

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดทฤษฎีการบริโภค

2.1.2 แนวคิดเรื่องต้นทุนการผลิต

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

D
P
U

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดทฤษฎีการบริโภค

1. สมมติฐานรายได้สมบูรณ์ (The Absolute Income Hypothesis)

การใช้จ่ายในการบริโภค (Consumption expenditure : C) หมายถึงค่าใช้จ่ายที่ภาคครัวเรือนใช้จ่ายออกไปเพื่อซื้อสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายทั้งหมด ทั้งสินค้าและบริการที่คงทนถาวรและไม่คงทนถาวร ในส่วนของสินค้า ได้แก่ อาหาร หนังสือพิมพ์ เครื่องปรับอากาศ และในส่วนของบริการ ได้แก่ ค่าตัดผม ค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น

ปัจจัยที่กำหนดปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

พฤติกรรมกรใช้จ่ายในการบริโภคของบุคคลโดยทั่วๆ ไปจะถูกกำหนดด้วยปัจจัยต่างๆ มากมาย ได้แก่

1. รายได้สุทธิในปัจจุบันของครัวเรือน โดยเมื่อครัวเรือนมีรายได้สุทธิสูงขึ้นหรือมีความ มั่งคั่งในรูปของทรัพย์สิน (wealth) เพิ่มขึ้น ก็จะมีโอกาสที่จะนำเอารายได้เหล่านั้นไปใช้จ่ายเพื่อการบริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิม และในทางกลับกัน เมื่อครัวเรือนมีรายได้สุทธิลดลงก็จะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคลดลง

2. อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด กรณีเมื่ออัตราดอกเบี้ยในท้องตลาดลดต่ำลง (ต้นทุนในการผลิต และต้นทุนในการกู้ยืมจะลดต่ำลง) ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ ที่จะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีต้นทุนในการกู้ยืมลดลงก็จะทำให้ตัดสินใจในการบริโภคได้ง่ายขึ้น

3. ราคาสินค้า โดยเมื่อราคาสินค้าลดลง (เงินเฟ้อ) ก็จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น นั่นคือ การใช้จ่ายในการบริโภคก็จะเพิ่มขึ้น และในทางกลับกันเมื่อระดับราคาสินค้าแพงขึ้นก็จะทำให้ผู้บริโภคซื้อน้อยลง หรือใช้จ่ายเพื่อการบริโภคลดลง

4. การคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต เช่น คาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตจะขยายตัว รายได้ในอนาคตสูงขึ้น ดังนั้น ความต้องการซื้อของผู้บริโภคสำหรับสินค้าบางชนิดจะเพิ่มขึ้น เช่น รถยนต์ ที่อยู่อาศัย เพราะผู้บริโภคใช้จ่ายจากเงินในอนาคต และในทางกลับกัน ถ้าคาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจจะชะลอตัว หรือเกิดปัญหาเศรษฐกิจในด้านอื่นๆ ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคต้องชะลอการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคลงด้วยเช่นกัน

แนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ทฤษฎีการบริโภค (Consumption Theory) ตามแนวคิดของ จอห์น เมย์นาร์ด เคนส์ จากการศึกษาของเคนส์ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของระดับรายได้สุทธิในปัจจุบันของผู้บริโภคมากที่สุด และความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเคนส์ให้ข้อสรุปของแนวคิดโดยรวมว่าค่า MPC มีค่าคงที่อยู่ระหว่าง 0 กับ 1 และ APC มีค่ามากกว่า MPC ในทุกระดับรายได้

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคในที่นี้ จะพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคตามแนวคิดของ เคนส์ในระยะสั้นเป็นหลัก โดยการศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายในการบริโภคดังกล่าวสามารถแสดงได้ในรูปของฟังก์ชันและจะเรียกว่า ฟังก์ชันการบริโภค (Consumption Function)

สามารถเขียนแสดง Consumption Function ตามแนวคิดของเคนส์ได้ ดังนี้

$$C = f(Y_d, r, P, E, \dots)$$

โดยที่ C = การใช้จ่ายในการบริโภค

Y_d = รายได้สุทธิในปัจจุบัน (รายได้ - ภาษี)

r = อัตราดอกเบี้ย

P = ระดับราคาสินค้า

E = การคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจ

ซึ่งแนวคิดในเรื่องทฤษฎีการบริโภคของเคนส์ นี้เป็นโมเดลสำคัญที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภค เคย์ สปา สำหรับงานวิจัยนี้

2. สมมติฐานรายได้โดยเปรียบเทียบ (The Relative Income Hypothesis)

สมมติฐานรายได้โดยเปรียบเทียบนี้ เป็นแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ คือ J.S. Duesenberry โดยเขาจะให้ความสำคัญกับสถานะแวดล้อมทางสังคม ในเขตพื้นที่ที่เป็นที่อยู่ของผู้บริโภค มากกว่ารายได้ในแต่ละช่วงเวลา โดย Dnesenberry แสดงให้เห็นว่า ค่า APC ของครัวเรือน จะขึ้นอยู่กับชั้นของการกระจายรายได้ โดยเมื่อใดก็ตามที่ชั้นของรายได้ของภาคครัวเรือนสูงขึ้น ค่า APC ก็จะลดน้อยลง แต่ถ้าผู้บริโภคยังคงอยู่ในชั้นของรายได้เท่าเดิม ไม่ว่าจะเวลาผ่านไปเท่าใด ค่า APC ก็จะไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือ APC จะคงที่ตลอด ไม่ว่าจะระดับรายได้สมมุติที่เขาได้รับนั้น จะเพิ่มมากขึ้นไปเท่าไรก็ตาม

จะเห็นว่า แนวคิดของ Duesenberry นั้น เป็นแนวคิดในด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภค เฉพาะตัวบุคคลเท่านั้น (จากการอธิบายในตอนต้น) แต่ถ้าจะนำแนวคิดนี้ไปอธิบายพฤติกรรมของสังคมโดยรวม จะได้ว่า การที่ผู้บริโภคมีรายได้ลดลง จะส่งผลให้การใช้จ่ายในการบริโภคลดต่ำลง แต่ละลดลง ในอัตราส่วนที่น้อยกว่าการลดลงของระดับรายได้ ดังนั้น ค่า APC จึงเพิ่มสูงขึ้น โดย J.S Duesenberry มีข้อสมมติฐานว่า ผู้บริโภคแต่ละรายนั้นจะยึดการใช้จ่ายในการบริโภคของตนเองไว้กับระดับรายได้เดิมที่สูงที่สุด เท่าที่เคยได้รับ ดังนั้น เมื่อรายได้ปัจจุบันลดลงต่ำกว่ารายได้สูงสุดที่ตนเองเคยได้รับ ผู้บริโภคก็จะไม่ยอมลดระดับการบริโภคในปัจจุบันลง เพราะเคยชินกับมาตรฐานการดำรงชีวิตเดิม เพื่อเป็นการรักษาระยะชนในการรักษาระดับการครองชีพ ไม่ให้ตกต่ำลงไปกว่าเดิมมากนัก ดังนั้นผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องนำเงินออมมาใช้มากขึ้น

สามารถเขียน เป็นฟังก์ชันการบริโภค ได้ดังนี้

$$\frac{C}{Y} = a + b \left(\frac{Y}{Y_0} \right); 1 < b < 0$$

โดยกำหนดให้ Y^0 = รายได้สูงสุดเท่าที่ผู้บริโภคเคยได้รับ
 Y = รายได้ที่ได้รับในปัจจุบัน

ในระยะยาว เมื่อเศรษฐกิจเติบโตเป็นปกติ รายได้จึงจะเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งรายได้สูงสุดเท่าที่เคยได้รับ ก็จะเป็นรายได้ในปัจจุบัน นั่นคือค่า Y ที่ได้รับในแต่ละปีนั้น ก็คือ Y^0 ที่เกิดขึ้นใหม่ ดังนั้น ค่า APC จึงคงที่ในระยะยาว

3. สมมติฐานรายได้ถาวร (The Permanent Income Hypothesis)

สมมติฐานรายได้ถาวร เป็นแนวคิดของ Milton Friedman โดย Friedman ได้เสนอแนวคิดว่าการใช้จ่ายในการบริโภคของผู้บริโภคนั้น จะขึ้นอยู่กับรายได้ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น และยังขึ้นอยู่กับรายได้ที่จะได้รับในอนาคตอีกด้วย ซึ่งรายได้ในอนาคต ได้แก่ การกู้ยืม ซึ่งผู้บริโภคจะต้องยอมจ่ายดอกเบี้ย ดังนั้นสิ่งที่บ่งชี้ข้อจำกัดของการบริโภคในปัจจุบันก็คือ ค่าปัจจุบันของรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต โดยถ้าค่าปัจจุบันของรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตสูงขึ้น การบริโภคของแต่ละบุคคลก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย

Milton Friedman เห็นว่า ควรจะมีการใช้รายได้ถาวร ซึ่งเป็นระดับรายได้เฉลี่ยที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับในระยะยาว เป็นตัวที่จะนำมาศึกษาเพื่อกำหนดระดับการใช้จ่ายในการบริโภค โดยสมมติให้ผู้บริโภคแต่ละคนแสวงหาอรรถประโยชน์สูงสุดภายใต้ขอบเขตของรายได้ตลอดชีวิต ซึ่งผู้บริโภคจะต้องพยายามหมุนเวียนรายได้ของตนเองให้มีความสม่ำเสมอ เพื่อจะก่อให้เกิดแบบอย่างการบริโภคที่สม่ำเสมอ

สามารถแสดงสมการเส้นตรง อย่างง่ายของการบริโภคได้ดังนี้

$$C = k_0 + k_1 Y_P + k_2 Y_T$$

โดยกำหนดให้ Y_P = รายได้ถาวร

Y_T = รายได้ชั่วคราว

4. ทฤษฎีการบริโภคองค์ประกอบของสินค้า

ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดของ K.J. Lancaster โดยเขามีความเห็นที่เห็นว่า อรรถประโยชน์หรือความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนของสินค้าเท่านั้น แต่จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหรือคุณลักษณะของสินค้า (Characteristics of Commodity) ที่ผู้บริโภคได้รับ เช่น ในการบริโภครถยนต์ ผู้บริโภคต้องการการขับขี่ที่สะดวกสบาย ห้องโดยสารมีความจุ และมีศูนย์ซ่อมบำรุงรักษา โดยทั่วไป หาะะไหล่เปลี่ยนได้ง่าย ประหยัดน้ำมัน เป็นต้น หรือในการบริโภคอาหารชนิดต่างๆ ผู้บริโภคต้องการคุณค่าอาหาร ต้องการพลังงาน ต้องการวิตามิน และสารอาหารอื่นๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เป็นต้น ดังนั้นผู้บริโภคจึงแสวงหาความพอใจสูงสุดจากองค์ประกอบหรือคุณลักษณะของสินค้า มากกว่าจำนวนของสินค้า และในการแสวงหาความพอใจสูงสุดนั้น ผู้บริโภคจะกระทำภายใต้งบประมาณจำกัดอยู่จำนวนหนึ่ง

ถ้าสมมติให้ผู้บริโภค บริโภคอาหาร 3 ชนิด คือ A B และ C และอาหารทั้ง 3 ชนิด ให้พลังงานความร้อน (a_1) วิตามิน (a_2) ที่แตกต่างกัน จะสามารถเขียนสมการคณิตศาสตร์ที่แสดงถึงการได้รับพลังงานความร้อน วิตามิน จากการบริโภคอาหารทั้ง 3 ชนิดได้ดังนี้

$$a_1 = a_x^1 \cdot X + a_y^1 \cdot Y + a_z^1 \cdot Z$$

$$a_2 = a_x^2 \cdot X + a_y^2 \cdot Y + a_z^2 \cdot Z$$

โดยที่

a_1 = ปริมาณพลังงานความร้อนทั้งหมดที่ได้รับ

a_2 = คือปริมาณวิตามินทั้งหมดที่ได้รับ

$a_x^1 a_y^1 a_z^1$ = ปริมาณพลังงานความร้อนที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า X Y และ Z อย่างละ 1 หน่วยตามลำดับ

$a_x^2 a_y^2 a_z^2$ = ปริมาณวิตามินที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า X Y และ Z อย่างละ 1 หน่วยตามลำดับ

2.1.2 แนวคิดในเรื่องต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิต นับเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะกำหนดว่าผู้ผลิตจะผลิตสินค้าออกสู่ตลาดได้มากน้อยเพียงใด

ต้นทุนการผลิต คือ ค่าตอบแทนที่เจ้าของปัจจัยการผลิตได้รับเนื่องจากการนำเอาปัจจัยการผลิตมาใช้ผลิตสินค้าและบริการ

ในทางเศรษฐศาสตร์ จะพิจารณาค่าจำกัดความของต้นทุนการผลิตแตกต่างไปจากคำจำกัดความในทางบัญชี และในทางการเงิน โดยต้นทุนในทางเศรษฐศาสตร์มีความหมายรวมทั้งต้นทุนที่มองเห็นว่าได้จ่ายจริง (Explicit Cost) และต้นทุนที่มองไม่เห็นว่าได้จ่ายจริง (Implicit Cost) เข้าไว้ด้วย โดยในทางบัญชีจะไม่ถือว่ารายการที่ไม่เห็นว่าได้จ่ายจริงเป็นต้นทุนการผลิต ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า

“ต้นทุนการผลิต” ในทางเศรษฐศาสตร์ คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการผลิตสินค้า รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่จะต้องประเมินขึ้นสำหรับบริการอื่นใดที่ผู้เป็นเจ้าของเสียสละให้แก่การผลิตสินค้านั้นต่อไป ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ต้นทุนในทางเศรษฐศาสตร์จะมีความหมายที่กว้างกว่าคำว่า ต้นทุนในทางบัญชี หรือในทางการเงินมาก

เนื่องจากในระยะสั้น ปัจจัยการผลิตบางอย่างแปรผัน (Variable) ปัจจัยการผลิตบางอย่างคงที่ (Fixed) ดังนั้นในส่วนของต้นทุน จึงสามารถที่จะแบ่งออกเป็น ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) และต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ได้เช่นกัน

- ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) คือ ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณของผลผลิต ซึ่งจะนับรวมการใช้จ่าย เพื่อซื้อวัสดุ เชื้อเพลิง ค่าแรง ค่าขนส่ง และอื่นๆ
- ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) คือ ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณของผลผลิต แม้ว่าจะมีได้มีผลผลิตเกิดขึ้นก็ตาม เช่น ดอกเบี้ย จากหนี้ของธุรกิจ ค่าเช่า เบี้ยประกัน ค่าเสื่อมราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร อาคาร

กล่าวโดยสรุปก็คือ ต้นทุนคงที่จะเป็นค่าใช้จ่ายในทุกๆ ปริมาณของผลผลิต รวมทั้งผลผลิตเท่ากับศูนย์ ด้วย และต้นทุนคงที่นี้จะไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในระยะสั้น

ต้นทุนในระยะสั้น สามารถอธิบายออกมาในรูปของสมการที่แสดงต้นทุนรวมทั้งหมด (Total Cost : TC) และต้นทุนรวมเฉลี่ย (Total Average Cost) ได้ดังต่อไปนี้

สมการแสดงต้นทุนรวม ก็คือ

$$\begin{array}{ccccccc} \text{TC} & = & \text{TFC} & + & \text{TVC} & & \\ \text{(ต้นทุนทั้งหมดรวม)} & & \text{(ต้นทุนคงที่รวม)} & & \text{(ต้นทุนแปรผันรวม)} & & \end{array}$$

การนำแนวคิดในเรื่องของต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ จะได้ว่า

$$\text{TC} = \text{TFC} + \text{TVC} + \text{ต้นทุนค่าเสียโอกาส}$$

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยมหิดล(2547) ตลาดสปา เป็นตลาดที่มีมูลค่าและแนวโน้มการเจริญเติบโตที่สูง ประมาณร้อยละ 80 ของตลาดรวมได้มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและทำธุรกิจ ขณะเดียวกันสปาที่เปิดให้บริการยังมีจำนวนไม่มากนักโดยเฉพาะสปาที่เปิดแบบสแตนอโลน บริษัท The Spa มองเห็นช่องทางและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ประเภทนี้จึงได้ให้การสนับสนุนข้อมูลในการศึกษาได้ข้อสรุปของผลการศึกษาคือ

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความใส่ใจดูแลสุขภาพอย่างหลากหลายรูปแบบ ธุรกิจสปาเป็นหนึ่งใน การดูแลสุขภาพที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ เนื่องจากการดูแลสุขภาพ และการผ่อนคลายด้วยวิธีธรรมชาติ ขณะเดียวกันภาครัฐก็ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ตลาดสปาโดยทั่วไปมีลักษณะกระจายตัว ส่วนใหญ่อยู่ในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว แต่ในปัจจุบันการเปิดสปาแบบสแตนอโลนมีมากขึ้น และการแข่งขันก็ยิ่งรุนแรงมากขึ้น

การดำเนินธุรกิจสปาในประเทศไทย ต้องอาศัยทำเลที่เดินทางสะดวก ต้องใช้เงินลงทุนสูง ต้องการพนักงานที่มีประสิทธิภาพในปริมาณมากๆ นอกจากนั้นความสามารถในการให้บริการของ สปา กับลูกค้า ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของการต้องจองเวลาล่วงหน้า เนื่องจากลูกค้าจะมาใช้บริการมากในช่วง บ่ายสามโมงถึงสองทุ่ม นอกจากนั้น ก็คือ จำนวนสปาที่เปิดให้บริการยังมีจำนวนไม่มาก ทำให้การตั้งราคาหรือการขึ้นราคาทำได้ง่าย และผู้บริโภคยินดีจ่าย อุตสาหกรรมสปาจะต้องมีจุดเด่นเป็นของตัวเองเพื่อสร้างให้เป็นจุดขายและข้อได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว

การวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขาย จะไม่มีเรื่องของการตัดราคา แต่จะเน้น ในเรื่องของการสร้างภาพพจน์ และการให้บริการเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มคุณค่า และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าเป้าหมายทุกคน

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการนวดแผนไทยในกระทรวงสาธารณสุข
พัลลภ วาณิช (2545)

การศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการนวดแผนไทยในกระทรวงสาธารณสุข โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มผู้เข้ามาใช้บริการภายในกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 390 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 30-39 ปี อาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมเลือกใช้บริการนวดทั้งตัวมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ คือ นวดเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มารับบริการ ในช่วง วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 9.00-12.00 น. โดยตนเองจะเป็นผู้พิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย

ในการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ กับ พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ส่วนบุคคล ระดับการศึกษา และสถานภาพการสมรส มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะระดับการศึกษา จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน เช่น การเลือกรูปแบบการให้บริการ วัตถุประสงค์ที่มารับบริการ การใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการเข้ารับบริการนวด และเวลาที่สะดวกในการเข้ารับบริการนวดแผนไทย

ส่วนในเรื่องของปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องของการรักษาโรค บรรเทาอาการปวดเมื่อย ผ่อนคลายความเครียด รองลงมา คือ สภาพแวดล้อม บรรยากาศ บุคลากร และสถานที่ให้บริการ ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
นุศรา อิ่มเอิบธรรม (2547)

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ จากจำนวนตัวอย่าง 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีความรู้เรื่องอาหารชีวจิตจากสื่อต่างๆ ในระดับสูง ให้ความสนใจต่อการรับประทานอาหารชีวจิต เนื่องจากมีประโยชน์ต่อสุขภาพ และผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิต การตัดสินใจซื้อ แหล่งที่ซื้อ ปริมาณการซื้อ แตกต่างกันไปตาม เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ประจำต่อเดือน

การศึกษาการบริโภคน้ำแร่ในเขตกรุงเทพมหานคร

พิมพ์ หิรัญกิติ (2539)

การศึกษาการบริโภคน้ำแร่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคน้ำแร่ส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาในระดับอุดมศึกษา จะบริโภคน้ำแร่เพื่อสุขภาพ โดยจะนิยมดื่มน้ำแร่ ชี้อ โพลาริส รองลงมา คือ ดื่ม เพราะต้องการทดลองดื่ม ต้องการความสะอาดบริสุทธิ์ของน้ำแร่ ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำแร่จากห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมูลเหตุจูงใจเกี่ยวกับความสะอาดบริสุทธิ์ของการดื่มเพื่อสุขภาพ การทดลองดื่ม และการโฆษณา

D
P
U