

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสารและแนวคิดทฤษฎี

#### การตรวจเอกสาร

วิโชค (2532) ศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของไทยในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริงกับนโยบายของรัฐที่วางไว้ รวมถึงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวของไทยลักษณะอุปสงค์การท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจากตลาดที่สำคัญของไทย อีกทั้งเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบในแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวในรูปแบบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยจำแนกตามถิ่นที่อยู่รวม 6 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมันตะวันตก และฝรั่งเศส

การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทฤษฎีมีรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 ถึง ปี พ.ศ. 2530 รวมทั้งสิ้น 10 ปี นำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้แบบจำลองในสมการถดถอยเชิงเส้นนำมาทำการวัดขนาดผลกระทบจากตัวแปรต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นตามแนวคิดเชิงทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยผันแปรอิสระของราคาค่าโดยสารเครื่องบินกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและการสนองตอบของนักท่องเที่ยวจากประเทศทั้ง 6 ที่มีต่อปัจจัยผันแปรดังกล่าวมีความยืดหยุ่นต่ำ ปัจจัยผันแปรของราคาโรงแรมเฉลี่ยต่อหัวกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความยืดหยุ่นต่ำเช่นกัน

จากการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาจะนำแนวทางในการศึกษาเรื่องอุปสงค์มาปรับใช้กับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกพิจารณาความสัมพันธ์ของขนาดและทิศทางของปัจจัยราคากับรายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวรวมถึงแนวคิดด้านความยืดหยุ่นมาศึกษาด้วย

พิเชษฐ์ (2543) วิเคราะห์การส่งออกสินค้าเกษตรไม่แปรรูปของไทยภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาสภาพทั่วไปของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน บทบาทของนโยบายการเปิดเสรีการค้าสินค้าเกษตรไม่แปรรูปตามข้อตกลงดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกไปยังประเทศในเขตการค้าเสรีอาเซียน โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ถึงผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยสำคัญ ๆ อีกทั้งยังใช้ทฤษฎีอุปสงค์ช่วยในการกำหนดปัจจัยต่าง ๆ การศึกษาทำด้วยวิธีทางเศรษฐมิติโดยใช้แบบจำลอง สมการพหุคูณ (Multiple Regression Model) เพื่อคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออก

ผลการศึกษานโยบายการเปิดเสรีสินค้าเกษตรภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน พบว่า สินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่ประเทศสมาชิกอาเซียนให้ความคุ้มครองมากที่สุด การเปิดเสรีสินค้าเกษตรของไทยส่วนใหญ่จะนำไปสู่การเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างกัน และผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณพบว่า ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาและความยืดหยุ่นต่อรายได้หลังมีนโยบายเปิดเสรีการค้ามีมากขึ้น และในประเทศมาเลเซียและอาเซียนมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคามากกว่าหนึ่ง แสดงให้เห็นว่าราคาส่งออกที่เปลี่ยนแปลงจะมีผลต่อปริมาณการส่งออก

ในการตรวจสอบเอกสารผู้ศึกษาจะนำแนวทางในการศึกษาเรื่องการเปิดเสรีการค้ามาปรับใช้กับการศึกษาในครั้งนี้โดยศึกษานโยบายของรัฐบาล สภาพการแข่งขัน เพื่อให้เข้าใจจิตความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น

สิทธิศักดิ์ (2546) ศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยวัดค่าอุปสงค์เป็นปริมาณวันที่นักท่องเที่ยวพำนักในประเทศไทยในการศึกษาได้จำแนกฟังก์ชันอุปสงค์ตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม ได้แก่ สัญชาติญี่ปุ่นและสัญชาติเยอรมันและพิจารณาให้ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านอุปสงค์ท่องเที่ยวทั้งวิธีเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทั้งด้านขนาดและทิศทางระหว่างราคาในการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งในปัจจุบันและปีก่อน ผลการศึกษพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ถูกกำหนดจากปัจจัย 7 ประการ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทยในปีที่  $i$  และปีที่  $i-1$  ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศมาเลเซียในปีที่  $i$  และปีที่  $i-1$  รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวในปีที่  $i$  และปีที่  $i-1$  จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันในปีที่  $i$  และปีที่  $i-1$  และการจัดปีเทศกาลส่งเสริม

การท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวสัญชาตินี้การท่องเที่ยวในประเทศไทยและการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียสามารถทดแทนกันได้ ในกรณีประเทศญี่ปุ่นพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวสัญชาตินี้ถูกกำหนดจากปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทยในปีที่  $i$  และรายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวในปีที่  $i$  สำหรับนักท่องเที่ยวสัญชาตินี้การท่องเที่ยวในประเทศไทยและการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียเกี่ยวข้องกันและไม่สามารถทดแทนกันได้

จากการตรวจสอบเอกสารวิธีที่ใช้ศึกษาในเป็นการศึกษาข้ามช่วงเวลา โดยมีการใช้ระยะเวลาในปีที่  $i$  และปีที่  $i-1$  มาเปรียบเทียบกันซึ่งสามารถทำให้มีจำนวนตัวแปรที่เพิ่มขึ้น และสามารถอธิบายปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ได้ชัดเจน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงจะนำวิธีการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้กับงานศึกษาในครั้งนี้รวมทั้งจะนำวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมาร่วมเป็นแนวทางในการศึกษาด้วย

ชั้นฤทัย และคณะ (2547) ทบทวนสถานการณ์และองค์ความรู้เกี่ยวกับการค้าบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสุขภาพ โดยศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลของการเปิดเสรีการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพต่อระบบสุขภาพไทยเป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมจากเอกสาร (documental research) ซึ่งทำการศึกษาในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเกี่ยวกับการค้าบริการข้ามพรมแดน (CROSS BORDER TRADE) ซึ่งในด้านบริการสุขภาพ ประเทศไทยมีความพยายามที่จะพัฒนาคุณภาพบริการทางการแพทย์โดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารเข้ามาสนับสนุนการจัดบริการ เช่น ผ่านทางวิทยุ หรือบริการการแพทย์ทางไกลผ่านดาวเทียมในการให้คำปรึกษาทางการแพทย์แก่หน่วยบริการที่อยู่ในท้องถิ่นห่างไกลหรือในลักษณะเป็นโครงการทดลองร่วมกับต่างประเทศ ทั้งนี้จากรายงานการศึกษาวิจัยที่มีอยู่ไม่ปรากฏรายงานว่ามีหน่วยบริการสุขภาพในภาครัฐหรือเอกชนที่จัดการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพข้ามพรมแดน

2. การวิจัยการใช้บริการต่างแดน (CONSUMPTION ABROAD) การศึกษาพบว่ารัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการส่งออกธุรกิจบริการสุขภาพมาตั้งแต่ปี 2541 หรือหลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจและเล็งเห็นศักยภาพของการแพทย์ไทยที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ งานวิจัยชิ้นแรก ๆ เป็นการสำรวจการใช้บริการสุขภาพชาวต่างชาติในประเทศ โดยเห็นว่าชาวญี่ปุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงที่จะมาใช้บริการในประเทศไทย และเห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพที่จะให้บริการเป้าหมายลูกค้านี้ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับแบบแผนการใช้บริการสุขภาพในประเทศไทย

ของชาวต่างชาติเป็นกรณีศึกษาจากโรงพยาบาลเอกชนบางแห่งที่มีชาวต่างชาติมาใช้บริการ พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่พบในขณะนั้นคือเรื่องภาษา อย่างไรก็ตามการส่งเสริมการมาใช้บริการรักษาพยาบาลในประเทศไทยเพิ่มขึ้น หรือการเสนอให้ประเทศไทยเป็นทางเลือกของชาวต่างชาติในด้านบริการสุขภาพนั้น จำเป็นต้องรู้พฤติกรรมการตัดสินใจในระดับปัจเจกของลูกค้ำ

3. การตั้งหน่วยธุรกิจในด้าน (COMMERCIAL PRESENCE) จากข้อมูลที่มีอยู่ ไม่เพียงพอที่จะระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติดังกล่าว ในธุรกิจบริการสุขภาพ ซึ่งจำเป็นที่ต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเข้าใจชัดเจนขึ้น และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรื่องการทำงานของบุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข ซึ่งอาจนำไปสู่การปรับรูปแบบบริการและการจัดการการเงินและการคลังสาธารณสุขให้เหมาะสมกับยุคการค้าเสรีต่อไป

4. การประกอบวิชาชีพในต่างประเทศเป็นการชั่วคราว (PRESENCE OF NATURAL PERSON) จากรายงานการศึกษาเท่าที่รวบรวมได้ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการเข้ามาทำงานประกอบวิชาชีพทางการแพทย์และสาธารณสุขของบุคคลต่างด้าว

จากการตรวจสอบเอกสารการศึกษาสถานการณ์และองค์ความรู้เกี่ยวกับการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลของการเปิดเสรีการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพต่อระบบสุขภาพไทย จะนำรายละเอียดและเนื้อหาส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริการรักษาพยาบาลโดยเน้นใช้เนื้อหาเชิงพรรณนาของหัวข้อการวิจัยในข้อ 2 ซึ่งก็คือการวิจัยการใช้บริการต่างแดน (CONSUMPTION ABROAD)

ศุภสิทธิ์ และ ครรชิต (2548) ศึกษาผลกระทบของการเปิดเสรีการค้าบริการด้านสุขภาพต่อประเทศไทยและเสนอแนะทำที่ต่อการเปิดเสรีดังกล่าว ระเบียบวิธีวิจัย ใช้การทบทวนวรรณกรรมและการประเมินผลกระทบเชิงปริมาณจากข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งแนวทางการศึกษานั้นแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การทบทวนวรรณกรรม ทบทวนวรรณกรรมในประเด็นต่อไปนี้เป็นสมมติฐานในการประเมินผลกระทบขนาดของการค้าด้านสุขภาพข้ามพรมแดน เช่น การแพทย์ทางไกล การลงทุนต่างประเทศความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ เพื่อหาตัวแปรที่อธิบายและตัวแปรแทรกซ้อนกลไกการจัดการในประเทศต่าง ๆ เพื่อปกป้องสวัสดิภาพด้านสุขภาพของประชาชน

2. การประมาณการผลกระทบในเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทฤษฎีภูมิเพื่อประมาณว่าการเปิดเสรีการค้าบริการในรูปแบบต่าง ๆ จะทำให้อุปสงค์ต่อบริการสุขภาพของประชาชนเปลี่ยนแปลงอย่างไร โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ทำให้อุปทานของระบบบริการสุขภาพต้องปรับตัวอย่างไร แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการประมาณการผลกระทบในเชิงปริมาณ ได้แก่

2.1 การสำรวจสภาวะอนามัยและสวัสดิภาพครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2546

2.2 การกระจายของบุคคลกรสาธารณสุข รัฐ-เอกชน

การประเมินผลกระทบเชิงปริมาณสร้างเหตุการณ์สมมติว่ามีผู้ป่วยต่างชาติเข้ามาใช้บริการปีละ 1 แสนคน จะส่งผลให้แพทย์สูญเสียไปสู่ภาคเอกชน 200-400 คน นอกจากนี้การสูญเสียแพทย์ยังทำให้ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีคุณภาพด้อยลง ทำให้ประชาชนเพิ่มอุปสงค์ต่อบริการภาคเอกชนมากขึ้น ทำให้สูญเสียแพทย์สู่ภาคเอกชนเพิ่มขึ้นอีก 40-300 คน รวมเป็นการสูญเสียแพทย์ 240-600 คน หรือสูญเสียมูลค่าการลงทุนผลิตแพทย์ 420-1,260 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีผลถึงสวัสดิการด้านสุขภาพที่ประชาชนผู้ด้อยโอกาสไม่ได้รับอีกด้วย เมื่อให้อุปสงค์ต่อบริการสุขภาพของไทยเพิ่มต้องคำนึงถึงสมดุลที่เหมาะสม เช่น การนำเข้าบุคลากรสุขภาพจากต่างชาติ แต่ทั้งหมดนี้ควรเป็นไปด้วยการไม่เอาัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน ควรมีระบบพัฒนาคนและโครงสร้างพื้นฐานให้แต่ละประเทศได้รับประโยชน์ตามหลักการความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบมากที่สุด

จากการตรวจสอบเอกสารงานวิจัย จะนำส่วนเนื้อหาในเรื่องของอุปสงค์ที่มีต่อการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลเอกชนมาใช้เป็นส่วนประกอบในการศึกษาด้วยวิธีพรรณนาในงานศึกษาครั้งนี้

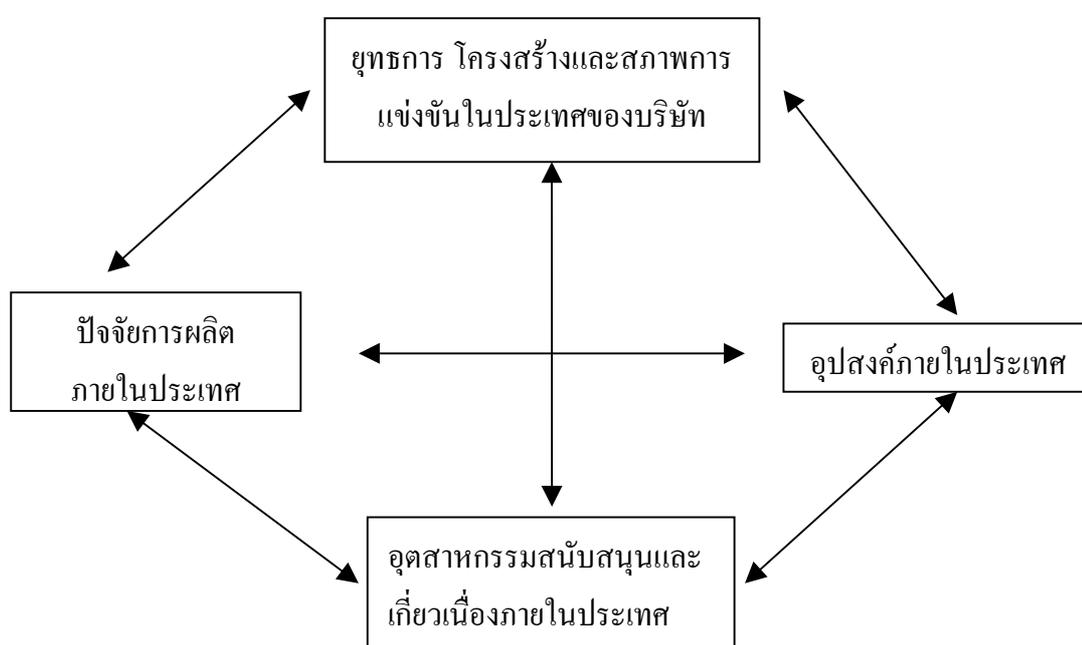
### แนวคิดทางทฤษฎี

#### ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage Theory)

Michael (1990) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ The Competitive Advantage of Nations ว่าปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศที่อยู่ 4 ปัจจัย คือ

1. สภาพปัจจัยการผลิต
2. อุปสงค์ภายในประเทศ
3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ
4. ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท

ทั้ง 4 ปัจจัยล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและประกอบเข้าเป็นระบบเดียวกันเรียกว่า ระบบเพชร ซึ่งสามารถแสดงได้ดังในภาพที่ 2



**ภาพที่ 2** ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ

ที่มา: สุรชัย (2536: 15)

สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับบทบาทของปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าว ที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้(สุรชัย, 2536: 37-65)

1. **สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition)** ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน ในการจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตแบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็น 2 ลำดับขั้นคือ ปัจจัยพื้นฐาน และปัจจัยขั้นสูง ปัจจัยพื้นฐานหมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงานที่ไม่ชำนาญ (unskilled labor) และกึ่งชำนาญ (semiskilled labor) รวมทั้งทุนประเภทหนี้ (debt capital)

ปัจจัยขั้นสูงหมายถึงโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมสมัยใหม่ บุคคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมในระดับสูง (วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ นักบริหาร เป็นต้น) ปัจจัยพื้นฐานเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันต่ำ เพราะปัจจัยพื้นฐานสามารถทดแทนได้ด้วยสิ่งอื่นในประเทศเดียวกันหรือทดแทนได้ด้วยสิ่งเดียวกันในประเทศอื่น ส่วนปัจจัยขั้นสูงมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงเพราะไม่สามารถทดแทนได้ด้วยสิ่งอื่น ๆ ในประเทศเดียวกันหรือทดแทนได้ด้วยสิ่งเดียวกันในประเทศอื่น

**2. อุปสงค์ในประเทศ (Demand Condition)** ประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ในประเทศที่ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ดีกว่าหรือก่อนประเทศอื่น ข้อแตกต่างระหว่างลักษณะของอุปสงค์ในประเทศของประเทศต่าง ๆ ก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างประเทศ ในด้านความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ อุปสงค์ในประเทศมีลักษณะ 3 ข้อที่สำคัญต่อการเสริมสร้างรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ

2.1 ส่วนประกอบของอุปสงค์ในประเทศในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Segment Structure of Demand) ตลาดบางส่วนมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับตลาดโลก ในขณะที่ตลาดบางส่วนมีอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างจากตลาดโลกมาก บริษัทจึงมักจะได้รับความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก ถ้าตลาดส่วนนั้นเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้นสูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น

2.2 ความต้องการของผู้ซื้อภายในประเทศในสินค้าหรือบริการแต่ละชนิด (Sophisticated and Demanding Buyers) ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการใดจะตั้งมาตรฐานไว้สูง เพื่อเลือกสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศบริษัทจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่สนองความต้องการของผู้ซื้อในประเทศได้มากกว่าผู้ซื้อต่างประเทศ คำว่าผู้ซื้อในที่นี้หมายถึงผู้อุปโภคบริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือผู้ซื้อที่เป็นบริษัท สถาบัน องค์กร โรงงานต่าง ๆ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศ จะได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนแล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่น ๆ ภายหลังและถ้าอุปสงค์

ในประเทศเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นจะเสียเปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นจะเสียเปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

### 3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries)

การมีอยู่ในประเทศซึ่งมีอุตสาหกรรมสนับสนุนอยู่จะสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ ซึ่งมีประโยชน์ในทางเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากเหตุปัจจัย 3 ข้อ ได้แก่

3.1 ช่องทางที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่นในต่างประเทศในการเข้าถึงวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด

3.2 มีความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ

3.3 มีความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรมและกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ในระบบคุณค่าโลกของทั้งสองฝ่าย ประโยชน์จะมีผลถ้าทั้งสองฝ่ายตั้งอยู่ใกล้กัน จนทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ประเทศหนึ่งไม่จำเป็นต้องมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันครบ สำหรับทุกอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมหนึ่งเพื่อให้อุตสาหกรรมมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถทดแทนได้ด้วยการซื้อหามาจากต่างประเทศได้ ในทำนองเดียวกันเทคโนโลยีทั่วไปที่อุตสาหกรรมนั้นนำมาก็สามารถซื้อจากต่างประเทศได้

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องหมายถึง อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทสามารถประสานระหว่างบางกิจกรรมหรือใช้บางกิจกรรมร่วมกัน หรือหมายถึงอุตสาหกรรมที่มีสินค้าเสริมกัน กิจกรรมที่ประสานกันหรือใช้ร่วมกัน อาจเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาดหรือบริการ เป็นต้น เหตุปัจจัยสำคัญของการที่ประเทศหนึ่งมักมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่ม ๆ ที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศคือ การที่อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันอยู่ใกล้กันและมีวัฒนธรรมเดียวกันให้เป็นที่ไปที่จะเกิดความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาตลอดกระบวนการนวัตกรรม รวมทั้งตลอดกระบวนการยกระดับ และเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

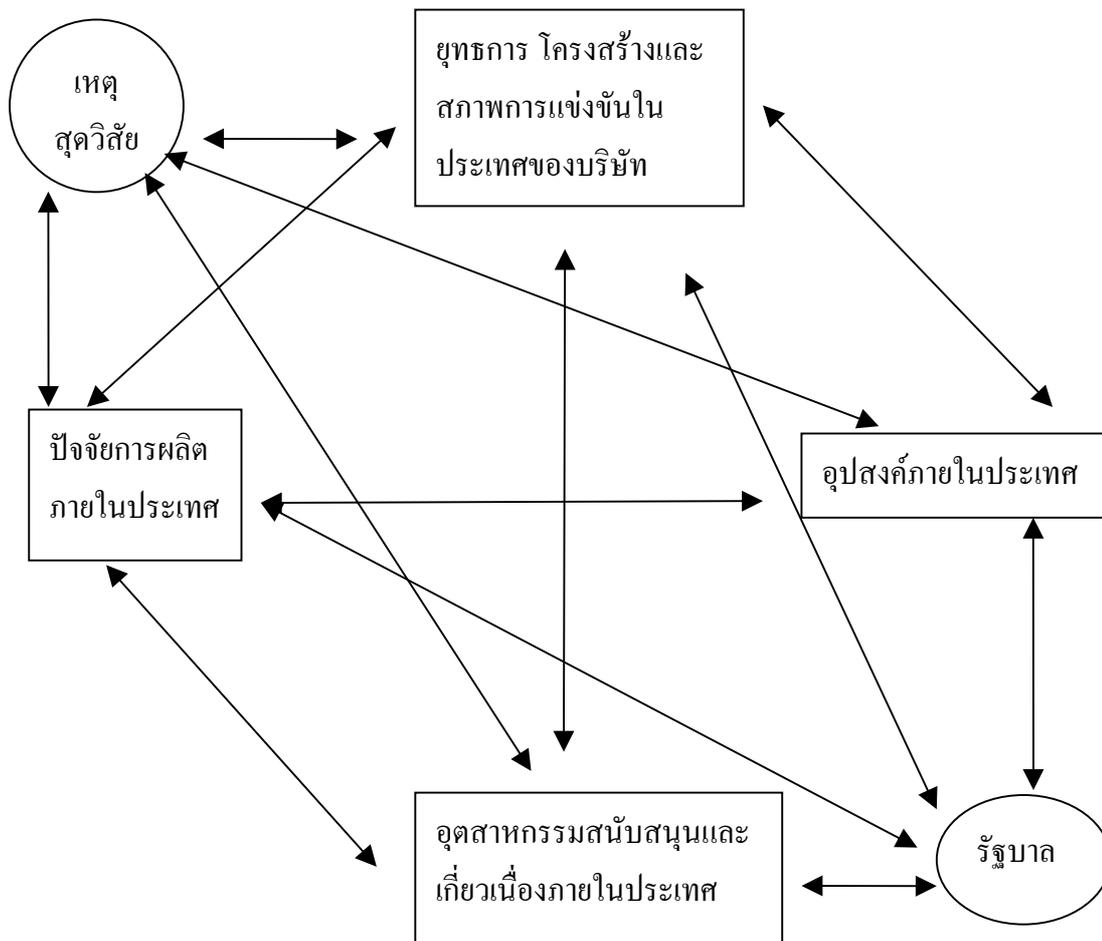
ระหว่างประเทศของทั้งสองฝ่าย นอกจากนั้นการมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมใด อยู่ในประเทศเดียวกัน เป็นการเพิ่มโอกาสที่จะมีผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนั้น ซึ่งผู้แข่งขันรายใหม่จากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง มักจะนำแนวทางใหม่หรือมุมมองใหม่ในการแข่งขัน เข้ามาในอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดพัฒนาการหรือนวัตกรรมทางด้านบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบ แข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น

**4. ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท (Firm Strategy, Structure, and Rivalry)** วัฒนธรรมของประเทศมีผลต่อการที่บริษัทเลือกใช้ยุทธการและ โครงสร้างใด บริษัทส่วนใหญ่ในประเทศเดียวกันมักจะมีลักษณะรวมกัน ประเทศมักจะ ประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบ แข่งขันที่ สอดคล้องกับระบบการจัดการ (หมายถึงยุทธการและโครงสร้างของบริษัท) ที่สะท้อนลักษณะ เฉพาะทางวัฒนธรรมของประเทศนั้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นปัจจัยหนึ่งในระบบเพชรที่มีอิทธิพลต่อการกำหนด ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบแข่งขันของประเทศ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์มาก ถ้าผู้แข่งขัน ในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในบริเวณหรือเมือง เดียวกัน การแข่งขันในประเทศมีประโยชน์กว่าการแข่งขันระหว่างประเทศ ในการกดดันให้เกิด พัฒนาการและนวัตกรรมผู้แข่งขันรายใหญ่ในประเทศ มักก่อให้เกิดแรงกดดันที่ไหนดและรู้สึก ได้ชัดเจนกว่าผู้แข่งขันในต่างประเทศ การแข่งขันในประเทศนอกจากจะแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่ง ตลาดแล้ว ยังแข่งขันเพื่อชิงทรัพยากรบุคคลและลิขสิทธิ์ในผลงานนวัตกรรมของสถาบันหรือ บุคคลอื่น การแข่งขันในประเทศที่มีการแข่งขันที่สูงมักจะก่อให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาด เพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมาก ๆ เป็นบ่อเกิดสำคัญแห่ง ความได้เปรียบ แข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น กระบวนการแข่งขันในประเทศยังสร้างความได้ เปรียบ แข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมนั้นในประเทศโดยรวมที่นอกเหนือจากขอบเขตการแข่งขัน ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง โดยเฉพาะอีกด้วย ผู้แข่งขันในประเทศต่างพยายามใช้ยุทธการและสินค้า ต่าง ๆ กัน ส่งผลให้เกิดการขยายความหลากหลายของสินค้าผู้แข่งขันจากต่างประเทศจึงเข้ามา ได้ยากขึ้น

นอกจากปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในระบบเพชร เหตุสุควิสัย (Chance) เป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เหตุสุควิสัยหมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม (โดยมีบ่อยครั้งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของรัฐบาลในประเทศนั้นด้วย แต่อาจจะอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลประเทศอื่น) เหตุสุควิสัยสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เพราะเหตุสุควิสัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน โครงสร้างอุตสาหกรรมในระบบเพชร หรือในบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม เหตุสุควิสัยอาจลดล้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผู้แข่งขัน จึงเกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันจากประเทศอื่นเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิม ประเทศที่จะประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงคือประเทศที่มีระบบเพชรสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น

ปัจจัยสุดท้ายที่สัมพันธ์กับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศคือ รัฐบาล (Government) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปัจจัยที่กำหนดทั้งสี่ รัฐบาลมีผลต่อพร้อม ๆ กับได้รับผลกระทบจากปัจจัยทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลบวก บางกรณีเป็นผลลบ รัฐบาลสามารถส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ แต่รัฐบาลไม่มีความสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศได้เองโดยตรง การสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเป็นบทบาทโดยตรงของภาคธุรกิจเอกชน (สุรชัย, 2536) ดังนั้นเมื่อมีปัจจัยทั้งของเหตุสุควิสัยและปัจจัยรัฐบาลจึงเป็นระบบเพชรที่สมบูรณ์ดังภาพที่ 3



**ภาพที่ 3** ระบบเพชรที่สมบูรณ์  
ที่มา: สุรชัย (2536)

**โครงสร้างตลาด (Market Structure)**

ในทางเศรษฐศาสตร์ โครงสร้างตลาดจะแบ่งแยกออกเป็น

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect competition) ในตลาดประเภทนี้ประกอบด้วยผู้ผลิตเป็นจำนวนมากมาย ผลิตสินค้าที่เหมือนกันทุกอย่าง การแข่งขันจะสมบูรณ์ในความหมายที่ว่าทุก ๆ หน่วยผลิตจะสามารถขายสินค้าจำนวนเท่าไรก็ได้ตามที่ต้องการ ณ ราคาในตลาดขณะนั้น และผลผลิตจะมีส่วนแบ่งในตลาดน้อยมาก จนไม่สามารถมีอิทธิพลในการกำหนดราคาตลาด ผู้ผลิตแต่ละคนจะเป็นผู้รับราคาตลาด (price-taker) และตัดสินใจว่าตัวเองจะผลิตสินค้าระดับไหนโดย

ไม่ใส่ใจต่อปฏิกิริยาของผู้ผลิตอื่น ๆ ในตลาด เนื่องจากการเข้าออกจากตลาดจะเสรี กล่าวคือไม่มีการกีดกันการเข้าสู่ตลาด

2. ตลาดผูกขาด (monopoly) หมายความว่า จะมีผู้ผลิตเพียงหน่วยเดียวในตลาดไม่มีสินค้าที่จะสามารถใช้ทดแทนกันได้อย่างใกล้ชิดเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้ผูกขาดทำการผลิตอยู่ในตลาด อุปสงค์ของสินค้าในสายตาของผู้ผูกขาดคืออุปสงค์สินค้าของตลาด การเข้าสู่ตลาดของผู้แข่งขันภายนอกจะถูกกีดกันอย่างเต็มที่ ผู้ผลิตสามารถที่จะเลือกระดับราคาหรือระดับผลผลิตที่จะทำให้เขาได้รับกำไรสูงสุด หรือผู้ผลิตผูกขาดอาจเลือกวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ ที่นอกเหนือจากการแสวงหากำไรสูงสุด เช่น แสวงหายอดขายสูงสุดหรือแสวงหาความเจริญเติบโตของหน่วยผลิตเหล่านี้ เป็นต้น

3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (monopolistic competitive) ตลาดประเภทนี้มีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากสินค้าของผู้ผลิตจะมีความแตกต่างกัน แต่สามารถใช้ทดแทนกันได้อย่างใกล้ชิด ถึงแม้ว่าสินค้าจะใช้ทดแทนกันได้เป็นอย่างดี แต่ผู้ผลิตแต่ละคนจะไม่ใส่ใจต่อปฏิกิริยาของกลุ่มแข่งขันคนอื่น ๆ เพราะตลาดประเภทนี้ประกอบด้วยผู้ผลิตเป็นจำนวนมาก และผู้ผลิตแต่ละคนอาจจะถูกกระทบจากการกระทำของกลุ่มแข่งขันคนอื่น ๆ น้อยมาก ดังนั้นผู้ผลิตแต่ละคนจะคิดว่าเขายังจะสามารถรักษาลูกค้าหนึ่งไว้ได้ ถ้าเขาขึ้นราคาสินค้าของเขาและเขาจะสามารถขายสินค้าเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ถ้าเขาลดราคาสินค้าของเขา เพราะผู้ผลิตแต่ละคนมีอำนาจผูกขาดในสินค้าของตนอยู่บ้างเนื่องมาจากความแตกต่างของสินค้า การเข้าออกจากตลาดเป็นไปได้ง่าย

4. ตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) ในตลาดนี้จะประกอบด้วยผู้ผลิตเป็นจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ขายแต่ละคนจะสำนึกถึงความขึ้นอยู่กับกัน แต่ละหน่วยจะไม่ใส่ใจต่อปฏิกิริยาของกลุ่มต่อสู้ การแข่งขันจะไม่สมบูรณ์และการต่อสู้ระหว่างหน่วยผลิตจะมีอยู่สูง นอกจากจะมีข้อตกลงรวมตัวกันระหว่างกลุ่มแข่งขัน สินค้าที่ผู้ขายน้อยรายผลิต อาจจะเป็นสินค้าที่เหมือนกันทุกอย่าง ในกรณีนี้เรียกตลาดผู้ขายน้อยรายที่ขายสินค้าเหมือนกัน (pure oligopoly) หรือผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน กรณีหลังเรียกตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย (differentiated oligopoly) โดยปกติผู้ขายมักจะคาดคะเนปฏิกิริยาของกลุ่มต่อสู้รวมทั้งปฏิกิริยาของลูกค้า การตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับความยากง่ายของการเข้าสู่ตลาด และช่องทางเวลาระหว่างการกระทำของเขาและปฏิกิริยาของกลุ่มต่อสู้ที่จะเกิดขึ้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532)

## ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

อุปสงค์ หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคทำการเสนอซื้อ ในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดนั้น หรือ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง (วันรักษ์, 2539: 22) อาจกล่าวอย่างสั้น ๆ ได้ว่า อุปสงค์จะหมายถึงความต้องการ (Want) บวกด้วยอำนาจซื้อ (Purchasing Power) หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ (นราทิพย์, 2537: 28)

จากนิยามข้างต้น เราสามารถแบ่งอุปสงค์ตามปัจจัยหลักได้เป็น 3 ชนิด คือ อุปสงค์ต่อรา (Price Demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (Cross Demand) ซึ่งอุปสงค์แต่ละชนิดจะมีคุณลักษณะดังนี้คือ

1. อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) หมายถึง จำนวนสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะหนึ่ง ๆ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของราคาสินค้าชนิดนั้น โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ได้แก่ ปัจจัยทุกชนิดที่มีส่วนกำหนดจำนวนเสนอซื้อที่นอกเหนือจากราคาสินค้าที่กำลังพิจารณา ซึ่งโดยปกติแล้วอุปสงค์ดังกล่าวจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเสนอซื้อกับราคาที่เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสูงจำนวนเสนอซื้อก็จะต่ำ และเมื่อราคาต่ำจำนวนเสนอซื้อก็จะสูง ความสัมพันธ์ในลักษณะเช่นที่ว่าเป็นที่รู้จักกันในนามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) แต่ในบางครั้งเส้นอุปสงค์ต่อราคาอาจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันได้ โดยปรากฏการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้นกับกรณีของ Giffen Goods ซึ่งผู้บริโภคจะทำการซื้อในจำนวนมากขึ้นเมื่อระดับราคาเพิ่มขึ้น

2. อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) หมายถึง จำนวนสินค้าที่จะมีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ รายได้ของผู้ซื้อในระดับต่าง ๆ โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ซึ่งโดยปกติแล้วอุปสงค์ต่อรายได้ จะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสินค้าที่เสนอซื้อกับรายได้ของผู้บริโภคในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้สูงขึ้นก็จะทำการเสนอซื้อสินค้ามากขึ้นเช่นกัน และเมื่อรายได้ต่ำลงจำนวนเสนอซื้อก็จะต่ำลง แต่ในบางกรณีแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสินค้าที่เสนอซื้อกับรายได้ของผู้บริโภคอาจเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามก็ได้ โดยสินค้าที่พิจารณาในกรณีนี้จะเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ซึ่งผู้บริโภคจะทำการบริโภคเฉพาะเมื่อมีรายได้ต่ำเท่านั้น และเมื่อใดที่ตนมีรายได้สูงขึ้นก็จะหันไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นที่มีคุณภาพดีกว่าแทน

การรู้ลักษณะของอุปสงค์ต่อรายได้ จะช่วยให้เรารู้แบบแผนการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดของผู้บริโภคแต่ละคนได้ สำหรับสินค้าขั้นพื้นฐานที่จำเป็นแก่การดำรงชีวิตเป็นต้นว่าอาหาร เส้นอุปสงค์ต่อรายได้จะค่อนข้างลาดในตอนแรก และชันขึ้นในตอนหลังกล่าวคือ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคยังคงเพิ่มขึ้นต่อไปอีก ส่วนที่เพิ่มขึ้นของการบริโภคจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้นในระดับที่ลดลง ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่จัดอยู่ในประเภทสินค้าไม่จำเป็น เส้นอุปสงค์ต่อรายได้มักจะค่อนข้างลาด อัตราเพิ่มขึ้นของการบริโภคมักจะสูงกว่าอัตราการเพิ่มของรายได้ เส้นอุปสงค์ต่อรายได้นี้บางครั้งเรียกกันในชื่อว่า Angel's Curve

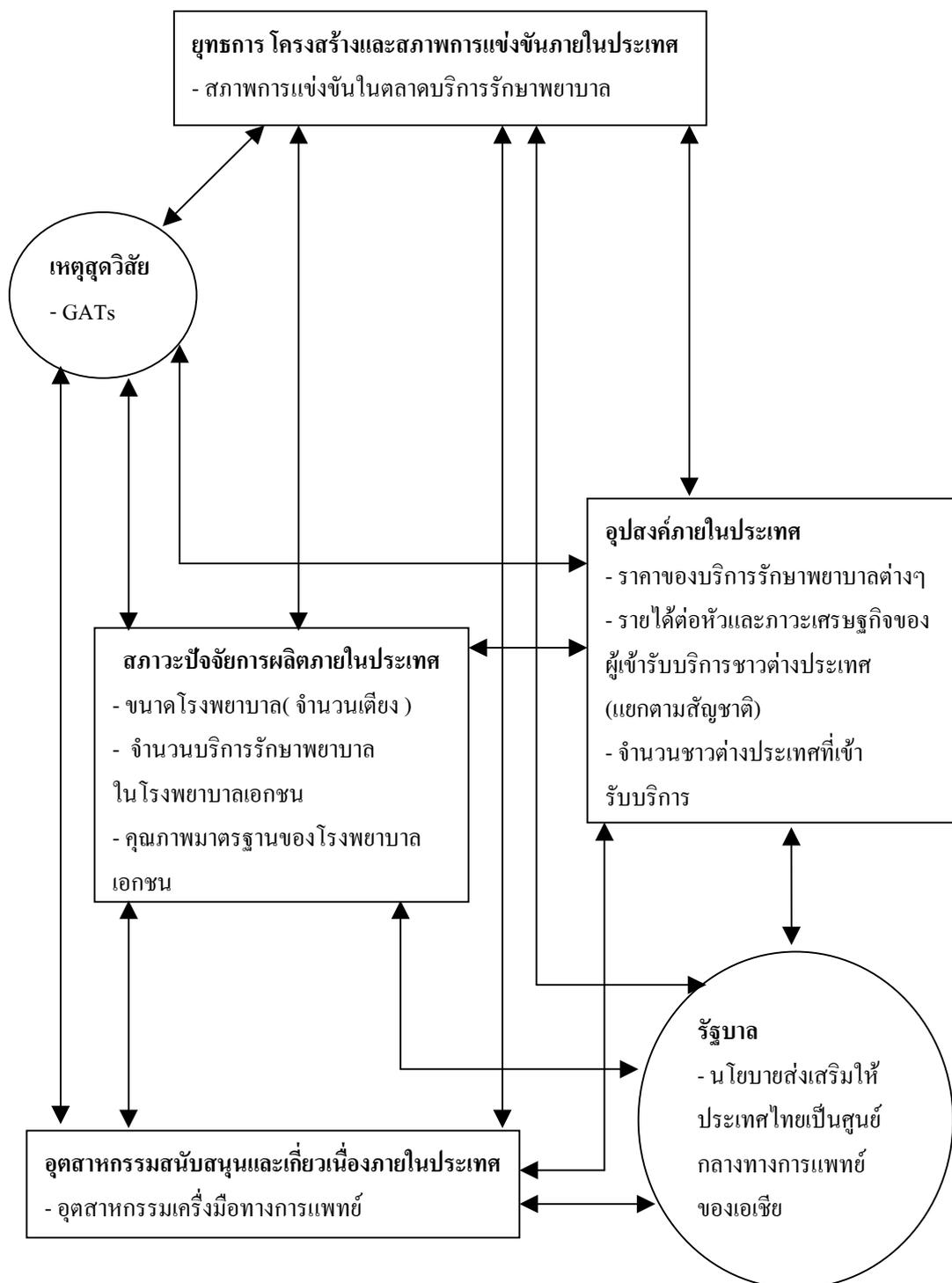
3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (Cross Demand) หรือที่เรียกกันว่า อุปสงค์ไขว้ หมายถึงจำนวนสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับต่าง ๆ กันของราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ การศึกษา ลักษณะความสัมพันธ์ของราคาและจำนวนเสนอซื้อในกรณีนี้จะคาบเกี่ยวในระหว่างสินค้า 2 ชนิดด้วยกันซึ่งอาจแยกออกได้ดังนี้

3.1 สินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary Goods) เช่น ปากกาและหมึก กล้องถ่ายรูป และฟิล์ม เป็นต้น ความสัมพันธ์ของจำนวนเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งกับราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกล่าวคือ ถ้าสินค้าสองชนิดที่ใช้ประกอบกันซึ่งเรากำลังพิจารณาอยู่คือ สินค้า A และ B เมื่อสินค้า B ลดลงต่ำ จำนวนเสนอซื้อสินค้า B จะเพิ่มขึ้น แต่เมื่อ B ต้องใช้ประกอบกับ A จำนวนการเสนอซื้อสินค้า A ก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

3.2 สินค้าที่ใช้แทนกันได้ (Substitute Goods) เช่น สบู่และครีมอาบน้ำ เป็นต้น ความสัมพันธ์ของจำนวนเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งกับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งในกรณีนี้จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ ถ้าราคาสินค้า B ลดต่ำลง จำนวนเสนอซื้อสินค้า B จะเพิ่มขึ้น และส่วนหนึ่งของจำนวนเสนอซื้อสินค้า B ที่เพิ่มขึ้นนี้เป็นผลมาจากที่สินค้า B สามารถใช้แทนสินค้า A ได้ ผู้ที่เคยซื้อสินค้า A บางคนจะหันมาซื้อสินค้า B แทนสินค้า A เมื่อราคาสินค้า B ลดลงในขณะที่ราคาสินค้า A ไม่เปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ของจำนวนเสนอซื้อสินค้า A และราคาสินค้า B จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การแยกอธิบายถึงอุปสงค์ทั้งสามชนิดออกจากดังนี้ ก็เพื่อให้สามารถแยกพิจารณาลักษณะความสัมพันธ์ของตัวกำหนดอุปสงค์ต่าง ๆ ออกจากกันได้อย่างชัดเจนและเป็นแนวทางในการแยกพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามอื่น ๆ ได้ อย่างไรก็ตามปัจจัยที่กำหนดจำนวนอุปสงค์นั้น ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากที่มีส่วนเกี่ยวข้องแล้วแต่กรณี เช่น จำนวนเสนอซื้ออาจขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภค จำนวนประชากร รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาทางด้านอุปสงค์นั้น ถ้านำเอาปัจจัยทุกตัวมาพิจารณาพร้อมกันแล้ว จะทำให้การศึกษาดังกล่าวค่อนข้างยุ่งยากและซับซ้อน โดยทั่วไปจึงมักจะนำปัจจัยบางตัวที่คาดว่าจะมีความสำคัญมาพิจารณาและกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



**ภาพที่ 4** กรอบแนวคิดในการศึกษา

ที่มา: จีรพรรณ (2548)