



โครงการประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติ ครั้งที่ 7

The 7th National and International Conference

Theme: Research to Serve Society

12th July 2019

Huachiew Chalermprakiet University
Samutprakarn, Thailand



The 7th National and International Conference

เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวันว่าด้วยเรื่องส่วนเกินผู้บริโภค

Day-to-day Economics on Consumer Surplus

รุ่งฤดี รัตนวิไล^{1*}, พงษ์ จงจิตร²

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

² คณะบริหารธุรกิจ (หลักสูตรนานาชาติ) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

*Email : rungrudee.2510@gmail.com

บทคัดย่อ

เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวันว่าด้วยเรื่องส่วนเกินผู้บริโภค คือส่วนหนึ่งของ เศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (Welfare economics) อันประกอบด้วยเรื่องของส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) หมายถึง ส่วนต่างระหว่างราคาที่ผู้บริโภคจ่ายจริงกับราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้สินค้านั้น ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus) หมายถึง รายรับรวมที่มากกว่าต้นทุนการผลิต ส่วนเกินผู้ผลิตจะเกิดขึ้นเมื่อราคาสินค้าที่ขายได้จริงสูงกว่าราคาที่จะขายได้

หลักเศรษฐศาสตร์ในเรื่องของส่วนเกินผู้บริโภคมีประโยชน์กับบุคคลหลายกลุ่ม แบ่งออกเป็น ประโยชน์ที่มีต่อผู้บริโภค ประโยชน์ที่มีต่อผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจ และประโยชน์ที่มีต่อภาครัฐบาล ดังนี้ ประโยชน์โดยตรงที่มีต่อผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคจะตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการบนหลักความสมเหตุสมผลเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง มีสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกมากขึ้น เป็นต้น ประโยชน์ที่มีต่อผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจ โดยเฉพาะการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายมากขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายให้กับผู้ผลิตได้ ประโยชน์ที่มีต่อภาครัฐบาล รัฐบาลสามารถนำหลักการเรื่องส่วนเกินผู้บริโภคไปใช้ในการวางนโยบายและจัดสรรงบประมาณในด้านที่เกี่ยวข้องได้ เช่น ในเรื่องของความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติในแต่ละพื้นที่ว่าควรจะเก็บค่าธรรมเนียมจำนวนเท่าไร เพราะอะไร

คำสำคัญ : เศรษฐศาสตร์สวัสดิการ ส่วนเกินผู้บริโภค ส่วนเกินผู้ผลิต

Abstract

Day-to-day economics on consumer surplus is part of the welfare economics. It deals with consumer and producer surplus. Consumer surplus is a difference that a consumer is willing to pay more for a desired product. Whereas producer surplus is the extra revenue that is earned from the actual final price which already included the costs above the sticker price.

Consumer surplus benefits consumers, producers, and the government. Consumers pay reasonably less for something that they were extremely satisfied. Products are cheaper with more varieties. Online businesses can directly reach more clients resulting in more profit. Government can use consumer surplus theory to set a policy and allocate the appropriate budget. For instance,

how much an entrance fee should be for tourists to visit a natural park taking into account what they are willing to pay.

Keywords : Welfare Economics, Consumer Surplus, Producer Surplus

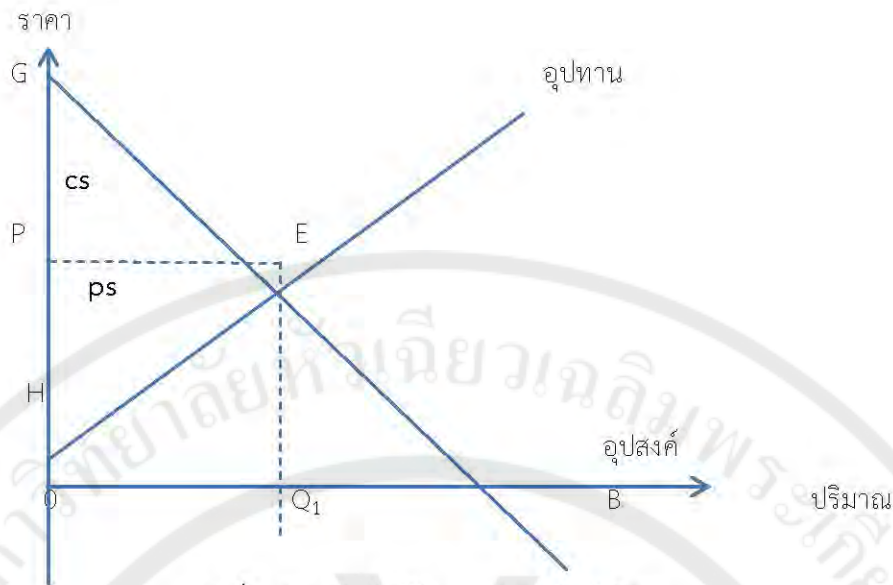
บทนำ

คนเราทุกคนในระบบเศรษฐกิจได้นำหลักเศรษฐศาสตร์อย่างง่ายมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยไม่รู้ตัว เพื่อให้ตนเองได้รับความพอใจสูงสุดจากการเลือกบริโภคหรือใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยการตัดสินใจในการเลือกบริโภคหรือใช้บริการจะอยู่บนพื้นฐานของการได้รับความพอใจสูงสุด ภายใต้การมีอยู่อย่างจำกัด จึงทำให้เกิดการเลือกและค่าเสียโอกาสขึ้นเสมอ ตัวอย่างเช่น สมมติให้ นาย ก ต้องการเดินทางจากแยกบางนา มาที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเพื่อมาเรียนให้ทัน เวลา 8.30 น. นาย ก จำเป็นต้องตัดสินใจในการเลือกใช้บริการการเดินทางด้วยรถสาธารณะ นาย ก ต้องเลือกแล้วว่าจะเดินทางด้วยรถแท็กซี่ รถตู้ รถ ขสมก. หรือรถมอเตอร์ไซด์ ดี ภายใต้งบประมาณการใช้จ่ายต่อวันที่มีอยู่อย่างจำกัด จำนวน 200 บาท โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการการเดินทางของนาย ก จะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางที่เกิดขึ้นจริง และค่าใช้จ่ายที่นาย ก เติ้มใจจะจ่าย ซึ่งเป็นไปตามหลักเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (Welfare economics) อันประกอบด้วยเรื่องของส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) และส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus)

ในการตัดสินใจของผู้บริโภคเพื่อให้ตนเองได้รับความพอใจสูงสุดจากการเลือกบริโภคสินค้าและบริการแต่ละชนิด สถานการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้นได้กับผู้บริโภคตลอดเวลาทุกครั้งที่ต้องมีการตัดสินใจ โดยผู้บริโภคไม่รู้ตัวและคิดไม่ถึงว่าตนเองกำลังใช้หลักเศรษฐศาสตร์อย่างง่าย มาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการดำเนินชีวิตประจำวันอยู่ในขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อบริโภค ซื้อของใช้ส่วนตัว ซื้อบัตรคอนเสิร์ต ซื้อตั๋วเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งตัดสินใจในการเลือกใช้บริการประเภทต่าง ๆ เช่น การใช้บริการรถโดยสารเพื่อเดินทาง หรือรถส่วนบุคคล การเข้ารับบริการร้านตัดผม การเลือกใช้บริการการรักษาพยาบาล การจองที่พักในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น ล้วนเป็นการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างมีเหตุผล บนพื้นฐานของการได้รับความพอใจสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั้งสิ้น

เนื้อหา

ก่อนอื่นเรามาทำความเข้าใจแนวคิดเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ เป็นการอธิบายถึงความเป็นอยู่ของคนในสังคม ในแง่ของความพึงพอใจที่ได้รับเมื่อบุคคลนั้นได้รับความพอใจเพิ่มขึ้น โดยไม่ทำให้ความพอใจของบุคคลอื่นลดลง เศรษฐศาสตร์สวัสดิการเกิดจากผลรวมของ ส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิต (วรพล ยะมะกะ และภารวี มณีจักร, 2562) อธิบายได้จากรูปที่ 1 นั่นคือพื้นที่สามเหลี่ยม HGE ซึ่งได้มาจากผลรวมของพื้นที่สามเหลี่ยมส่วนเกินผู้บริโภค PGE และ พื้นที่สามเหลี่ยมส่วนเกินผู้ผลิต HPE รวมกัน สวัสดิการสังคมจะเพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณสินค้าในตลาดมีจำนวนเพิ่มขึ้นจนกระทั่งถึงจุดดุลยภาพที่ปริมาณสินค้านี้มีค่าเท่ากับปริมาณ Q_1 หน่วย



รูปที่ 1 ส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิต

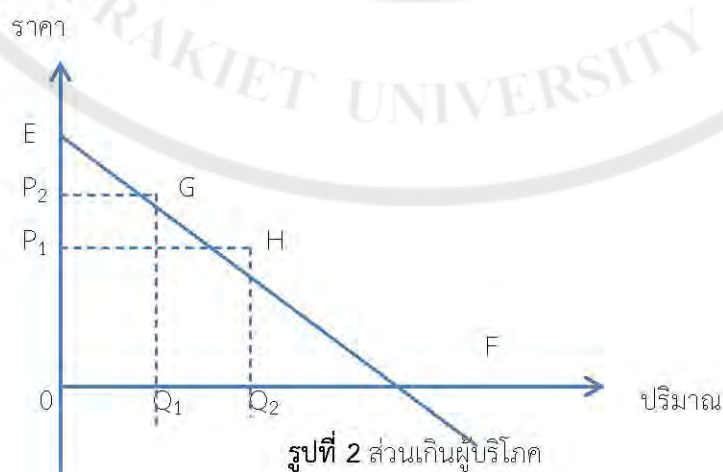
ที่มา : ดัดแปลงจาก วรพล ยะมะกะ และภากรวี มณีจักร (2562)

หมายเหตุ : cs หมายถึง ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus)

ps หมายถึง ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus)

ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) หมายถึง ส่วนต่างระหว่างราคาที่ผู้บริโภคจ่ายจริงกับราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้สินค้านั้น (เกษมสันต์ วีระกุล และคณะ, 2540) อธิบายได้จากรูปที่ 1 ทุกจุดบนเส้นอุปสงค์ แสดงให้ทราบว่าผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการในระดับราคา และปริมาณต่าง ๆ กัน พื้นที่ภายใต้เส้นอุปสงค์ คือพื้นที่สามเหลี่ยม OGB หมายถึง มูลค่ารวมที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ แต่เมื่อผู้บริภครายนี้ตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าปริมาณ Q_1 หน่วยที่ระดับราคา P บาทต่อหน่วย ทำให้ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายจริงในการซื้อสินค้าเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม OPE Q_1 พื้นที่ภายใต้เส้นอุปสงค์ส่วนที่อยู่เหนือระดับราคา P คือพื้นที่สามเหลี่ยม PGE จึงแสดงถึงพื้นที่ส่วนเกินผู้บริโภค

จากส่วนต่างระหว่างราคาสินค้าที่ผู้บริโภคจ่ายจริงกับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่าย หากราคาสินค้าที่ผู้บริโภคจ่ายจริงแตกต่างกับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายต่างกันมากเท่าไร ส่วนเกินของผู้บริโภคก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น ดังรูปที่ 2 ส่วนเกินผู้บริโภค



รูปที่ 2 ส่วนเกินผู้บริโภค

จากรูปที่ 2 อธิบายส่วนเกินผู้บริโภคได้ว่า ทุกจุดบนเส้นอุปสงค์ EF แสดงให้ทราบว่าผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการในระดับราคา และปริมาณต่าง ๆ กัน ณ ระดับราคา P_1 ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าปริมาณ Q_2 หน่วย ส่วนเกินผู้บริโภคคือส่วนต่างระหว่างราคาสินค้าที่ผู้บริโภคจ่ายจริงกับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคนิติที่จะจ่าย มีค่าเท่ากับพื้นที่สามเหลี่ยม P_1EH แต่ถ้าราคาสินค้าในระบบเศรษฐกิจปรับตัวสูงขึ้นเป็น P_2 โดยที่เส้นอุปสงค์ไม่เปลี่ยนแปลงจะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคลดลงมาอยู่ที่ปริมาณ Q_1 หน่วย ส่วนเกินผู้บริโภคจะมีค่าเท่ากับพื้นที่สามเหลี่ยม P_2EG ซึ่งลดลงจากเดิม (พื้นที่สามเหลี่ยม P_2EG มีค่าน้อยกว่าพื้นที่สามเหลี่ยม P_1EH)

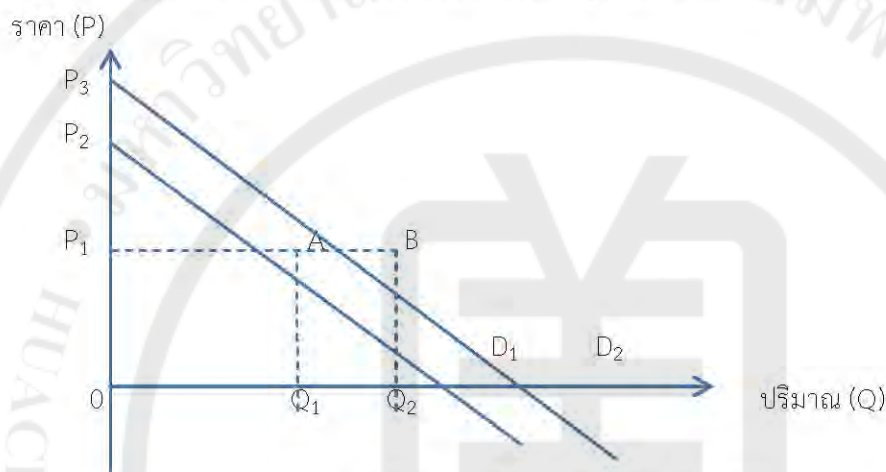
ส่วนเกินผู้บริโภคจะมีค่าน้อยเท่าไรขึ้นอยู่กับความชันของเส้นอุปสงค์ เส้นอุปสงค์ที่มีค่าความชันมาก ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่าน้อย นั่นคือ ราคาจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นจำนวนที่มากกว่าปริมาณ ลักษณะดังกล่าวได้แก่ สินค้าจำเป็น ซึ่งมีความยืดหยุ่นน้อย เช่น บั๊จซีส์ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย ส่วนในกรณีที่เส้นอุปสงค์มีค่าความชันน้อย ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่ามาก นั่นคือ ราคาจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นจำนวนที่น้อยกว่าปริมาณ นั่นคือ ถ้าราคาสินค้านั้นลดลงเพียงนิดเดียวจะทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นมากขึ้น ลักษณะดังกล่าวได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น สินค้าแบรนด์เนม น้ำหอม รวมถึงการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus) หมายถึง รายรับรวมที่มากกว่าต้นทุนการผลิต ส่วนเกินผู้ผลิตจะเกิดขึ้นเมื่อราคาสินค้าที่ขายได้จริงสูงกว่าราคาที่ควรขายได้ (เกษมสันต์ วีระกุล และคณะ, 2540) แสดงให้ทราบว่า ส่วนเกินผู้ผลิตคำนวณได้จากมูลค่าส่วนที่เกินจากต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการนั้นคือ กำไร ของผู้ผลิต (กัมปนาท วิจิตรศรีกมล, 2562) อธิบายส่วนเกินผู้ผลิตได้จากรูปที่ 1 ทุกจุดบนเส้นอุปทานแสดงให้ทราบว่าผู้ผลิตเต็มใจที่จะขายสินค้าและบริการในระดับราคา และปริมาณต่าง ๆ กัน เมื่อผู้ผลิตขายสินค้าปริมาณ Q_1 หน่วย ณ ระดับราคา P รายรับรวมที่ผู้ผลิตได้รับจะมีค่าเท่ากับ พื้นที่สี่เหลี่ยม $OPEQ_1$ ในขณะที่ผู้ผลิตรายนี้มีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ระดับ H บาทต่อหน่วย แสดงให้ทราบว่า ต้นทุนการผลิตทั้งหมดของผู้ผลิตคือ พื้นที่ภายใต้เส้นอุปทาน นั่นคือ พื้นที่ $OHEQ_1$ ส่วนเกินของผู้ผลิตที่เกิดจากรายรับรวมที่มากกว่าต้นทุนการผลิต ก็คือ พื้นที่สามเหลี่ยม HPE นั่นเอง

จากหลักเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยเรื่องเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ อันประกอบด้วยเรื่องส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิตนั้น บทความฉบับนี้เราจะพิจารณาเฉพาะเรื่องของส่วนเกินผู้บริโภคเท่านั้น ซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัวของพวกเราทุกคนที่นำหลักเศรษฐศาสตร์อย่างง่ายมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของเราทุกคนอย่างไม่รู้ตัวในการตัดสินใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าและบริการในทุก ๆ ขณะของการดำเนินชีวิตเพื่อให้ตนเองได้รับความพอใจสูงสุดภายใต้เงื่อนไขของการมีอยู่อย่างจำกัด ไม่ว่าจะเป็นการมีอยู่อย่างจำกัดในเรื่องของ เงิน เวลา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสิ่งที่จะมาพร้อม ๆ กับการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าและบริการชนิดใด ชนิดหนึ่งจะมาพร้อมกับการเลือก และค่าเสียโอกาสจากการเลือกเสมอ ตัวอย่าง การนำหลักเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันว่าด้วยเรื่อง ส่วนเกินผู้บริโภค ในด้านต่าง ๆ ที่ประสบพบเจอกันบ่อย ๆ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

- 1 ด้านสินค้า
- 2 ด้านบริการ
- 3 ด้านเทคโนโลยี

ด้านสินค้า เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าของผู้บริโภคแต่ละคนใช้เกณฑ์การตัดสินใจที่แตกต่างกัน แต่ที่เหมือนกันก็คือ เมื่อตัดสินใจเลือกแล้วผู้บริโภคต้องได้รับความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้านั้น เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจได้แก่ ราคาสินค้านั้น ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ทัศนคติของผู้บริโภค ระดับรายได้ การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต คุณภาพสินค้า กลยุทธ์ด้านการลดราคา การให้สินเชื่อของผู้ขาย จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระยะทาง เป็นต้น หรือแม้กระทั่งหน้าตาผู้ขายก็มีส่วนในการตัดสินใจซื้อแทบทั้งสิ้น ในระบบเศรษฐกิจมีสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคหลากหลายชนิดและหลายประเภท ตัวอย่างเช่น พืชชา ผู้ขายต้องการเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ด้านการตลาด คือ การจัดโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 (ซื้อ 1 ถาด ได้อีก 1 ถาด ในราคาปกติ) ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคพืชชามากขึ้น ในบทความนี้จะอธิบายส่วนเกินผู้บริโภคจากการซื้อพืชชา โดยรูปที่ 3



รูปที่ 3 ส่วนเกินผู้บริโภคจากการซื้อพืชชา

ที่มา : ดัดแปลงจาก กัมปนาท วิจิตรศรีกมล (2562)

จากรูปที่ 3 บนเส้นอุปสงค์ D_1 ณ ระดับราคา P_1 ผู้บริโภคต้องการซื้อพืชชา จำนวน Q_1 หน่วย ส่วนเกินผู้บริโภคคือพื้นที่ภายใต้เส้นอุปสงค์ D_1 ที่อยู่เหนือระดับราคา P_1 คือ พื้นที่สามเหลี่ยม P_1P_2A แต่เมื่อความต้องการซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นโดยที่ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงทำให้เส้นอุปสงค์เลื่อนไปทางขวามือของเส้นอุปสงค์เส้นเดิมเป็น D_2 ความต้องการซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 หน่วย ส่วนเกินผู้บริโภคคือพื้นที่ใต้เส้นอุปสงค์ D_2 ที่อยู่เหนือระดับราคา P_1 คือ พื้นที่สามเหลี่ยม P_1P_2B นั่นเอง กล่าวโดยสรุปได้ว่า เมื่อราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงแต่ความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นไปทางขวามือจะส่งผลทำให้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (พื้นที่สามเหลี่ยม P_1P_2A มีค่าน้อยกว่าพื้นที่สามเหลี่ยม P_1P_2B)

ในขณะที่ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น อาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดูแลส่งเสริมสุขภาพให้ผู้บริโภคมีร่างกายแข็งแรง มีสารอาหารครบถ้วน ปลอดภัย ลดความเสี่ยงต่อการเจ็บไข้ได้ป่วย และสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลได้ด้วย ควบคู่กับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ อาหารปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ถึงแม้ว่าราคาของอาหารปลอดภัยจะมีราคาซื้อขายสูงกว่าราคาอาหารปกติ ผู้บริโภคที่สนใจหันมาดูแลสุขภาพจากการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์และปลอดภัยจึงยินดีที่จะจ่ายในการซื้อสินค้านั้นในราคาที่แพงกว่าราคาสินค้าปกติทั่วไป เช่น ข้าวสารปลอดภัย พืชผักปลอดภัย เป็นต้น ดังที่ รุ่งฤดี รัตนวิไล (2559) ได้เขียนไว้ว่า มูลค่าการใช้ประโยชน์ เป็นมูลค่าที่ให้หรือประมาณการโดยผู้บริโภคหรือผู้ใช้ประโยชน์ ซึ่งอยู่ในรูปของความยินดีที่จะจ่ายเพื่อการได้ประโยชน์ในสิ่งนั้น ๆ ดังเช่น ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ

ข้าวสารปลอดสารพิษ หรือข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่าข้าวขาว รวมถึงผักปลอดสารพิษชนิดต่าง ๆ จึงมีผลทำให้ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายซื้อสินค้าในราคาที่แพงขึ้น โดยมีงานวิจัยที่สนับสนุนข้อมูลข้างต้นคือ งานวิจัยของพันจิต ปิณฑะดิษ และคณะ (2561) พบว่า ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายในการซื้อข้าวปลอดสารพิษในราคาที่แพงกว่าข้าวขาวปกติ 1 กิโลกรัมเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 12.73 บาทต่อกิโลกรัม เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริโภคข้าวที่ดี มีคุณค่าทางอาหารสูง โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อจากมากไปหาน้อยตามลำดับ คือ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การบริโภคอาหารปลอดสารพิษ กลยุทธ์ด้านการลดราคา และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ด้านบริการ การตั้งราคาสินค้าให้แตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาหรือเงื่อนไขที่แตกต่างกันของผู้บริโภคแต่ละราย (Dynamic Pricing) มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแตกต่างกัน ซึ่งมักจะเกิดขึ้นในสินค้าประเภทบริการที่พบเห็นได้อย่างชัดเจน เช่น การจองที่พักตามสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่าง ๆ การจองตั๋วเครื่องบินที่มีราคาไม่เท่ากัน ในแต่ละช่วงเวลาของการจองหรือซื้อตั๋ว ถึงแม้จะเป็นช่วงเวลาเดินทางเดียวกันก็ตาม หากผู้บริโภคจองตั๋วเครื่องบินล่วงหน้าเป็นเวลานานระยะหนึ่งหรือแม้กระทั่งเป็นการจองข้ามปีในสายการบินต้นทุนต่ำผู้บริโภคก็สามารถซื้อตั๋วเครื่องบินได้ในราคาที่ถูกลงกว่าราคาปกติมาก แต่ผู้บริโภคต้องยอมรับกับโอกาสที่อาจจะต้องเสียตั๋วเครื่องบินที่ไม่สามารถเดินทางไปในวันดังกล่าวเมื่อถึงเวลาเดินทาง เพราะติดธุระหรือติดภาระกิจบางอย่างที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางตามวัน เวลา ที่ระบุไว้ตามหน้าตั๋วได้ ผู้บริโภคจะคิดว่าตนเองได้รับกำไรจากการจองตั๋วในครั้งนี้ เนื่องจากราคาตั๋วที่ผู้บริโภคจ่ายจริง ณ วันที่ซื้อหรือจองตั๋วเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายในวันเดินทางจริง ส่วนต่างของราคาที่ผู้บริโภคจ่ายจริงกับราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจะจ่ายก็คือ ส่วนเกินผู้บริโภค ในทิศทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภคซื้อหรือจองตั๋วเครื่องบินในวันเดินทางโดยไม่ได้อำนาจล่วงหน้าผู้บริโภคก็ต้องยอมรับราคาหน้าตั๋วที่มีราคาแพงกว่าปกติด้วย เหตุการณ์เช่นนี้มักจะพบบ่อย ๆ กับการจองตั๋วเครื่องบิน การจองห้องพักโรงแรม โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล แต่จะเป็นผลดีกับผู้ประกอบการที่สามารถตั้งราคาสินค้าให้สูงสุดสำหรับลูกค้าที่ยินดีจะจ่ายตามกำลังซื้อของตนเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการและได้รับความพอใจสูงสุด ซึ่งหากบริษัทขายตั๋วในราคามาตรฐานเท่ากันหมดจะทำให้บริษัทผู้ขายเสียโอกาสที่จะได้รายรับและกำไรมากขึ้นตามไปด้วย (คณานงค์ จามะริก, 2562)

ด้านเทคโนโลยี การพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นโดยเฉพาะการลงทุนด้านเทคโนโลยีจะสร้างความ เป็นอยู่ที่ดีให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่เริ่มจากยุค 1G ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของโทรศัพท์มือถือเพื่อใช้คุยกันเพียงอย่างเดียว ต่อมาได้พัฒนาเป็นระบบ 2G ที่โทรศัพท์มือถือสามารถส่งข้อความ SMS ได้ พัฒนาต่อไปเป็นระบบ 3G ที่โทรศัพท์มือถือกลายเป็นสมาร์ตโฟน อย่างเต็มรูปแบบสามารถใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ และในปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาเป็นระบบ 4G ที่ผู้บริโภคสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ด้วยความเร็วสูงที่มากกว่า 3G หลายเท่าสามารถอัปโหลดรูปภาพได้ภายในเวลา 1 วินาที และจะพัฒนาเทคโนโลยีต่อไปเป็นระบบ 5G ที่สามารถเชื่อมต่อทุกสิ่งทุกอย่างไว้บนมือถือเครื่องเดียวโดยเชื่อมต่อกันด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้อีกไม่ช้า จากการพัฒนาเทคโนโลยีโดยการเชื่อมต่อกันด้วยระบบอินเทอร์เน็ตนี้จะช่วยสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะบุคคลที่เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้ง่าย สามารถเข้าถึงบริการใหม่ ๆ ช่วยประหยัดเวลา และซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำลงบนตลาดสินค้าออนไลน์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งสามารถวัดได้จากส่วนต่างระหว่างราคาสินค้าหรือบริการที่ทำการซื้อขายจริงกับราคาที่ยินดีที่จะจ่ายในการซื้อสินค้านั้น นั่นก็คือส่วนเกินผู้บริโภค นอกจากนี้แล้วยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันผ่านการเพิ่มยอดขาย ลด

ต้นทุนโดยเฉพาะต้นทุนการขนส่งและการจัดเก็บสต็อกสินค้าคงคลัง รวมถึงสามารถเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต เพิ่มความแม่นยำในการใช้ระบบ IT ในการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ และยังช่วยเพิ่มผลผลิตภาพการทำงานได้อีกทางหนึ่งด้วย (ปวีร์ ศิริรัมย์ และชุติพงศ์ กิสุขพันธ์, 2562)

สรุป

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ส่วนเกินผู้บริโภคจะมีค่าน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของราคาและค่าความชันของเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานของสินค้าและบริการนั้น ๆ การที่ราคาสินค้าลดลงจะส่งผลให้ส่วนเกินผู้บริโภคมีค่ามากขึ้น และหากราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงแต่ความต้องการซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นก็มีผลทำให้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นได้เช่นเดียวกัน จากข้อมูลข้างต้นส่วนเกินผู้บริโภคตามหลักเศรษฐศาสตร์จึงมีประโยชน์กับบุคคลหลายฝ่ายไม่ว่าจะเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค ผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจ และภาครัฐบาลเป็นอย่างยิ่ง

ประโยชน์โดยตรงที่มีต่อผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการบนหลักความสมเหตุสมผลเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคและได้รับความพอใจสูงสุด ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ได้แก่ ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงจากราคาปกติ มีสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกได้มากขึ้น และสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น เป็นต้น

ประโยชน์ที่มีต่อผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจ โดยเฉพาะการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและมากขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายให้กับผู้ผลิต ช่วยลดต้นทุนการขนส่งและการจัดเก็บสต็อกสินค้า และสามารถเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตได้

ประโยชน์ที่มีต่อภาครัฐบาล รัฐบาลสามารถนำหลักการเรื่องส่วนเกินผู้บริโภคไปใช้ในการวางนโยบายและจัดสรรงบประมาณในด้านที่เกี่ยวข้องได้ เช่น ในเรื่องของความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติในแต่ละพื้นที่ว่าควรจะเก็บค่าธรรมเนียมคนไทยและคนต่างชาติเป็นจำนวนเท่าไร เพราะอะไร

เอกสารอ้างอิง

- กัมปนาท วิจิตรศรีกมล. (2562). การประเมินผลประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์จากงานวิจัย สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://ag.kku.ac.th>
- เกษมสันต์ วีระกุล และคณะ. (2540). พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คัตนangk จามะริก. (2562). ส่วนเกินผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562, จาก Telecompolicy.nbtc.go.th
- ปวีร์ ศิริมัย และชุดิพงศ์ กี่สุขพันธ์. (2562). การลงทุนในเทคโนโลยี 3G และ 4G กับผลทางเศรษฐกิจ สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.bot.or.th>
- พันจิต ปิณฑะดิษ และคณะ. (2561). ความเต็มใจจ่ายและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวปลอดสาร. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 6(1), 149-162.
- รุ่งฤดี รัตนวิไล. (2559). การใช้ประโยชน์และมูลค่าทางเศรษฐกิจของผักพื้นบ้านในตำบลคูยายหมี่ อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารธุรกิจปริทัศน์, ปีที่ 8(1) มกราคม-มิถุนายน, 85-101.
- วรพล ยะมะกะ และภารวี มณีจักร. (2562). เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยสวัสดิการสังคม กรณีศึกษาข้าวไทย สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.bot.or.th>