



บทที่ 10

การกำหนดราคา



วิเคราะห์เพื่อ กำหนดต้นทุน



ต้นทุนคงที่ (Fix Cost = FC)

เป็นต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลง/ไม่ผันแปรไปตามปริมาณการผลิต หรือการขาย ณ ระดับการผลิตหนึ่ง เช่น ค่าเช่าอาคาร ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา เงินเดือนพนักงาน เป็นต้น



ต้นทุนคงที่รวม (Total Fix Cost = TFC)

ผลรวมของต้นทุนคงที่



ต้นทุนผันแปร (Variable Cost = VC)

ต้นทุนที่ผันแปรตามกำลังการผลิต เช่น ค่าวัตถุดิบ, ค่าแรง, ค่าคอมมิสชั่น เป็นต้น



ต้นทุนผันแปรรวม (Total Variable Cost = TVC)

ผลรวมของต้นทุนผันแปร



ต้นทุนรวม (Total Cost = TC)

$TC = TFC + TVC$



วิเคราะห์เพื่อ กำหนดต้นทุน



ต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average Fix Cost = AFC)

ต้นทุนคงที่ (TFC) / ปริมาณการผลิต (Q)



ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average Variable Cost = AVC)

ต้นทุนผันแปร (TVC) / ปริมาณการผลิต (Q)



ต้นทุนเฉลี่ยหรือต้นทุนรวมเฉลี่ย (Average Cost) AC

ต้นทุนรวม (TC) / ปริมาณการผลิต (Q)



ต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost = MC)

หรือต้นทุนหน่วยสุดท้าย • เป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการผลิตที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วยหรือต้นทุนส่วนเพิ่มจากการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนหรือต้นทุนผันแปรรวม



แสดงต้นทุนแต่ละชนิดของธุรกิจแห่ง หนึ่ง

ปริมาณ การผลิต (Q)	ต้นทุน คงที่รวม (TFC)	ต้นทุน ผันแปร รวม (TVC)	ต้นทุน รวม (TC)	ต้นทุนส่วน เพิ่มต่อ หน่วย (MC)	ต้นทุน คงที่เฉลี่ย (AFC)	ต้นทุนผัน แปรเฉลี่ย (AVC)	ต้นทุน เฉลี่ย (AC)
0	1200	0	1200		~	0	~
10	1200	600	1800	60	120	60	180
20	1200	800	2000	20	60	40	100
30	1200	900	2100	10	40	30	70
40	1200	1050	2250	15	30	26.25	56.25
50	1200	1400	2600	35	24	28	52
60	1200	2100	3300	70	20	35	55



โจทย์

กิจการแห่งหนึ่งใช้ต้นทุนคงที่รวม 1,200 บาท ต้นทุนผันแปรรวม 1,400 บาท ในการผลิตสินค้า 50 หน่วย

1. ตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเฉลี่ย

- ถ้าบริษัทดังกล่าวต้องการกำไร 2,500 บาท ที่ปริมาณการผลิต 50 หน่วย

$$TC = TFC + TVC$$

$$\text{ต้นทุนรวม (TFC)} \quad 1,200 \quad + \quad 1,400 = 2,600 \quad \text{บาท}$$

$$\text{ต้นทุนเฉลี่ย (AC)} \quad = TC/Q \quad = \quad 2,600/50 \quad = 52 \quad \text{บาท}$$

- ต้องการกำไร 2,500 บาท สินค้า 50 หน่วย (ชิ้น)
 - ต้องการกำไรหน่วยละ $2,500/50 = 50$ บาท

ดังนั้นกิจการต้องราคาขายสินค้าจากต้นทุนเฉลี่ย = $52 + 50 = 102$ บาท



โจทย์

กิจการแห่งหนึ่งใช้ต้นทุนคงที่รวม 1,200 บาท ต้นทุนผันแปรรวม 1,400 บาท ในการผลิตสินค้า 50 หน่วย

2. ตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนผันแปรเฉลี่ย

- ถ้าบริษัทดังกล่าวต้องการกำไรโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนผันแปรเฉลี่ย หน่วยละ 50 บาทที่ปริมาณการผลิต 50 หน่วย

$$P = TVC/Q$$

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (TVC)} &= 1,400 \text{ บาท / ปริมาณการผลิต (Q) = 50} \\ &= 1,400/50 = 28 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ดังนั้นกิจการต้องราคาขายสินค้าจากต้นทุนผันแปรเฉลี่ย = $28 + 50 = 78$ บาท



โจทย์

กิจการแห่งหนึ่งใช้ต้นทุนคงที่รวม 1,200 บาท ต้นทุนผันแปรรวม 1,400 บาท ในการผลิตสินค้า 50 หน่วย

3. ตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนส่วนเพิ่ม

- ปริมาณการผลิตที่ 50 หน่วยต้นทุนส่วนเพิ่ม 35 บาท

$$P = MC + \text{กำไรต่อหน่วย}$$

- ถ้าธุรกิจต้องการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนส่วนเพิ่ม 30 บาท

ดังนั้นกิจการต้องราคาขายสินค้าจากต้นทุนส่วนเพิ่ม = $35 + 30 = 65$ บาท



โจทย์

4. ตั้งราคาโดยให้ได้ผลตอบแทนจากเงินทุนตามเป้าหมาย

- ตัวอย่าง ในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งใช้เงินลงทุน (ต้นทุนคงที่) 400,000 บาท โดยมีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 75 บาท ธุรกิจมีความต้องการอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน 25 % ธุรกิจคาดคะเนปริมาณความต้องการซื้อสินค้าเท่ากับ 1,000 หน่วย ธุรกิจต้องตั้งราคาขายสินค้าหน่วยละเท่าใด

- ราคา = (ต้นทุนคงที่ x ผลตอบแทนเงินลงทุน) + ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย

ความต้องการซื้อสินค้า

$$\text{ราคา} = (400,000 \times (25\%)) + 75$$

$$\frac{\quad\quad\quad 1,000 \quad\quad\quad}{\quad\quad\quad}$$

$$= (400,000 + 100,000) + 75$$

$$\frac{\quad\quad\quad 1,000 \quad\quad\quad}{\quad\quad\quad}$$

$$= 500 + 75 = 575 \text{ บาท}$$

ข้อดีของการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน

- เป็นกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนในการตั้งราคาได้สะดวก
- กำหนดได้ชัดเจนว่าธุรกิจมีกำไรเท่าไร
- ได้ประโยชน์สูงสุดจากโครงสร้างต้นทุน

ข้อเสียของการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน

- การเปลี่ยนแปลงไม่ทันต่อเวลาที่
- ดูเหมือนเป็นการเอาเปรียบลูกค้า
- ราคาพิจารณาจากต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย
- ยากต่อการคาดคะเนยอดขาย
- ขัดต่อแนวความคิดทางการตลาด





• แนวความคิดเกี่ยวกับจุดคุ้มทุน

- จุดคุ้มทุน (Break event point) หมายถึง ปริมาณการผลิตหรือปริมาณการขายที่มีผลทำให้รายได้ทั้งหมดเท่ากับต้นทุนทั้งหมด ณ ระดับนี้กิจการจะไม่มีกำไร และไม่ขาดทุน

$$\text{Break Event Point} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม (TFC)}}{\text{ราคา (P) - ต้นทุนผันแปร (VC)}}$$

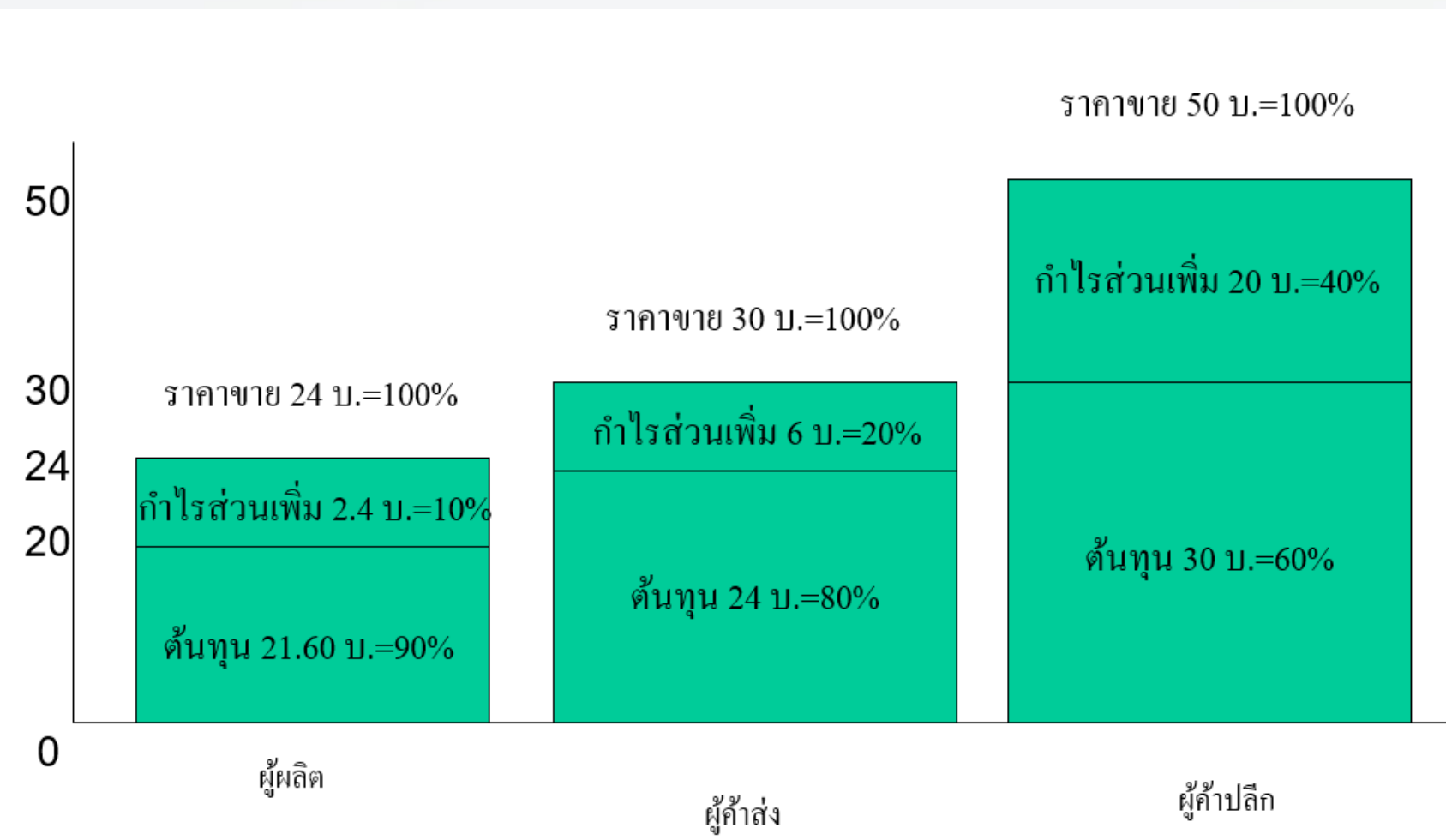
- ตั้งราคาที่ 56 บาท จากกำลังการผลิต 50 ชิ้น
$$\text{BEP} = \frac{1,200}{56 - 28} = 42.8 > 43 \text{ ชิ้น}$$
- ตั้งราคาที่ 108 บาท จากกำลังการผลิต 50 ชิ้น
$$\text{BEP} = \frac{1,200}{108 - 28} = 15 \text{ ชิ้น}$$

วิธีการตั้งราคาแบบลูกโซ่



- เป็นวิธีการตั้งราคาในช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการตั้งราคาโดยบวกกำไรส่วนเพิ่มจากราคาขายในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายโดย
- ราคาขายของผู้ผลิต = ต้นทุนของผู้ค้าส่ง
- ต้นทุนของผู้ค้าส่ง + กำไรส่วนเพิ่ม = ราคาขายของผู้ค้าส่ง
- ราคาขายของผู้ค้าส่ง = ต้นทุนของผู้ค้าปลีก
- ต้นทุนของผู้ค้าปลีก + กำไรส่วนเพิ่ม = ราคาขายให้ผู้บริโภค

วิธีการตั้งราคาแบบลูกโซ่



- กรณีนี้ผู้ผลิตต้องการกำไรส่วนเพิ่ม 10 % ของต้นทุนการผลิต 21.60 บาท
 - $(100/90) \times 21.6 = 24$
- ผู้ผลิตขายให้ร้านค้าส่ง = 24 บาท
- กรณีผู้ค้าส่งต้องการกำไรส่วนเพิ่ม 20 %
 - $(100/80) \times 24 = 30$ บาท
- กรณีผู้ค้าปลีกต้องการกำไรส่วนเพิ่ม 40%
 - $(100/60) \times 30 = 50$ บาท

การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์



อุปสงค์หรือความต้องการซื้อ (Demand) หมายถึงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคภายในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ กัน ของสินค้านั้น หรือ ณ ระดับรายได้ต่างๆ กันของผู้บริโภค

- อุปสงค์ต่อราคา
- อุปสงค์ต่อรายได้
- อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์



อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) หมายถึง ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งของผู้ซื้อ ภายในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้านั้น แบ่งเป็น

- อุปสงค์ส่วนบุคคล (Individual demand) หมายถึงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคคนหนึ่ง หรือผู้ซื้อรายใดรายหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้านั้น
- อุปสงค์ของตลาด (Market demand) หมายถึงปริมาณความต้องการซื้อของผู้ซื้อทุกคนที่มีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้าชนิดนั้น
- *คือความต้องการซื้อสินค้าของอุตสาหกรรมนั้น=มูลค่าตลาดรวม*
- อุปสงค์ของบริษัท (Company demand) หมายถึงปริมาณความต้องการซื้อของลูกค้าที่มีต่อสินค้านี้หรือหนึ่งของบริษัทฯ ณ ระดับราคาต่างๆ
- คือส่วนครองตลาดของสินค้าชนิดนั้นๆ

การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์

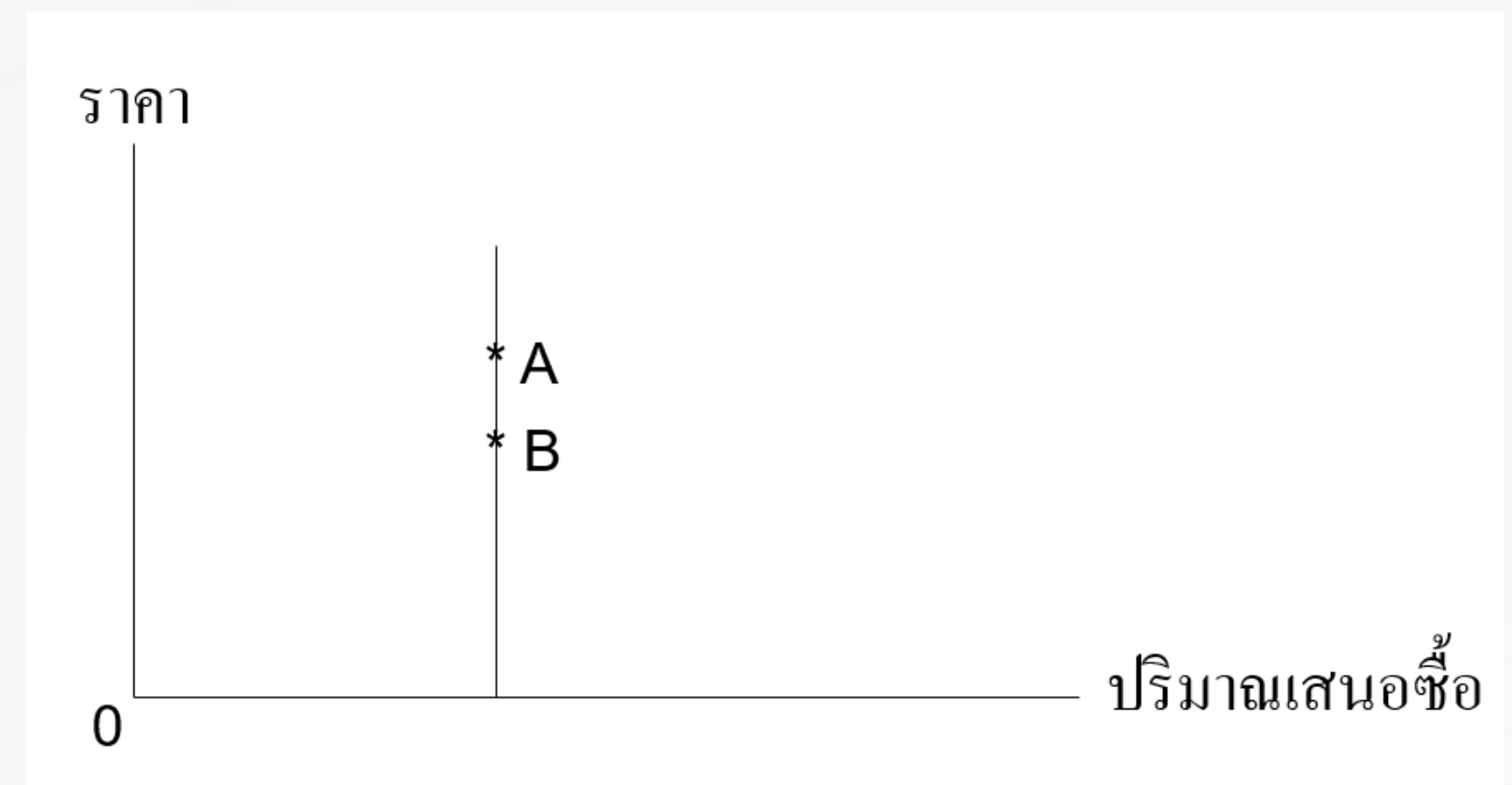


ชนิดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด

1. อุปสงค์ที่ไม่มี ความยืดหยุ่น

- เป็นเส้นอุปสงค์ที่เมื่อราคาสินค้าราคาเปลี่ยนแปลงไปจะไม่ทำให้ปริมาณการเสนอซื้อเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย
- เส้นอุปสงค์ตั้งฉากกับแกนนอน
- มีความยืดหยุ่นเท่ากับ 0
- ได้แก่ สินค้าที่ไม่มีคู่แข่งและมีเอกลักษณ์

ยารักษาโรคร้าย



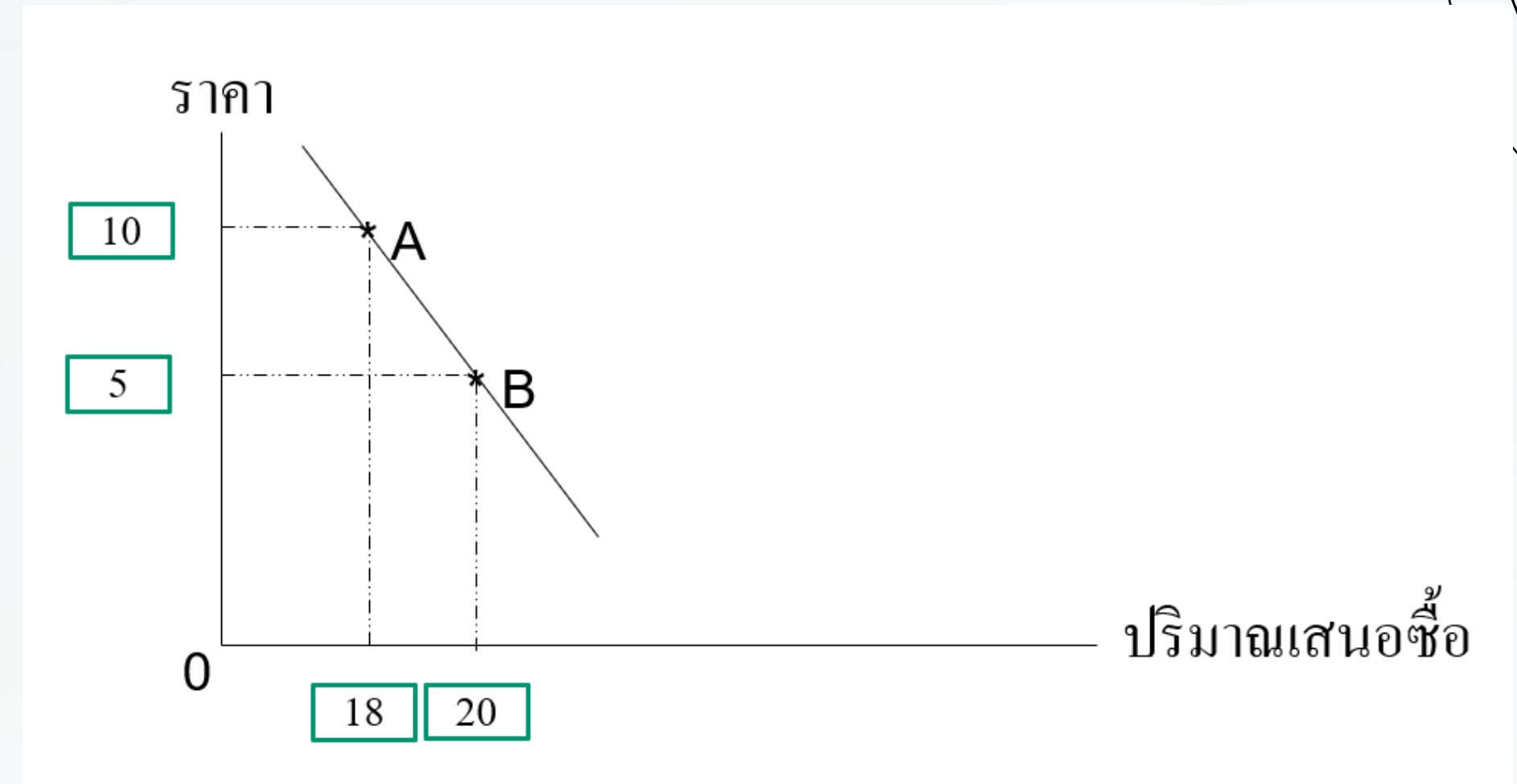
การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์



ชนิดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด

2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย หมายถึงอุปสงค์ที่มีอัตรา (ร้อยละ) การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา เกิดขึ้นได้กับ

- สินค้าเจาะจงซื้อ
- สินค้าที่ลูกค้าเป้าหมายมีรายได้สูง
- สินค้าที่มีคู่แข่งในระดับเดียวกันน้อย
- เส้นอุปสงค์ค่อนข้างชัน ลาดจากซ้ายมาขวา
- มีความยืดหยุ่นมากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1



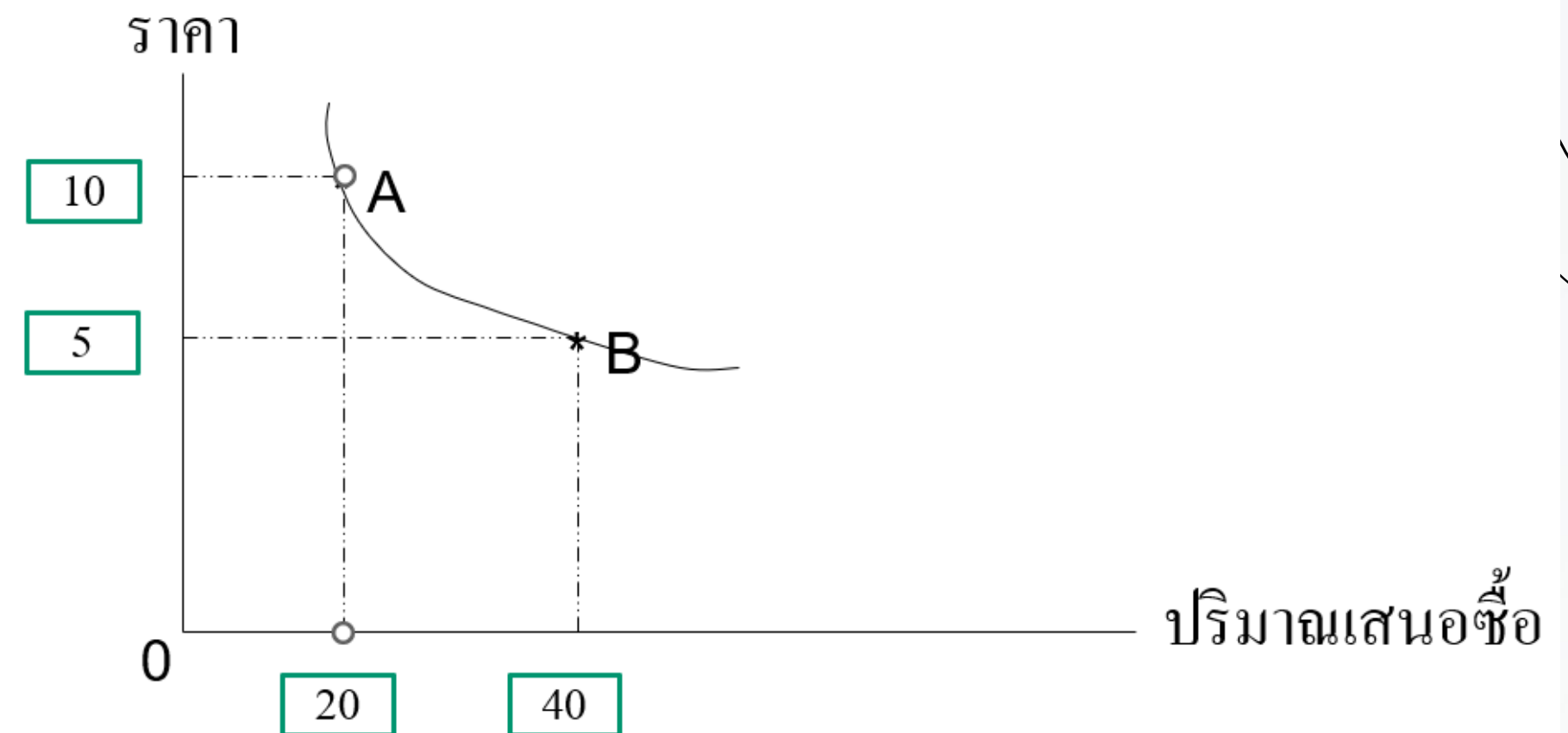
การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์

ชนิดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด

3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่

เป็นเส้นอุปสงค์ที่อัตรา

- การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อเท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา
- มีความยืดหยุ่นเท่ากับ 1
- ยากที่จะเกิดขึ้น



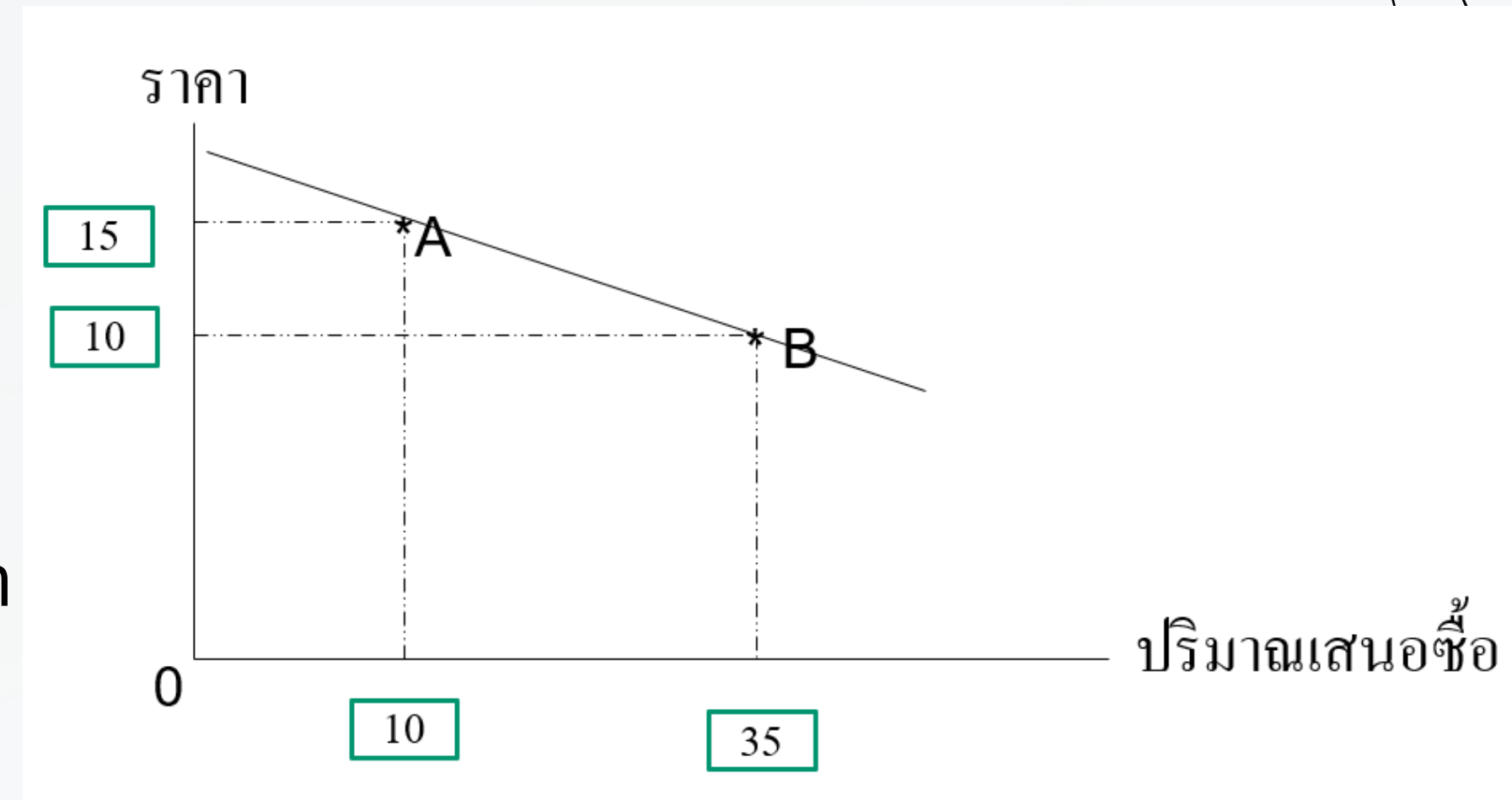
การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์



ชนิดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด

• 4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก หมายถึงอุปสงค์ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา เกิดขึ้นได้กับ

- สินค้าสะดวกซื้อ
- ลูกค้าเป้าหมายมักเป็นลูกค้าที่มีความไวต่อราคา
- จำนวนคู่แข่งชั้นมีมากและการแข่งขันมีความรุนแรง
- การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา
- เส้นอุปสงค์เป็นเส้นตรงลาดจากซ้ายมาขวา
- มีความยืดหยุ่นมากกว่า 1 แต่น้อยกว่าอินฟินิตี้



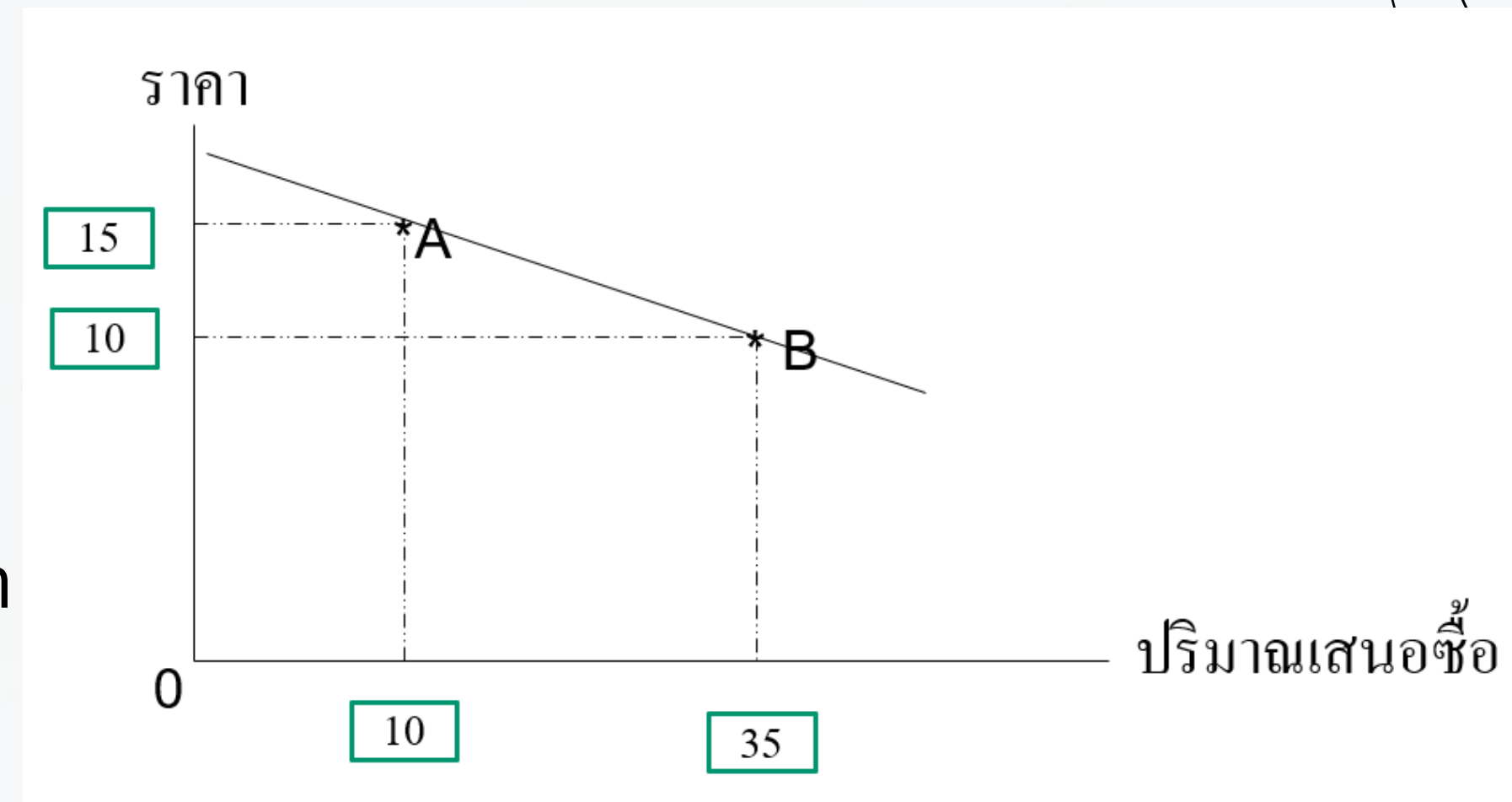
การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์



ชนิดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด

• 4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก หมายถึงอุปสงค์ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา เกิดขึ้นได้กับ

- สินค้าสะดวกซื้อ
- ลูกค้าเป้าหมายมักเป็นลูกค้าที่มีความไวต่อราคา
- จำนวนคู่แข่งชั้นมีมากและการแข่งขันมีความรุนแรง
- การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา
- เส้นอุปสงค์เป็นเส้นตรงลาดจากซ้ายมาขวา
- มีความยืดหยุ่นมากกว่า 1 แต่น้อยกว่าอินฟินิตี้



การตั้งราคาโดยมุ่งอุปสงค์



ชนิดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด

5. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างเต็มที่ เป็นเส้นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์

- ปริมาณเสนอซื้อมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาโดยไม่จำกัด ณ ระดับราคาเดิม
- ได้แก่ สินค้าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- เส้นอุปสงค์จะขนานกับแกนนอนเป็นเส้นตรง
- มีความยืดหยุ่นเท่ากับอินฟินิตี้

