

บทที่ 2

วรรณคดีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "การศึกษามโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณคดีที่เกี่ยวข้อง เอกสาร ตำรา และงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยได้นำเสนอตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. วรรณคดีที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค
 - 1.1 ความหมายของผู้บริโภค
 - 1.2 หลักการของผู้บริโภค
 - 1.3 ความสำคัญของผู้บริโภคต่อระบบเศรษฐกิจ
 - 1.4 กฎหมายและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค
 - 1.5 ปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคและแนวทางแก้ไข
2. วรรณคดีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค
 - 2.1 ความหมายและความสำคัญของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค
 - 2.2 มโนทัศน์และมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค
 - 2.3 หลักการของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค
 - 2.4 จุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค
 - 2.5 การให้การศึกษาเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคตามหลักสูตรมัธยมศึกษาของไทย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ

3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการ

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์
หรือเศรษฐกิจศึกษา

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อ
การศึกษา

1. วรรณคดีที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

1.1 ความหมายของผู้บริโภค

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของผู้บริโภคไว้
ต่าง ๆ กัน ดังนี้

พงษ์ สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เชื้อชาฎพิพัฒน์ (2524: 3)
ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึง ใครก็ตามที่ใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า
และบริการมาเพื่ออุปโภคบริโภคตอบสนองความต้องการของตน ทั้งที่เป็นความ
ต้องการทางร่างกายและเพื่อความพึงพอใจ

วิวัฒน์ โชติเลอศักดิ์ และสุริยะ เจริมประชานรากร (2524: 4)
ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึง ใครก็ตามที่มีความต้องการที่จะกินหรือ
ใช้สินค้าและบริการมาสนองตอบความต้องการของตนไม่ว่าจะเป็นความต้องการ
ทางกายเช่น กินอาหาร การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ ความต้องการทางด้านจิตใจ
เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ก็ตาม

ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่าคนทุกคน ทุกอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย เป็นผู้บริโภคทั้งนี้เพราะ ตราบใดก็ตามที่มนุษย์ยังมีชีวิตอยู่ย่อมต้องกินหรือต้องใช้สินค้าและบริการ

คาร์ล ลีวี อุกษานนท์ และคณะ (2525: 1) ได้ให้ความหมาย ของผู้บริโภคว่า หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการเป็นผู้ที่กินและใช้สินค้าและบริการ เพื่อบำบัดความต้องการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2526: 8) ได้กล่าวถึงความหมายของ ผู้บริโภคว่า คือบุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการซื้อหรืออีกนัยหนึ่งถ้ามองใน แง่ของเศรษฐกิจคือ ใช้เงินเป็นสื่อกลางก็คือทุกคนที่มีเงิน นอกจากนั้นผู้บริโภค จะต้องมีความเต็มใจในการซื้อ (Willingness to buy) สินค้าหรือบริการด้วย

ยุทธนา ธรรมเจริญ (2530: 1) ได้กล่าวถึงความหมายของ ผู้บริโภคว่า หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้องการและ ใช้สินค้าหรือบริการที่ถูกเสนอขายในตลาด

ชาร์ล กลเลน วอลเตอร์ส (Charls Glenn Walters 1974: 4) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภค คือ บุคคลที่ซื้อหรือมีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการที่ตลาดเสนอขายเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ผู้บริโภคอาจจะเป็นบุคคลที่กำลังซื้อสินค้าและบริการในปัจจุบันหรือตัดสินใจจะซื้อ ในอนาคตก็ได้

คริสติน แอมเมอร์ และดีน เอส แอมเมอร์ (Christine Ammer and Dean S. Ammer 1977:97) ได้กล่าวถึงผู้บริโภคว่า ผู้บริโภค ในความหมายทางเศรษฐกิจ คือ บุคคลที่ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อประโยชน์ สำหรับตนเองมากกว่าเพื่อนำไปใช้ในกิจการอุตสาหกรรมหรือเพื่อนำไปขาย

The New Oxford Encyclopedic Dictionary ซึ่ง เจ คูลสัน (J. Coulson ed. 1983: 358) เป็นบรรณาธิการ ได้กล่าวถึงความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึง ผู้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ผลิตขึ้นให้หมดไปด้วยวิธีแลกเปลี่ยนตามคุณค่าของสิ่งนั้น หรือผู้ซื้อสินค้า สิ่งของด้วยความต้องการและความพอใจตามความประสงค์ของตน เช่น อาหารและเครื่องนุ่งห่ม

Webster's Ninth New Collegiate Dictionary ซึ่ง เฟรเดอริก ซี มิช (Frederick C. Mish ed. 1984: 282) เป็นบรรณาธิการ ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า ผู้ที่ได้ชื่อว่ากิน บริโภค หรือทำให้หมดไป เช่น ผู้ใช้สินค้าเศรษฐกิจหรือสิ่งที่สัตว์และพืชมีความต้องการ โดยประกอบขึ้นด้วยส่วนต่าง ๆ ของสิ่งที่มีชีวิต ประกอบขึ้นเพื่อเป็นอาหาร

เดวิด แอล เลาดอน และอัลเบิร์ต เจ เดลลา บิตตา

(David L. Loudon and Albert J. Della Bitta 1988: 6) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคโดยทั่วไปแล้วน่าจะหมายถึงบุคคลเดียวที่ซื้อสิ่งของเพื่อใช้ส่วนตัวหรือในครอบครัว แต่มีข้อโต้แย้งว่าผู้บริโภคควรจะครอบคลุมไปถึงผู้จัดซื้อสินค้าเพื่อใช้ในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมด้วย

จากความหมายของผู้บริโภคที่นักวิชาการทั้งของไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายไว้นั้นพอจะสรุปได้ว่า ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการจะซื้อและมีเงิน หรือมีความสามารถที่จะซื้อสินค้าและบริการเพื่อบำบัดความต้องการของตนเองทั้งในปัจจุบันและอนาคต

1.2 หลักการของผู้บริโภค

ผู้บริโภคทุกคนประสงค์ที่จะมีสิทธิอันชอบธรรมในประการต่าง ๆ ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคซึ่งนักวิชาการได้กล่าวถึงหลักการของผู้บริโภคไว้ ดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพัฒนา (2524: 1)

ได้กล่าวถึงหลักการและความเชื่อของผู้บริโภค ดังนี้

1. มีสิทธิที่จะมีโอกาสและเสรีภาพในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ
2. มีสิทธิที่จะหาซื้อในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันโดยเสรี
3. มีสิทธิที่จะได้รับการแจ้งข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ตนสามารถตัดสินใจซื้อได้ถูกต้อง
4. มีสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในทุกด้าน จากการบริโภคสิ่งที่จำเป็นแก่การดำรงชีวิตประจำวันซึ่งหมายถึงอาหารที่เรารับประทาน ยาที่ใช้รักษา อากาศที่ใช้หายใจตลอดจนน้ำที่เราใช้ดื่ม
5. มีสิทธิได้รับรู้ถึงเรื่องราวและได้ยินข่าวสารต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถของตนในเชิงของการติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิต
6. มีสิทธิได้รับฐานะและได้รับการยกย่องอย่างเสมอภาคทัดเทียมเท่ากับฝ่ายผู้ผลิต
7. มีสิทธิได้รับการศึกษาในฐานะที่เป็นผู้บริโภคคนหนึ่งในสังคม

สมพงษ์ อัจจางค์ และศรีเพชร เลิศพิเชษฐ์ (2524: 15)

ได้กล่าวถึงหลักการของผู้บริโภคที่พึงมีพึงปฏิบัติ ดังนี้

1. ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองได้รับความปลอดภัย มีสิทธิที่จะได้รับข่าวสารข้อมูล มีสิทธิที่จะมีโอกาสเลือกและร้องเรียนให้รัฐออกกฎระเบียบคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค
2. ผู้บริโภคที่ดีควรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อธุรกิจและรัฐหลายประการ เช่น

ควรสนับสนุนให้ธุรกิจผลิตสินค้าที่มีคุณค่าและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นโดยเลือกซื้อสินค้าจากธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ มีจรรยาบรรณในการ

ประกอบอาชีพเท่านั้น

ควรเลือกซื้อสินค้าด้วยความรู้และใช้วิจารณญาณเลือกซื้ออย่างฉลาดก่อนซื้อทุกครั้งทั้งไม่หลงเชื่อคำโฆษณาว่าง่าย ๆ

ควรซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ผลิตโดยผู้ขายไม่ควรเอาเปรียบในด้านราคา ปริมาณทั้งไม่รวมกลุ่มกันเลิกซื้อ (Boycott)

ชาร์ล กลเลน วอลเตอร์ส (Charls Glenn Walters

1974: 17) ได้กล่าวถึงหลักการของผู้บริโภค สรุปได้ว่า ผู้บริโภคจะสามารถปฏิบัติสิ่งใดก็ได้ในขอบเขตสภาวะแวดล้อมของตนเองซึ่งเป็นความรู้ ข้อมูลจากสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ที่ได้รับมาโดยผู้บริโภคจะพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ประกอบกับความต้องการของตนเองและสามารถจะสนองตอบข้อมูลต่าง ๆ เหล่านั้น คือ

1. สามารถจะรวบรวมข้อมูลเข้าไปเกี่ยวข้องกับ ขอบเขตสภาวะแวดล้อมของตนเองโดย เจตนา (Conscious)
2. สามารถปฏิเสธข้อมูลโดยเจตนา (Conscious)
3. สามารถจะรวบรวมข้อมูลโดยไม่เจตนา (Unconscious)
4. สามารถลืมข้อมูลโดยไม่เจตนา (Unconscious)

เจมส์ เอฟ แองเกล และโรเจอร์ ดี แบลคเวล (James F.

Engel and Roger D. Blackwell 1986: 603) ได้กล่าวถึงหลักการของผู้บริโภค ซึ่งสืบเนื่องมาจากคำประกาศสิทธิหรือหลักการของผู้บริโภค โดยประธานาธิบดี จอห์น เอฟ เคเนดี อันเป็นมาตรการพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นครั้งแรกเมื่อปี 1962 ต่อมาได้กลายเป็นพื้นฐานของธุรกิจทั่ว ๆ ไป ตลอดจนองค์การต่าง ๆ ของรัฐได้ใช้ในการกำหนดนโยบายการบริโภค คือ

1. ผู้บริโภคมีสิทธิอันชอบธรรมในอันที่จะได้รับความปลอดภัย (to safety)
2. ผู้บริโภคมีสิทธิอันชอบธรรมในอันที่จะได้รับการบอกกล่าว

(to be informed)

3. ผู้บริโภคมีสิทธิอันชอบธรรมในการเลือก (to choose)
4. ผู้บริโภคมีสิทธิอันชอบธรรมในการที่จะได้รับฟังหรือได้พูดหรือบอกกล่าว (to be heard)

โดยสรุปแล้วหลักการของผู้บริโภคเป็นหลักการที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการที่ ผู้บริโภคจะได้รับ ความคุ้มครอง ความปลอดภัย สิทธิตามความชอบธรรม และผลประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ที่ ผู้บริโภคพึงมี พึงได้รับ ตลอดจนความรับผิดชอบที่ผู้บริโภควรมีสอดคล้องด้วย

1.3 ความสำคัญของผู้บริโภคต่อระบบเศรษฐกิจ

เนื่องจากทุกคนเป็นผู้บริโภคเป็นเจ้าของเงินและมีสิทธิจะเลือกสินค้าและบริการตามความพอใจของตน ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างยิ่ง ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายไว้ มีดังนี้

- ธงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ (2524: 7) ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจไว้ว่า
1. ผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินใจและกำหนดชะตากรรมของธุรกิจตลอดเวลา โดยจะเลือกสนับสนุนหรือซื้อสินค้าที่ตนเองชอบเท่านั้น
 2. การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมนั้นจะเรียกว่าเป็นเศรษฐกิจแบบที่เรียกว่า "ผู้บริโภคเป็นผู้กำกับ" (Consumer Directed) ผู้บริโภคจึงเท่ากับเป็นผู้กำกับ ให้ธุรกิจผลิตแต่สิ่งที่ดี และมีประโยชน์ต่อสังคมให้สามารถอยู่รอดได้หรือดำเนินการต่อไปได้ เฉพาะในแนวทางที่สังคมต้องการเท่านั้น
 3. ในขณะที่ผู้ผลิตชักจูงผู้บริโภคให้บริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ

โดยใช้กลวิธีของการขาย และการโฆษณาจูงใจผู้บริโภคให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ผลิต ผู้บริโภคควรจะเข้าใจถึงอำนาจในการตัดสินใจซื้อของตน รู้จักวิธีใช้เงินให้เกิดประโยชน์เป็นผลดีแก่ตนเอง และประเทศชาติให้มากที่สุด

ยอดยิ่ง คงทอง (2524: 4) ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจของไทยสรุปได้ว่า ระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นระบบเศรษฐกิจแบบผสมที่รัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จำเป็นบางประการ เช่น การรถไฟ องค์การโทรศัพท์ โรงงานยาสูบ เป็นต้น อย่างไรก็ตามผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจของไทยก็มีเสรีภาพอย่างเต็มที่ โดยราคาสินค้าต่าง ๆ จะถูกกำหนดขึ้นโดยแรงกดดันทางความต้องการรวมของผู้บริโภค

วิวัฒน์ โชติเลอศักดิ์ และสุริยะ เจียมประชานรากร

(2524: 5) ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมมานานแล้ว คือ เจ้าของธุรกิจมีอิสระในการดำเนินธุรกิจโดยเสรี บุคคลต่าง ๆ สามารถจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการมาบริโภคได้โดยเสรีเช่นกัน ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการผลิตทันสมัยขึ้น ทำให้หน่วยธุรกิจผลิตสินค้าได้ครั้งละมาก ๆ ซึ่งต่างก็แข่งขันกันเพื่อขายสินค้าของตน จึงมีการสำรวจวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเอาชนะคู่แข่งชั้นรายอื่น ๆ นั่นคือผู้บริโภคเป็นผู้นำ (Consumer Oriented) ในระบบเศรษฐกิจ

คำรัสสิริ อุทยานนท์ และคณะ (2525: 5) ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภค สรุปได้ว่า ปัจจุบันประชาชนมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ความต้องการบริโภคสินค้าและบริการก็เพิ่มขึ้นอย่างมากมายและสลับซับซ้อน หน่วยผลิตต่าง ๆ พยายามหาหนทางจำหน่ายสินค้าของตน โดยเอาใจลูกค้าเพื่อที่จะขายสินค้าให้ได้มากขึ้น จึงเห็นได้ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันเป็นหน่วยทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากขึ้นและจะยิ่งมากขึ้นทุกที ผู้ขายหรือผู้ผลิตจึงเป็นฝ่ายปรับเข้าหา

ความต้องการความต้องการของผู้บริโภค กล่าวคือ ผู้ขายตามผู้บริโภคถ้าผู้บริโภคต้องการสินค้ามากขึ้นราคาจะสูง เมื่อผู้บริโภคต้องการสิ่งใดผู้ผลิตจึงจะผลิตสิ่งนั้นตามที่ผู้บริโภคต้องการ ฉะนั้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเท่าใดและจะได้รับความพอใจเพียงใดนั้น ผู้บริโภคควรจะพิจารณาว่าคุ้มกับเงินที่จ่ายไปหรือไม่ด้วย

เฟรด ที วิลเฮมส์ และเรมอน พี เฮเมอร์ล (Fred T.

Wilhelms and Ramon P. Heimerl 1966: 4) ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจ สรุปได้ว่า ความเป็นอยู่ปัจจุบันกับสมัยปี ค.ศ. 1850, 1900 และ 1958 ในแต่ละยุคจะพบความเปลี่ยนแปลงหลายประการ ที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเป็นบุคคลสำคัญที่สุดซึ่งจะทำให้เจ้าของกิจการธุรกิจต่าง ๆ ผลิตสินค้าตามที่ผู้บริโภคต้องการ มีดังนี้

1. ทักษะการธรรมชาติ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่

เกิดขึ้นทำให้ทักษะการธรรมชาติถูกขุดค้นขึ้นมาใช้มากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ผลผลิตอย่างต่อเนื่องและมากมายจึงทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสซื้อสินค้าได้ตามความต้องการและราคาถูกลง

2. การเพิ่มปริมาณประชากร ทำให้ปริมาณประชากรโดย

เฉพาะในบริเวณชุมชนเพิ่มขึ้นมากมายจึงเป็นการเพิ่มแรงงาน ซึ่งแรงงานเหล่านี้ก็มีอิทธิพลต่อระบบการผลิตอย่างยิ่ง คือ เป็นปัจจัยการผลิตนั่นเอง

3. การเพิ่มของอำนาจซื้อ สาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจ

ซื้อเพิ่มขึ้น เนื่องจาก

ประการแรก ค่าจ้างสูงขึ้นเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจดีขึ้น

ลูกจ้างรวมตัวกันเป็น สหภาพแรงงาน ทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นมีผลทำให้ค่าแรงสูงขึ้น อำนาจในการซื้อที่สูงตามไปด้วย

ประการที่สอง การขยายตัวของแรงงาน เนื่องจาก

ประชาชนออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น รวมทั้งแม่บ้านด้วย จึงทำให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้นด้วย

ประการที่สาม ระบบผ่อนชำระระบบนี้ได้นำมาใช้
อย่างแพร่หลาย ทำให้อำนาจการซื้อของผู้บริโภคเพิ่มตามไปด้วย

4. การจำหน่ายจ่ายแจกอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากการพัฒนาในด้านการผลิตแล้วยังมีการปรับปรุงในด้านการเก็บรักษาและการจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ราคาถูก รวดเร็ว และมีอิสระที่จะเลือกซื้อได้ตามความต้องการ

5. ระบบธุรกิจ ระบบธุรกิจปัจจุบันเอื้อประโยชน์แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ คือความมีอิสระในด้านเศรษฐกิจ การผลิตจำนวนมาก การเกิดธุรกิจขนาดใหญ่ทำให้มีกำลังในด้านการผลิต การแข่งขันเพื่อจำหน่ายสินค้าและการลงทุน

จากแนวความคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคเป็นผู้มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างยิ่ง เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีระบบการผลิต และจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเสรีภาพในการเลือกสินค้าและบริการของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยการผลิต และการบริโภคผลผลิตที่เพิ่มขึ้นมาขณะนี้ ผู้บริโภคจึงเป็นผู้กำหนดทิศทางและปริมาณผลผลิตของธุรกิจสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยผู้ผลิตจะต้องคำนึงความต้องการและความพอใจของผู้บริโภคเป็นประการสำคัญทั้งนี้สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศย่อมขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นประการสำคัญถ้าผู้บริโภคได้เข้าใจถึงอำนาจในการตัดสินใจซื้อของตน ย่อมจะเป็นผลดีแก่ตนเองและประเทศชาติได้

1.4 กฎหมายและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคเป็นกฎหมายที่รัฐกำหนดไว้เพื่อให้ความคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์แก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจึงควรสนใจเพื่อจะได้สามารถปกป้องตัวเองจากผู้ประกอบการค้าที่ทุจริต โดยอาศัยกฎหมายเหล่านี้

คุ้มครองตนเอง ให้พ้นจากการสูญเสียผลประโยชน์ได้ นอกจากกฎหมายแล้ว สถาบันที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคหลายแห่งได้มีการก่อตั้งและรวมตัวกันขึ้นทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อปกป้องคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภค ซึ่งได้มีการรวบรวมและกล่าวถึงกฎหมายและสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ดังนี้

ยอดยิ่ง คงทอง (2524: 31) ได้กล่าวถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุดของไทย ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และร้อยตำรวจโทเสถียร วิชัยลักษณ์ กับ พันตำรวจเอกสีบวงศ์ วิชัยลักษณ์ และนิติศาสตร์บัณฑิตแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2526: 1-23) ที่ได้รวบรวมพระราชบัญญัติดังกล่าวไว้ ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. การกำหนดสิทธิของผู้บริโภค คือ
 1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณาคคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
 2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ
 3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
 4. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย
2. ให้มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการประกอบด้วย ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม และผู้มีคุณวุฒิอื่น ๆ
 3. การจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 4. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา
 5. การควบคุมฉลาก
 6. การคุ้มครองผู้บริโภคเมื่อมีเหตุสงสัยว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
 7. การดำเนินความที่คณะกรรมการดำเนินคดีนั้นเป็น

ประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม

สำหรับพระราชบัญญัติกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 ตามที่ร้อยตำรวจโทเสถียร วิชัยลักษณ์ กับ พันตำรวจเอกสีบวงศ์ วิชัยลักษณ์ และนิติศาสตร์บัณฑิตแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2526: 1-25) ได้รวบรวมไว้ สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. ให้มีคณะกรรมการกลางกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดโดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกรรมการ
2. อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการในเรื่องการกำหนดราคาสินค้า
3. การป้องกันการผูกขาด
4. การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของรัฐในทางอื่น นอกจากรัฐจะใช้กฎหมายในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคแล้วยังใช้นโยบายทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้แก่ นโยบายการเงินและนโยบายการคลัง

ธงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ (2524: 283) ได้สรุปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคไว้สอดคล้องกับ สมสงค์ อาจจางงค์ และศรีเพชร เลิศพิเชษฐ์ (2524: 174) สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคแบ่งได้เป็น

4 ประเภท คือ ปริมาณ คุณภาพ ราคา และการส่งเสริมการขาย

1. ปริมาณ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับปริมาณสินค้ามี 2 ฉบับ คือ
 - 1 พระราชบัญญัติ มาตรการ ชั่ง ตวง วัด พ.ศ. 2466 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานของระบบเครื่องมือ เครื่องตวง เครื่องวัด ให้ใช้ชนิดเดียวกันทั่วทั้งราชอาณาจักร
 - 2 ประมวลกฎหมายอาญา มาตรการ 270 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการจ้างแก่พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้รักษากฎหมายเพื่อผลประโยชน์ของ

ผู้บริโภคร่วมเมื่อพบพ่อค้าผู้ประพฤติมิชอบต่อผู้บริโภค

2. คุณภาพ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพสินค้ามี 6 ฉบับคือ

- 1 พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ.2507 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับอาหารที่มีลักษณะว่าเป็น อาหารปลอม อาหารที่มีวัตถุเจือปนฉลาก และภาชนะบรรจุอาหาร
- 2 พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับยาปลอม ยาผิด มาตรฐาน ยาเสื่อมคุณภาพ และทะเบียนตำรับยา
- 3 พระราชบัญญัติควบคุมการฆ่าสัตว์และจำหน่ายเนื้อสัตว์ พ.ศ.2502 มีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับ การฆ่าสัตว์และจำหน่ายเนื้อสัตว์ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงาน
- 4 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.2511 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าอุตสาหกรรม
- 5 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2517 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับสารที่เจือปนในเครื่องสำอางที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้ใช้ และภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะ
- 6 ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 236 และมาตรา 271 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการปลอมปนอาหาร ยา และเครื่องอุปโภคบริโภคต่าง ๆ รวมทั้งการขายสินค้าโดยหลอกลวงผู้ซื้อในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือปริมาณสินค้า

3. ราคา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับราคาสินค้ามี 3 ฉบับ คือ

- 1 พระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควร พ.ศ.2490 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการป้องกันการค้ากำไรเกินควรทั้งขายส่งและขายปลีก
- 2 พระราชกฤษฎีกาควบคุมโรคภัย พ.ศ.2495 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการจำหน่าย และป้ายแสดงราคาโรคภัย
- 3 พระราชบัญญัติแก้ไขเศรษฐกิจในยามคับขัน

พ.ศ. 2518 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการห้ามพ่อค้ารวมหัวกันกำหนดราคาสินค้า และการกระทำที่เป็นการค้าผูกขาด

4. การส่งเสริมการขาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายมี 4 ฉบับ ซึ่งมีข้อกำหนดที่เกี่ยวกับการใช้สื่อสารมวลชนที่ทำให้ประชาชนหลงเชื่อจนอาจเกิดอันตรายขึ้นได้ ได้แก่

- 1 พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ. 2507
- 2 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510
- 3 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517
- 4 ประมวลกฎหมายอาญา

สำหรับสถาบันที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในประเทศไทย มีหลายองค์การทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน และชมรมตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อที่จะให้ความช่วยเหลือ แนะนำความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค มีดังนี้

1. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ขึ้นอยู่กับสำนักนายกรัฐมนตรีมีหน้าที่คุ้มครองผลประโยชน์ของประชาชน ในปัญหาอันเกิดจากเครื่องอุปโภคบริโภค รวมถึงการเสนอปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อการคุ้มครองสิทธิและประโยชน์ของผู้บริโภคและบริโภคตลอดจนประสานงานระหว่างประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ (วิวัฒน์ โชติเลอศักดิ์ และสุริยะ เจียมประชานรากร 2524: 75)

2. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ตั้งอยู่ภายในกระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต การนำหรือสิ่งเข้ามาในราชอาณาจักร การจำหน่ายอาหาร ยา เครื่องสำอาง วัตถุมีพิษ วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ซึ่งในการดำเนินการควบคุมนั้น ครอบคลุมถึงการพิจารณาอนุญาตผู้ประกอบการโรงงาน และผู้จำหน่าย (ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 2535:6)

3. ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค

ตั้งอยู่ที่ ตำนกพลเรือกรมหลวงสิงหวิกรมเกรียงไกร ภายในกรมประชา-
สงเคราะห์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามตรวจสอบรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ
ปัญหาของผู้บริโภค เผยแพร่ปัญหา และให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นตัวแทน
ผู้บริโภคในการฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายเพื่อพิทักษ์สิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภค
(ฝ่ายเผยแพร่งานฯ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2535: 3)

4. หน่วยงานทางกฎหมาย ที่ผู้บริโภคจะขอคำแนะนำเพื่อ
ช่วยเหลือเมื่อได้รับความเดือดร้อน เสียหาย จากการบริโภคสินค้าและบริการ
ซึ่งธงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ (2524: 293) ได้ระบุไว้
มีดังนี้

สมาคมทนายความแห่งประเทศไทยตั้งอยู่ที่ถนนราชดำเนิน
สมาคมบัณฑิตสตรีทางกฎหมาย ตั้งอยู่ที่บ้านมนังคศิลา
สภาสังคมสงเคราะห์ ถนนราชวิถี
ชมรมนิติศึกษา คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศูนย์แนะนำกฎหมาย คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เฟรด ที วิลเฮล์มส์ และเรมอน พี เฮเมอร์ล (Fred T.
Wilhelms and Ramon P. Heimerl 1966: 397-401) ได้กล่าวถึง
กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ว่า

การคุ้มครองผู้บริโภคโดยกฎหมายและพระราชบัญญัติต่าง ๆ
ของสหรัฐอเมริกา มีดังนี้

1. พระราชบัญญัติการขาย เพื่อให้ผู้ขายทำประกันสินค้าให้แก่
ผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคสามารถยกเลิกสัญญาซื้อขายและปฏิเสธที่จะรับสินค้า
หากรับสินค้าไปแล้วสามารถคืนได้พร้อมทั้งได้เงินคืนตามราคาสินค้า

ผู้บริโภคสามารถเก็บสินค้าไว้และฟ้องต่อศาล เพื่อเรียกร้อง
ค่าเสียหายและค่าชดเชยในบางส่วนที่เสียหาย

ในกฎหมายนี้ได้ระบุให้ผู้บริโภคฟ้องร้องผู้ขายได้ในกรณีดังนี้

- เกี่ยวกับสินค้า
1. ผู้ขายทำให้ผู้บริโภค เข้าใจผิดหรือปิดบังความจริง
 2. ผู้ขายรู้ว่าสิ่งที่นำมาแสดงนั้นไม่ถูกต้องหรือทำโดยไม่มี
 3. ผู้ขายเจตนาที่จะทำทุกวิถีทางเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อของ
 4. ผู้บริโภคเชื่อในการเสนอสินค้าของผู้ขายและได้รับความเสียหายเมื่อซื้อสินค้าไปแล้ว

2. พระราชบัญญัติที่ตราขึ้นโดยรัฐบาลกลางและท้องถิ่น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเหล่านี้เรียกว่า Statutes หรือ Written Law

กฎหมายโดยรัฐบาลกลาง ได้แก่

The Federal Food, Drug and Cosmetic Act

The Postal Fraud Laws

The Federal Trade Commission Act

The Securities and Exchange Act

The Federal Reserve Act

กฎหมายโดยรัฐบาลของแต่ละรัฐ ได้แก่

กฎหมายประกอบอาหารตามภัตตาคาร และตลาดขายเนื้อสัตว์

กฎหมายเพื่อตรวจสอบเนื้อและนม

กฎหมายเครื่องกระป๋อง

ใบอนุญาตประกอบโรคศิลป์ เป็นต้น

เดเนล เอ แมคโกวาน (Daniel A. McGowan 1984: 6-12) ได้กล่าวถึง กฎหมายและองค์การเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เริ่มจากกฎหมายควบคุมมาตรฐานของขนมปัง ซึ่งราคาจะแตกต่างกันไปตามขนาดและส่วนผสมของขนมปัง โดยการเปลี่ยนแปลงราคนั้น ขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานมาตรฐานหีบห่อและ

ขนาดสินค้า นอกจากนี้ยังมีกฎหมายสำหรับติดดอกเบ้เพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีรายได้น้อย โดยตั้งเพดานดอกเบ้ไว้ต่ำในรูปของการใช้สินเชื่อ แต่ผลกระทบคือทำให้ผู้มีฐานะดีได้รับประโยชน์จากกฎหมายนี้เพราะร้านค้าต่าง ๆ จะให้สินเชื่อแก่ลูกค้าที่มีฐานะยากจนยากขึ้น จึงทำให้ลูกค้าเหล่านั้นหันไปกู้เงินจากแหล่งเงินที่ติดดอกเบ้แพงกว่า เช่น โรงรับจำนำ เป็นต้น

ต่อมาผู้บริโภคได้สังเกตเห็นประโยชน์ที่ตนควรจะได้รับจึงได้มีการรวมกลุ่มกันโดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน องค์กรเหล่านี้ได้แก่

1. องค์กรระดับนานาชาติเช่น Consumer Union, Public Citizen, Consumer Federation of America, และ National Consumer League เป็นต้นทำหน้าที่ผลักดันกฎหมายต่าง ๆ ออกมาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ดูแลกฎหมายให้เป็นผล และให้ความรู้แก่ผู้บริโภค
2. องค์กรระดับท้องถิ่น เช่น Local Consumer Protection Agencies, Public Interest Research Group (PIRG'S), Action Line Media Show, และ "Grass Roots" Groups กิจกรรมขององค์กรคือ ผลักดันกฎหมาย และดูแลการใช้กฎหมาย ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค รับการร้องเรียนของผู้บริโภค ให้ข่าวสารข้อมูลและบริการการซื้อ
3. องค์กรนิติบุคคล ได้แก่ Grant Food Corp., J.C. Denny, Inc. Kraff Foods กิจกรรมขององค์กรคือรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ จากผู้บริโภค และให้ความรู้แก่ผู้บริโภค
4. กลุ่มพ่อค้า (Laissez-faire Groups) ได้แก่ Chamber of Commerce, Better Business Bureaus, Business Roundtable, Consumer Alert, Capital Legal Foundation (Washington, D.C.) กิจกรรมของกลุ่ม คือ กำหนดกฎข้อบังคับต่าง ๆ
5. กลุ่มประชาธิปไตย ได้แก่ Democratic Socialist Organizing Committee, Friends of the Earth กิจกรรมของกลุ่มคือ

การควบคุมแรงงานจำกัดการผลิตและการเติบโตทางเทคโนโลยี และทำให้เกิดการยอมรับของนานาชาติ

จากสาระสำคัญของกฎหมายและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ดังกล่าวสรุปได้ว่า รัฐได้มีกฎหมายหลายฉบับหลายลักษณะ เพื่อคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ต่าง ๆ ของผู้บริโภคทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ ราคา และการส่งเสริมการขายสินค้าต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคควรจะรู้สาระสำคัญของกฎหมายใช้กฎหมายและรวมกลุ่มกัน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยและเป็นการป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการใช้สินค้าและบริการ ตลอดจนสามารถเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ผลิตในกรณีเกิดปัญหาการใช้สินค้าและบริการได้ อันจะเป็นประโยชน์แก่ตนเองและครอบครัวด้วย ส่วนสถาบันเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในภาครัฐและเอกชนมีหลายหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านกฎหมาย และเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ ให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม และเป็นประโยชน์ในการต่อรองและลดความเสียหายเปรียบกับผู้ผลิตได้เช่นกัน

1.5 ปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคและแนวทางแก้ไข

ปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภค เป็นปัญหาที่ผู้บริโภคต้องประสบอยู่เสมอทั้งปัญหาจากตัวเอง ครอบครัว และจากสภาพสังคม ซึ่งแนวทางแก้ไข ปัญหาเหล่านี้ย่อมแตกต่างกันไปตามสภาพของแต่ละครอบครัว โดยปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ไขได้หากมีหลักการที่ดี ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง ปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคและแนวทางแก้ไขต่าง ๆ กัน ดังนี้

ชงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ (2524: 13-16) ได้กล่าวถึงปัญหาของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

1. ไม่สามารถรู้จักความต้องการที่แท้จริงของตนในการซื้อสินค้าและบริการ
2. ไม่สามารถตรวจสอบ ปริมาณ คุณภาพและกลวิธีในการตั้งราคาที่แตกต่างกันได้
3. ต้องพบกับการซื้อขายของแพง เนื่องจากการผูกขาดของผู้ผลิต
4. ปัญหาของผู้บริโภค ได้แก่ การไม่พึงพินันในการซื้อของผู้บริโภค คือ ไม่หมั่นศึกษาหรือพิจารณาสิ่งที่จะซื้อตามที่ควรจะทำ และประมาท เลินเล่อ หรือถือความสะดวกและง่ายเป็นเกณฑ์ ตลอดจนไม่มีความคิดเกี่ยวกับคุณค่าของการใช้เงินเพื่อบริโภค

ส่วนแนวทางแก้ไขเศรษฐกิจของผู้บริโภค ชงชัย สันติวงษ์ และ ฉายศิลป์ เขียวชาญพิพัฒน์ (2524: 17) ได้กล่าวถึงไว้หลายประการ สรุปได้ว่า

1. ให้ความสนใจในผลประโยชน์ของตนทางตรงคือ การรวมตัวกันและปฏิบัติตน เพื่อรักษาผลประโยชน์ระหว่างผู้บริโภคด้วยกัน และทางอ้อมคือ การรู้จักและสนใจใช้สิทธิเลือกรัฐบาลที่ดีมาบริหารประเทศ
2. ฝึกฝนตนเองให้เป็นผู้บริโภคที่ดี รู้จักการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างชาญฉลาดไม่ถูกชักจูงง่าย ซื้อเฉพาะสิ่งที่จำเป็น และมีคุณค่าอย่างแท้จริง
3. มีเป้าหมายที่จะให้การสนับสนุนแก่ธุรกิจ ที่มีประโยชน์ต่อสังคมเท่านั้น

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท(2524: 91) ได้กล่าวถึง ปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคว่ามีสาเหตุมาจากความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีอยู่มากมายไม่มีที่สิ้นสุดสรุปได้ดังนี้

1. รายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย
2. การเคลื่อนย้ายของประชาชนเข้าสู่ตัวเมืองเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

3. ภาวะเงินเฟ้อค่าของเงินมีค่าต่ำลง
4. สมาชิกภายในครอบครัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

วิวัฒน์ โชติเลอดักดิ์ และสุริยะ เจียมประชานรากร (2524: 171-174) ได้กล่าวถึงผู้บริโภคที่ไม่สามารถซื้อสินค้าและบริการให้ได้ประโยชน์และความพอใจสูงสุด เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

1. รายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย
2. ราคาสินค้าและบริการ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะสินค้าและบริการ ที่จำเป็นเช่น อาหาร เสื้อผ้า ค่าเช่าบ้าน และยารักษาโรค
3. คุณภาพของสินค้าและบริการ แม้ว่ารัฐจะมีกฎหมายควบคุมมาตรฐานสินค้าแต่สินค้าและบริการ ที่ผลิตออกมาจำหน่ายในท้องตลาดจำนวนมากหลายชนิดก็ยิ่งต่ำกว่าระดับมาตรฐาน เช่น อาหารใส่ยากันบูด บ้านจัดสรร ใช้วัสดุคุณภาพต่ำ ราคาแพง เสื้อผ้าใช้เนื้อผ้าไม่ทนทาน แต่อาศัยการโฆษณาแล้วขายราคาแพง ยารักษาโรคที่จำหน่าย โดยผู้ขายที่ไม่ใช่เภสัชกร รวมทั้งการบริการที่ด้อยคุณภาพ
4. การกระทำที่ไม่สุจริตของผู้ผลิตหรือพ่อค้าเช่น การโฆษณาที่ไม่เป็นความจริง การกักตุนสินค้า และการฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าของร้านขายปลีก
5. การขาดความรู้ในเรื่องการบริโภค ทำให้ผู้บริโภคต้องเสียประโยชน์หลาย ๆ เรื่อง เช่น ซื้อสินค้าคุณภาพไม่ดีมาใช้ ทำให้ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคสูงขึ้น
6. การว่างงาน การว่างงานจะก่อให้เกิดผลร้ายต่อส่วนรวมคืออาชญากรรมจะเพิ่มมากขึ้น

สำหรับแนวทางแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภค วิวัฒน์ โชติเลอดักดิ์ และสุริยะ เจียมประชานรากร (2524: 175) ได้เสนอแนะไว้หลายประการ สรุปได้ว่า

1. รู้จักเก็บออมทรัพย์ที่หามาได้อย่างสม่ำเสมอ
2. นำเงินออมไปลงทุน หรือทำประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้เกิดประโยชน์นอกวง และให้เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ
3. ฝึกนิสัยการซื้อสินค้าและบริการอย่างฉลาด โดยเลือกซื้อเฉพาะสิ่งที่จำเป็นจริง ๆ เท่านั้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายที่เห็นแก่ตัวได้
4. รู้จักการวางแผนการใช้จ่ายเงิน
5. รู้จักใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ หมั่นศึกษาหาความรู้ เกี่ยวกับการบริโภค
6. พยายามหาทางลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นให้เหลือน้อยที่สุด
7. ทำงานเพื่อหาเงินเลี้ยงชีพด้วยความขยัน ซื่อสัตย์ มีประสิทธิภาพ เพื่อให้แรงงานถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพทำให้รายได้เพิ่มพูนขึ้น

สมวงศ์ อาจจ่านงค์ และศรีเพชร เลิศประเสริฐ (2524: 168-169) ได้กล่าวถึงปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

1. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เช่น สารเคมีและยาฆ่าแมลง ที่สะสมในอาหารต่าง ๆ
2. น้ำหนักและปริมาณของสินค้า เช่น การชั่ง ตวง วัด สินค้าต่าง ๆ มีจำนวนสินค้าน้อยกว่าที่ตกลงซื้อขายกัน โดยเฉพาะสินค้าบางชนิด ที่อยู่ภายในภาชนะที่มิดชิด
3. อายุการใช้งานของสินค้า ผู้ขายบางรายนำสินค้าที่หมดอายุและอาจจะเสื่อมคุณภาพมาขาย ทำให้เป็นภัยแก่ผู้บริโภค
4. การโฆษณาเกินความจริง ทำให้ผู้บริโภคสับสน และไม่แน่ใจจึงเสียเงินโดยใช่เหตุไปเป็นจำนวนมาก
5. สินค้าคุณภาพด้อย เป็นสินค้าปลอมแปลงเลียนแบบ เช่น น้ำปลา ผู้ผลิตนำกากผงชูรสมาทำ หรือการนำกรดกำมะถันเจือจาง มาดองพริก แทนน้ำส้มสายชู

6. การผูกขาดและการควบคุมทางการค้า ทำให้ผู้บริโภค
ได้รับความเดือดร้อนที่ต้องซื้อสินค้าราคาแพงกว่าที่ควร

การเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภค
สมพงษ์ อัจจางังค์ และศรีเพชร เลิศพิเชษฐ์ (2524: 169-170) ได้กล่าวไว้
หลายประการด้วยกัน คือ

1. การเผยแพร่หลักการบริโภค โดยอาศัยระบบการศึกษา
และสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้ และทำให้ผู้บริโภครอบรู้ขั้น
รู้จักคุณค่าของเงิน ใช้จ่ายเงินด้วยความระมัดระวัง

2. การส่งเสริมให้ผู้บริโภครู้จักรวมกลุ่มกันเพื่อหาทางแก้ไข
หรือลดความเสียหายเปรียบผู้ผลิตหรือพ่อค้า

3. การแก้ปัญหา โดยให้ฝ่ายต่าง ๆ ให้ความร่วมมือกัน คือ
รัฐบาล จะต้องรับผิดชอบและถือเป็นหน้าที่ที่จะต้องให้
การศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อช่วยเพื่อผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไปให้มีความรอบรู้
และสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ถูกต้อง

ฝ่ายธุรกิจ ธุรกิจต่าง ๆ รวมตลอดถึงรัฐวิสาหกิจที่เป็น
หน่วยงานของรัฐควรจะได้มีความตระหนักในทุกอย่างของการดำเนินกิจการของตน
โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคที่จะได้รับและสำนึกว่าผู้บริโภคเป็นผู้ที่ให้การ
สนับสนุนเจือจุน ให้ตนสามารถดำเนินการค้าต่อไปได้

ฝ่ายผู้บริโภค ผู้บริโภคทุกคนจะต้องกระทำตนให้เป็น
ผู้บริโภคที่ดี โดยฝึกฝนและปฏิบัติตนให้ดีที่สุด ในการซื้อ การจ่ายเงินด้วยความ
ระมัดระวัง เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการใช้เงินอย่างคุ้มค่า

เฟรด ที วิลเฮมส์ และเรมอน พี เฮเมอร์ล (Fred T.
Wilhelms and Ramon P. Heimerl 1966: 19-31) ได้กล่าวถึงปัญหา
ทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคไว้ว่า

การเปลี่ยนแปลงของสังคมโดยทั่ว ๆ ไป ได้นำไปสู่ปัญหาทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค คือ

1. การเสนอขายสินค้าต่าง ๆ ได้มีวิธีขายในรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ผู้บริโภคมีการเลือกสินค้าเหล่านี้เพิ่มขึ้นด้วย

2. สินค้าและบริการในปัจจุบันมีสินค้าตัวใหม่ออกมาเกือบทุกวัน ทั้งรูปร่าง ขนาด ยี่ห้อ และการบริการเฉพาะอย่างเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ทำให้เกิดปัญหาในการเลือก น้อยคนที่จะรู้จักสินค้าที่ตนต้องการอย่างแท้จริงและจำนวนไม่น้อยที่สินค้าเหล่านี้ไม่อนุญาตให้ผู้บริโภคเปิดดู

3. ทฤษฎีการขายที่พัฒนาไปอย่างมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมองภาพการซื้อขายสินค้าของตนเองไม่ออกโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทำให้ผู้บริโภคได้รับความรู้ผิด ๆ จากแหล่งที่มีอิทธิพลอื่น ๆ ปัญหาของผู้บริโภคก็ คือ จะต้องพยายามเรียนรู้และใช้การโฆษณาให้ถูกต้อง

4. ปัญหาด้านการเงิน ปัจจุบันรายได้ของผู้บริโภคทั่ว ๆ ไป จะมีพอใช้จ่ายเป็นเดือน ๆ ไปเท่านั้น หากหัวหน้าครอบครัวต้องตกงานหรือเจ็บป่วย สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาใหญ่ของผู้บริโภค

5. บทบาทของรัฐบาล โดยทั่วไปแล้วสาธารณชนไม่ต้องการให้รัฐบาลมาเกี่ยวข้อง และรัฐบาลก็ไม่ปรารถนาจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกลไกของตลาดในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ปัญหาจึงอยู่ที่ว่าปัญหาระดับใด ที่รัฐจะเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งปัญหานี้ยังไม่สามารถแก้ไขได้

ดังนั้น เฟรด ที วิลเฮมส์ และเรมอน พี ฮิลเมอร์ล (Fred T. Wilhelms and Ramon P. Heimerl 1966: 32-33) จึงเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภค คือ

1. ก่อนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะต้องรู้ว่าตนเองต้องการอะไร

2. ก่อนการตัดสินใจซื้อต้องพิจารณาเศรษฐกิจของตนเองและความจำเป็นที่จะใช้ประโยชน์ต่อสินค้านั้น ๆ

3. พยายามศึกษากิจการธุรกิจที่เราเข้าไปเกี่ยวข้อง เช่น การไปหาแพทย์ก็ต้องศึกษาให้ถ่องแท้ หรือจะส่งบุตรเข้าเรียนก็ต้องศึกษาสถานที่เรียนให้ละเอียดรอบคอบเสียก่อน

4. เอาใจใส่ต่อการใช้จ่ายเงินภาษีของเรา

5. ผู้บริโภคจะต้องเรียนรู้วิธีการออมและการลงทุนโดยการประกันชีวิต เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการเงินของครอบครัว

จากทัศนคติและแนวคิดของนักวิชาการต่าง ๆ ดังกล่าวเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคและแนวทางแก้ไข สรุปได้ว่า ปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคมีหลายประการตั้งแต่ปัญหาจากเศรษฐกิจโดยตรง ปัญหาจากสภาพสังคม และจากการซื้อสินค้าและบริการ สำหรับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคควรเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกฝ่ายทั้งภาครัฐบาล ภาคธุรกิจและสำคัญที่สุดคือ ผู้บริโภค จะต้องกระทำตนเป็นผู้บริโภคที่ดี รู้จักการซื้อสินค้าและบริการอย่างฉลาด เลือกซื้อเฉพาะสิ่งที่จำเป็นและมีคุณค่าโดยแท้จริง เพื่อให้ได้ประโยชน์และความพอใจสูงสุด

2. วรรณคดีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

2.1 ความหมายและความสำคัญของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

ความหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

คำว่า "เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค" หรือ "Consumer Economics" หรือ "Economics for Consumers" ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน เช่น

วารี พงษ์เวช (2522: 125) ได้ให้ความหมายของ

เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค ว่า เป็นเศรษฐศาสตร์ที่ศึกษา พิจารณาหนักไปในด้านที่เกี่ยวกับผู้บริโภคเป็นต้นว่า จะพิจารณาปัญหาที่เกี่ยวกับเครดิตสำหรับผู้บริโภค และอำนาจซื้อของเขามากกว่าปัญหาในภาคอื่นของเศรษฐศาสตร์ ซึ่งจะศึกษาพิจารณากันแต่เพียงเล็กน้อย

ธงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ (2524: คำนำ) ได้กล่าวถึงความหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค สรุปได้ว่าเป็นการทำความเข้าใจถึงเรื่องราวและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ในชีวิตประจำวัน ในฐานะผู้บริโภค

ยอดยิ่ง คงทอง (2524: 2) ได้สรุปความหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่าเป็นการศึกษาถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจในแง่ของผู้บริโภค หรือผู้ใช้สินค้าและบริการ ที่ผลิตขึ้นในระบบเศรษฐกิจเป็นส่วนใหญ่ นั่นเอง และก็เป็นสาขาหนึ่งของเศรษฐศาสตร์เช่นเดียวกับสาขาอื่น ๆ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2524: 11) ได้ให้ความหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค สรุปได้ว่าเป็นการศึกษาว่าทำอย่างไรผู้บริโภคจึงจะสามารถเลือกหาสินค้าหรือบริการ มาบำบัดความต้องการให้บังเกิด อรรถประโยชน์ และความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) แต่ละคนว่า อะไรเป็นเครื่องตัดสินใจในการแสวงหา สินค้าหรือบริการมาบำบัดความต้องการ

อุทัย หิรัญโศ (2525: 79) ได้ให้ความหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค สรุปได้ว่าเป็นวิชาที่ศึกษาถึงการบริโภคและผู้บริโภคเพื่อหาหนทางที่จะบำบัดความต้องการของมนุษย์ และสิ่งที่จะบำบัดความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สินค้าและบริการต่าง ๆ

ฮาร์โรวด์ เอส สโลน และอาร์โนลด์ เจ เซอร์เซอร์ (Harold S. Sloan and Arnold J. Zurcher 1970: 95) ได้ให้ความหมายของ เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค ว่า ในการพิจารณามุมกว้างคือการศึกษาเกี่ยวกับ เศรษฐศาสตร์จากจุดยืนของผู้บริโภคเนื้อหาหลายอย่างจะเกี่ยวข้องกันในลักษณะ คล้าย ๆ กับการศึกษาเศรษฐศาสตร์โดยเน้นปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาในการซื้อ เชื่อและการซื้อของผู้บริโภคมากกว่าปัญหาอื่น ๆ

แดนล เอ แมคโกวาน (Daniel A. McGowan 1984:15) ได้ให้ความหมายของ เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค คือ การใช้รูปแบบของเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น ในการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนและกำไร และอธิบายลักษณะตลาดของสินค้าและบริการ เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคไม่ได้บอกว่าผู้บริโภคจะได้อะไรมากที่สุดในการทำประกัน ชีวิต แต่จะบอกว่าผู้บริโภคควรประกันอะไรบ้าง และจะประเมินต้นทุนของการ ประกันชีวิตอย่างไร

จากแนวคิดและความหมายดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่า เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค หมายถึง การศึกษากิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค เกี่ยวกับพฤติกรรมในชีวิตประจำวันว่าจะสามารถเลือกหาสินค้าและบริการมา บำบัดความต้องการของตนเองให้เกิดอรรถประโยชน์และความพอใจสูงสุด

ความสำคัญของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคจะเป็นเครื่องมือในการช่วยป้องกันแก้ไข หรือจัดปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคและหน่วยธุรกิจได้อย่างมีเหตุผล และมี ประสิทธิภาพ ซึ่งมีผู้กล่าวไว้หลายท่าน ดังนี้

คำร่างศักดิ์ ชัยสนิท (2524: 11) ได้กล่าวถึงความสำคัญของ เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคต่อผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ ชงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เขียวชาญพัฒนา (2524: คำนำ) สรุปได้ 2 ลักษณะ คือ

ความสำคัญต่อผู้บริโภค มีดังนี้

1. ทำให้สามารถจำแนกสินค้าและบริการที่มีคุณประโยชน์ สำหรับบำบัดความต้องการของตนหรือบุคคลในครอบครัวและเป็นไปอย่างประหยัด
2. ทำให้สามารถกำหนดแผนการบริโภค และประมาณค่าใช้จ่ายในการบริโภคได้ถูกต้องเหมาะสมกับรายได้
3. ทำให้สามารถคาดคะเนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างถูกต้องและมีเหตุผล
4. ทำให้รู้จักประหยัดทรัพยากรที่ใช้ในการบริโภคที่มีอยู่อย่างจำกัด

ความสำคัญต่อผู้ผลิตหรือธุรกิจ มีดังนี้

1. ทำให้สามารถตัดสินใจดำเนินธุรกิจอย่างมีเหตุผลและสามารถคาดคะเนปริมาณ ความต้องการของผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์หรือบริการมาสนองความต้องการอย่างมีเหตุผล
2. ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายหรือลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงสามารถที่จะกำหนดการสั่งซื้อวัตถุดิบ การจ้างแรงงานเพื่อการผลิตได้เหมาะสม
3. ทำให้สำนักได้ว่าทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด การนำทรัพยากรมาแปรรูปเป็นสินค้าและบริการ ควรใช้ให้ได้ผลประโยชน์สูงสุด

คำรัสสิริ อุทยานานนท์ (2525: 1) ได้กล่าวถึงความสำคัญของ เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคที่มีต่อผู้บริโภค สรุปได้ว่าผู้บริโภคจะรู้จักใช้เงินรายได้ของตนอย่างฉลาด โดยการซื้อสินค้าและบริการที่ความต้องการทั้งที่เป็นความจำเป็น และเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย เมื่อมีรายได้เกินรายจ่ายก็อาจเก็บออมไว้หรือนำไปลงทุนหาผลประโยชน์ ถ้ามีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายก็อาจหาทางแก้ปัญหาด้วยการ

ยืมเงินผู้อื่น ส่วนความสำคัญต่อผู้ผลิตได้กล่าวว่า นักธุรกิจที่เชี่ยวชาญในการหาเงินแม้จะได้มากเพียงใด ถ้าไม่รู้จักใช้เงินตามแนวทางที่ควร เงินที่หามาได้ก็ไม่มีทางที่จะสนองตอบความต้องการได้อย่างเพียงพอ และคุณค่าของเงิน

นอกจากนี้ วรารธรรม ตั้งตระการพงษ์ (2526: 18) ได้กล่าวถึงการศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า ในฐานะผู้บริโภคมจะช่วยการตัดสินใจเลือกบริโภคในสิ่งที่ให้ความพอใจสูงสุดจากรายได้ที่มีอยู่และเลือกบริโภคในทางที่ก่อให้เกิดการประหยัด ส่วนในฐานะผู้ผลิตเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการผลิตมากที่สุดทำให้ทราบว่าจะเลือกปัจจัยการผลิตชนิดไหนจึงจะทำให้เสียต้นทุนต่ำสุด และได้กำไรสูงสุด ทั้งเลือกผลิตสิ่งที่อยู่ในการต้องการของผู้บริโภคได้

เลwis แมนแดลล์ (Lewis Mandell 1981: 7) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

1. เข้าใจแรงจูงใจของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคจะเป็นที่รู้จักในวงการธุรกิจหรือผู้เชี่ยวชาญการตลาด แต่ผู้บริโภคไม่รู้จักตัวเอง เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคมจะช่วยให้ผู้บริโภครู้จักความต้องการและความจำเป็นของตัวเอง เพื่อที่จะจัดสรรเศรษฐกิจของตนเองให้ได้ประโยชน์มากที่สุด

2. เข้าใจในหน่วยธุรกิจ การทำความเข้าใจหน่วยธุรกิจมีความสำคัญต่อผู้บริโภค 2 ประการ คือ

ประการแรก ผู้บริโภคจะลงทุนกับธุรกิจใดควรให้เหมาะสม กับสภาพเศรษฐกิจของตน และให้ได้ประโยชน์มากที่สุด

ประการที่สอง ตามหลักของเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจของธุรกิจมีความสำคัญเท่า ๆ กับการตัดสินใจของครอบครัว เช่น การตัดสินใจในการลงทุน การสร้างโรงงาน การกู้ยืม เป็นต้น จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของครอบครัวด้วย

3. เข้าใจนโยบายเศรษฐกิจของรัฐ บทบาทของรัฐในด้าน

เศรษฐกิจที่มีผลต่อผู้บริโภคจะเห็นได้ในด้านภาษี เงินประกันสังคม และ เงินชดเชยผู้ว่างงาน

4. เข้าใจศัพท์เฉพาะเศรษฐศาสตร์ก็เช่นเดียวกับศาสตร์สาขาอื่น ๆ ซึ่งมีศัพท์เฉพาะของตัวเอง ผู้บริโภคจำเป็นที่จะต้องรู้ความหมายของคำเหล่านั้น เพราะเศรษฐกิจเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภคซึ่งคำศัพท์เหล่านี้จะพบตาม หนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น ภาวะเงินเฟ้อ (Inflation) ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (GNP) เป็นต้น

สรุปได้ว่า ความสำคัญของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคที่มีต่อผู้บริโภค นั้นจะทำให้ผู้บริโภคสามารถวางแผนและกำหนดการใช้รายเงินในชีวิตประจำวัน ได้เหมาะสมมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนการประหยัดทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด ได้ ส่วนความสำคัญต่อผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจ จะช่วยการดำเนินกิจการธุรกิจด้านต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้และรู้จักการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างจำกัดให้ได้รับประโยชน์สูงสุด

2.2 มโนทัศน์และมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

ความหมายของมโนทัศน์

มโนทัศน์ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Concept ในภาษาไทยนั้นมีผู้ใช้หลายคำต่าง ๆ กันไปคือ สิ่งกับ มโนคติ และความคิดรวบยอด คำว่า "มโนทัศน์" ได้มีนักการศึกษาหลายท่านให้ความหมายไว้มากมายด้วยกัน เช่น

จรรยา คุณมี (2520: 138-139) ได้ให้ความหมายของมโนทัศน์ว่า หมายถึง การรู้จักเรื่องใดเรื่องหนึ่ง วัตถุใดวัตถุหนึ่งจนสามารถจำแนกพวกได้ว่า พวกอะไรอยู่ในพวกอะไร และเรื่องนั้น สิ่งนั้น วัตถุนั้น ควรมีคุณลักษณะอย่างไร ทำอะไรบ้าง

อาคม จันทสุนทร (2522: 47) ได้กล่าวถึงความหมายของ มโนทัศน์ว่า หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ที่สรุปรวมเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใด เรื่องหนึ่ง อันเกิดจากการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นหรือ เรื่องนั้น หลาย ๆ อย่างหลาย ๆ แบบ แล้ว ได้ใช้คุณลักษณะของสิ่งนั้นหรือ เรื่องนั้นมาจัดเป็นพวกให้เกิดความคิด ความเข้าใจ โดยสรุปรวมในสิ่งนั้นหรือ เรื่องนั้น

ชัชชัย ชัยจิราชากุล (2523: 42) ได้ให้ความหมายของ มโนทัศน์ว่า หมายถึง แนวความคิด ข้อสังเกต ความคิด บทสรุป และข้อสรุป เป็นหลักเกณฑ์

พนัส หันนาคินทร์ (2526: 97) ได้กล่าวถึงความหมายของ มโนทัศน์ว่า หมายถึง นามธรรมหรือความคิดโดยทั่วไปที่รวบรวมได้มาจากกรณี เอกเทศทั้งหลาย (A concept is an abstraction - an idea generalized from particular cases) ทั้งนี้ย่อมจะมีความหมายต่อไปว่า ในการที่จะสร้างมโนทัศน์นั้น ผู้สร้างจะต้องได้ประสบการณ์จากกรณี เอกเทศ มากพอ และยิ่งประสบการณ์มีความแจ่มชัดเพียงใด มโนทัศน์ที่สร้างขึ้นมาย่อมจะ แจ่มชัดขึ้นเพียงนั้น

พรณี ช. เจนจิต (2528: 213-214) ได้ให้ความหมายของ มโนทัศน์ว่า เป็นความเหมือนของสิ่งเร้า และสามารถจัดกลุ่มสิ่งเร้าที่มีลักษณะ รวมกันไว้เป็นพวกเดียวกันได้นั้นคือ ลักษณะที่แยกสิ่งของ การกระทำหรือ ความคิดออกเป็นประเภทต่าง ๆ เช่น Concept สัตว์บกก็คือลักษณะที่แยก สัตว์บกออกจากสัตว์อื่น ๆ

ลาวัลย์ วิทยาอุทมิกุล (2533: 78) ได้ให้ความหมายของ มโนทัศน์ว่า หมายถึง แนวความคิดที่สรุปรวบยอดได้จากข้อเท็จจริงที่แสดงถึงความเข้าใจต่อปรากฏการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นข้อเท็จจริง

Dictionary of Education ซึ่ง คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good ed. 1973: 124) เป็นบรรณาธิการ ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ มโนทัศน์ คือ

1. ความคิดหรือสัญลักษณ์ ของส่วนประกอบหรือลักษณะร่วมที่สามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มเป็นพวกได้
2. สัญลักษณ์เชิงความคิดทั่วไปหรือเชิงนามธรรมเกี่ยวกับสถานการณ์ กิจกรรมหรือวัตถุ
3. ความรู้ลึกลับนึกคิด ความเห็น ความคิดหรือภาพความคิด

เอ็ดการ์ด บี เวสเลย์ และแอสตันเลย์ พี รอนสกี (Edgar B. Wesley and Standley P. Wronski 1973: 96) ได้ให้ความหมายของ มโนทัศน์ไว้ว่า มโนทัศน์ (concept) หมายถึงประเภทของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีลักษณะนามธรรมที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทั้งหมดของประเภทหรือขึ้นเฉพาะอย่างของวัตถุ ความคิดหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ

จอย พี กิลฟอร์ด (Joy P. Guilford 1989: 427-428) ได้ให้ความหมายของมโนทัศน์ว่า มโนทัศน์ (Concept) เป็นสัญลักษณ์ชนิดหนึ่งที่เราได้รับมาจากการประสบการณ์ในการที่ได้พบเห็นสิ่งต่าง ๆ แยกออกเป็นจำพวก และในจำพวกหนึ่ง ๆ จะมีลักษณะที่รวมกันอยู่เช่น เมื่อเราเห็นแมวหลาย ๆ ตัว เราก็รู้ "ลักษณะร่วมของแมว" ซึ่งแสดงว่าเรามีมโนทัศน์เกี่ยวกับแมวที่เกิดขึ้นแล้ว

จากความหมายของมโนทัศน์ที่นักการศึกษาทั้งของไทยและต่างประเทศกล่าวไว้ต่าง ๆ กันนั้นพอจะสรุปได้ว่า มโนทัศน์ เป็นความคิดที่สรุปรวบยอดเกี่ยวกับลักษณะรวมของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งอันเกิดจากการได้รับ ประสบการณ์ การเรียนรู้ จากข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งนั้นหรือเรื่องนั้น

มโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

เศรษฐศาสตร์ก็เช่นเดียวกับศาสตร์อื่น ๆ ในโลกที่มีมโนทัศน์ (Concept) มากมายทั้งที่เป็นคำเดียวและที่เป็นข้อความที่สัมพันธ์กัน ดังนั้นเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคซึ่งเป็นแขนงการศึกษาย่อยลงมาก็ย่อมจะมีมโนทัศน์อยู่มากมายหลายประการด้วยกัน แต่งานวิจัยนี้จะกล่าวถึงเฉพาะมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคที่ปรากฏในขอบเขตของงานวิจัยนี้เท่านั้น ซึ่งได้มีผู้กล่าวอธิบายไว้หลายท่านด้วยกัน มีดังนี้

คำรังสรรค์ ชัยสนธิ (2524: 24-78) ได้กล่าวถึงมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค มีดังนี้

1. ความรู้พื้นฐานของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค จะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการมาบำบัดความต้องการ อย่างมีเป้าหมาย
2. รายได้ (Incomes) รายได้ของผู้บริโภค มีอำนาจต่อการตัดสินใจซื้อ เพราะมนุษย์มีรายได้อย่างจำกัดจึงจำเป็นต้องวางแผนทำงบประมาณอย่างรอบคอบ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการมาสนองความต้องการใช้เงินให้เป็นประโยชน์เพื่อความผาสุกของครอบครัว
3. การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น รายได้ รายจ่าย อาชีพ รสนิยม ความจำเป็นทัศนคติ แต่ก็ไปตามปัจจัยสี่
4. การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกับหน่วยธุรกิจ ผู้บริโภค

ควรพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบว่า มีความจำเป็นอย่างไร มีผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการเกินฐานะ ความเป็นอยู่และรายได้หรือไม่ จึงจะเป็นผลดีต่อตนเองและครอบครัว

5. เมื่อประชาชนฝึกนิสัยในการออมทรัพย์แล้ว ผลประโยชน์ที่ติดตามมามีใช้การออมทรัพย์แต่เพียงอย่างเดียว ยังเกิดการประหยัดทรัพยากรธรรมชาติและผลผลิตต่าง ๆ ตามมาด้วย

6. การประกันเป็นแผนการของสังคมที่ร่วมกันเฉลี่ยความเสียหายของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง ที่ถึงแก่กรรมก่อนเวลาอันสมควร อันเป็นแผนสงเคราะห์สังคม

เฟรด ที วิลเฮ็มส์ และเรมอน พี เฮเมอร์ล (Fred T. Wilhelms and Ramon P. Heimerl 1966: 36-158) ได้กล่าวถึงมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค ดังนี้

1. การวางแผนการใช้จ่ายเงินเป็นกุญแจสำคัญของผู้บริโภคในการจ่ายเงินของตนอย่างมีประสิทธิภาพ
2. สิ่งสำคัญที่สุด สำหรับการวางแผนการซื้อสินค้าและบริการ คือจะต้องรู้ว่าเราต้องการอะไร และสามารถดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่เพียงไร ก็คือการจัดบันทึกรายการที่ต้องการไว้ทุกอย่างซึ่งจะมีผลทำให้เกิดการท่างบประมาณของครอบครัวไปในตัว
3. การทำกิจกรรมให้สำเร็จได้ด้วยดี องค์ประกอบคือ คน เครื่องจักร วัตถุดิบ และสิ่งสำคัญเหนือสิ่งใดคือเงิน แต่เงินไม่ได้ทำได้หรือมีได้ตลอดเวลา ฉะนั้นตัวแทนสำคัญของเงินก็คือ สินเชื่อ
4. การลงทุนที่ดีที่สุดในระยะยาวคือ การประกันชีวิตหากเราเลือกใช้นโยบายที่ดีก็สามารถคุ้มครองให้ถึงครอบครัวและตัวเราเมื่อเกษียณอายุ
5. ผู้บริโภคควรทำตนเองให้อยู่เหนืออิทธิพลของการโฆษณา

โดยเน้นความต้องการของตนเองก่อน

6. ฉลากเป็นเครื่องมือที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าแก่ผู้บริโภค ได้ดีกว่าการโฆษณา

จอห์น อาร์ วิช, โดแนล จี สตีลีย์ และสตีเฟน อี ทริทเทน (John R. Wish, Donald G. Steely and Stephen E. Tritten 1978: 13) ได้กล่าวถึง มโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับจุดเด่นและการใช้สินค้าเท่านั้น ยังขึ้นอยู่กับการยอมรับสินค้านั้นของกลุ่มอ้างอิง เช่น ศาสนาหรือการศึกษาที่คล้าย ๆ กันด้วย

ลีแลนด์ เจ กอร์ดอน และสตีเวอर्ट เอ็ม ลี (Leland J. Gordon and Stewart M. Lee 1982: 77-85) ได้กล่าวถึงมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค มีดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกายได้แก่ความหิว กระหาย หรือ สิ่งเร้าจากภายนอกเช่นกลิ่น รสและรูปร่างที่ปรากฏตลอดจนความชอบเฉพาะตัว เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกอาหารแตกต่างกัน

2. สภาพแวดล้อม ระบอบการปกครอง สภาพเศรษฐกิจ อิทธิพลของกลุ่ม ศาสนา อิทธิพลของครอบครัวและบุคลิกภาพของแต่ละคนเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ผู้บริโภคขาดเสรีภาพในการเลือกสินค้าและบริการ

เดแนล เอ แมคโกแวน (Daniel A. McGowan 1984: 113-169) ได้กล่าวถึงมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค ไว้ดังนี้

1. สินเชื่อ จะช่วยให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการได้ตามที่ต้องการในทันทีที่ต้องการได้หรือเมื่อสินค้านั้นมีพร้อมแต่จุดเสียคือทำให้ผู้บริโภคใช้ชีวิตสูงกว่าสภาพที่เป็นจริงของตน

2. การจัดการการเงินของผู้บริโภคในรูป การออมทรัพย์ และการลงทุนนั้น ผลที่ได้รับจะออกมาในรูปของเงินปันผลและดอกเบี้ย เป็นต้น แต่การเสี่ยงก็ขึ้นอยู่กับธุรกิจที่ผู้บริโภคนำเงินไปร่วมด้วย หรืออาจจะมาจาก สถานการณ์ทางการเมือง

จากข้อสรุปมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคหลาย ประการดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การเลือก การตัดสินใจและการใช้ เพื่อการบริโภคสินค้าและบริการ ที่จะทำให้เกิดประโยชน์และความพอใจสูงสุด แก่ตนเอง ครอบครัวและส่วนรวมได้ ถ้าผู้บริโภคได้มีความรู้ความเข้าใจจนเกิด เป็นมโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

2.3 หลักการของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

หลักการของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคเป็นแนวทางที่ผู้บริโภควควร ศึกษาให้เกิด ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการทรัพย์สินการบริโภคด้าน ต่างๆ และปฏิบัติตนให้เป็นผู้บริโภคที่ดีเพื่อประโยชน์ของตนเอง ซึ่งมีนักวิชาการ หลายท่านกล่าวถึง มีดังนี้

ชงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เขียวชาญพิพัฒน์ (2524: 273) ได้กล่าวถึง หลักการของผู้บริโภค สรุปได้ว่า

โดยหลักการแล้วผู้บริโภคทุกคนมีหน้าที่จะต้องริเริ่มตนเอง กระทำตนให้เป็นผู้บริโภคที่ดี โดยจะต้องพยายามฝึกฝนและปฏิบัติตนให้ดีที่สุดใน ทางต่าง ๆ คือ

1. ทุกคนควรพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ซื้อที่มีความรอบรู้สามารถ และชำนาญในการซื้อ ทั้งจากวิธีการศึกษาและการหมั่นฝึกฝนตนเองจากชีวิตจริง ให้มากที่สุด

2. ทุกคนควรพยายามเรียนรู้ถึงความสำคัญของการใช้สินค้าและบริการ เพื่อให้รู้ถึงคุณค่าและข้อแตกต่างของประโยชน์ที่ได้จากการซื้อ การใช้สินค้าและบริการเหล่านั้นทุกขณะ และควรคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เงินอยู่เสมอ

3. ทุกคนควรจะสนใจเรียนรู้วิธีการจัดการทรัพย์สินของตน ว่าควรจะใช้อย่างไร จึงจะถูกต้องและดีที่สุด การทำงานประมาณ การออม และการรู้จักลงทุนที่ถูกต้อง จึงเป็นสิ่งสมควรต้องศึกษาและพยายามจัดทำประโยชน์มากที่สุด

4. ทุกคนควรจะตระหนักตนเองเสมอว่าจะต้องช่วยกัน รับผิดชอบชีวิตทางสังคมและทางเศรษฐกิจของตนเองให้ดีขึ้น ซึ่งวิธีการข่อมอยู่ที่ตัวผู้บริโภครอง ที่ต้องเริ่มต้นปฏิบัติตน เพื่อจะเสริมสร้างฐานะความเป็นอยู่และสังคมให้ดีขึ้น โดยการเป็นผู้บริโภคที่ดี

ตำราศักดิ์ ชัยสนิท (2524: 11) ได้กล่าวถึงหลักการของ เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค ในฐานะของผู้บริโภคที่ควรจะได้รู้จักปฏิบัติตน เพื่อประโยชน์สำหรับตนเองและครอบครัว มีดังนี้

1. รู้จักการจ่ายนสินค้าหรือบริการที่มีคุณประโยชน์สำหรับ บำบัดความต้องการของตนหรือบุคคลในครอบครัวให้เป็นไปอย่างประหยัด
2. รู้จักประหยัดทรัพยากรที่ใช้บริโภคที่มีอยู่อย่างจำกัด
3. รู้จักประมาณค่าใช้จ่ายในการบริโภคระยะหนึ่ง ได้อย่าง ถูกต้อง และสามารถกำหนดแผนการบริโภค ให้เหมาะสมกับฐานะรายได้ของตน
4. รู้จักคาดคะเนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างถูกต้องและมี เหตุผล

อภิรักษ์ จันตะนี และคณะ (2533: 9-10) ได้กล่าวถึง หลักการของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า ในฐานะของผู้บริโภคควรจะเป็นผู้มี

เหตุผลในการใช้จ่ายการบริโภค คือ

1. รู้วิธีการใช้ทรัพยากรที่อยู่จำกัด เพื่อการบริโภคให้เกิดประโยชน์มากที่สุด
2. สามารถกำหนดค่าใช้จ่าย ในการบริโภค การออม การลงทุนในระดับต่าง ๆ ได้เหมาะสมยิ่งนั้น
3. รู้จักวิธีจำแนกชนิดของสินค้าและบริการที่มีประโยชน์ และสามารถนำไปใช้อย่างประหยัดที่สุด
4. สามารถพยากรณ์ และคาดการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่นภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ หรือรุ่งเรือง หรือซบเซาด้วยราคาสินค้าหรือบริการในระดับต่าง ๆ

นอกจากนี้ เฟรด ที วิลเฮล์มส์ และเรมอน พี เฮเมอร์ล (Fred T. Wilhelms and Ramon P. Heimerl 1966: 2) ได้กล่าวถึงหลักการของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคควรศึกษาความรู้ว่าจะทำอย่างไรจึงจะหาประโยชน์จากการใช้เงินของตนให้ได้มากที่สุด จากวิธีการ คือ

1. รู้จักการจัดงบประมาณการใช้จ่ายของตนเองให้เหมาะสม
2. รู้จักการซื้อสินค้าโดยใช้สื่อการโฆษณา ให้เป็นประโยชน์
3. รู้จักการออม การประกัน และวิธีการลงทุน
4. รู้จักการใช้สินเชื่อ
5. รู้จักกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภค

สรุปได้ว่าหลักการของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคเป็นวิธีการที่ผู้บริโภคควรพยายามฝึกฝน และปฏิบัติตนให้รู้จักการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ถูกต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายเงินที่เหมาะสม รู้จักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค และรู้เท่าทันสถานการณ์ทางเศรษฐกิจทั่วไป ซึ่งจะมีผลให้เป็นผู้บริโภคที่ดีได้

2.4 จุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค

จุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคได้มีผู้อธิบายไว้หลายท่าน ดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ และฉายศิลป์ เขียวชาญพิพัฒน์ (2524: 269) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า

1. ให้ผู้บริโภคได้รู้ได้เห็นถึงโอกาสและทางเลือกต่าง ๆ เพื่อประกอบการพิจารณาเลือกซื้อมากที่สุด และควรซื้ออย่างไรจึงจะเป็นการซื้อที่ถูกต้องที่สุด
2. เพิ่มความสามารถให้แก่ผู้บริโภค ในด้านเพิ่มเติมข้อมูลความรู้ที่จำเป็น และเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับข้อมูลของฝ่ายผู้ผลิตและผู้ขาย
3. ผู้บริโภคจะได้รับรู้การมีสิทธิโดยแท้จริง และเริ่มมีฐานะเป็นประชาชนที่มีความหมายที่จะได้รับการดูแลอย่างถูกต้องจากรัฐและสังคมโดยส่วนรวม
4. ทำให้ความเป็นอยู่ของสังคมโดยส่วนรวมดีขึ้น

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2524: 24) ได้สรุปจุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการมาบำบัดความต้องการอย่างมีเป้าหมาย

ยอดยิ่ง คงทอง (2524: 6) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคว่า

1. เพื่อแก้ไขภาวะเศรษฐกิจของตนเองและครอบครัว
2. เพื่อจะได้ปรับตนเอง และตัดสินใจเลือกการบริโภคให้

เหมาะสม

3. เพื่อเป็นแนวทางที่จะสร้างสรรค์สังคมส่วนรวม

สมยงค์ อัจฉานงค์ และศรีเพชร เลิศพิเชษฐ์ (2524: 170)

ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค เพื่อ

1. ลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในการซื้อสิ่งของ
เครื่องใช้ต่าง ๆ
2. รู้จักคุณค่าของเงิน และรู้จักใช้จ่ายด้วยความระมัดระวัง
3. ได้รับผลตอบแทนจากการใช้เงินอย่างคุ้มค่า

เฟรด ที วิลเฮมส์ และเรมอน พี เฮเมอร์ล (Fred T.

Wilhelms and Ramon P. Heimerl 1966: 48) ได้กล่าวถึงความมุ่งหมาย
ของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค กล่าวโดยสรุป คือ

1. ลดค่าใช้จ่ายส่วนเกินที่ไม่จำเป็นออกไปโดยการประมาณ
การและบันทึกการใช้จ่ายอย่างละเอียดถี่ถ้วน และรู้จักยับยั้งใจในการซื้อสินค้า
และบริการ
2. ให้สมาชิกในครอบครัวบรรลุถึงจุดประสงค์ในการใช้สินค้า
และบริการโดยทั่วถึง โดยหัวหน้าครอบครัวไม่ใช้เงินตามอำเภอใจแต่ผู้เดียว
3. เพื่อเข้าใจการยืดหยุ่นในการจัดงบประมาณการเงินเมื่อ
เหตุการณ์เปลี่ยนแปลงไป
4. เพื่อเตรียมตัวผู้บริโภควัยรุ่น สำหรับความรับผิดชอบต่อ
ครอบครัวที่สูงขึ้น แม้ว่าปัจจุบันเขาจะไม่ใช้หัวหน้าครอบครัวแต่ในอนาคตจะต้อง
เข้าสู่ความรับผิดชอบดังกล่าว

เลวิส แมนแดลล์ (Lewis Mandell 1981: 8) ได้กล่าวถึง
จุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคสรุปได้ว่า เพื่อจะช่วยให้การตัดสินใจในการ

ประเมินราคาต้นทุนสินค้า และการได้รับผลประโยชน์ จากการบริโภคสินค้าและบริการ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยที่ผู้บริโภคน้อยคนที่จะคำนึงถึงค่าเสื่อมราคาสินค้าในแต่ละปี และค่าซ่อมบำรุงรักษาซึ่งสิ่งเหล่านี้อยู่ในราคาที่แท้จริง และผู้บริโภคมักมองข้ามไปเสมอ

จุดมุ่งหมายของเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงหลายประการนั้นเป็นเป้าหมายให้ผู้บริโภครู้จักตัวเองดีขึ้น เพื่อการตัดสินใจและการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของตนเองและครอบครัวโดยมีความผิดพลาดน้อยลง และการเรียนรู้กฎเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้บริโภคจะเป็นผลดีต่อสังคมส่วนรวมด้วย

2.5 การให้การศึกษาศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคตามหลักสูตรมัธยมศึกษาของไทย

การให้การศึกษเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค ในระบบโรงเรียนโดยระดับมัธยมศึกษาตอนต้นได้บรรจุไว้ใน หลักสูตรมัธยมศึกษาตอนต้น พุทธศักราช 2521 ส่วนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้บรรจุไว้ใน หลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย พุทธศักราช 2524 ต่อมาได้มีการปรับปรุง หลักสูตรระดับมัธยมศึกษา ในปี 2533 ดังนั้นการให้การศึกษเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคได้บรรจุอยู่ในวิชาสังคมศึกษา วิทยาศาสตร์ พัฒนาบุคลิกภาพ (พลานามัย) และวิชาพื้นฐานอาชีพ ตามหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนต้นพุทธศักราช 2521 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2533) และหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายพุทธศักราช 2524 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2533) ทั้งนี้เพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนรู้กับนักเรียน ให้มีสัมฤทธิ์ผลตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรที่กำหนดไว้ คือ การเป็นผู้บริโภคที่ดี โดยมีเนื้อหาและจุดประสงค์ของหลักสูตรดังนี้

รายวิชา ส 305 โลกของเรา มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาระสำคัญของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของนานาชาติ ที่สัมพันธ์กับประเทศไทย และการวิเคราะห์ปัญหาความร่วมมือในการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความเข้าใจในสภาพปัญหาทางพัฒนาการ และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ด้านเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยได้

รายวิชา ส 504 สังคมศึกษา มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการของเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น การผลิต การบริโภค การแลกเปลี่ยน และการกระจายรายได้ ตลอดจนการวิเคราะห์กิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศไทย และสาระสำคัญของ แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับต่าง ๆ มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้นและกิจกรรมพื้นฐานทางเศรษฐกิจของไทยในเรื่องการผลิต การบริโภค รวมทั้งสภาพปัญหาทางเศรษฐกิจของไทย และแนวทางแก้ไข ตระหนักในผลของการจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีต่อเศรษฐกิจของครัวเรือน มีค่านิยมที่ดีในการบริโภคและสามารถปฏิบัติตนเป็นผู้บริโภคที่ดีได้

รายวิชา ส 031 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเบื้องต้น สาระสำคัญของ การผลิต การเงิน การธนาคาร และวิเคราะห์ปัญหาเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น ในเรื่อง การเงิน การธนาคาร มีความเข้าใจปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญในชีวิตประจำวันและมีค่านิยมที่ดีในการบริโภค

รายวิชา ส 032 เศรษฐศาสตร์ครอบครัว มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการทางเศรษฐกิจที่สัมพันธ์กับครอบครัวในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การบริโภค การออม การลงทุน การเลือกใช้บริการด้านเชื่อ การเลือกที่อยู่อาศัย และรถยนต์ มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริโภค มีความเข้าใจในหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น สามารถวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจของครอบครัวได้ ตระหนักถึงสภาพปัญหาและผลกระทบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ของครัวเรือนที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจส่วนรวม มีค่านิยมที่ดีในการบริโภค การพึ่งตนเอง การประหยัดคอบม ตลอดจนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน

รายวิชา ส 041 กฎหมายในชีวิตประจำวัน มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาระของกฎหมายไทยทั่วไป กฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ครอบครัวและชุมชน ตลอดจน ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายและวิธีการแก้ไข มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายในชีวิตประจำวันและแนวทางแก้ไขในระดับตนเอง ครอบครัว และประเทศชาติ

รายวิชา ส 043 กฎหมายน่ารู้ มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ตนเอง ครอบครัว ชุมชนและหลักกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน มีจุดประสงค์ของหลักสูตรอยู่ในขอบข่ายรายวิชา ส 041

รายวิชา ส 061 รายได้ประชาชาติ มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการของการวัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การคำนวณรายได้ประชาชาติด้านต่าง ๆ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรายได้ประชาชาติกับรายจ่ายของครัวเรือน มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจหลักเบื้องต้นของรายได้ประชาชาติ เห็นความสำคัญของการเพิ่มรายได้ประชาชาติและความสัมพันธ์ของรายได้ประชาชาติกับรายได้และรายจ่ายของครัวเรือน

รายวิชา ส 062 การเงิน การธนาคารและการคลัง มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการของการเงิน การธนาคารและการคลังเบื้องต้น ตลอดจน การวิเคราะห์ปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน ด้านการเงินและการคลังของประเทศไทย มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจระบบการเงิน การธนาคาร และการคลังเบื้องต้น เห็นปัญหาและแนวทางแก้ไข เพื่อการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์แก่ตนเองและครอบครัวได้

รายวิชา ส 071 กฎหมายที่ประชาชนควรรู้ มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาระสำคัญของกฎหมายรัฐธรรมนูญ กฎหมายปกครองรวมทั้งกฎหมายอาญา และกฎหมายที่อยู่ในชีวิตประจำวัน มีวัตถุประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และเห็นความจำเป็นที่จะต้องรู้กฎหมายและปฏิบัติตามกฎหมาย

รายวิชา ว 203 วิทยาศาสตร์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะของสารอาหารประเภทต่าง ๆ ที่ร่างกายต้องการและสิ่งเป็นพิษในอาหารโดยมีกิจกรรมทดสอบสารอาหารต่าง ๆ ควบคู่ไปด้วย มีจุดประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสารอาหาร การกินอาหารและการหลีกเลี่ยงสิ่งเป็นพิษในอาหารได้

รายวิชา ว 041 ชีววิทยา มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาระสำคัญของสารอาหารกับการดำรงชีวิตและสิ่งปนเปื้อนในอาหาร ตลอดจนการถนอมอาหารโดยมีกิจกรรมทดสอบสารอาหารต่าง ๆ ควบคู่ไปด้วย มีจุดประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าและแหล่งของสารอาหาร วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาหารหลักในท้องถิ่นกับสุขภาพได้ และเห็นคุณค่าของวิทยาศาสตร์ ในการนำความรู้ และหลักการไปใช้ประโยชน์ เพื่อเลือกอาหารที่มีคุณค่าได้

รายวิชา พ 401 สุขศึกษา มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการด้านสุขภาพของผู้บริโภค การเลือกผลิตภัณฑ์ สารอาหาร และการบริหารสุขภาพของผู้บริโภคตลอดจนสาระสำคัญของกฎหมายเกี่ยวกับอาหารและผู้บริโภคมีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค สิทธิผู้บริโภค กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สินค้า ตลอดจนสามารถปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมในการรักษาสุขภาพของตนเองได้

รายวิชา พ 011 สุขศึกษา มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการของการดูแลสุขภาพทางโภชนาการและปัญหาสุขภาพที่เกิดจากนิสัยการรับประทานอาหารของวัยรุ่น มีจุดประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการสามารถดูแลรักษาสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจได้

รายวิชา พ 012 สุขศึกษา มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาระสำคัญของอาหารหลัก 5 หมู่และสารอาหารต่าง ๆ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์สารอาหารตามพลังงานที่ต้องการในเพศ และวัยต่าง ๆ กัน มีจุดประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้มีความรู้ และสามารถปฏิบัติตนเกี่ยวกับ การป้องกันสิ่งแปลกปลอมและสารเคมีที่เข้าสู่ร่างกายได้

รายวิชา ง 011 งานบ้าน มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการของการวางแผน การใช้ และการดูแลรักษาเครื่องมือ เครื่องใช้ภายในบ้าน การดูแลช่วยเหลือ บริการบุคคลในครอบครัว ตลอดจนการฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการประกอบอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีจุดประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานบ้านในเรื่องการใช้และการเก็บรักษาเครื่องอุปโภค บริโภคในบ้าน การซ่อมแซมและดัดแปลงเครื่องนุ่งห่ม การประกอบอาหาร ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของครอบครัว

รายวิชา ง 012 การจัดการในบ้าน มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการซื้อและการดูแลเกี่ยวกับอาหาร เครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ในบ้าน ยารักษาโรคและการซื้อบริการต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน มีจุดประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ และรู้จักวิเคราะห์ การจัดการในบ้านเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ตามความจำเป็นและประหยัด รู้จักการออมทรัพย์ การจัดทำงบประมาณให้เหมาะสมกับรายรับรายจ่ายของตนเองและครอบครัวได้

รายวิชา ช 032 เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค มีเนื้อหาเกี่ยวกับสาระสำคัญของความต้องการ และความจำเป็นทางเศรษฐกิจ หลักการซื้อสินค้าทั่วไปและสินค้าเฉพาะอย่าง การวางแผนการใช้จ่ายเงิน หลักการของสินเชื่อ

สำหรับผู้บริโภค การออม การลงทุน การประกันภัย และกฎหมายเกี่ยวกับ
 ผู้บริโภคตลอดจน การวิเคราะห์ปัญหาเศรษฐกิจของผู้บริโภคและแนวทางแก้ไข
 มีจุดประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความต้องการ
 และความจำเป็นทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค หลักการซื้อสินค้าและบริการ ปัญหา
 เศรษฐกิจของผู้บริโภคและแนวทางแก้ไข สามารถวางแผนการใช้จ่ายเงิน
 การออมทรัพย์และการลงทุน การใช้บริการสินเชื่อ การประกันวินาศภัยและประ
 กันชีวิตได้ ตลอดจนสามารถนำความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคนี้ไปประยุกต์ใช้
 ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

การให้การให้การศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคตาม
 หลักสูตรมัธยมศึกษาของไทย ทั้งในหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษา
 ตอนปลายในปัจจุบันได้บรรจุเนื้อหาสาระประกอบด้วย หลักการและข้อพึงปฏิบัติ
 ในการบริโภคสินค้าและบริการ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและ
 ยารักษาโรค กับการวางแผนการใช้จ่ายเงิน การออมทรัพย์ การลงทุน และ
 การใช้บริการสินเชื่อ โดยมีจุดประสงค์ของหลักสูตรเพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาทั้งใน
 ด้านความรู้ ความคิด และการฝึกฝนปฏิบัติการต่าง ๆ ที่ถูกต้องเหมาะสม
 เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการในชีวิตประจำวัน ตลอดจนการบริโภค
 สินค้าและบริการ ที่นักเรียนจะมีโอกาสเลือกตัดสินใจใช้ในอนาคต เมื่อเติบโต
 เป็นผู้ใหญ่ขึ้น ทั้งเนื้อหาสาระ และจุดประสงค์ของหลักสูตรเหล่านี้เห็นว่า
 ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคได้พอสมควร หากนักเรียนในฐานะผู้บริโภค
 จะได้นำหลักเกณฑ์ และความรู้เหล่านี้ ไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน จนเกิดเป็น
 มโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค ย่อมจะเป็นผลดีในทางเศรษฐกิจต่อ
 ตนเอง ครอบครัว และประเทศชาติได้

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ

3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและบริการ

งานวิจัยภายในประเทศ

วิรัตน์ โสฬสีรัตนพร (2523: 24-110) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครและศึกษาถึงการดำเนินงานทางด้านการตลาดของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป ในเขตกรุงเทพมหานคร และสภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นชายและหญิงจำนวน 500 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามห้างสรรพสินค้า สหกรณ์ ร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปสถานที่ราชการและบริษัทเอกชนทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป มีราคาแพงกว่าเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้า ส่วนด้านคุณภาพเนื้อผ้าและลายผ้าของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปอยู่ในขั้นพอใช้ ด้านการโฆษณา บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปดำเนินงานได้ดีอยู่แล้ว ส่วนในด้านอื่น ๆ ผู้บริโภคมีความคิดว่า ขนาดของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมักจะไม่พอดีกับตัวของผู้บริโภค

อัสณีย์ สิงหลกะ (2524: 33-115) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การใช้ยาไม่ตามสั่งของผู้ป่วยนอก" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ยาไม่ตามสั่งของผู้ป่วยนอก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 515 คน เป็นผู้ป่วยที่มารับการตรวจรักษาที่แผนกผู้ป่วยนอกของสถานพยาบาลของทางราชการหรือรัฐวิสาหกิจและ

ศูนย์บริการสาธารณสุขรวม 12 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีสัมภาษณ์ผู้ป่วยด้วยตนเองตามแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า อัตราการใช้ยาไม่ตามสั่งโดยเฉลี่ยร้อยละ 40.16 และแต่ละวิธีการใช้ยานั้นมีการใช้ยาไม่ตามสั่งแตกต่างกัน เมื่อมีการใช้ยาเป็นจำนวนครั้งต่อวันสูง และพบการใช้ยาไม่ตามสั่งมากขึ้นด้วยและจากการใช้ยาเป็นชั้วโมงก็มีการใช้ยาไม่ตามสั่งในอัตราที่สูง ผู้ป่วยยังคงใช้มือของอาหารเป็นเครื่องกำหนดในการใช้ยาซึ่งช่วงระยะเวลาอาหารมักมีช่วงกว้างมากน้อยผิดกันไป ผลการวิจัยนี้ไม่พบความแตกต่างในการใช้ยาไม่ตามสั่ง เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา คือ ทุกคนสามารถเกิดข้อผิดพลาดในการใช้ยาไม่ตามสั่งได้พอ ๆ กัน

วิรพล สุวรรณนันต์ และจตุรงค์ วงศ์ทองสรรค์ (2526: 67-100) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "สิทธิมนุษยชน: สิทธิผู้บริโภค" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาของสิทธิผู้บริโภคข้อเท็จจริงด้านเอกสารเกี่ยวกับผู้บริโภคขาดสิทธิ ในเรื่องความปลอดภัย ความรู้ในคุณภาพสินค้า ความเป็นธรรมในการเรียกร้องและความเป็นธรรมในการต่อรองราคาสินค้ารวมทั้งมาตรการทางกฎหมายที่รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือผู้บริโภค และมาตรการที่จะแก้ไขข้อบกพร่องระหว่าง ผู้บริโภคกับผู้ผลิตหรือพ่อค้า กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็น ข้าราชการ ผู้รับจ้าง นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ รวมทั้งสิ้น 1,764 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ และค่า Chi-square Test ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบสิทธิของตนเอง ด้านความปลอดภัยในการใช้และการบริโภค สิทธิที่จะซื้อสินค้าในราคายุติธรรม สิทธิในการได้รับข่าวสาร และสิทธิในการประท้วงหรือร้องเรียนตามลำดับ สินค้าที่ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าที่ไม่ปลอดภัยต่อสุขภาพมียาฆ่าแมลงในผัก สีส้มอาหาร ขนมผสมยากันบูด ผงชูรส ตามลำดับ ของใช้ที่น่าจะเป็นอันตรายมียากันยุง ของเด็กที่หลวมคม แดงง่าย เลื่อยไฟฟ้าที่ไม่มีที่ปิดอย่างมิดชิด สเปร์ย

จัดผม ตามลำดับ ยากที่คนส่วนใหญ่ไม่รู้จักวิธีใช้และอาจเป็นอันตรายต่อชีวิต มียา
 กลุ่มประสาท ยาตีบ ยาแก้ปวด ยาปฏิชีวนะ ยาบำรุงกำลัง บริการที่เป็น
 อันตรายมีรถเมล์ เรือเมล์ บริการที่เอาโรคเอาเปรียบมีการกู้ยืมเงินจากเอกชน
 การกู้ยืมเงินจากบริษัทเงินทุน สาเหตุที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ผลิตสินค้าเป็น
 อันตรายคือ ผู้ผลิตคำนึงถึงแต่วัตถุดิบราคาถูก เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่เอาใจใส่
 กฎหมายมีช่องโหว่ คาดว่าผู้บริโภคไม่ทราบและผู้บริโภคขาดการรวมพลัง ตัว
 ผู้บริโภคอาจแก้ไขได้โดยไม่บริโภคสินค้านั้นอีก กระจายข่าวให้คนอื่นทราบ การ
 เข้ากลุ่มต่อต้านให้กลุ่มตั้งหน่วยทดสอบสินค้าให้กลุ่มต่อต้านโดยการหยุดการบริโภค
 ให้จัดทำหนังสือ ให้รัฐช่วยแก้ไข โดยกำหนดโทษอย่างรุนแรงต่อผู้ผลิตและ
 ผู้จำหน่าย กำหนดโทษขั้นเด็ดขาดแก่เจ้าหน้าที่ ที่ละเลขหน้าที่ให้รัฐจัดตั้งหน่วย
 เผยแพร่ความรู้ ผู้บริโภคมักซื้อสินค้าจากการโฆษณา การแนะนำของเพื่อนดูจาก
 ราคาสินค้าและจากร้านค้า ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพราะต้องการสินค้าจริง ๆ ตาม
 สมัยนิยม และการโฆษณา ตามลำดับ

รวงทอง ฉายะพงศ์ และคณะ (2528: 19-120) ได้ทำ

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและบริโภคนิสัยของ
 ประชากรในกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย
 ในการอุปโภคบริโภคของประชากรในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องการปรุงอาหาร
 การซื้ออาหารสำเร็จรูป การเปลี่ยนแปลงบริโภคนิสัยจากอดีต และสาเหตุของ
 การเปลี่ยนแปลง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามจากครัวเรือน
 ตัวอย่างจำนวน 2,000 ครัวเรือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
 ค่ามัชฌิม และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ค่าใช้จ่ายอุปโภค
 บริโภคของครัวเรือน ในกรุงเทพมหานครในระดับรายได้ต่างกัน จะมีการแบ่ง
 การใช้จ่ายในหมวดต่าง ๆ แตกต่างกัน โดยครัวเรือนที่มีระดับ รายได้สูงให้
 ความสำคัญแก่ การศึกษา การบันเทิง และค่าพาหนะเดินทางมากกว่าครัวเรือน
 ระดับรายได้ต่ำ ส่วนครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำ จะใช้จ่ายเงินส่วนใหญ่ไปเป็น

ค่าอาหาร เครื่องดื่ม ยาสูบ ส่วนครัวเรือนชั้นกลางใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็น
 ค่าอาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ และไม่ค่อยให้ความสำคัญค่าใช้จ่ายในหมวดการ
 รักษาพยาบาล ส่วนการบริโภคนิตยสารครัวเรือนชั้นกลางไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงบริโภค
 นิตยสารเท่าใดนัก สำหรับในกลุ่มครัวเรือนที่มีการเปลี่ยนแปลงวิถีการจัดหาอาหาร
 หรือชนิดของอาหารที่รับประทานนั้น มีแนวโน้มจะบริโภคอาหารสำเร็จรูปมากขึ้น
 สาเหตุสำคัญ เนื่องจากสะดวกกว่าเสียเวลาในการจัดหาน้อยกว่าและจากปัญหา
 การเร่งรีบในสังคมไทย มีอิทธิพลในการกำหนดบริโภคนิตยสารของประชากรใน
 กรุงเทพมหานคร ส่วนกลุ่มครัวเรือนที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปเนื่องจากอิทธิพลของ
 การโฆษณาก็คือ ชมม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี และสื่อที่มี
 อิทธิพลมากที่สุด ก็คือ โทรทัศน์

อัมรินทร์ นันทวิทยานทร์ (2529: 82-173) ได้ทำการวิจัยเรื่อง
 "ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารในประเทศไทย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา
 เกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคอาหารในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นการ
 ค้นคว้าทางเอกสารแบบย้อนหลัง (Retrospective Study) โดยรวบรวมข้อมูล
 เอกสารจาก ผลการวิเคราะห์คุณภาพหรือมาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการ
 อาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ในระหว่าง พ.ศ. 2512 ถึง 2527 โดย
 อาศัยคุณภาพตามที่กฎหมายอาหารกำหนดไว้เป็นมาตรฐานของความปลอดภัย ใน
 การบริโภค วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า อาหารควบคุม
 เฉพาะ 14 ประเภทได้แก่สีผสมอาหาร น้ำมันพืชปรุงอาหาร น้ำมันและผลิตภัณฑ์
 นมโค ไอศกรีม ผงชูรส ซอส น้ำปลา น้ำส้มสายชู ซา น้ำบริโภค เครื่องดื่มและ
 เครื่องดื่มเข้มข้น อาหารกระป๋อง กาแฟและน้ำแข็ง ส่วนใหญ่มีคุณภาพต่ำกว่า
 มาตรฐานที่กฎหมายกำหนดยกเว้นกาแฟ สำหรับแนวโน้มของสีผสมอาหาร น้ำมัน
 และผลิตภัณฑ์นมโค ผงชูรส ซอส ซา อาหารกระป๋องและน้ำแข็งมีคุณภาพสูงขึ้น
 เรื่อย ๆ จนเกือบเท่าที่กฎหมายกำหนดตรงกันข้ามกับน้ำมันพืชปรุงอาหาร ไอศกรีม
 น้ำปลา น้ำส้มสายชู น้ำบริโภค เครื่องดื่มและเครื่องดื่มเข้มข้นมีคุณภาพไม่แน่นอน

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากกฎหมายอาหาร การดำเนินการควบคุมของทางราชการ ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและผู้บริโภค การปรับปรุงแก้ไขจึงควรปรับปรุงแก้ไขกฎหมายอาหารให้ทันสมัยและรัดกุมสนับสนุนงานควบคุมมาตรฐานอาหารของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ส่งเสริมการผลิตอาหารในด้านการลงทุน ความรู้ในการผลิตและความรับผิดชอบต่อสังคม พร้อมทั้งสร้างผู้บริโภคที่ฉลาดขึ้นมาด้วย

เตชะ บุษยะชัย (2529: 49-136) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

"ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงระดับ ราคา 300,000 ถึง 1,200,000 บาท เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจ้าของบ้านจัดสรร จาก 11 เขต 28 หมู่บ้านในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ และค่า Chi-square Test ผลการวิจัยพบว่า มูลเหตุที่กระตุ้นความต้องการการซื้อบ้านจัดสรรคือต้องการความเป็นอิสระ การพิจารณาหาข้อมูลจากป้ายโฆษณามากที่สุด โดยปรึกษากับคู่สมรสมากกว่าปรึกษาผู้อื่น จำนวนครั้งที่ผู้บริโภคมาเยี่ยมชมโครงการก่อนซื้อบ้าน คือ 3 ครั้ง ปัจจัยหลักต่อการตัดสินใจซื้อบ้านคือ ทำเลที่ตั้งและลักษณะโครงการ ในเรื่องเกี่ยวกับน้ำท่วมรองลงมา คือ ตัวบ้านและการก่อสร้าง ราคาและการชำระเงิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ฐานะและความเชี่ยวชาญของเจ้าของโครงการ การบริการพิเศษ เช่น มีบ้านตัวอย่างให้ชมและการต้อนรับของพนักงานขาย ลักษณะทางประชากรส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปี อาชีพทำงานบริษัทเอกชน สมรสแล้ว รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในบ้านเฉลี่ย 3-4 คน ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความพอใจหรือไม่พอใจของผู้บริโภคคือ ด้านการออกแบบและก่อสร้าง สภาพแวดล้อมและสาธารณูปโภค และทำเลที่ตั้ง

ศรีสุภกิจ อำนางวรประเสริฐ (2529: 48-136) ได้ทำ

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำประกันชีวิต" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตและสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคไม่คิดจะทำประกันชีวิต ตลอดจนความคิดเห็นทั่วไป ปัญหาต่อการทำประกันชีวิตและตัวแทนประกัน กลุ่มตัวอย่าง ประชากร จำนวน 420 คน มี 2 กลุ่มคือผู้ที่ทำประกันชีวิตกับ 12 บริษัท จาก 4 อาชีพคือ รัฐบาล พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทและธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ทำประกันชีวิต เก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามที่ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองทางไปรษณีย์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ และค่า Chi-square Test ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อกรมธรรม์จากตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากพอใจในค่าเบี้ยจนถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตคือ ต้องการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับตัวเอง และครอบครัว สาเหตุที่ยกเลิกการทำประกันชีวิตคือ การชำระเบี้ยประกันเป็นภาระที่หนักเกินไป ส่วนสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคยังไม่คิดจะทำประกันชีวิตเพราะ ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว ถ้าจะทำประกันชีวิตจะเลือกซื้อกรมธรรม์จากบริษัทโดยตรงเนื่องจากไม่ไว้วางใจในตัวแทน ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มเห็นว่า การทำประกันชีวิตเป็นการช่วยให้มีความมั่นคงปลอดภัย ทำให้ครอบครัวมีหลักประกันในด้านตัวแทนประกันชีวิต ผู้ทำประกันชีวิตแล้วเห็นว่า ตัวแทนประกันชีวิตทำอาชีพนี้ เป็นเพียงงานอดิเรก ในด้านสิ่งควรปรับปรุงในธุรกิจประกันชีวิตทั้งสองกลุ่มเห็นว่า ควรให้ตัวแทนประกันชีวิตทำงานเต็มเวลา มีความจริงใจ อธิบายรายละเอียดไม่ปกปิดข้อเท็จจริง ตลอดจนให้บริการสม่ำเสมอลดอัตราดอกเบี้ยประกันชีวิตให้ถูกลง ให้มีแบบการประกันมากขึ้นและปรับปรุงการจ่ายสินไหมทดแทน ตลอดจนต้องการให้รัฐบาลมีส่วนเกี่ยวข้องในการควบคุมดูแลออกกฎหมายเพิ่มเติมในเรื่องการลดหย่อนค่าภาษี และลงโทษผู้กระทำผิดในธุรกิจประกันชีวิต

งานวิจัยต่างประเทศ

บิทราน ไคคาวสกี และริคาร์โด แอเรียล (Bitran Dicowsky and Ricardo Ariel 1991: 1005-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Health Care Demand in Developing Countries: A Model of Household Demand and a Market Simulation Model of Health Care Financing." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของครัวเรือนในเรื่องการดูแลสุขภาพโรครของประเทศที่กำลังพัฒนา โดยการสร้างแบบจำลองเชิงทฤษฎี การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากชนบทของประเทศแซร์ (Zaire) ซึ่งแบบจำลองนี้มีข้อสรุปว่า ความต้องการเรื่องการดูแลสุขภาพนั้นมีความไม่แน่นอนเพราะมีข้อมูลจำกัดเกี่ยวกับสุขภาพและดูแลสุขภาพของแต่ละคน โดยการเลือกวิธีรักษาโรคของบุคคลในครอบครัวมาจาก อิทธิพลในการรับรู้วิธีการรักษาค่านิยมด้านเศรษฐกิจและไม่ใช้ด้านเศรษฐกิจภายในครอบครัวและราคาตลอดจนเวลาที่ต้องใช้ในการรักษา ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อสถานภาพทางสุขภาพของบุคคล คือ ราคาของการรักษา แต่ไม่เกี่ยวกับการเดินทางและเวลาที่รอรับการรักษา ทั้งนี้สืบเนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจต่ำของประชาชนซึ่งสัมพันธ์กับค่ารักษา ในขณะที่ผู้หญิงมีสมรรถนะทางเศรษฐกิจต่ำลง ผู้ชายก็จะถูกกระทบมากกว่า หากไม่เสียค่าบริการทั้งผู้ชายและผู้หญิงจะชอบศูนย์สุขภาพมากกว่าร้านขายยาเมื่อมีราคาค่าบริการผู้หญิงจะเปลี่ยนจากศูนย์สุขภาพที่มีราคาแพงไปยังสถานที่ที่มีราคาถูกกว่า

ยัง ชิม (Young Shim 1992: 2439-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Consumer Debt: Implications for Consumption Behavior of Households in the United States." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของจำนวนหนี้สินที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของครอบครัวและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนหนี้สินของผู้บริโภคกับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค และรูปแบบการใช้จ่ายเพื่อการบริโภค กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นครอบครัวจำนวน 1,649 ครอบครัว เก็บ

รวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในปี 1988 ผลการวิจัยพบว่า จำนวนหนี้สินของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค โดยส่วนรวมคือ ยังมีจำนวนหนี้สินมากเท่าใดก็จะมีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมากขึ้นเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบครอบครัวที่มีจำนวนหนี้สินระดับต่ำกับครอบครัวที่มีจำนวนหนี้สินระดับสูง พบว่าครอบครัวที่มีหนี้สินระดับสูงมีรูปแบบการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคแบบคนที่มีฐานะดีโดยเฉพาะงบประมาณด้านการขนส่ง ส่วนครอบครัวที่มีจำนวนหนี้สินเป็นศูนย์มีรูปแบบการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเท่าที่จำเป็น ผู้วิจัยเห็นว่าครอบครัวที่มีจำนวนหนี้สินสูงมีพฤติกรรมแบบที่ไม่ควรกระทำ เมื่อรายได้ลดลงครอบครัวควรจะกั้มเงินให้น้อยลงเมื่อมีจำนวนหนี้สินสูงอยู่แล้ว เพื่อค่าใช้จ่ายจะได้ลดลง

เอชวา กวน โช (Achwa Kwon Cho 1992: 1081-A)

ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Effects of Clothing Interest and Knowledge on Perceptions and Evaluation of Clothing Products:

Moderating Effects on Price-Perceived Quality

Relationships." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของความสนใจและความรู้เรื่อง

เสื้อผ้าที่มีต่อการประเมินผลิตภัณฑ์ และศึกษาผลของ ความรู้ ความสนใจเรื่อง

เสื้อผ้า ราคา ลักษณะสินค้า ทศนคติต่อการโฆษณา และการรับรู้เกี่ยวกับแฟชั่น

กลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 417 คน แบ่งเป็นกลุ่มผู้มีความรู้ ความสนใจ

เรื่องเสื้อผ้าระดับสูงและระดับต่ำ จากภาควิชาผ้าและสิ่งทอของมหาวิทยาลัย

สามแห่ง จากภาควิชาการสื่อสารและการตลาดของมหาวิทยาลัยหนึ่งแห่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่ามัชฌมฐาน

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) วิเคราะห์ความแปรปรวน

การทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของดัลคัน (Duncan's Multiple Range Test)

ผลการวิจัยพบว่าราคา ลักษณะสินค้า ความรู้ ความสนใจเรื่องเสื้อผ้ามีส่วนช่วย

ในการทำนายนการรับรู้เรื่อง คุณภาพสินค้า การใช้จ่ายเงิน ผลกำไร ราคา

ความต้องการซื้อและทัศนคติต่อการโฆษณาส่วนลักษณะสินค้ามีอิทธิพลในการทำนาย การรับรู้เรื่องคุณภาพสินค้า การใช้จ่ายเงิน ผลกำไร ราคา ความต้องการซื้อ และทัศนคติต่อการโฆษณา และการรับรู้เรื่องชนิดของเสื้อผ้า สำหรับความสนใจ เรื่องเสื้อผ้ามีอิทธิพลต่อการทำนายการรับรู้เรื่องการใช้จ่ายเงิน ผลกำไร ราคา และความต้องการซื้อผลกระทบของความรู้เรื่องเสื้อผ้ามีอิทธิพลในการทำนายการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างประชากรในเรื่อง คุณภาพสินค้าและความต้องการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการทั้งภายใน ประเทศและต่างประเทศมีการวิจัยหลายรูปแบบตามลักษณะสภาพและปัญหาของ สินค้าและบริการ โดยสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาส่วนใหญ่เกี่ยวกับการสำรวจ ความคิดเห็น ปัจจัยต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค สภาพและปัญหาที่มีต่อสินค้าและบริการ
2. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคพิจารณาจากราคาและคุณภาพ ของสินค้าโดยได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา ตามสมมติฐานและคำแนะนำจากบุคคล ใกล้เคียง สอดคล้องกันทั้งงานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ
3. งานวิจัยภายในประเทศพบว่า ปัญหาการใช้สินค้าและ บริการ เป็นผลมาจากกฎหมายอาหารและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ตลอดจนผู้ผลิตและ ผู้บริโภค การแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงควรปรับปรุงกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องให้ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสร้างผู้บริโภคที่ฉลาด ส่วนงานวิจัยต่างประเทศพบว่ารายได้ ความรู้และความสนใจเกี่ยวกับสินค้าและ บริการ มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการ การมีหนี้สินสูงมากจาก พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้จ่ายเงินในสิ่งที่ไม่จำเป็น

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์หรือ เศรษฐกิจศึกษา

งานวิจัยภายในประเทศ

ปิ่นสุวรรณ เตสยานนท์ (2526: 41-133) ได้ทำการวิจัย เรื่อง "การศึกษาความคิดรวบยอดเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐานเรื่องการประหยัดและการออม การมีระเบียบวินัย และการเคารพกฎหมายของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดรวบยอดเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐานเรื่อง การประหยัดและออม การมีระเบียบวินัยและการเคารพกฎหมายของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อความคิดรวบยอดเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐาน คือ เพศและสภาพเศรษฐกิจและสังคม กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2525 จำนวน 480 คน ใน 12 โรงเรียนที่สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความแปรปรวน 2 ทาง และทดสอบความแตกต่างโดย Scheffe's Method ผลการวิจัยพบว่า ความคิดรวบยอดเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐานเรื่อง การประหยัดและออม การมีระเบียบวินัยและการเคารพกฎหมายของกลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นระดับที่พึงประสงค์ ส่วนเรื่องการมีระเบียบวินัย และการเคารพกฎหมายนักเรียนชายและหญิง มีความคิดรวบยอดไม่แตกต่างเรื่องการประหยัดและออม นักเรียนหญิงมีระดับความคิดรวบยอดสูงกว่านักเรียนชาย นักเรียนที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมต่างกัน ความคิดรวบยอดไม่มีความแตกต่างกัน ในเรื่อง การประหยัดและออมและการมีระเบียบวินัย ส่วนเรื่องการเคารพกฎหมายนักเรียนที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมสูงและต่ำมีระดับความคิดรวบยอดสูงกว่านักเรียนที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมปานกลางอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

หรรษา ประนอมสกุล (2526: 67-124) ได้ทำการวิจัย เรื่อง "ทัศนคติของนักเศรษฐศาสตร์ต่อการจัดประสบการณ์การศึกษาภาคบังคับในปีพุทธศักราช 2534" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักเศรษฐศาสตร์

ไทยต่อการจัดประสบการณ์ การศึกษาภาคบังคับ ในปีพุทธศักราช 2534 โดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์จำนวน 19 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม และพิสัยระหว่างควอไทล์ ผลการวิจัยพบว่าสภาพเศรษฐกิจในปีพุทธศักราช 2534 ประเทศไทยจะมีการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น แรงงานภาคเกษตรกรรมขยายตัวมาสู่ภาคอุตสาหกรรมมากขึ้นไทยยังคงเป็นแหล่งผลิตหลักของการส่งสินค้าเกษตรกรรมออก ของประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเศรษฐกิจของประเทศจะขยายตัวมากขึ้น ค่าครองชีพของคนไทยส่วนใหญ่ก็จะสูงตามไปด้วย ในการจัดประสบการณ์ในการศึกษาภาคบังคับ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปีพุทธศักราช 2534 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ควรเน้นนักเรียนคือการทำงานร่วมกับผู้อื่น การมีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบ ประหยัด การตัดสินใจดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ รู้จักวางแผนในการทำงาน มีสุขภาพจิตดีและซื่อตรง ความรู้ด้านเศรษฐกิจที่ควรบรรจุในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ คือ การผลิตทางการเกษตรที่ถูกต้อง การประกอบอาชีพที่เหมาะสมในท้องถิ่น การสงวนรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม การคมนาคมขนส่ง การติดต่อสื่อสาร อัตราดอกเบี้ยของการฝากเงิน การกู้เงิน ประชากรศึกษาและการวางแผนครอบครัว ในด้านการจัดการศึกษาภาคบังคับ รัฐบาลควรให้เอกชนมีส่วนร่วมรับภาระด้านการศึกษาในระดับสูงและการศึกษาภาคบังคับ บางส่วนควรกระจายงบประมาณทางการศึกษาอย่างยุติธรรมและมีประสิทธิภาพ ควรให้ความสำคัญด้านขวัญและกำลังใจของครูในการทำงาน และอบรมความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์แก่ครู

ชินอรส สุภาสัย (2529: 49-141) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

"ความคิดเห็นของครูสังคมนศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของครูสังคมนศึกษาเกี่ยวกับ ปัญหาการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์ ระดับชั้นมัธยม

ศึกษาตอนปลายและเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัญหาการเรียนการสอน วิชาเศรษฐศาสตร์ระหว่างครูสังคมศึกษา ที่มีประสบการณ์การสอนและพินความรู้ ทางเศรษฐศาสตร์ต่างกัน กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นครูสังคมศึกษาระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 132 คน ในโรงเรียนรัฐบาลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่ามีชนิยมเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ ทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตร วิชาเศรษฐศาสตร์ ด้านเนื้อหาวิชา ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้าน การใช้สื่อการสอน และแหล่งวิชาการ ตลอดจนด้านการวัดและประเมินผล ครู ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นปัญหามาก ส่วนความคิดเห็นของครูสังคมศึกษาที่มี ประสบการณ์การสอนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัญหาด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและครูสังคมศึกษาที่ได้รับการฝึกอบรม ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน ยกเว้นปัญหาด้านการวัดและประเมินผลมีความเห็นไม่แตกต่างกันที่ ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

สมศักดิ์ ดันติแพทขางกูร(2531: 73-149) ได้ทำการวิจัย เรื่อง"อิทธิพลตะวันตกต่อหลักสูตรและการสอนเศรษฐศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษา ไทย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของหลักสูตรการสอนสาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษา อิทธิพลและแนวคิดตะวันตกและวิเคราะห์ผล ของแนวคิดตะวันตกต่อหลักสูตรการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์ในระดับอุดมศึกษา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบพรรณนา (Descriptive Research) ด้วยการ วิเคราะห์เอกสารโดยอาศัยระเบียบการวิจัยเชิงประวัติศาสตร์จาก เอกสาร หลักสูตร รายงานการประชุม วิทยานิพนธ์ หนังสือบทความ ราชกิจจานุเบกษา ประชุมกฎหมายประจำศก ประกาศทางราชการต่าง ๆ และเอกสารสัญญาการ ให้ความช่วยเหลือจากต่างประเทศและสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิในวิชาชีพ ผู้บริหาร

และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลของแนวคิดตะวันตกที่มีต่อหลักสูตรการสอนเศรษฐศาสตร์จะปรากฏในโครงสร้างหลักสูตรนับตั้งแต่ การกำหนดวัตถุประสงค์ การจัดรายวิชาเรียน เนื้อหาสาระของวิชาตลอดจนหลักการทฤษฎีที่นำมาใช้ในการเรียนการสอน ที่ลอกเลียนแบบตะวันตกมาใช้ในการเรียนการสอน นอกจากนี้ความช่วยเหลือจากต่างประเทศ ในการให้ทุนวิจัย และการให้ทุนอาจารย์ไปศึกษาต่อในต่างประเทศ การใช้ตำราจากต่างประเทศ ประสบการณ์การเรียนการสอน สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อหลักสูตรและการสอนเศรษฐศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษา ผลกระทบที่เกิดขึ้นจึงทำให้ หลักสูตรและการสอนเศรษฐศาสตร์ ในสถาบันอุดมศึกษาไทย ไม่มีพื้นฐานหรือแนวความคิดและข้อความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ไทยอย่างแท้จริง ข้อความรู้ของหลักสูตรและการสอนที่มีอยู่ในสถาบัน จึงไม่สามารถนำไปอธิบายปรากฏการณ์ทางเศรษฐศาสตร์ของสังคมไทยได้ หรือไม่สามารถนำไปเสนอแนะแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

สายแก้ว ประทุม (2532: 38-71) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "มโนทัศน์ทางเศรษฐกิจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบมโนทัศน์ทางเศรษฐกิจ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีสภาพแวดล้อมทางครอบครัวด้านเศรษฐกิจและสังคมต่างกัน กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 1,280 คน ของโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 32 โรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมโนทัศน์ทางเศรษฐกิจ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่าค่ามัชฌิมเลขคณิตของมโนทัศน์ทางเศรษฐกิจรวมทุกเรื่อง ของกลุ่มตัวอย่างประชากรเท่ากับ 24.05 จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน และมโนทัศน์ทางเศรษฐกิจของนักเรียน ที่มีสถานภาพแวดล้อมทางครอบครัวด้านเศรษฐกิจและสังคมต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

งานวิจัยต่างประเทศ

คัลวิน เฮนรี ฮอร์คินส์ (Calvin Henry Hawkins 1975: 2580-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "A Follow-up Study to Determine the Use of Selected Consumer Education Concepts by High School Graduates." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานักเรียนที่เคยเรียนรายวิชาบริโภคศึกษาว่า มีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างจากนักเรียนที่ไม่เคยเรียนรายวิชานี้ ในด้านต่าง ๆ 3 ด้าน คือ การจัดการด้านการเงิน การกู้เงินหรือการใช้บริการสินเชื่อและการใช้จ่ายทั่วไป กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาเมื่อ ค.ศ. 1972 ในรัฐแคนซัส จำนวน 396 คน ใน 10 โรงเรียน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เคยเรียนและไม่เคยเรียนวิชาบริโภคศึกษา (Consumer Education) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองแล้วส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์และโทรศัพท์ติดตามข้อมูลด้วย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่า Chi-square Test ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนทั้งสองกลุ่ม มีความแตกต่างในพฤติกรรมการบริโภคเพียงเล็กน้อย ซึ่งปรากฏว่ารายวิชาบริโภคศึกษามีผลกระทบเพียงเล็กน้อยต่อผู้ที่เคยเรียนรายวิชาดังกล่าวในระยะสองปีที่ผ่านมาผู้ที่ไม่เคยเรียนรายวิชาบริโภคศึกษา มีพฤติกรรมการจัดการด้านการเงิน การกู้เงินหรือการใช้บริการสินเชื่อและการใช้จ่ายทั่วไปคล้ายคลึงกับผู้ที่เคยเรียนรายวิชาบริโภคศึกษา

แนนซี อาร์ม สโตรคส์ (Nancy Arms Strokes 1982: 700-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "A Comparative Study of Competencies Attained by Students Who Have Received Instruction in Consumer Education and Students Who Have Not Received Instruction." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานักเรียนที่ได้เรียนวิชาบริโภคศึกษาจะมีสมรรถภาพที่สูงกว่านักเรียนที่ไม่ได้เรียนวิชาดังกล่าวหรือไม่ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางเพศ ระดับคะแนน อายุ และสถานภาพทางเศรษฐกิจและ

สังคม กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นนักเรียนจำนวน 82 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มควบคุม 46 คนและกลุ่มทดลอง 36 คน มีอายุระหว่าง 15-19 ปี ที่เรียนอยู่ในระดับ 10, 11 และ 12 ในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบทดสอบความเข้าใจเศรษฐศาสตร์ส่วนบุคคล (The Test of Understanding in Personal Economics) กลุ่มทดลองได้รับการสอนวิชาบริโภคนิยมศึกษาและกลุ่มควบคุมไม่ได้รับการสอนวิชาบริโภคนิยมศึกษา ผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนวิชาบริโภคนิยมศึกษามีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่านักเรียนที่ไม่ได้รับการสอน นักเรียนที่มีอายุน้อยกว่ามีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่า แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางเพศ ระดับคะแนน และสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

เชอริ โป แฮอร์บัต (Sherry Poe Hurbat 1983: 417-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Economic Education in the Public Secondary Schools of Alabama." วัตถุประสงค์เพื่อศึกษามโนทัศน์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ของครูผู้สอนเศรษฐศาสตร์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา ในรัฐอลาบามา ระหว่างปีการศึกษา 1979-1980 โดยศึกษาการเตรียมการสอนของครู มโนทัศน์ที่ครูสอนและทัศนคติต่อการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นครู จำนวน 93 คนใน 60 โรงเรียนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามครูผู้สอนวิชาสังคมศึกษา วิชาธุรกิจศึกษาและวิชาคหกรรมศาสตร์ การวิจัยพบว่าทุกโรงเรียนที่สำรวจได้สอนวิชาเศรษฐศาสตร์อย่างน้อยหนึ่งภาคเรียนและบางโรงเรียนสอนมากกว่านี้ สำหรับมโนทัศน์ด้านเศรษฐศาสตร์ได้รับการบรรจุไว้ในหลายวิชา ครูผู้สอนเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ครูในโรงเรียนขนาดเล็กมีแนวโน้มจะเตรียมการสอนดีกว่าครูในโรงเรียนขนาดใหญ่ ครูจัดอันดับวิชาเศรษฐศาสตร์เป็นอันดับแรกของวิชาที่สำคัญในวิชาสังคมศึกษาและจัดไว้เป็นอันดับที่สี่ในบรรดาวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตรมัธยมศึกษา ครูเสนอให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับตำราเรียน และสื่อการสอน ซึ่งตรงข้ามกับความจริงที่พบว่ามีครูจำนวนน้อยที่เคยได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการหรือใช้ตำราเรียนและสื่อการเรียนเสริมในชั้นเรียนของตน

ลิน ริชาร์ด เนลสัน (Lynn Richard Nelson 1989: 3324-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "A Study of the Relationships between Instructional Factors and Characteristics of High School Students and Their Understanding of Micro and Macroeconomics." มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้เกิดความเข้าใจใน เศรษฐศาสตร์จุลภาคและมหภาคของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย การประเมินความสำคัญของสภาพแวดล้อม และตัวแปรด้านการเรียนการสอนที่มี ต่อความเข้าใจวิชาเศรษฐศาสตร์ ตัวแปรได้แก่ทัศนคติที่มีต่อวิชาเศรษฐศาสตร์ ความสนใจในด้านเศรษฐกิจ การได้เรียนวิชาปริภาคศึกษาและหรือวิชา เศรษฐศาสตร์ การเรียนอย่างกระตือรือร้นในชั้นเรียนวิชาสังคมศึกษา เนื้อหา ด้านเศรษฐกิจของวิชาสังคมศึกษา ระดับชั้นเรียน ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เพศ และความสามารถในการใช้เหตุผลอธิบาย การรวบรวมข้อมูลจากนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 1,026 คน ใน 13 โรงเรียน การวิจัยพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความเข้าใจในวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาค มากกว่าเศรษฐศาสตร์มหภาค ซึ่งเป็นผลจากความเชื่อมโยงระหว่างความ สามารถในการใช้เหตุผลอธิบาย ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดความเข้าใจคือทัศนคติต่อ วิชาเศรษฐศาสตร์ การได้เรียนวิชาเศรษฐศาสตร์ และความสามารถในการ ใช้เหตุผลอธิบาย สำหรับปัจจัยทางอ้อมคือ ความกระตือรือร้น ความสนใจด้าน เศรษฐกิจและความเข้าใจในเรื่องเศรษฐศาสตร์ ซึ่งมาจากทัศนคติของนักเรียน แต่ละคนเกี่ยวกับวิชาเศรษฐศาสตร์

ลอรา เอ เพร์คชีโอ (Laura A. Peracchio 1992: 425-440) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "How do Young Children Learn to Be Consumers? A Script-Processing Approach." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความสามารถในการเรียนรู้การเป็นผู้บริโภคจากการลำดับเหตุการณ์ที่กำหนดขึ้น ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานว่าการเรียนรู้ของเด็กเล็กจะน้อยกว่าเมื่อเทียบกับเด็กที่โตกว่า

และเมื่อได้รับการแนะนำโดยผ่านการนำเสนอเหตุการณ์จากโสตทัศนอุปกรณ์หรือได้รับข้อมูลจากการฟังเพียงอย่างเดียวหลาย ๆ ครั้ง เด็กจะแสดงความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ได้ไม่แตกต่างจากเด็กโต กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นนักเรียนจำนวน 99 คนแบ่งเป็นนักเรียนชั้นอนุบาลอายุระหว่าง 5-6 ขวบ จำนวน 52 คน และนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 อายุระหว่าง 7-8 ขวบจำนวน 47 คน ในจำนวนนี้เป็นนักเรียนชาย 43 คน และนักเรียนหญิง 46 คน ผู้วิจัยได้ใช้การจัดลำดับเหตุการณ์เกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการ โดยใช้วิธีทัศน์นำเสนอเหตุการณ์ 2 แบบ คือ ฟังการบรรยายอย่างเดียวและแบบที่มีภาพประกอบการบรรยาย การทดสอบการเรียนรู้ของเด็กได้ใช้นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่เป็นสตรีสัมภาษณ์เด็ก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนสามทาง ผลการวิจัยพบว่า เด็กโตกว่าแสดงความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ได้มากกว่าและมีความแตกต่างของผลกระทบจาก อายุ โดยเด็กโตกว่าแสดงความรู้ได้มากกว่าและการชมเหตุการณ์จากวิธีทัศน์บ่อย ๆ ทำให้เด็กเรียนรู้เหตุการณ์ได้มากกว่า ส่วนเด็กอายุน้อยกว่าจะสามารถลำดับเหตุการณ์ได้ดีเท่าเด็กโตกว่า ภายใต้งานไขว่คว้าเด็กได้ชมวิธีทัศน์บ่อยครั้ง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์หรือเศรษฐกิจศึกษาทั้งงานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ สรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาส่วนใหญ่เกี่ยวกับความรู้ ความสนใจ ทักษะคติ มโนทัศน์ และปัจจัยการเรียนรู้เกี่ยวกับวิชาเศรษฐศาสตร์แขนงต่าง ๆ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตลอดจนทรรศนะของนักเศรษฐศาสตร์ ครูสังคมศึกษา และผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อการจัดการศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์

2. ความรู้ ความสนใจ ทักษะคติ มโนทัศน์ และปัจจัยการเรียนรู้ต่อวิชาเศรษฐศาสตร์ จากงานวิจัยภายในประเทศพบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรคือ เพศ อายุ ระดับคะแนน สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ส่วนงานวิจัยต่างประเทศไม่พบความสัมพันธ์กับตัวแปรดังกล่าว เด็กมีความเข้าใจ

เศรษฐศาสตร์ระดับจุลภาคมากกว่ามหภาค และการใช้สื่อการสอน จะช่วยการ
เรียนรู้ได้ดีขึ้น

3. นักเรียน ครูผู้สอนวิชาเศรษฐศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้อง
ของไทย มีความเห็นว่ามีปัญหาเกี่ยวกับการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์ใน
ระดับต่าง ๆ กัน และมีข้อเสนอแนะว่า ควรอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับ วิชา
เศรษฐศาสตร์อย่างต่อเนื่องตรงตามความเป็นจริงของสังคมไทย และครูผู้สอน
เศรษฐศาสตร์ได้รับการอบรมน้อยสอดคล้องกับงานวิจัยของต่างประเทศด้วย

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อ
การศึกษา

งานวิจัยภายในประเทศ

วัฒนา พุ่มเล็ก(2513: 24-73) ได้ทำการวิจัยเรื่อง
"การศึกษาเปรียบเทียบองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนของ
นักเรียนที่มีความสามารถในการเรียนสูงกับนักเรียน ที่มีความสามารถในการ
เรียนต่ำระดับชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย"
มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อสัมฤทธิ์ผลทางการเรียน
ของนักเรียน ที่มีความสามารถในการเรียนสูงกับนักเรียนที่มีความสามารถต่ำ
กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นนักเรียนโรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จำนวน 232 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น
แบบสอบถาม 2 ชุด คือแบบสอบถามนักเรียนและแบบสอบถามผู้ปกครองเกี่ยวกับ
องค์ประกอบทางครอบครัว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ Z-test,
Binominal test และค่า Chi-square test ผลการวิจัยพบว่า
นักเรียนที่มีความสามารถในการเรียนสูงมีปัญหาด้านสุขภาพ การเงิน ครอบครัว
แผนอนาคตและงานอาชีพ การเรียน การคบเพื่อนเพศเดียวกันและต่างเพศน้อยกว่า
นักเรียนที่มีความสามารถในการเรียนต่ำและนักเรียนที่มีความสามารถใน

การเรียนสูง จะมีความสัมพันธ์กับบิดามารดาและพี่น้อง ดีกว่านักเรียนที่มีความสามารถในการเรียนต่ำ สำหรับบิดามารดาของนักเรียนที่มีความสามารถในการเรียนสูง มีแนวโน้มที่จะมีการศึกษา รายได้ และมีความเห็นเกี่ยวกับแผนชีวิตในอนาคตบุตร สูงกว่าบิดามารดาของนักเรียน ที่มีความสามารถในการเรียนต่ำ

ผ่องพรรณ ติปัญญา (2518: 15-37) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

"อัตรานอกชั้นของนักเรียนโรงเรียนช่างกลในกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตรานอกชั้นของนักเรียนโรงเรียนช่างกล โดยเปรียบเทียบนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาลกับโรงเรียนราษฎร์นักเรียนที่มาจากครอบครัวชั้นกลางกับนักเรียนที่มาจากครอบครัวชั้นต่ำหาผลรวมระหว่างประเภทของโรงเรียนและระดับของครอบครัวที่มีต่ออัตรานอกชั้นของนักเรียน กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 200 คนเป็นนักเรียนช่างกลชั้นปีที่ 1-3 ปีการศึกษา 2517 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แห่ง จากครอบครัวชั้นกลาง และครอบครัวชั้นต่ำ กลุ่มละ 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบวัดมโนทัศน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่ามีซิมิลิตีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาลมีอัตรานอกชั้นรวม อัตรานอกชั้นด้านค่านิยมสัมฤทธิ์ผล และด้านการปรับตัวทางอารมณ์สูงกว่านักเรียนที่เรียนโรงเรียนราษฎร์ ส่วนอัตรานอกชั้นด้านการปรับตัวทางสังคมของนักเรียนทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกัน นักเรียนที่มาจากครอบครัวชั้นกลางมีอัตรานอกชั้นรวม อัตรานอกชั้นด้านค่านิยมสัมฤทธิ์ผลด้านการปรับตัวทางอารมณ์ และด้านการปรับตัวทางสังคมสูงกว่านักเรียนที่มาจากครอบครัวชั้นต่ำและไม่มีผลร่วมระหว่างประเภทของโรงเรียนและระดับครอบครัว

สมหมาย เทียงพูนวงศ์ (2525: 29-51) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

"การเปรียบเทียบการคิดแบบอนุรักษตามทฤษฎีเพียเจต์ของเด็กไทยต่างระดับอายุ

และสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการคิดแบบอนุรักษตามทฤษฎีเพียเจต์ ในเด็กต่างระดับอายุ และสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม กลุ่มตัวอย่างประชากรประกอบด้วยนักเรียน อายุ 7-8 ปี 9-10 ปี และ 11-12 ปี ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่างกันกำลังเรียนอยู่ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ของโรงเรียนสามัญราชวินิต จำนวน 96 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบทดสอบการคิดแบบอนุรักษด้านความยาว พื้นที่และปริมาตรตามทฤษฎีเพียเจต์โดยการทดสอบเป็นรายบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ วิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง การทดสอบเป็นรายคู่ตามวิธีของนิวแมนคูลส์ (Newman Keuls Test) ผลการวิจัยพบว่าเด็กทั้งสองสถานภาพมีมโนทัศน์ทางการคิดแบบอนุรักษด้านความยาวและพื้นที่ ที่ระดับอายุ 11-12 ปี ส่วนมโนทัศน์ทางด้านปริมาตรพบใน ระดับอายุ 11-12 ปี เฉพาะเด็กที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูง และเด็กที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูง ได้คะแนนการคิดแบบอนุรักษแต่ละด้าน คือด้านความยาว ด้านพื้นที่และด้านปริมาตรสูงกว่าเด็กที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำกว่า และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมฤดี คันทา (2533: 52-75) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนเอกชนที่มีสภาพแวดล้อมทางบ้านต่างกัน" มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนเอกชนที่มีสภาพแวดล้อมทางบ้านต่างกัน กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 475 คน ของโรงเรียนเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางบ้านและแบบสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา

สังคมศึกษาของนักเรียนที่มีสภาพแวดล้อมทางบ้านดีและนักเรียนที่มีสภาพแวดล้อมทางบ้านปานกลางสูงกว่านักเรียนที่มีสภาพแวดล้อมทางบ้านไม่ดี และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษาของนักเรียนที่มีสภาพแวดล้อมทางบ้านดี ไม่สูงกว่านักเรียนที่มีสภาพแวดล้อมทางบ้านปานกลาง

งานวิจัยต่างประเทศ

หลุยส์ เอช เว็ทซิงตัน และเคลนด ดับเบิลยู แกรนต์ (Lois H. Worthington and Clande W. Grant 1971: 7-10) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Factors of Academic Success: Multivariate Analysis." มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางสภาพแวดล้อมของครอบครัวของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในครึ่งปีแรก ของนักศึกษาระดับปีที่ 1 กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นนักศึกษาระดับปีที่ 1 มหาวิทยาลัยยูทาห์ (Utah) จำนวน 2,260 คน ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัวซึ่งในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงรายได้ของครอบครัวและอาชีพของผู้ปกครองโดยแบ่งเป็น 3 ระดับคือ ระดับสูง ระดับกลางและระดับต่ำ ผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมระดับสูงและระดับกลาง ให้ความเอาใจใส่และสนับสนุนการเรียนของเด็กมากกว่าผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมระดับต่ำที่เป็นเช่นนี้ เว็ทซิงตัน เห็นว่า อาจเนื่องมาจากผู้ปกครอง ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมระดับต่ำ มีรายได้ไม่พอเพียง ในการสนับสนุนการเรียนของเด็กในความปกครอง

อาร์เธอร์ อาร์ เจนเสน และเจเน็ต เฟรดเดอริคเซน

(Arthur R. Jensen and Janet Frederiksen 1973: 304-312)
ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Free Recall of Categorized and Uncategorized List. A Test of the Jensen Hypothesis." มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 และ 4 ที่มีฐานะทาง

เศรษฐกิจและสังคมระดับกลางและระดับต่ำ ในการจำรายการที่จัดเป็นหมวดหมู่ และไม่ได้จัดเป็นหมวดหมู่ กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 และ 4 ที่มีผิวดำและผิวขาวจำนวน 120 คน โดยนักเรียนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมระดับกลางเป็นเด็กผิวขาว ส่วนในระดับต่ำ เป็นเด็กผิวดำ ดำเนินการวิจัยโดยให้กลุ่มตัวอย่างได้รับการทดสอบเป็นรายบุคคลจากการดูวัตถุ 20 ชิ้น โดยให้ดูทีละชิ้นจนครบแล้วให้จำชื่อของวัตถุนั้นให้ได้ ในเวลา 90 นาที วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างระหว่างเด็กผิวขาวและเด็กผิวดำในระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง เมื่อเปรียบเทียบการเรียนรู้อัตโนมัติ คือ การเรียนรู้เชิงนามธรรมและเชิงมโนทัศน์ แต่การวัดในทางเรียนรู้อัตโนมัติ คือ การท่องจำมีความแตกต่างเพียงเล็กน้อย และแสดงความแตกต่างเพิ่มขึ้นตามอายุที่เพิ่มขึ้นของเด็ก

จีน เอ็น นาซซาร์ และเจมส์ อาร์ นาซซาร์ (Jean N. Nazzaro and James R. Nazzaro 1973: 341-344) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Associative and Conceptual Learning in Disadvantaged and Middle-Class Children." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเรียนรู้อัตโนมัติสัมพันธ์ภาพและมโนทัศน์ในเด็กด้อยโอกาสและเด็กระดับกลาง กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นเด็กชั้นประถมปีที่ 2 อายุระหว่าง 7 ปี 7 เดือนถึง 8 ปี 7 เดือน จำนวน 48 คน โดยทุกคนมีคะแนนเชาว์ปัญญาระหว่าง 90-110 เด็กครึ่งหนึ่งมาจากครอบครัวระดับกลาง ซึ่งผู้ปกครองได้เรียนมาอย่างน้อย 12 ปี และอีกครึ่งหนึ่งมาจากผู้ปกครองได้เรียนมา 5-10 ปี ดำเนินการวิจัยเพื่อทดสอบคำศัพท์โดยฉายภาพจำนวน 30 ภาพ ด้วยเครื่องฉายภาพนิ่ง และมีคำสั่งให้เด็กปฏิบัติคำสั่งจะเป็นคำสั่งสั้นหรือคำบุพบท วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการวิจัยพบว่าเด็กที่ได้รับการใช้คำบุพบทเรียนได้คะแนนดีกว่า ส่วนการใช้คำสั่งสั้นมีความยากกับ

เด็กทั้งสองกลุ่ม แต่เด็กระดับกลางตอบได้ถูกต้องมากกว่าเด็กระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยเห็นว่า เด็กที่อยู่ในระดับกลางอาจจะเก่งกว่าเด็กระดับต่ำในการสร้างค่าเชื่อมที่มีความหมายด้วยตนเอง

เดลกาโด บูจัน และ มานูเอล วิคเตอร์ (Delgado Bujan and Manuel Victor 1983: 2583-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "A Study of the Relationships Between Socioeconomic Characteristics and Aspects of Mathematical Achievement of Primary School Children of Grades Four and Six in Costa Rica." มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมและผลสัมฤทธิ์ด้านคณิตศาสตร์ ในการแก้โจทย์ปัญหาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 และ 6 ในคอสตาริกา กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 และ 6 จำนวน 175 คน จาก 127 โรงเรียนในภาคกลางของคอสตาริกา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบทดสอบการแก้ปัญหาเป็นแบบเลือกตอบ แบบสอบถามฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และแบบสอบถามข้อมูลจากครูและนักเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวน สมมติฐานการวิจัยได้แก่ (1) นักเรียนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงจะได้คะแนนการแก้ปัญหาทางเลขคณิตมากกว่านักเรียนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ (2) นักเรียนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงจะได้คะแนนสูงกว่าในการแก้ปัญหาโดยปราศจากข้อมูลภายนอก (3) นักเรียนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงจะได้คะแนนสูงกว่าเมื่อแก้ปัญหาหลายขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า สมมติฐานข้อ 1, 2 และ 3 ได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการศึกษา ทั้งงานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ สรุปได้คือ

1. งานวิจัยภายในประเทศ เกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อ ความรู้ ทักษะ และมโนทัศน์ ของนักเรียน ที่เป็นภูมิหลังทางครอบครัวส่วนใหญ่ได้แก่ ระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม การศึกษา อาชีพ รายได้ของบิดามารดา และสัญชาติของเด็ก ส่วนงานวิจัยต่างประเทศ นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้วได้ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรทางสีผิวของเด็กด้วย

2. นักเรียนที่มีภูมิหลังทางครอบครัวแตกต่างกันจะมี ความรู้ ทักษะ และมโนทัศน์แตกต่างกัน ถ้านักเรียนมีภูมิหลังทางครอบครัวดังกล่าวอยู่ในระดับสูง จะทำให้นักเรียนมี ความรู้ ทักษะ และมโนทัศน์ สูงกว่านักเรียนที่มีภูมิหลังทางครอบครัวต่ำกว่า สอดคล้องกันทั้งงานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ

จากการศึกษางานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศดังกล่าว ซึ่งเป็นการศึกษาทั้งด้าน ความรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ตลอดจนการศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคในรูปแบบและระดับต่าง ๆ กัน ทำให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้บริโภคระดับครัวเรือน หน่วยธุรกิจ และการจัดการศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษามโนทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กรุงเทพมหานคร จะเป็นงานวิจัยซึ่งเกิดประโยชน์สำหรับผู้บริโภคทุกคนให้สามารถจัดระบบเศรษฐกิจของตนเอง ครอบครัว ให้มีประสิทธิภาพและส่งผลถึงส่วนรวมด้วย นอกจากนี้ครูสังคมศึกษาจะได้นำข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ไปปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนวิชาสังคมศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นได้