

Course: Environmental Economics

Week 6

Market system failures and solutions



By: phavone KEODOUANGKHAM

Resource of image : [Influencer Strategy Presentation - Presentation](#)

ເນື້ອໃນ

- 01.** ສາເຫດຄວາມລົ້ມເຫລວຂອງລະບົບຕະຫລາດ
 - 02.** ການແກ້ໄຂບັນຫາຄວາມລົ້ມເຫລວຂອງລະບົບຕະຫລາດ
 - 03.** ແນວທາງການແກ້ໄຂບັນຫາສິ່ງແວດລ້ອມໃນທາງປະຕິບັດ
-

review

01. ■ທາງເລືອກຂອງສັງຄົມໃນການປົກປ້ອງສິ່ງແວດລ້ອມ
02. ■ການພິຈາລະນາທາງເລືອກຂອງສັງຄົມຈາກມູນຄ່າຂອງປັດໄຈເອກະຊົນ



ບົດທີ 6

ຄວາມລົ້ມເຫລວຂອງລະບົບຕະຫລາດ ແລະ ການແກ້ໄຂ

I ສາເຫດຄວາມລົ້ມເຫລວຂອງລະບົບ ຕະຫລາດ

ຄວາມລົ້ມເຫລວຂອງລະບົບຕະຫລາດ (market failure) ຄື ການທີ່ລະບົບຕະຫລາດບໍ່ສາມາດບັນລຸເຖິງການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມຢ່າງມີປະສິທິພາບທາງເສດຖະສາດຕາມແບບພາເລໂຕໄດ້

Market
system
failures

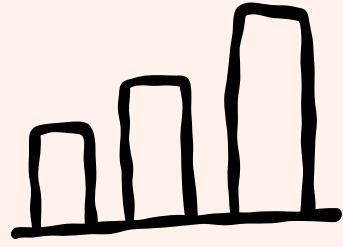
ສາເຫດທີ່ເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມລົ້ມເຫລວອາດເກີດຈາກ.

1. ການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ສົມບູນຂອງລະບົບຕະຫລາດ
2. ລັກສະນະສິນຄ້າບໍລິການ ຫລື ຊັບພະຍາກອນສິ່ງແວດລ້ອມເປັນສິນຄ້າສາທາລະນະ
3. ການເກີດຜົນກະທົບພາຍນອກ ຫລື ຜົນກະທົບຂ້າງຄຽງ
4. ຄວາມບໍ່ຊັດເຈນຂອງສິດໃນຊັບສິນ
5. ລັກສະນະຊັບພະຍາກອນທີ່ເປັນຊັບສິນທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນ
6. ຄວາມບໍ່ສົມສ່ວນກັບຂໍ້ມູນ

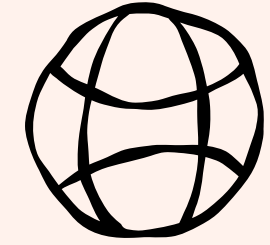
1 ການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ສົມບູນຂອງລະບົບຕະຫລາດ

ການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ສົມບູນຂອງລະບົບຕະຫລາດ (Imperfect competition) ເກີດຂຶ້ນເມື່ອຜູ້ຂາຍສິນຄ້າບໍລິການມີອຳນາດໃນຕະຫລາດຫລາຍພໍທີ່ຈະກຳນົດລາຄາສິນຄ້າບໍລິການສູງກວ່າຕົ້ນທຶນເພີ່ມ ແຕ່ລະ ລະດັບຂອງສິນຄ້າບໍລິການທີ່ຜະລິດຂຶ້ນມາ ຫລື ອາດຜະລິດສິນຄ້າບໍລິການທີ່ດ້ອຍຄຸນນະພາບ



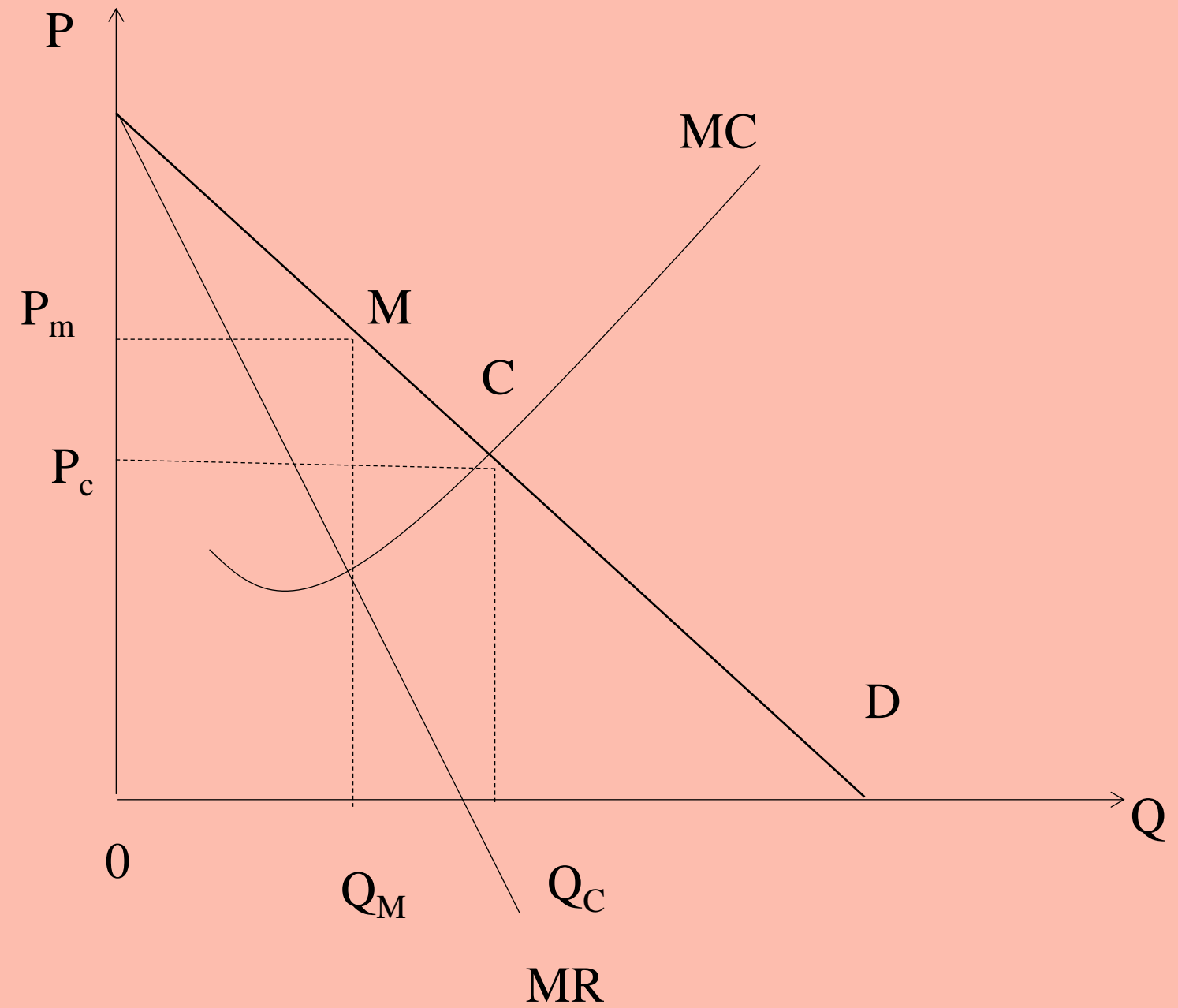


ເຊິ່ງການດໍາເນີນການທັງ 2 ປະການຂອງຜູ້ຜະລິດດັ່ງກ່າວນີ້
ກໍ່ໃຫ້ເກີດການຈັດສັນຊັບຍາພະຍາກອນທີ່ບໍ່ມີປະສິດທິພາບທັງນີ້ເພາະ
ຕົ້ນທຶນເພີ່ມບໍ່ເທົ່າກັບຜົນປະໂຫຍດເພີ່ມທີ່ເກີດຂຶ້ນ.



ຕົວຢ່າງ : ທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມໄດ້ແກ່ຜູ້ຜະລິດກະແສໄຟຟ້າ
ຈາກພະລັງງານຖ່ານຫີນມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະມີອໍານາດໃນຕະຫລາດ
ຄ່ອນຂ້າງຫລາຍເປັນຕົ້ນ

ໃນຕະຫລາດຜູ້ຜູກຂາດຜູ້ຜູກຂາດຕ່າງ
ມຸ່ງຫວັງຜົນກຳລັງສູງສຸດ ຫລື ຕົ້ນທຶນການ
ຜະລິດຕໍ່າສຸດເຊັ່ນກັນໂດຍຈະເຮັດການ
ຜະລິດສິນຄ້າບໍລິການໃນຂະນະທີ່ລະດັບ
ຕົ້ນທຶນເພີ່ມ (Marginal Cost: MC)
ເທົ່າກັບລາຍຮັບເພີ່ມ (Marginal
Revenue : MR)

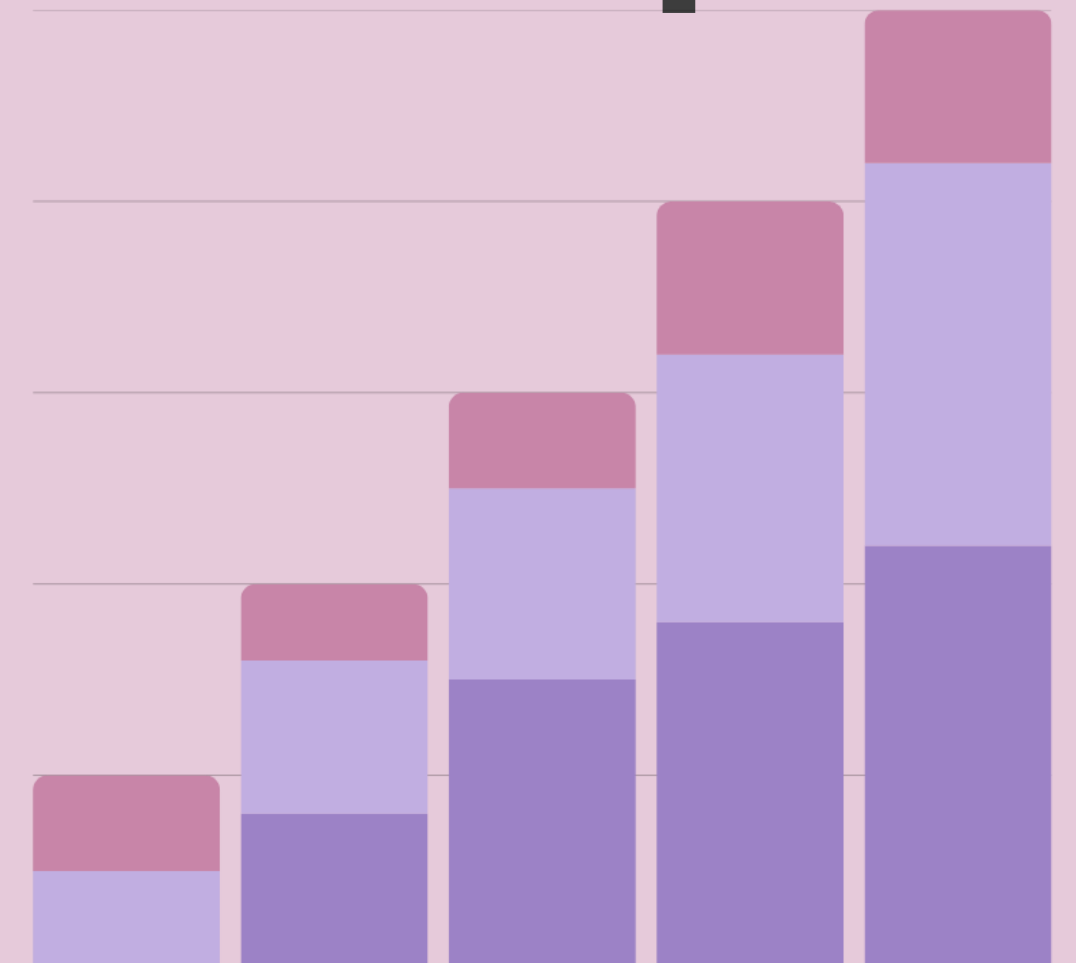


ຮູບທີ 6.1 ຕະຫລາດແຂ່ງຂັນສົມບູນ ແລະ ຕະຫລາດຜູ້ຂາດ

ບາງຄັ້ງການ ທີ່ຜູ້ຂາດກຳນົດຂໍ້ຈຳກັດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜົນຜະລິດອາດກໍ່ໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດກັບສັງຄົມ

ຕົວຢ່າງ: ໃນກໍລະນີຂອງຊັບພະຍາກອນນໍ້າມັນທີ່ກໍ່ໃຫ້ເກີດ
ບັນຫາມົນລະພິດ ຫລື ຜົນກະທົບພາຍນອກທາງລົບກັບສັງຄົມ ດັ່ງນັ້ນ
ຖ້າເກີດອຳນາດຜູກຂາດ ຫລື ເກີດການຮ່ວມຮຸ່ມຂອງຜູ້ຜະລິດ ໃນການ
ຜະລິດນໍ້າມັນກໍ່ຈະຊ່ວຍໃຫ້ປະລິມານການຜະລິດສິນຄ້ານີ້ອຍກວ່າໃນ
ກໍລະນີການແຂ່ງຂັນສົມບູນ ດັ່ງນັ້ນ ຜົນປະໂຫຍດທາງອ້ອມທີ່ເກີດຂຶ້ນ
ກໍ່ຄື ຊ່ວຍຫລຸດຜ່ອນບັນຫາມົນລະພິດໃຫ້ລົງໄດ້.

⇔ **example**





➤ **ການຜູກຂາດຕາມທຳມະຊາດ**
(Natural Monopoly)

ການຜູກຂາດຕາມທຳມະຊາດເປັນໜຶ່ງໃນຄວາມລື້ມເຫລວຂອງລະບົບຕະຫລາດທີ່ສຳຄັນ. ເມື່ອບໍລິສັດດຽວສາມາດໃຫ້ບໍລິການໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບກວ່າທີ່ຈະມີຫຼາຍບໍລິສັດແຂ່ງຂັນກັນ, ຈະເກີດການຜູກຂາດຕາມທຳມະຊາດ.

ການຜູກຂາດຕາມທຳມະຊາດສາມາດສ້າງບັນຫາຫຼາຍຢ່າງໃນລະບົບເສດຖະກິດ:

ລາຄາສູງເກີນໄປ	ຄຸນນະພາບຕໍ່າ	ຂາດນະວັດຕະກຳ
ໂດຍບໍ່ມີການແຂ່ງຂັນ, ຜູ້ຜູກຂາດສາມາດຕັ້ງລາຄາສູງກວ່າລາຄາທີ່ເໝາະສົມ.	ຜູ້ຜູກຂາດອາດຈະມີແຮງຈູງໃຈໜ້ອຍໃນການປັບປຸງຄຸນນະພາບຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ	ການຂາດການແຂ່ງຂັນອາດເຮັດໃຫ້ການພັດທະນາເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ຊ້າລົງ.

ການຜູກຂາດຕາມທຳມະຊາດສາມາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ສິ່ງແວດລ້ອມໄດ້ໃນຫຼາຍລັກສະນະ.

ຕົວຢ່າງຜົນກະທົບຕໍ່ສິ່ງແວດລ້ອມຈາກການຜູກຂາດຕາມທຳມະຊາດມີດັ່ງນີ້:

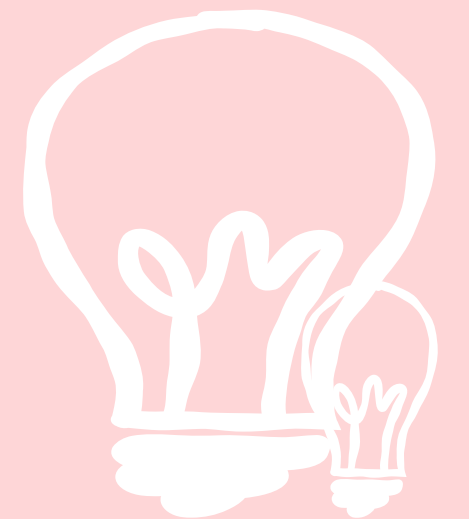
- **ຜົນກະທົບຈາກພະລັງງານ ແລະ ສາທາລະນຸປະໂພກ:** ບໍລິສັດໄຟຟ້າທີ່ຜູກຂາດອາດຈະບໍ່ມີແຮງຈູງໃຈໃນການລົງທຶນໃນພະລັງງານສະອາດ ເນື່ອງຈາກຂາດການແຂ່ງຂັນ, ເຮັດໃຫ້ຍັງສືບຕໍ່ນຳໃຊ້ຖ່ານຫີນຫຼືນໍ້າມັນທີ່ກໍ່ມົນລະພິດສູງ
- ບໍລິສັດນໍ້າທີ່ຜູກຂາດອາດຈະບໍ່ລົງທຶນຢ່າງພຽງພໍໃນການບຳບັດນໍ້າເສຍ, ສົ່ງຜົນໃຫ້ມີການປ່ອຍນໍ້າເສຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການບຳບັດຢ່າງຖືກຕ້ອງລົງສູ່ແຫຼ່ງນໍ້າທຳມະຊາດ

example

ຕົວຢ່າງ: ຜົນກະທົບຕໍ່ສິ່ງແວດລ້ອມຈາກການ
ຜູກຂາດຕາມທຳມະຊາດມີດັ່ງນີ້:

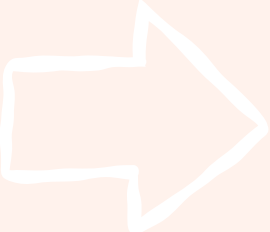
- **ຜົນກະທົບຈາກການຈັດການຂີ້ເຫຍື້ອ:** ບໍລິສັດກຳຈັດຂີ້ເຫຍື້ອທີ່ຜູກຂາດອາດຈະ
ບໍ່ລົງທຶນໃນລະບົບການຮີໂຊເຄິນ ຫຼື ເຕັກໂນໂລຊີການຈັດການຂີ້ເຫຍື້ອທີ່ທັນສະໄໝ
- ອາດຈະເລືອກໃຊ້ວິທີການຝັງກົບຫຼືເຜົາແທນການຮີໂຊເຄິນ ຫຼື ການນຳກັບມາໃຊ້ຄືນທີ່
ເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມ

ສິ່ງສໍາຄັນແມ່ນ ລັດຖະບານຈໍາເປັນຕ້ອງມີກົນໄກການຄວບຄຸມທີ່ເຂັ້ມແຂງ
ສໍາລັບການຜູກຂາດຕາມທໍາມະຊາດ ເພື່ອຮັບປະກັນວ່າບໍລິສັດເຫຼົ່ານີ້ຍັງຮັກສາ
ມາດຕະຖານສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ເໝາະສົມ ແລະ ລົງທຶນໃນເຕັກໂນໂລຊີທີ່ເປັນມິດ
ກັບສິ່ງແວດລ້ອມ, ເຖິງແມ່ນວ່າຈະບໍ່ມີແຮງກົດດັນຈາກການແຂ່ງຂັນກໍຕາມ.



2 ລັກສະນະສິນຄ້າບໍລິການ ຫລື ຊັບພະຍາກອນສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ເປັນສິນຄ້າ ບໍລິການສາທາລະນະ

ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ (Public Goods/services) ສາມາດແບ່ງໄດ້ 2 ປະເພດຄື:
ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະທີ່ແທ້ຈິງ (Pure Public Goods/services) ແລະ ສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະ (Quasi- Public Goods/services).

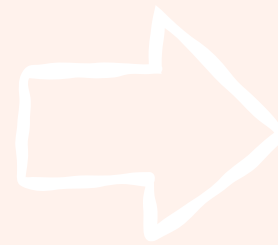


- ລັກສະນະຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ
 - ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະທີ່ສໍາຄັນມີ 2 ປະການຄື:
 - ການບໍ່ແບ່ງປັນການບໍລິໂພກ
 - ການບໍ່ສາມາດກັດກັ້ນຜົນປະໂຫຍດທີ່ຈະໄດ້ຮັບການບໍລິໂພກ

2 ລັກສະນະສິນຄ້າບໍລິການ ຫລື ຊັບພະຍາກອນສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ເປັນສິນຄ້າ

ບໍລິການສາທາລະນະ

ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ (Public Goods/services) ສາມາດແບ່ງໄດ້ 2 ປະເພດຄື: ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະທີ່ແທ້ຈິງ (Pure Public Goods/services) ແລະ ສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະ (Quasi- Public Goods/services).



➤ ສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະ

ສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະຫມາຍເຖິງ ສິນຄ້າບໍລິການທີ່ ມີລັກສະນະປະສົມປະສານ ລະຫວ່າງສິນຄ້າເອກະຊົນ ແລະ ສິນຄ້າສາທາລະນະ ທີ່ແທ້ຈິງໂດຍສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະສາມາດ ໃຊ້ກົນໄກລາຄາເຂົ້າມາຊ່ວຍໃນການຈັດສັນສິນຄ້າ ບໍລິການປະເພດນີ້ໄດ້ແຕ່ບໍ່ຄ່ອຍໄດ້ຜົນຫລາຍ

1.ການບໍ່ແບ່ງປັນການບໍລິໂພກ (Nonrival Ness in Consumption)

ຫມາຍເຖິງ ປະໂຫຍດທີ່ເກີດຂຶ້ນຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າບໍລິການດັ່ງກ່າວນີ້ບໍ່ສາມາດແບ່ງແຍກໄດ້ (Indivisibility) ໂດຍການບໍລິໂພກສິນຄ້າບໍລິການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໃດຄົນໜຶ່ງບໍ່ໄດ້ເຮັດໃຫ້ການບໍລິໂພກສິນຄ້າບໍລິການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນອື່ນຫລຸດລົງ ແລະ ຕົ້ນທຶນເພີ່ມໃນການຈັດຫາສິນຄ້າບໍລິການໃຫ້ແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກມີຄ່າເທົ່າກັບສູນ

ຕົວຢ່າງ

ການສົ່ງສັນຍານຖ່າຍທອດສາລະຄະດີດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມເຊິ່ງກໍ່ໃຫ້ເກີດ
ປະໂຫຍດແກ່ຜູ້ຊົມທາງສະຖານີໂທລະທັດ ແລະ ຂະນະດຽວກັນການທີ່ຜູ້
ຊົມຄົນຫນຶ່ງເປີດຊົມລາຍການດັ່ງກ່າວກໍ່ບໍ່ໄດ້ເຮັດໃຫ້ການຮັບຊົມຂອງຜູ້ຊົມ
ລາຍອື່ນຖືກລົບກວນແຕ່ຢ່າງໃດ ເຊິ່ງແຕກຕ່າງຈາກສິນຄ້າເອກະຊົນ ເຊັ່ນ
ການໃຊ້ເຄື່ອງຄອມພິວເຕີ ທັງນີ້ເພາະເມື່ອມີຜູ້ໃຊ້ເຄື່ອງຄອມພິວເຕີຜູ້ໃຊ້ລາຍ
ອື່ນກໍ່ບໍ່ສາມາດໃຊ້ເຄື່ອງຄອມພິວເຕີເຄື່ອງນັ້ນໄດ້ໃນເວລາດຽວກັນ.

ລັກສະນະຂອງສິນຄ້າສາທາລະນະແບບນີ້ຕ່າງຈາກສິນຄ້າບໍລິການເອກະຊົນເພາະສິນຄ້າ ບໍລິການເອກະຊົນ

ເພາະສິນຄ້າບໍລິການເອກະຊົນຈະມີລັກສະນະການ
ແບ່ງປັນການບໍລິໂພກ (Rival in Consumption) ກ່າວ
ຄື: ການບໍລິໂພກຂອງບຸກຄົນໃດບຸກຄົນໜຶ່ງຈະຫຼຸດ
ປະລິມານສິນຄ້າບໍລິການທີ່ບຸກຄົນອື່ນຈະບໍລິໂພກຕໍ່ໄປ.

ຕົວຢ່າງ ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ໝາກກ້ຽງຈຳນວນ 10ກິໂລ ຈາກແມ່ຄ້າທີ່ຂາຍໝາກກ້ຽງທັງໝົດ 100 ກິໂລ
ສະແດງວ່າໝາກກ້ຽງເຫຼືອຂາຍໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຄົນອື່ນອີກພຽງ 90 ກິໂລເທົ່ານັ້ນ ເປັນຕົ້ນ ຫຼື ໃນກໍລະນີ
ມົນລະພິດ ເປັນສິນຄ້າບໍລິການເອກະຊົນ (private Bads) ເຊັ່ນ : ຂີ້ເຫຍື້ອຂອງຄອບຄົວເຮືອນ
ເປັນຕົ້ນ.

2. ການບໍ່ສາມາດກົດກັ້ນຜົນປະໂຫຍດທີ່ຈະໄດ້ຮັບການບໍລິໂພກ

ຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າບໍລິການທີ່ບໍ່ອາດກົດກັ້ນຜົນປະໂຫຍດຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າບໍລິການດັ່ງກ່າວທີ່ຈະເກີດກັບຜູ້ບໍລິໂພກອື່ນ ຫລື ອາດກ່າວໄດ້ວ່າຕົ້ນທຶນໃນການກົດກັ້ນຜົນປະໂຫຍດທີ່ຈະເກີດຈາກການບໍລິໂພກຄ່ອນຂ້າງສູງນັ້ນເອງ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກທຸກຄົນສາມາດໃຊ້ສິນຄ້າບໍລິການດັ່ງກ່າວໄດ້ໂດຍບໍ່ຕ້ອງຈ່າຍເງິນ ອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານຂອງສິນຄ້າບໍລິການຍັງມີລັກສະນະເປັນອຸປະທານຮ່ວມ ແລະ ອຸປະສິງຮ່ວມຄືຜະລິດຂຶ້ນມາແລ້ວອໍານວຍປະໂຫຍດເປັນສ່ວນລວມແກ່ສັງຄົມບໍ່ສາມາດແບ່ງແຍກເປັນສ່ວນຍ່ອຍເພື່ອໃຫ້ເກີດຄວາມພໍໃຈແກ່ບຸກຄົນໃດບຸກຄົນໜຶ່ງເປັນການສະເພາະ



ນອກຈາກນັ້ນຜູ້ບໍລິໂພກບໍ່ສາມາດສະແດງອອກເຖິງຄວາມເພິ່ງພໍໃຈອອກມາໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນໂດຍຜ່ານກົນໄກລາຄາເຮັດໃຫ້ຍາກແກ່ຜູ້ຜະລິດຝ່າຍເອກະຊົນທີ່ສະຫນອງຕອບແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກ

ຕົວຢ່າງສວນສາທາລະນະຂອງເມືອງທີ່ບໍ່ມີການສ້າງຮົ່ວກັ່ນທີ່ບໍ່ມີການເຂົ້າມາໃຊ້ບໍລິການ ດັ່ງນັ້ນ ຜູ້ທີ່ເຂົ້າມາໃຊ້ບໍລິການໃນສວນສາທາລະນະຈະບໍ່ເສຍເງິນຄ່າເຂົ້າມາໃຊ້ບໍລິການ ຈຶ່ງກໍ່ໃຫ້ເກີດການກົດກັ້ນການບໍລິໂພກບໍ່ໄດ້ທັງນີ້ຖ້າຜູ້ບໍລິຫານເມືອງພິຈາລະນາແລ້ວວ່າຄວນມີການຕິດຕັ້ງຮົ່ວ ແລະ ເກັບຄ່າເຂົ້າໃຊ້ບໍລິການເມືອງກໍ່ຈະມີຕົ້ນທຶນເກີດຂຶ້ນໂດຍຕົ້ນທຶນດັ່ງກ່າວອາດຫຼາຍກວ່າຜົນປະໂຫຍດທີ່ເກີດຂຶ້ນຈາກການເຂັ້ມງວດໃນການເຂົ້າມາໃຊ້ບໍລິການສວນສາທາລະນະກໍ່ເປັນໄດ້ ດັ່ງນັ້ນ ຈະເຫັນໄດ້ວ່າການກົດກັ້ນຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອຜົນປະໂຫຍດຈາກການກົດກັ້ນ, ການໃຊ້ບໍລິການ ຫຼື ການບໍລິໂພກຕ້ອງມີຫລາຍກວ່າຕົ້ນທຶນ ໃນການກົດກັ້ນ ເຊິ່ງມັນລະພາວະ ຫຼື ສິນຄ້າບໍ່ດີ,ກໍ່ມີຄຸນລັກສະນະຂອງການບໍ່ສາມາດກົດກັ້ນຜົນກະທົບທີ່ເກີດຈາກການບໍລິໂພກໄດ້ເຊັ່ນກັນ.





ເຖິງວ່າຄຸນລັກສະນະທັງສອງປະການດັ່ງກ່າວຂ້າງຕົ້ນ
ຄ່ອນຂ້າງຈະຄ້າຍຄືກັນແຕ່ກໍບໍ່ໄດ້ຄືກັນ ໂດຍໄດ້**ສະຫຼຸບ**
ຄວາມໝາຍຂອງການບໍ່ແບ່ງປັນໃນການບໍລິໂພກ
ວ່າໝາຍຄວາມເຖິງການປັນສ່ວນຂອງສິນຄ້າ
ບໍລິການບໍ່ເປັນທີ່ເພິ່ງປາຖະຫນາໃນຂະນະທີ່ການ
ບໍ່ສາມາດກົດກັ້ນປະໂຫຍດໄດ້ ຮັບຈາກການ
ບໍລິໂພກຫມາຍເຖິງການເປັນສ່ວນຂອງສິນຄ້າ
ບໍລິການເປັນໄປບໍ່ໄດ້.

ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະທີ່ ມີລັກສະນະທັງ 2
ປະການດັ່ງກ່າວຂ້າງຕົ້ນເອີ້ນວ່າ **ສິນຄ້າບໍລິການ**
ສາທາລະນະແບບແທ້ຈິງ ເຊິ່ງເປັນສິນຄ້າບໍລິການ
ສາທາລະນະກໍ່ໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດກັບຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍມີຕົ້ນທຶນ
ເພີ່ມໃນການໃຊ້ສິນຄ້າບໍລິການດັ່ງກ່າວເທົ່າກັບສູນ ແລະ ບໍ່ມີ
ບຸກຄົນໃດສາມາດກີດກັ້ນບຸກຄົນອື່ນຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າ
ບໍລິການດັ່ງກ່າວໄດ້



ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມຈັດເປັນຕົວຢ່າງອີກປະເພດຫນຶ່ງຂອງ

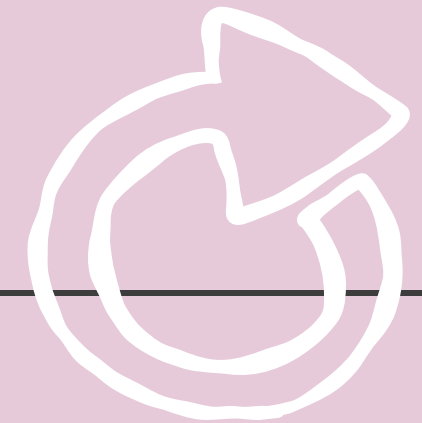
ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ



ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ ອາກາດທີ່ບໍລິສຸດທີ່ມີລັກສະນະບໍ່ແບ່ງປັນໃນການບໍລິໂພກ ແລະ ການບໍ່ສາມາດກີດກັ້ນຜົນປະໂຫຍດທີ່ໄດ້ຈາກການບໍລິໂພກ ທັງນີ້ເພາະເມື່ອມີ ຄົນໃດຄົນຫນຶ່ງແກ້ໄຂມົນລະພິດອາກາດເສຍໃຫ້ດີຂຶ້ນ ປະຊາຊົນອື່ນໆກໍ່ຈະໄດ້ ຮັບປະໂຫຍດຈາກການຫາຍໃຈເອົາອາກາດທີ່ດີດ້ວຍ.



ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຖ້າເວົ້າເຖິງຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມໃນດ້ານທີ່ບໍ່ດີ ຫລື
ມົນລະພິດ ຖ້າຫາກມົນລະພິດມີຄຸນລັກສະນະ 2 ປະການດັ່ງກ່າວຂ້າງຕົ້ນ



ກ່າວຄື1) ການບໍ່ແບ່ງປັນການບໍລິໂພກເຊິ່ງຫມາຍຄວາມວ່າການໄດ້ຮັບມົນລະ
ພິດຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໜຶ່ງບໍ່ໄດ້ຫຼຸດປະລິມານມົນລະພິດທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຄົນທີ່ໄດ້
ຮັບໃຫ້ເຫລືອຫນ້ອຍລົງ

2) ການບໍ່ສາມາດກັດກັ້ນຜົນທີ່ຈະເກີດຂຶ້ນຈາກການບໍລິໂພກ ຫລື ໄດ້ຮັບມົນ
ລະພິດນັ້ນ ອາດເອີ້ນວ່າ ມົນລະພິດສາທາລະນະທີ່ແທ້ຈິງ ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ ພາວະ
ເຮືອນແກ້ວ ທັງນີ້ເພາະຜົນຈາກການເກີດພາວະເຮືອນແກ້ວເຮັດໃຫ້ກະທົບຕໍ່
ການປ່ຽນແປງອຸນຫະພູມໂລກ ເຊິ່ງທຸກຄົນໄດ້ຮັບຜົນກະທົບເຊັ່ນດຽວກັນ ແລະ
ການໄດ້ຮັບຜົນກະທົບດັ່ງກ່າວຂອງຄົນໃດຄົນໜຶ່ງກໍ່ໃຫ້ເກີດຕົ້ນທຶນເພີ່ມກັບ
ຄົນອື່ນໆເລີຍ.

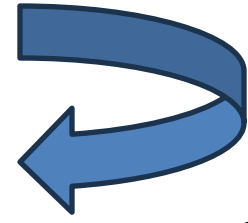
ສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະ

ລັດຖະບານມັກເຂົ້າມາມີບົດບາດໃນການຈັດສັນການໃຊ້
ຊັບພະຍາກອນ ສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະ ມີຫລາຍຮູບແບບ
ເຊັ່ນ ສິນຄ້າບາງຢ່າງມີລັກສະນະບໍ່ແບ່ງປັນໃນການບໍລິໂພກແຕ່ສາມາດ
ກິດກັນໄດ້

ຕົວຢ່າງ

ການສົ່ງຄື້ນສັນຍານລາຍການສາລະຄະດີສິ່ງແວດລ້ອມທາງໂທລະທັດ ເພາະເມື່ອສະຖານີໂທລະທັດສົ່ງຄື້ນກະຈາຍລາຍການອອກໄປແລ້ວ ຜູ້ບໍລິໂພກທຸກຄົນສາມາດຮັບຊົມລາຍການຕ່າງໆດັ່ງກ່າວໄດ້ໂດຍບໍ່ກະທົບກັບ ຜູ້ບໍລິໂພກລາຍອື່ນໆທີ່ຮັບຊົມລາຍການດຽວກັນ ແລະ ຕົ້ນທຶນເພີ່ມໃນການກະຈາຍສັນຍານເມື່ອມີຜູ້ຊົມເພີ່ມໜຶ່ງຄົນນັ້ນເທົ່າກັບສູນດ້ວຍ

ຕົວຢ່າງ

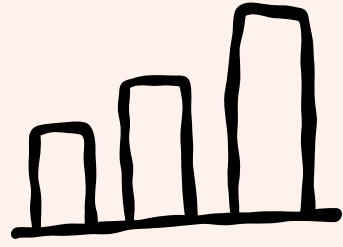


ມົນລະພິດທາງອາກາດໃນຫ້ອງເຮັດວຽກໃນໂຮງຮຽນ ເພາະເມື່ອເກີດ

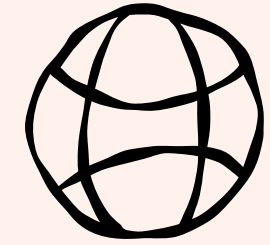
ມົນລະພິດໃນຫ້ອງເຮັດວຽກແລ້ວຜູ້ທີ່ເຮັດວຽກຢູ່ໃນຫ້ອງທຸກຄົນສາມາດ

ຮັບຜົນຂອງມົນລະພິດໄດ້ພ້ອມໆກັນແຕ່ຜົນກະທົບດັ່ງກ່າວຈະບໍ່ມີຜົນຕໍ່ຜູ້

ເຮັດວຽກໃນຫ້ອງເຮັດວຽກໃນໂຮງງານອື່ນເປັນຕົ້ນ.



ສິນຄ້າບາງຢ່າງອາດມີລັກສະນະແບ່ງປັນໃນການບໍລິໂພກ ກໍ່ຄືການບໍລິໂພກສິນຄ້າ
ບໍລິການໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກຄົນໃດຄົນໜຶ່ງມີຜົນເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າບໍລິການນັ້ນຫຼຸດລົງຈາກເດີມ
ໂດຍອາດເປັນດ້ານຄຸນນະພາບ ຫລື ປະລິມານແຕ່ບໍ່ສາມາດກົດກັນການບໍລິໂພກຂອງຜູ້
ອື່ນໄດ້



ຕົວຢ່າງ : ມະຫາສະໜາມຸດ ຫລື ທະເລສາບ ຈັດເປັນສິນຄ້າທີ່ມີ
ລັກສະນະແບບກົດກັນຜູ້ມາໃຊ້ບໍລິການບໍ່ໄດ້ ແຕ່ການຈັບປາໃນ
ມະຫາສະໜາມຸດຈັດວ່າເປັນການແບ່ງປັນການບໍລິໂພກ ເພາະຖ້າຢິ່ງ
ມີຜູ້ຈັບປາຫລາຍຂຶ້ນ ກໍ່ຈະມີປາເຫລືອໃຫ້ຜູ້ອື່ນຈັບໄດ້ຫນ້ອຍລົງ
ເປັນຕົ້ນ



ຕາຕະລາງທີ 6.1 ປະເພດຂອງສິນຄ້າບໍລິການ ແລະ ມົນລະພິດຈຳແນກຕາມລັກສະນະ

ລັກສະນະຈາກການກົດ ກັ້ນ	ລັກສະນະຈາກການບໍລິໂພກ	
	ແບ່ງປັນການບໍລິໂພກ	ບໍ່ແບ່ງປັນການບໍລິໂພກ
ກົດກັ້ນໄດ້	(1) ເຊັ່ນຂີ້ເຫຍື້ອໃນເຮືອນຄົວ	(2) ການສົ່ງສັນຍານຄື່ນລາຍການສາລະຄະດີສິ່ງແວດລ້ອມທາງUBC ມົນລະພາວະທາງນໍ້າໃນທະເລສາບຂອງຫມູ່ບ້ານ ມົນລະພາວະທາງອາກາດໃນຫ້ອງເຮັດວຽກ
ບໍ່ສາມາດກົດກັ້ນໄດ້	(3) ປາໃນທະເລ	(4) ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ດີ ມົນລະພາວະທາງສຽງ ພາວະເຮືອນແກ້ວ

- ຫມາຍເຫດ (1) ຫມາຍເຖິງສິນຄ້າບໍລິການເອກະຊົນ ແລະ ມົນລະພິດເອກະຊົນ
- (2) ແລະ (3) ຫມາຍເຖິງສິນຄ້າບໍລິການເຄິ່ງສາທາລະນະ ແລະ ມົນລະພິດເຄິ່ງສາທາລະນະ
- (4) ຫມາຍເຖິງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະທີ່ແທ້ຈິງ ແລະ ມົນລະພິດສາທາລະນະທີ່ແທ້ຈິງທີ່ມາ.

ການພິຈາລະນາຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງສິນຄ້າ
ເອກະຊົນ ແລະ ສິນຄ້າສາທາລະນະ ນອກຈາກການ
ພິຈາລະນາຈາກລັກສະນະຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ
ດັ່ງກ່າວໄດ້ຂ້າງຕົ້ນແລ້ວ ຍັງສາມາດຈຳແນກໂດຍອາໄສ
ລັກສະນະຂອງຄວາມຕ້ອງການເຊິ່ງແບ່ງອອກເປັນ 3
ປະເພດຄື:

01. ຄວາມຕ້ອງການເອກະຊົນ

02. ຄວາມຕ້ອງການສັງຄົມ

03. ຄວາມຕ້ອງການທີ່ ເປັນຄຸນ
ປະໂຫຍດຕໍ່ສັງຄົມ

ໂດຍຫຼັກການໃນການແບ່ງແຍກລັກສະນະຂອງຄວາມຕ້ອງການປະກອບດ້ວຍ 2 ເກນໄດ້ແກ່

1) ຮາກຖານຂອງຄວາມຕ້ອງການທີ່ເກີດຂຶ້ນ ຄືພິຈາລະນາເບິ່ງວ່າຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້າບໍລິການ ເປັນການເກີດຂຶ້ນໂດຍສະມັກໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ຫລື ເປັນຄວາມຕ້ອງການທີ່ເກີດຂຶ້ນໂດຍ ລັດຖະບານບັງຄັບ ຫລື ຊັກນໍາ

2) ລັກສະນະຂອງຄຸນປະໂຫຍດທີ່ເກີດຈາກການບໍລິໂພກ ຄື ພິຈາລະນາເບິ່ງວ່າປະໂຫຍດທີ່ເກີດ ຈາກການບໍລິໂພກສິນຄ້າບໍລິການນັ້ນຕົກແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກເອງ ຫລື ຕົກແກ່ສັງຄົມ

ສິນຄ້າບໍລິການເອກະຊົນ ແລະ ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະອາດສະຫລຸບ
ໄດ້ດັ່ງຕາຕະລາງ

- 1) ສິນຄ້າບໍລິການເອກະຊົນໄດ້ແກ່ສິນຄ້າບໍລິການທີ່ມີລັກສະນະສະຫນອງຄວາມ
ຕ້ອງການຂອງເອກະຊົນ
- 2) ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະໄດ້ແກ່ສິນຄ້າບໍລິການທີ່ມີລັກສະນະສະຫນອງ
ຄວາມຕ້ອງການຂອງສັງຄົມ
- 3) ສິນຄ້າບໍລິການທີ່ມີຄຸນປະໂຫຍດຕໍ່ສັງຄົມໄດ້ແກ່ສິນຄ້າບໍລິການທີ່ມີລັກສະນະ
ສະຫນອງຄວາມຕ້ອງການທີ່ເປັນຄຸນປະໂຫຍດຕໍ່ສັງຄົມເປັນໄດ້ທັງສິນຄ້າ
ບໍລິການເອກະຊົນ ແລະ ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ

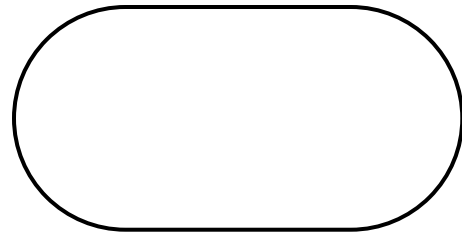
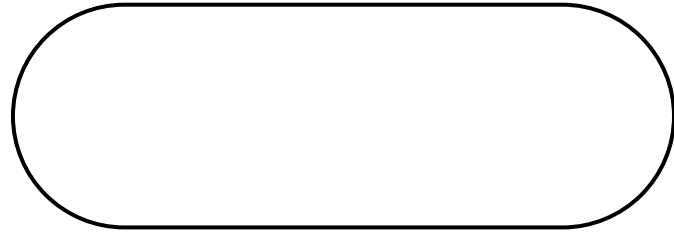


ຕາຕະລາງ 6.2 ລັກສະນະຂອງຄວາມຕ້ອງການກັບລັກສະນະຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ

ພື້ນຖານຂອງຄວາມຕ້ອງການທີ່ເກີດຂຶ້ນ	ລັກສະນະຂອງຄຸນປະໂຫຍດທີ່ເກີດຈາກການບໍລິໂພກ	
	ຕົກແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກ	ຕົກແກ່ສັງຄົມ
ເກີດຂຶ້ນໂດຍສະຫມັກໃຈ	ສິນຄ້າເອກຊົນ	ສິນຄ້າສາທາລະນະ
ເກີດຂຶ້ນໂດຍບັງຄັບ ຫລື ຊັກນຳ	ສິນຄ້າເອກຊົນ ສິນຄ້າສາທາລະນະ	ສິນຄ້າສາທາລະນະ ສິນຄ້າສາທາລະນະ

ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມໃນຖະນາທີ່ເປັນສິນຄ້າບໍລິການ ສາທາລະນະ

ການທີ່ສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະມີຄຸນສົມບັດບໍ່ແບ່ງປັນໃນການບໍລິໂພກ ແລະ ການບໍ່ສາມາດຫຼຸດກົດກັນປະໂຫຍດທີ່ໄດ້ຈາກການບໍລິໂພກນັ້ນກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມຫລົ້ມ
ເຫລວຂອງລະບົບຕະຫລາດທັງນີ້ເພາະສິນຄ້າບໍລິການບໍ່ໄດ້ສ້າງແຮງຈູງໃຈໃນການຈັດສັນ
ຊັບພະຍາກອນຢ່າງມີປະສິດທິພາບຄັ້ງນັ້ນໃນສ່ວນຕໍ່ໄປນີ້ຈະພິຈາລະນະຄຸນນະພາບ
ສິ່ງແວດລ້ອມໃນຖານະທີ່ເປັນສິນຄ້າສາທາລະນະວ່າຄວນມີການຈັດສັນຢ່າງໃດເພື່ອໃຫ້
ເກີດປະສິດທິພາບໃນລະບົບຕະຫລາດ



ການຈັດສັນສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະຢ່າງມີປະສິດທິພາບ

ໃນການພິຈາລະນາຄວາມສົມດຸນທີ່ມີປະສິດທິພາບຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະຈຳເປັນຕ້ອງພິຈາລະນາອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະທີ່ເປັນຕົວແທນທີ່ດີ (Well-defined Demand and Supply) ປະກອບດ້ວຍ ເພື່ອໃຫ້ງ່າຍຕໍ່ການທຳຄວາມເຂົ້າໃຈໃນບົດນີ້ຈະກຳນົດນິຍາມຂອງຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມ ຫມາຍຄວາມວ່າລະດັບການແກ້ໄຂພາວະທີ່ເປັນທີ່ຍອມຮັບໄດ້ ຕົວຢ່າງເຊັ່ນເປີເຊັນຂອງການຫຼຸດລົງການປ່ອຍກູາດ ກາກບອນໄລອອກໄຊ (CO_2) ເປັນຕົ້ນ

1.ອຸປະທານຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ ຫລື ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມ

ໃນດ້ານອຸປະທານຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ ຫລື ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມຜູ້ຜະລິດຈຳນວນຫລາຍແຕ່ລະລາຍມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຫຼຸດປະລິມານການປ່ອຍມົນລະພິດເຊັ່ນປະລິມານກາກບອນໄລອອກໄຊ ໃນແຕ່ລະລະດັບລາຄາ ຫລື ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕ່າງໆກັນ ແລະ ເມື່ອຮ່ວມກັນຕັດສິນໃຈຂອງທຸລະກິດໃນຫຼຸດປະລິມານການປ່ອຍມົນລະພິດແລ້ວຈະໄດ້ເປັນອຸປະທານຕະຫລາດ (Market Supply: MS) ເຊິ່ງສະແດງດ້ວຍສົມຜົນ 6.1 ແລະ ທີ 2 ໃນຕາຕະລາງທີ 6.3

$$\text{ເສັ້ນອຸປະທານຕະຫລາດ. } P = 4 + 0.75Q_s \quad (6.1)$$

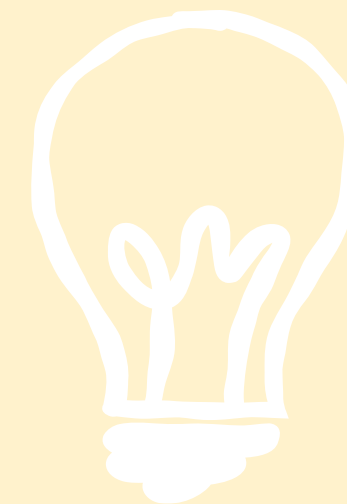
ໂດຍ P ຄືລາຄາຂອງການແກ້ໄຂ ຫລື ຫຼຸດປະລິມານການປ່ອຍມົນລະພິດ ຫນ່ວຍເປັນລ້ານບາດ Q_S ລະດັບການແກ້ໄຂບັນຫາມົນລະພິດ ເຊັ່ນ ເປີເຊັນຂອງກຼາດຄາບອນໄດອອກໄຊ (CO_2) ເປັນຕົ້ນ ຕາຕາລາງ

6.3 ຕະຫຼາດສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະໜີ້ການແກ້ໄຂບັນຫາມົນລະພິດ

ຕາຕະລາງ 6.3 ຕະຫຼາດສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະກໍລະນີການແກ້ໄຂບັນຫາມົນລະພິດ

ໝາຍເຫດ: WTP_A ໝາຍເຖິງການເຕັມໃຈຈ່າຍເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາສິ່ງແວດລ້ອມຂອງ ທ້າວ A

WTP_B ໝາຍຄວາມເຖິງຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາສິ່ງແວດລ້ອມຂອງທ້າວ B



(1) ປະລິມານການແກ້ ໄຂ້ບັນຫາສະພາວະ ເປີເຊັນຂອງການ ຫຼຸດ(CO ₂)	(2) ອຸປະທານ ຕະຫຼາດ(SM) P=4+0.75Q _s	(3) WTP _A P ₁ =10-0.1Q _d	(4) WTP _A P ₂ =15-0.2Q _d	(5) ອຸປະສິງຕະຫຼາດ(MD) P ₁ +P ₂ =25-0.3Q _d
0	4.001	10.001	15	25.00
5	7.750	9.500	14	23.00
10	11.500	9.000	13	22.00
15	15.250	8.500	12	20.50
20	19.000	8.000	11	19.00
25	22.750	7.500	10	17.50
30	26.500	7.000	9	16.00



2. ອຸປະສິງຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ ຫຼື ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມ

ອຸປະສິງຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ ຫຼື ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມແຕກຕ່າງຈາກສິນຄ້າບໍລິການເອກະຊົນ ໂດຍອຸປະສິງຕະຫຼາດຂອງສິນຄ້າເອກະຊົນທົ່ວໄປເປັນການຮ່ວມອຸປະສິງຕະຫຼາດສໍາລັບສິນຄ້າສາທາລະນະມີລັກສະນະແຕກຕ່າງ ທັງນັ້ນສິນຄ້າສາທາລະນະມີລັກສະນະການບໍ່ແບ່ງປັນໃນການບໍລິໂພກເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າເມື່ອມີການຈັດສິນຄ້າການບໍລິການສາທາລະນະໃຫ້ປະຊາຊົນແລ້ວ ຜູ້ບໍລິໂພກ ຫຼື ປະຊາຊົນທຸກຄົນໃນການບໍລິໂພກສິນຄ້າສາທາລະນະນັ້ນໄດ້ໃນຈໍານວນທີ່ເທົ່າໆກັນ



2. ອຸປະສິງຂອງສິນຄ້າບໍລິການ ສາທາລະນະ ຫຼື ຄຸນນະພາບ ສິ່ງແວດລ້ອມ

ຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດສະແດງຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ (Willingness to pay : WTP) ເພື່ອໃຊ້ບໍລິການສິນຄ້າສາທາລະນະ ດັ່ງກ່າວ ໄດ້ນັ້ນອຸປະສິງຕະລາດສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະຈຶ່ງສາມາດຫາໄດ້ຈາກການຮ່ວມອຸປະສິງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທຸກຄົນທີ່ສະແດງຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍເພື່ອບໍລິໂພກສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະຈໍານວນ ດັ່ງກ່າວ ໃນຕະຫລາດ ເຊິ່ງເປັນການລວມຕາມແກ່ນຕັ້ງ (Vatical Summation) ໂດຍຂຽນຄວາມສໍາພັນໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$P = \sum_{i=1}^n p_i \quad \text{ສໍາລັບ } i=1,2$$

3. ຄວາມສົມດຸນຂອງສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະ ທີ່ ຄຸນນະພາບສິ່ງແວດລ້ອມ

- ການຈັດສັນປະລິມານສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະທີ່ມີປະສິດທິພາບຈະເກີດຂຶ້ນເມື່ອຜົນລວມຂອງອຸປະສິງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແຕ່ລະຄົນເທົ່າກັບຕົ້ນທຶນເພີ່ມ (MC) ທີ່ ອຸປະທານໃນການຈັດຫາສິນຄ້າບໍລິການສາທາລະນະນັ້ນເອງ ຊຶ່ງອາດຂຽນຄວາມສໍາພັນໄດ້ດັ່ງ ສົມຜົນ (6.5)

$$MD = \sum_{i=1}^n WTP = \sum_{i=1}^n p_i = MC \quad 6.5 \text{ ໂດຍ}$$

$i =$ ຜູ້ບໍລິໂພກຄົນທີ i ແລະ $i=1,2,\dots,n$



Reference

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

Thank you very much!



Email

Phavone@su.edu.la

Resource of image : [Influencer Strategy Presentation - Presentation](#)