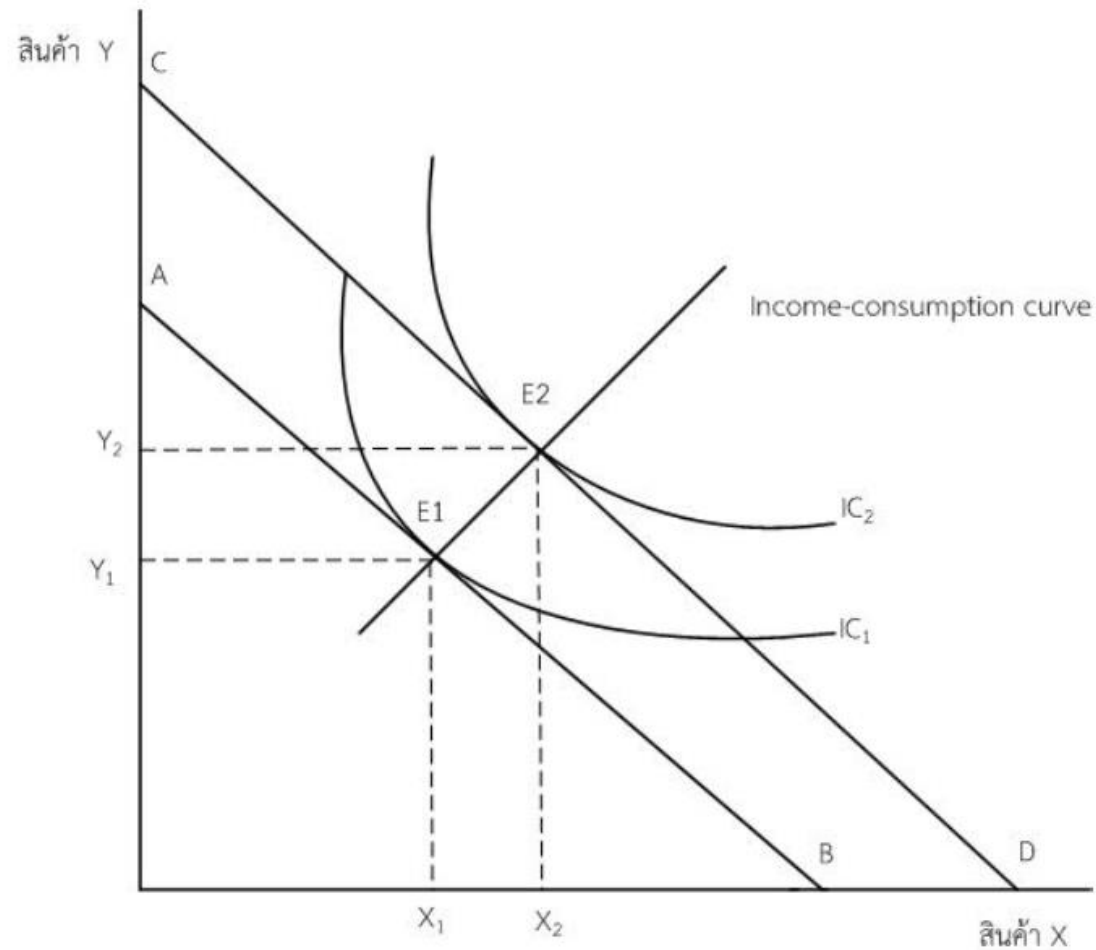
ดุลยภาพการบริโภค





การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพการบริโภค

110





ผลทางการทดแทนและผลทางรายได้

- เมื่อราคาสินค้า X ลดลง สินค้า X ก็จะมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้า Y ด้วยเหตุนี้ ผู้บริโภคจะเลือกใช้สินค้า X ทดแทนสินค้า Y เรียกว่า ผลการทดแทน (substitution effect) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงราคา
- เมื่อราคาสินค้า X ถูกลง ยังหมายความว่าผู้บริโภคมีเงินเหลือมากขึ้นสำหรับนำไปใช้จ่ายเพื่อสินค้าอื่น ๆ ด้วย นั่นคือ รายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นด้วยเนื่องจากต้นทุนลดลงในการซื้อสินค้าจำนวนหนึ่ง และอาจหมายความว่าผู้บริโภคซื้อสินค้า X ได้มากขึ้น ผลเช่นนี้เรียกว่าผลทางรายได้ (income effect) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงราคา



- ในกรณีที่เป็นสินค้าปกติ (normal good) ผลทางรายได้เป็นบวก หมายความว่า เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อ อย่างไรก็ตาม ผลทางรายได้สามารถกลายเป็นลบได้ในกรณีของสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) และสินค้ากิฟเฟ่น (giffen goods)
- กรณีสินค้าด้อยคุณภาพ ผลลบที่เกิดขึ้นก็ยังไม่เพียงพอที่จะกลบผลทางการทดแทนที่เพิ่มขึ้นได้ ดังนั้น โดยรวมแล้วปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อยังคงมากขึ้น
- แต่ถ้าผลทางการทดแทนถูกหักล้างด้วยผลทางรายได้ที่เป็นลบได้ จะเป็นกรณีของสินค้ากิฟเฟ่น (giffen goods) ซึ่งเป็นสินค้าที่อุปสงค์ลดลงเมื่อราคาลดลง และในทางกลับกัน อุปสงค์เพิ่มขึ้นเมื่อราคาเพิ่มขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม