

บทที่ 5 การกำหนดระดับผลผลิต และราคา ในตลาดสินค้า



บทที่ 5 การกำหนดระดับผลผลิต และราคาในตลาดสินค้า

➤ ความหมายและประเภทของตลาด

➤ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

➤ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

➤ ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

➤ ตลาดผู้ขายน้อยราย

➤ ตลาดผูกขาด



5.1 ความหมายและประเภทของตลาด

5.1.1 ความหมายของตลาด

คำว่า ตลาด ในความหมายของบุคคลทั่วไปจะหมายถึง สถานที่ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถพบปะกันเพื่อตกลงซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการระหว่างกัน

แต่ทางเศรษฐศาสตร์จะมีความหมายกว้างกว่า นั่นคือ **ตลาด หมายถึง การตกลงในการซื้อขายสินค้าหรือบริการซึ่งกันและกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ก็ได้**

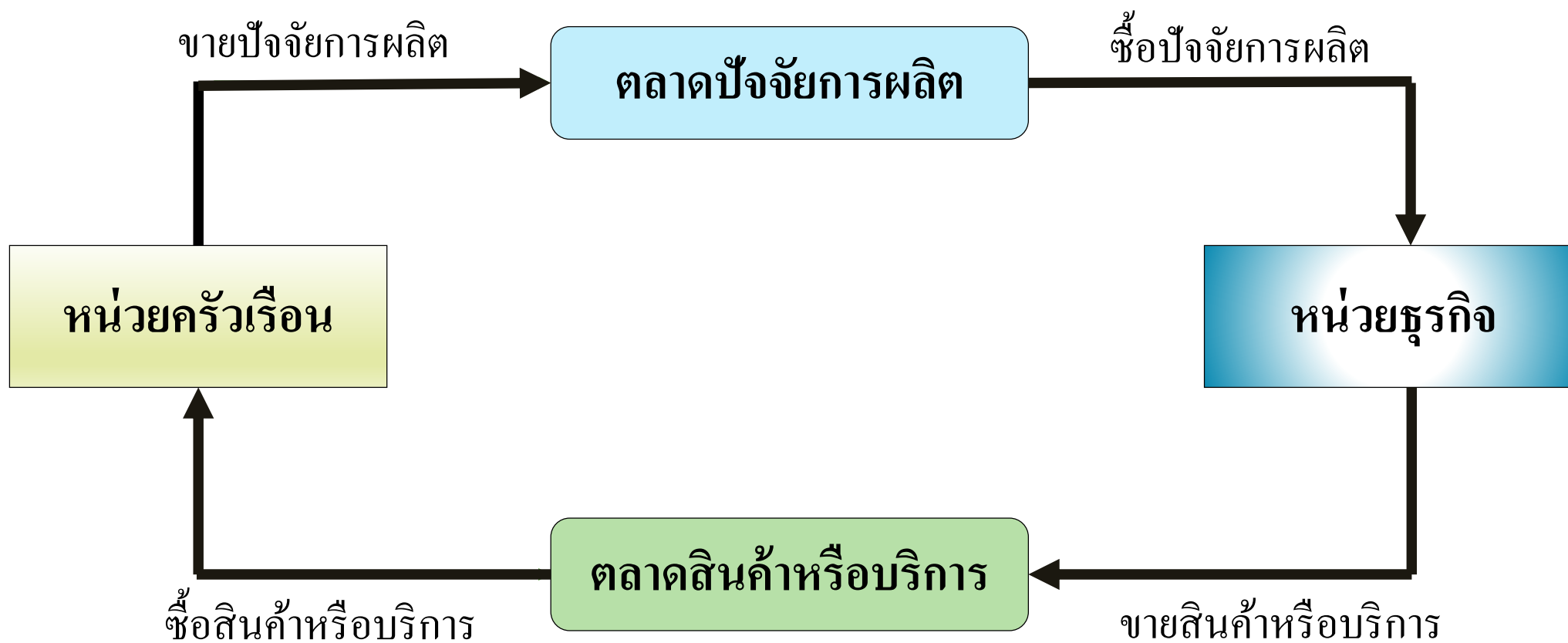


5.1.2 ประเภทของตลาด

1. จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- 1) ตลาดสินค้าหรือบริการ หรือตลาดผลผลิต (Goods and Service Market หรือ Product Market) คือตลาดที่มีการซื้อขายสินค้าหรือบริการเพื่อนำไปใช้ในการบริโภคได้ในทันที
- 2) ตลาดปัจจัยการผลิต (Factor Market) คือตลาดที่มีการซื้อขายปัจจัยการผลิตหรือสินค้าเพื่อนำไปผลิตต่อเป็นสินค้าสำเร็จรูปสำหรับจำหน่ายต่อไป

รูปการหมุนเวียนของตลาดปัจจัยการผลิตและตลาดสินค้า



5.1.2 ประเภทของตลาด (ต่อ)

2. จำแนกตามลักษณะการแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในตลาด หรือจำแนกตามโครงสร้างของตลาด ทั้งจำนวนของผู้ขายและผู้ซื้อ ลักษณะสินค้า และความสามารถในการเข้าออกตลาด ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

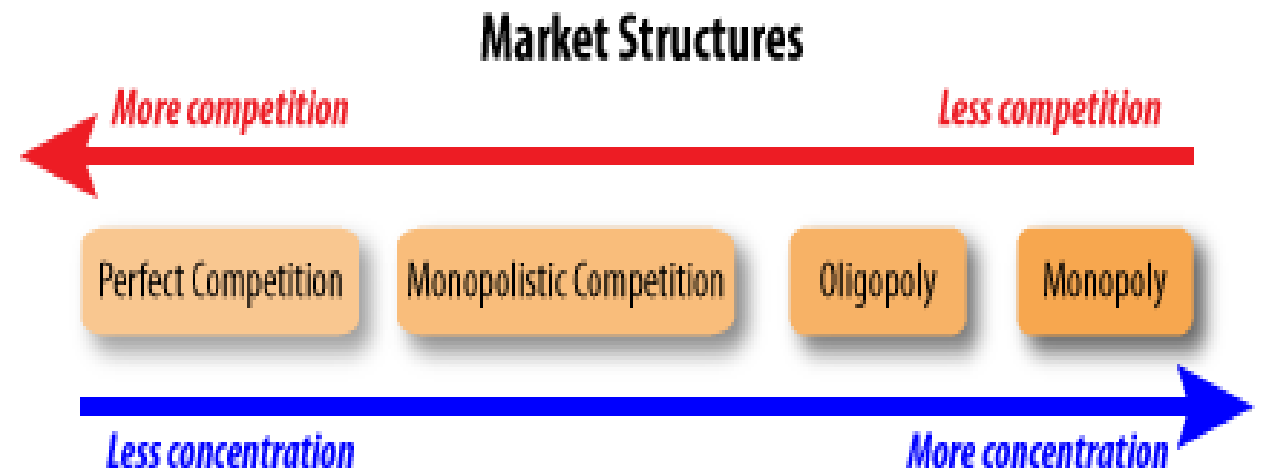
1) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

2) ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

ก. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ข. ตลาดผู้ขายน้อยราย

ค. ตลาดผูกขาด



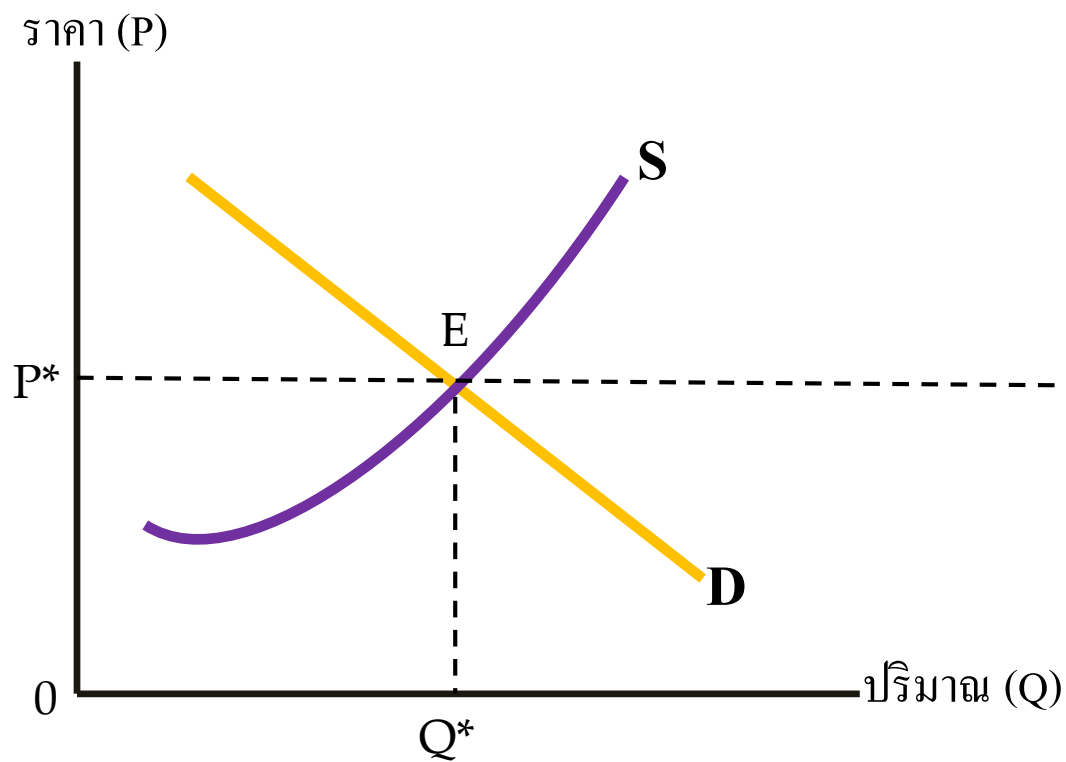
5.2 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly Competitive Market)

5.2.1 ลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

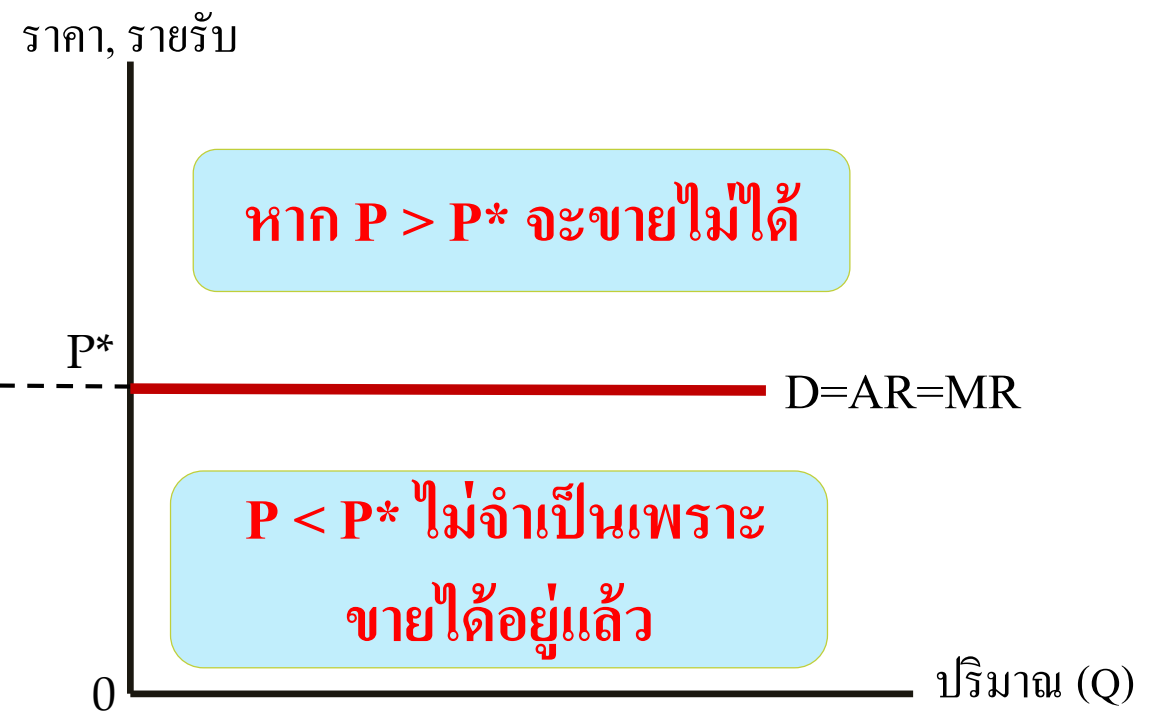
- I. มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก
- II. สินค้าที่ซื้อขายมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ
- III. ผู้ขายหรือผู้ซื้อสามารถเข้า-ออกในตลาดได้อย่างเสรี
- IV. ผู้ซื้อผู้ขายมีความรู้เรื่องข้อมูลตลาดเป็นอย่างดี
- V. มีการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี



5.2.2 เส้นอุปสงค์และเส้นรายรับส่วนเพิ่มของผู้ผลิต



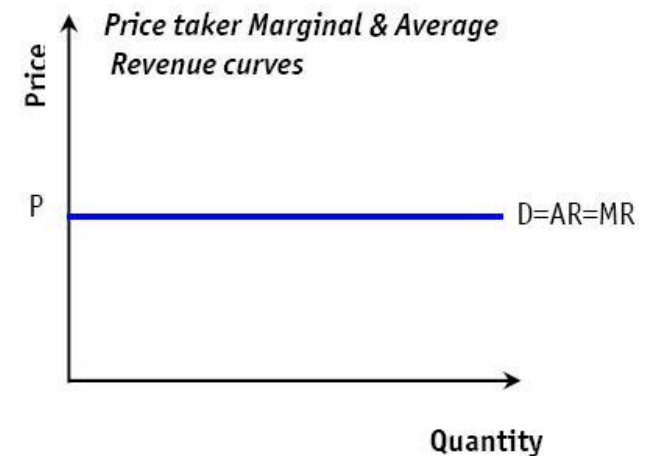
ดุลยภาพของตลาด

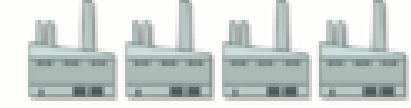


อุปสงค์ของหน่วยผลิตแต่ละราย

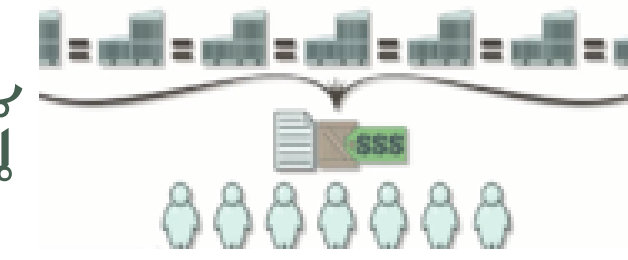
5.2.2 เส้นอุปสงค์และเส้นรายรับส่วนเพิ่มของผู้ผลิต (ต่อ)

- เส้นอุปสงค์ของหน่วยผลิตจะเห็นว่า เส้น D, AR และ MR เป็นเส้นเดียวกัน
- เนื่องจากในตลาดมีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก และหน่วยผลิตที่อยู่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะไม่มีอำนาจในการกำหนดหรือเปลี่ยนราคาสินค้าเป็นแต่เพียงผู้รับราคา (Price Taker) และต้องขายตามราคาคุณภาพ ซึ่งราคาคุณภาพจะกำหนดจากกลไกตลาด
- หน่วยผลิตจะเปลี่ยนแปลงได้แต่เฉพาะปริมาณขายเท่านั้น





PERFECT COMPETITION



5.2.3 คุณภาพในระยะสั้นของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

- คุณภาพของหน่วยผลิต หมายถึงภาวะที่หน่วยผลิตได้ตัดสินใจเลือกระดับการผลิตที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด (หรือขาดทุนน้อยสุด) เมื่อเข้าสู่ภาวะนี้แล้วจะมีแนวโน้มว่าหน่วยผลิตไม่มีการเปลี่ยนแปลงระดับการผลิต
- คุณภาพในระยะสั้นเกิดจากหน่วยผลิตไม่สามารถปรับเปลี่ยนปัจจัยบางชนิดให้เป็นปัจจัยผันแปรได้
- ในการผลิตระยะสั้น ต้นทุนการผลิตจะประกอบด้วย ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร

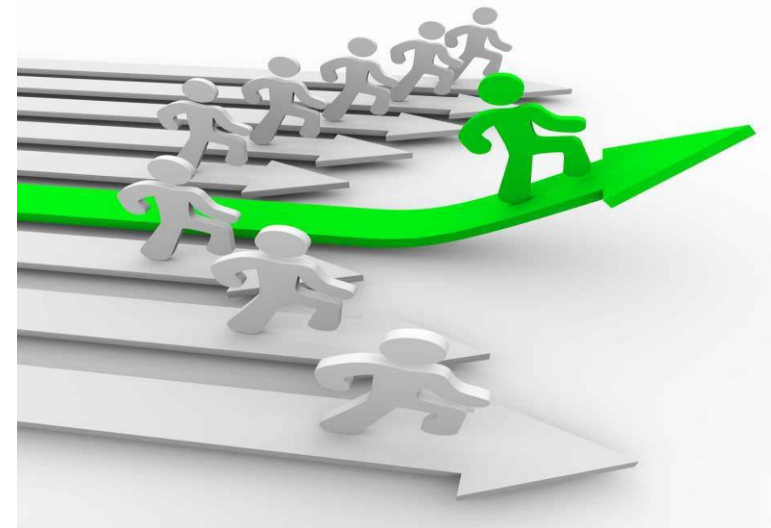
การพิจารณาดุลยภาพในระยะสั้น

- หน่วยผลิตจะทำการผลิตในปริมาณที่ทำให้ได้กำไรสูงสุดคือปริมาณ ณ จุดที่

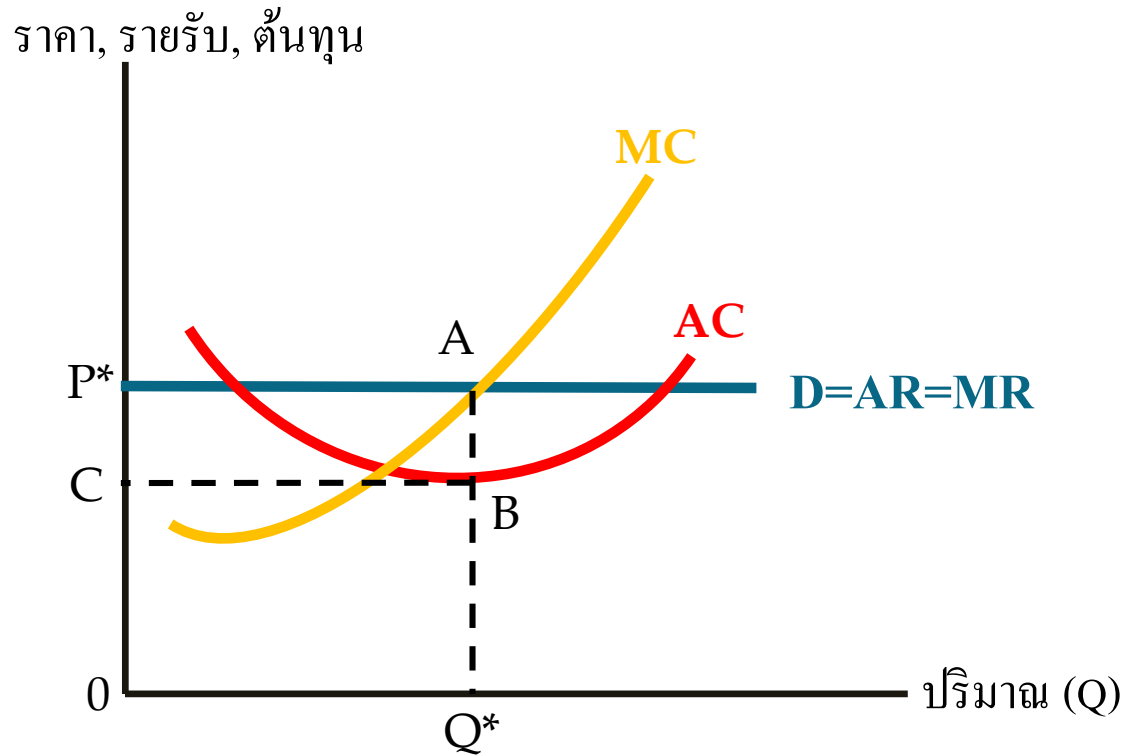
$$MC = MR$$

- เมื่อได้ปริมาณที่เหมาะสมแล้วจะทำการเปรียบเทียบต้นทุนเฉลี่ย (AC) และรายรับเฉลี่ย (AR) ว่าเป็นอย่างไร ถ้า

- $AR > AC$ แสดงว่า มีกำไรเกินปกติ (Excess Profit)
- $AR = AC$ แสดงว่า มีกำไรปกติ (Normal Profit)
- $AR < AC$ แสดงว่า ขาดทุน (Loss)

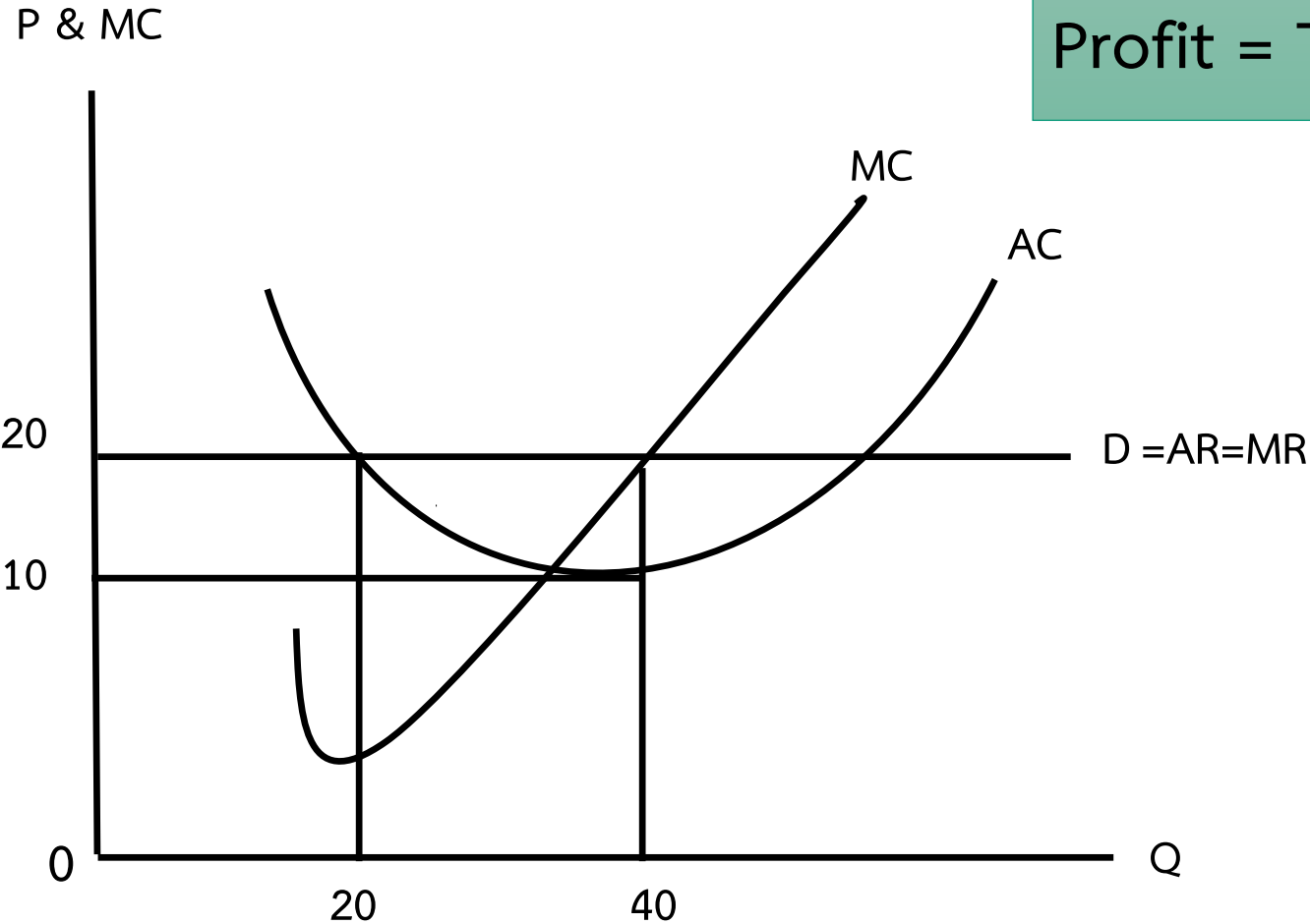


คุณภาพในระยะสั้น : กำไรเกินปกติ

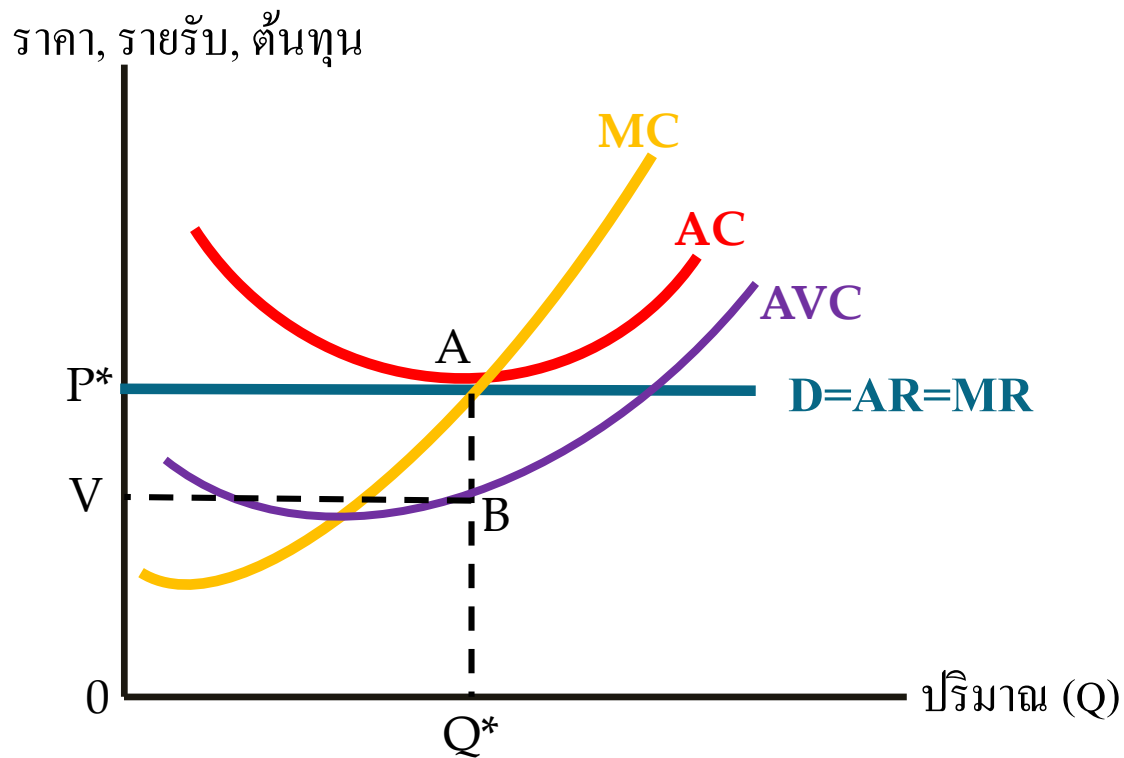


- จุดคุณภาพคือจุดที่ $MC = MR$ (จุด A)
ณ ระดับราคา = OP^* และปริมาณ = OQ^*
- $AR = OP^*$ และ $AC = OC$ จะเห็นว่า
 $AR > AC$
- กำไรต่อหน่วย = $AR - AC$
 $= OP^* - OC = P^*C$
- กำไรรวม = กำไรต่อหน่วย x ปริมาณ
 $= P^*C \times OQ = \text{พื้นที่} \square P^*ABC$

$TR = 20 \times 40 = 800$
 $TC = 10 \times 40 = 400$
 $Profit = TR - TC = 400$

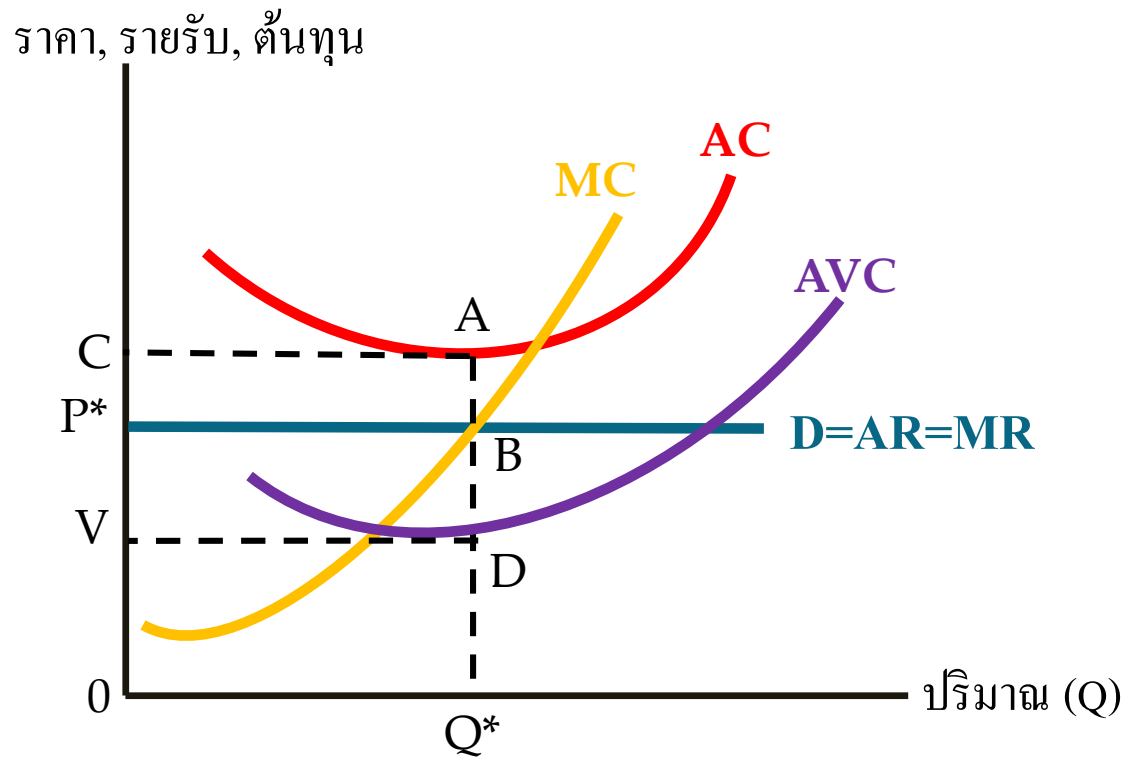


ดุลยภาพในระยะสั้น : กำไรปกติ



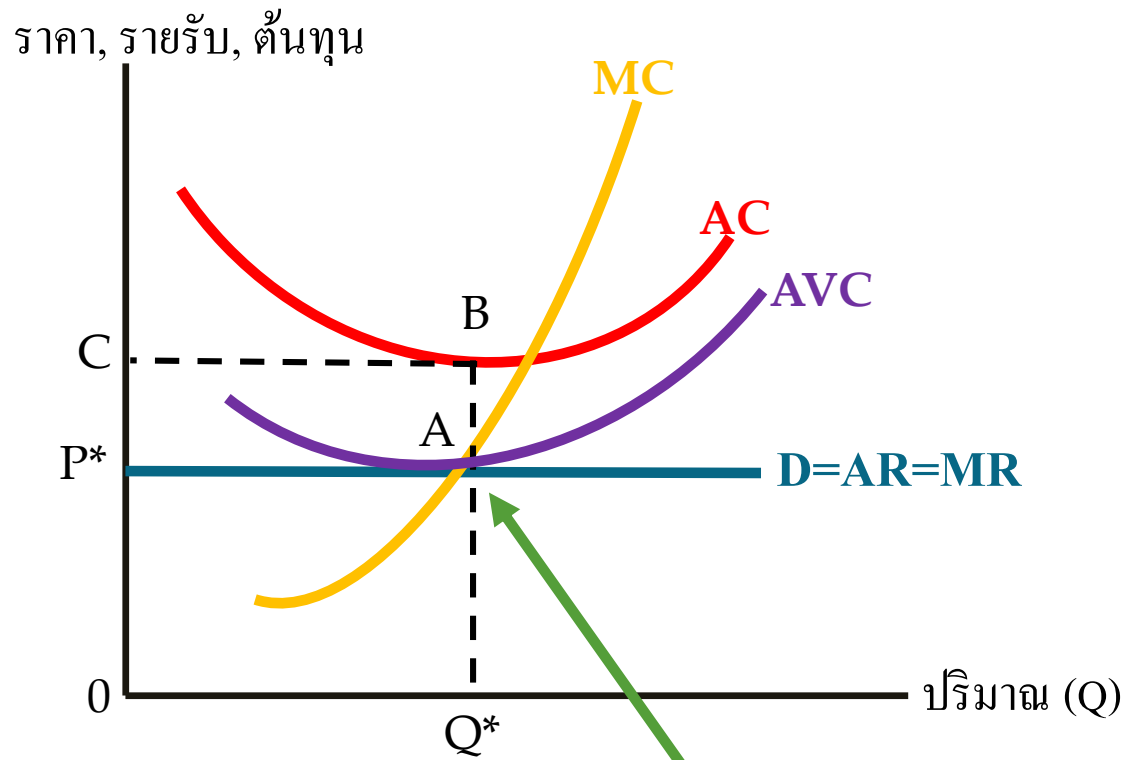
- ดุลยภาพคือจุดที่ $MC = MR$
จะเห็นว่า $AR = AC$ หรือกำไรเป็นศูนย์
- หน่วยผลิตได้กำไรปกติ (Normal Profit)

คุณภาพในระยะสั้น : ขาดทุนและผลิตต่อไป ($P > AVC$)



- คุณภาพอยู่ ณ จุด $MC=MR$ (จุด B) ราคา = OP^* และปริมาณ = OQ^* มีต้นทุนเฉลี่ย = OC และมีต้นทุนผันแปรต่อหน่วย = OV
- $AVC < P < AC$ ผู้ผลิตขาดทุนหน่วยละ P^*C แต่ผู้ผลิตจะไม่ปิดกิจการ เนื่องจากขาดทุนในส่วน of ต้นทุนคงที่ (FC) บางส่วนคือ พื้นที่ $\square P^*CAB$ ซึ่งเป็นจุดขาดทุนน้อยที่สุด หากไม่ผลิตจะขาดทุนต้นทุนคงที่ทั้งหมดคือ พื้นที่ $\square VDAC$

ดุลยภาพในระยะสั้น : ขาดทุนและปิดกิจการ



จุดปิดกิจการ (Shut down point)

- หากหน่วยธุรกิจประสบกับภาวะขาดทุน การตัดสินใจว่าควรทำการผลิตต่อหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่า ราคาที่ขายได้ (P) หรือรายรับเฉลี่ย (AR) สูงกว่าต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (AVC) หรือไม่

- หาก $P < AVC$ ควรหยุดการผลิต

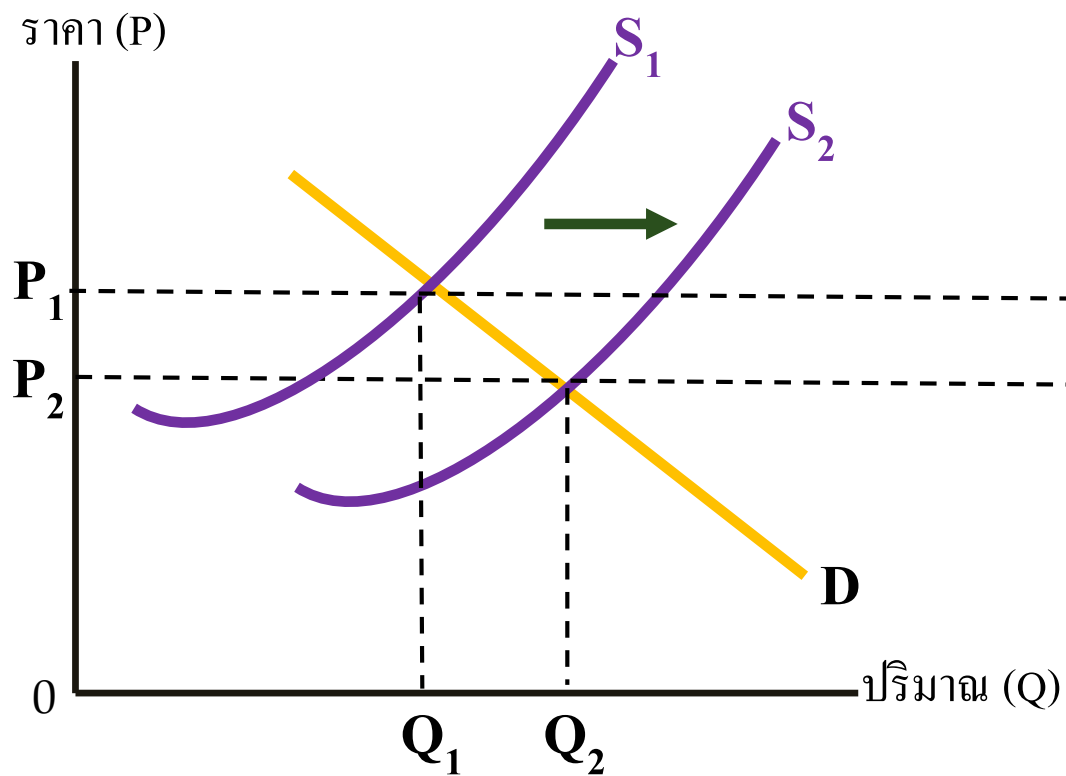
- หาก $P > AVC$ ควรผลิตต่อไป

5.2.4 คุณลักษณะในระยะยาวของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

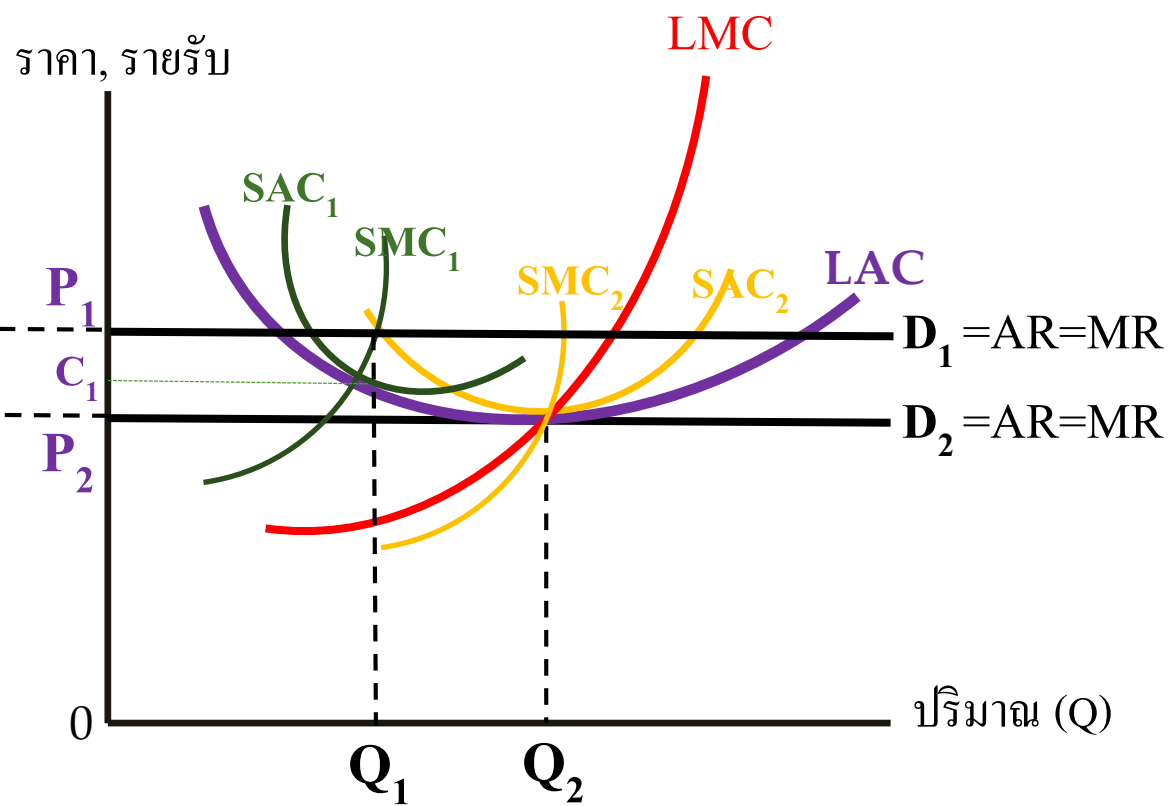
- ❖ ในระยะยาว : ไม่มีปัจจัยคงที่ จึงไม่มีต้นทุนคงที่ จะมีแต่เฉพาะต้นทุนผันแปรเท่านั้น ซึ่งหากผู้ผลิตขาดทุนจะเลิกกิจการหรือปิดกิจการทันที (Free Exit)
- ❖ ในระยะยาว : จะไม่มีหน่วยผลิตใดได้กำไรเกินปกติ เพราะหากได้กำไรเกินปกติจะจูงใจให้ผู้ผลิตรายใหม่ ๆ (Free Entry) เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ส่งผลให้ราคาสินค้าลดลงจนกระทั่งไม่มีกำไรเกินปกติในที่สุด



ดุลยภาพในระยะยาวของตลาดแข่งขันสมบูรณ์



ตลาด



หน่วยผลิตแต่ละราย

คุณภาพในระยะยาวของตลาดแข่งขันสมบูรณ์

- ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์หน่วยผลิตเมื่อเข้าสู่คุณภาพในระยะยาวจะเกิดเงื่อนไขต่อไปนี้
 - $SMC = LMC = MR = AR = P = SAC = LAC$
- ผู้ผลิตทุกหน่วยจะได้กำไรปกติเท่านั้น
- ผู้ผลิตทุกรายจะทำการปรับขนาดโรงงานจนกระทั่งได้ขนาดโรงงานที่เหมาะสม (Optimal Plant Size)

5.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)

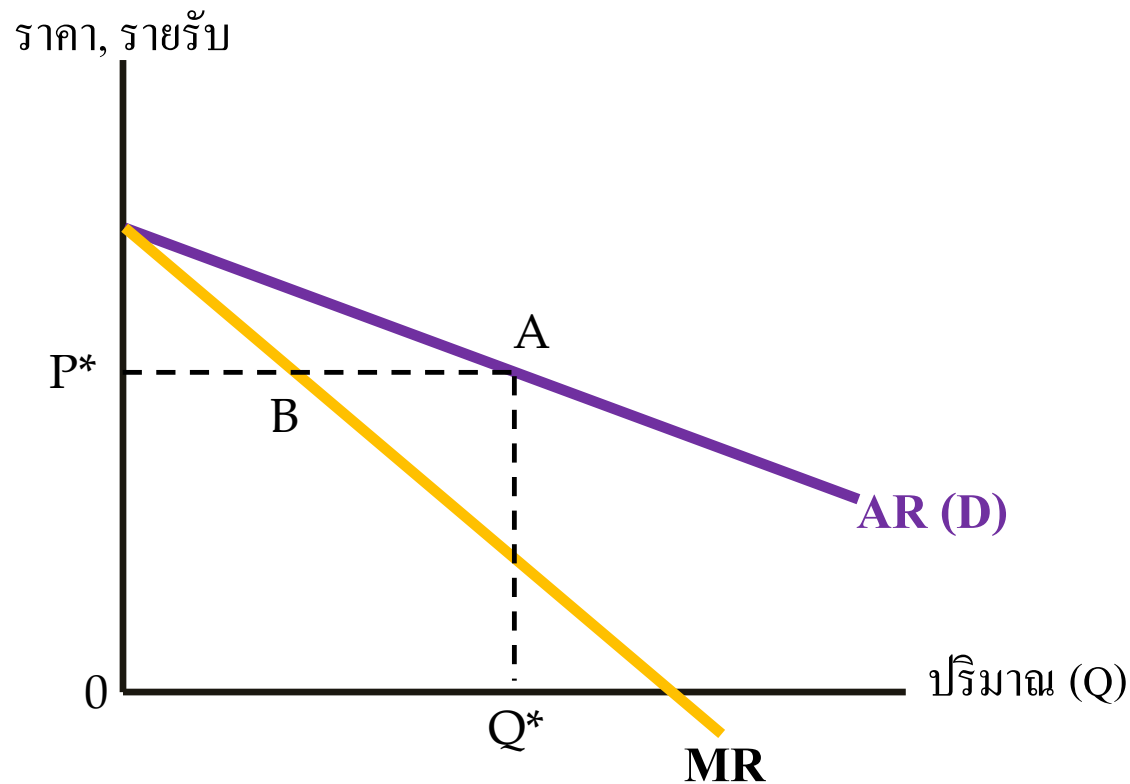
ตลาดที่อยู่ระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด แต่ก่อนมาทางตลาดแข่งขันสมบูรณ์ กล่าวคือมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก



5.3.1 ลักษณะของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

- มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก
- สินค้าประเภทเดียวกันแต่มีความแตกต่างกันบ้างจากรายอื่น ๆ ในตลาด
- ผู้ผลิตและผู้ซื้อสามารถเข้า-ออกตลาดได้อย่างเสรี
- ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้เรื่องราคาและปริมาณตลาดเป็นอย่างดี
- ผู้ผลิตบางรายอาจมีอำนาจผูกขาดได้จากการผลิตสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งหรือสร้าง ความภักดีต่อตราสินค้าให้กับผู้บริโภคได้

5.3.2 เส้นอุปสงค์และรายรับส่วนเพิ่มของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด



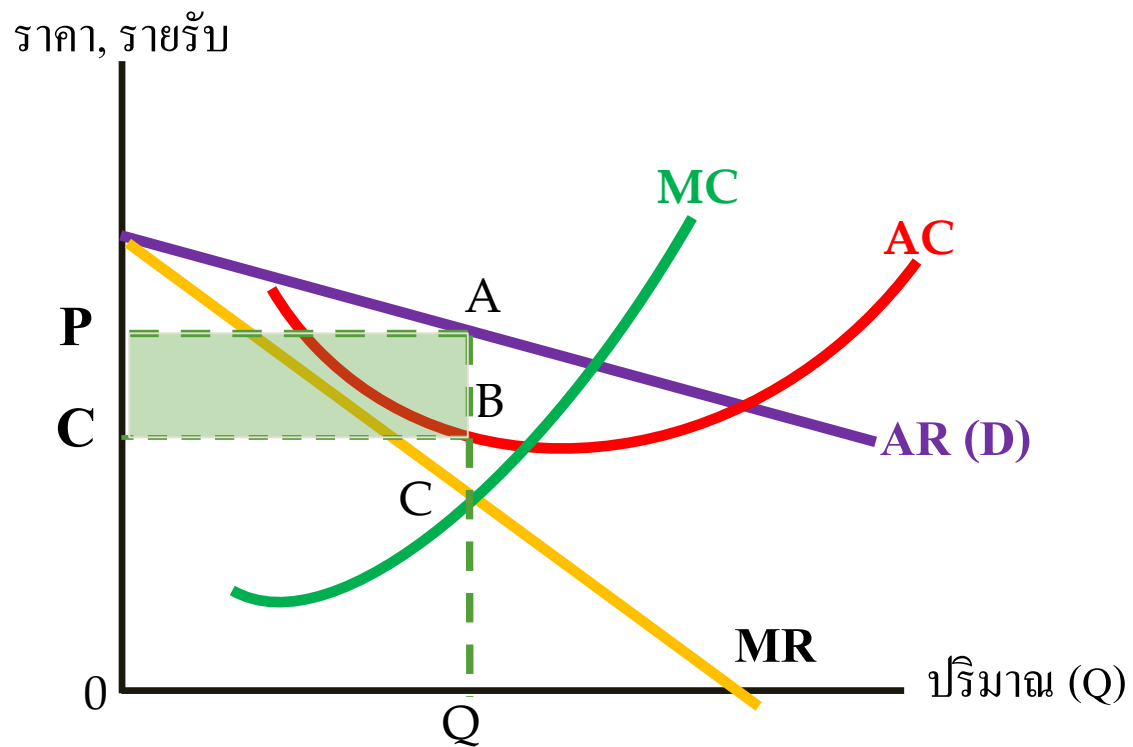
- ❖ **สินค้ามีความแตกต่างกัน ทำให้ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาแตกต่างได้** ส่งผลให้เส้น D หรือ AR และ MR มีลักษณะทอดลงจากซ้ายไปขวา
- ❖ **เส้นอุปสงค์และ AR เป็นเส้นเดียวกัน** มีความชันเป็นลบและมีความยืดหยุ่นสูง

5.3.2 คุณภาพในระยะสั้นของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

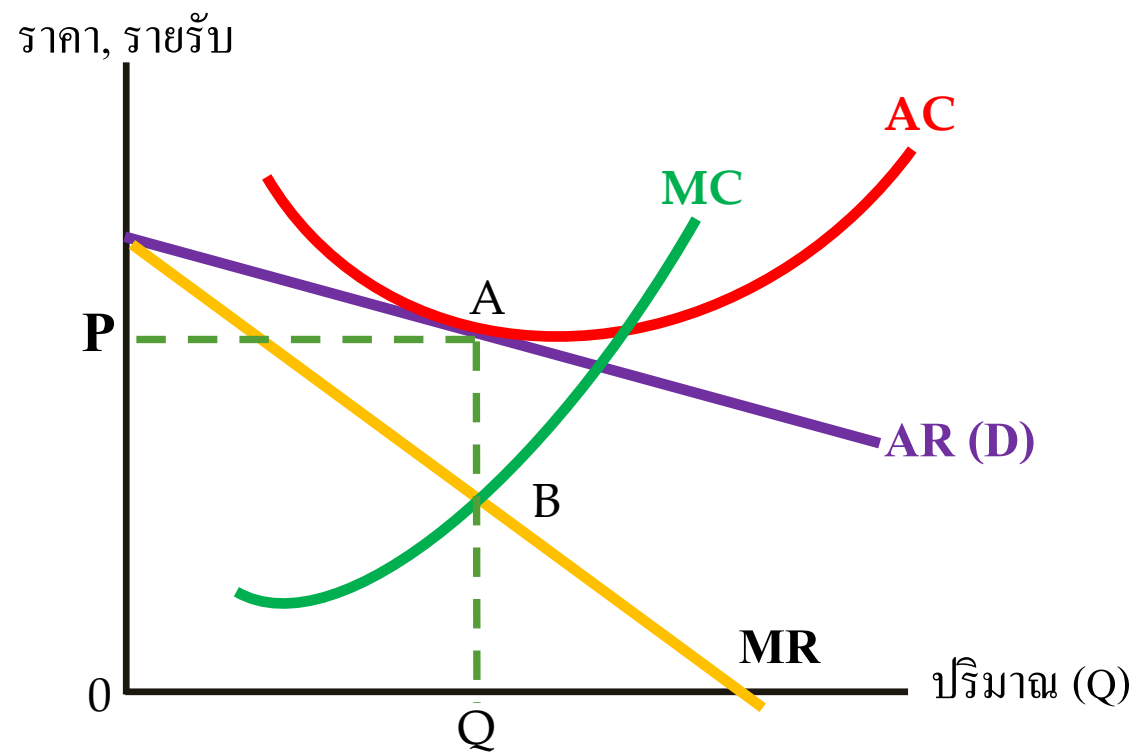
- ในระยะสั้นคุณภาพของผู้ผลิตจะมีลักษณะเดียวกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยผู้ผลิตอาจจะได้รับผลตอบแทนทั้งกำไรเกินปกติ (Excess Profit) กำไรปกติ (Normal Profit) และขาดทุน (Loss)
- การพิจารณาราคาและปริมาณคุณภาพคือ
 - ปริมาณ ณ จุดที่ $MC=MR$
 - เปรียบเทียบผลตอบแทนระหว่าง AR กับ AC



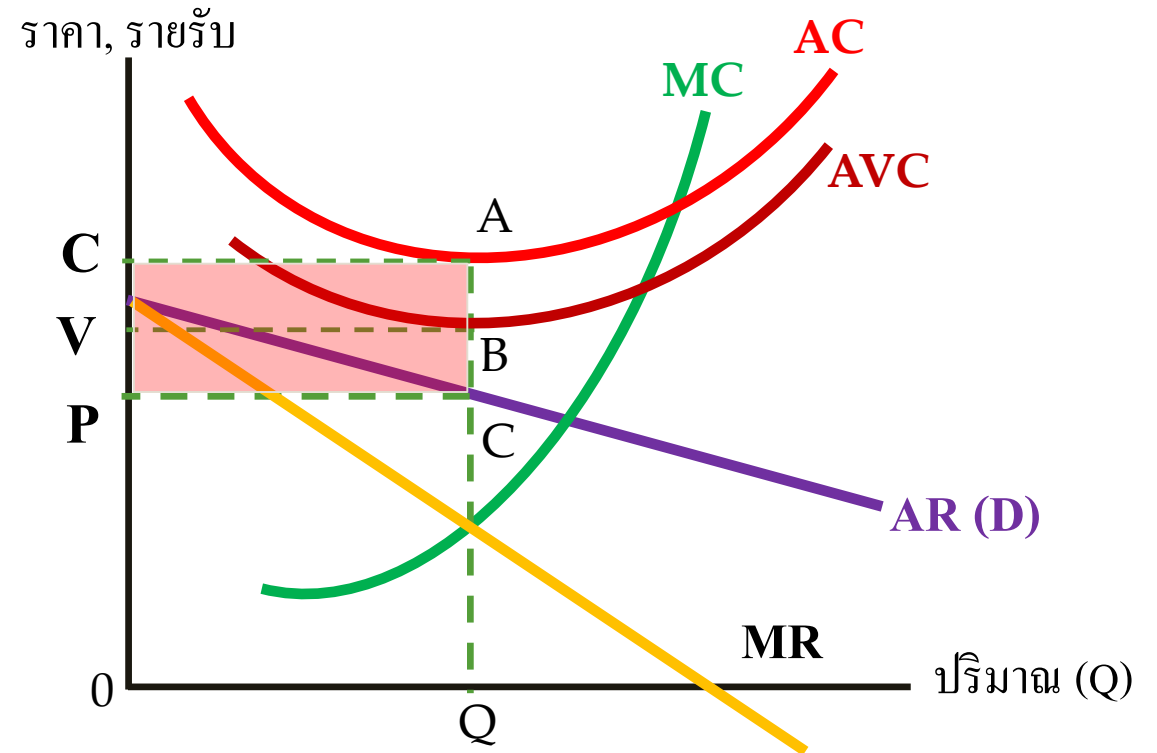
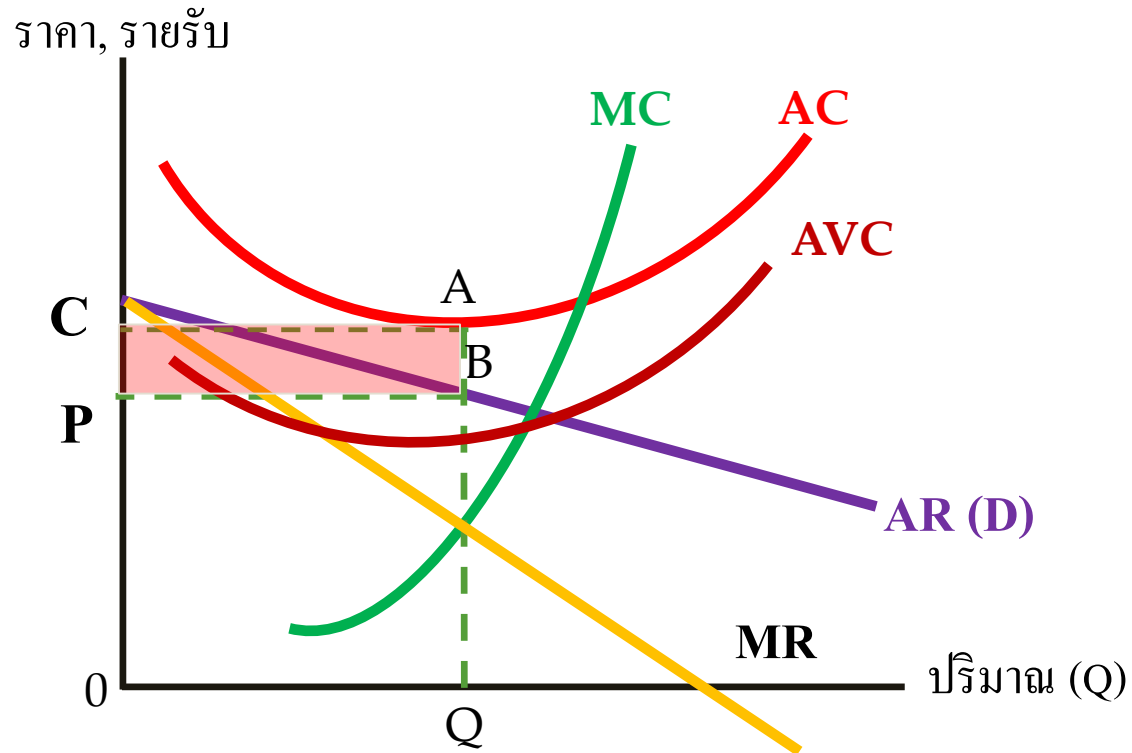
กรณีที่ 1 กำไรเกินปกติ ($P > AC$)



กรณีที่ 2 กำไรปกติ ($P = AC$)

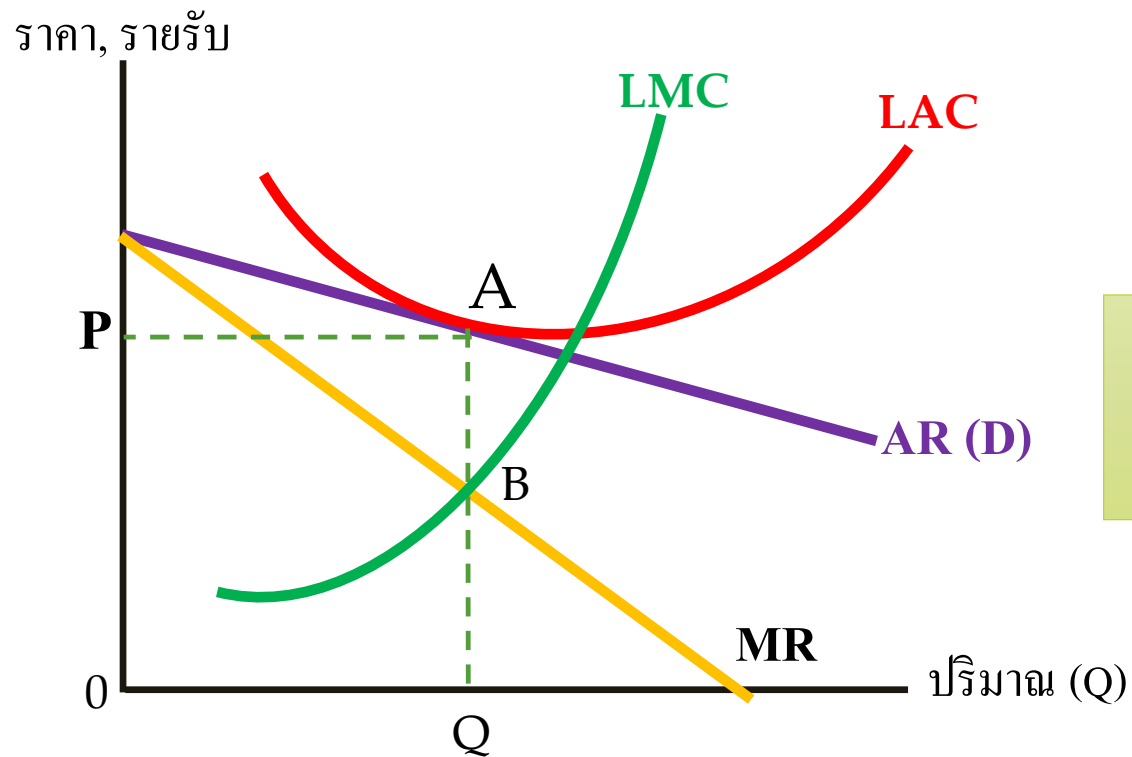


กรณีที่ 3 ขาดทุนและผลิตต่อไป ($P < AC$) กรณีที่ 4 ขาดทุนและปิดกิจการ ($P < AC$)



5.3.4 คุณภาพในระยะยาวของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

- คุณภาพในระยะยาวในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ผู้ผลิตจะได้รับเฉพาะกำไรปกติ (*Normal Profit*) เช่นเดียวกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ และเงื่อนไขคุณภาพคือปริมาณ ณ จุดที่ $LMC=MR$



คุณภาพคือ $LAC = P > MR = LMC$

5.4 ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

- ตลาดผู้ขายน้อยรายเป็นตลาดที่อยู่ระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด



5.4.1 ลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยราย

- มีผู้ผลิตตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป และไม่สามารถกำหนดจำนวนแน่นอนได้ ซึ่งพฤติกรรมของผู้ผลิตรายหนึ่งจะมีผลกระทบต่อผู้ผลิตอีกรายอื่นในตลาด เช่น การปรับเปลี่ยนราคา คุณภาพสินค้า การส่งเสริมการขาย
- ลักษณะสินค้าอาจเหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้
- การเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาได้ยาก เนื่องจากอุปสรรคเรื่องของต้นทุนการผลิตที่สูงมาก ขนาดของการผลิต
- ข้อมูลข่าวสารในตลาดเกี่ยวกับราคาและปริมาณไม่มีความสมบูรณ์

จากลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยรายทำให้พฤติกรรมของผู้ผลิตมี 2 ทางเลือก ได้แก่

- รวมตัวกันกลายเป็นผู้ผูกขาด
- ถ้าไม่รวมตัวกันจะมีการแข่งขันกันสูงมาก เพราะแต่ละฝ่ายต่างไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน และคอยดูพฤติกรรมของผู้ผลิตรายอื่น เช่น ถ้านาย A ขึ้นราคาสินค้า ผู้ขายรายอื่นในตลาดจะไม่ขึ้นราคาตามเพราะจะขายได้มากกว่า แต่ถ้านาย A ลดราคา รายอื่นก็จะลดตาม

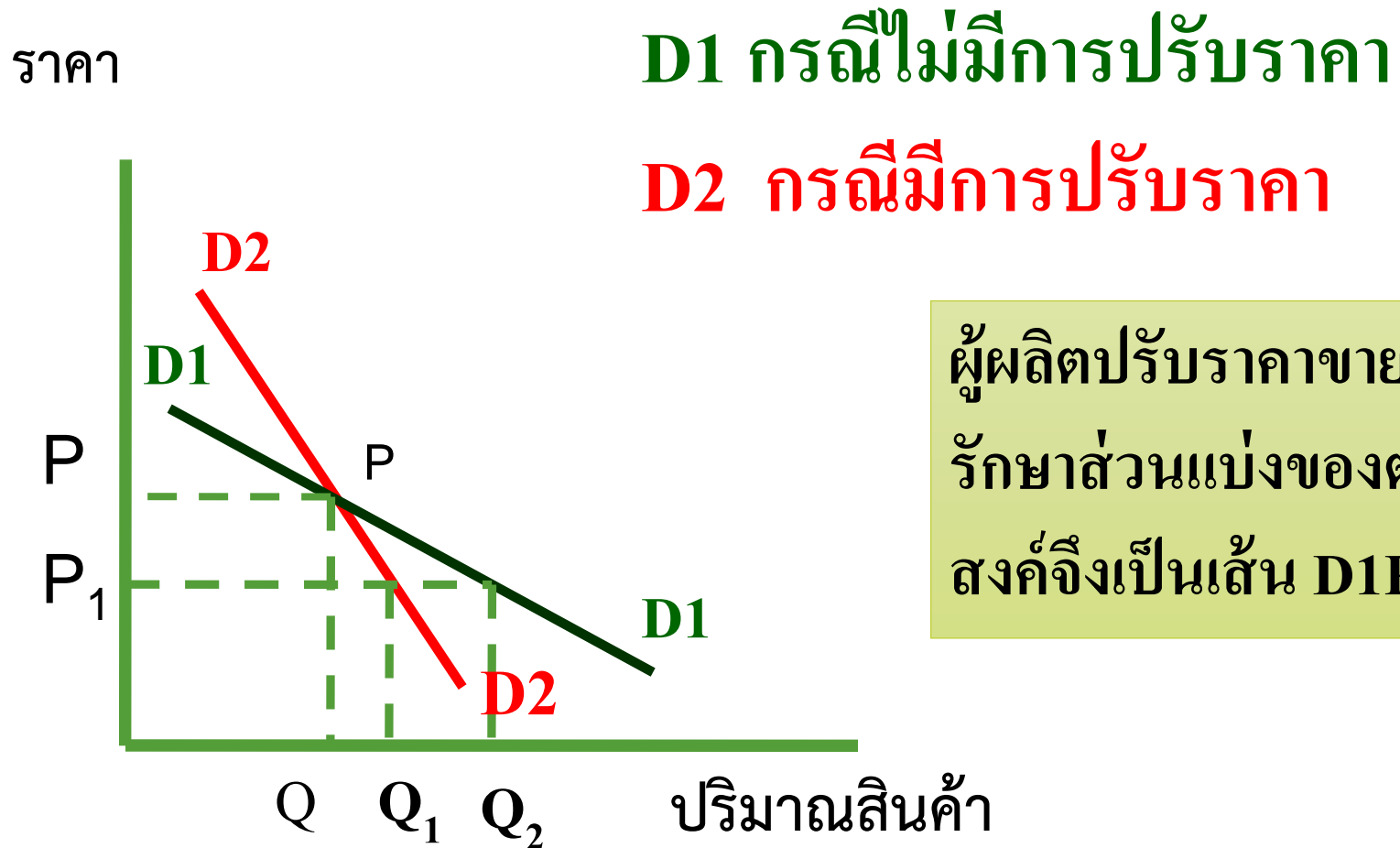


1. การแข่งขันด้านราคา: แบบจำลองเส้นอุปสงค์หักมุม (การแข่งขันลดราคาก่อผลเสียแก่ผู้ผลิต)

2. การแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา

- การปรับปรุงสินค้าให้มีความแตกต่าง เช่น คุณสมบัตินี้, รูปแบบ
- การส่งเสริมการขาย

แบบจำลองเส้นอุปสงค์หักงอ: ราคามีแนวโน้มคงที่



ผู้ผลิตปรับราคาขายตามกัน เพื่อ
รักษาส่วนแบ่งของตลาด เส้นอุป
สงค์จึงเป็นเส้น **D1PD2**

เมื่อผู้ผลิตรายใด ลดราคา ผู้ผลิตรายอื่นจะลด
ราคาตาม ส่งผลให้ปริมาณขายเพิ่มขึ้นไม่มากนัก
ซึ่งส่งผลต่อรายได้รวม

ผู้ผลิตเลือกคงราคาไว้ระดับเดิม

5.4.3 การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา

- สงครามราคา (price war) : ท้ายที่สุดจะนำมาซึ่งความเสียหายแก่หน่วยธุรกิจ
- นโยบายการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา เช่น การปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปแบบตัวสินค้า การทำโปรโมชั่น ส่งเสริมการขาย เป็นต้น
- ผลกระทบจากการใช้นโยบาย
 - ด้านต้นทุน : ต้นทุนเพิ่มขึ้น (ต้นทุนต่อหน่วยเพิ่ม, ต้นทุนคงที่เพิ่ม)
 - ด้านรายรับ : หากประสบความสำเร็จส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น (รายรับมากขึ้น)
- กรณีผลจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมการขายที่ทำให้กำไรลดลง
 - หน่วยธุรกิจมีต้นทุนสูงขึ้นมากกว่ารายรับที่เพิ่ม
- กรณีผลจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมการขายที่ประสบความสำเร็จ
 - หน่วยธุรกิจสามารถมีรายรับเพิ่มมากกว่าต้นทุนที่สูงขึ้น

Examples of Non-Price Competition



Innovation



Quality of service including after-sales



Free Upgrades to Products



Exclusivity / Loyalty Schemes



Branding



Sales Promotions

5.4.4 การเป็นผู้นำราคา (price leadership)

- ❖ นโยบายการเป็นผู้นำราคา เป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดในการขจัดปัญหาการกระทบกระทั่งระหว่างหน่วยธุรกิจ และเป็นที่ใช้อยู่โดยทั่วไป
 - ❖ ผู้นำราคาโดยผู้ผลิตรายใหญ่
(price leadership by dominant firm)
 - ❖ ผู้นำราคาโดยผู้ผลิตที่มีต้นทุนต่ำ
(price leadership by a low cost firm)
 - ❖ **Barometric price leadership**
 - ❖ ผู้นำราคาจากการตกลงร่วมกัน
(collusive price leadership)



5.4.5 การรวมตัวกันระหว่างหน่วยธุรกิจ : การรวมตัวกันอย่างสมบูรณ์ (perfect collusion)

- หน่วยธุรกิจทุกรายจะตกลงร่วมมือกันที่จะดำเนินนโยบายเดียวกันในทุกเรื่อง
- ราคาสินค้ามีเพียงราคาเดียวและเป็นราคาที่ทำไรรวมของกลุ่มสูงสุด
- ปริมาณการผลิตทั้งหมดเป็นปริมาณการผลิตที่ MC ของกลุ่มเท่ากับ MR ของกลุ่ม
- หน่วยธุรกิจจะได้รับการจัดสรรโควตาการผลิต
 - ต้นทุนแตกต่างกัน
 - กำไรต่อหน่วยแตกต่างกัน



5.4.5 การรวมตัวกันระหว่างหน่วยธุรกิจ : การรวมตัวกันอย่างไม่สมบูรณ์ (imperfect collusion)

- รวมตัวกันอย่างหลวมๆ โดยมีข้อตกลงในการกำหนดนโยบายร่วมกันบางเรื่องเท่านั้น
- เช่น ตกลงกันในเรื่องการกำหนดราคาขายไว้เป็นราคาเดียวกัน สำหรับนโยบายส่งเสริมการขายเป็นสิทธิที่หน่วยธุรกิจสามารถที่จะดำเนินการอย่างใดก็ได้



5.5 ตลาดผูกขาด (Monopoly Market)

5.5.1 ลักษณะของตลาดผูกขาด

- ผู้ผลิตหรือผู้ขายรายเดียว โดยผู้ขายจะเป็นผู้ตั้งราคา (Price Maker) หรืออาจเป็นผู้กำหนดปริมาณ (Quantity Maker) ก็ได้
- ไม่สินค้าอื่นทดแทน
- ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันไม่ได้ ทำให้การแข่งขันในตลาด
- ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดไม่ได้รับการเปิดเผย ทำให้ไม่มีใครรับรู้ข้อมูล



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY



การประปาส่วนภูมิภาค



การรถไฟแห่งประเทศไทย



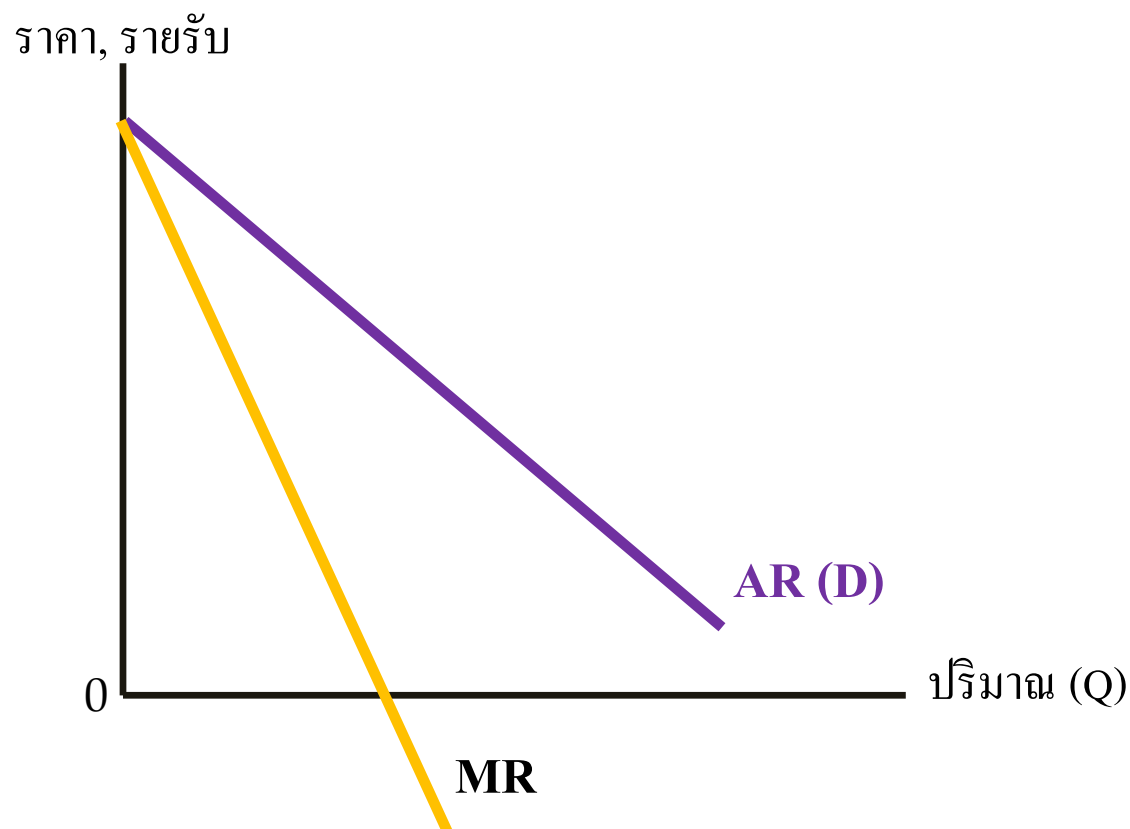
สำนักงานพลังงานแห่งชาติ

5.5.2 สาเหตุของการผูกขาด

- ❖ มีสาเหตุพอสรุปได้ ดังนี้
 - ❖ การผูกขาดด้วยกฎหมาย
 - ❖ การผูกขาดซึ่งเกิดโดยธรรมชาติ
 - ❖ การรวมตัวกันของผู้ผลิต



5.5.3 เส้นอุปสงค์และเส้นรายรับหน่วยสุดท้ายของตลาดผูกขาด



- เส้นรายรับเฉลี่ย (AR) กับเส้นอุปสงค์ (D) จะเป็นเส้นเดียวกัน มีลักษณะลาดลงจากซ้ายไปขวา
- เส้นอุปสงค์ของตลาดผูกขาดจะมีลักษณะชันมาก แสดงให้เห็นถึงอำนาจตลาดที่มาก

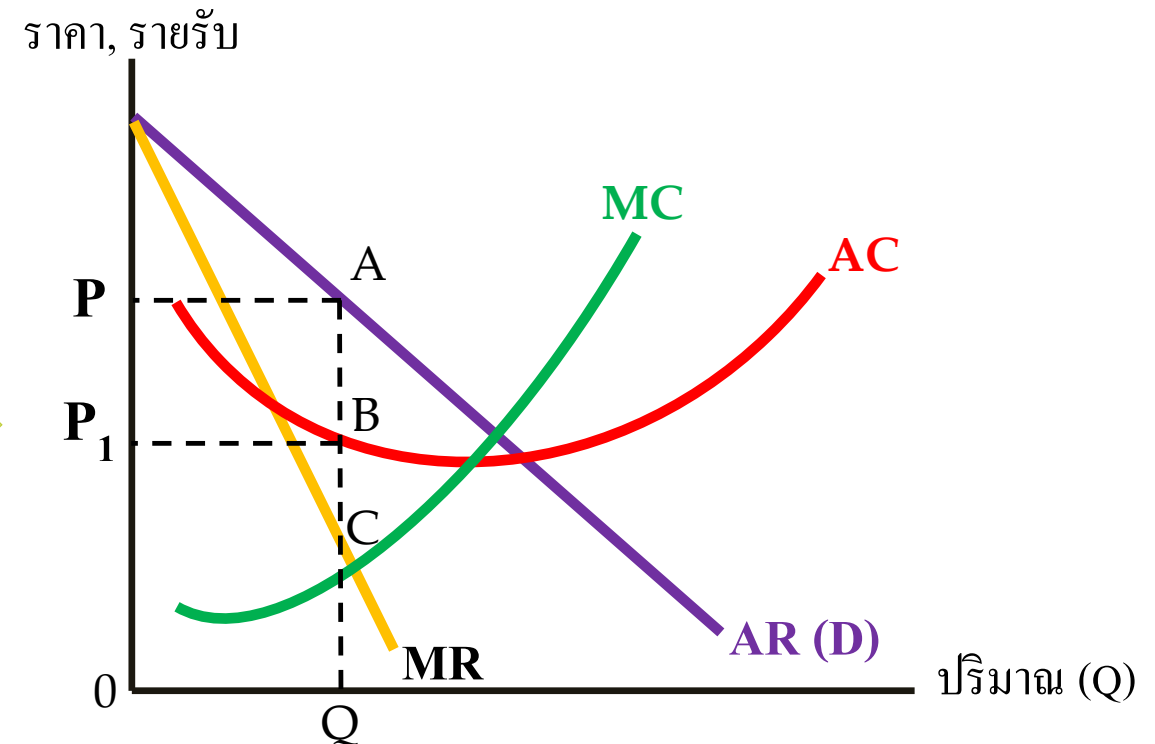
5.5.4 คุณภาพระยะสั้นของผู้ผูกขาด

- คุณภาพระยะสั้นของผู้ผูกขาดคือ การผลิตที่ปริมาณ ณ จุด $MC=MR$
- การมีผู้ผลิตรายเดียวในตลาดทำให้อาจจะมีการตั้งราคาที่สูงมาก รัฐบาลจึงมักเข้ามาควบคุมราคา การวิเคราะห์จึงแบ่งได้ 2 แบบ
 - ตลาดผูกขาดที่ไม่มีรัฐบาลควบคุมราคา
 - ตลาดผูกขาดที่มีรัฐบาลควบคุมราคา

1. ตลาดผูกขาดที่ไม่มีรัฐบาลควบคุมราคา

- ผู้ผลิตอาจเป็นได้ทั้งผู้กำหนดราคาหรือผู้กำหนดปริมาณผลผลิตก็ได้ แต่เป็นทั้ง 2 อย่างพร้อมกันไม่ได้
- ในระยะสั้นผู้ผูกขาดอาจเผชิญกับภาวะทั้งกำไรเกินปกติ กำไรปกติ หรือขาดทุน
- ในที่นี้ขอยกตัวอย่างเป็นกรณีกำไรเกินปกติ ดังภาพ

- ณ จุด C คือจุด $MC=MR$ มีการผลิตที่ระดับ OQ หน่วย และระดับราคา OP บาท มีต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ OP_1
- ผู้ผูกขาดได้รับกำไรเกินปกติ เนื่องจาก $AR > AC$ หรือ $OP > OP_1$
- ผู้ผูกขาดได้กำไรเท่ากับ พื้นที่ $\square PABP_1$

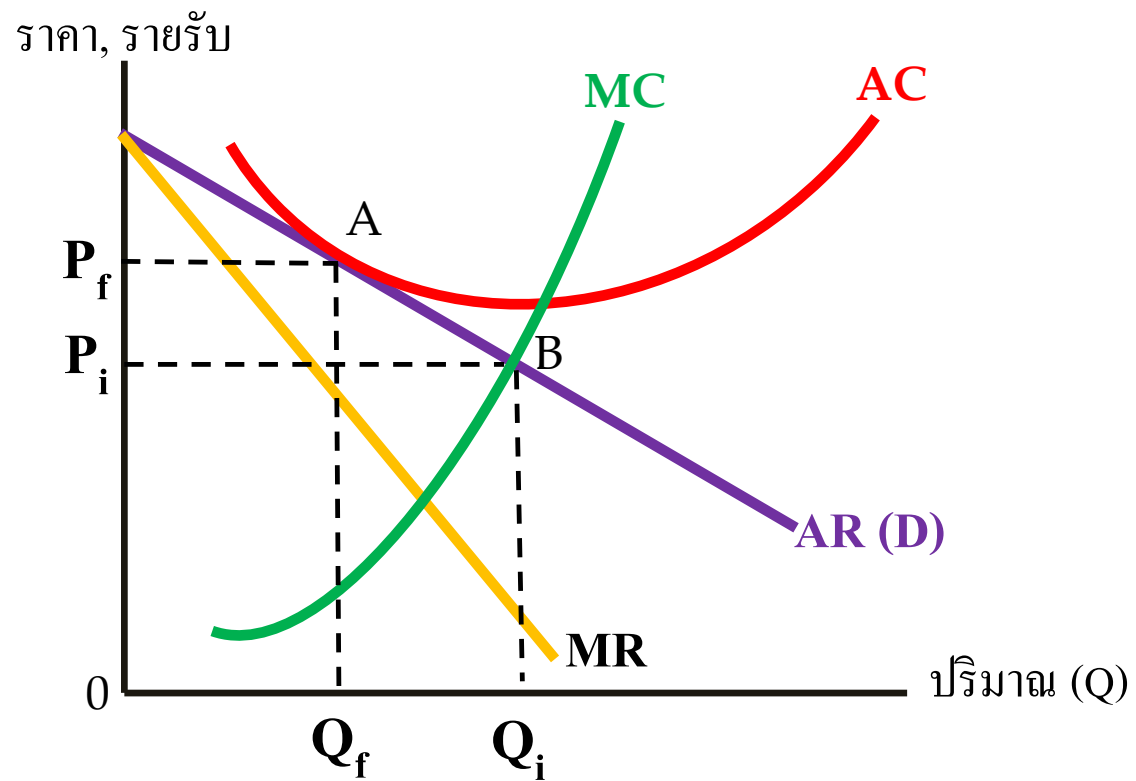


2. ตลาดผูกขาดที่มีรัฐบาลควบคุมราคา

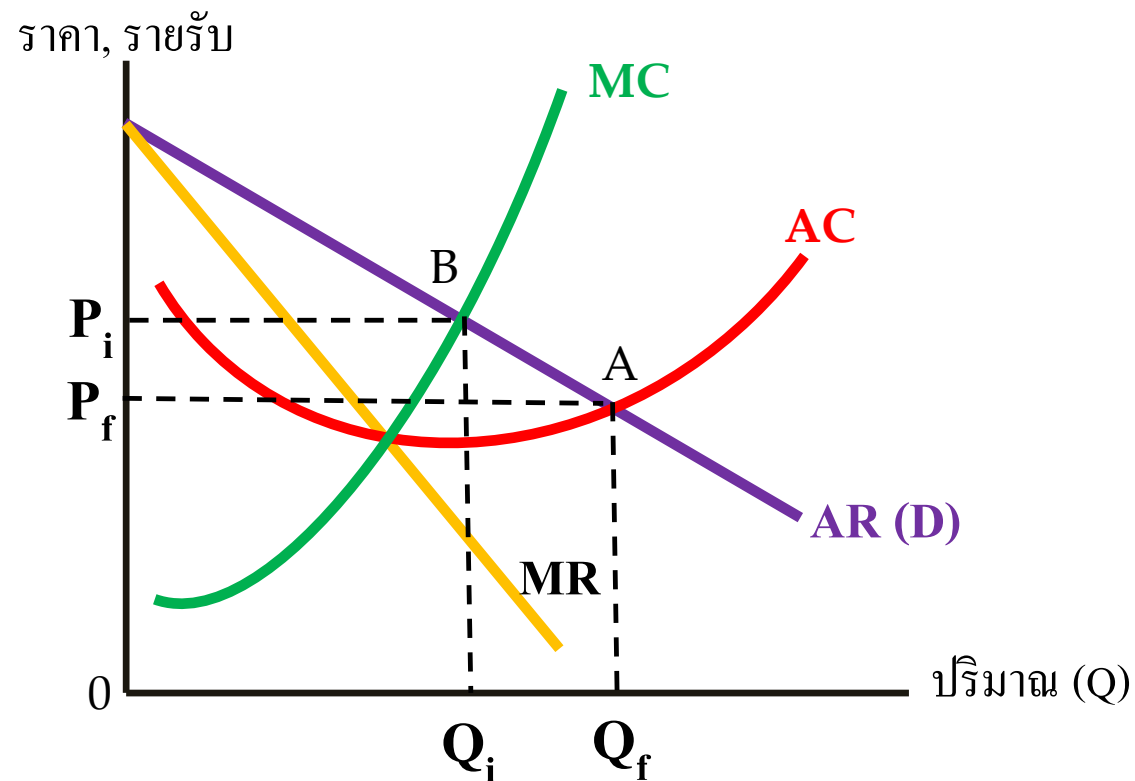


- รัฐบาลมักจะเข้าควบคุมราคาไม่ให้สูงเกินไป โดยเฉพาะกิจการที่มีผลกระทบกับคนส่วนใหญ่ของประเทศ เช่น กิจการรถไฟ ประปา ไฟฟ้า สลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น
- การตั้งราคาจะไม่ทำให้เกิดกำไรสูงสุด แต่จะตั้งราคาให้มีการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ
 - การควบคุมราคา ณ ระดับราคายุติธรรม (Fair Price : P_f) นั่นคือ ระดับ $AR = AC$
 - หรือหาก P_f มีการใช้ทรัพยากรไม่เหมาะสม รัฐบาลจะควบคุมราคา ณ ระดับราคาอุดมการณ์ (Ideal Price : P_i) นั่นคือ ระดับ $MC=AR$ ดังภาพ

กรณี : ราคายุติธรรมที่ใช้ทรัพยากรน้อยเกินไป
หรือ P_f สูงเกินไป

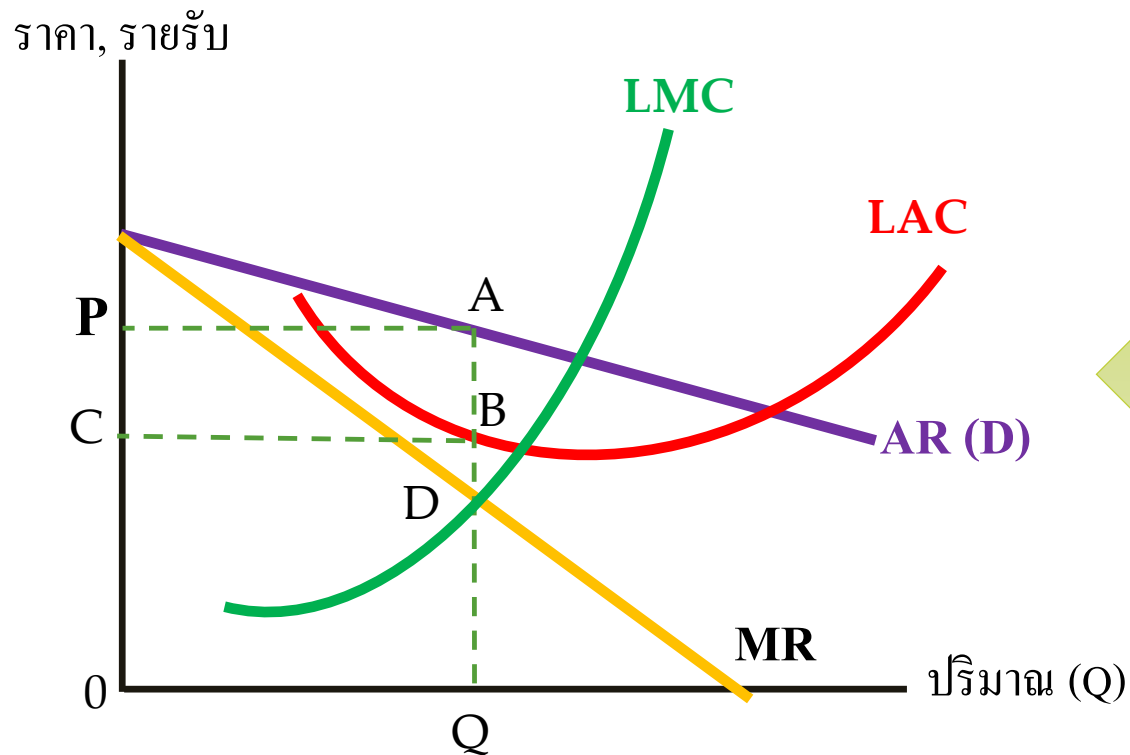


กรณี : ราคายุติธรรมที่ใช้ทรัพยากรมากเกินไป
หรือ P_f ต่ำเกินไป



5.5.5 คุณภาพระยะยาวของผู้ผูกขาด

- ในระยะยาวผู้ผูกขาดจะได้รับกำไรเกินปกติ และจะผลิตในปริมาณ ณ จุดที่ $LMC = MR$
- ซึ่งคุณภาพจะอยู่ ณ ระดับที่ $P > LAC > LMC = MR$



- ณ จุด D คือ จุด $LMC=MR$ มีการผลิตที่ระดับ $0Q$ หน่วย มีราคาในระดับ $0P$ บาท และต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ $0C$ บาท
- ผู้ผลิตได้รับกำไรเกินปกติ เนื่องจาก $P > LAC$ หรือ $0P > 0C$
- ผู้ผลิตได้รับกำไรเท่ากับพื้นที่ $\square PCBA$