



สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

# MICROECONOMICS

## เศรษฐศาสตร์จุลภาค

วรรณสินท์ สัตยานุวัตร

# สารบัญ

สารบัญรูป	(13)	
สารบัญตาราง	(19)	
คำนำ	(21)	
<b>บทที่ 1</b>	<b>ปรุ่อบทเศรษฐศาสตร์</b>	<b>1</b>
	หลักสืบประการทางเศรษฐศาสตร์	2
	ทฤษฎี หลักการ และแบบจำลอง	12
	หลักการและการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์	14
	แบบจำลองทางเศรษฐกิจ	14
	เศรษฐศาสตร์จุลภาคและเศรษฐศาสตร์มหภาค และมีติอื่น ๆ	19
	ปัญหาทางเศรษฐศาสตร์	23
	สรุปท้ายบท	26
	ภาคผนวก: ตัวอย่างแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญ	28
	แบบฝึกหัดท้ายบท	31
<b>บทที่ 2</b>	<b>อุปสงค์ อุปทาน และสมดุลทางตลาด</b>	<b>34</b>
	ตลาดกับการแข่งขัน	34
	อุปสงค์	36
	อุปทาน	47
	อุปสงค์และอุปทาน	53
	สรุปท้ายบท	61
	แบบฝึกหัดท้ายบท	62
<b>บทที่ 3</b>	<b>ความยืดหยุ่น</b>	<b>65</b>
	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์	65
	ความยืดหยุ่นของอุปทาน	91
	ตัวอย่างของการประยุกต์ใช้อุปสงค์ อุปทาน และความยืดหยุ่น	97
	สรุปท้ายบท	100
	แบบฝึกหัดท้ายบท	101

<b>บทที่ 4</b>	<b>อุปสงค์ อุปทาน และนโยบายของรัฐ</b>	<b>104</b>
	การควบคุมราคา	104
	การเก็บภาษี	112
	ตลาดสำหรับสินค้าผิดกฎหมาย	117
	สรุปท้ายบท	118
	แบบฝึกหัดท้ายบท	120
<b>บทที่ 5</b>	<b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b>	<b>122</b>
	วิธีอรรถประโยชน์	122
	วิธีความพอใจ: เส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ	136
	สรุปท้ายบท	158
	แบบฝึกหัดท้ายบท	159
<b>บทที่ 6</b>	<b>ผลกระทบต่อภายนอก</b>	<b>162</b>
	ความล้มเหลวของตลาดและผลกระทบต่อภายนอก	162
	ผลกระทบต่อภายนอกกับความไม่มีประสิทธิภาพของตลาด	165
	นโยบายสาธารณะต่อผลกระทบต่อภายนอก	169
	วิธีเอกชนกับผลกระทบต่อภายนอก	172
	เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยมลพิษ	174
	ผลกระทบต่อภายนอกจากเครือข่าย	178
	สรุปท้ายบท	179
	แบบฝึกหัดท้ายบท	180
<b>บทที่ 7</b>	<b>สินค้าสาธารณะและทรัพยากรที่ใช้ร่วมกัน</b>	<b>182</b>
	ประเภทต่างๆ ของสินค้า	183
	สินค้าสาธารณะ	185
	ทรัพยากรที่ใช้ร่วมกัน	196
	ความสำคัญของกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน	199
	การเลือกเพื่อสาธารณะ	200
	สรุปท้ายบท	202
	แบบฝึกหัดท้ายบท	204

<b>บทที่ 8</b>	<b>ต้นทุนการผลิตและการผลิตในระยะสั้น</b>	<b>206</b>
	สิ่งป้อนเข้าและผลผลิต	207
	ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์	207
	การผลิตในระยะสั้น	213
	ต้นทุนการผลิตในระยะสั้น	219
	ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนประเภทต่างๆ ในการผลิตในระยะสั้น	225
	การเคลื่อนที่ของเส้นต้นทุนการผลิตในระยะสั้น	232
	สรุปท้ายบท	233
	แบบฝึกหัดท้ายบท	235
<b>บทที่ 9</b>	<b>ต้นทุนการผลิตและการผลิตในระยะยาว</b>	<b>238</b>
	ระยะสั้นและระยะยาว	238
	การผลิตในระยะยาว	240
	ต้นทุนในระยะยาว	248
	ต้นทุนระยะยาวและโครงสร้างอุตสาหกรรม	257
	สรุปท้ายบท	265
	แบบฝึกหัดท้ายบท	266
<b>บทที่ 10</b>	<b>ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ในระยะสั้น</b>	<b>269</b>
	ตลาดแข่งขันสมบูรณ์	270
	การทำกำไรสูงสุดและเส้นอุปทานของหน่วยผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์	275
	เส้นอุปทานในระยะสั้นของตลาดในตลาดแข่งขันสมบูรณ์	288
	สรุปท้ายบท	292
	แบบฝึกหัดท้ายบท	293
<b>บทที่ 11</b>	<b>ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ในระยะยาว</b>	<b>297</b>
	เส้นอุปทานในระยะยาวของหน่วยการผลิต	297
	เส้นอุปทานในระยะยาวของตลาดในตลาดแข่งขันสมบูรณ์	301
	เส้นอุปทานในระยะยาวของตลาดกรณีต้นทุนไม่คงที่	307
	เหตุผลที่หน่วยผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ยังคงดำเนินธุรกิจแม้ว่ากำไรเป็นศูนย์	310
	การแข่งขันสมบูรณ์และประสิทธิภาพ	311

สรุปท้ายบท	313
แบบฝึกหัดท้ายบท	315
<b>บทที่ 12 ตลาดผูกขาด</b>	<b>317</b>
การเกิดขึ้นของตลาดผูกขาด	317
การกำหนดปริมาณการผลิตและการตั้งราคาของหน่วยผลิตในตลาดผูกขาด	321
ต้นทุนสวัสดิการอันเกิดจากการมีตลาดผูกขาด	330
ความซับซ้อนเกี่ยวกับต้นทุน	334
การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติ	337
นโยบายสาธารณะสำหรับตลาดผูกขาด	340
สรุปท้ายบท	343
แบบฝึกหัดท้ายบท	345
<b>บทที่ 13 ตลาดแข่งขันเชิงผูกขาด</b>	<b>348</b>
เปรียบเทียบตลาดผูกขาดและตลาดแข่งขันสมบูรณ์	348
การแข่งขันด้วยสินค้าที่แตกต่างกัน	355
การโฆษณา	369
ตลาดแข่งขันเชิงผูกขาด: ความผสมผสานระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์ และตลาดผูกขาด	371
สรุปท้ายบท	372
ภาคผนวก: ตัวอย่างทางคณิตศาสตร์กระบวนการของตลาดแข่งขันเชิงผูกขาด	373
แบบฝึกหัดท้ายบท	376
<b>บทที่ 14 ตลาดผูกขาดโดยผู้ขายน้อยราย</b>	<b>379</b>
ตลาดที่มีผู้ขายสองสามราย	379
เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยความร่วมมือ	387
แบบจำลองว่าด้วยการกำหนดราคาตลาดผูกขาดโดยผู้ขายน้อยราย	392
นโยบายสาธารณะที่มีต่อตลาดผูกขาดโดยผู้ขายน้อยราย	397
สรุปท้ายบท	397
แบบฝึกหัดท้ายบท	398

<b>บทที่ 15 ตลาดปัจจัยการผลิต</b>	<b>402</b>
อุปสงค์ต่อแรงงาน	402
อุปทานของแรงงาน	408
ดุลยภาพหรือสมดุลของตลาดแรงงาน	411
ตลาดปัจจัยการผลิตอื่นๆ: ที่ดินและทุน	414
ภาพรวมตลาดปัจจัยการผลิต	416
สรุปท้ายบท	417
แบบฝึกหัดท้ายบท	418
เอกสารอ้างอิง	421
ดัชนี (Index)	423
ประวัติผู้เขียน	437

## ตลาดสำหรับสินค้าผิดกฎหมาย

สินค้าในตลาดจำนวนหนึ่งเป็นสินค้าผิดกฎหมาย ยกตัวอย่างเช่น ยาเสพติด ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่ตลาดสำหรับยาเสพติดยังคงมีอยู่จริงและมูลค่าตลาดของสินค้ากลุ่มนี้มีมูลค่าสูงมาก การวิเคราะห์ตลาดประเภทนี้ใช้หลักการวิเคราะห์ที่ไม่แตกต่างไปจากการวิเคราะห์ทั่วไป การวิเคราะห์เริ่มต้นจากพิจารณาว่าเป็นสินค้าไม่ผิดกฎหมายทั่วไป และพิจารณาว่าเป็นสินค้าผิดกฎหมาย

### 1. ตลาดยาเสพติด

รูปที่ 4-11 แสดงตลาดยาเสพติด เส้นอุปสงค์ (D) และเส้นอุปทาน (S) เป็นเหมือนเส้นทั่วไป คือ อุปสงค์เป็นไปตามกฎอุปสงค์และอุปทานเป็นไปตามกฎอุปทาน ถ้าตลาดยาเสพติดเป็นสินค้าถูกกฎหมายเหมือนสินค้าทั่วไป คุณภาพจะปรากฏ ณ จุด E โดยมีปริมาณดุลยภาพและราคาดุลยภาพเท่ากับ  $Q_C$  และ  $P_C$

### 2. ตลาดสินค้าผิดกฎหมาย

เมื่อยาเสพติดเป็นสินค้าผิดกฎหมาย การซื้อและขายยาเสพติดส่งผลให้เกิดบทลงโทษซึ่งส่งผลให้ต้นทุนของผู้ซื้อและผู้ขายเพิ่มขึ้น หากบทลงโทษสูงและการบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากเท่าไร ยิ่งส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นเท่านั้น บทลงโทษสามารถเกิดขึ้นกับผู้ขาย ผู้ซื้อ และทั้งผู้ซื้อและผู้ขายพร้อมๆ กัน

(1) **บทลงโทษต่อผู้ขาย** ส่งผลให้ต้นทุนของผู้ขายสูงขึ้น ส่งผลให้เส้นอุปทานเคลื่อนที่ขึ้นชันขึ้นบน (ณ ปริมาณผลผลิตเท่าเดิม ราคาปรับตัวสูงขึ้น) หรือพิจารณาว่าเส้นอุปทานเคลื่อนที่ขึ้นชันไปทางซ้าย (ณ ราคาเท่าเดิม ปริมาณผลผลิตลดลง) กำหนดให้ต้นทุนที่สูงขึ้นคือ ต้นทุนที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย (Cost of Breaking the law) เส้นอุปทานกลายเป็น  $S+CBL$  ดังนั้นเมื่อกฎหมายบัญญัติให้มีบทลงโทษต่อผู้ขายส่งผลให้จุดดุลยภาพเปลี่ยนจากจุด E เป็นจุด F

(2) **บทลงโทษต่อผู้ซื้อ** ส่งผลให้ต้นทุนของผู้ซื้อสูงขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนที่ขึ้นชันลง (ณ ปริมาณอุปสงค์เท่าเดิม ราคาลดลง) หรือพิจารณาว่าเส้นอุปสงค์เคลื่อนที่ขึ้นชันไปทางซ้าย (ณ ราคาเท่าเดิม ปริมาณอุปสงค์ลดลง) ในหลักการต้นทุนที่สูงขึ้นคือ ต้นทุนที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย (Cost of Breaking the Law) เส้นอุปสงค์กลายเป็น  $D-CBL$  ดังนั้นเมื่อกฎหมายบัญญัติให้มีบทลงโทษต่อผู้ซื้อส่งผลให้จุดดุลยภาพเปลี่ยนจากจุด E เป็นจุด G

(3) **บทลงโทษต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย** เมื่อบทลงโทษมีต่อทั้งผู้ขายและผู้ซื้อส่งผลให้ต้นทุนของทั้งผู้ขายและผู้ซื้อปรับตัวสูงขึ้น ต้นทุนที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายส่งผลให้เส้นอุปทานและเส้นอุปสงค์เคลื่อนที่ขึ้นชันไปทางซ้าย จุดดุลยภาพใหม่กลายเป็นจุด H ผลที่ปรากฏคือ ราคาไม่ได้เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับราคาก่อนบัญญัติบทลงโทษคือ คงเดิมที่  $P_C$

### กรอบที่ 7-3

### การลงคะแนนเสียงในฐานะที่เป็นสินค้าสาธารณะ

ความจริงประการหนึ่งคือ คนจำนวนมากไม่ไปลงคะแนนเสียงไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้งหรือการทำประชามติ (แม้ว่ารัฐธรรมนูญไทยนับตั้งแต่ฉบับปี 2540 กำหนดให้การเลือกตั้งเป็นหน้าที่) ถ้าพิจารณาด้วยเหตุและผลอาจจะเห็นได้ว่า คนเหล่านี้มีพฤติกรรมแบบ Self-Defeating ที่สมเหตุสมผล ส่งผลให้เป็น Free-Rider ในที่สุด

พิจารณาการลงประชามติรัฐธรรมนูญของไทย ผู้มีสิทธิเลือกตั้งท่านหนึ่งเป็นหนึ่งในจำนวน 50 ล้านคนของผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด ผู้มีสิทธิเลือกตั้งท่านนี้ได้ประเมินพบว่า ถ้ารัฐธรรมนูญผ่านการรับรองประชามติ ประชาชนในประเทศจะได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นคิดเป็น 1,000 บาทต่อคน สมมติให้ค่าเสียโอกาสทั้งค่าใช้จ่ายและเวลาในการลงประชามติเท่ากับ 25 บาท ค่าถามคือ ผู้มีสิทธิคนนี้ควรไปลงคะแนนหรือไม่ คำตอบสำหรับการพิจารณาด้วยความมีเหตุมีผลโดยมุ่งผลประโยชน์ส่วนตัวคนสูงสุด ตอบว่า “ไม่” ด้วยเหตุผลดังนี้

ถ้ารัฐธรรมนูญผ่านการรับรองประชามติ ผู้มีสิทธิท่านนี้ได้ประโยชน์เท่าๆ กับคนที่ไปลงประชามติ เนื่องจากประโยชน์จากการที่รัฐธรรมนูญผ่านการลงประชามติเป็น Non-Excludable ในทางตรงกันข้าม ถ้ารัฐธรรมนูญไม่ผ่านการรับรองประชามติ การลงคะแนนรับรองรัฐธรรมนูญของผู้มีสิทธิท่านนี้ไม่ได้ส่งผลเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ของการลงประชามติ ดังนั้นไม่ว่าผลลัพธ์รัฐธรรมนูญจะผ่านหรือไม่ผ่าน การไม่ไปลงคะแนน หรือการเป็น Free Rider จะทำให้ผู้มีสิทธิท่านนี้ประหยัดค่าเสียโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้เท่ากับ 25 บาท

ดังนั้น เนื่องด้วยผลการลงประชามติเป็นสินค้าสาธารณะซึ่ง Non-Excludable จำนวนผู้ลงคะแนนจึงเป็นจำนวนที่น้อยกว่าจำนวนประสิทธิภาพสูงสุดของทั้งระบบ

การมีผู้ออกมาลงคะแนนเสียงน้อยมิได้เป็นปัญหาของไทยเท่านั้น ประเด็น Non-Excludable นำไปสู่การเป็น Free-Rider เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับทุกการเลือกตั้งในโลก สิ่งที่แต่ละประเทศพยายามทำคือ ลดต้นทุนการออกมาลงคะแนนของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในประเทศ และกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนในประเทศ ข้อมูลของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย รายงานการลงประชามติรับรองรัฐธรรมนูญในวันที่ 7 สิงหาคม 2559 มีจำนวนผู้มีสิทธิทั้งหมด 50,071,589 คน มีจำนวนผู้ลง 29,740,677 คน คิดเป็นร้อยละ 59.39 ของจำนวนผู้มีสิทธิทั้งหมด

**ที่มา:** ประยุกต์มาจาก Paul Krugman and Robin Wells, *Economics*. 2<sup>nd</sup> Edition (Worth Publishers, 2009), p.467.



## เหตุผลที่หน่วยผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ยังคงดำเนินธุรกิจแม้ว่ากำไรเป็นศูนย์

การที่กำไรเป็นศูนย์อาจจะพิจารณาว่าไม่สมเหตุสมผลที่หน่วยผลิตยังคงดำเนินธุรกิจต่อไป ประเด็นสำคัญคือ กำไรที่กล่าวถึงคือ ผลกำไรเชิงเศรษฐกิจ (Economic Profit)

ผลกำไรเชิงเศรษฐกิจ หมายถึง ผลต่างระหว่างรายรับรวมและต้นทุนรวม ( $\text{Profit} = \text{TR} - \text{TC}$ ) โดยที่ต้นทุนรวมประกอบด้วยต้นทุนจ่ายจริง (Explicit Cost) และต้นทุนโดยปริยาย (Implicit Cost) ดังนั้นการที่หน่วยผลิตได้กำไรทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับศูนย์ หมายความว่า รายรับที่เกิดขึ้นครอบคลุมเพียงพอกับค่าเสียโอกาสที่ไม่ได้เกิดจ่ายจริงแล้ว พิจารณาสองกรณีต่อไปนี้

### 1. กรณีหน่วยผลิต

หน่วยผลิตแห่งหนึ่งตัดสินใจเริ่มดำเนินธุรกิจด้วยเงินลงทุนส่วนตัวซึ่งเป็นเงินฝากประจำ ธนาคารพาณิชย์ได้ผลตอบแทนอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อปี จำนวนเงินลงทุนเท่ากับ 1,000,000 บาท เจ้าของหน่วยผลิตรายนี้เคยเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยได้เงินเดือน 38,000 บาท ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการนำเงินส่วนตัวมาทำธุรกิจและลาออกจากการเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยจึงมีค่าเสียโอกาสรวมต่อปีเท่ากับ 476,000 บาท คิดเป็นดอกเบี้ยเงินฝากเท่ากับ 20,000 บาท และรายได้จากการเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยเท่ากับ 456,000 บาท ( $= 38,000 \times 12$ ) ผู้ประกอบการรายนี้ได้กำไรทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับศูนย์ รายได้ที่ได้รับเป็นจำนวนที่มากพอครอบคลุมค่าเสียโอกาสจากดอกเบี้ยเงินฝากและรายได้ประจำที่เคยได้ครบถ้วนแล้ว

จากที่ได้นำเสนอในบทที่ 8 เรื่องต้นทุนการผลิตและการผลิตในระยะสั้น การพิจารณาต้นทุนรวมในทางเศรษฐศาสตร์และทางบัญชีมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน ในทางบัญชีพิจารณาเฉพาะต้นทุนจ่ายจริงเป็นหลักเท่านั้นโดยไม่ได้พิจารณาค่าเสียโอกาสจากต้นทุนโดยปริยาย ในขณะที่ทางเศรษฐศาสตร์พิจารณาต้นทุนทั้งสองประเภท ดังนั้นการที่กำไรทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับศูนย์ หมายความว่า กำไรทางบัญชีเป็นบวก โดยปรากฏกำไรที่เท่ากับค่าเสียโอกาสจากต้นทุนโดยปริยายพอดี ด้วยเหตุนี้การที่กำไรทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับศูนย์จึงส่งผลให้หน่วยผลิตยังคงดำเนินธุรกิจต่อไป

### 2. กรณีทิ้งอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาทั้งอุตสาหกรรม การเข้าและออกจากตลาดได้อย่างเสรีส่งผลให้ทั้งอุตสาหกรรมเผชิญกับกำไรเป็นศูนย์ซึ่งไม่ได้หมายความว่าทั้งอุตสาหกรรมจะหยุดดำเนินงาน แต่กำไรเป็นศูนย์หมายถึงอุตสาหกรรมดังกล่าวหยุดการเติบโตเนื่องจากไม่มีแรงจูงใจให้รายใหม่เข้าสู่ตลาด

### กรอบที่ 13-4 คำนายหน้าสำหรับตัวแทนอสังหาริมทรัพย์

ในปัจจุบัน (ปี 2561) การซื้อขายและการเช่าอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่เกิดจากตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Agent) โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดการเช่าคอนโดมิเนียมให้กับชาวต่างประเทศที่ทำงานในประเทศไทย (Expatriate หรือเรียกสั้นๆ ว่า กลุ่ม Expat) เจ้าของคอนโดมิเนียมที่มีความประสงค์ให้เขาจะประกาศหาผู้เช่าในอินเทอร์เน็ต หรือนำมาเสนอกับตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ ในขณะที่ตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ ก็จะมีแรงจูงใจชวนขายหาคอนโดมิเนียมที่ผู้เช่าต้องการปล่อยเช่าเช่นกัน ผู้เช่าจะติดต่อหาตัวแทนอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้แนะนำคอนโดมิเนียมตามราคาเช่าที่ต้องการ

อัตราค่าการใช้บริการตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ หรือค่านายหน้าคือ ค่าตอบแทนที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์จ่ายให้กับตัวแทนอสังหาริมทรัพย์เมื่อสามารถหาผู้เช่า หรือขายอสังหาริมทรัพย์ได้ สำหรับประเทศไทยอัตราค่านายหน้าเป็นดังนี้

- อัตราค่านายหน้าสำหรับการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เท่ากับร้อยละ 3 ของราคาขาย เช่น ราคาอสังหาริมทรัพย์ซื้อขายในราคา 4 ล้านบาท ตัวแทนอสังหาริมทรัพย์จะได้รับค่าบริการเท่ากับร้อยละ 3 ของ 4 ล้านบาท เท่ากับ 120,000 บาท (ในบางพื้นที่อัตราค่านายหน้าอาจจะแตกต่างกันไป เช่น ในเมืองพัทยา อัตราค่านายหน้าเท่ากับร้อยละ 3 ถึงร้อยละ 7 ของราคาซื้อขาย) โดยส่วนใหญ่ผู้ขายเป็นผู้จ่ายค่าบริการ

- อัตราค่านายหน้าสำหรับการเช่าอสังหาริมทรัพย์เท่ากับ อัตราค่าเช่า 1 เดือนต่อสัญญาเช่า 1 ปี เช่น อัตราค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์เดือนละ 20,000 บาท สัญญาเช่า 1 ปี อัตราค่านายหน้าที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์จ่ายเท่ากับ 20,000 บาท (ในบางพื้นที่อัตราค่านายหน้าอาจจะแตกต่างกันไป เช่น ในเมืองพัทยา อัตราค่านายหน้าเท่ากับร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 10 ของค่าเช่ารายเดือน)

ตลาดตัวแทนอสังหาริมทรัพย์สอดคล้องกับตลาดแข่งขันเชิงผูกขาดเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ในแต่ละพื้นที่เช่นกรุงเทพฯ ตัวแทนฯ ต่างๆ ล้วนแข่งขันกันหาสินค้า (คอนโดมิเนียมหรือบ้าน) จากเจ้าของและนำเสนอต่อผู้ต้องการซื้อหรือต้องการเช่า ตัวแทนฯ แต่ละรายต่างมีความแตกต่างกันในสินค้าที่อยู่ในมือ ทั้งในแง่ทำเลที่ตั้ง (เช่น ในเขตศูนย์กลางทางธุรกิจของกรุงเทพฯ หรือเขตชานเมืองจากส่วนต่อขยายของรถไฟฟ้า) และกลุ่มลูกค้า (เช่น ลูกค้าชาวญี่ปุ่น ลูกค้าชาวจีน เป็นต้น) ตลอดจนประเภทของอสังหาริมทรัพย์ (เช่น คอนโดมิเนียมราคา 3 แสนบาทต่อตารางเมตรขึ้นไป หรือราคา 1-2 แสนบาทต่อตารางเมตร หรือราคาต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อตารางเมตร เป็นต้น) แต่สิ่งที่เหมือนกันสำหรับทุกตัวแทนอสังหาริมทรัพย์

[www.wanasin.org](http://www.wanasin.org)

ตัวอย่าง

ISBN 978-616-314-510-9



9 786163 145109

ราคา 400 บาท  
หมวดเศรษฐศาสตร์

<http://www.thammasatpress.tu.ac.th>