

## ผลกระทบของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อรายรับรวมของธุรกิจ

ถ้าหากจะกล่าวถึง “ความยืดหยุ่น” ตามความเข้าใจของบุคคลทั่วไปก็อาจจะหมายถึง *การผ่อนปรน* หรือ *การผ่อนคลาย* ซึ่งความหมายดังกล่าวนี้ค่อนข้างที่จะเป็นทัศนคติที่แตกต่างจากความหมายความยืดหยุ่นในทางเศรษฐศาสตร์

“ความยืดหยุ่น” ในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ จะประกอบไปด้วยความยืดหยุ่นของอุปสงค์และความยืดหยุ่นของอุปทาน โดยความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะเป็นความยืดหยุ่นในด้านของพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ซื้อ ในขณะที่ความยืดหยุ่นของอุปทานจะเป็นความยืดหยุ่นในด้านของพฤติกรรมการเสนอขายสินค้าของผู้ขาย

ในการตัดสินใจทางธุรกิจนั้น ความยืดหยุ่นอุปสงค์และความยืดหยุ่นอุปทานได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ผู้ขายได้มีการนำมาใช้ในการตัดสินใจในการวิเคราะห์ธุรกิจ ตลอดจนการวางแผนการดำเนินธุรกิจค่อนข้างมากพอสมควร

**ความยืดหยุ่นอุปสงค์** หมายถึง *เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อสินค้า เมื่อ ราคาของสินค้านั้น ๆ หรือ ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือ ระดับรายได้ของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ นั่นคือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้*

สำหรับความยืดหยุ่นอุปสงค์ที่มีบทบาทต่อการนำมาใช้ในการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจในเชิงการวิเคราะห์ที่มีผลต่อรายรับรวมของผู้ขายนั้น สามารถที่จะอธิบายได้จากความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ดังนี้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา มี 2 ประเภท คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาแบบจุด และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาแบบช่วง ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาแบบจุด เป็นการคำนวณค่าความยืดหยุ่น ณ ระดับราคาและปริมาณการซื้อสินค้าในระดับหนึ่ง ๆ ที่ต้องการทราบ โดยสามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$E_p = ((Q_m - Q_n) / (P_m - P_n)) \times (P_n / Q_n)$$

เมื่อ  $P_n$  คือ ราคาซื้อเดิมก่อนมีการเปลี่ยนแปลง

$P_m$  คือ ราคาซื้อใหม่หลังมีการเปลี่ยนแปลง

$Q_n$  คือ ปริมาณการซื้อเดิมก่อนมีการเปลี่ยนแปลง

$Q_m$  คือ ปริมาณการซื้อใหม่หลังมีการเปลี่ยนแปลง

สำหรับความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบช่วง จะเป็นการคำนวณค่าความยืดหยุ่นในภาพรวมของอุปสงค์ ซึ่งสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$E_p = ((Q_m - Q_n) / (P_m - P_n)) \times ((P_n + P_m) / (Q_n + Q_m))$$

ในการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อรายรับของธุรกิจ สามารถอธิบายได้จากตัวอย่างดังนี้

ราคาสินค้า (P) บาทต่อหน่วย	ปริมาณสินค้า (Q) หน่วย	รายรับรวม (TR = P x Q) บาท	รายรับส่วนเพิ่ม (MR = การเปลี่ยนแปลง TR / การเปลี่ยนแปลง Q)	ความยืดหยุ่นของ อุปสงค์ ( $E_p$ )
100	1	100	-	-
90	2	180	80	-6.33
80	3	240	60	-3.44
70	4	280	40	-2.14
60	5	300	20	-1.44
50	6	300	0	-1.00
40	7	280	-20	-0.69
30	8	240	-40	-0.47
20	9	180	-60	-0.29
10	10	100	-80	-0.16

ในการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จากข้อมูลข้างต้นเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านรายรับของธุรกิจจะคำนวณจากภาพรวมทั้งหมด ในการนี้จึงสามารถคำนวณได้จากสูตรความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบบช่วง ซึ่งสามารถยกตัวอย่างการคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของสินค้า ณ ระดับราคาสินค้า 40 บาทต่อหน่วย โดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการคำนวณจะประกอบไปด้วย

$P_n$  คือ 50 บาทต่อหน่วย

$P_m$  คือ 40 บาทต่อหน่วย

$Q_n$  คือ 6 หน่วย

$Q_m$  คือ 7 หน่วย

$$E_p = ((Q_m - Q_n) / (P_m - P_n)) \times ((P_n + P_m) / (Q_n + Q_m))$$

$$E_p = ((7 - 6) / (40 - 50)) \times ((50 + 40) / (6 + 7))$$

$$E_p = -0.69$$

จากตารางข้อมูลเบื้องต้นค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา จะมีค่าเป็น “ลบ” เสมอ ทั้งนี้เนื่องจาก ระดับราคาสินค้าและปริมาณการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคจะมีทิศทางที่สวนทางกันเสมอ จึงส่งผลให้ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มีค่าติด “ลบ”

แต่อย่างไรก็ดีในการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ซึ่งมีผลกระทบต่อ การวิเคราะห์รายรับรวมของธุรกิจ สามารถที่จะพิจารณาได้จากค่าสัมบูรณ์ของค่าความยืดหยุ่น ทั้งนี้ถ้าหากทำการพิจารณา จากปริมาณการขายสินค้าที่ผู้ขายทำการขายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ 1 หน่วย ไปจนถึง 10 หน่วย โดยมีการลดระดับราคาลงมาเรื่อยๆ จะสามารถสรุปได้ดังนี้

ถ้า  $|E_p| > 1$  จะส่งผลให้รายรับรวมของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น (ระหว่าง  $P = 60 - 100$  บาทต่อหน่วย)

ถ้า  $|E_p| = 1$  จะส่งผลให้รายรับรวมของธุรกิจสูงสุด ( $P = 50$  บาทต่อหน่วย)

ถ้า  $|E_p| < 1$  จะส่งผลให้รายรับรวมของธุรกิจลดลง ( $P = 10 - 40$  บาทต่อหน่วย)

นั่นคือ สามารถที่จะกล่าวได้ว่า ในช่วงที่  $|E_p| > 1$  ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์ในการลดราคาสินค้าลงมา ก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบการจะได้รับรายรับรวมที่สูงขึ้น

ในช่วงที่  $|E_p| = 1$  จะเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการได้รับรายรับรวมสูงสุด

ในช่วงที่  $|E_p| < 1$  ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์ในการเพิ่มราคาสินค้าขึ้นไป ก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบการจะได้รับรายรับรวมที่สูงขึ้น (แต่ก็จะส่งผลให้ขายสินค้าได้ในปริมาณที่น้อยลง)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณาว่า การตั้งราคา ณ ระดับราคาใดจึงจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีรายรับรวมเพิ่มสูงขึ้น ณ ระดับราคาใดจึงจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีรายรับรวมสูงสุด และ ณ ระดับราคาใดจึงจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีรายรับรวมลดลง