

Course: Environmental Economics



Week 3

Market system



Review

 **ຄວາມສໍາພັນລະຫວ່າງລະບົບເສດຖະກິດ ແລະ
ສິ່ງແວດລ້ອມ**

 **ການຈໍາແນກມົນລະພິດ**

 **ວັດຖຸປະສົງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ**

ເງື່ອນໄນ

01 ລະບົບຕະຫຼາດ

02 ອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານ

03 ຄວາມສົມດຸນຂອງຕະຫຼາດ

04 ເກນຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເສດຖະສາດ

05 ສະຫວັດດີການ: ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດ, ສິນຄ້າມົນພິດ

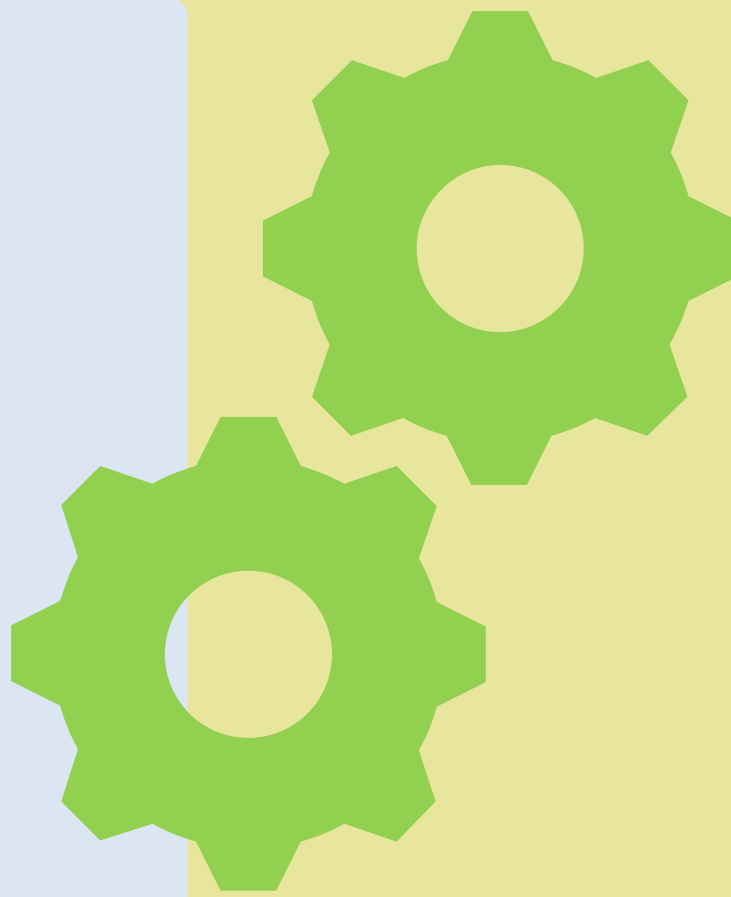
ບົດທີ 3

ຄວາມຮູ້ເບື້ອງຕົ້ນກ່ຽວກັບລະບົບຕະຫຼາດ

01

1. ລະບົບຕະຫຼາດ

ໃນການວິເຄາະທາງເສດຖະສາດມີ
 ການນິຍາມ “ຕະຫຼາດ” ໄວ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງ
 ໂດຍຕະຫຼາດໝາຍເຖິງການກະທຳຕໍ່ກັນ
 ລະຫວ່າງຜູ້ບໍລິໂພກ (ຜູ້ຊື້) ແລະ ຜູ້ຜະລິດ
 (ຜູ້ຂາຍ) ໂດຍມີເປົ້າໝາຍເພື່ອການ
 ແລກປ່ຽນສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ





ການສຶກສາເສດຖະສາດສິ່ງແວດລ້ອມມີການປະຍຸກແນວຄິດເລື່ອງຕະຫຼາດ
ເພື່ອນຳມາໃຊ້ໃນການວິເຄາະການຄວບຄຸມມົນລະພິດໂດຍມັກພິຈາລະນາ”
ຕະຫຼາດສຳລັບຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມ”ດັ່ງນັ້ນໃນເບື້ອງຕົ້ນຈຳເປັນຕ້ອງ
ເຂົ້າໃຈຕະຫຼາດຂອງສິນຄ້າບໍລິການທີ່ມີລາຄາໃນລະບົບຕະຫຼາດກ່ອນໃນເບື້ອງ
ຕົ້ນ.

ການໃຊ້ແບບຈໍາລອງອຸປະສົງ ແລະ ອຸປະທານຊ່ວຍໃຫ້ການວິເຄາະ ເງື່ອນໄຂຕ່າງໆຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນ

ການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການອາດພິຈາລະນາໄດ້ຈາກ ການມີສິນຄ້າບໍລິການຫຼາຍເກີນໄປ ຫຼື ໜ້ອຍເກີນໄປ, ການຈັດສັນ ຊັບພະຍາກອນຜິດພາດ ຫຼື ການໃຊ້ນະໂຍບາຍພາສີນໍ້າມັນເພື່ອຫາດການ ບໍລິໂພກນໍ້າມັນອັນຈະເຮັດໃຫ້ຄຸນນະພາບອາກາດໃນເມືອງດີຂຶ້ນເປັນຕົ້ນ

ດັ່ງນັ້ນ ການສຶກສາການປ່ຽນແປງເງື່ອນໄຂຕະຫຼາດ ແລະ ການ ປ່ຽນແປງລາຄານໍ້າມັນຈະສາມາດພິຈາລະນາແບບແຜນການໃຊ້ນໍ້າມັນທີ່ ປ່ຽນແປງໄປ ການກະຈາຍລາຍໄດ້ທີ່ອາດປ່ຽນແປງ ພາວະພາສີທີ່ຕ້ອງການ ແບກຮັບລະຫວ່າງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ຜູ້ຜະລິດເປັນຕົ້ນ.

ໃນການພິຈາລະນາແບບຈຳລອງຂອງອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານ ມີການກຳນົດຂໍ້ສົມມຸດຕັ້ງຕໍ່ໄປນີ້:

1. ຕະຫຼາດສິນຄ້າບໍລິການເປັນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ
2. ຕະຫຼາດຊັບພະຍາກອນເປັນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ ເຊິ່ງສະແດງວ່າທຸລະກິດ ແຕ່ລະຄົນບໍ່ສາມາດມີອິດທິພົນຫຼາຍກວ່າລາຄາປັດໄຈການຜະລິດໄດ້.
3. ສິນຄ້າບໍລິການທີ່ເຮັດການຊື້ຂາຍແລກປ່ຽນໃນລະບົບຕະຫຼາດເປັນສິນຄ້າ ບໍລິການເອກະຊົນ (Private goods/services) ເຊິ່ງມີຄຸນລັກສະນະຢູ່ 2 ປະການຄື: ການແບ່ງປັນໃນການບໍລິໂພກ, ການກົດກັນການບໍລິໂພກ (Excludability)



02

1. ອຸປະສິງ

ໃນການສຶກສາເລື່ອງອຸປະສິງ (Demand) ຄົງຕ້ອງມີຄວາມເຂົ້າໃຈເຖິງຄວາມແຕກຕ່າງຂອງຄໍາສັບພາສາອັງກິດບາງຄໍາທີ່ບອກເຖິງຄວາມຕ້ອງການຄື “Want” ແລະ “Demand”

ຄໍາວ່າ “Want” ໝາຍເຖິງຄວາມຕ້ອງການ ທີ່ຄວາມປາຖະໜາທີ່ບໍ່ມີສິນສຸດຂອງມະນຸດໃນການໃຫ້ໄດ້ມາ ເຊິ່ງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ

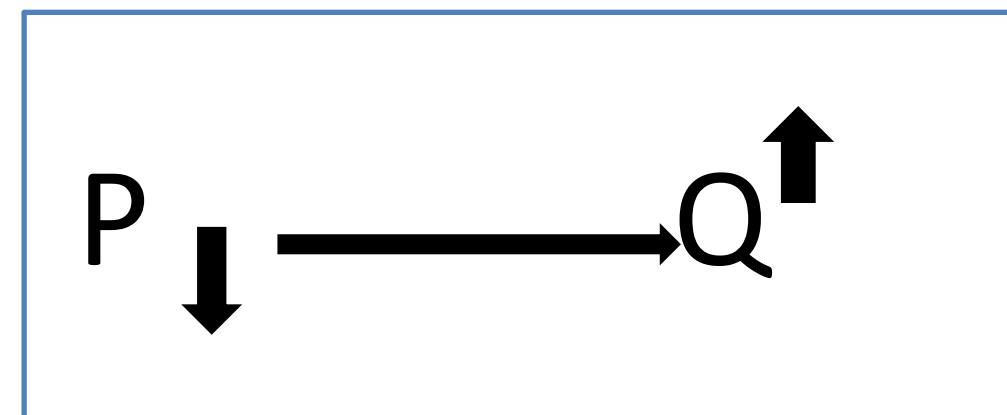
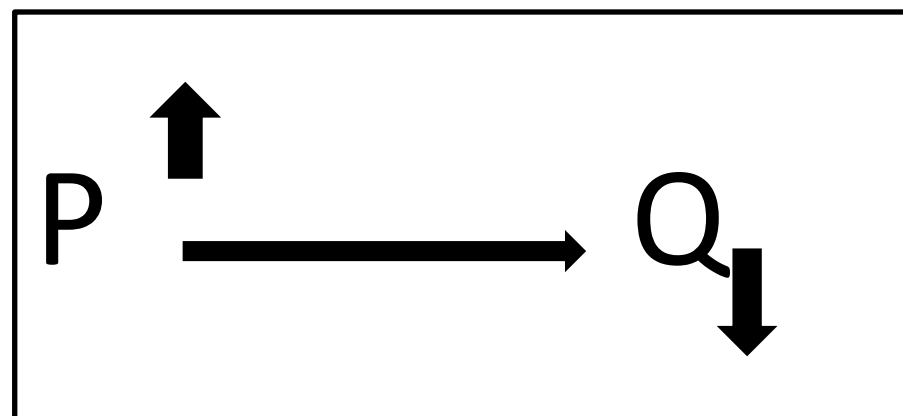
“Demand” ເປັນການຕັດສິນໃຈວ່າຄວາມຕ້ອງການທີ່ບໍ່ສິນສຸດແບບໃດທີ່ມະນຸດສາມາດບັນລຸຄວາມປາຖະໜາໄດ້

ອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານ

ດັ່ງນັ້ນ, ອຸປະສິງຄີປະລິມານສິນຄ້າບໍລິການທີ່ຜູ້
ບໍລິໂພກມີຄວາມເຕັມໃຈ ແລະ ມີຄວາມສາມາດທີ່ຈະ
ຊື້ໃນແຕ່ລະລະດັບລາຄາຂອງສິນຄ້າບໍລິການໃນຊ່ວງ
ເວລາໃດເວລາໜຶ່ງ ເມື່ອກຳນົດປັດໄຈອື່ນໆຄືທີ່ ໂດຍ
ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ

- **ກົດອຸປະສົງ (The law of Demand)**

ກົດຂອງອຸປະສົງສະແດງຄວາມສໍາພັນລະຫວ່າງປະລິມານຄວາມຕ້ອງການບໍລິໂພກສິນຄ້າບໍລິການ ແລະ ລາຄາສິນຄ້າບໍລິການທີ່ປ່ຽນແປງກົງກັນຂ້າມກັນ ກ່າວກໍ່ຄື “ເມື່ອກຳນົດໃຫ້ປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ແລ້ວ ການເພີ່ມຂຶ້ນ (ຫຼຸດລົງ) ຂອງລາຄາສິນຄ້າບໍລິການຊະນິດໜຶ່ງຈະເຮັດໃຫ້ປະລິມານສິນຄ້າບໍລິການທີ່ຕ້ອງການນັ້ນ ຫຼຸດລົງ (ເພີ່ມຂຶ້ນ)” ດັ່ງນັ້ນ ເສັ້ນອຸປະສົງຈຶ່ງມີຄວາມຊັນ (Slope) ເປັນລົບ.



ສາເຫດທີ່ລາຄາສິນຄ້າບໍລິການຊະນິດໜຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ
ແລ້ວເຮັດໃຫ້ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້າບໍລິການນັ້ນ
ຫຼຸດລົງ ເມື່ອກຳນົດໃຫ້ປັດໄຈອື່ນໆຄົງທີ່ ເນື່ອງມາຈາກ
ເຫດຜົນ 2 ປະການຄື: ຜົນຂອງການທົດແທນ ແລະ ຜົນ
ຂອງລາຍໄດ້

ຜົນທາງການທົດແທນ

ຖ້າລາຄາສິນຄ້າ A ສູງຂຶ້ນ ຂະນະທີ່ລາຄາສິນຄ້າ B ຄົງທີ່ ຄົນຈະຊື້ A ຫຼຸດລົງ ແລະ ຫັນໄປຊື້ສິນຄ້າ B ແທນ



ຜົນຂອງລາຍໄດ້ (Income Effect)

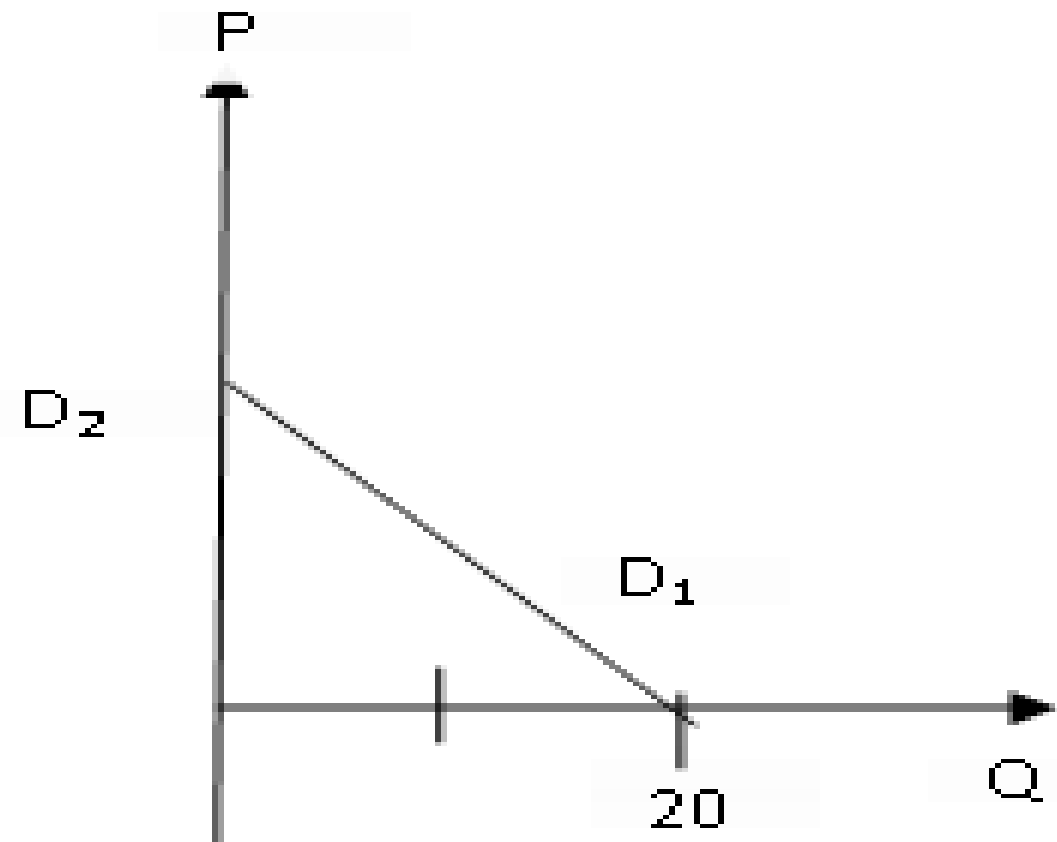
ເມື່ອລາຄາຂອງສິນຄ້າ X ເພີ່ມຂຶ້ນໃນຂະທີ່ປັດໄຈອື່ນໆ ຖືກກຳນົດໃຫ້ຄົງທີ່ ຈະພົບວ່າລາຄາສິນຄ້າ X ແພງຂຶ້ນເມື່ອ ທຽບກັບລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ດັ່ງນັ້ນ ເມື່ອຜູ້ບໍລິໂພກປະ ເຊີນກັບລາຄາສິນຄ້າ X ທີ່ແພງຂຶ້ນແຕ່ລາຍໄດ້ເທົ່າເດີມ ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້າ X ຈະຫຼຸດລົງ ເຊິ່ງຜົນຂອງ ການປັບພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນລັກສະນະນີ້ເອີ້ນວ່າ: ຜົນ ຂອງລາຍໄດ້.

ຕາຕະລາງອຸປະສິງ (Demand Schedule) ແລະ ເສັ້ນອຸປະສິງ (Demand Curve)

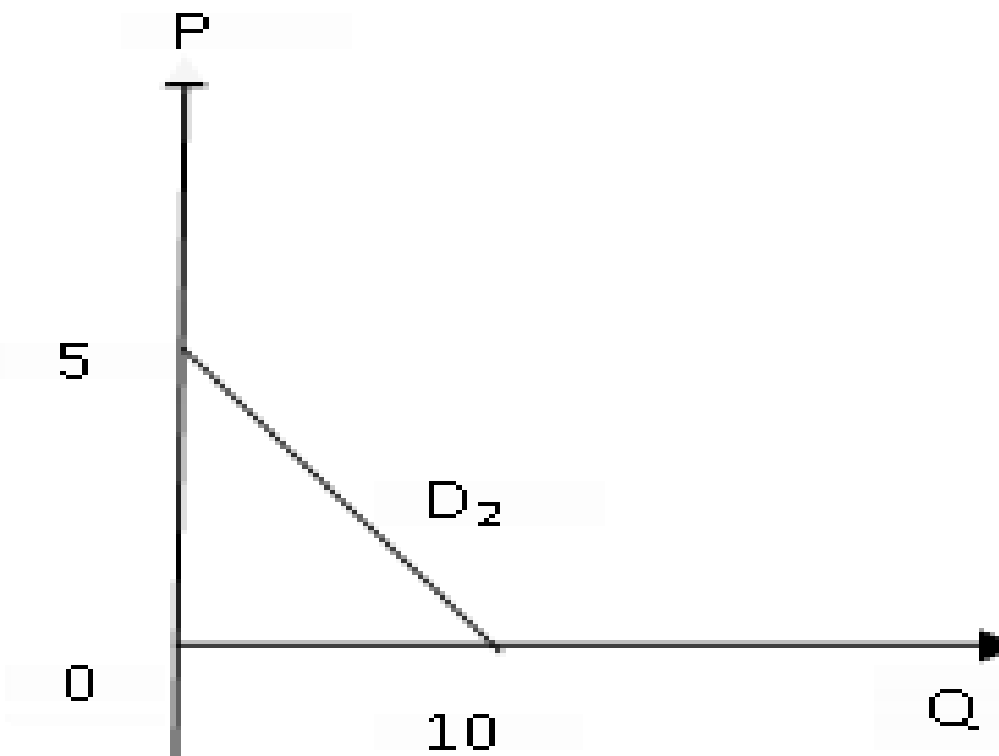
ຕາຕະລາງທີ 3.1 ອຸປະສິງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກນ້ຳດື່ມ

(1) ລາຄາ (ກີບຕໍ່ຕຸກ)	(2) ປະລິມານຄວາມ ຕ້ອງການຂອງຜູ້ ບໍລິໂພກຄົນທີ 1 (ຕຸກ) $Q^{d1} = -4P + 10$	(3) ປະລິມານຄວາມ ຕ້ອງການຂອງຜູ້ ບໍລິໂພກຄົນທີ 2 (ຕຸກ) $Q^{d2} = -2P + 10$	(4) ລວມປະລິມານຄວາມ ຕ້ອງການຂອງຜູ້ ບໍລິໂພກຄົນທີ 1 ແລະ ທີ 2 (ຕຸກ) $Q^d = -6P + 30$	(5) ຮ່ວມ ປະລິມານຄວາມ ຕ້ອງການຂອງຜູ້ ບໍລິໂພກຄົນທີ 1 ແລະ ທີ 2 (ຕຸກ) $Q = -100P + 1,150$
1.00	16	8	24	1,050
2.00	12	6	18	950
2.50	10	5	15	900
3.00	8	4	12	850
4.00	4	2	6	750
5.00	0	0	0	650

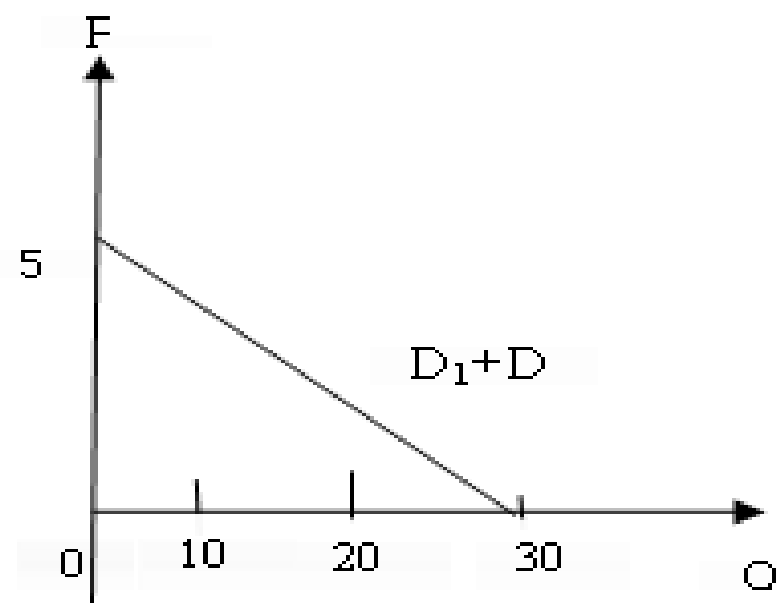
ເສັ້ນອຸປະສິງ (Demand Curve)



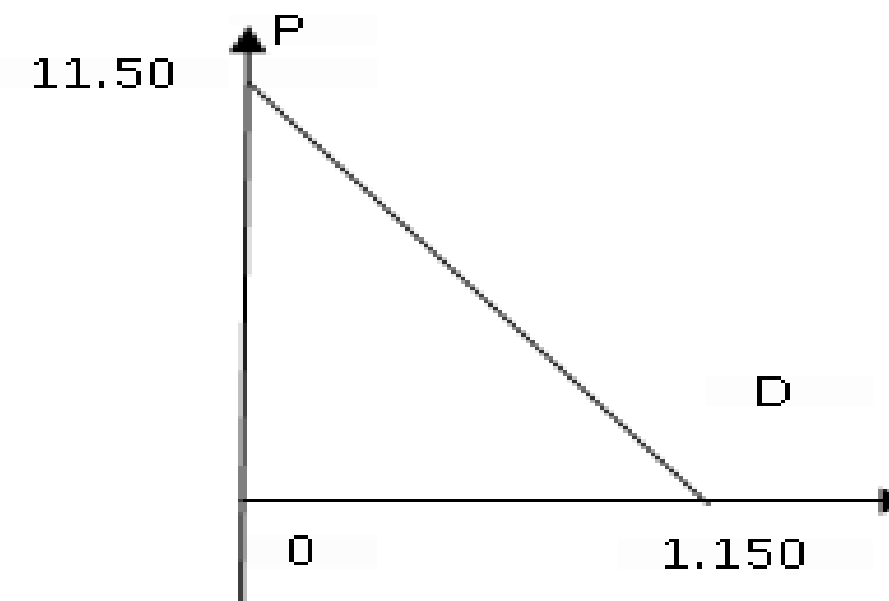
(ກ) ຜູ້ບໍລິໂພກຄົນທີ 1



(ຂ) ຜູ້ບໍລິໂພກຄົນທີ 2



(ຄ) ອຸປະສິງຮ່ວມຜູ້ບໍລິໂພກຄົນທີ 1 ແລະ ຄົນທີ 2



(ງ) ອຸປະສິງຕະຫຼາດຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

2. ອຸປະທານ

ເມື່ອເວົ້າວ່າຜູ້ຜະລິດມີອຸປະທານ (Supply) ຂອງສິນຄ້າບໍລິການໝາຍຄວາມວ່າຜູ້ຜະລິດມີແຜນການທີ່ຈະຂາຍສິນຄ້າບໍລິການນັ້ນ ດັ່ງນັ້ນຈຳນວນສິນຄ້າບໍລິການເຊິ່ງຜູ້ຜະລິດວາງແຜນທີ່ຈະຂາຍໃນໄລຍະເວລາໃດເວລາໜຶ່ງຄືລະດັບລະຄາໜຶ່ງໆ ກໍ່ຄືປະລິມານສິນຄ້າບໍລິການທີ່ຕ້ອງການຂາຍ

02

ອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານ

- ຈຳນວນສິນຄ້າບໍລິການ (X) ທີ່ຜູ້ຜະລິດວາງແຜນວ່າຈະຂາຍໃນເວລາໃດເວລາໜຶ່ງຂຶ້ນ ຢູ່ກັບປັດໄຈຕ່າງໆທີ່ສຳຄັນໄດ້ແກ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າບໍລິການຊະນິດນັ້ນ (P_x) ລາຄາຂອງ ປັດໄຈການຜະລິດທີ່ນຳມາຜະລິດສິນຄ້າບໍລິການ (P_i) ລາຄາຂອງສິນຄ້າບໍລິການ ຊະນິດອື່ນ (P_y) ຈຳນວນຂອງຜູ້ຜະລິດ (n) ເທັກໂນໂລຢີ (t) ແລະ ການຄາດການ ລາຄາສິນຄ້າບໍລິການໃນອານະຄິດ (EXP)

ດັ່ງນັ້ນ, ຖ້າຂຽນຟັງຊັນອຸປະທານ (Supply Function) ເພື່ອສະແດງຄວາມ ສຳພັນຂອງປັດໄຈຕ່າງໆທີ່ມີຜົນຕໍ່ປະລິມານທີ່ຕ້ອງການຂາຍ (Q^{SX}) ແລ້ວຈະໄດ້ດັ່ງສົມ ຜົນ (3.3) ຄື :

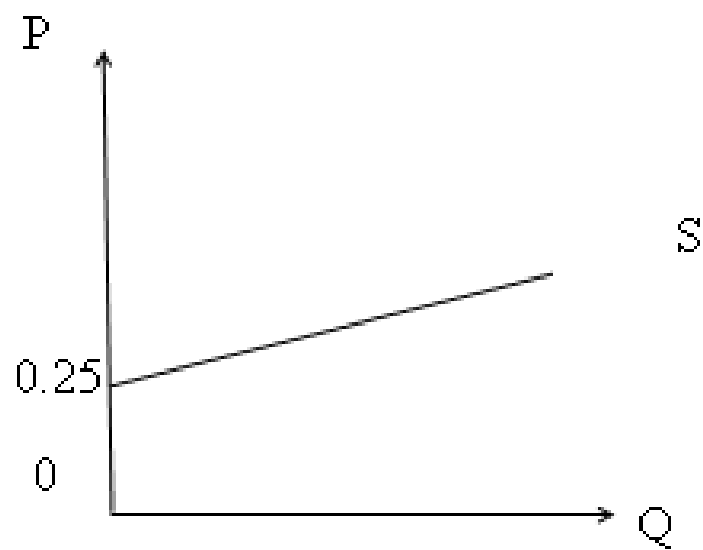
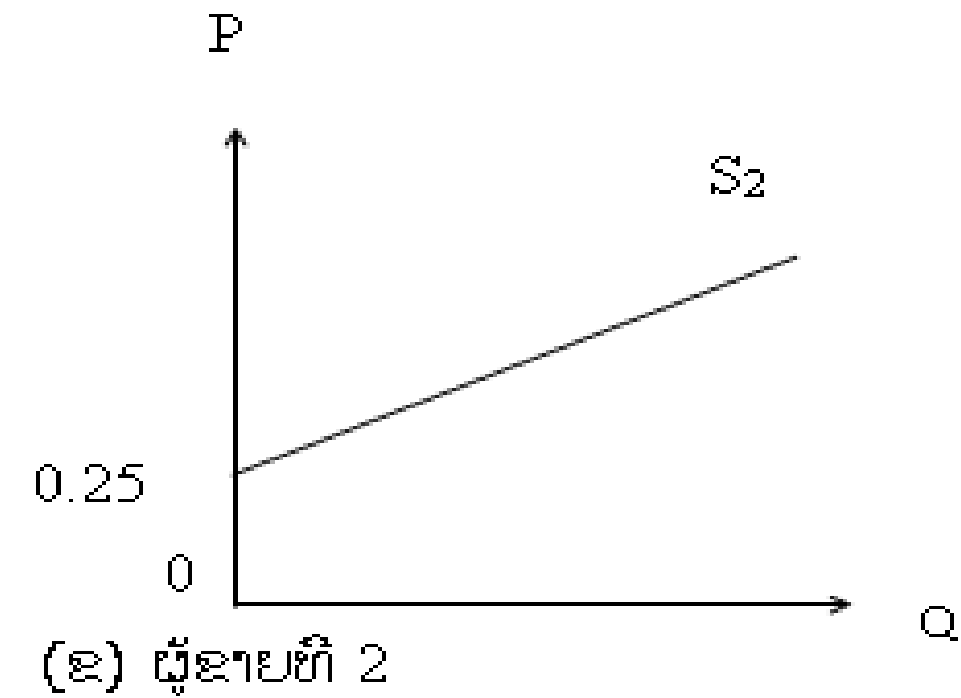
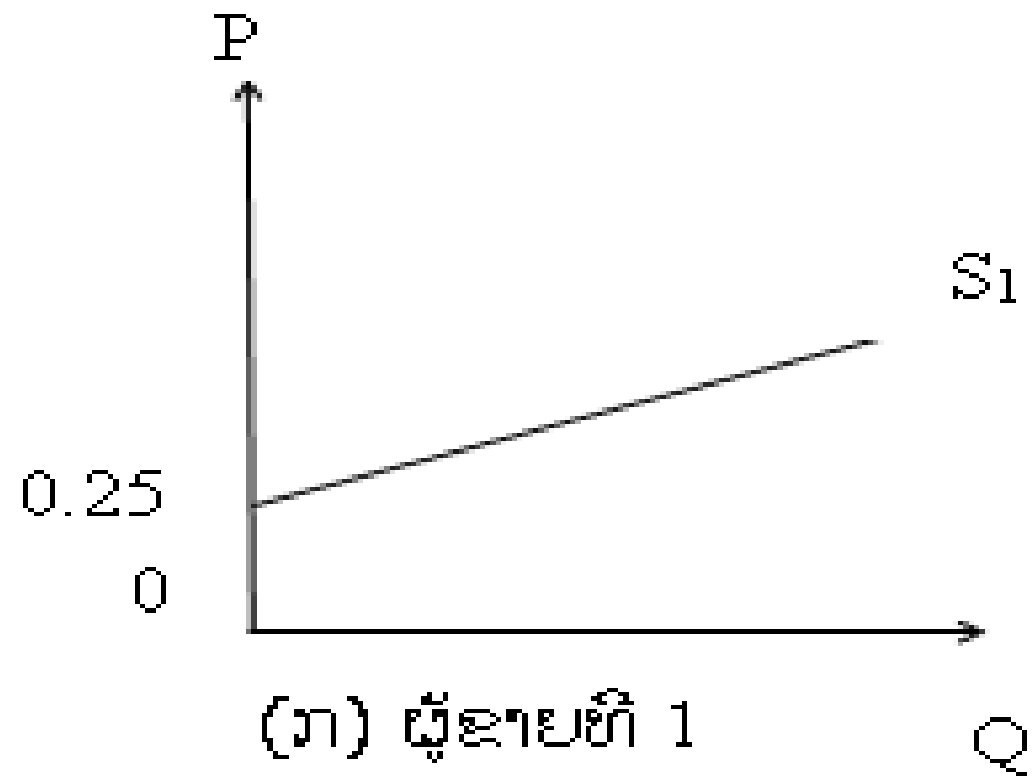
$$Q^{SX} = f(P_x, P_i, P_y, n, t, EXP) \quad (3.3)$$

ຕາຕະລາງອຸປະທານ (supply Schedule) ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານ (Supply Curve)

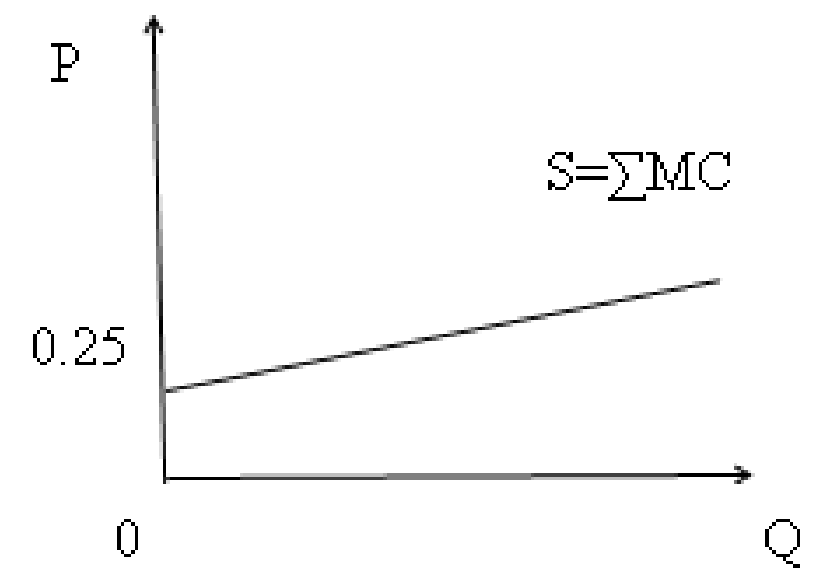
ຕາຕະລາງອຸປະທານຂອງຜູ້ຂາຍນ້ຳດື່ມ

(1) ລາຄາ (ກີບຕໍ່ຕຸກ)	(2) ປະລິມານສະເໜີ ຂາຍຂອງຜູ້ຄົນທີ 1 (ຕຸກ) $Q^{S1} = 16P - 4$	(3) ປະລິມານສະເໜີ ຂາຍຂອງຜູ້ຄົນທີ 2 (ຕຸກ) $Q^{S2} = 16P - 4$	(4) ຮ່ວມປະລິມານຄວາມ ຕ້ອງການຂາຍຂອງຜູ້ ຂາຍຄົນທີ 1 ແລະ 2 (ຕຸກ) $Q^S = 32P - 8$	(5) ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການ ຂາຍຂອງຕະຫຼາດທັງໝົດ ຫຼື ອຸປະທານຕະຫຼາດ (ຕຸກ) $Q = 400P - 100$
1.00	12	12	24	300
2.00	28	28	56	700
2.50	36	36	72	900
3.00	44	44	88	1,100
4.00	60	40	120	1,500
5.00	76	76	152	1,900

- ເສັ້ນຂອງອຸປະທານ (the Law of supply)



(ຄ) ອຸປະທານຮ່ວມຂອງຜູ້ຂາຍທີ 1 ແລະ ທີ 2



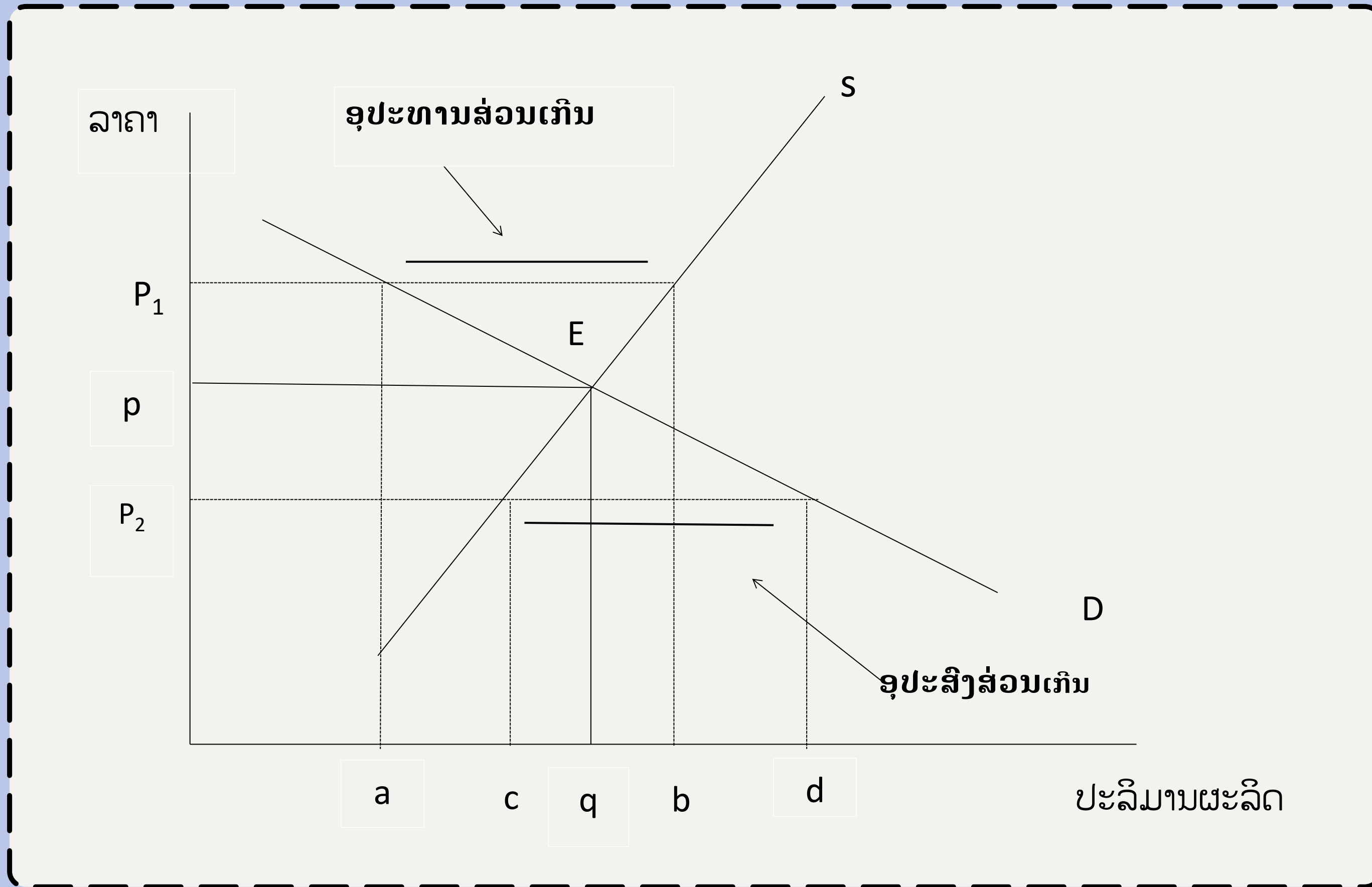
(ງ) ອຸປະທານຕະຫຼາດຂອງຜູ້ຂາຍ 25 ຄົນ

03

ການກຳນົດລາຄາຕ້ອງພິຈາລະນາທາງດ້ານອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານພ້ອມໆກັນ ເພື່ອເປັນການພິຈາລະນາຄວາມສຳພັນຮ່ວມກັນລະຫວ່າງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ຜູ້ຜະລິດໃນຕະຫຼາດ ໂດຍລາຄາທີ່ກຳນົດຈາກອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານຄື ລາຄາສົມດຸນ (Equilibrium Price) ຫຼື ທີ່ເອີ້ນວ່າ Market-Clearing Price

3. ຄວາມສົມດຸນຂອງຕະຫຼາດ

ຄວາມສົມດຸນຂອງຕະຫຼາດ



ຖ້າລາຄາສິນຄ້າບໍລິການໃນຕະຫຼາດບໍ່ໄດ້ຢູ່ທີ່ລາຄາສົມດຸນ(ໝາຍຄວາມວ່າ $Q^D \neq Q^S$) ຜູ້ຜະລິດ ແລະ ຜູ້ ບໍລິໂພກຈະມີແຮງຈູງໃຈໃນການປັບຕົວ ເພື່ອໃຫ້ເກີດສົມດຸນອີກເທື່ອໃນຕະຫຼາດໂດຍແຮງຈູງໃຈ ແລະ ຂະບວນໃນການປັບຕົວຂຶ້ນຢູ່ກັບວ່າເກີດອຸປະສິງ ຫຼື ອຸປະທານສ່ວນເກີນໃນຕະຫຼາດ

• **ສ່ວນຂາດ (Shortage)**

ຖ້າລາຄາສິນຄ້າຢູ່ຕໍ່າກວ່າລາຄາສິມດຸນຈະເກີດພາວະທີ່ເອີ້ນວ່າອຸປະສິງສ່ວນເກີນ(Excess Demand)

ສ່ວນເກີນ (Surplus)

ໃນກໍລະນີທີ່ລາຄາສິນຄ້າຢູ່ສູງກວ່າລາຄາສິມດຸນ ທຸລະກິດບໍ່ສາມາດຂາຍສິນຄ້າໃນລາຄາຫຼາຍກວ່າລາຄາສິມດຸນໄດ້ ໃນກໍລະນີນີ້ທຸລະກິດຈະມີສິນຄ້າສ່ວນເກີນ ຫຼື ອຸປະທານສ່ວນເກີນ(Excess Supply)

ດັ່ງນັ້ນ, ການປັບຕົວຂອງລາຄາຈຶ່ງເປັນສັນຍານສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ເກີດປະລິມານສິນຄ້າບໍລິການສ່ວນເກີນ ຫຼື ສ່ວນຂາດຂຶ້ນ ໃນຂະນະທີ່ ລາຄາຢູ່ຄັງທີ່ຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນລາຄາສົມດຸນໃນຕະຫຼາດ

ໂດຍການປັບຕົວເຊິ່ງເກີດຂຶ້ນເມື່ອຕະຫຼາດບໍ່ໄດ້ຢູ່ໃນພາວະສົມດຸນ ຕະຫຼາດຂອງລະບົບຕະຫຼາດ (Market Equilibrium) ຈະເກີດຂຶ້ນຈາກ ແຮງພັກດັນໃນລະບົບຕະຫຼາດນັ້ນເອງ ແລະ ພາຍໃຕ້ການປັບຕົວ ດັ່ງກ່າວບໍ່ຈໍາເປັນຕ້ອງມີການແຊກແຊງຈາກລັດ ຫຼື ບຸກຄົນທີ່ສາມເພື່ອ ໃຫ້ເກີດສົມດຸນ ເຊິ່ງເປັນເງື່ອນໄຂທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ (Competitive Market) ທີ່ການຕັດສິນໃຈທາງດ້ານອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານພ້ອມໆກັນຈະເຮັດໃຫ້ເກີດສົມດຸນຂອງລະບົບຕະຫຼາດໄດ້.

04

ເກນຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເສດຖະສາດ

ຄວາມມີປະສິດທິພາບໃນການ
ຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ

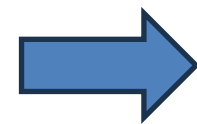
ຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກ

ຄວາມມີປະສິດທິພາບໃນການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ

ການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຂອງລະບົບຕະຫຼາດຄ່ອນຂ້າງຈະເປັນປັດໄຈສໍາຄັນບໍ່ວ່າຈະເປັນດ້ານການຜະລິດ, ການບໍລິໂພກ ຫຼື ລະບົບທຳມະຊາດກໍຕາມເຊິ່ງການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນເພື່ອນຳມາໃຊ້ໃນລະບົບເສດຖະກິດຈຳເປັນຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງປະເດັນທີ່ສໍາຄັນ 2 ປະເດັນຄື: 1. ການປະເມີນຜົນປະໂຫຍດ ແລະ ຕົ້ນທຶນ 2. ການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ຫຼັກສ່ວນເພີ່ມ (Marginal Analysis)

ຄວາມມີປະສິດທິພາບໃນການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ

ການປະເມີນການຈັດສັນ
ຊັບພະຍາກອນໃນຕະຫຼາດ



ພາວະສົມດຸນຈະເປັນພາວະສັງຄົມໃຫ້ມູນຄ່າກັບສິນຄ້າ
ບໍລິການ (ເຊິ່ງກໍ່ຄືຜົນປະໂຫຍດເພີ່ມ MC) ເທົ່າກັບມູນຄ່າ
ຂອງຊັບພະຍາກອນທີ່ນຳມາໃຊ້ໃນການຜະລິດສິນຄ້າບໍລິການ
ນັ້ນ (ຫຼື ເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນເພີ່ມ MB) ເຊິ່ງສະແດງວ່າການຈັດສັນ
ຫາຊັບພະຍາກອນທີ່ຫາຍາກເປັນການຈັດສັນຫາຢ່າງມີປະສິດ
ທິພາບ

ຄວາມມີປະສິດທິພາບໃນການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ

ການປະເມີນການຈັດສັນຫາ
ຊັບພະຍາກອນໃນດ້ານຜູ້ຜະລິດ



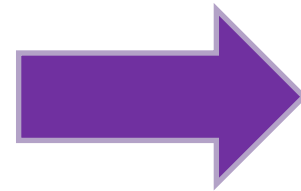
ຜົນປະໂຫຍດເພີ່ມ ຫຼາຍກວ່າ ຕົ້ນທຶນເພີ່ມ
ສືບຕໍ່ຜະລິດ

ຜົນປະໂຫຍດເພີ່ມ ຕໍ່າກວ່າ ຕົ້ນທຶນເພີ່ມ ຢຸດ
ການຜະລິດ

ທັງນີ້ເພາະຜົນປະໂຫຍດເພີ່ມຂອງສິ່ງຄົມເຊິ່ງວັດຢູ່ໃນຮູບຂອງລາຄາ ດັ່ງນັ້ນ ເພື່ອໃຫ້ການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນເປັນໄປຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ທຸລະກິດຄວນຈັດສັນຊັບພະຍາກອນໃນຈຸດທີ່ຜົນປະໂຫຍດເພີ່ມເທົ່າກັບລາຄາເຊິ່ງຈະເກີດຂຶ້ນໃນກໍລະນີຂອງຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນສົມບູນເທົ່ານັ້ນ

ຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກ

ຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກ (Technical Efficiency) ເປັນການ ຕັດສິນໃຈໃນດ້ານການຜະລິດເພື່ອຜະ ລິດສິນຄ້າບໍລິການຈຳນວນຫຼາຍທີ່ສຸດ ໂດຍການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຈຳນວນ ນ້ອຍທີ່ສຸດ



ຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກຈະເກີດຂຶ້ນຈາກ ການໃຊ້ຊັບພະຍາກອນໂດຍທີ່ມີຂອງເສຍຈາກການ ໃຊ້ຊັບພະຍາກອນຈຳນວນດັ່ງກ່າວນ້ອຍທີ່ສຸດ

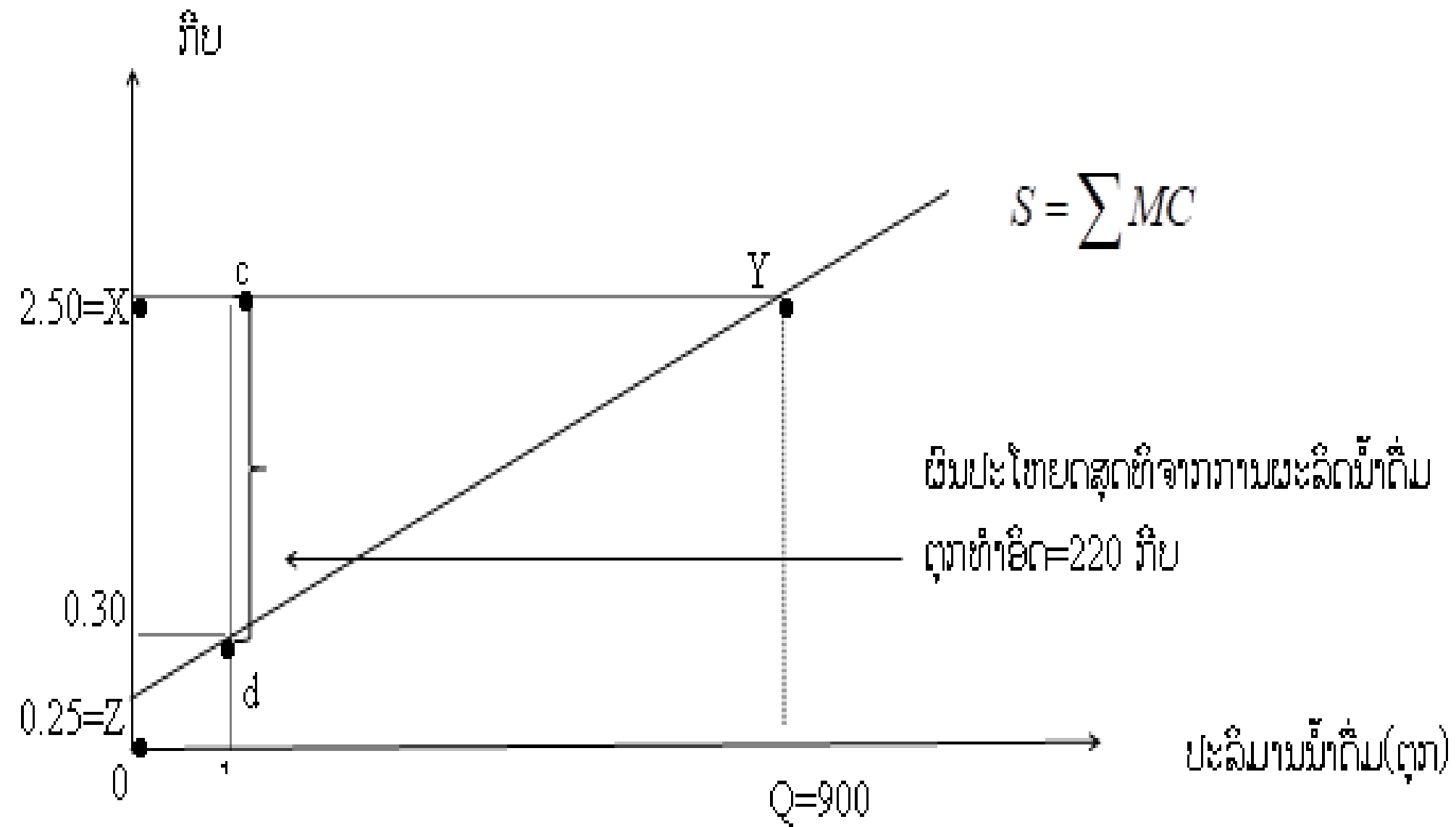
ຜົນຜະລິດ ແລະ ຕົ້ນທຶນ ຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກ ຈະອະທິບາຍໃຫ້ເຫັນໃຫ້ເຫັນເຖິງການໃຊ້ຕົ້ນທຶນທາງ ເສດຖະສາດທີ່ນ້ອຍທີ່ສຸດໃນການຜະລິດສິນຄ້າຈຳນວນທີ່ກຳ ນົດໄວ້ ດັ່ງນັ້ນຄວາມມີປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກຈຶ່ງເປັນ ການປະຍຸກເງື່ອນໄຂເລື່ອງຕົ້ນທຶນປະສິດທິຜົນ (Cost-effectiveness Criterion) ນັ້ນເອງ.

ສະຫວັດດີການ: ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດ

ການວັດຜົນກະທົບທີ່ເກີດຈາກການປ່ຽນແປງລາຄາຕະຫຼາດກໍ່ຄື ການປະເມີນຜົນ ປະໂຫຍດ ແລະ ການສູນເສຍທີ່ເກີດກັບສັງຄົມ ເນື່ອງຈາກການປ່ຽນແປງດັ່ງກ່າວແບບຈຳລອງຂອງອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານຊ່ວຍໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ຈຳເປັນໃນການປະເມີນຜົນດັ່ງກ່າວໂດຍ ໃຊ້ແນວຄວາມຄິດເລື່ອງສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (Consumer's Surplus: CS) ແລະ ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດ (Producer's Surplus: PS) ເຊິ່ງເປັນ ການປຽບທຽບຜົນທີ່ເກີດຂຶ້ນກ່ອນ ແລະ ຫຼັງການປ່ຽນແປງທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບຕະຫຼາດ ເຊິ່ງຈະເຮັດໃຫ້ຮູ້ວ່າ ສັງຄົມໂດຍລວມໄດ້ຮັບຜົນກະທົບແນວໃດ.

1.ສ່ວນເກິນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

ສ່ວນເກິນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເປັນການວັດຜົນປະໂຫຍດສຸດທິທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບຜູ້ຊື້ສິນຄ້າ ໂດຍເປັນການປະເມີນສ່ວນເກິນຂອງຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຍິນດີຈ່າຍ (Willingness to Pay: WTP) ທີ່ຫຼາຍກວ່າຈຳນວນ ທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຈ່າຍຈິງ



ຮູບທີ 3.7 ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນ

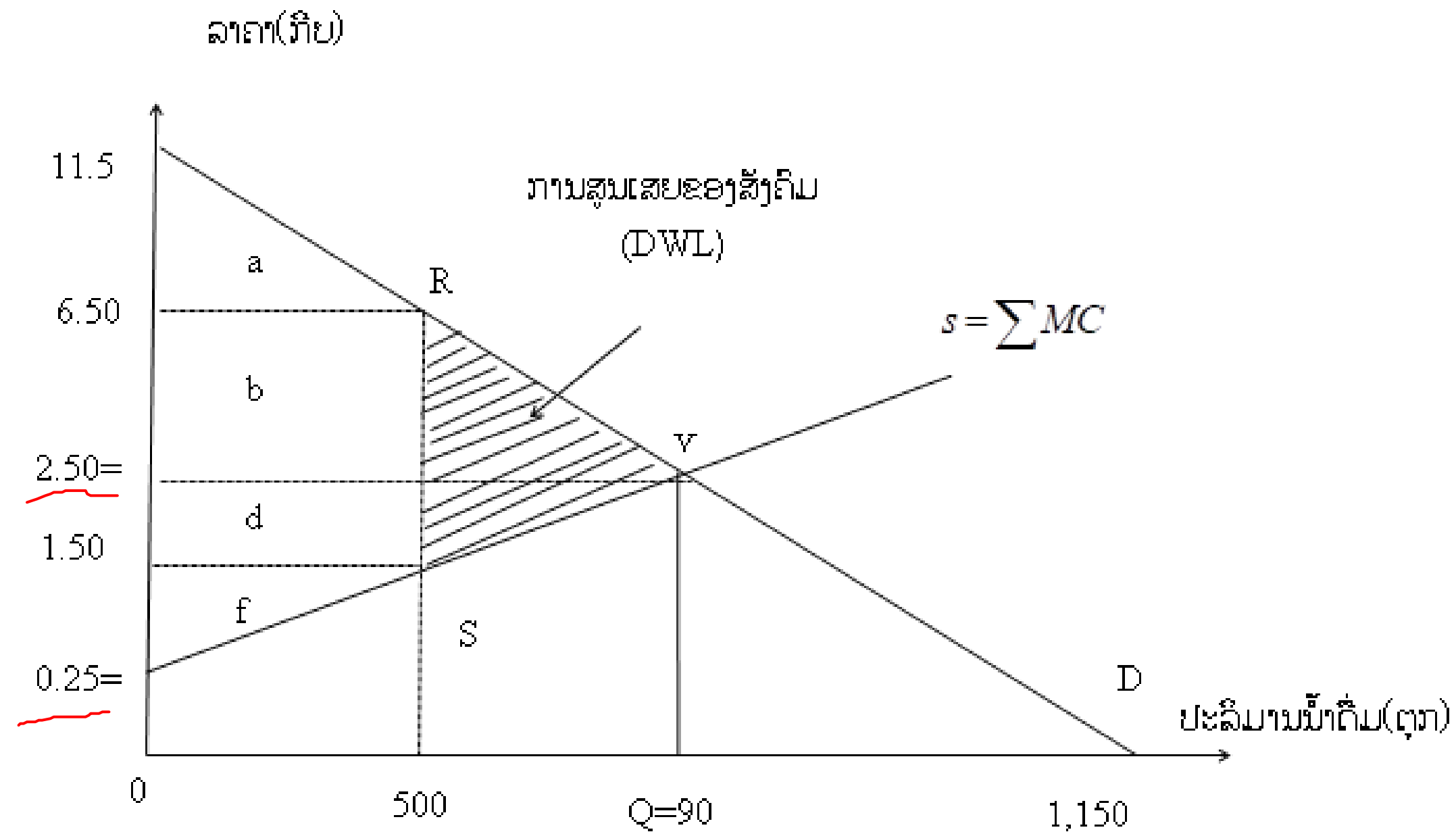
2. ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດ

ໃນດ້ານຜູ້ຜະລິດ ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດເປັນການວັດຜົນປະໂຫຍດສຸດທິທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບຜູ້ຂາຍ ໂດຍປະເມີນຈາກສ່ວນເກີນຂອງລາຄາຕະຫຼາດ (P) ຂອງສິນຄ້າກັບຕົ້ນທຶນເພີ່ມ (MC) ທີ່ເກີດຈາກການຜະລິດ ສິນຄ້າດັ່ງກ່າວ ແລະ ລວມຄວາມແຕກຕ່າງດັ່ງກ່າວໃນທຸກໜ່ວຍຂອງສິນຄ້າທີ່ຂາຍ.

3. ສະຫວັດດີການຂອງສັງຄົມ

ສະຫວັດດີການຂອງສັງຄົມ ຄືຜົນລວມຂອງສ່ວນເກີນຜູ້ບໍລິໂພກ (CS) ແລະ ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ ຜະລິດ (PS) ດັ່ງນັ້ນ ມູນຄ່າຜົນລວມ ທີ່ສະຫວັດດີການຂອງສັງຄົມຈຶ່ງມີຄ່າຫຼາຍທີ່ສຸດ ເຊິ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນຢ່າງມີປະສິດທິພາບໃນຕະຫຼາດ ທີ່ອາດກ່າວໄດ້ອີກຢ່າງໜຶ່ງວ່າເປັນໄປບໍ່ໄດ້ອີກແລ້ວທີ່ຈະຈັດສັນຊັບພະຍາກອນໃໝ່ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສະຫວັດດີການຂອງສັງຄົມດີຂຶ້ນ.

ການປ່ຽນແປງສະຫວັດດິການ

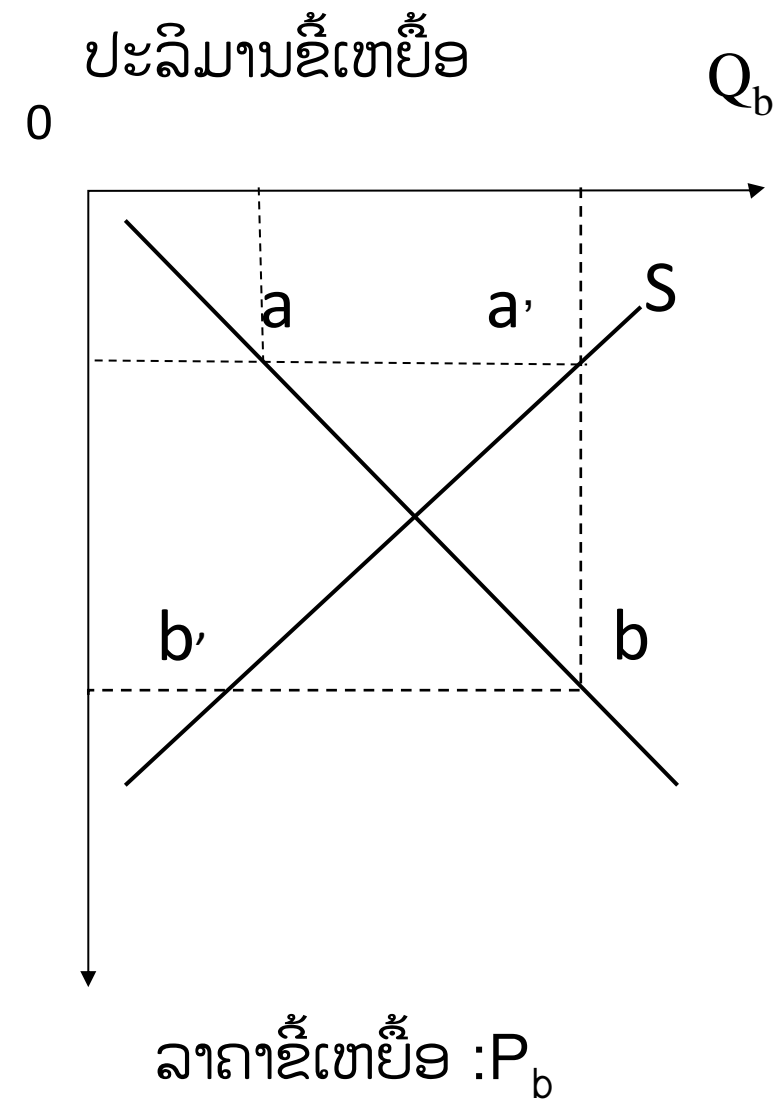


ສິນຄ້າມົນພິດ

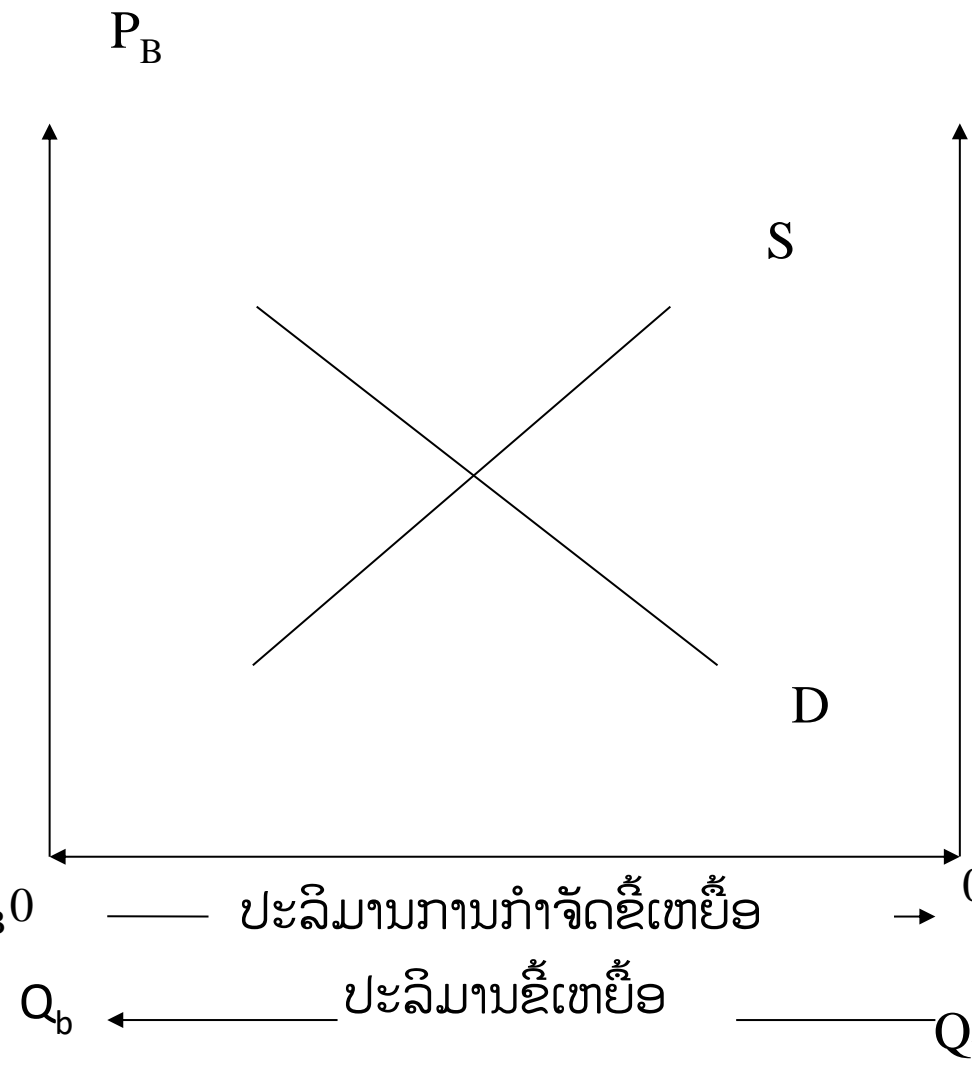
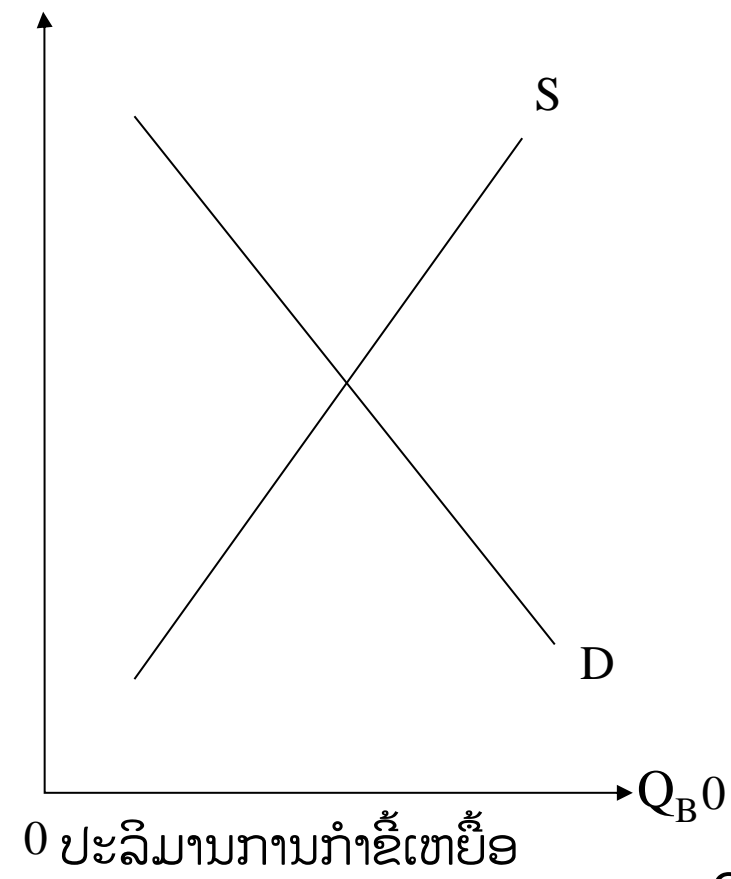
ອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານຂອງສິນຄ້າມົນລະພິດ

ການຊອກອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານສໍາລັບສິນຄ້າມົນລະພິດຍັງໃຊ້ແນວຄິດດຽວກັບການຫາອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານສໍາລັບສິນຄ້າເອກະຊົນທົ່ວໄປ

ສົມມຸດໃຫ້ສິນຄ້າມົນລະພິດທີ່ພິຈາລະນາຄືຂີ້ເຫຍື້ອ ໂດຍການບໍລິໂພກຂີ້ເຫຍື້ອກໍ່ຄືການເກັບຂີ້ເຫຍື້ອໄວ້ ດັ່ງນັ້ນ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະເກັບຂີ້ເຫຍື້ອໄວ້ກໍ່ຄືຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຍອມຮັບຄ່າຊົດເຊີຍໃນການເກັບຂີ້ເຫຍື້ອໄວ້ ດັ່ງນັ້ນ ລາຄາຂີ້ເຫຍື້ອຈຶ່ງເປັນຄ່າຕິດລົບ ເສັ້ນອຸປະສິງຈຶ່ງລາກລົງຈາກຊ້າຍໄປຂວາດັ່ງຮູບທີ 3.10 (ກ) ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າຖ້າລາຄາ (ຫຼືເງິນຊົດເຊີຍ) ຍິ່ງຫນ້ອຍປະຊາຊົນຈະບໍ່ເຕັມໃຈເກັບຂີ້ເຫຍື້ອໄວ້ (ເຊັ່ນຈຸດ a) ແຕ່ຖ້າລາຄາເງິນຊົດເຊີຍຍິ່ງຫຼາຍປະຊາຊົນຈະຍອມເກັບຂີ້ເຫຍື້ອໄວ້ຫຼາຍຂຶ້ນ (ເຊັ່ນຈຸດ b) ແລະ ທຳນອງດຽວກັນຖ້າຜູ້ຜະລິດຂີ້ເຫຍື້ອ ຫຼື ຜູ້ທີ່ກໍ່ໃຫ້ເກີດຂີ້ເຫຍື້ອຕ້ອງຈ່າຍເງິນຈຳນວນຫຼາຍເຂົ້າກໍ່ຈະຜະລິດຂີ້ເຫຍື້ອຈຳນວນນ້ອຍ(ເຊັ່ນຈຸດ a.)



ລາຄາກຳຂີ້ເຫຍື້ອ : P_B



ຮູບທີ 3.10 ເສັ້ນຂອງອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານຂອງສິນຄ້າມົນລະພິດ

ສະຫວັດດີການຂອງສັງຄົມກໍລະນີສິນຄ້າມົນລະພິດ

ສະຫວັດດີການຂອງສັງຄົມສິນຄ້າມົນພິດສາມາດພິຈາລະນາໄດ້ໃນທຳນອງດຽວກັບກໍລະນີສິນຄ້າເອກະຊົນທົ່ວໄປ ໂດຍການວັດສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ສ່ວນເກີນຂອງຜູ້ຜະລິດຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງຕົ້ນຖ້າພິຈາລະນາອຸປະສິງສຳລັບການກຳຈັດຂີ້ເຫຍື້ອ (ເຊິ່ງກໍ່ຄືອຸປະທານຂີ້ເຫຍື້ອນັ້ນເອງ)

ລະບົບຕະຫຼາດໝາຍ
ເຖິງຫຍັງ?

ອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະ
ທານໝາຍເຖິງຫຍັງ?

ຈຶ່ງອະທິບາຍຄວາມ
ສົມດຸນຂອງຕະຫຼາດ?

ເກ ນ ຄ ວ າ ມ ມີ
ປະສິ ດທິ ພາບທາງ
ເສດຖະສາດປະກອບມີ
ຫຍັງແດ່ຈຶ່ງອະທິບາຍ?

Homework

Reference

XIONGTOUA, T. et al., (2021). Environmental Economics. Souphanouvong University

Thank

You