



## รายงานวิจัย

เรื่อง การพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์  
เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค  
โดยใช้กิจกรรม Active Learning

จัดทำโดย

นางสาวสุวัฒนา ธรรมกรณ์

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์  
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)พุทธศักราช 2563  
แผนกวิชาการตลาด ปการศึกษา 2566  
วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี

รายงานวิจัย : การพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้  
กิจกรรม Active Learning  
ชื่อผู้วิจัย : สุวัฒนา ธรรมกรณ์  
แผนกวิชา : การตลาด  
ปีการศึกษา : 2566

### บทคัดย่อ

เนื่องจากรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เป็นรายวิชาที่มีเนื้อหาค่อนข้างยาก และซับซ้อน ต้องอาศัยการทำความเข้าใจ การวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปประมวลผลตามหลักทฤษฎี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เนื้อหาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ที่นักศึกษาจะต้องสามารถสามารถแสดงเส้นความพอใจเท่ากัน เส้นงบประมาณ ตลอดจนสามารถบอกคุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน และคุณสมบัติของเส้นงบประมาณได้อย่างถูกต้อง การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning เพื่อให้ศึกษามีความเข้าใจในเนื้อหาวิชาเพิ่มมากขึ้น

กลุ่มตัวอย่างได้มาจากประชากรในระดับชั้น ปวส.1 กลุ่ม 2 แผนกวิชาการบัญชี จำนวน 28 คน เป็นการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน แบบประเมินครูผู้สอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าร้อยละ (%) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การดำเนินการเริ่มต้นจากการทดสอบก่อนเรียน (Pre -Test) แล้วบันทึกค่าคะแนนไว้ จากนั้น ครูผู้สอนดำเนินการสอนโดยใช้สื่อ Power point ประกอบการบรรยาย เมื่อเสร็จสิ้นการบรรยาย ครูผู้สอนดำเนินการแบ่งกลุ่มนักเรียนออกเป็นกลุ่ม ๆ กลุ่มละ 3 - 5 คน จำนวน 8 กลุ่ม โดยครูผู้สอนจัดทำบัตรคำที่เป็นคุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน และคุณสมบัติของเส้นงบประมาณ จากนั้นแจกนั้นแจกบัตรคำให้แต่ละกลุ่ม แล้วจับเวลา ให้แต่ละกลุ่ม แยกบัตรคำว่า บัตรคำที่ได้มานั้นเป็นคุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน หรือเส้นงบประมาณ ถ้าแยกถูกต้องได้บัตรคำละ 1 คะแนน จากนั้นครูผู้สอนให้ผู้เรียน ครูผู้สอนให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วยการเรียนรู้ จากนั้นดำเนินการทดสอบหลังเรียน (Post - Test) นำมาเปรียบเทียบความก้าวหน้ากับผลการทดสอบก่อนเรียน

### ผลงานวิจัยพบว่า

1.หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ความรู้จากการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกัน โดยผลการทดสอบก่อนเรียนได้คะแนนระดับ ปรับปรุง คิดเป็นค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 5.18 หรือร้อยละ 51.80 ส่วนผลการทดสอบหลังเรียนได้คะแนนระดับ “ดีเยี่ยม” คิดเป็นค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 9.64หรือร้อยละ 96.40 มีความก้าวหน้าเฉลี่ย 4.46 โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 7.41 หรือร้อยละ 74.11 อยู่ในระดับ “ดี”

2. ผลสัมฤทธิ์ความรู้ความเข้าใจทางการเรียนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning พบว่าผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหารายวิชามากขึ้น ซึ่งผู้เรียนแต่ละกลุ่มสามารถปฏิบัติกิจกรรมได้ผลคะแนนผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนด โดยสามารถทำคะแนนอยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )= 8.25 หรือคิดเป็นร้อยละ 82.50

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ปีที่ 1 กลุ่ม 2 สาขาวิชาการบัญชี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจทำด้วยความวิริยะอุตสาหะ โดยได้รับความกรุณาจากผู้บริหารสถานศึกษา ท่านผู้เชี่ยวชาญ และเพื่อนร่วมงานที่ได้ให้การสนับสนุน ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ดูแลช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดี จนการศึกษาวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณท่าน ผู้อำนวยการ ประสงค์ อุบลวัตร ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคนิคลพบุรีที่ให้การสนับสนุนในการทำงานวิจัยอย่างเต็มที่ ขอขอบพระคุณท่าน อาจารย์สรยุทธ วรรณศรี หัวหน้าแผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ที่ให้คำแนะนำและเป็นพี่ปรึกษาในการดำเนินงานวิจัย และขอขอบใจนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ปีที่ 1 กลุ่ม 2 สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ทุกคน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอน และการวิจัยและเก็บข้อมูลครั้งนี้จนเสร็จสมบูรณ์

สุวัฒนา ธรรมกรณ์

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ .....	1
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	1
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	1
1.5 ตัวแปรที่ศึกษา.....	2
1.6 ระยะเวลาที่ใช้ศึกษา.....	2
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
<b>บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ความหมายของเศรษฐศาสตร์.....	3
2.2 ความเป็นมาของวิชาเศรษฐศาสตร์.....	4
2.3 ความสำคัญของเศรษฐศาสตร์.....	5
2.4 อุปสงค์ (Demand).....	6
2.5 อุปทาน (Supply) .....	6
2.6 ดุลยภาพของตลาด.....	7
2.7 ผู้บริโภค (Consumer).....	8
2.8 อรรถประโยชน์ (Utility).....	9
2.9 ดุลยภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์.....	11
2.10 ทฤษฎีความพอใจเท่ากัน .....	12
2.11 อัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย (Marginal Rate of Substitution: MRS)	16
2.12 เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (Budget Line or Price Line) .....	17
2.13 ดุลยภาพของผู้บริโภค.....	22
2.14 การเรียนการสอนแบบ Active Learning.....	24
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
3.2 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย.....	29
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	30
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
ตอนที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านความสอดคล้องของเนื้อหา กับแบบทดสอบ ..... ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ด้วยการหาค่า IOC ตารางที่ 4.1 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบทดสอบ หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค	32
ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาระหว่างคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังเรียน..... ตารางที่ 4.2 แสดงผลการพัฒนาในการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค	33
ตอนที่ 3 ผลการดำเนินกิจกรรม Active Learning .....	35
ตารางที่ 4.3 ผลการดำเนินกิจกรรม Active Learning หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค	
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	36
5.2 อภิปรายผล.....	36
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	37
<b>บรรณานุกรม</b>	
<b>ภาคผนวก</b>	
- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	
- แผนการจัดการเรียนรู้	
- แบบทดสอบก่อนเรียน – หลังเรียน	
- การหาค่า IOC ของแบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน	

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทานภาวะดุลยภาพของตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การผลิต ตลาดในระบบเศรษฐกิจ รายได้ ประชาชาติ การเงินการธนาคาร นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การค้าระหว่างประเทศ วัฏจักร เศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเนื้อหาที่มีความซับซ้อนยากต่อการทำความเข้าใจ ผู้เรียนจะต้องใช้ความวิริยะอุตสาหะ ในการทำความเข้าใจเนื้อหาวิชา (วันดี แซ่ย่อง และ เสรี นันตา , 2563)

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นเนื้อหาของรายวิชา หลักเศรษฐศาสตร์ หน่วยที่ 4 ซึ่งมีความยาก และซับซ้อนในการทำความเข้าใจ นักศึกษาส่วนใหญ่ประสบปัญหาที่มีความสับสนเกี่ยวกับคุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน และเส้นงบประมาณ จึงมีผลทำให้ไม่สามารถแสดงเส้นความพอใจเท่ากัน เส้นงบประมาณ และอธิบายประกอบได้อย่างถูกต้อง ทำให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่ดีเท่าที่ควร

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหลัก เศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning เพื่อให้ผู้เรียนได้เข้าใจใน เนื้อหามากขึ้น เสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ ก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อ ผู้เรียน และเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

#### 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น
2. เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในลักษณะคุณสมบัติที่สำคัญของเส้นความพอใจเท่ากัน และ เส้นงบประมาณมากขึ้น

#### 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1) ใช้กิจกรรม Active Learning เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์
- 2) ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ที่ ดีขึ้น จากการใช้ Active Learning

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

##### 1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาวิจัย คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ปีที่ 1 กลุ่ม 2 สาขาวิชาการบัญชี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ขอวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จำนวน 28 คน

#### 1.4.2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1) การใช้กิจกรรม Active Learning การพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาหลัก เศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค

2) การทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค แบบเป็นปรนัย 4 ตัวเลือก 10 ข้อ

#### 1.5 ตัวแปรที่ศึกษา

##### 1.5.1 ตัวแปรต้น

- กิจกรรม Active Learning

##### 1.5.2 ตัวแปรตาม

- ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค

#### 1.6 ระยะเวลาที่ใช้ศึกษา

- ทำการศึกษาวิจัยในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566

#### 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1) กิจกรรม Active Learning เป็นกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม และมี ปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การระดมสมอง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการทากรณีศึกษา เป็นต้น โดยกิจกรรมที่นำมาใช้ควรช่วยพัฒนาทักษะการ คิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมี

2) แบบฝึกหัด หมายถึง แบบฝึกหัด เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนทบทวนหลังเรียนบทเรียนแต่ละบท

3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค แบบเป็นปรนัย 4 ตัวเลือก 10 ข้อ ใช้วัดก่อนเรียนและหลังเรียน มีความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเที่ยง อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

4) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง คะแนนของผู้เรียนที่ได้จากการทำแบบทดสอบหลังจากเรียนจบบทเรียน จำนวน 1 เรื่อง

5) พัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น



6) การเปรียบเทียบ หมายถึง การนำจำนวน 2 จำนวนมาเปรียบเทียบกัน เพื่อให้รู้ว่าจำนวน 2 จำนวน มีค่าเท่ากัน มากกว่า หรือ น้อยกว่า

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อแนวทางในการดำเนินการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา หลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning นักศึกษาระดับชั้น ปวส. 1 กลุ่ม 2 สาขาวิชาการบัญชี ของวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จึงได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีเพื่อประกอบการศึกษาดังนี้

#### 2.1 ความหมายของเศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์เป็นสาขาวิชาหนึ่งของวิชาหนึ่งของวิชาสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกคน เพราะเป็นวิชาที่ศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในการแสวงหาวิธีนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ เพื่อสนองตอบความต้องการที่มีอย่างไม่มีจำกัดของตนเองให้ได้มากที่สุดโดยต้องให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ทั้งต่อตนเอง ครอบครัว ประเทศชาติ รวมทั้งระดับโลก ทำให้วิชาเศรษฐศาสตร์มีขอบเขตกว้างขวาง และมีผลต่อความอยู่รอดของสังคมด้วย

คำว่า “เศรษฐศาสตร์” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Economics ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า oikonomikos ที่แปลว่า “การจัดการบ้าน” (Household Management) ซึ่งเป็นเรื่องที่ยุ่งยากซับซ้อนทำให้มีคำจำกัดความเกิดขึ้นมากมาย และแตกต่างกันตามแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์แต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม เช่น

- เศรษฐศาสตร์เป็นวิชาที่ว่าด้วยกิจกรรมด้านการผลิต การกระจายสินค้าและบริการที่ผลิตได้ไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ
- เศรษฐศาสตร์เป็นวิชาที่ศึกษาถึงกระบวนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างขาดแคลนไปผลิตเป็นสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์
- เศรษฐศาสตร์เป็นวิชาที่ศึกษาถึงการเลือกหนทางที่จะใช้ปัจจัยการผลิตอันมีอยู่อย่างจำกัด เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่อย่างไม่มีจำกัด
- เศรษฐศาสตร์เป็นวิชาที่วิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโดยรวม เช่น การวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า วิเคราะห์ภาวะการว่างงาน เพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น และหาทางแก้ไขปัญหาให้เศรษฐกิจส่วนรวมดีขึ้น
- เศรษฐศาสตร์เป็นวิชาที่ศึกษาเรื่อง เงินตรา การธนาคาร การลงทุน และทรัพย์สินหรือความมั่นคงต่างๆ

จากคำจำกัดความดังกล่าวสามารถสรุปความหมายของเศรษฐศาสตร์ได้ว่า “ เป็นวิชาที่ศึกษาถึงกระบวนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อนำไปผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่อย่างไม่จำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดในปัจจุบัน และอนาคตอันจะก่อให้เกิดความอยู่ดีกินดี ”

ส่วนคำว่า “ เศรษฐกิจ ” (Economy) มาจากคำว่า Oikos หมายถึง “ บ้าน ” กับ Nemein หมายถึง “ การจัดการ ”

ดังนั้น ความหมายแบบตรงตัวของคำว่า เศรษฐศาสตร์และเศรษฐกิจ จึงเหมือนกัน คือ เป็นการจัดการครอบครัว

## 2.2 ความเป็นมาของวิชาเศรษฐศาสตร์

วิชาเศรษฐศาสตร์เกิดขึ้นมาพร้อมกับการมีสังคมมนุษย์ตั้งแต่โบราณกาล ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับวิชานี้ นักปราชญ์ได้พยายามสอดแทรกลงไปในหนังสือหรือบทความต่างๆ แต่แนวคิดเหล่านั้นยังไม่ถือเป็นทฤษฎีหรือหลักเกณฑ์ที่จะใช้วิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจได้ จนถึงศตวรรษที่ 13-16 ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจการค้าของทวีปยุโรปเจริญก้าวหน้ามาก เพราะประชาชนตระหนักว่าการค้านำความมั่งคั่งมาสู่ประเทศของตน จึงหาวิธีการที่จะส่งสินค้าออกไปขายให้ได้มากกว่าการซื้อสินค้าจากประเทศอื่นเข้ามา หรือที่เรียกว่าการค้าเปรียบทางการค้า แนวคิดดังกล่าวนี้ได้มาเป็นลัทธิทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า “ ลัทธิพาณิชย์นิยม ” ในขณะเดียวกัน อัดัม สมิธ (Adam Smith) ชาวอังกฤษ ได้เขียนหนังสือชื่อ “ ความมั่งคั่งของชาติ ” (The Wealth of Nations) ซึ่งถือเป็นหนังสือทางเศรษฐศาสตร์เล่มแรก และทำให้ อัดัม สมิธ ได้รับการยกย่องให้เป็น “ บิดาทางเศรษฐศาสตร์ ” จากนั้นเป็นต้นมา วิชาเศรษฐศาสตร์ซึ่งเคยเป็นส่วนประกอบในวิชาอื่นๆ จึงได้เริ่มมีลักษณะเป็นวิชาการที่กว้างขวางขึ้น มีเนื้อหาที่เน้นหนักไปทางวิเคราะห์หาเหตุผลในเรื่องที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยเฉพาะ ทำให้แนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์เปลี่ยนมาเป็นวิชาเศรษฐศาสตร์ (Economics) อย่างแท้จริง

ลัทธิพาณิชย์นิยมเสื่อมความนิยมในศตวรรษที่ 18 และ อัดัม สมิธ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งงานกันทำตามถนัด และให้เอกชนมีเสรีภาพในการผลิต ที่เรียกว่า “ เศรษฐกิจแบบเสรี ” ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญรุ่งเรือง ในช่วงศตวรรษที่ 19 ทวีปยุโรปมีการขยายตัวด้านอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว มีการอพยพแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น จนปลายศตวรรษที่ 19 อัลเฟรด มาร์แชล (Alfred Marshall) ได้เสนอทฤษฎีว่าด้วยการผลิตอันเป็นที่มาของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ตกต่ำไปทั่วโลก ประชาชนว่างงานมากขึ้น จอห์น เมนาร์ด เคนส์ (John Maynard Keynes) จึงเสนอทฤษฎีว่าด้วยการจ้างงาน (Theory of Employment) โดยแนะนำให้

รัฐบาลใช้นโยบายการคลังและการเงินเข้าช่วยแก้ไข เมื่อประเทศเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จึงกลายเป็นที่มาของเศรษฐศาสตร์มหภาค(Macroeconomics)

ส่วนประเทศไทยใช้หลักการทางด้านเศรษฐศาสตร์ในกิจการด้านการค้า การเก็บภาษีอากร มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย แต่ยังไม่ได้รวบรวมตามหลักวิชาการอย่างเป็นแบบแผน จนถึง พ.ศ.2454 พระยาสุรียานุวัตร ได้เรียบเรียงหนังสือชื่อว่า “ทรัพย์ศาสตร์” ขึ้น ถือเป็นหนังสือเศรษฐศาสตร์เล่มแรกของประเทศไทย และในปี พ.ศ.2459 กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ (น.ม.ส.) ได้เขียนหนังสือชื่อ “ตลาดเงินตรา” ขึ้น ในปี พ.ศ.2477 มีการจัดตั้งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จึงได้มีการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์อย่างจริงจัง โดยใช้หนังสือตำราของประเทศฝรั่งเศส ทำให้มีการแปลตำราต่างๆ เป็นภาษาไทยเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ รวมทั้งหนังสือเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยเศรษฐกิจการค้า และเศรษฐศาสตร์ ว่าด้วยการเงินของ พระสารสาสน์พลขันธ์ เป็นหนังสือที่กระตุ้นให้คนไทยตื่นตัวในการทำการค้ามากขึ้น วิชาเศรษฐศาสตร์จึงได้บรรจุเป็นหลักสูตรของการศึกษาทุกระดับของไทยและเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไปในปัจจุบัน

### 2.3 ความสำคัญของเศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์ คือ การศึกษาวิธีที่จะนำเอาทรัพยากรต่างๆ อันมีอยู่อย่างจำกัดไปผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของมวลมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานอันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค รวมทั้งสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น สินค้าประเภทรถยนต์ น้ำมัน โทรทัศน์ กระจาด และบริการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา การรักษาพยาบาล การขนส่ง และการท่องเที่ยว เป็นต้น

ในฐานะที่มนุษย์มีบทบาทเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตตามหลักการของเศรษฐศาสตร์ ซึ่งในบทบาทของผู้บริโภคก็มีความต้องการสินค้าและบริการที่สามารถสนองความพอใจได้สูงสุดและในฐานะของผู้ผลิตก็ต้องใช้ความรู้ความสามารถของตนเองจัดการกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ให้เกิดผลตอบแทนแก่ตนเองมากที่สุดเช่นกัน นอกจากนี้มนุษย์ทุกคนยังมรบทบาทที่สำคัญคือ เป็นพลเมืองของประเทศที่มีส่วนสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งประชาชนทุกคนสามารถนำความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ไปช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมีหลักเกณฑ์ ช่วยให้เข้าใจปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในบ้างเมือง เข้าใจบทบาทและการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น นโยบายส่งเสริมการลงทุน นโยบายด้านการเงิน เป็นต้น หากประชาชนมีความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์ก็จะมีส่วนช่วยให้กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้บรรลุ เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีกินดี มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

เจมส์ ฮาร์เวย์ รอบินสัน (James Harvey Robinson) นักประวัติศาสตร์ชาวอเมริกัน ได้ให้คำจำกัดความประวัติศาสตร์ว่า “ทุกสิ่งซึ่งเรารู้เกี่ยวกับทุกสิ่งที่มีมนุษย์ได้ทำ ได้คิด ได้หวังหรือได้รู้สึก

เลโอโพลด์ ฟอน รันแก (Leopold von Ranke) นักประวัติศาสตร์ชาวเยอรมัน ได้อธิบายว่า “ประวัติศาสตร์ได้รับการยกย่องให้มีหน้าที่พิพากษาอดีต ให้บทเรียนแก่ปัจจุบัน เพื่อเป็นประโยชน์แก่อนาคต

นิธิ เอียวศรีวงศ์ นักประวัติศาสตร์ไทย ได้ให้ความหมายว่า “ประวัติศาสตร์ คือ การศึกษาเพื่ออธิบายอดีตของสังคมมนุษย์ในมิติของเวลา หรือประวัติศาสตร์ คือการศึกษาเพื่อเข้าใจอดีตของสังคมมนุษย์ในมิติเวลา

สรุปความหมายของประวัติศาสตร์ คือ การศึกษาอดีตของสังคมมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงตามมิติของเวลา โดยอาศัยหลักฐานหรือร่องรอยที่หลงเหลือในปัจจุบัน

## 2.4. อุปสงค์ (Demand)

### 2.4.1 ความหมายของอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้นภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปสงค์คงที่ ความต้องการในที่นี้ต้องมีอำนาจซื้อ (Purchasing power หรือ Ability to pay) ด้วย ถ้าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีแต่ความต้องการในตัวสินค้าโดยไม่มีเงินที่จะจ่ายซื้อ เราเรียกความต้องการลักษณะนั้นว่า “ความต้องการ (Want)” ไม่ใช่ “อุปสงค์ (Demand)” ดังนั้น องค์ประกอบของอุปสงค์ จะประกอบด้วย ความต้องการและอำนาจซื้อ

### 2.4.2 กฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป กฎของอุปสงค์กล่าวว่า “ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าชนิดนั้น” โดยมีข้อสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่

## 2.5 อุปทาน (Supply)

### 2.5.1 ความหมายของอุปทาน

อุปทาน (Supply) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ถูกผลิตเต็มใจนำออกเสนอขายในตลาดภายในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้าและบริการนั้น โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปทานคงที่ จากความหมายของอุปทาน จะเห็นได้ว่าอุปทานประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ คือ

- ความเต็มใจที่จะเสนอขายหรือให้บริการ (willingness) กล่าวคือ ณ ระดับราคาต่างๆ ที่ตลาดกำหนดมาให้ ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการมีความยินดีหรือเต็มใจที่จะเสนอขายสินค้าหรือให้บริการตามความต้องการซื้อของผู้บริโภค

- ความสามารถในการจัดหามาเสนอขายหรือให้บริการ (ability to sell) กล่าวคือ ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการจะต้องจัดหามีสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการซื้อของผู้บริโภค ณ ระดับราคาของตลาดในขณะนั้นๆ (สามารถเสนอขายหรือให้บริการได้) เมื่อก้าวถึงคำว่า อุปทาน จะเป็นการมองทางด้านของผู้ผลิตซึ่งตรงข้ามกับอุปสงค์ที่เป็นการมองทางด้านของผู้บริโภค ในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว ความสัมพันธ์ของราคาสินค้าที่มีต่ออุปทานของสินค้านั้นจะเป็นไปตามกฎของอุปทาน (Law of Supply)

กฎของอุปทาน (Law of Supply) จะอธิบายถึงพฤติกรรมของผู้ผลิตในการแสวงหากำไรสูงสุด กฎของอุปทานกล่าวว่า “ปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตเต็มใจจะนำออกขายในระยะเวลาหนึ่งขึ้นอยู่กับราคาสินค้านั้นๆ ในทิศทางเดียวกัน” กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นปริมาณอุปทานจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ผลิตมีความต้องการที่จะเสนอขายมากขึ้น เพราะคาดการณ์ว่าจะได้กำไรสูงขึ้น ในทางกลับกัน เมื่อราคาสินค้าลดลงปริมาณอุปทานจะน้อยลง เนื่องจากคาดการณ์ว่ากำไรที่ได้จะลดลง ลักษณะทั่วไปของเส้นอุปทานจึงเป็นเส้นที่มีลักษณะที่ลากเฉียงขึ้นจากซ้ายไปขวา ภายใต้ข้อสมมติว่าปัจจัยตัวอื่นๆที่มีผลต่ออุปทานมีค่าคงที่

## 2.6 ดุลยภาพของตลาด

ดุลยภาพของตลาด หมายถึง ภาวะที่เกิดจากราคามีความเหมาะสม ทำให้ปริมาณความต้องการซื้อ เท่ากับปริมาณความต้องการขาย ทำให้สินค้าหมดพอดี หรือมีหลักการดังนี้ คือ ราคาสินค้าจะวิ่งสู่ดุลยภาพเสมอ ถ้าราคาเปลี่ยนปริมาณที่ผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อและที่ผู้ผลิตที่ต้องการขายก็จะเปลี่ยนตามถ้าราคาสินค้าแพงเกินไป ต่อไปต้องลดลงถ้าราคาสินค้าถูกเกินไป ต่อไปต้องแพงขึ้นโดยกลไกราคา ในทางเศรษฐศาสตร์นั้นจะมีข้อยกเว้นในการพิจารณา คือ ใช้ไม่ได้กับสินค้าที่เป็นทรัพย์สิน และสินค้าที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของเก่า เช่น ถ้วยสังคโลก, รถเก่า, พระเครื่อง และวัตถุโบราณ หรือทรัพย์สิน ได้แก่ น้ำ ดิน เป็นต้น

ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม กลไกราคา (Price Mechanism) เป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมอุปสงค์และอุปทานในตลาดให้เกิดความสมดุล ถ้าอุปสงค์และอุปทานไม่เท่ากันจะมีการปรับตัวจนกระทั่งเกิดสมดุลหรืออุปสงค์เท่ากับอุปทาน ดุลยภาพจะไม่เปลี่ยนแปลงตราบเท่าที่ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และอุปทานไม่เปลี่ยนแปลง ราคาสินค้า ณ จุดที่อุปสงค์เท่ากับอุปทานเรียกว่า “ราคาดุลยภาพตลาด (Market Equilibrium Price)” ปริมาณสินค้า ณ จุดนั้นเรียกว่า “ปริมาณดุลยภาพ

ตลาด (Market Equilibrium Quantity)” และเรียกจุดดังกล่าวว่า “ดุลยภาพตลาด (Market Equilibrium)

“ดุลยภาพตลาด คือ เส้นอุปทานและเส้นอุปสงค์ตัดกันพอดี”

## 2.7 ผู้บริโภค

**ผู้บริโภค (Consumer)** เป็นหน่วยเศรษฐกิจ (Economic Unit) หนึ่ง ซึ่งเป็นที่มาของอุปสงค์ในสินค้าและบริการชนิดต่าง ๆ และมีผลต่อเนื่องทำให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ผลผลิตยังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง ความสำคัญของผู้บริโภคดังกล่าวทำให้นักเศรษฐศาสตร์ให้ความสนใจต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) และทำการศึกษาย่างจริงจัง จนเกิดเป็นทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคขึ้นมาจนถึงปัจจุบันนี้

ทฤษฎีที่ว่าด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค จะอธิบายว่าผู้บริโภคตัดสินใจอย่างไรที่จะเลือกซื้อสินค้า ทำไมจึงซื้อ ซื้ออะไร และจำนวนเท่าใด ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ทฤษฎีอรรถประโยชน์ และทฤษฎีความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ

### 2.7.1 ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค

การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ข้อสมมติฐานในทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค มีดังนี้

1) **การเลือกซื้อสินค้าและบริการ** ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ทำให้ได้รับความพอใจมากที่สุด บุคคลที่ได้ชื่อว่าเป็น “มนุษย์เศรษฐกิจ” จะมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ทำให้ได้รับความสนใจมากที่สุด และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการบริโภคสินค้าและบริการนั้น ภายใต้งบประมาณที่มีอยู่

2) **งบประมาณของผู้บริโภค** ในกรณีที่ผู้บริโภครายได้จำนวนจำกัด จำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณของสินค้าและบริการ จะพบว่าในผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจะชอบเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูก และได้ของในปริมาณมาก จึงต้องใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อนาน ในทางตรงกันข้าม ผู้บริโภคที่มีงบประมาณอย่างไม่จำกัด มักจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ในเวลาอันรวดเร็วโดยไม่ต้องคำนึงถึงราคาและปริมาณของสินค้าและบริการนั้น และมักจะมุ่งสู่ความพอใจเป็นหลักสำคัญ

3) **อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม** ผู้บริโภคจะคำนึงถึงความพอใจส่วนที่เพิ่มเข้ามาจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่ง “ส่วนเพิ่ม” ของการบริโภคสินค้าที่บริโภคเพิ่มขึ้นทีละหน่วยจะมีค่าลดลง เมื่อผู้บริโภคบริโภคสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่

ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหน่วยแรก ๆ จะมากกว่าที่ได้รับจากสินค้าหน่วยหลัง ๆ ซึ่งเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย

**4) สินค้าต่างชนิดกัน** ผู้บริโภคย่อมมีความพอใจที่จะได้บริโภคสินค้าหลายชนิดแตกต่างกันไปตามจำนวนที่สามารถจะบริโภคได้ เป็นการแบ่งรายได้ใช้จ่ายในสินค้าหลาย ๆ รายการเพื่อการดำรงชีวิตและปรับตัวให้เข้ากับภาวะเศรษฐกิจ โดยได้รับความพอใจจากการบริโภค

ข้อสมมติเหล่านี้ เป็นลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค ซึ่งจะศึกษารายละเอียดในเรื่องของทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) และเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve)

การเข้าใจถึงอุปสงค์และอุปทาน จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์การทำงานของกลไกตลาดได้อย่างถูกต้องมากขึ้น ส่วนสำคัญของการศึกษาอุปสงค์ก็คือ การศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนสำคัญของการศึกษาอุปทานก็คือ การศึกษาทฤษฎีการผลิตและการกำหนดราคาของผู้ผลิต ในที่นี้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคมีอยู่สองทฤษฎีหลัก ๆ คือ ทฤษฎีอรรถประโยชน์ และทฤษฎีความพอใจเท่ากัน ทฤษฎีอรรถประโยชน์เป็นการวิเคราะห์ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ความพอใจของผู้บริโภคสามารถวัดเป็นหน่วย ๆ ได้ ส่วนทฤษฎีความพอใจเท่ากันไม่จำเป็นต้องวัดออกมาเป็นหน่วย ๆ แต่ให้จัดอันดับความพอใจเท่านั้น

## 2.8 อรรถประโยชน์ (Utility)

**อรรถประโยชน์ (Utility)** หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง สินค้าใดที่สร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้มาก แสดงว่าสินค้านั้นมีอรรถประโยชน์มาก แต่ถ้าสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้น้อย แสดงว่าสินค้านั้นมีอรรถประโยชน์น้อยอรรถประโยชน์จะขึ้นอยู่กับความชอบ ความพอใจ หรือการตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งนั้นของผู้บริโภคแต่ละคน ดังนั้น สินค้าชนิดเดียวกันอาจสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคแต่ละคนไม่เท่ากัน เช่น ผู้บริโภคที่ชอบดื่มกาแฟย่อมได้รับอรรถประโยชน์จากกาแฟมากกว่าผู้บริโภคที่ไม่ชอบดื่มกาแฟ แม้ว่าจะเป็นผู้บริโภคคนเดียวกัน แต่ถ้าบริโภคในช่วงเวลาที่ต่างกัน อาจทำให้อรรถประโยชน์ที่ได้รับจากการดื่มกาแฟต่างกันไปด้วย ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามาบริโภคเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดตามทฤษฎีอรรถประโยชน์มีข้อสมมติดังนี้

1) ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีเหตุผลในการเลือกบริโภคสินค้า (Rationality) โดยจะเลือกซื้อสินค้าที่ทำให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด และผู้บริโภคทุกคนมีรายได้จำกัด ดังนั้น ในการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบอรรถประโยชน์ของสินค้าแต่ละชนิดก่อน และสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์มากที่สุดจะถูกเลือกก่อนตามลำดับ

2) ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ (Cardinal Utility) สามารถวัดออกมาเป็นหน่วยหรือตัวเลขได้ เช่นเดียวกับการวัดน้ำหนักของสินค้าและบริการอื่น ๆ



หน่วยนับของอรรถประโยชน์หรือความพอใจ คือ ยูทิล (Utils) เช่น น้ำดื่ม 1 ขวด ให้ความพอใจหรือให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค 10 ยูทิล เป็นต้น และสินค้าสามารถแบ่งออกเป็นหน่วยย่อย ๆ ได้ แต่ละหน่วยมีลักษณะและคุณภาพเหมือนกันทำให้การซื้อขายสินค้าทำได้สะดวกและสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

3) อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Marginal Utility) การลดน้อยถอยลง (Diminishing) กล่าวคือถ้าผู้บริโภคบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับจากสินค้าหน่วยหลัง ๆ จะลดลงเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Law of Diminishing Marginal Utility)

4) อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของเงินมีค่าคงที่ (Constant marginal Utility of Money) กล่าวคือ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของเงินนั้นคงที่ ไม่ว่าจำนวนเงินจะลดลงหรือเพิ่มมากขึ้นเพียงไร

5) ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งหมายความว่าความพอใจในการบริโภคสินค้า  $x$  ขึ้นอยู่กับการบริโภคสินค้า  $x$  เพียงอย่างเดียว และได้ขึ้นกับปริมาณการบริโภคของสินค้า  $y$

### 2.8.1 ประเภทของอรรถประโยชน์

อรรถประโยชน์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) อรรถประโยชน์รวม (Total Utility: TU) หมายถึง จำนวนความพอใจทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าในปริมาณหนึ่ง ๆ ซึ่งหาได้จากการนำอรรถประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าทุกหน่วยที่บริโภคมารวมกัน ดังนั้น ค่าของอรรถประโยชน์รวมจึงขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่บริโภค

2) อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย หรืออรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Marginal Utility: MU) หมายถึง อรรถประโยชน์ส่วนที่เพิ่มขึ้น (หรือลดลง) เมื่อผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าชนิดเดียวกันนั้นเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) อีกหนึ่งหน่วย หรือสามารถแสดงได้ว่า อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย คือ ความพอใจที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อจำนวนสินค้าที่บริโภคเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย

สรุป ความสัมพันธ์ระหว่างอรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นดังนี้

1) เมื่ออรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายมีค่าเป็นบวก ( $MU > 0$ ) อรรถประโยชน์รวม (TU) มีค่าเพิ่มขึ้น

2) เมื่ออรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายมีค่าเป็นศูนย์ ( $MU = 0$ ) อรรถประโยชน์รวม (TU) มีค่าสูงสุด

3) เมื่ออรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายมีค่าเป็นลบ ( $MU < 0$ ) อรรถประโยชน์รวม (TU) มีค่าลดลง

## 2.9 คุณภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์

เมื่อผลของการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายแล้ว ผู้บริโภคยังต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของงบประมาณที่มีอยู่จำกัดจำนวนหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคต้องตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าแต่ละชนิดในจำนวนที่ทำให้ได้รับอรรถประโยชน์หรือความพอใจสูงสุดเรียกสภาวะการณีนี้อีกว่า “คุณภาพของผู้บริโภค (Consumer's Equilibrium)” ทั้งนี้จะแบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ กรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้ไม่จำกัดและกรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้จำกัด

**2.9.1 กรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้ไม่จำกัด** การที่ผู้บริโภคมีรายได้ไม่จำกัดย่อมทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ได้ตามที่ต้องการ แต่จากข้อสมมติผู้บริโภคมีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า คือ ได้รับความพอใจสูงสุดจากการบริโภค ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคโดยเรียงตามลำดับของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายที่ได้รับจากสินค้าและจะบริโภคต่อไปจนอรรถประโยชน์รวมจากสินค้าสูงสุด และอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายมีค่าเท่ากับศูนย์ ผู้บริโภคจึงจะหยุดการบริโภคและเกิดคุณภาพของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเขียนเงื่อนไขคุณภาพของผู้บริโภคได้ดังนี้

$$MUA = MUB = \dots = MUN = 0$$

โดยที่ MUA คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้า A

MUB คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้า B

MUN คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้าแต่ละชนิด

**2.9.2 กรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้จำกัด** ผู้บริโภคจะไม่สามารถบริโภคสินค้าได้ทุกชนิดตามที่ต้องการแต่มีสิทธิ์เลือกบริโภคสินค้าได้ไม่เกินรายได้หรืองบประมาณที่มีอยู่ และถ้าราคาสินค้าเท่ากัน ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายมากที่สุดก่อนแล้วจึงเลือกสินค้าอื่น ๆ รองลงมาตามลำดับ และจะบริโภคจนสินค้าหน่วยที่ให้อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้ามีค่าเท่ากันทั้งหมดผู้บริโภคมักจะหยุดการบริโภค และเกิดคุณภาพของผู้บริโภค เขียนเป็นเงื่อนไขได้ดังนี้

$$MUA = MUB = \dots = MUN$$

โดยที่ MUN คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้าแต่ละชนิดถ้าสินค้าแต่ละชนิดมีราคาไม่เท่ากัน หมายความว่า อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายที่ได้รับจากสินค้าแต่ละชนิดนั้นมาจากจำนวนเงินที่จ่ายไปมากน้อยแตกต่างกัน และสินค้าแต่ละชนิดมีคุณค่าต่อผู้บริโภคแตกต่างกันด้วย ดังนั้นเพื่อให้สามารถนำอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายมาเปรียบเทียบกันได้จึงต้องปรับอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายให้จำนวนเงินเท่ากันก่อน ทั้งนี้สามารถทำได้โดยนำเอาราคาสินค้าไปหารอรรถประโยชน์หน่วย

สุดท้ายของสินค้าทุกชนิด (MUN/PN) จะได้อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายที่มาจากจำนวนเงินที่จ่ายไป 2 บาทเท่ากัน จึงนำมาเปรียบเทียบกันได้

กฎของอรรถประโยชน์สูงสุดมีสาระสำคัญว่า เมื่อผู้บริโภคบริโภคสินค้าชนิดต่าง ๆ จนทำให้ได้อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายต่อเงิน 2 บาทของสินค้าทุกชนิดมีค่าเท่ากัน (โดยใช้รายได้ทั้งหมดที่มีอยู่) ผู้บริโภคจะได้อรรถประโยชน์สูงสุด และเกิดดุลยภาพของผู้บริโภค จึงสามารถเขียนเป็นเงื่อนไขดุลยภาพของผู้บริโภคได้ดังนี้

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \dots\dots\dots \frac{MU_N}{P_N}$$

โดยที่  $MU_A$  คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้า A และ  $P_A$  คือ ราคาสินค้า A

$MU_B$  คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้า B และ  $P_B$  คือ ราคาสินค้า B

$MU_N$  คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้าแต่ละชนิด และ  $P_N$  คือ ราคาสินค้า N

## 2.10 ทฤษฎีความพอใจเท่ากัน

### 2.10.1 ข้อสมมติที่สำคัญของทฤษฎีความพอใจเท่ากัน ดังนี้

1) ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีเหตุผล มีความสามารถในการเปรียบเทียบ และจัดอันดับความพอใจระหว่างการบริโภคสินค้าในจำนวนหนึ่งกับอีกจำนวนหนึ่งได้ กล่าวคือ ผู้บริโภคสามารถบอกผลจากการบริโภคโดยการเปรียบเทียบได้ว่า พอใจสินค้าใดมากกว่า น้อยกว่า หรือเท่ากัน โดยผู้บริโภครายได้จำกัด

2) ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความคงเส้นคงวา กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้าและบริการชนิดหนึ่งแล้ว ระดับความพอใจจะไม่เปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเปรียบเทียบกับสินค้าใดก็ตาม เช่น เมื่อผู้บริโภคพอใจสินค้า X มากกว่าสินค้า Y และพอใจสินค้า Y มากกว่าสินค้า Z ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคมีความคงเส้นคงวาแล้วผู้บริภคยอมพอใจสินค้า X มากกว่าสินค้า Z ด้วย คุณสมบัติของผู้บริโภคในลักษณะนี้ เรียกว่า ความสามารถในการถ่ายทอด

3) สินค้าที่บริโภคทุกชนิดเป็นสินค้าดี เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือสร้างความพอใจในการบริโภคได้ กล่าวคือ สินค้าทุกชนิดที่บริโภคเป็นสินค้าที่ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคได้ หากมีการบริโภคในจำนวนมากย่อมสร้างความพอใจในระดับที่สูงกว่าการได้บริโภคในจำนวนน้อย ๆ หรือบริโภคมากกว่าน้อย

4) การบริโภคอยู่ภายใต้กฎการลดน้อยถอยลงของอัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย (Law of Diminishing Marginal Rate of Substitution: MRS) นั่นคือจำนวนสินค้าชนิดหนึ่งที่ผู้บริภคยอมที่จะบริโภคลดลง เพื่อแลกกับการได้บริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย โดยผู้บริภคยังได้รับความพอใจเท่าเดิม ยกตัวอย่างเช่น เราอาจจะยอมแลกข้าว 5 ช้อนโต๊ะ เพื่อแลก

กับน้ำ 1 แก้ว หรือแลกกับการที่จะไม่มีน้ำดื่มเลย อย่างไรก็ตาม ในระดับความพึงพอใจเท่าเดิม เราจะยอมแลกข้ามน้อยกว่า 8 ซ้อนโต๊ะสำหรับน้ำแก้วที่ 2

### 2.10.2 ความหมายของเส้นความพอใจเท่ากัน

**เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve: IC)** คือ เส้นที่แสดงถึงส่วนผสมของการบริโภคสินค้าสองชนิดในจำนวนต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่ากัน ไม่ว่าผู้บริโภคจะเลือกบริโภคสินค้าทั้งสองชนิด ณ ส่วนผสมใดบนเส้นความพอใจเท่ากันเส้นเดียวกันก็จะได้รับความพอใจที่เท่ากันตลอดทั้งเส้น

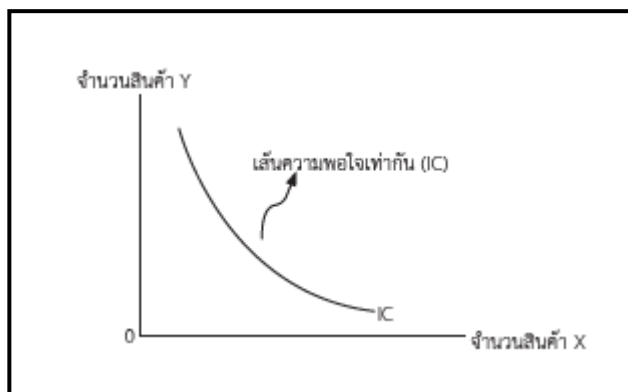
ตาราง ส่วนผสมของการบริโภคสินค้า X และ Y ที่ให้ความพอใจเท่ากัน

ส่วนผสม	จำนวนสินค้า X (หน่วย)	จำนวนสินค้า Y (หน่วย)
A	0	25
B	1	18
C	2	12
D	3	7
E	4	3
F	5	0

จากตาราง กำหนดให้มีสินค้าให้เลือกบริโภคเพียง 2 ชนิด คือ สินค้า X และสินค้า Y สำหรับส่วนผสม A - F แสดงถึงส่วนผสมของสินค้า X และสินค้า Y ในจำนวนต่าง ๆ ที่ให้ความพอใจเท่ากันแก่ผู้บริโภคในการเลือกบริโภคสินค้า X และสินค้า Y เพื่อให้ได้ความพอใจเท่ากันตลอด สามารถทำได้ถ้ามีการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะต้องลดการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งลง หรือถ้าลดการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งลงจะต้องเพิ่มการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งให้มากขึ้น เช่น ที่ส่วนผสม A ผู้บริโภคไม่บริโภคสินค้า X เลย แต่บริโภคสินค้า Y จำนวน 25 หน่วย ส่วนผสม B ผู้บริโภคบริโภคสินค้า X จำนวน 1 หน่วยผู้บริโภครู้ต้องลดการบริโภคสินค้า Y ลงอีกเหลือ 18 หน่วย ส่วนผสม C บริโภคสินค้า X เพิ่มขึ้นอีก 1 หน่วย

ทำให้ต้องลดการบริโภคสินค้า Y ลงอีกเหลือ 12 หน่วย กล่าวคือ เพื่อรักษาระดับความพอใจให้เท่าเดิมผู้บริโภครู้ต้องบริโภคสินค้า X เพิ่มขึ้นทีละ 1 หน่วย และยอมลดการบริโภคสินค้า Y ลง

ตาราง ส่วนผสมของการบริโภคสินค้า X และ Y ที่ให้ความพอใจเท่ากัน

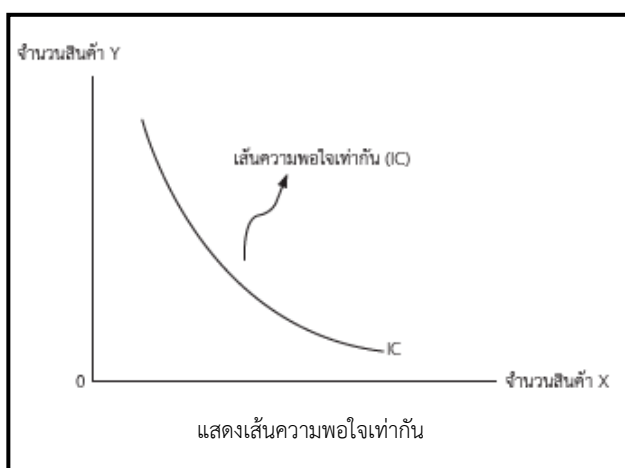


จากรูป กำหนดให้แกนตั้งเป็นสินค้า Y และแกนนอนเป็นสินค้า X เส้นที่เชื่อมโยงส่วนผสมของสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่ากัน คือ เส้นความพอใจเท่ากัน (IC) ในกรณีที่สินค้าทั้งสองชนิดสามารถแบ่งเป็นหน่วยย่อย ๆ ได้ ทุก ๆ จุดบนเส้นความพอใจเท่ากันเป็นส่วนผสมต่าง ๆ ของสินค้าสองชนิดที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่ากัน

### 2.10.3 คุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน

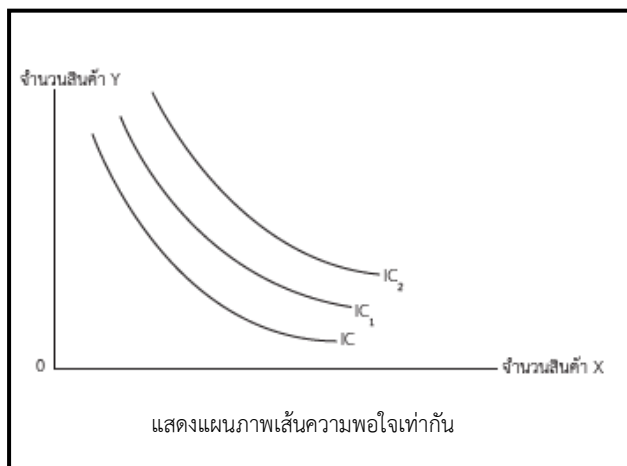
เส้นความพอใจเท่ากันมีคุณสมบัติที่สำคัญ ดังนี้

1) เส้นความพอใจเท่ากันเป็นเส้นที่ทอดลงจากซ้ายไปขวา หรือมีความชันเป็นลบ และมีลักษณะโค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิด แสดงว่าสินค้าทั้งสองชนิดสามารถใช้ทดแทนกันได้ เมื่อมีการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะต้องลดการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งลง ในทางตรงข้าม เมื่อมีการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งลดลง ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งให้มากขึ้น โดยที่ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่าเดิมหรืออยู่บนเส้นความพอใจเท่ากันเส้นเดิม



2) เส้นความพอใจเท่ากันมีได้หลายเส้น กล่าวคือ เส้นความพอใจเส้นที่อยู่สูงกว่าหรืออยู่ด้านขวามีความพอใจที่มากกว่า ผู้บริโภคคนหนึ่ง ๆ สามารถสร้างเส้นความพอใจเท่ากันจากการ

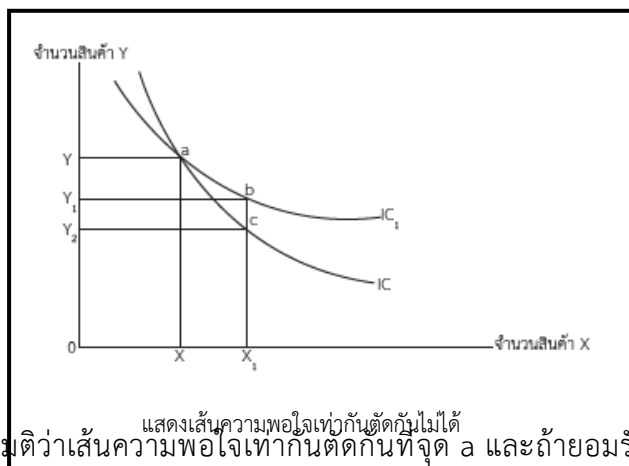
บริโภคสินค้าสองชนิดได้หลายเส้น แต่ละเส้นแสดงถึงความพอใจที่แตกต่างกัน เรียกว่า “แผนภาพเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Map)”



จากรูป ผู้บริโภคคนหนึ่งมีเส้นความพอใจเท่ากัน 3 เส้น โดยเส้น  $IC_2$  เป็นเส้นความพอใจเท่ากันเส้นที่อยู่สูงสุด ซึ่งแสดงถึงระดับความพอใจมากที่สุด และมากกว่าระดับความพอใจของเส้นที่อยู่ต่ำกว่าทั้งสองเส้นคือ  $IC_1$  และ  $IC$  ส่วนผสม  $IC$  ให้ระดับความพอใจเท่ากันต่ำสุด

3) เส้นความพอใจเท่ากันมีลักษณะต่อเนื่องหรือไม่ขาดช่วง แสดงว่าสินค้าทั้งสองชนิดมีความสามารถในการทดแทนกันได้โดยหน่วยของสินค้าจะเล็กน้อย กล่าวคือ มีส่วนผสมของสินค้าทั้งสองชนิดเป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถสร้างความพอใจที่เท่ากันได้โดยไม่ขาดช่วง

4) เส้นความพอใจเท่ากันจะตัดกันไม่ได้ หากเส้นความพอใจเท่ากันตัดกันจะขัดแย้งกับข้อสมมติที่ว่าเมื่อบริโภคสินค้ามากย่อมทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจมากกว่าการบริโภคน้อย



จากรูป สมมติว่าเส้นความพอใจเท่ากันตัดกันที่จุด  $a$  และถ้ายอมรับคุณสมบัติที่ว่า เส้นความพอใจเท่ากันเส้นที่อยู่สูงกว่าจะให้ความพอใจมากกว่าเส้นที่อยู่ต่ำลงมาทางซ้ายมือ จะเห็นได้ว่า

ส่วนประกอบของสินค้า X และสินค้า Y ที่จุด b จะให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคมากกว่าที่จุด a แต่ส่วนประกอบของสินค้าที่จุด a ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคเท่ากับที่จุด c และส่วนประกอบของสินค้าที่จุด a ก็ให้ความพอใจเท่ากับที่จุด b เช่นกัน ทั้งนี้เพราะจุด a อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากันทั้งเส้น IC และเส้น IC1 ถ้าพิจารณาตามข้อสมมติแล้ว ความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าที่จุด b ก็จะต้องให้ความพอใจเท่ากับการบริโภคสินค้าที่จุด c ซึ่งไม่ถูกต้องเพราะที่จุด b มีการบริโภคสินค้า y ในปริมาณที่มากกว่าจุด c และอยู่บนเส้น

ความพอใจเท่ากันที่สูงกว่า การบริโภคสินค้าที่จุด a ให้ความพอใจ 2 ระดับ ดังนั้น ถ้าเส้นความพอใจเท่ากันตัดกันจะแสดงให้เห็นเงื่อนไขของการเลือกที่ขัดแย้งกัน ฉะนั้นเส้นความพอใจเท่ากันจะตัดกันไม่ได้

### 2.11 อัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย (Marginal Rate of Substitution: MRS)

อัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย หมายถึง จำนวนสินค้าชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคยอมที่จะบริโภคลดลง เพื่อแลกกับการได้บริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย โดยผู้บริโภคยังคงได้รับความพึงพอใจเท่าเดิม

ถ้ามีการลดการบริโภคสินค้า Y ลงเพื่อแลกกับการได้บริโภคสินค้า X เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเขียนเป็นสัญลักษณ์  $MRS_{XY}$  แต่ถ้ามีการลดการบริโภคสินค้า X ลงเพื่อแลกกับการได้บริโภคสินค้า Y เพิ่มขึ้น 1 หน่วย

จะเขียนเป็นสัญลักษณ์  $MRS_{YX}$  อัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้ายสามารถเขียนเป็นสูตรคำนวณได้ดังนี้

$$MRS_{XY} = -\frac{\Delta Y}{\Delta X} \quad \text{และ} \quad MRS_{YX} = -\frac{\Delta X}{\Delta Y}$$

โดยที่  $\Delta X$  คือ ส่วนเปลี่ยนแปลงของสินค้า X

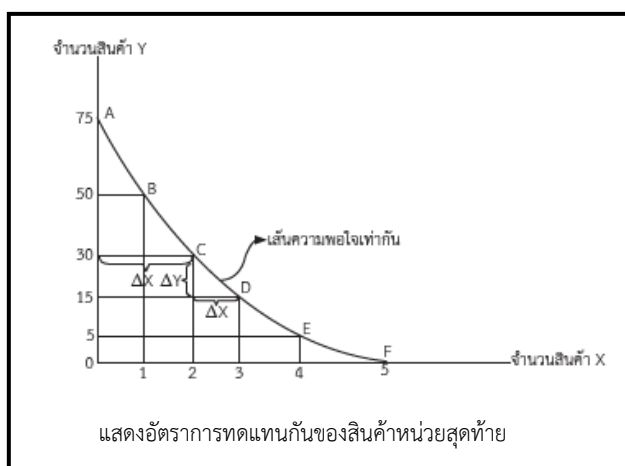
$\Delta Y$  คือ ส่วนเปลี่ยนแปลงของสินค้า Y

เครื่องหมายลบ (-) ที่อยู่หน้า  $\Delta X$  หรือ  $\Delta Y$  แสดงถึงการที่ผู้บริโภคยอมที่จะลดการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งลง ในอัตราที่น้อยลง เพื่อจะเพิ่มการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งให้มากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย

เราสามารถทำความเข้าใจเรื่องกฎการลดน้อยถอยลงของอัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้ายจากตารางและตัวอย่าง ดังนี้

**ตาราง อัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย**

ส่วนผสม	สินค้า X		สินค้า Y		$MRS_{yx} = -\frac{\Delta X}{\Delta Y}$
	จำนวน (หน่วย)	ส่วนเปลี่ยนแปลง ( $\Delta X$ )	จำนวน (หน่วย)	ส่วนเปลี่ยนแปลง ( $\Delta Y$ )	
A	75	25	0	1	-25/1
B	50	20	1	1	-20/1
C	30	15	2	1	-15/1
D	15	10	3	1	-10/1
E	5	5	4	1	-5/1
F	0		5		



จากตารางและรูป พบว่า จำนวนสินค้า Y ที่ผู้บริโภคยอมสละ ( $\Delta Y$ ) จะลดลงเรื่อย ๆ เพื่อแลกกับการได้บริโภคสินค้า X เพิ่มขึ้นทีละ 1 หน่วย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ค่า  $MRS_{XY}$  มีค่าลดลงเรื่อย ๆ เช่น ส่วนผสม A ไม่มีการบริโภคสินค้า X เลย ส่วนผสม B ผู้บริโภคยอมลดการบริโภคสินค้า Y ลง 25 หน่วย ณ ส่วนผสม C ผู้บริโภคยอมลดการบริโภคสินค้า Y ลง 20 หน่วย ในทำนองเดียวกัน ณ ส่วนผสม D, E และ F ผู้บริโภคยอมลดการบริโภคสินค้า Y ลง 15, 10 และ 5 หน่วยตามลำดับ ทั้งนี้ จะพบว่า  $\Delta Y$  มีจำนวนลดลงเรื่อย ๆ ซึ่งทำให้ค่า  $MRS_{XY}$  ลดลง และเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอัตราทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย

## 2.12 เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (Budget Line or Price Line)

เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (Budget Line or Price Line) หมายถึง เส้นที่แสดงถึง ส่วนผสมของสินค้า 2 ชนิดในจำนวนต่าง ๆ ซึ่งสามารถซื้อได้ด้วยเงินจำนวนหนึ่งที่เท่ากัน ไม่ว่า ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าทั้งสองชนิด ณ ส่วนผสมใด ๆ บนเส้นงบประมาณเดียวกัน ผู้บริโภคจะ



จ่ายเงินให้จำนวนที่เท่ากันตลอดทั้งเส้น พิจารณา ณ ราคาตลาดในขณะนั้น เส้นงบประมาณจะมีลักษณะเป็นเส้นตรง มีความชันเป็นลบเสมอ

ตาราง ส่วนผสมของสินค้า X และสินค้า Y ด้วยงบประมาณเท่ากัน (500 บาท)

ส่วนผสม	จำนวนสินค้า X (หน่วย)	จำนวนสินค้า Y (หน่วย)
A	0	25
B	10	20
C	20	15
D	30	10
E	40	5
F	50	0

จากตาราง กำหนดให้มีสินค้า 2 ชนิดให้เลือกซื้อ ได้แก่ สินค้า X และสินค้า Y โดยสินค้า X ราคาหน่วยละ 10 บาท และสินค้า Y ราคาหน่วยละ 20 บาท โดยที่ผู้บริโภคมีงบประมาณ 500 บาท ส่วนผสม A - F แสดงถึงส่วนผสมของปัจจัย X และปัจจัย Y ในจำนวนต่าง ๆ สามารถซื้อด้วยงบประมาณ 500 บาทหากนำความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าและจำนวนสินค้าทั้งหมดที่ซื้อด้วยงบประมาณที่มีอยู่ สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

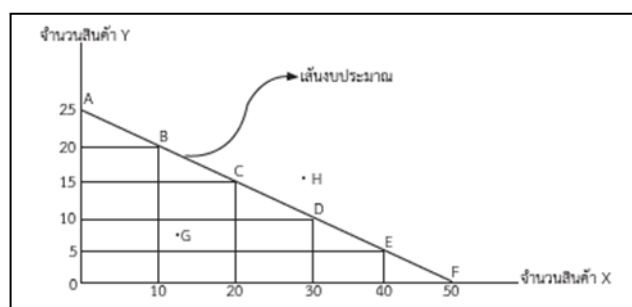
$$M = X(P_X) + Y(P_Y)$$

โดยที่ M = งบประมาณที่มีอยู่

Y = จำนวนสินค้า Y ที่ผู้บริโภคซื้อ

X = จำนวนสินค้า X ที่ผู้บริโภคซื้อ

$P_X$  และ  $P_Y$  = ราคาสินค้า X และราคาสินค้า Y



เส้นงบประมาณ

จากรูป ข้อมูลจากตารางสามารถหาเส้นงบประมาณได้จากการเชื่อมจุด A - F ซึ่งแต่ละจุดแสดงถึงส่วนผสมของสินค้า X และสินค้า Y โดยใช้งบประมาณที่เท่ากันในการซื้อสินค้า คือ 500 บาท เมื่อลากเส้นเชื่อมจุดทั้งหมดจะได้เส้นงบประมาณ เส้นนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรงลาดลงจากซ้ายไปขวามีความชันเป็นลบ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคซื้อสินค้า X เพิ่มขึ้นก็จะซื้อสินค้า Y ลดลง เช่น ถ้าผู้บริโภคซื้อสินค้า X จำนวน 10 หน่วย จะซื้อสินค้า Y จำนวน 20 หน่วย ในจำนวนเงินที่มีอยู่คือ 500 บาท หากซื้อสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก 10 หน่วยเป็น 20 หน่วย ก็จำเป็นต้องลดการซื้อสินค้า Y ลงจาก 20 หน่วยเหลือ 15 หน่วยแต่ยังคงใช้จำนวนเงินเท่าเดิมคือ 500 บาท ซึ่งสามารถหาค่าความชันของเส้นงบประมาณได้จากสูตรต่อไปนี้

$$\text{ความชันของเส้นงบประมาณ} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \frac{P_X}{P_Y}$$

โดยที่  $-\Delta Y$  = ส่วนเปลี่ยนแปลงของจำนวนสินค้า Y ที่ลดลง

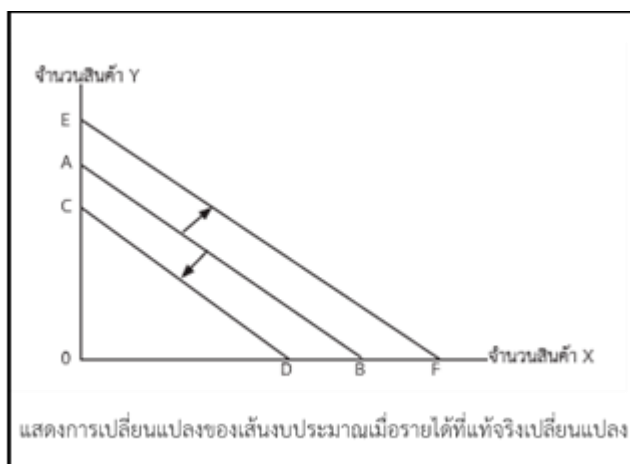
$\Delta X$  = ส่วนเปลี่ยนแปลงของจำนวนสินค้า X ที่เพิ่มขึ้น

จากรูป จุด H ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าได้ ณ ส่วนผสมนี้ได้ เนื่องจากต้องจ่ายเงินเกินกว่างบประมาณที่มีอยู่ ส่วนจุด G เป็นจุดที่แสดงส่วนผสมของสินค้าที่ใช้เงินน้อยกว่างบประมาณ ในทำนองเดียวกันจุดอื่น ๆ ที่อยู่ภายในพื้นที่สามเหลี่ยม OAF เป็นจุดที่แสดงถึงส่วนผสมของสินค้าที่ใช้เงินน้อยกว่าเงินงบประมาณที่มีอยู่หรือเป็นจุดที่สามารถซื้อได้ในขอบเขตของงบประมาณที่มีอยู่ซึ่งใช้เงินงบประมาณไม่หมดสำหรับทุก ๆ จุดบนเส้นงบประมาณจะแสดงถึง ส่วนผสมของสินค้าที่ใช้เงินเท่ากับงบประมาณที่มีอยู่พอดี

### 2.12.1 การเปลี่ยนแปลงของเส้นงบประมาณ

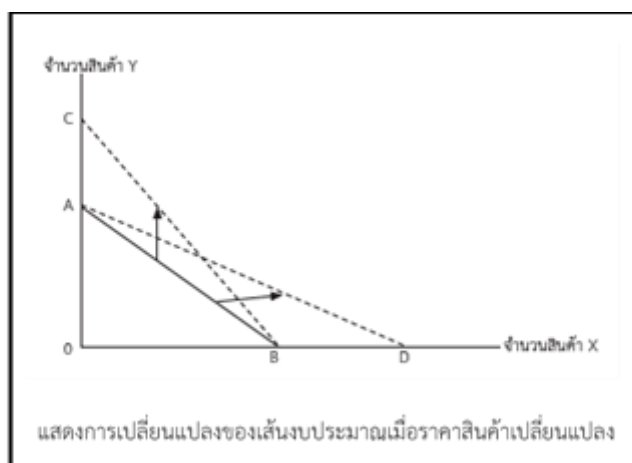
เส้นงบประมาณมีการเปลี่ยนแปลง 2 ลักษณะ คือ การเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณเมื่อรายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไป และการเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณเมื่อรายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไป รายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภค คือ จำนวนสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคซื้อได้ ซึ่งแสดงถึงอำนาจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้น รายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปนั้นมีสาเหตุมาจากรายได้ที่เป็นตัวเงินเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ราคาสินค้าคงที่ หรือสาเหตุจากรายได้ที่เป็นตัวเงินคงที่ แต่ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงกรณีที่รายได้ที่เป็นตัวเงินเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาสินค้าคงที่ ย่อมทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้มากขึ้นในทางตรงข้าม ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ที่เป็นตัวเงินลดลง ย่อมทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้น้อยลง ดังนั้น รายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปจะมีผลทำให้เส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังแสดงในรูป



จากรูป สมมติว่างบประมาณเดิมคือ เส้น AB ใช้จ่ายเงินงบประมาณไปจำนวนหนึ่ง เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นเส้นงบประมาณจะเคลื่อนย้ายไปอยู่ที่เส้น EF แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้หรืองบประมาณลดลงเส้นงบประมาณจะเคลื่อนย้ายมาอยู่ที่เส้น CD ในขณะที่ราคาสินค้ายังคงที่

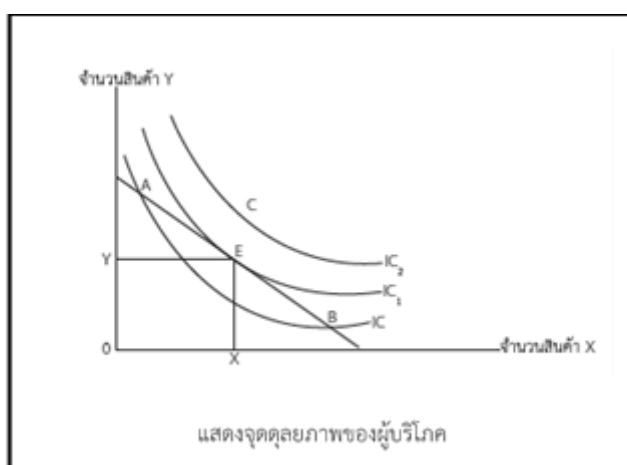
2) การเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณในลักษณะนี้เกิดจากราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนไปโดยที่ราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งและงบประมาณไม่เปลี่ยนแปลง ดังแสดงในรูป



จากรูป สมมติว่าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงถูกลง และผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้า X เพียงชนิดเดียวจะสามารถซื้อได้มากขึ้น โดยใช้งบประมาณเท่าเดิม (AB) สำหรับสินค้า Y ผู้บริโภคจะซื้อในจำนวนเท่าเดิมเนื่องจากราคาสินค้า Y ไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น เมื่อราคาสินค้า X ถูกลงจะมีผลทำให้เส้นงบประมาณเดิมย้ายไปทางขวามือ โดยย้ายไปยังเส้นงบประมาณใหม่ คือ AD ในทางตรงข้าม ถ้าราคาสินค้า Y ถูกลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้า Y เพิ่มขึ้น โดยซื้อสินค้า X เท่าเดิม ผลที่ตามมาคือ เส้นงบประมาณเดิมย้ายไปทางขวามือโดยย้ายไปยังเส้นงบประมาณใหม่ คือ BC

เราทราบแล้วว่าจุดต่าง ๆ บนเส้น IC เส้นเดียวกันจะให้ความพอใจเท่ากัน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคจะสามารถเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อสินค้าและบริการ ณ จุดใด ๆ บนเส้น IC ได้ตามใจชอบการจะเลือกซื้อสินค้าและบริการ ณ จุดใด ๆ ต้องคำนึงถึงรายได้ที่ตนเองมีอยู่ด้วย และเนื่องจากแผนภาพเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Map) จะมีเส้นความพอใจเท่ากันอยู่หลายเส้น ดังนั้น เมื่อนำเส้นงบประมาณไปวางลงในแผนภาพนี้จะต้องมี IC เส้นใดเส้นหนึ่งสัมผัสกับเส้นงบประมาณพอดี จุดสัมผัสนี้เองแสดงให้เห็นว่าจำนวนของสินค้าทั้ง 2 ชนิด ซึ่งซื้อด้วยเงินจำนวนที่กำหนดให้จะทำให้

ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด เราเรียกจุดนี้ว่า “จุดดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumer's Equilibrium) ” ดังรูป



จากรูป แผนภาพแสดงเส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้า X และสินค้า Y ได้เฉพาะส่วนผสมที่ใช้เงินซื้อเท่ากับงบประมาณที่มีอยู่ นั่นคือ จุด E ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคสูงสุดและอยู่ภายใต้เงื่อนไขงบประมาณที่มีอยู่ ซึ่งจุด E ถือเป็นจุดดุลยภาพของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะซื้อสินค้า X จำนวน X หน่วย และซื้อสินค้า Y จำนวน Y หน่วยจุดดุลยภาพของผู้บริโภค เป็นจุดสัมผัสระหว่างเส้นงบประมาณกับเส้นความพอใจเท่ากัน และความชันของเส้นความพอใจเท่ากันที่จุด E เท่ากับความชันของเส้นงบประมาณ ซึ่งค่าความชันของเส้นความพอใจเท่ากันคือ ค่า  $MRS_{XY}$  ส่วนค่าความชันของเส้นงบประมาณคือ  $P_X/P_Y$  ดังนั้น ณ จุดดุลยภาพของผู้บริโภคจะได้ว่า

$$\text{slope ของเส้นความพอใจเท่ากัน} = MRS_{XY} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X}$$

$$\text{และ slope ของเส้นงบประมาณ} = \frac{P_X}{P_Y}$$

นั่นคือดุลยภาพของผู้บริโภคคนหนึ่งที่มีรายได้จำนวนหนึ่งจะเกิดขึ้น ณ เงื่อนไขที่ความชันของเส้นความพอใจเท่ากันเท่ากับความชันของเส้นงบประมาณ ณ จุดสัมผัส และผู้บริโภคจะได้รับ ความพอใจสูงสุด ณ เงื่อนไข

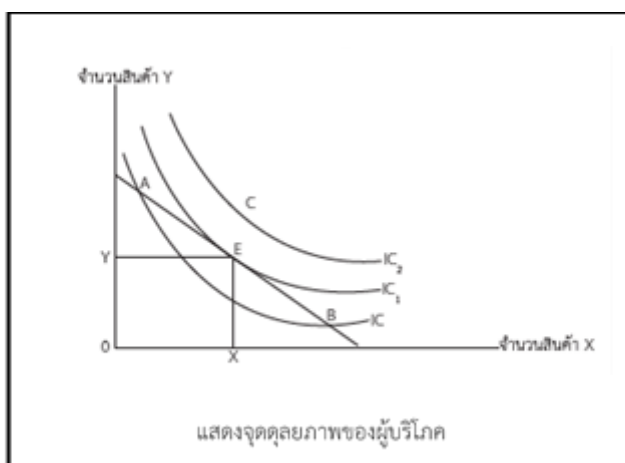
$$MRS_{XY} = \frac{P_X}{P_Y}$$

จากเงื่อนไขดุลยภาพของผู้บริโภคข้างต้น การที่จะทำให้เกิดดุลยภาพของผู้บริโภคได้นั้น ผู้บริโภคจะต้องเลือกซื้อสินค้าทั้งสองชนิดจนกระทั่งอัตราการทดแทนกันของสินค้าหน่วยสุดท้าย เท่ากับสัดส่วนของราคาสินค้าพอดี

### 2.13 ดุลยภาพของผู้บริโภค

เราทราบแล้วว่าจุดต่าง ๆ บนเส้น IC เส้นเดียวกันจะให้ความพอใจเท่ากัน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคจะสามารถเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อสินค้าและบริการ ณ จุดใด ๆ บนเส้น IC ได้ตามใจชอบการจะเลือกซื้อสินค้าและบริการ ณ จุดใด ๆ ต้องคำนึงถึงรายได้ที่ตนเองมีอยู่ด้วย และเนื่องจากแผนภาพเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Map) จะมีเส้นความพอใจเท่ากันอยู่หลายเส้น ดังนั้น เมื่อนำเส้นงบประมาณไปวางลงในแผนภาพนี้จะต้องมี IC เส้นใดเส้นหนึ่งสัมผัสกับเส้นงบประมาณพอดี ณ จุดสัมผัสนี้เองแสดงให้เห็นว่าจำนวนของสินค้าทั้ง 2 ชนิด ซึ่งซื้อด้วยเงินจำนวนที่กำหนดให้จะทำให้

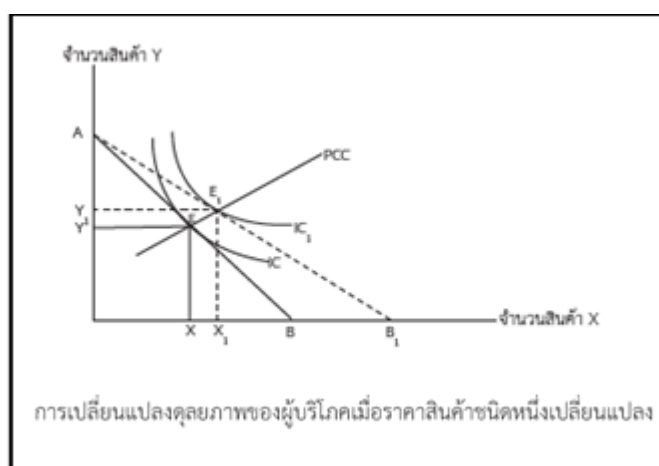
ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด เราเรียกจุดนี้ว่า “จุดดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumer's Equilibrium)” ดังรูป



### 2.13.1 การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของผู้บริโภค

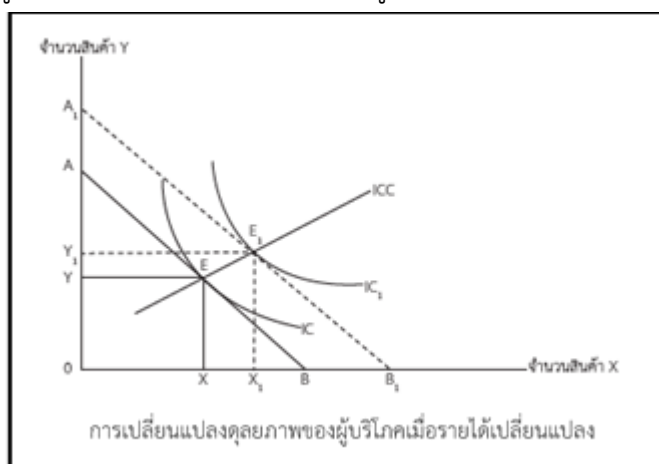
ดุลยภาพของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไป ถ้าราคาสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หรือรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการ และรายได้ของผู้บริโภค ทำให้เส้นงบประมาณย้ายจากที่เดิม ไปสัมผัสกับจุดใดจุดหนึ่งบนเส้น IC เส้นอื่น เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้นจะแยกพิจารณาเป็น 2 กรณี ดังนี้

1) ดุลยภาพเปลี่ยนแปลงเมื่อราคาสินค้าและบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลง แต่ราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งคงเดิม ดังรูป สมมติว่าราคาสินค้า X ลดลง ผู้บริโภคจึงซื้อสินค้า X ได้เพิ่มขึ้น ด้วยจำนวนเงินเท่าเดิม ดังนั้น เส้นงบประมาณ AB จึงย้ายมาอยู่ที่ AB<sub>1</sub> และสัมผัสเส้น IC<sub>1</sub> ณ จุด E<sub>1</sub> ดุลยภาพของผู้บริโภคจึงเปลี่ยนจาก E มาอยู่ที่ E<sub>1</sub> ปริมาณซื้อสินค้า 2 ชนิด จึงเปลี่ยนแปลงไป เมื่อดุลยภาพอยู่ ณ จุด E ผู้บริโภคซื้อสินค้า X จำนวน X หน่วย และซื้อสินค้า Y จำนวน Y หน่วย เมื่อราคาสินค้าลดลงดุลยภาพย้ายมาอยู่ที่ ณ จุด E<sub>1</sub> ปริมาณซื้อสินค้า X จึงเป็น X<sub>1</sub> หน่วย และปริมาณซื้อสินค้า Y เป็น Y<sub>1</sub> หน่วย และเส้นที่เชื่อมต่อดุลยภาพ E และ E<sub>1</sub> เรียกว่า “เส้นการบริโภคตามราคา (Price Consumption Curve : PCC)” ซึ่งหมายถึง เส้นที่แสดงแนวทางการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง



2) ดุลยภาพเปลี่ยนแปลงเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง โดยกำหนดให้ราคาสินค้า X และสินค้า Y คงที่ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงจะมีผลให้เส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไปด้วย คือเส้นใหม่จะขนานและอยู่ห่างจากเส้นเดิมเป็นระยะเท่ากันตลอดเส้น แต่จะอยู่สูงหรือต่ำกว่าเส้นเดิมขึ้นอยู่กับรายได้เพิ่มขึ้นหรือลดลง ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นเส้นงบประมาณใหม่อยู่เหนือเส้นเดิม ถ้ารายได้ลดลงเส้นงบประมาณใหม่อยู่ใต้เส้นเดิม ดังรูป เส้น AB คือ เส้นงบประมาณเดิม และ E คือ จุดดุลยภาพเดิม เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นงบประมาณจึงขยับสูงขึ้นเป็นเส้น A<sub>1</sub>B<sub>1</sub> และสัมผัสกับเส้น IC<sub>1</sub> ที่จุด E<sub>1</sub> ดุลยภาพใหม่จึงย้ายมาอยู่ที่จุด E<sub>1</sub> ปริมาณซื้อสินค้า X คือ X<sub>1</sub>

ปริมาณซื้อสินค้า Y คือ  $Y_1$  และเส้นที่เชื่อมต่อกจุด ดุลยภาพ E และ  $E_1$  เรียกว่า “เส้นการบริโภคตามรายได้ (Income Consumption Curve: ICC)” ซึ่งหมายถึงเส้นที่แสดงแนวทางการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง



**สรุป** ทฤษฎีอรรถประโยชน์เป็นทฤษฎีที่นำมาใช้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งใช้ในการวิเคราะห์แบบนับจำนวนได้ โดยมีข้อสมมติที่สำคัญคือ อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการสามารถวัดค่าออกมาเป็นหน่วยได้ อรรถประโยชน์ หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หรืออรรถประโยชน์คือ สิ่งที่มีอยู่ในตัวสินค้าและบริการซึ่งสามารถบำบัดความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ ดุลยภาพของผู้บริโภค คือ สภาวะที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่ทำให้ได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุด

ทฤษฎีความพอใจเท่ากันเป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่นำมาใช้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งใช้ในการวิเคราะห์แบบนับลำดับที่ได้ โดยมีข้อสมมติที่สำคัญคือ ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีเหตุผลและมีความสามารถในการเปรียบเทียบและจัดอันดับความพอใจของการบริโภคสินค้าและบริการได้ ทฤษฎีนี้ต้องอาศัยเส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณมาช่วยในการวิเคราะห์ เส้นความพอใจเท่ากันเป็นเส้นที่แสดงส่วนผสมของการบริโภคสินค้าสองชนิดในจำนวนต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่ากัน ส่วนเส้นงบประมาณเป็นเส้นที่แสดงถึงส่วนผสมของสินค้าสองชนิดในจำนวนต่างๆ ซึ่งสามารถซื้อได้ด้วยงบประมาณหนึ่งเท่ากัน ดุลยภาพของผู้บริโภคคือ สภาวะที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการสองชนิดในส่วนผสมที่ทำให้ได้รับความพอใจสูงสุดด้วยงบประมาณที่มีอยู่

## 2.14 การเรียนการสอนแบบ Active Learning

**Active Learning** คือกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือกระทำและได้ใช้กระบวนการคิด เกี่ยวกับสิ่งที่เขาได้กระทำลงไป (Bonwell, 1991) เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภายใต้สมมติฐานพื้นฐาน 2 ประการ คือ 1) การเรียนรู้เป็นความพยายามโดยธรรมชาติของมนุษย์,

และ 2) แต่ละบุคคลมีแนวทางในการ เรียนรู้ที่แตกต่างกัน (Meyers and Jones, 1993) โดยผู้เรียน จะถูกเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้(receive) ไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้(co-creators)( Fedler and Brent, 1996)

Active Learning จึงเป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสร้างสรรค์ทางปัญญา (Constructivism) ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าเนื้อหาวิชา เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยง ความรู้ หรือสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตนเอง ด้วยการลงมือปฏิบัติจริงผ่านสื่อหรือกิจกรรมการเรียนรู้ ที่มีครูผู้สอนเป็นผู้ แนะนำ กระตุ้น หรืออำนวยความสะดวก ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ขึ้น โดย กระบวนการคิดขั้นสูง กล่าวคือ ผู้เรียนมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการประเมินค่าจากสิ่งที่ได้รับ จากกิจกรรมการเรียนรู้ ทำให้การเรียนรู้ เป็นไปอย่างมีความหมายและนำไปใช้ในสถานการณ์อื่นๆได้ อย่างมีประสิทธิภาพ (สถาพร พงศพิศกุล, 2558)

ลักษณะของการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning เป็นดังนี้ (ไชยยศ เรืองสุวรรณ, 2553)

- 1) เป็นการเรียนการสอนที่พัฒนาศักยภาพทางสมอง ได้แก่ การคิด การแก้ปัญหา และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
- 2) เป็นการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ สูงสุด
- 3) ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้และจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง
- 4) ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนทั้งในด้านการสร้างองค์ความรู้ การสร้าง ปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ร่วมมือกันมากกว่าการแข่งขัน
- 5) ผู้เรียนเรียนรู้ความรับผิดชอบร่วมกัน การมีวินัยในการทำงาน และการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ
- 6) เป็นกระบวนการสร้างสถานการณ์ให้ผู้เรียนอ่าน พูด ฟัง คิดอย่างลุ่มลึก ผู้เรียน จะเป็นผู้จัดระบบ การเรียนรู้ด้วยตนเอง
- 7) เป็นกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นทักษะการคิดขั้นสูง
- 8) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนบูรณาการข้อมูลข่าวสาร หรือสารสนเทศ และ หลักการความคิดรวบยอด
- 9) ผู้สอนจะเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ ปฏิบัติด้วยตนเอง
- 10) ความรู้เกิดจากประสบการณ์ การสร้างองค์ความรู้ และการสรุปบทวนของ ผู้เรียน



บทบาทของอาจารย์ผู้สอนในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทางของ Active Learning ดังนี้ (ณัชชนัน แก้วชัยเจริญกิจ, 2550) จัดให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนการสอน กิจกรรมต้องสะท้อน ความต้องการในการพัฒนาผู้เรียนและเน้นการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงของผู้เรียน

1) สร้างบรรยากาศของการมีส่วนร่วม และการเจรจาโต้ตอบที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี กับผู้สอนและเพื่อนในชั้นเรียน

2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้เป็นพลวัต ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมรวมทั้ง กระตุ้นให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนรู้

3) จัดสภาพการเรียนรู้แบบร่วมมือ ส่งเสริมให้เกิดการร่วมมือในกลุ่มผู้เรียน

4) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ท้าทาย และให้โอกาสผู้เรียนได้รับวิธีการสอนที่หลากหลาย

5) วางแผนเกี่ยวกับเวลาในการจัดการเรียนการสอนอย่างชัดเจน ทั้งในส่วนของเนื้อหาและกิจกรรม

6) ครูผู้สอนต้องใจกว้าง ยอมรับในความสามารถในการแสดงออก และความคิดของผู้เรียน

การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน รวมทั้งสามารถใช้ได้กับนักเรียนทุกระดับ ทั้งการเรียนรู้เป็นรายบุคคล การเรียนรู้แบบกลุ่มเล็ก และการเรียนรู้ แบบกลุ่มใหญ่ McKinney (2008) ได้เสนอตัวอย่างรูปแบบหรือเทคนิค การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่จะช่วยให้ ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้แบบ Active Learning ได้ดี ได้แก่

1) การเรียนรู้แบบแลกเปลี่ยนความคิด (Think-Pair-Share) คือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้ ผู้เรียนคิดเกี่ยวกับประเด็นที่กำหนดแต่ละคน ประมาณ 2-3 นาที (Think) จากนั้นให้แลกเปลี่ยนความคิดกับ เพื่อนอีกคน 3-5 นาที (Pair) และนำเสนอความคิดเห็นต่อผู้เรียนทั้งหมด (Share)

2) การเรียนรู้แบบร่วมมือ (Collaborative learning group) คือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้ ผู้เรียนได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยจัดเป็นกลุ่มๆ ละ 3-6 คน

3) การเรียนรู้แบบทบทวนโดยผู้เรียน (Student-led review sessions) คือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทบทวนความรู้และพิจารณาข้อสงสัยต่าง ๆ ในการปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ โดยครูจะคอยช่วยเหลือกรณีที่มีปัญหา

4) การเรียนรู้แบบใช้เกม (Games) คือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้สอนนำเกมเข้าบูรณาการใน การเรียนการสอน ซึ่งใช้ได้ทั้งในชั้นการนำเข้าสู่บทเรียน การสอน การมอบหมายงาน และหรือขั้นการ ประเมินผล

5) การเรียนรู้แบบวิเคราะห์วิดีโอ (Analysis or reactions to videos) คือการจัดกิจกรรมการ เรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้ดูวิดีโอ 5-20 นาที แล้วให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็น หรือสะท้อนความคิดเกี่ยวกับสิ่งที่ได้ดู อาจโดยวิธีการพูดโต้ตอบกัน การเขียน หรือ การร่วมกันสรุปเป็นรายกลุ่ม

6) การเรียนรู้แบบโต้วาที (Student debates) คือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่จัดให้ผู้เรียนได้ นำเสนอข้อมูลที่ได้จากประสบการณ์และการเรียนรู้ เพื่อยืนยันแนวคิดของตนเองหรือกลุ่ม

7) การเรียนรู้แบบผู้เรียนสร้างแบบทดสอบ (Student generated exam questions) คือการ จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนสร้างแบบทดสอบจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มาแล้ว

8) การเรียนรู้แบบกระบวนการวิจัย (Mini-research proposals or project) คือการจัดกิจกรรม การเรียนรู้ที่อิงกระบวนการวิจัย โดยให้ผู้เรียนกำหนดหัวข้อที่ต้องการเรียนรู้ วางแผนการเรียน เรียนรู้ตามแผน สรุปความรู้หรือสร้างผลงาน และสะท้อนความคิดในสิ่งที่ได้เรียนรู้ หรืออาจเรียกว่าการสอนแบบโครงงาน (project-based learning) หรือ การสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (problem-based learning)

9) การเรียนรู้แบบกรณีศึกษา (Analyze case studies) คือการจัดกิจกรรมการ เรียนรู้ที่ให้ผู้เรียน ได้อ่านกรณีตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จากนั้นให้ผู้เรียนวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือแนวทาง แก้ปัญหภายในกลุ่ม แล้วนำเสนอความคิดเห็นต่อผู้เรียนทั้งหมด

10) การเรียนรู้แบบการเขียนบันทึก (Keeping journals or logs) คือการจัด กิจกรรมการเรียนรู้ที่ ผู้เรียนจดบันทึกเรื่องราวต่างๆ ที่ได้พบเห็น หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน รวมทั้งเสนอความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับบันทึกที่เขียน

11) การเรียนรู้แบบการเขียนจดหมายข่าว (Write and produce a newsletter) คือการจัด กิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนร่วมกันผลิตจดหมายข่าว อันประกอบด้วย บทความ ข้อมูล สารสนเทศ ข่าวสาร และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แล้วแจกจ่ายไปยังบุคคลอื่นๆ

12) การเรียนรู้แบบแผนผังความคิด (Concept mapping) คือการจัดกิจกรรมการ เรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนออกแบบแผนผังความคิด เพื่อนำเสนอความคิดรวบยอด และความเชื่อมโยงกันของกรอบความคิด โดย การใช้เส้นเป็นตัวเชื่อมโยง อาจจัดทำเป็นรายบุคคลหรืองานกลุ่ม แล้วนำเสนอผลงานต่อผู้เรียนอื่นๆ จากนั้น เปิดโอกาสให้ผู้เรียนคนอื่นได้ซักถามและแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

เอกสารประกอบการฝึกอบรม “คุณภาพผู้เรียน.....เกิดจากกระบวนการเรียนรู้”  
โดย ดร.สถาพร พฤษฒิกุล (3 ธันวาคม 2558) คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยา  
เขตสระแก้ว

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย“เรื่อง การพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ได้แก่ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นสูง(ปวส..) ชั้นปีที่ 1 กลุ่ม 2 สาขาวิชาการบัญชี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ของวิทยาลัยเทคนิคพบุรี จำนวน 28 คน

**กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นสูง(ปวส..) ชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ของวิทยาลัยเทคนิคพบุรี โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างเจาะจงเฉพาะสาขาวิชาการบัญชี กลุ่มที่ 2 จำนวน 28 คน

#### 3.2 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตลอดภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566

#### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- กิจกรรม Active Learning
- แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน

#### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

**3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล** ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน แล้วบันทึกผลคะแนนที่ได้จากการทำแบบทดสอบเป็นรายบุคคลลงในตารางข้อมูล
- 2) จัดการเรียนการสอนตามแผนการเรียนรู้ โดยการบรรยายประกอบสื่อ power point
- 3) จัดกิจกรรม Active Learning ให้คะแนนกิจกรรมจากผลการทำกิจกรรม
- 4) ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน แล้วบันทึกผลคะแนนที่ได้รายบุคคลลงในตารางข้อมูล
- 5) ทำการเปรียบเทียบผลต่างคะแนน ก่อนเรียน – หลังเรียน โดยคำนวณเป็นร้อยละ
- 6) ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผล

#### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

**3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล** ผู้วิจัยดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) บันทึกคะแนนแบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียนรายบุคคลลงในตารางเปรียบเทียบเพื่อ  
ดูพัฒนาการของคะแนนรายบุคคล ในรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2) รวบรวมคะแนนหาผลต่างระหว่างแบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน หาค่าเฉลี่ยร้อยละ
- 3) สรุปผลข้อมูล วิเคราะห์และแปลผล นำเสนอในเป็นข้อมูลสถิติ

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.6.1 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{สูตร } (\bar{x}) = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ ( $\bar{x}$ ) แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง

#### เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล

- |   |                        |
|---|------------------------|
| 4 | หมายถึง ระดับ ดีมาก    |
| 3 | หมายถึง ระดับ ดี       |
| 2 | หมายถึง ระดับ พอใช้    |
| 1 | หมายถึง ระดับ ปรับปรุง |

#### การแปลความหมาย

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| 3.5 – 4.00   | หมายถึง ดีมาก    |
| 2.50 – 3.49  | หมายถึง ดี       |
| 1.40 – 2.49  | หมายถึง พอใช้    |
| ต่ำกว่า 1.50 | หมายถึง ปรับปรุง |

#### 3.6.2 ค่าร้อยละ (%) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{สูตร } P = \frac{F \times 100}{N}$$

เมื่อ P = ร้อยละ

F = ค่าความถี่ที่ต้องการแปลค่าให้เป็นร้อยละ

n = จำนวนความถี่ทั้งหมด

### เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล

80 – 100	หมายถึง ระดับ ดีเยี่ยม
75 – 79	หมายถึง ระดับ ดีมาก
70 – 74	หมายถึง ระดับ ดี
65 – 69	หมายถึง ระดับ ดีพอใช้
60 – 64	หมายถึง ระดับ พอใช้
55 – 59	หมายถึง ระดับ อ่อน
50 – 54	หมายถึง ระดับ อ่อนมาก
0 - 49	หมายถึง ระดับ ตก

### การแปลความหมาย

80 – 100	หมายถึง ระดับ ดีเยี่ยม
75 – 79	หมายถึง ระดับ ดีมาก
70 – 74	หมายถึง ระดับ ดี
65 – 69	หมายถึง ระดับ ดีพอใช้
60 – 64	หมายถึง ระดับ พอใช้
ต่ำกว่า 60	หมายถึง ระดับ ปรับปรุง

### 3.6.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สูตรดังนี้

สูตร	$S.D = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$
เมื่อ	S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x$ = ผลรวมของคะแนนดิบของผู้เรียน
	$\sum x^2$ = ผลรวมของคะแนนดิบของผู้เรียนแต่ละคน ยกกำลังสองทีละตัว
	N = จำนวนผู้เรียน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอข้อมูลในการใช้กิจกรรม Active Learning เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) 1 สาขาวิชาการบัญชี กลุ่ม 2 วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จำนวน 28 คน โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับแบบทดสอบ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ด้วยการหาค่า IOC

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาระหว่างคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังเรียน

ตอนที่ 3 ผลการดำเนินกิจกรรม Active Learning

ตอนที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับแบบทดสอบ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ด้วยการหาค่า IOC

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบทดสอบ

หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ดังตาราง

จุดประสงค์ ที่	แบบทดสอบ ข้อที่	ระดับความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ผลการพิจารณา		สรุปผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	$\sum R$	IOC	
3.1.1	1	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.1	2	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.2	3	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.3	4	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.4	5	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.4	6	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.5	7	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.6	8	+1	+1	0	2.00	0.67	ใช้ได้
3.1.6	9	+1	0	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
3.1.6	10	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
รวม						<b>9.33</b>	
เฉลี่ย ( $\bar{X}$ )						<b>0.93</b>	

จากตารางที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่าค่าความสอดคล้อง  $IOC = 0.93$  ซึ่ง อยู่ระหว่าง  $0.5 - 1$  แบบทดสอบข้างต้นสามารถนำไปใช้ในการวัดผลและประเมินผล รายวิชา หลักเศรษฐศาสตร์ 30200 -1001 ได้เหมาะสมกับจุดประสงค์การเรียนรู้

## ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาระหว่างคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังเรียน

### ตารางที่ 4.2 แสดงผลการพัฒนาในการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

#### หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ดังตาราง

ลำดับ ที่	รหัสประจำตัว	ชื่อ-สกุล	ผลการทดสอบ (N= 31)				ความก้าวหน้า : การพัฒนา			ค่า ระดับ
			ก่อนเรียน		หลังเรียน		การ พัฒนา	ค่า เฉลี่ย	ร้อยละ	
			( X )	( X <sup>2</sup> )	( X )	( X <sup>2</sup> )	(+,- )	( $\bar{X}$ )	%	
1	66302010034	นางสาวแก้วกัลยา	7	49	9	81	2	8.00	80	7
2	66302010035	นางสาวจันทกานต์	6	36	10	100	4	8.00	80	6
3	66302010037	นางสาวณัฐธนิษา	6	36	8	64	2	7.00	70	6
4	66302010038	นางสาวณิชากัทร	4	16	10	100	6	7.00	70	4
5	66302010039	นางสาวนฤมล	5	25	9	81	4	7.00	70	5
6	66302010040	นางสาวบุญยานุช	5	25	10	100	5	7.50	75	5
7	66302010041	นายปรินทร์ภัทร	5	25	9	81	4	7.00	70	5
8	66302010042	นางสาวปิยะธิดา	6	36	10	100	4	8.00	80	6
9	66302010043	นางสาวปิยะนุช	5	25	9	81	4	7.00	70	5
10	66302010044	นางสาวพรหมพร	4	16	10	100	6	7.00	70	4
11	66302010045	นางสาวพัชรธิดา	4	16	10	100	6	7.00	70	4
12	66302010046	นางสาวไพลิน	4	16	10	100	6	7.00	70	4
13	66302010047	นางสาวยุพเรศ	5	25	10	100	5	7.50	75	5
14	66302010048	นางสาวรชฎิยาภรณ์	7	49	10	100	3	8.50	85	7
15	66302010049	นางสาวรวิรัตน์	5	25	9	81	4	7.00	70	5
16	66302010050	นางสาววิสรดา	4	16	10	100	6	7.00	70	4
17	66302010051	นางสาวลัดดาวรรณ	5	25	9	81	4	7.00	70	5
18	66302010052	นางสาววิศรา	6	36	9	81	3	7.50	75	6
19	66302010053	นางสาวศรีสมบัติ	6	36	10	100	4	8.00	80	6
20	66302010054	นางสาวศลิษา	4	16	10	100	6	7.00	70	4



ตารางที่ 4.2 แสดงผลการพัฒนาในการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน  
หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

ลำดับ ที่	รหัสประจำตัว	ชื่อ - สกุล	ผลการทดสอบ (N=30)				ความก้าวหน้า : การพัฒนา			ค่า ระดับ
			ก่อนเรียน		หลังเรียน		การ พัฒนา (+, )	ค่า เฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ร้อยละ (%)	
			(X)	(X <sup>2</sup> )	(X)	(X <sup>2</sup> )				
21	66302010055	นางสาวศิริรัตน์	4	16	10	100	6	7.00	70	4
22	66302010056	นางสาวศิริลักษณ์	6	36	10	100	4	8.00	80	6
23	66302010058	นางสาวสาริศา	5	25	10	100	5	7.50	75	5
24	66302010059	นางสาวอทิทยา	4	16	10	100	6	7.00	70	4
25	66302010060	นางสาวอภิญญา	5	25	9	81	4	7.00	70	5
26	66302010061	นางสาวอรปรียา	5	25	10	100	5	7.50	75	5
27	66302010062	นางสาวอาทิทยา	7	49	10	100	3	8.50	85	7
28	66302010063	นางสาวเอื้อการย์	6	36	10	100	4	8.00	80	6
รวม ( $\Sigma X$ )			145	777	270	2612	125	208	2075	
เฉลี่ย ( $\bar{X}$ )			5.18		9.64		4.46	7.41	74.11	ดี
S.D.			0.98		0.56		1.23			

จากตารางพบว่า หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ผลการทดสอบก่อนเรียนโดยรวมคะแนนเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 5.18 หรือ ร้อยละ 51.80 ผลการทดสอบหลังเรียนโดยรวมคะแนนเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 9.64 หรือ ร้อยละ 96.40 ค่าการพัฒนาโดยรวมคะแนนเฉลี่ยสูงขึ้น = 4.46 อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 7.41 หรือ ร้อยละ 74.11 เมื่อพิจารณารายบุคคล พบว่าผู้เรียนมีคะแนนพัฒนาดีขึ้นในระดับต่าง ๆ ดังนี้

- |                                  |                 |          |             |
|----------------------------------|-----------------|----------|-------------|
| 1. ระดับคะแนนความก้าวหน้าสูงขึ้น | ร้อยละ 80 – 100 | ดีเยี่ยม | จำนวน 8 คน  |
| 2. ระดับคะแนนความก้าวหน้าสูงขึ้น | ร้อยละ 75 – 79  | ดีมาก    | จำนวน 5 คน  |
| 3. ระดับคะแนนความก้าวหน้าสูงขึ้น | ร้อยละ 70 – 74  | ดี       | จำนวน 15 คน |
| 4. ระดับคะแนนความก้าวหน้าสูงขึ้น | ร้อยละ 60 – 69  | พอใช้    | จำนวน - คน  |
| 5. ระดับคะแนนความก้าวหน้าสูงขึ้น | ร้อยละ 0 – 59   | ปรับปรุง | จำนวน - คน  |

รวมทั้งสิ้นจำนวน 28 คน

ตอนที่ 3 ผลการดำเนินงานกิจกรรม Active Learning

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการดำเนินงานกิจกรรม Active Learning

หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ดังตาราง

กลุ่มที่	กิจกรรม Active Learning														
	ชื่อทีม	หลักเกณฑ์การให้คะแนน ข้อละ 1 คะแนน												รวมคะแนน 10 คะแนน	ร้อยละ
		เส้นความพอใจเท่ากัน	เส้นงบประมาณ	บัตรคำที่ 1	บัตรคำที่ 2	บัตรคำที่ 3	บัตรคำที่ 4	บัตรคำที่ 5	บัตรคำที่ 6	บัตรคำที่ 7	บัตรคำที่ 8	บัตรคำที่ 9	บัตรคำที่ 10		
1	ทีม A	5	4	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	90.00
2	ทีม B	3	4	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	7	70.00
3	ทีม c	5	3	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	8	80.00
4	ทีม D	4	5	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	9	90.00
รวม ( $\sum X$ )													33	330	
เฉลี่ย ( $\bar{X}$ )													8.25	82.50	
S.D.													0.96	ดีเยี่ยม	

จากตารางที่ ภาพรวมของการพัฒนาผู้เรียนโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ตามสภาพจริงของผู้เรียนจำนวน 28 คน โดยแบ่งผู้เรียนออกเป็นกลุ่ม ๆ กลุ่มละ 5-7 คน จำนวน 4 กลุ่ม เพื่อดำเนินกิจกรรม เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning พบว่า ผู้เรียนทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติกิจกรรมได้ผลคะแนนผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 8.25 หรือคิดเป็นร้อยละ 82.50

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องนี้ การพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้กิจกรรม Active Learning ของนักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) 1 กลุ่ม 2 สาขาวิชาการบัญชี ของวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ขอเสนอสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน (Pre-test , Post-test) ปรากฏว่า ผลการสอบหลังเรียน (หลังการดำเนินการกิจกรรม Active Learning) ได้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียน (ก่อนการดำเนินการกิจกรรม Active Learning ) โดยมีการพัฒนาขึ้นในระดับ ดี

5.1.2 ผลการใช้กิจกรรม Active Learning เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ของผู้เรียน ปรากฏว่า ผลการจัดกิจกรรม ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด โดยได้รับผลคะแนนเฉลี่ยในระดับ ดีเยี่ยม

#### 5.2 อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญและผลการประเมินมาอภิปรายดังนี้

5.2.1 ผลการทดสอบหลังเรียน (Pre-test) สูงกว่าผลการทดสอบก่อนเรียน (Post-test) โดยมีผลการพัฒนาสูงขึ้นอยู่ในระดับดี ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ก่อนการสอบก่อนเรียน(Post-test) ผู้เรียนยังไม่ได้เรียนรู้เรื่องที่จะทดสอบมาก่อน การสอบก่อนเรียนจึงได้คะแนนน้อย แต่หลังจากนั้น มีการเรียน การสอนโดยใช้กิจกรรม Active Learning ทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในเนื้อหาบทเรียนมากขึ้น การสอบหลังเรียนจึงสูงกว่าก่อนเรียน

5.2.2 ผลการใช้กิจกรรม Active Learning เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ของผู้เรียน พบว่าผู้เรียนมีความเข้าใจในเนื้อหาบทเรียนมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้เรียนได้ทำกิจกรรม Active Learning โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่ม ทำให้เข้าใจเนื้อหาบทเรียนมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดี และเห็นคุณค่าของการเรียนวิชาหลักเศรษฐศาสตร์

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) ก่อนการนำแบบทดสอบมาใช้ในการวัดผลก่อนเรียน -หลังเรียน จะต้องมีการประเมินผลความเหมาะสมของเครื่องมือที่จะใช้ในการทดสอบเสียก่อน
- 2) ครูผู้สอนสามารถนำกิจกรรม Active Learning ไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนในหน่วยการเรียนรู้อื่น ๆ ได้
- 3) แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลสามารถปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยได้

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 1) ควรนำรูปแบบทฤษฎีการเรียนรู้ตามสภาพกิจกรรม Active Learning ไปพัฒนาเรียนการสอนในเนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ต่อไป
- 2) ควรนำรูปแบบ กิจกรรม Active Learning ในรายวิชาอื่น ๆ ต่อไป

## บรรณานุกรม

วันดี แซ่ย่อง และ เสรี นันทา,หนังสือเรียน รายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ รหัสวิชา 30200 -1001,  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอมพันธ์, 2563.

สุริยะ เจียมประชาชนรากร, หนังสือเรียน รายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ รหัสวิชา 3200 -1001,  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2557.

ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2552). 80 นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ.  
กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเตอร์ คอร์ปอเรชั่น.

ภาวิณี เสาะสืบ. [http://www.bcnsurin.ac.th/.../1315292551\\_](http://www.bcnsurin.ac.th/.../1315292551_).

[ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2561.

ดร.สถาพร พงษ์พิบูล (3 ธันวาคม 2558) เอกสารประกอบการฝึกอบรม “คุณภาพผู้เรียนเกิดจากกระบวนการเรียนรู้”

คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว

ภาคผนวก ก  
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

### ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1

ชื่อ – สกุล	นางสรรทรวง วรรณศรี
สถานที่ทำงาน	วิทยาลัยเทคนิคพบุรี
ตำแหน่ง	ครูชำนาญการ
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท บธ.บ.

### ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2

ชื่อ – สกุล	นางเพลินพิศ แจ่มสว่าง
สถานที่ทำงาน	วิทยาลัยเทคนิคพบุรี
ตำแหน่ง	ครูชำนาญการพิเศษ
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท บธ.บ

### ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3

ชื่อ – สกุล	นางสลิล ดาวัน
สถานที่ทำงาน	วิทยาลัยเทคนิคพบุรี
ตำแหน่ง	ครูชำนาญการพิเศษ
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท บธ.บ.





ภาคผนวก ข  
แผนการจัดการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะที่ 4

หน่วยที่ 4

รหัส 30200-1001 หลักเศรษฐศาสตร์ (3-0-3)

สอนครั้งที่ 5 (13-15)

ชื่อหน่วย พฤติกรรมผู้บริโภค

ชั่วโมงรวม 15 ชม.

จำนวนชั่วโมง 3 ชม.

### 1. สาระสำคัญ

ผู้บริโภคเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการบริโภค โดยต้องมีหลักการในการเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดความพอใจหรือได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด ภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด เป็นการเข้าสู่ดุลยภาพของผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนแปลงไปได้เมื่อราคาสินค้าและบริการหรือรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป

### 2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 อธิบายความหมายและลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคได้
- 2.2 อธิบายทฤษฎีอรรถประโยชน์ได้
- 2.3 อธิบายทฤษฎีความพอใจเท่ากันได้
- 2.4 อธิบายเส้นงบประมาณและการเปลี่ยนแปลงของเส้นงบประมาณได้
- 2.5 อธิบายดุลยภาพของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงดุลยภาพได้

### 3. จุดประสงค์การเรียนรู้

#### 3.1 ด้านความรู้

- 3.1.1 อธิบายความหมายและลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคได้
- 3.1.2 อธิบายทฤษฎีอรรถประโยชน์ได้
- 3.1.3 อธิบายทฤษฎีความพอใจเท่ากันได้
- 3.1.4 อธิบายเส้นงบประมาณและการเปลี่ยนแปลงของเส้นงบประมาณได้
- 3.1.5 อธิบายดุลยภาพของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงดุลยภาพได้

#### 3.2 ด้านทักษะ

-

#### 3.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์

3.3.1 มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้สำเร็จการศึกษา  
สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ที่ครูสามารถสังเกตได้ขณะทำการสอนในเรื่อง



	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะที่ 4	หน่วยที่ 4
	รหัส 30200-1001 หลักเศรษฐศาสตร์ (3-0-3) ชื่อหน่วย พฤติกรรมผู้บริโภค	สอนครั้งที่ 5 (13-15) ชั่วโมงรวม 15 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 3 ชม.
<p>3.3.1.1 ความมีมนุษยสัมพันธ์</p> <p>3.3.1.2 ความมีวินัย</p> <p>3.3.1.3 ความรับผิดชอบ</p> <p>3.3.1.4 ความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>3.3.1.5 ความเชื่อมั่นในตนเอง</p> <p>3.3.1.6 การประหยัด</p> <p>3.3.1.7 ความสนใจใฝ่รู้</p> <p>3.3.1.8 การละเว้นสิ่งเสพติดและการพนัน</p> <p>3.3.1.9 ความรักสามัคคี</p> <p>3.3.1.10 ความกตัญญูกตเวทีย</p> <p><b>4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้</b></p> <p>4.1 ความหมายและลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค</p> <p>4.2 ทฤษฎีอรรถประโยชน์</p> <p>4.3 ทฤษฎีความพอใจเท่ากัน</p> <p>4.4 เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา</p> <p>4.5 ดุลยภาพของผู้บริโภค</p> <p><b>5. กิจกรรมการจัดการเรียนรู้</b></p> <p><b>5.1 การนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>5.1.1 ครูใช้เทคนิคการสอนแบบซิปปาโมเดล (CIPPA MODEL) โดยการทบทวนความรู้เดิมจากสัปดาห์ที่ผ่านมา โดยดึงความรู้เดิมของผู้เรียนในเรื่องที่จะเรียน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนมีความพร้อมในการเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิมของตน ผู้สอนใช้การสนทนาซักถามให้ผู้เรียนเล่าประสบการณ์เดิม</p>		



แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะที่ 4

หน่วยที่ 4

รหัส 30200-1001 หลักเศรษฐศาสตร์ (3-0-3)

สอนครั้งที่ 5 (13-15)

ชื่อหน่วย พฤติกรรมผู้บริโภค

ชั่วโมงรวม 15 ชม.

จำนวนชั่วโมง 3 ชม.

5.1.2 ครูสนทนากับผู้เรียนเกี่ยวกับการศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค ทฤษฎีที่นิยมนำมาศึกษามีสองทฤษฎี คือ ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (utility theory) และทฤษฎีความพอใจเท่ากัน (indifference preference theory) เป็นการวิเคราะห์ด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน (indifference curve analysis) ทฤษฎีอรรถประโยชน์เป็นการวิเคราะห์ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ความพอใจของผู้บริโภคสามารถวัดเป็นหน่วยได้ ส่วนทฤษฎีความพอใจเท่ากันสามารถจัดอันดับความพอใจได้ แต่ไม่จำเป็นต้องวัดออกมาเป็นหน่วย

5.2 การเรียนรู้

5.2.1 ครูบรรยายเนื้อหา เรื่อง ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบสื่อการสอน power point พร้อมยกตัวอย่างประกอบคำบรรยาย

5.2.2.ครูแบบบรรยาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำทักษะการเรียนรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเรื่องความหมายและลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค

5.2.3.ครูและผู้เรียนใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบอภิปราย คือกระบวนการที่ผู้สอนมุ่งให้ผู้เรียนมีโอกาสสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือระดมความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งทฤษฎีอรรถประโยชน์ และทฤษฎีความพอใจเท่ากัน

5.2.4 ครูใช้เทคนิครูปแบบการเรียนแบบ Demonstration Method การจัดการเรียนรู้แบบสาธิต เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา โดยเส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (budget line or price line) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงส่วนผสมของสินค้า 2 ชนิดในจำนวนต่างๆ ซึ่งสามารถซื้อได้ด้วยเงินจำนวนหนึ่งที่เท่ากัน ไม่ว่าผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าทั้งสองชนิด ณ ส่วนผสมใดๆ บนเส้นงบประมาณเดียวกัน ผู้บริโภคจะจ่ายเงินให้จำนวนที่เท่ากันตลอดทั้งเส้นพิจารณา ณ ราคาตลาดในขณะนั้น เส้นงบประมาณจะมีลักษณะเป็นเส้นตรง มีความชันเป็นลบเสมอ

5.2.5 ครูอธิบายถึงคุณภาพของผู้บริโภค

5.2.6 ครูและผู้เรียนร่วมกันอภิปราย ถึงความแตกต่างระหว่างทฤษฎีอรรถประโยชน์ ทฤษฎีความพอใจเท่ากัน และเส้นงบประมาณ มีความเหมือนและแตกต่างกันอย่างไร

5.2.7 ครูผู้สอนให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มๆ ละ 5 - 7 คน เพื่อดำเนินกิจกรรม Active learning ชักซ้อมและปรึกษาหารือทำความเข้าใจกันในกลุ่มเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม

5.2.6 ครูผู้สอนแจกอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรมให้แต่ละกลุ่ม

5.2.7 ครูผู้สอนอธิบายวิธีการดำเนินกิจกรรม กติกาการให้คะแนน และเกณฑ์การตัดสินให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มเข้าใจ

5.2.8 ครูผู้สอนดำเนินกิจกรรม Active Learning สรุปผลการดำเนินกิจกรรม และมอบรางวัล



	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะที่ 4	หน่วยที่ 4
	รหัส 30200-1001 หลักเศรษฐศาสตร์ (3-0-3) ชื่อหน่วย พฤติกรรมผู้บริโภค	สอนครั้งที่ 5 (13-15) ชั่วโมงรวม 15 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 3 ชม.
<p>5.2.9 ครูผู้สอน และนักเรียน ร่วมกันสรุปสิ่งที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม Active Learning</p> <p>5.2.10 ครูเสนอแนะเพิ่มเติม</p> <p>5.2.11 ครูผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนซักถามเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียน</p> <p><b>5.3 การสรุป</b></p> <p>5.3.1 ผู้สอนและผู้เรียนช่วยการสรุป โดยให้สุ่มผู้เรียน 1-2 คน ตอบคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาการเรียนการสอน และการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน</p> <p>5.3.2 ครูให้ผู้เรียนท่องจำศัพท์ที่นำรู้</p> <p>5.3.3 ผู้เรียนทำกิจกรรมใบงาน แบบประเมินผล และประเมินผู้เรียน</p> <p><b>5.4 การวัดและประเมินผล</b></p> <p><b>5.4.1 วิธีวัดผล</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. ทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน</li><li>2. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล</li><li>3. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม</li><li>4. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม</li><li>5. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์</li></ol> <p><b>5.4.2 เครื่องมือวัดผล</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. แบบประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน</li><li>2. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล</li><li>3. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม</li><li>4. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน</li></ol> <p>ร่วมกันประเมิน</p>		



	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะที่ 4	หน่วยที่
	รหัส 30200-1001 หลักสูตรอุตสาหกรรม (3-0-3) ชื่อหน่วย พุทธิกรรมผู้บริโภคร	สอนครั้งที่ 5 (13-15) ชั่วโมงรวม 15 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 3 ชม.
<p><b>5.4.3 เกณฑ์การประเมินผล</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. เกณฑ์ผ่านการประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)</li><li>2. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีช่องปรับปรุง</li><li>3. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)</li><li>4. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)</li><li>5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับ การประเมินตามสภาพจริง</li></ol> <p><b>6. สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้</b></p> <p><b>6.1 สื่อสิ่งพิมพ์</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>6.1.1 หนังสือเรียน หลักสูตรศาสตร์ ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์</li></ol> <p><b>6.2 สื่อโสตทัศน (ถ้ามี)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>6.2.1 สื่อ PowerPoint</li></ol> <p><b>6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี)</b></p> <p>-</p> <p><b>6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>6.4.1 กิจกรรมการเรียนการสอน</li></ol> <p><b>7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>7.1 ใบความรู้ เรื่อง ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค</li></ol> <p><b>8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>8.1 รายวิชาหลักการตลาด</li></ol>		



แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะที่ 4

หน่วยที่ 4

รหัส 30200-1001 หลักเศรษฐศาสตร์ (3-0-3)

สอนครั้งที่ 4 (10-12)

ชื่อหน่วย พฤติกรรมผู้บริโภค

ชั่วโมงรวม 3 ชม.

จำนวนชั่วโมง 3 ชม.

## 9. การวัดและประเมินผล

### 9.1 ก่อนเรียน

9.1.1 ทดสอบก่อนเรียน

### 9.2 ขณะเรียน

9.2.1 สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล

9.2.2 ประเมินพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม

9.2.3 สังเกตพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม

9.2.4 การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

### 9.3 หลังเรียน

9.3.1 ทดสอบหลังเรียน



แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะที่ 4

หน่วยที่ 4

รหัส 30200-1001 หลักเศรษฐศาสตร์ (3-0-3)

สอนครั้งที่ 4 (10-12)

ชื่อหน่วย พฤติกรรมผู้บริโภค

ชั่วโมงรวม 3 ชม.

จำนวนชั่วโมง 3 ชม.

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค  
แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน

## แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน

### หน่วยที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภค

รหัสวิชา 30200-100 1 รายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

---

#### 1. ข้อใดกล่าวถูกต้อง

- ก. ถ้าผู้บริโภค บริโภคสินค้าเพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับจากสินค้าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ
- ข. ถ้าผู้บริโภค บริโภคสินค้าเพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับจากสินค้าจะมีค่าเท่าเดิม
- ค. ถ้าผู้บริโภค บริโภคสินค้าลดลง อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับจากสินค้าจะมีค่าลดลง
- ง. ถ้าผู้บริโภค บริโภคสินค้าเพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับจากสินค้าจะมีค่าลดลง

#### 2. ข้อใดคือข้อสมมติของทฤษฎีอรรถประโยชน์

- ก. ความพอใจของผู้บริโภคนับหน่วยไม่ได้
- ข. ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าและบริการแบ่งเป็นหน่วยย่อยๆ ได้
- ค. อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อบริโภคมากขึ้น
- ง. ความพอใจในการบริโภคแต่ละชนิดเป็นอิสระต่อกัน

#### 3. กฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายเป็นความสัมพันธ์ในข้อใด

- ก. ปริมาณสินค้ากับความพึงพอใจ
- ข. ราคาสินค้ากับความพึงพอใจ
- ค. ราคาสินค้ากับปริมาณเสนอขาย
- ง. ราคาสินค้ากับปริมาณซื้อสินค้า

#### 4. อรรถประโยชน์รวมมีค่าเท่ากับอรรถประโยชน์เพิ่มในกรณีใดอย่างไร

- ก. เมื่อ MU มีค่าเป็นบวก
- ข. เมื่อ MU มีค่าเท่ากับศูนย์
- ค. เมื่อ MU มีค่ามากกว่าหนึ่ง
- ง. ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าหน่วยที่หนึ่ง

#### 5. ข้อใดไม่ใช่คุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน

- ก. เส้นความพอใจเท่ากันเป็นเส้นที่ทอดลงจากซ้ายไปขวา
- ข. เส้นความพอใจเท่ากันมีได้หลายเส้น
- ค. เส้นความพอใจเท่ากันมีลักษณะต่อเนื่อง
- ง. เส้นความพอใจเท่ากัน ตัดกันได้

6. ถ้าราคาสินค้าและบริการ ชนิดใดชนิดหนึ่งหรือรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงจะส่งผลอย่างไรต่อดุลยภาพของผู้บริโภค

ก. ดุลยภาพของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไป

ข. ดุลยภาพของผู้บริโภคจะเท่าเดิม

ค. ไม่สามารถคิดคำนวณดุลยภาพของผู้บริโภคได้

ง. ไม่สามารถประเมินค่า ของดุลยภาพของผู้บริโภคได้

7. ขอใดคือเส้นความพอใจเท่ากัน

ก. เป็นเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งที่มีความพอใจเท่ากัน

ข. เป็นเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสินค้า 2 ชนิดที่มีความพอใจเท่ากัน

ค. เป็นเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งที่มีความพอใจสูงสุด

ง. เป็นเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการปัจจัยการผลิต 2 ชนิดที่มีความพอใจเท่ากัน

8. เสนงบประมาณเปลี่ยนแปลงไปทางขวาขนานกับเส้นเดิม เกิดจากสาเหตุใด

ก. ความพอใจในการบริโภคเพิ่มขึ้น

ข. งบประมาณของผู้ผลิตลดลง

ค. งบประมาณของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

ง. ต้นทุนปัจจัยการผลิตเปลี่ยนแปลง

9. เสนงบประมาณเปลี่ยนแปลงไปทางซ้ายของเส้นงบประมาณกับเส้นเดิม เกิดจากสาเหตุใด

ก. ความพอใจในการบริโภคลดลง

ข. งบประมาณของผู้ผลิตลดลง

ค. รายได้ของผู้บริโภคลดลง

ง. ถูกทุกข้อ

10. เสนงบประมาณมีลักษณะอย่างไร

ก. เส้นตรง

ข. เส้นตั้งฉากกับแกนนอน

ค. เส้นตั้งฉากกับแกนตั้ง

ง. เส้นโค้งเว้าเขาหาจุดกำเนิด

-----

**ภาคผนวก ง**

การหาค่า IOC ของแบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน

ตารางผลการประเมินประสิทธิภาพด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับแบบทดสอบ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ด้วยการหาค่า IOC

ตารางที่ 1.1 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบทดสอบ

หน่วยที่ 4 เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค ดังตาราง

จุดประสงค์ ที่	แบบทดสอบ ข้อที่	ระดับความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ผลการพิจารณา		สรุปผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	$\sum R$	IOC	
3.1.1	1	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.1	2	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.2	3	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.3	4	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.4	5	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.4	6	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.5	7	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3.1.6	8	+1	+1	0	2.00	0.67	ใช้ได้
3.1.6	9	+1	0	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
3.1.6	10	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
รวม						<b>9.33</b>	
เฉลี่ย ( $\bar{X}$ )						<b>0.93</b>	

จากตารางที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่าค่าความสอดคล้อง IOC= 0.93 ซึ่ง อยู่ระหว่าง 0.5 - 1 แบบทดสอบข้างต้นสามารถนำไปใช้ในการวัดผลและประเมินผล รายวิชา หลักเศรษฐศาสตร์ 30200 -1001 ได้เหมาะสมกับจุดประสงค์การเรียนรู้

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวสุวัฒนา ธรรมกรณ์
วัน/เดือน/ปีเกิด	11 สิงหาคม 2519
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 129 หมู่ที่ 9 ต.หัวไผ่ อ.เมืองสิงห์บุรี จ.สิงห์บุรี 16000
สถานที่ทำงาน	วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี เลขที่ 323 ถนนนารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบศร อ.เมืองลพบุรี จ.ลพบุรี 15000
ประวัติการศึกษา	- ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์บัณฑิต (ศ.บ.) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช