

บทที่ 4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)

ทฤษฎีอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วย

1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) เป็นทฤษฎีที่ถือว่าความพอใจของผู้บริโภคสามารถวัดได้ ถือเป็น Cardinal Theory
2. ทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve Theory) เป็นทฤษฎีที่ถือว่าความพอใจของผู้บริโภคไม่สามารถวัดได้ จะบอกได้เพียงว่ามีความพอใจมากกว่าหรือน้อยกว่า ถือเป็น Ordinary Theory

4.1 ทฤษฎีอรรถประโยชน์

อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึงความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการ โดยความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการสามารถวัดเป็นหน่วย เรียกว่า util

เศรษฐกิจทรัพย์ (Economic goods) ทุกชนิดย่อมมีอรรถประโยชน์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการในสินค้านั้นคือ สินค้าชนิดเดียวกันจำนวนเท่ากันอาจให้ประโยชน์ต่างกันได้ในเวลาต่างกัน หรือผู้บริโภคต่างกัน

4.2 ความหมายของอรรถประโยชน์เพิ่มและอรรถประโยชน์รวม

อรรถประโยชน์เพิ่ม (Marginal Utility: MU) หมายถึงความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับเพิ่มขึ้นจากการบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย นั่นคือ

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1}$$

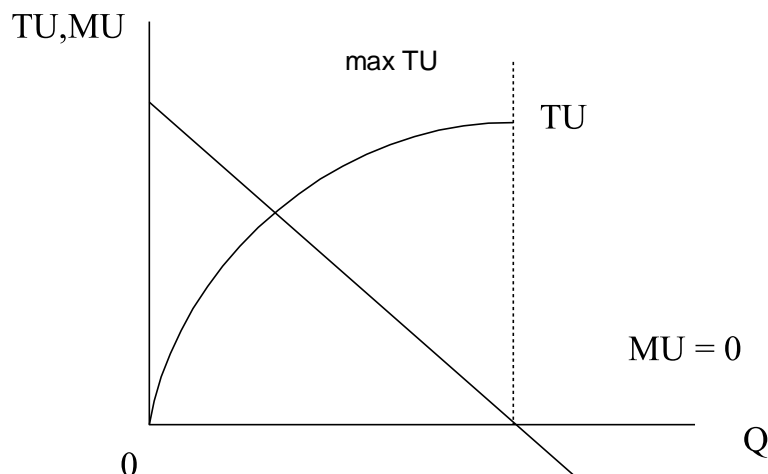
อรรถประโยชน์รวม (Total Utility: TU) หมายถึงผลรวมของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU) ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้า ตั้งแต่หน่วยแรกจนถึงหน่วยที่กำลังพิจารณานั้นคือ

$$TU = \sum_{i=1}^N MU_i$$

4.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง TU และ MU

จากรูปที่ 4.2-1 สามารถหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าอรรถประโยชน์รวม (MU) และอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (TU) ได้ดังนี้

- เมื่อ $MU > 0$,ค่า TU จะมีค่าเพิ่มขึ้น ($TU \uparrow$)
- เมื่อ $MU = 0$, TU จะมีค่ามากที่สุด ($\max TU$)
- ต่อจากนั้นค่าของ TU จะลดลง ($TU \downarrow$) เมื่อ $MU < 0$



รูปที่ 4.2-1 เส้นอรรถประโยชน์รวม

4.3 กฎการลดน้อยลงอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม

เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นทีละหน่วยอรรถประโยชน์ ส่วนเพิ่มของสินค้าและบริการหน่วยที่เพิ่มนั้นจะลดลงตามลำดับ เช่น การดื่มน้ำ อรรถประโยชน์จะลดน้อยลงเรื่อยๆ เมื่อดื่มน้ำเพิ่มขึ้นทีละแก้ว ตรงข้ามกับผู้ที่อยู่ในทะเลทรายที่กระหายน้ำ จะรู้สึกว่ามีน้ำหนึ่งแก้วมีคุณค่ามาก ซึ่งแสดงว่า MU ของน้ำลดลงเมื่อมีน้ำจำนวนแก้วเพิ่มขึ้น

4.4 ดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumer Equilibrium)

ดุลยภาพของผู้บริโภคนั้น เป็นการพิจารณาว่าผู้บริโภคจะใช้จ่ายเงินรายได้ที่มีอยู่จำกัดในการซื้อสินค้าและบริการชนิดต่างๆ อย่างไร จึงจะได้รับความสุขสูงสุด (Maximize Utility)

4.4.1 เงื่อนไขการบริโภคที่เหมาะสมที่สุดภายใต้รายได้จำกัด

โดยแบ่งได้เป็น 3 กรณี ได้แก่

กรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้ไม่จำกัดและสินค้าทุกชนิดมีราคาเท่ากัน เนื่องจากผู้บริโภคแสวงหา $\max TU$ ดังนั้นผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจนถึงหน่วยที่ $MU = 0$ แล้วก็หยุดซื้อสินค้าชนิดนั้น จากนั้นก็ซื้อสินค้าตัวต่อไปโดยใช้หลักการเดิม จึงกล่าวได้ว่า

$$\max TU \text{ เมื่อ } MU_a = MU_b = \dots\dots\dots = 0$$

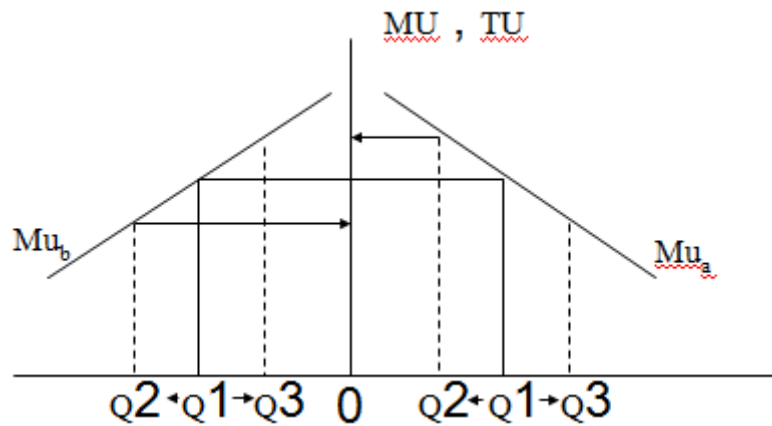
กรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้จำกัดและสินค้าทุกชนิดราคาเท่ากัน ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ให้ MU สูงสุดก่อนจนถึงหน่วยที่ MU ของสินค้านั้นเท่ากับ MU ของหน่วยแรกของสินค้าที่สองไปเรื่อยๆจนหมดรายได้ที่มีอยู่ นั่นคือ

$$\max TU \text{ เมื่อ } MU_a = MU_b = \dots\dots\dots = MU_n = k$$

กรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้จำกัดและสินค้าทุกชนิดราคาไม่เท่ากัน เนื่องจากในความเป็นจริงสินค้าแต่ละชนิดมีราคาไม่เท่ากัน จึงต้องมีการปรับให้ราคาสินค้าทุกชนิดมีค่าเท่ากับ 1 โดยการหาร MU ด้วยราคาของสินค้านั้นๆ จะได้

$$\max TU \text{ เมื่อ } MU_a/P_a = MU_b/P_b = \dots\dots\dots = MU_n / P_n = k$$

จากรูปที่ 4.4-1 สัดส่วนการบริโภคสินค้า a จำนวน Q_1 หน่วย และ b จำนวน Q_2 หน่วย ดีที่สุด เงื่อนไขนี้คือ $Mu_a = Mu_b$



รูปที่ 4.4-1 เส้นอรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของสินค้า a, b

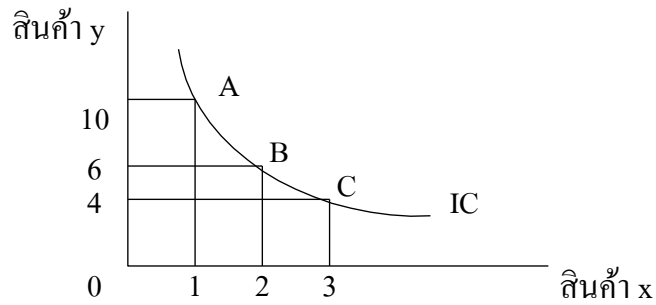
4.4.2 ข้อโต้แย้งทฤษฎีอรรถประโยชน์

- ในการซื้อสินค้าและบริการผู้บริโภคไม่ได้สนใจถึง MU ของสินค้าแต่ละชนิด ทำให้ไม่เกิดดุลยภาพ
- ผู้บริโภคมักซื้อสินค้าตามความเคยชิน ไม่ได้คำนึงถึง MU
- ความพอใจของผู้บริโภคไม่สามารถวัดเป็นหน่วยได้

4.5 ทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve Theory)

เส้นความพอใจเท่ากัน (เส้น IC) คือเส้นที่แสดงสัดส่วนของสินค้าสองชนิดที่แตกต่างกันแต่ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคเท่ากัน

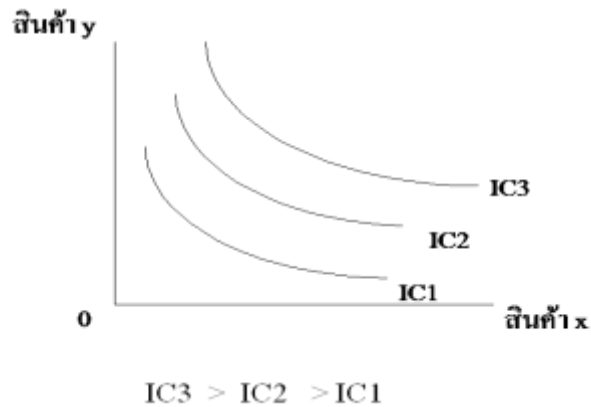
รูปที่ 4.5-1 แสดงให้เห็นว่าทุกจุด (A, B, C) บนเส้น IC ให้ความพอใจเท่ากันแก่ผู้ซื้อ



รูปที่ 4.5-1 เส้นความพอใจเท่ากัน

4.5.1 แผนภาพเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Map)

เส้น IC ของผู้บริโภคคนหนึ่งๆ มีได้หลายเส้นเพราะความพอใจของผู้บริโภคมีหลายระดับ โดยเส้นที่อยู่เหนือกว่าย่อมให้ความพอใจมากกว่า



รูปที่ 4.5-2 แผนภาพเส้นความพอใจเท่ากัน

4.5.2 คุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน

เส้นความพอใจเท่ากันมีคุณสมบัติที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. เป็นเส้นโค้งทอดลงจากซ้ายมาขวา หรือมีค่าความชันเป็นลบ (Negative slope) แสดงถึงผู้บริโภคที่ได้รับสินค้าอย่างหนึ่งลดลง แล้วเขาต้องเพิ่มการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่งเพื่อชดเชยให้ได้รับความพอใจเท่าเดิม
2. เป็นเส้นโค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิด (origin) แสดงถึงการทดแทนของสินค้า 2 อย่างได้ไม่สมบูรณ์
3. เส้นความพอใจเท่ากันตัดกันไม่ได้ เนื่องจากแต่ละเส้น IC มีความพอใจในระดับที่แตกต่างกัน เส้นที่มีความพอใจมากย่อมอยู่สูงกว่าเส้นที่มีความพอใจน้อยกว่า และทุกๆจุดบนเส้นเดียวกัน แสดงถึงความพอใจระดับเดียวกัน
4. เป็นเส้นที่ต่อเนื่องไม่ขาดตอน

4.6 อัตราส่วนเพิ่มของการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด (Marginal Rate of Substitution: MRS)

อัตราส่วนเพิ่มการทดแทนกันของสินค้า: MRS หมายถึงการลดลงของสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย โดยรักษาระดับความพอใจให้คงเดิม

สมมติให้ x และ y เป็นสินค้า 2 ชนิดนั้น ถ้าผู้บริโภคได้รับสินค้า x เพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยได้รับสินค้า y ลดลง ค่า $MRS_{xy} = -dY/dX$ คือค่า slope ของเส้น IC

ในทางกลับกัน ถ้าผู้บริโภคได้รับสินค้า y เพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยบริโภคสินค้า x ลดลง ค่า $MRS_{yx} = -dX/dY$

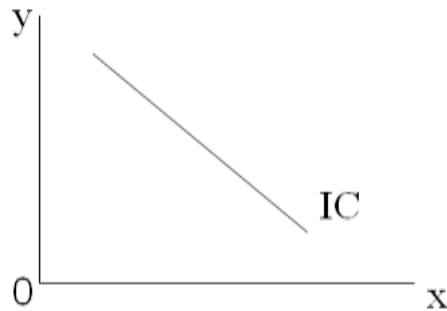
4.7 กฎการลดน้อยถอยลงของอัตราส่วนเพิ่มของการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด (Law of Diminishing Marginal Rate of Substitution)

การลดน้อยถอยลงของอัตราส่วนเพิ่มของการทดแทนกันของสินค้า หมายถึงการลดลงของสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อได้บริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยรักษาระดับความพอใจให้เท่าเดิม

เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นทีละหน่วย (สินค้า x) ค่า MRS_{xy} (หมายถึง เพิ่ม X แต่ลด Y) จะมีค่าลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากสินค้าทั้งสองชนิดทดแทนกันไม่ได้สมบูรณ์ ซึ่งเป็นเหตุผลที่อธิบายว่าทำไมเส้น IC จึงโค้งเข้าหาจุดกำเนิด

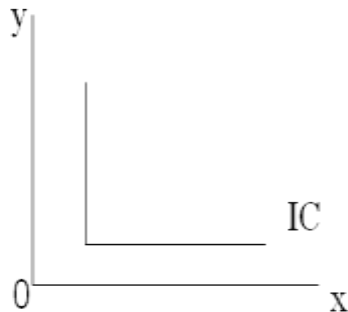
ข้อยกเว้น

1. กรณีสินค้า 2 ชนิดทดแทนกันได้สมบูรณ์ เส้น IC จะเป็นเส้นตรงลาดลงจากซ้ายมาขวาดังรูปที่ 4.5-1 แสดงให้เห็นว่าค่า MRS_{xy} และ MRS_{yx} มีค่าคงที่ (เส้น IC ทำมุม 45 องศากับแกน X) เช่น สบูยี่ห้อ 1 กับยี่ห้อ 2



รูปที่ 4.5-1 เส้นความพอใจเท่ากัน กรณีสินค้า 2 ชนิดทดแทนกันได้สมบูรณ์

2. สินค้า 2 ชนิดใช้ประกอบกัน เช่น รถยนต์กับน้ำมัน หลอดไฟกับไฟฟ้า ดังรูปที่ 4.5-2 ค่า MRS_{xy} เท่ากับ α ในช่วงที่ IC ตั้งฉากกับแกน X และค่า MRS_{xy} เท่ากับ 0 ในช่วง IC ขนานกับแกน X



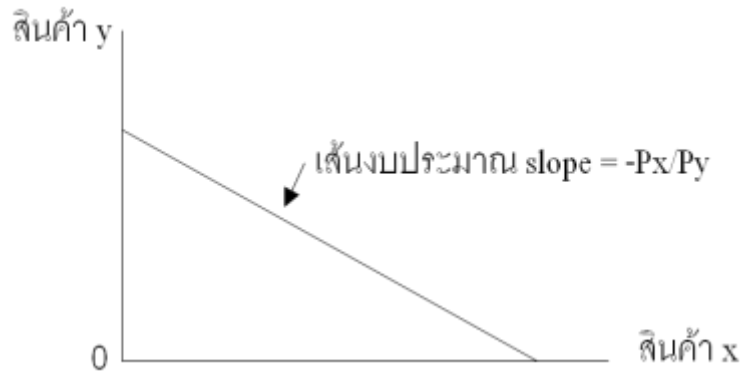
รูปที่ 4.5-2 เส้นความพอใจเท่ากัน กรณีสินค้า 2 ชนิดใช้ประกอบกัน

4.8 เส้นงบประมาณ (Budget Line)

เส้นงบประมาณ (Budget Line) คือเส้นที่แสดงให้เห็นถึงจำนวนต่างๆของสินค้า 2 ชนิด ซึ่งสามารถซื้อได้ด้วยเงินจำนวนหนึ่งที่กำหนดให้ ณ ราคาตลาดขณะนั้น

รูปที่ 4.8-1 แสดงเส้นงบประมาณหนึ่งๆ สำหรับซื้อสินค้า x และ y โดยรายจ่ายในการซื้อสินค้าคือ $X(P_x) + Y(P_y)$

โดยมีความชันของเส้นงบประมาณเป็นลบ ($\text{slope} = -P_x/P_y$) แสดงถึง ราคาสัมพัทธ์ (Relative price) ของสินค้า X เมื่อเทียบกับสินค้า Y



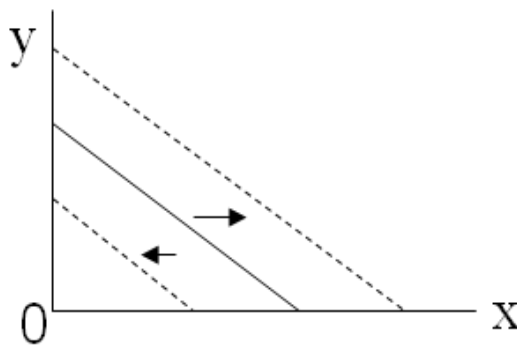
รูปที่ 4.8-1 เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา

4.8.1 การเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณ

การเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณหรือรายได้มี 2 กรณีคือ

1) รายได้เปลี่ยน , ราคาสินค้า x และ y คงที่

รูปที่ 4.8-2 แสดงให้เห็นเส้นรายได้ที่เปลี่ยนไป เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น ก็สามารถซื้อสินค้า x และ y ได้เพิ่มขึ้น ตรงข้ามกับกรณีที่รายได้ลดลง ผู้บริโภคยอมซื้อสินค้าทั้ง 2 ชนิดได้น้อยลง



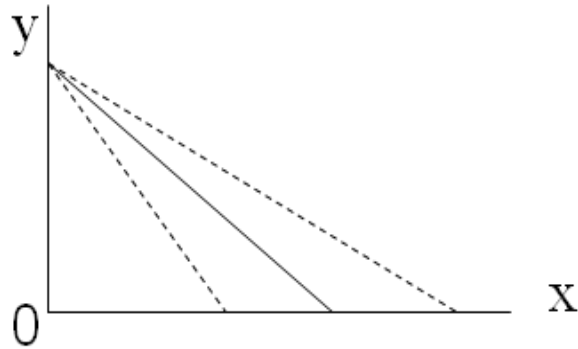
รูปที่ 4.8-2 เส้นรายได้ที่เปลี่ยนแปลง

2) รายได้คงที่, ราคาเปลี่ยน

2.1) รายได้คงที่, ราคาสินค้า x เปลี่ยน, ราคา y คงที่

สมมติให้รายได้และราคาสินค้า y คงที่ เมื่อราคาสินค้า x เพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณสินค้า x ที่ซื้อได้ลดลงและหันไปซื้อสินค้า y เพิ่มขึ้น ในแง่ผลการทดแทนจะพบว่าผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่าเดิม แต่ในผลทางรายได้ ผู้บริโภคซื้อสินค้าทั้ง 2 ชนิดได้น้อยลงด้วยเงินเท่าเดิมแสดงว่ารายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคลดลงและความพอใจของผู้บริโภคก็ลดลง

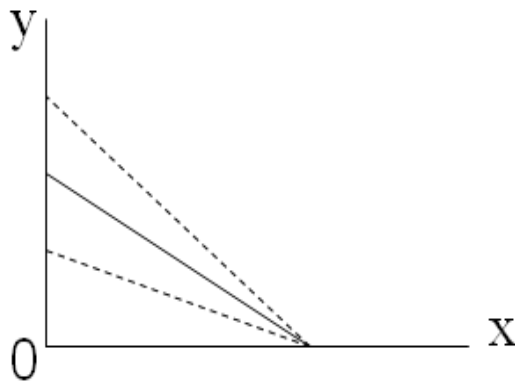
กรณีที่สินค้า x มีราคาถูกลง จะทำให้ปริมาณสินค้า x ที่ซื้อได้เพิ่มขึ้นและลดปริมาณการซื้อสินค้า y ลง ในแง่ผลทางรายได้จะพบว่าผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าทั้ง 2 ชนิดได้ปริมาณมากขึ้น ด้วยจำนวนเงินเท่าเดิม หมายความว่ารายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นและความพอใจก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังรูปที่ 4.8-3



รูปที่ 4.8-3 เส้นรายได้และราคาสินค้า y คงที่ ราคาสินค้า x เปลี่ยนแปลง

2.2) รายได้คงที่, ราคาสินค้า y เปลี่ยน, ราคา x คงที่

กรณีนี้ก็เช่นเดียวกับข้อ 2.1 นั่นคือ เมื่อราคาสินค้า y เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคลดลงและความพอใจของผู้บริโภคก็ลดลง แต่รายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นและความพอใจก็เพิ่มขึ้นในกรณีที่ราคาสินค้า y ลดลง

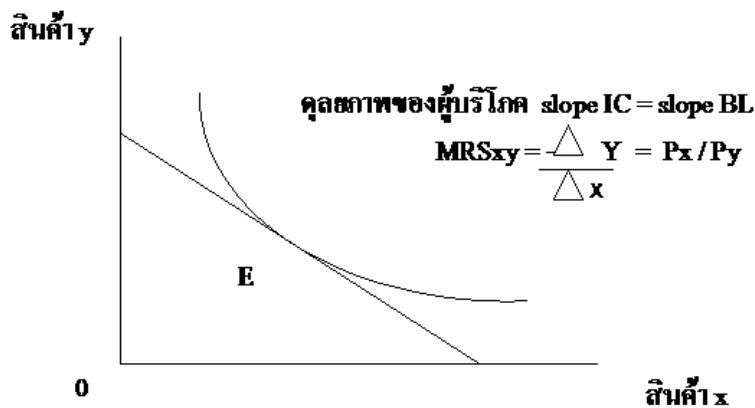


รูปที่ 4.8-4 เส้นรายได้และราคาสินค้า x คงที่ ราคาสินค้า y เปลี่ยนแปลง

4.9 ดุลยภาพของผู้บริโภค

ดุลยภาพของผู้บริโภค คือจุดที่การบริโภคที่ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด นั่นคือดุลยภาพของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคใช้เงินที่มีอยู่จำกัดซื้อสินค้า 2 ชนิด โดยทำให้เขาได้รับความพอใจสูงสุด

รูปที่ 4.9-1 จุดสัมผัสระหว่างเส้น IC เส้นใดเส้นหนึ่งกับเส้นงบประมาณ เรียกว่า จุดดุลยภาพ (จุด E) แสดงให้เห็นว่าจำนวนสินค้าทั้ง 2 ชนิดที่ซื้อด้วยเงินจำนวนที่กำหนดให้จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด



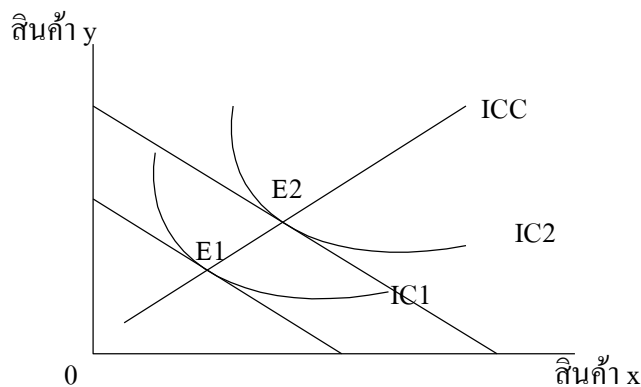
รูปที่ 4.9-1 จุดดุลยภาพของผู้บริโภค

4.10 การเปลี่ยนแปลงภาวะดุลยภาพ

4.10.1 ดุลยภาพเปลี่ยนแปลงเมื่อรายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลง

รายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงได้จาก 2 กรณี คือ ตัวเงินเปลี่ยนแปลงโดยที่ราคาสินค้าคงที่ และตัวเงินคงที่แต่ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง

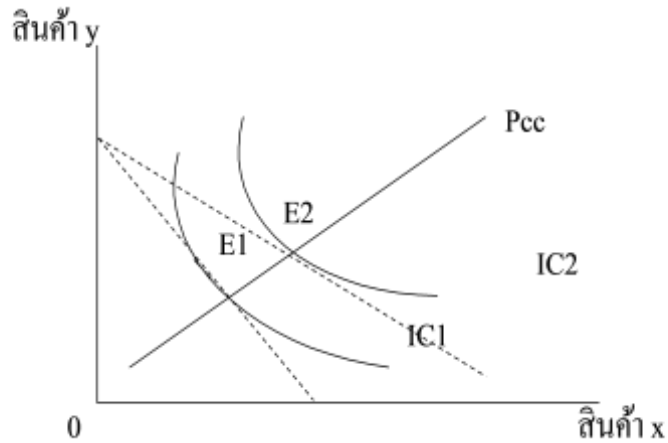
รูปที่ 4.10-1 แสดงให้เห็นว่าเส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลง โดยเส้นใหม่จะขยับสูงขึ้นจากเส้นเดิมในระนาบที่เท่ากันตลอดเส้น จุดดุลยภาพเปลี่ยนจาก E1 ไป จุด E2 แสดงถึงรายได้ที่แท้จริงเพิ่มขึ้น



รูปที่ 4.10-1 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพผู้บริโภคเมื่อรายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลง

4.10.2 ดุลยภาพเปลี่ยนแปลงเมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยน อีกชนิดหนึ่งคงที่

กรณีที่ราคาสินค้าหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป (รูปที่ 4.10-2) ดุลยภาพของผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนจาก E_1 เป็น E_2 เช่นราคาสินค้า x ลดลง หมายความว่าผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้า x ได้เพิ่มมากขึ้น เส้นเชื่อมระหว่าง E_1E_2 เรียกว่า Price-consumption curve, PCC



รูปที่ 4.10-2 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพผู้บริโภคเมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลง