สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบาญ	ซ
สารบาญตาราง	ญ
สารบาญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	
2.1.1 ทฤษฎีเกมส์	6
2.1.2 การทดลองโดยใช้ทฤษฎีเกมส์	10
2.1.3 ทฤษฎีการแข่งขันด้วยราคาของ Bertrand	12
2.2 ทฤษฎีการวิเคราะห์ทางสถิติและเศรษฐมิติ	
2.2.1 การทดสอบ Wilcoxon-Mann-Whitney Test	15
2.2.2 การทดสอบ Wilcoxon Matched Pairs Signed-Ranks Test	16
2.2.3 การทดสอบ Pearson Chi-Square	20
2.2.4 แบบจำลองโลจิตสำหรับ Panel Data	21
2.2.5 การทดสอบ Hausman Test	26

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.3 การทบทวนวรรณกรรม
2.3.1 การตัดสินใจเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 27
2.3.2 สงครามราคา 28
2.3.3 การออกผลิตภัณฑ์ใหม่หลังสงครามราคา 28
2.3.4 แรงกดดันทางสังคมกับการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 29
2.3.5 ความได้เปรียบจากการเป็นผู้ตั้งราคาสุดท้าย 29

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา 31
3.2 วิธีการศึกษา 31
3.3 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา 43
3.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล 45

บทที่ 4 ผลการศึกษา
4.1 การตัดสินใจเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 49
4.2 สงครามราคา 50
4.3 การออกผลิตภัณฑ์ใหม่หลังสงครามราคา 65
4.4 ผลของแรงกดดันทางสังคมกับการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ 68
4.5 ความได้เปรียบจากการเป็นผู้ตั้งราคาสุดท้าย 73

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ
5.1 บทสรุป 76
5.2 ข้อเสนอแนะ 78
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป 78

เอกสารอ้างอิง 79

ภาคผนวก 84

ประวัติผู้เขียน 89

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	สถิติการจับกุมการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างปี 2548-2550	2
2.1	Payoffs ที่แสดงเฉพาะผลได้ของผู้เล่นที่ 1 ในเกมส์การขุดบ่อน้ำมัน	7
2.2	Payoffs ที่แสดงเฉพาะผลได้ของผู้เล่นทั้งสองในเกมส์การขุดบ่อน้ำมัน	7
2.3	Payoffs ที่แสดงผลลัพธ์ในสภาพรวม (เวลาของการปะทะกัน)	8
3.1	แผ่นเกมส์ในการทดลองเล่นเกมส์รอบเช้า – เกมส์แรก	38
3.2	แผ่นเกมส์ในการทดลองเล่นเกมส์รอบเช้า – เกมส์สอง	38
3.3	แผ่นเกมส์ในการทดลองเล่นเกมส์รอบบ่าย – เกมส์แรก	42
3.4	แผ่นเกมส์ในการทดลองเล่นเกมส์รอบบ่าย – เกมส์สอง	43
4.1	สัดส่วนการตัดสินใจเลียนแบบผลิตภัณฑ์	49
4.2	ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบเช้า	51
4.3	ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบบ่าย	52
4.4	ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบเช้า	53
4.5	ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบบ่าย	54
4.6	ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบเช้า	55
4.7	ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบบ่าย	56
4.8	ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาสุดท้ายที่ออกโดยผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบเช้า	57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.9 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาสุดท้ายที่ออกโดยผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกและเกมส์ที่สองในรอบบ่าย 58
4.10 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกในรอบเช้าและรอบบ่าย 59
4.11 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกในรอบเช้าและรอบบ่าย 60
4.12 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์ที่สองในรอบเช้าและรอบบ่าย 60
4.13 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์ที่สองในรอบเช้าและรอบบ่าย 61
4.14 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ระหว่างเกมส์แรกในรอบเช้าและรอบบ่าย 62
4.15 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 2 (Firm 2) ต่อราคาที่ตั้งใหม่ของผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ระหว่างเกมส์ที่สองในรอบเช้าและรอบบ่าย 63
4.16 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาสุดท้ายที่ออกโดยผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์แรกในรอบเช้าและรอบบ่าย 64
4.17 ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนราคาสุดท้ายที่ออกโดยผู้ประกอบการรายที่ 1 (Firm 1) ต่อราคาแรก ระหว่างเกมส์ที่สองในรอบเช้าและรอบบ่าย 64
4.18 สัดส่วนผู้ประกอบการที่เคยเลียนแบบผู้อื่นจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่บ้าง 65
4.19 สัดส่วนผู้ประกอบการที่เคยถูกเลียนแบบจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่อีกครั้ง 66
4.20 การตัดสินใจเลียนแบบผลิตภัณฑ์ในสถานการณ์ที่มีแรงต่อต้านจากผู้บริโภคต่างกัน 68
4.21 การตัดสินใจออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการที่เคยเลียนแบบสินค้าผู้อื่นในสถานการณ์แรงกดดันจากผู้บริโภคที่ต่างกัน 68
4.22 การตัดสินใจออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการที่เคยถูกเลียนแบบสินค้าในสถานการณ์แรงกดดันจากผู้บริโภคที่ต่างกัน 69
4.23 ผลการวิเคราะห์ด้วย Logit Model for Panel Data แบบ Random Effect Model เมื่อใช้จำนวนตัวแปรอิสระครบตามแบบจำลอง แต่ใช้จำนวนตัวอย่างเพียงบางส่วน เนื่องมาจากการไม่มีข้อมูลครบในเรื่องการเคยเลียนแบบสินค้าของผู้อื่น 70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.24 ผลการวิเคราะห์ด้วย Logit Model for Panel Data แบบ Random Effect Model เมื่อใช้จำนวนตัวอย่างครบ 71
4.25 ผลการวิเคราะห์ด้วย Logit Model for Panel Data แบบ Fixed Effect Model เมื่อใช้จำนวนตัวอย่างครบ 72
4.26 ผลของ Hausman Test 72
4.27 การตัดสินใจเลียนแบบสินค้าของผู้อื่นในสถานการณ์ที่มีผู้ตั้งราคาสุดท้ายต่าง ๆ กัน 73
4.28 การตัดสินใจออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการที่เคยเลียนแบบสินค้าผู้อื่นในสถานการณ์ที่มีผู้ตั้งราคาสุดท้ายต่าง ๆ กัน 74
4.29 การตัดสินใจออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการที่เคยถูกเลียนแบบสินค้าในสถานการณ์ที่มีผู้ตั้งราคาสุดท้ายต่าง ๆ กัน 75

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

รูป **หน้า**

2.1 เกมส์ซึ่งแสดงในรูปแบบของต้นไม้ 9
2.2 แบบจำลอง Bertrand กรณีต้นทุนหน่วยสุดท้ายของคู่แข่งมีค่าเท่ากัน 13
2.3 แบบจำลอง Bertrand กรณีที่คู่แข่งมีต้นทุนที่ไม่เท่ากัน 14
3.1 แผนผังการทดลองทางเศรษฐศาสตร์เกมส์การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 33
3.2 บัตรข้อมูลในการเล่นเกมส์ของเจ้าของผลิตภัณฑ์ของแท้ 35
3.3 บัตรข้อมูลในการเล่นเกมส์ของเจ้าของผลิตภัณฑ์ของเลียนแบบ 35
3.4 แผนผังขั้นตอนการเล่นเกมส์รอบเช้า – เกมส์แรก 36
3.5 แผนผังขั้นตอนการเล่นเกมส์รอบเช้า – เกมส์สอง 37
3.6 แผนผังขั้นตอนการเล่นเกมส์รอบบ่าย – เกมส์แรก 40
3.7 แผนผังขั้นตอนการเล่นเกมส์รอบบ่าย – เกมส์สอง 41

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved