

บทที่ 7 การบริโภค

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

ตระหนักถึงการที่ผู้บริโภคได้เปรียบเทียบและเสียเปรียบในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการจากการใช้เทคโนโลยีและการแข่งขัน

1. บอกความหมายและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค
2. ระบุวิธีการพิจารณาการเลือกซื้อสินค้า
3. อธิบายผลดีของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
4. อธิบายความหมายและความสำคัญของตลาดได้
5. เปรียบเทียบลักษณะของตลาด 2 ประเภทได้

เนื้อหา

1. ความหมาย การบริโภค
 - ปัจจัยกำหนดการบริโภค
 - วิธีการพิจารณา เลือกซื้อสินค้า
 - สิทธิคุ้มครองผู้บริโภค
 - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

2. ตลาด

ความหมายและความสำคัญของตลาด

ประเภทของตลาด

- ตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์
- ตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์
- ระบบการตลาด

การบริโภค (consumption) หมายถึงการกินหรือการใช้สินค้าและบริการเพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์

ผู้บริโภคต้องเผชิญกับการที่มีทรัพยากรจำกัดและต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการบริโภคสินค้าสิ่งๆที่ผู้บริโภคได้รับคือความพอใจในสินค้านั้นๆเรียกทางเศรษฐศาสตร์ว่า “อรรถประโยชน์” ซึ่งหมายถึงความสามารถในการบำบัดความต้องการที่มีอยู่ในตัวสินค้า เราเรียกอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากบริโภคสินค้าจำนวนต่างๆกันว่า **อรรถประโยชน์รวม** เมื่อผู้บริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆแต่ละหน่วยสินค้าเพิ่มขึ้นย่อมมีอรรถประโยชน์ที่แตกต่างกัน เราเรียกอรรถประโยชน์ที่เกิดจากแต่ละหน่วยของสินค้าที่บริโภคขึ้นว่า **อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย** อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายคือค่าที่บอกให้รู้ว่าเมื่อปริมาณการบริโภคสินค้าเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย อรรถประโยชน์รวมจะเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด ในการบริโภคสินค้า

ลักษณะของสินค้าเพื่อการบริโภคแบ่งได้ 2 ประเภท

1. สินค้าคงทน มีอายุการใช้งานนาน เช่น รถยนต์ บ้าน โทรทัศน์
2. สินค้าไม่คงทน เป็นสินค้าใช้แล้วสิ้นเปลือง เช่น สบู่ ยาสีฟัน อาหาร

ปัจจัยที่กำหนดการบริโภค

1. รายได้ ถ้ามีรายได้น้อยการใช้จ่ายในการบริโภคย่อมต่ำ ถ้ารายได้สูงขึ้นผู้บริโภคจะใช้จ่ายมากขึ้น ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีขึ้น
2. ราคาสินค้า หากคาดคะเนว่าราคาสินค้าในอนาคตจะสูงขึ้นผู้บริโภคจะรีบซื้อสินค้านั้นมากักตุน ส่วนของรายได้ที่นำไปใช้จ่ายจะสูงขึ้น
3. รสนิยม รสนิยมผู้บริโภคย่อมแตกต่างกัน และมีการเอาอย่างกันในการบริโภคจึงมีการใช้จ่ายสินค้าฟุ่มเฟือย
4. ระบบเงินผ่อน เป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคเพราะไม่ต้องชำระเงินครั้งเดียว และผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อสินค้าที่มีราคาแพงได้

ปัจจัยที่กำหนดความยืดหยุ่นของความต้องการของผู้บริโภค

1. ความสามารถในการหาสินค้ามาใช้ทดแทน สินค้าชนิดใดที่สามารถใช้สินค้าอื่นทดแทนได้ง่ายหลายชนิดในปริมาณมากสินค้านั้นจะมีความยืดหยุ่นสูง
2. ความจำเป็นของสินค้าต่อการดำรงชีพ สินค้าชนิดใดที่จำเป็นต่อการดำรงชีพจะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่ำเพราะผู้บริโภคไม่อาจลดการบริโภคสินค้าชนิดนี้ลง
3. อายุการใช้งานของสินค้า สินค้าชนิดใดที่มีอายุการใช้งานนาน จะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่ำ เพราะไม่ซื้อสินค้าชนิดนั้นบ่อย
4. สัดส่วนของรายได้ที่ใช้ซื้อสินค้านั้นต่อรายได้ทั้งหมด ถ้าค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าอาหาร การเปลี่ยนแปลงราคาอาหารจะกระทบกระเทือนต่ออุปสงค์ในอาหาร
5. ระยะเวลา ยิ่งระยะเวลายาวนานเพียงใดผู้บริโภคจะมีโอกาสปรับปริมาณการซื้อสินค้ามากขึ้นเพราะจะมีสินค้าชนิดใหม่ๆมาชนิดที่จะใช้แทนสินค้าที่มีอยู่เดิม

วิธีการพิจารณาในการเลือกซื้อสินค้า

1. ความจำเป็น ประโยชน์การใช้สอย
2. มาตรฐานของสินค้า คุณภาพของสินค้า เช่นมี อย. มอก. ISO
3. ปริมาณของสินค้าเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกัน
4. ราคาสินค้าต่อหน่วย
5. ระยะเวลาในการการรับประกันสินค้า
6. อายุการใช้งาน
7. อะไหล่ วัสดุที่ใช้ซ่อมแซม
8. ภาชนะ หีบห่อ

9. วัน เดือน ปี ที่ผลิต และวันหมดอายุ

10. บริการหลังการขาย

สิทธิคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

- (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ(3 ทวิ)* สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
- (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

มีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541 ฉบับ(2)โดยมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

มาตรา 3 ให้ยกเลิกบทนิยามคำว่า “ผู้บริโภค” ในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522และให้ใช้ข้อความต่อไปนี้แทน

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม”

มาตรา 4 ให้เพิ่มบทนิยามคำว่า “สัญญา” ระหว่างบทนิยามคำว่า “ฉลาก” และคำว่า “คณะกรรมการ” ในมาตรา3แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ.2522ดังต่อไปนี้

“สัญญา” หมายความว่า ความตกลงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจเพื่อซื้อและขายสินค้าหรือให้และบริการ”

มาตรา 5 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็น (3 ทวิ) ของมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 “(3ทวิ)สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา”

มาตรา 6 ให้ยกเลิกความในมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา 9 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการคุ้มครอง

มาตรา 11 ให้ยกเลิกความในมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา31ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(2) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก)ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขายแล้วแต่กรณี

(ข)สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้ามาแล้วแต่กรณี

(ค)ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นเข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่สินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

(3) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อเสนอ คำเตือน วัน เดือน ปี ที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ตั้งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ซึ่งสินค้าที่ควบคุมฉลาก แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อนขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ในกรณีนี้ ข้อความตามวรรคหนึ่ง (2) และ (3) ต้องจัดทำตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

มาตรา 14 ให้ยกเลิกความในมาตรา 47 และมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา 47 ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะเป็นของตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือใช้ฉลากหรือใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเช่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระผิดซ้ำอีก ผู้กระทำความต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 48 ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22 (3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 (5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 23 มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

“มาตรา 52 ผู้ใดขายสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 โดยไม่มีฉลากหรือมีฉลากแต่ฉลากหรือการแสดงฉลากนั้นไม่ถูกต้อง หรือขายสินค้าที่มีฉลากที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากสั่งเลิกใช้ตามมาตรา 33 ทั้งนี้ โดยรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าการไม่มีฉลากหรือการแสดงฉลากกล่าวนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมายต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ตั้งหรือ

นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ผู้กระทำความต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี

ที่มา: นราทิพย์ ชูดวงศ์,ชลลดา จามรกุล. “พื้นฐานเศรษฐศาสตร์จุลภาค” พิมพ์ครั้งที่ 3. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

รัตนา สายคณิต,ชลลดา จามรกุล. “หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น” เขียวบุ๊คพับลิชเชอร์,2537.

<http://www.geocities.com/thaidentist2000/Consumer-protect-Act2522.h>