



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศที่กำลังพัฒนาเศรษฐกิจมีลักษณะสำคัญประการหนึ่ง คือ ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพทางการเกษตรกรรม เช่น ประเทศไทยมีประชากรที่ประกอบอาชีพทางเกษตรถึงร้อยละ 65 ของประชากรทั้งประเทศ ผลผลิตทางการเกษตรจึงเป็นสินค้าที่หารายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก

อุตสาหกรรมน้ำมันพืชเป็นส่วนหนึ่งของสาขาอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร (Agro-Industry) ให้เป็นสินค้าอุตสาหกรรม เป็นการส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบที่ผลิตได้ภายในประเทศ ซึ่งจะได้จากนโยบายของรัฐที่มีนโยบายส่งเสริมให้เกษตรกรขยายการผลิตพืชน้ำมันให้เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศเพื่อเป็นการทดแทนการนำเข้า

ดังนั้นภาพโดยรวมในแง่เศรษฐกิจแล้วสามารถกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมน้ำมันพืชมีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เพราะได้ส่งผลให้กรมในระดัปลีกและกว้างพอสมควร กล่าวคือเริ่มตั้งแต่การผลิตผลทางด้านการเกษตรมาแปรรูปเป็นสินค้าชั้นกลางคือ น้ำมันพืช ต่อจากนั้นก็ถูกนำไปใช้เพื่อการผลิตสินค้าสำเร็จรูปอื่น ๆ เช่น อาหารสำเร็จรูป สบู่ สี และน้ำมันพืชปรุงอาหาร ในขณะที่เดียวกันก็ส่งผลก่อให้เกิดการสร้างงานเพิ่มขึ้นทั้งในภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ด้วย รวมทั้งสามารถประหยัดและได้รับเงินตราต่างประเทศจากการผลิตทดแทนการนำเข้าและการส่งออกไปบางส่วนได้โดยหลายร้อยล้านบาท

จากการขยายตัวของความต้องการกากถั่วเหลือง เป็นกัญแจสำคัญใน
 ระบุอุตสาหกรรมถั่วเหลือง กล่าวคือ ความต้องการใช้ในประเทศสูงเร็วมาก
 จนกระทั่งผลผลิตภายในประเทศไม่สามารถขยายตัวได้ทัน ทำให้ต้องมีการนำเข้า
 เพิ่มขึ้น เมื่อรัฐบาลเข้ามาจำกัดปริมาณการนำเข้าจึงเป็นการบีบราคาในประเทศ
 ให้สูงขึ้น ราคากากถั่วเหลืองที่สูงขึ้นทำให้ผู้สกัดน้ำมันถั่วเหลืองได้กำไรสูงขึ้น
 และก่อให้เกิดการแข่งขันกันในการสกัดเมล็ด ซึ่งทำให้ราคาเมล็ดเพิ่มสูงขึ้น ราคา
 เมล็ดที่สูงขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลผลิตของถั่วเหลืองขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว
 การสกัดมากขึ้นทำให้น้ำมันถั่วเหลืองมีมากขึ้นจนทำให้น้ำมันถั่วเหลืองกลายเป็น
 น้ำมันพืชที่สำคัญ

แต่อย่างไรก็ตามความต้องการใช้น้ำมันถั่วเหลืองก็ยังคงมีอยู่
 เนื่องจากราคาน้ำมันถั่วเหลืองในตลาดต่ำกว่าราคาในประเทศทำให้เกิดกำไรจาก
 การนำเข้า ความแตกต่างของราคาน้ำมันกับต่างประเทศนี้ เกิดขึ้นจากระบบ
 การคุ้มครองการผลิตน้ำมันและกากถั่วเหลืองของกลุ่มประเทศในละตินอเมริกา
 ซึ่งทำให้ราคาตลาดโลกถูกกว่าราคาต้นทุนจริง และในขณะที่ระบบการคุ้มครอง
 ผลิตตลาดน้ำมันพืชในประเทศไทย ทำให้ราคาน้ำมันพืชในประเทศสูงกว่า
 ราคาในตลาดโลก

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของกากถั่วเหลืองคือความต้องการจากอุตสาหกรรม
 การอาหารสัตว์ ส่วนปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของน้ำมันถั่วเหลือง คือ ความต้องการ
 การบริโภคน้ำมันพืชในประเทศ ความต้องการของสินค้าทั้งสองจึงค่อนข้างจะไม่
 ขึ้นต่อกัน น้ำมันพืชต่าง ๆ มีความสามารถในการทดแทนกันสูงมาก โดยเฉพาะใน
 การทำปรุงอาหาร ราคาน้ำมันพืชในประเทศนั้นถูกกำหนดจากราคาน้ำมันปาล์มซึ่ง
 เป็นแหล่งใหญ่ที่สุดของน้ำมันบริโภค และมีราคาถูกที่สุดด้วย การควบคุมการนำเข้า
 และการคุ้มครองอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มทำให้น้ำมันปาล์มในประเทศสูง
 ขึ้น ซึ่งทำให้น้ำมันถั่วเหลืองสูงขึ้นด้วย โดยเฉพาะ เมื่อเทียบกับราคาตลาดโลก

สำหรับทางด้านผลผลิตถั่วเหลือง นอกจากราคาที่ดีและตลาดที่มีพร้อมแล้ว ทางด้านพื้นที่การเพาะปลูก พันธุ์ และวิธีการเพาะปลูกก็มีส่วนอย่างมากในการผลักดันให้การขยายผลผลิตเป็นไปได้อีกครั้ง

นโยบายที่เกี่ยวพันกับเมล็ดถั่วเหลือง ภาคถั่วเหลือง และน้ำมันถั่วเหลือง ที่สำคัญอยู่ทางด้านการผลิตและการนำเข้า

ทางด้านการผลิตถั่วเหลืองนั้น รัฐบาลให้ความสนับสนุนทางด้านการวิจัยและส่งเสริมการหาเงินกู้แก่ชาวไร่ ตลอดจนการให้ความคุ้มครองการผลิตแก่ชาวไร่ไทย ถั่วเหลืองนับว่าเป็นพืชที่ได้รับความนิยมด้านวิจัยมากที่สุด เพราะเป็นพืชทดแทนการนำเข้า น้ำมันพืชส่งออก หรือพืชที่ให้บริการในประเทศ ถั่วเหลืองเป็นพืชที่กรมส่งเสริมฯ ได้เพิ่มกำลังการผลิตเมล็ดพันธุ์ถั่วเหลือง จนทำให้เมล็ดพันธุ์ถั่วเหลืองมีปริมาณสูงเป็นอันดับสองรองจากเมล็ดพันธุ์ข้าว ดังนั้นการวิจัยและส่งเสริมนั้น ถั่วเหลืองได้รับการเน้นเป็นพิเศษเมื่อเทียบกับพืชอื่น ๆ

ทางด้านสินเชื่อนั้น ชาวไร่ที่ปลูกถั่วเหลืองจะได้เปรียบชาวไร่อื่น ๆ (ยกเว้นกล้วย) ในการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ และ ธกส. ทั้งนี้เพราะตลาดถั่วเหลืองนั้นเป็นตลาดที่ค่อนข้างมั่นคง ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ชาวไร่ถั่วเหลืองมีความเสี่ยงด้านราคาด้อยกว่าชาวไร่อื่น ๆ (ยกเว้นกล้วย) สำหรับด้านอุตสาหกรรมน้ำมันถั่วเหลืองนั้น การควบคุมจำนวนโรงงานน้ำมันถั่วเหลืองที่จะได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นมาตรการคุ้มครองที่สำคัญที่มีอยู่ การตั้งโรงงานสกัดที่ทันสมัยเป็นต้องนำเข้าเครื่องจักรบางส่วนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหม้อกลั่น ดังนั้น ที่เห็นได้ชัด ๆ คือ โรงงานที่ไม่ได้รับการส่งเสริมฯ จะเสียเปรียบโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมฯ ในส่วนของภาชนะนำเข้าเครื่องจักรเหล่านี้ การเปิดการนำเข้าส่งเสริมโรงงานสกัดน้ำมันถั่วเหลืองจึงเป็นการให้ความคุ้มครองโดยตรงแก่โรงงานที่ได้รับการส่งเสริมฯ ในอัตราเท่ากับภาคการนำเข้าเครื่องจักรเหล่านี้

การควบคุมปริมาณการนำเข้ากากถั่วเหลืองนั้น มีผลอย่างมากต่อ
 ราคาคั่วถั่วเหลืองในประเทศ เพราะกากถั่วเหลืองเป็นส่วนที่ใหญ่ที่สุดของ
 3 สินค้าในระบอบนี้ มูลค่าของกากถั่วเหลืองที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้กำไรของอุตสาหกรรม
 น้ำมันถั่วเหลืองเพิ่มขึ้นโดยทันที Crushing Margin สูงขึ้น 30-40% ซึ่งสูงมาก
 ถึงแม้จะหักด้วยค่าที่จ่ายจริงในกระบวนการแปรรูปของถั่วเหลือง กำไรที่สูงขึ้นนี้
 ทำให้มีการแย่งกันซื้อเมล็ดและดึงราคาเมล็ดให้สูงขึ้นด้วย

สำหรับตลาดน้ำมันถั่วเหลืองนั้น น้ำมันปาล์มเป็นตัวจักรสำคัญในการ
 กำหนดราคาตลาดอยู่ เพราะมีราคาถูกและมีส่วนแบ่งในตลาดสูง น้ำมันถั่วเหลือง
 จึงได้ประโยชน์ถ้าราคาน้ำมันปาล์มสูง ในขณะที่เดียวกันในด้านการตลาด
 อุตสาหกรรมน้ำมันถั่วเหลือง ซึ่งมีกำไรสูงขึ้นจากนโยบายควบคุมของรัฐบาลก็ เริ่ม
 มีทุนทรัพย์มากขึ้น และทุ่มเทเงินค่าโฆษณามากขึ้น เน้นเรื่องคุณภาพ ทำให้ราคา
 น้ำมันถั่วเหลืองสูงกว่าราคาน้ำมันปาล์ม ในขณะเดียวกันก็ขายน้ำมันเฉพาะบรรจุ
 เป็นขวดทำให้ได้ราคาดีขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าความต้องการกากถั่วเหลืองที่เพิ่มขึ้น
 นี้เนื่องมาจากอุตสาหกรรมอาหารสัตว์นั้น ซึ่งเป็นสาเหตุที่กดดันให้รัฐบาลเร่งการ
 ปลุกถั่วเหลือง เพื่อสนองความต้องการภายในประเทศและ เพื่อเป็นการทดแทนการ
 นำเข้า แต่ผลข้างเคียงอย่างน้ำมันถั่วเหลืองก็มีปริมาณมากขึ้น ซึ่งรัฐบาลเองก็ยังไม่
 ได้มีการวางแผนอย่างคอบเนื่องในการแก้ปัญหาดังกล่าว ประกอบกับอุปสงค์การ
 บริโภคของผู้บริโภคยังมีลักษณะค่อนข้างคงที่ ไม่ได้มีส่วนกับการเพิ่มของอุปทาน
 น้ำมันถั่วเหลืองที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นเพราะน้ำมันพืชมีหลายชนิด ทำให้มีการ
 บริโภคทดแทนกันสูงระหว่างน้ำมันพืชต่าง ๆ และน้ำมันหมู เป็นต้น

จากสภาพของอุตสาหกรรมน้ำมันพืชจะเห็นได้ว่าการแข่งขันใน
 อุตสาหกรรมนี้มีระดับการแข่งขันเป็น 2 ระดับ คือ เป็นการแข่งขันในกลุ่มที่ผลิต
 จากพืชน้ำมันชนิดเดียวกันและในขณะที่เดียวกันก็เป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มที่
 ผลิตจากวัตถุดิบที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะระหว่างน้ำมันถั่วเหลืองและน้ำมันปาล์ม

สำหรับน้ำมันถั่วเหลืองซึ่งเป็นน้ำมันพืชชนิดหนึ่งในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่ง
 ทักษิของน้ำมันถั่วเหลืองพิเศษที่ไม่มีไขมัน นอกจากนั้นยังมีวิตามิน A เป็นต้นที่พร้อมไปด้วย
 คุณค่าทางโภชนาการมากกว่าน้ำมันพืชชนิดอื่น ๆ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของ
 ประชากร รายได้ของผู้บริโภคและอิทธิพลของการโฆษณาถึงคุณประโยชน์ของ
 น้ำมันถั่วเหลืองที่ความสามารถช่วยลดและควบคุมไขมันในเส้นเลือดได้ ทำให้
 ผู้บริโภคนิยมบริโภคน้ำมันพืชกันมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีราคาสูงขึ้น ทำให้
 ผู้บริโภคหันมาบริโภคน้ำมันพืชแทนน้ำมันหมูเพิ่มขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยในการขยายความ
 ต้องการของน้ำมันพืชในแต่ละปีด้วย จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้อุปสงค์น้ำมันถั่วเหลือง
 เพิ่มขึ้น

สำหรับน้ำมันปาล์มนั้นก็เช่นกันที่รัฐบาลก็ให้ความร่วมมือในการ
 ส่งเสริมการเพาะปลูกเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศและการทดแทนการ
 นำเข้าด้านความเป็นจริงแล้ว น้ำมันปาล์มนั้นยังมีการลักลอบนำเข้าจากประเทศ
 มาเลเซียอีกเป็นจำนวนมาก จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้อุปทานน้ำมันปาล์มภายใน
 ประเทศมีปริมาณมากขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย ทำให้มีข้อได้เปรียบตรงที่น้ำมัน
 ปาล์มมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าน้ำมันถั่วเหลือง ซึ่งสามารถสนองความต้องการของ
 ผู้บริโภคที่รายได้ปานกลางและรายได้ต่ำได้อย่างทั่วถึง ทำให้ผู้บริโภคที่สนใจเรื่อง
 ราคาได้หันมาสนใจเรื่องคุณค่าของน้ำมันพืชแล้ว หันมาบริโภคน้ำมันปาล์มเพิ่มขึ้นได้

จากการขยายตัวของอุปทานน้ำมันพืชภายในประเทศดังกล่าวข้างต้น
 ทำให้อุปทานน้ำมันพืชภายในประเทศอยู่ในปริมาณที่มากเมื่อเทียบกับอุปสงค์น้ำมันพืช
 ที่ไม่สามารถมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุปทานได้ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดภาวะอุปทาน
 น้ำมันพืชส่วนเกิน (Excess Supply) ในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น
 นี้เป็นปัจจัยที่กำหนดค่าให้ผู้ผลิตน้ำมันพืชแต่ละรายจะต้องพยายามระบายสต็อกน้ำมันพืช
 ที่เหลืออยู่ไปสู่ผู้บริโภคให้เร็วที่สุด จึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันในด้านราคาตลาด
 โดยมีการกระจ่ายสินค้าและเพิ่มการบริโภคแก่ผู้บริโภคโดยหาระดับกลยุทธ์ต่าง ๆ
 เพื่อความดำรงอยู่ของอุตสาหกรรมนี้ต่อไป

การศึกษาที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตในโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยรายส่วนใหญ่ จะพบว่าผู้ผลิตมีแนวโน้มที่ราคาเป็นเครื่องมือนำในการแข่งขันมากนัก แต่ก็มีอุตสาหกรรมจำนวนมากที่ผู้ผลิตไม่สามารถเลี่ยงการที่ราคาเป็นเครื่องมือนำในการแข่งขันได้ และอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยรายจะมีพฤติกรรมการแข่งขันที่หลากหลายมาก ดังจะได้กล่าวถึงการศึกษาที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. Shaw และ Sutton¹ ได้วิเคราะห์ผลการศึกษาของ TRAUFFER ALLEN และ PRATTEN เพื่อเปรียบเทียบอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีการผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน (Homogeneous) ในประเทศอังกฤษ และประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าการที่อุตสาหกรรมมีอัตราการที่กำลังการผลิตต่ำไม่จำเป็นจะต้องนำไปสู่การแข่งทางด้านราคา หากผู้ผลิตสามารถจะรวมตัวกันได้ ทั้งนี้จากการศึกษาอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในประเทศอังกฤษและประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงหลังสงครามซึ่งอุตสาหกรรมมีอัตราการที่กำลังการผลิตต่ำ และมีอัตราการกำไรต่ำนั้น ปรากฏว่าอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในประเทศอังกฤษไม่มีการแข่งขันทางด้านราคาเพราะในประเทศอังกฤษมีสมาคม C.M.F. (Cement Makers Federation) ในช่วงที่อุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตส่วนเกิน นอกจากระดับราคาจะไม่ได้มีการลดราคาลงแล้ว ยังมีแนวโน้มว่าระดับราคาจะสูงขึ้น แต่ในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งไม่มีการรวมตัวกัน ปรากฏว่าในช่วงที่มีกำลังการผลิตส่วนเกิน การแข่งขันทางด้าน

¹R.W.Shaw and C.J.Sutton, Industry and Competition Industrial Case Studies (London : Macmillan, 1976).

ราคาจะสูง แต่ผู้ผลิตก็มีการระมัดระวังไม่ให้มีการแข่งขันทางด้านราคาขายตัว
 กลไกไปมาก โดยปราศจากการควบคุม

2. วารุณี ศติวงศ์ภักดี ได้ศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของปัญหา และมี
 ภาวะตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันพืช ตลอดจนศึกษาวิธีการช่วยเหลือและส่งเสริม
 อุตสาหกรรมน้ำมันพืชของรัฐบาล เพื่อดูว่านโยบายที่รัฐบาลให้ความช่วยเหลือได้รับ
 ผลเพียงใด

สำหรับวิธีการศึกษาของ วารุณี ศติวงศ์ภักดี ใช้วิธีการศึกษาแบบ
 Qualitative Approach เป็นหลักในการศึกษา ซึ่งจะมีการใช้เครื่องมือทาง
 สถิติอย่างง่าย ๆ เช่น Simple Linear Correlation coefficient
 ทั่วในการวิเคราะห์ประกอบด้วย

วัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันทั้งทางด้านราคา และมีที่ราคาใน
 ระหว่างผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมนี้ ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันใน
 ระหว่างผู้ผลิตรายเล็กว่าจะมีลักษณะอย่างไร และจะมีความสัมพันธ์ เกี่ยวกับ
 ผู้ผลิตรายใหญ่หรือรายเล็กอย่างไร แนวโน้มในอนาคตของผู้ผลิตรายเล็ก จะมีทิศทาง
 การพัฒนาอย่างไร ซึ่งจะเป็นการศึกษาระดับผู้ผลิต

วารุณี ศติวงศ์ภักดี, อุตสาหกรรมน้ำมันพืชไทย, วิทยานิพนธ์คณะ
 เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.

2. ศึกษาพฤติกรรมของผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมที่ว่าจะมีการปรับตัวอย่างไรก่อนขยายตัวต่าง ๆ ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมน้ำมันพืช ซึ่งจะเป็นการศึกษาในระดับอุตสาหกรรมเพื่อเป็นการศึกษาว่าผู้ผลิตจะมีพฤติกรรมการแข่งขันกันอย่างไรในภาวะเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาจะกล่าวถึงอุตสาหกรรมน้ำมันพืชในประเทศไทยเป็นหลัก โดยจะเน้นถึงพฤติกรรมของผู้ผลิตที่มีต่อนโยบายของรัฐ และพฤติกรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตกันเองทั้งทางด้านราคาและไม่ราคา โดยการศึกษาจะศึกษาเฉพาะผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาดเท่านั้น และจะศึกษาในช่วงปี 2528-2533 เป็นหลักในการศึกษาวิเคราะห์

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีเกม (Game Theory)

เกม (Games) หมายถึงสถานการณ์แห่งการขัดแย้งโดยทั่วไป ณ ระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งในการเล่นเกมผู้ที่เข้าร่วมคือ คู่แข่งขัน และโดยปกติความสำเร็จของผู้ที่เข้าร่วมคนหนึ่งคนใด ก็มักจะหมายถึงความล้มเหลวของผู้ที่เข้าร่วมคนอื่น ๆ ดังนั้นผู้เล่นแต่ละคนต่างก็พยายามเลือกและใช้กลยุทธ์และพฤติกรรมต่าง ๆ ที่คิดว่าจะนำมาซึ่งชัยชนะในการเล่นเกมนั้น ๆ เช่น การใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์มากำหนดกลยุทธ์ที่ดีที่สุด เป็นต้น

ในการเล่นเกมที่การแข่งขัน อย่างน้อยจะต้องมีผู้เล่นตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งกลยุทธ์ในการเล่นของผู้เล่นแต่ละคนมีได้มากกว่า 1 กลยุทธ์ขึ้นไป ซึ่งภาษามาตรฐานของเกมเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป คือ การเขียนเกมให้ในรูปแบบของเมตริกซ์ค่าตอบแทน (payoff matrix) โดยกำหนดว่า ถ้าผู้เล่นในแนวนอนเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากการเล่นเกมด้วยกลยุทธ์ใด ๆ ก็ตาม ค่าตัวเลขที่แสดงถึงผลตอบแทนจะมีเครื่องหมายเป็นบวก (+) แต่ถ้าผู้เล่นแถวตั้งเป็น

ผู้ได้รับผลประโยชน์จากการเล่นเกมด้วยกลยุทธ์ใด ๆ ก็ตาม ค่าตัวเลขที่แสดงผลการตอบแทนที่ผู้เล่นแถวตั้งจะได้รับจะมีเครื่องหมายเป็นลบ (-)

คุณสมบัติของ เกมในการแข่งขัน

ในการเล่นเกม เราจะตั้งข้อสมมติในการแข่งขันการเกมนี้นี้

- 1) คู่แข่งขันมีจำนวนจำกัด คือนับจำนวนได้ (Finite number)
- 2) ถ้าสมมติมีผู้แข่งขันทั้งหมดเท่ากับ N คน ผู้แข่งขันแต่ละคนต่างก็มีแผนการ (Strategy) อยู่เป็นจำนวนจำกัด คือนับได้ เพื่อเข้าต่อสู้ในการแข่งขัน จำนวนแผนการของผู้แข่งขันแต่ละคนไม่จำเป็นต้องเท่ากัน
- 3) การแข่งขันเริ่มต้น เมื่อผู้แข่งขันแต่ละคนเลือกเอาแผนการหนึ่ง ในหลาย ๆ แผนการที่ตนมีอยู่เข้ามาสู่ในการแข่งขัน ผลของเกมนั้นจะรู้ได้เมื่อผู้แข่งขันทุกคนต่างก็เผยแผนการที่ตนเลือกเข้ามาแข่งขันออกแสดงพร้อม ๆ กัน ด้วยเหตุนี้ผู้แข่งขันแต่ละคนจะไม่สามารถรู้ล่วงหน้าเลยว่า คู่แข่งขันของตนที่แผนการไหน
- 4) ผลของเกม เมื่อสิ้นสุดลงจะประกอบด้วย แผนการชุดหนึ่ง ซึ่งผู้แข่งขันแต่ละคนเลือกเข้ามาแข่งขันผู้ใดเป็นผู้ได้ ผู้ใดเป็นผู้เสีย และผู้ใดไม่ค้าไม่เสีย

ในการแข่งขันในระบอบของเกม ถ้าสมมติว่ามีผู้เข้าแข่งขันทั้งสิ้น N คน และสมมติว่าผู้แข่งขันคนที่ i ($i = 1, 2, \dots, n$) มีแผนการที่ตนจะเลือกใช้ในการแข่งขันอยู่ที่ n_i แผนการด้วยเหตุนี้ ในการเล่นเกมแต่ละครั้งจะมีผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ (Possible outcomes) มีจำนวนทั้งสิ้นเท่ากับ n_1, n_2, \dots, n_n สมมติว่าผลลัพธ์กันหนึ่งคือ ซึ่งเป็นหนึ่งผลลัพธ์ของเกมในจำนวนผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งหมด จะหังผลให้คู่แข่งขันที่ i ได้ผลตอบแทนเป็นจำนวนเท่ากับ $R(i, \theta)$ ค่า $R(i, \theta)$ นี้เป็นได้ทั้งค่าบวก และลบ หรือจำนวนศูนย์ เกมส์การแข่งขันนี้จะเรียกว่า "เกมที่มีผลรวมเป็นศูนย์" (Zero

Sum Game) ก็คือ เมื่อ

$$\sum_i R(i, \theta) = 0$$

นั่นก็คือ ในเกมที่มีผลรวมเป็นศูนย์นี้ ผลได้ผลเสียของผู้แข่งขันทุก ๆ คน เมื่อเอามารวมกันเมื่อเกมสิ้นสุดลงจะมีผลลัพธ์เท่ากับศูนย์

กลยุทธ์แท้ จุดศูนย์กลางว่างและค่าของเกม (Pure Strategy, saddle point and Value of the game)

กลยุทธ์แท้ (pure strategy) คือกลยุทธ์ที่ผู้เล่นคนนั้น ๆ เล่นอยู่ตลอดเวลา

จุดศูนย์กลางว่าง (Saddle point) คือค่าตอบแทนที่ได้มาจากการที่ผู้เล่นแต่ละคนเล่นตามกลยุทธ์แท้ของตน

ค่าของเกม (Value of the game) คือจำนวนผลตอบแทนที่ผู้เล่นฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้โดยทั่วเฉลี่ยต่อการเล่นหนึ่งครั้ง

การที่เราจะทราบว่า กลยุทธ์ที่เล่นนั้นเป็นกลยุทธ์แท้หรือไม่ เราได้จากจุดศูนย์กลางว่าง ถ้าเกมนั้นมีจุดศูนย์กลางว่าง แสดงว่าผู้เล่นจะให้กลยุทธ์แท้ และค่าของเกมที่แท้จริงเท่ากับจุดศูนย์กลางว่าง

กลยุทธ์ผสม (Mixed Strategies)

กลยุทธ์ผสม คือ แผนการหนึ่ง ๆ ในจำนวนแผนการทั้งหมดที่มีอยู่ ซึ่งผู้แข่งขันจะนำออกมาใช้ในการแข่งขันแต่ละครั้ง จะขึ้นอยู่กับการแบ่งกระจายความน่าจะเป็น (probability Distribution) ที่กำหนดไว้สำหรับแผนการนั้น ๆ นั่นคือ ในกลยุทธ์ผสมนั้นผู้แข่งขันจะไม่ใช้แผนการเดียวตลอดทุก ๆ การแข่งขันเหมือนกลยุทธ์แท้ แต่เขาจะเลือกใช้มากกว่าหนึ่งแผนการตลอดการแข่งขัน ส่วนจะให้ใช้แผนการใดมากแผนการใดน้อยก็ขึ้นอยู่กับการแบ่งกระจายความน่าจะเป็นที่กำหนดไว้สำหรับแผนการนั้น ๆ

ในเกมการแข่งขันที่ผู้แข่งขันกำหนดการผสมเข้าต่อสู้กันนั้น ผู้แข่งขันทั้งคู่จะให้แผนการทุกแผนการที่เขาถืออยู่ออกมา แต่กติกาส่วนของการนำแต่ละแผนการออกมาที่จะไม่เท่ากัน นั่นคือ ผู้เข้าแข่งขันจะต้องกำหนดกติกาส่วนที่จะนำแต่ละแผนการที่ตนถือออกมาแข่งขันในเกมหนึ่ง ๆ บางแผนการอาจจะนำออกมาใช้น้อย เพราะให้ผลประโยชน์น้อย แต่จะมีบางแผนการที่ถูกนำออกมาใช้บ่อย เพราะให้ผลประโยชน์มากกว่าแผนการอื่น ๆ เมื่อคาดคะเนกับแผนการที่คู่แข่งจะนำออกมาใช้แล้ว ในเกมการแข่งขันสองคนผลรวมเท่ากับศูนย์ ถ้าผู้แข่งขัน A กำหนดความน่าจะเป็นหรือกติกาส่วนที่เขาจะนำเอาแผนการทั้งหมดที่เขาถืออยู่เท่ากับ m แผนการออกมาใช้ มีค่าเท่ากับ X_1, X_2, \dots, X_m ส่วนผู้เข้าแข่งขัน B มีแผนการอยู่ทั้งหมดเท่ากับ n แผนการ ความน่าจะเป็นของแต่ละแผนการของ B ที่จะนำออกมาแข่งขันมีค่าเท่ากับ Y_1, Y_2, \dots, Y_n ค่า $X_i, i=1, 2, \dots, m$ และค่า $Y_j, j=1, 2, \dots, n$ มีคุณสมบัติตามกฎความน่าจะเป็น (probability Law) คือ

$$0 \leq X_i \leq 1, \quad 0 \leq Y_j \leq 1$$

$$\sum_{i=1}^m X_i = \sum_{j=1}^n Y_j = 1$$

ถ้า a_{ij} เป็นผลได้ผลเสียของผู้เล่นเกม A และ B ซึ่งแสดงในเมตริกซ์ผลตอบแทนของเกม ในการให้แผนการผสมเข้าแข่งขันเพื่อหาผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของเกม จะต้องมีความน่าจะเป็นกำกับอยู่ ในแต่ละแผนการที่ผู้แข่งขัน A และ B จะนำออกมาใช้ด้วยเหตุนี้ เมตริกซ์ แสดงผลได้ผลเสียของผู้แข่งขันในเกมจะมีค่า X_i และ Y_j กำกับอยู่ที่ส่วนหัวของแต่ละแถวและแต่ละแถวดังนี้

		B			
		Y_1	Y_2	Y_n
A	X_1	a_{11}	a_{12}	a_{1n}
	X_2	a_{21}	a_{22}	a_{2n}
	X_m	a_{m1}	a_{m2}	a_{mn}

X_1 ก็คือค่าความน่าจะเป็นที่ผู้แข่งกัน A จะเลือกแผนการ V ทั่วทั้ง
กัน และ Y_j ก็คือค่าความน่าจะเป็นที่ผู้แข่งกัน B เลือกแผนการ j ทั่วทั้งกัน

หลักการคำนวณหาผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของ เกมในแผนการผสม คือ ผู้แข่ง
กัน A จะเลือกอัตราส่วนหรือความน่าจะเป็น X_1 ที่จะทำให้อาเลี่ยนน้อยที่สุด
แถวหนึ่งมีค่ามากที่สุด ส่วนผู้แข่งกัน B ก็จะเลือกอัตราส่วนหรือความน่าจะเป็น
เป็น Y_j ที่จะทำให้อาเลี่ยนที่มากที่สุดแถวก่อนหนึ่งมีค่าน้อยที่สุด หลักเกณฑ์
แมกซีมินและมินนิแมกซ์ ที่นำมาใช้กับเกมทำแผนการผสมทั่วทั้งกัน อาจเขียน
ในรูปของคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

ผู้แข่งกัน A จะเลือกค่า X_i ($X_i \geq 0$, $\sum_{i=1}^m X_i = 1$) ที่จะทำให้อาเลี่ยน
เกิดผลดังนี้

$$\max_{X_i} \left\{ \min \left(\sum_{i=1}^m a_{i1} X_i, \sum_{i=1}^m a_{i2} X_i, \dots, \sum_{i=1}^m a_{in} X_i \right) \right\}$$

ส่วนผู้แข่งกัน B จะเลือกค่า Y_j ($Y_j > 0$, $Y_j = 1$) ที่จะทำให้อาเลี่ยน
เกิดผลดังนี้

$$\min_{Y_j} \left\{ \max \left(\sum_{j=1}^n a_{1j} Y_j, \sum_{j=1}^n a_{2j} Y_j, \dots, \sum_{j=1}^n a_{mj} Y_j \right) \right\}$$

ถ้าสมมติว่า X^*_i และ Y^*_j เป็นค่าความน่าจะเป็นที่ทำให้เกิด
ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดแก่ผู้แข่งกันทั้งสองนี้ และถ้า V^* เป็นค่าเฉลี่ยที่ดีที่สุดของ เกมค่า
 V^* จะเท่ากับ

ทฤษฎีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly)

อุตสาหกรรมในตลาดผู้ขายน้อยราย ได้แก่อุตสาหกรรมซึ่งมีจำนวนผู้ผลิต 2-3 ราย หรือมีจำนวนน้อยรายจนกระทั่งกิจกรรมการขายของบริษัทหนึ่งกระทบกระเทือนต่อบริษัทอื่นโดยตรง และกิจกรรมการขายของบริษัทอื่นก็กระทบกระเทือนต่อกิจกรรมการขายของบริษัทนั้นโดยตรงด้วย โดยที่การเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตและราคาจำหน่ายของบริษัทหนึ่งบริษัทใดในตลาดจะส่งผลกระทบต่อปริมาณและราคาของบริษัทอื่นจะหาไม่ได้ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงปริมาณและราคาของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งในตลาด จึงมักจะได้รับปฏิกริยาตอบโต้จากผู้ผลิตรายอื่น ๆ ในตลาดทันที การตัดสินใจในเรื่องปริมาณการผลิต และราคาของผู้ขายในตลาด Oligopoly จึงมีความขึ้นๆลงๆซึ่งกันและกัน (Interdependence) ตัวอย่างของผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยราย เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมน้ำอัดลม อุตสาหกรรมผงซักฟอก เป็นต้น

อุตสาหกรรมในตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด ตามคุณลักษณะของสินค้าที่ผลิต คือ

ก. Differentiated Oligopoly หมายถึงอุตสาหกรรมที่ผู้ผลิตมีการผลิตและขายสินค้าที่มีลักษณะต่างกัน (Differentiated Products) แต่เป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้ ความยืดหยุ่นไขว้ระหว่างสินค้าของบริษัทต่าง ๆ (Cross Elasticity of Demand) มีค่าสูง แต่สินค้าของแต่ละบริษัทจะมี

รศ.ดร. อภิสิทธิ์, ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค หลักและวิถีวิเคราะห์, พิมพ์ครั้งที่ 2, แก้ไขและเพิ่มเติม (พระนคร : โรงพิมพ์อักษรเสรี, 2512), หน้า 296

ลักษณะเด่นของตัวเองซึ่งแตกต่างจากกัน โดยความแตกต่างนี้อาจเป็นความแตกต่างที่แท้จริง หรือเป็นเพียงการลวงตาซึ่งเกิดจากการโฆษณา และความเพ้อถ้อของผู้ซื้ก็ได้

ท. Pure Oligopoly หมายถึง กุศสาหกรรมที่มีการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกัน (Homogeneous Products) ผู้ที่ก็ไม่ม่แรงจูงใจกันให้หลบสินค้าของบริษั้หนึ่งมากกว่าบริษั้อื่น ๆ ยกเว้นทางด้านราคา

โดยที่จำนวนผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) มีเพียงไม่กี่ราย ผู้ผลิตโดยตรงสร้างตลาดผู้ขายน้อยรายจึงมีแนวโน้มจะรวมหัวกัน ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตสามารถเจรจาตกลงกันได้โดยเสียค่าที่จำหนำการเจรจา (Negotiation Cost) น้อยมาก และการควบคุมให้ผู้ผลิตแต่ละรายดำเนินการตามข้อตกลงหาได้ไม่ยาก และเสียค่าที่จำหนำน้อย ดังนั้นผู้ผลิตโดยตรงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) จึงมักจะรวมหัวกัน (Collude) เพื่อกำหนดราคาและปริมาณผลผลิต ทั้งนี้เพราะเมื่อผู้ผลิตมีการรวมหัวกันแล้วจะทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจผูกขาดมากขึ้น และสามารถแสวงหากำไรจากการผูกขาดได้โดยการตั้งราคาจำหน่ายให้สูงขึ้น ทำให้ได้รั้กำไรได้มากขึ้น

ลักษณะของการรวมหัวกันอาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการรวมหัวกันว่าเป็นอย่างเปิดเผย หรือซ่อนเร้น (Explicit or implicit Collusion among firm) ได้แก่ Cartels ซึ่งเป็นลักษณะการรวมหัวกันอย่างเปิดเผย เพื่อกำหนดหน้าทีและการตัดสินใจด้านการจัดการทางอย่างหรือทั้งหมดไปให้แก่ Cartels และการมีผู้นำทางด้านราคา ซึ่งเป็นลักษณะรวมหัวกันอย่างไม่เปิดเผย โดยมอบหมายให้ผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเป็นผู้นำทางด้านราคา และผู้ผลิตรายอื่น ๆ จะเป็นผู้ตาม

การมีผู้นำทางด้านราคา (Dominant firm price leadership)⁴ เป็นพฤติกรรมของการรวมหัวกันอย่างไม่เป็นทางการ (Tacit Collusion) โดยที่ผู้ผลิตรายใหญ่รายใดรายหนึ่ง หรือหลายรายเป็นผู้นำในการตั้งราคา สินค้าของอุตสาหกรรม และผู้ผลิตรายอื่น ๆ จะเป็นผู้ยอมรับราคาโดยปริยาย ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันตัดราคากัน

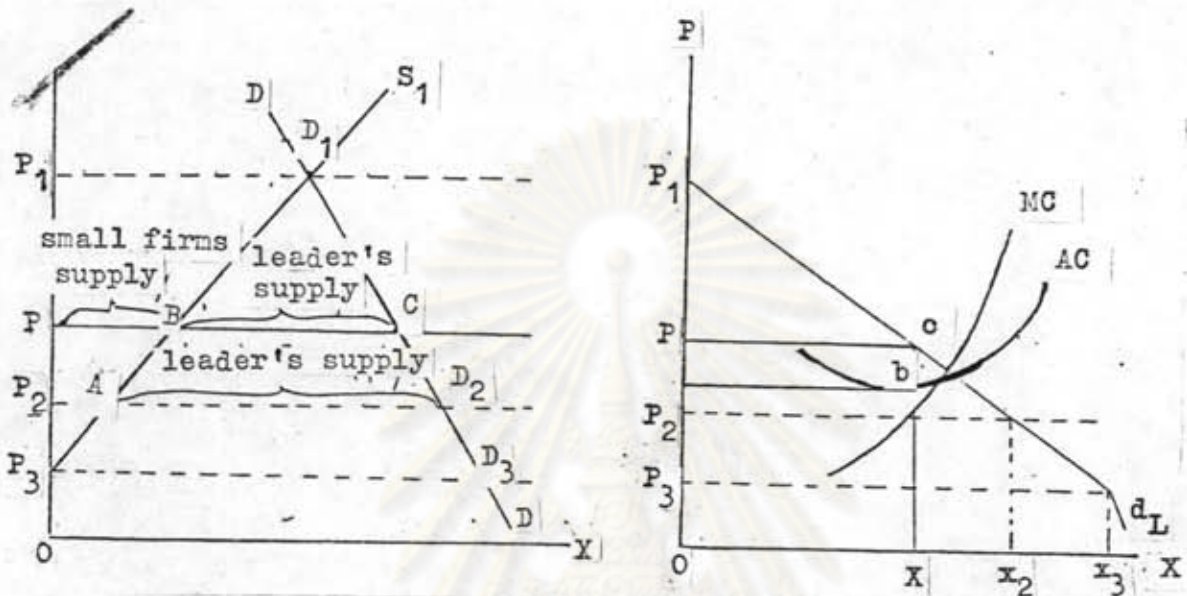
ในแบบจำลองนี้จะมีข้อสมมติว่า หน่วยผลิตที่เป็นผู้นำทางด้านราคาจะต้องมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงพอสมควรในขณะที่หน่วยผลิตรายอื่น ๆ จะมีส่วนแบ่งตลาดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งหน่วยผลิตที่เป็นผู้นำทางด้านราคาถือว่าหน่วยผลิตเหล่านั้นมีส่วนแบ่งการตลาดเท่าใด นอกจากนั้นหน่วยผลิตที่เป็นผู้นำทางด้านราคาเกี่ยวข้องกับต้นทุนเพิ่ม (MC) ของหน่วยผลิตรายเล็ก ๆ ทำให้สามารถทราบอุปทานรวมของหน่วยผลิตรายเล็ก (Total Supply) ณ แต่ละระดับราคาได้ ทั้งนี้ผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจึงรู้ดีว่าอุปสงค์ที่ตนเผชิญกลุ่มมีลักษณะอย่างไร ทั้งนี้อุปสงค์ของผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจะเท่ากับส่วนต่างของอุปสงค์ของทั้งหมด หักด้วยอุปทานของผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ก็จะได้อุปทานตั้งภาพต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁴A.Koutsoyiannis, Modern Microeconomics 2nd ed. 1982, PP.246-247

แผนภาพที่ 1.1

ปริมาณการผลิตและราคาจำหน่ายในตลาดที่มีผู้นำทางด้านราคา



จากภาพผู้ผลิตที่เป็นผู้นำตั้งราคา ณ ระดับราคา P_1 กลุ่มสงค์ของผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจะเป็นศูนย์ เพราะกลุ่มสงค์ของทั้งตลาดได้ถูกครอบงำจากกลุ่มทานของผู้ผลิตรายเล็กไปหมดแล้ว แต่ถ้าผู้ผลิตที่เป็นผู้นำด้านราคาลดลงต่ำกว่า P_1 กลุ่มสงค์ที่มีค่านิดาของผู้นำจะสูงขึ้นโดย ณ ระดับราคาที่ P_2 กลุ่มสงค์ของทั้งตลาดจะเท่ากับ P_2 โดยส่วน P_2A เป็นส่วนที่ผู้ผลิตรายเล็กเป็นผู้ครอบงำความต้องการของตลาด และส่วน AD_2 เป็นส่วนที่ผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจะผลิตเพื่อกันตลาด แต่ถ้าระดับราคาต่ำลง จนถึงระดับ P_3 ผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจะตั้งเป็นผู้กันตลาดทั้งหมด ทั้งนี้เพราะ ณ ระดับราคานี้จะต่ำกว่าต้นทุนเพิ่มของผู้ผลิตรายเล็ก ทำให้ผู้ผลิตรายเล็กไม่สามารถจะครอบงำความต้องการของตลาดได้ ดังนั้นเส้นกลุ่มสงค์ที่ผู้ผลิตที่เป็นผู้นำเผชิญ จึงเป็นเส้นหักงอ $P_1 d_L$

ผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจะกำหนดปริมาณการผลิต ณ ระดับที่ $MC = MR$ โดยผลผลิตของตนจะเท่ากับ OX และจำหน่ายในราคา P โดยมีอุปสงค์รวมทั้งตลาด (Total Market Demand) เท่ากับ PC และผู้ผลิตรายเล็กจะผลิตในปริมาณ PB และผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจะผลิตในปริมาณ BC โดยที่ BC จะเท่ากับ OX

ดังนั้นผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจึงเปรียบเสมือนผู้ผูกขาด ที่มีการแสวงหากำไรสูงสุด โดยการผลิตในระดับที่ $MC = MR$ ของตน ในขณะที่ผู้ผลิตรายเล็กจะทำการเป็นผู้ยอมรับราคา (price Takers) ซึ่งอาจจะสามารถแสวงหากำไรสูงสุดได้หรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับโครงสร้างต้นทุนของผู้ผลิตรายเล็กเอง ทั้งนี้โดยสมมติว่าผู้ผลิตรายเล็กจะไม่สามารถจำหน่ายในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ณ ระดับราคาที่กำหนด ความเส้น S_1 และผู้ผลิตที่เป็นผู้นำจะสามารถแสวงหากำไรสูงสุดได้ก็ต่อเมื่อแน่ใจว่าผู้ผลิตรายเล็กจะผลิตในปริมาณ PB และยอมรับราคา P เพราะถ้าผู้ผลิตรายเล็กผลิตในปริมาณที่ต่ำกว่า PB ก็จะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตที่เป็นผู้นำต้องผลิตในปริมาณมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตที่เป็นผู้นำไม่สามารถแสวงหากำไรสูงสุดได้

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าผู้ผลิตที่กลุ่มในโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) มีแนวโน้มที่จะรวมหัวกัน เพื่อกำหนดราคาจำหน่ายร่วมกัน (Collude) แต่ผู้ผลิตจะสามารถรวมหัวกันไปได้ก็ยาวนานก็ต่อเมื่อสามารถกีดกันผู้ผลิตหน้าใหม่ไม่ให้เข้ามาแข่งขันได้ด้วย

การที่ผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) สามารถดำรงกลุ่มได้ ก็เพราะอุตสาหกรรมนี้มีปัจจัยสำคัญ 2 อย่างที่ช่วยกีดกันผู้ผลิตรายใหม่ คือ การประหยัดจากขนาด (Economies of scale) และการตั้งราคากีดกันผู้ผลิตหน้าใหม่ (Limit Pricing)

ก. การประหยัดจากขนาด (Economies of scale)

การประหยัดจากขนาดหมายถึง การลดลงของต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าที่ผลิตเมื่อจำนวนผลิตเพิ่มขึ้น การประหยัดต่อขนาดไม่ได้หมายถึงความได้

เปรียบเทียบทางด้านต้นทุนการผลิตต่อหน่วย หรือขนาดของการลงทุนเท่านั้น แต่รวมถึง การที่หน่วยผลิตเข้าใหม่ไม่สามารถจะทำการผลิตจนถึงระดับที่จะทำให้ต้นทุนต่อ หน่วยต่ำสุดได้ ทั้งนี้เพราะขนาดของตลาดไม่พอ

ข. การกำหนดราคาเพื่อกีดกันผู้ผลิตหน้าใหม่ (Limit Pricing)

การกำหนดราคาเพื่อกีดกันผู้ผลิตหน้าใหม่ หมายถึง การที่ผู้ผลิต ในอุตสาหกรรมต้องการจะแสวงหามูลค่าปัจจุบันของผลกำไรให้ได้สูงสุด โดยตั้ง ราคาในระดับที่มีกำไรของผู้ผูกขาด แต่จะมีกำไรไม่มากนักกระทั่งมีผู้ผลิตหน้าใหม่ เข้ามาในตลาดและตามข้อสมมติของซาลอส (Sylos Postulate)⁵ ซึ่งสมมติ ว่า ถ้าหากมีผู้ผลิตหน้าใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมผู้ผลิตต่าง ๆ ที่อยู่ ในอุตสาหกรรมจะไม่มีปฏิกริยาใด ๆ ที่คงผลิตในปริมาณเท่าเดิม ดังนั้นผู้ผลิตหน้า ใหม่จึงสามารถคาดคะเนได้ว่าเมื่อคนเข้ามาผลิตแล้ว ระดับราคาจะเป็นอย่างไร และผู้ผลิตเดิมก็จะสามารถคำนวณระดับราคาที่จะกีดกันผู้ผลิตหน้าใหม่ได้ กล่าวคือ ถ้าผู้ผลิตเดิมไม่ต้องการให้มีผู้ผลิตรายใหม่เกิดขึ้น ผู้ผลิตเดิมจะต้องตั้งราคาระดับที่ต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาว (LAC) ของผู้ผลิตหน้าใหม่

การผลิตในอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องมีการประหยัดจากขนาด เพราะการที่เทคโนโลยีแบบสมัยใหม่ ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำนั้นจะต้องการผลิตใน ปริมาณที่ละมาก ๆ แต่ถ้านักขนาดของตลาดไม่ใหญ่พอ ผู้ผลิตดั้งหันไปใช้ เทคโนโลยีการผลิตแบบดั้งเดิม ก็จะทำให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงขึ้น ทำให้ไม่ สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตเดิมได้ นอกจากนี้ผู้ผลิตรายใหม่ยังได้ใช้ส่วนลดต่าง ๆ เช่น ส่วนลดพิเศษ ส่วนลดเ้าหมาท เป็นเครื่องมืกานการกีดกันผู้ผลิตรายใหม่

⁵ Sylos-Labini, P. Oligopoly and Technical Progress. (Cambridge, Massachuestt : Havard University Press, 1962.)

โดยการลดราคาลงเป็นระยะ ๆ ทำให้นักลงทุนเกิดความไม่มั่นใจในระดับราคา
ว่าจะสามารถเข้ามาแข่งขันได้

ระเบียบวิธีการศึกษา

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งจะศึกษาด้านพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิต
โดยหากลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการบรรยายและวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขัน
ของผู้ผลิตในเชิงคณิตศาสตร์โดยที่ทฤษฎีเกม (game Theory) เพื่อศึกษา
พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำมันพืช

วิธีการศึกษาจะเริ่มด้วยการศึกษาวิวัฒนาการของการผลิต
น้ำมันพืชในประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิต
ในอุตสาหกรรมน้ำมันพืช ซึ่งจากการศึกษาได้พิจารณาแล้วว่า ทฤษฎีที่เหมาะสม
การอธิบายพฤติกรรมการผลิตของอุตสาหกรรมนี้ ควรจะเป็นทฤษฎีโครงสร้าง
ตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) เพราะอุตสาหกรรมนี้มีโครงสร้างตลาด
ประกอบด้วยผู้ผลิตรายใหญ่ 3 ราย ซึ่งสามารถครองส่วนตลาดได้รวมกันมากกว่า
ร้อยละ 80 และผู้ผลิตทั้งสามนี้มีความขึ้นแก่กัน (Interdependence)

เนื่องจากทฤษฎีที่จะอธิบายพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตใน
โครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ผลิตมี
ความขึ้นแก่กัน (Interdependence) การที่ผู้ผลิตมีพฤติกรรมก้ำกึ่งหนึ่งก้ำกึ่งใด
สักอย่าง ก็จะไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า คู่แข่งขันจะมีพฤติกรรมตอบโต้กลับอย่างไร
และผลของกลยุทธ์ที่ตนทำไปนั้นจะเป็นอย่างไร ดังนั้นพฤติกรรมของผู้ผลิตจึงมี
หลากหลายมากขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ดังนั้นวิธีการศึกษา
กลยุทธ์ต่าง ๆ ของผู้ผลิตแล้วนำมาวิเคราะห์ที่กลุ่มโดยทฤษฎีการศึกษาของ Game
Theory มาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมนี้

แหล่งที่มาของข้อมูล

สำหรับแหล่งที่มาของข้อมูลในการวิจัยนั้นส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลประเภท Secondary data ซึ่งจะเก็บจากหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ผลิต รายชื่อผู้ผลิต กำลังการผลิต และปริมาณการผลิตของอุตสาหกรรมนี้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและพฤติกรรมในการแข่งขันของผู้ผลิต และกลไกทางการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันพืช ตลอดจนถึงปริมาณการผลิตและการบริโภคภายในประเทศ นอกจากนี้เพื่อเป็นการนำทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ทางปฏิบัติ เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อประโยชน์ในการวางแผนดำเนินการแก้ไขต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย