

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

##### 2.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumption Theory)

ตามแนวคิดของ John Maynard Keynes เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ Keynes หรือ ทฤษฎีการบริโภคแบบรายได้สมบูรณ์ (Absolute Income Hypothesis) ได้สนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคกับรายได้ การที่ประชาชนส่วนรวมจะใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค มากน้อยเพียงใดย่อมเป็นไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer's Behavior) ซึ่งอาจพิจารณาได้จากฟังก์ชันการบริโภค โดยแสดงรูปแบบฟังก์ชันในระยะสั้นเพื่อแก้ปัญหาการขึ้นลงของภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาระยะสั้น ที่นิยมใช้กันมากที่สุดคือ

$$C = a + bY_d$$

C : การใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

a : การบริโภคที่ไม่ขึ้นอยู่กักรายได้ (Autonomous Consumption)

b : ความโน้มเอียงในการบริโภคหน่วยสุดท้าย (Marginal Propensity to Consume (MPC))

$Y_d$ : รายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายใช้สอยได้ (Disposable Income)

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

##### 1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors)

โดยทั่วไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการซื้ออย่างไรก็ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมซึ่งรวมถึงความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ กฎหมาย ขนบธรรมเนียม ประเพณี นิสัย และความสามารถที่บุคคลได้รับใน สถานะที่เป็นสมาชิกของสังคมนั้น ถ้าหากวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปก็ก่อให้เกิดแบบแผนการอุปโภค บริโภคสินค้าบริการใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงชีวิตความเป็นอยู่ในบ้านและครอบครัว ภรรยาทำงานนอกบ้านมากขึ้นเวลาที่พ่อแม่ให้กับบุตร มีน้อยลงทำให้อิทธิพลของครอบครัวต่อการ ดำเนินชีวิตลดลงสังคมเพื่อนร่วมงานมีบทบาทมากขึ้น

## 2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors)

คนแต่ละคนในสังคมย่อมจะเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น โดยที่อาจรู้ตัวหรือไม่ก็ตามซึ่งบุคคลที่ผู้บริโภคร่วมกันด้วยจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเขาทั้งทางบวกและทางลบ ได้แก่ เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงานหรือกลุ่มคนที่อยากเอาแบบอย่างและที่สำคัญที่สุดก็คือ ครอบครัวซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่เล็กที่สุด ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (perception) ของคนมากที่สุดสมาชิกแต่ละคนในครอบครัวจะมีส่วนร่วมในพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าแต่ละชนิดต่างกัน

## 3. ปัจจัยด้านบุคคล (Personal factors)

รูปแบบในการบริโภคของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันตามปัจจัยทางด้านบุคคลของแต่ละคน ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยทางด้านประชากรส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ เพศ เป็นต้น และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ อาชีพ ทรัพย์สิน เป็นต้น บุคคลในครอบครัวเดียวกันอาจมีการบริโภคที่แตกต่างกันได้หากมีลักษณะของแต่ละบุคคลที่ต่างกัน

## 4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factors)

ตัวแปรเชิงจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การได้รับแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นที่เกิดภายในตัวบุคคล หรือเกิดจากสภาพแวดล้อม เมื่อได้รับแรงจูงใจแล้วผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมอย่างไรขึ้นอยู่กับ การรับรู้ ที่แต่ละคนได้สัมผัสมา นอกจากนี้ยังรวมถึง การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติของผู้บริโภคด้วย

ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต่างกันทำให้มีรูปแบบการบริโภคที่ไม่เหมือนกันซึ่ง Alford Marshall ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคและพบว่าในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งนั้นผู้บริโภคจะพิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการซื้อมากกว่าสิ่งอื่น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าที่เขาสนใจและสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ตัวผู้บริโภค เองมากที่สุด และการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้ง ผู้บริโภคจะต้องพิจารณา เปรียบเทียบด้วยเหตุและผล

### 2.1.2 การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ

#### มิติทางการเมือง

เกิดการขยายตัวของแนวคิดด้วยประชาธิปไตย (Democratization) ซึ่งแสดงเป็นปรากฏการณ์ของการปรับโครงสร้างทางการเมืองและรัฐธรรมนูญ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การกระจายอำนาจไปสู่ท้องถิ่น และการขยายตัวของการอนุรักษ์ธรรมชาติ การเมืองไทยจะเป็นระบบคานอำนาจและกลุ่มผลประโยชน์หลายกลุ่ม (Pluralistic) และมีความโปร่งใสอันจะเป็นแนวทางสู่การพัฒนาความเป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

### มิติทางเศรษฐกิจและสังคม

1. การปรับโครงสร้างภายในจากเศรษฐกิจที่พึ่งพาการเกษตรมาสู่เศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคอุตสาหกรรมและบริการลักษณะดังกล่าวจะเห็นได้ทั้งในองค์ประกอบของผลผลิตการส่งออก และในด้านแรงงาน

2. ระบบเศรษฐกิจไทยจะมีการเปิดกว้างสู่โลกภายนอก อันเป็นแรงกดดันจากโลกาภิวัตน์และสภาพของโลกที่ไร้พรมแดน ซึ่งจะทำให้การค้า การลงทุน และการเงิน ตลอดจนบุคคลมีการขยายตัวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ความเข้มข้นของการเชื่อมโยงดังกล่าว จะอยู่ในกรอบของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยมีกลุ่มอาเซียนเป็นแกนสำคัญ

3. รายได้หรือกำลังซื้อของคนในประเทศเฉลี่ยจะมีการขยายตัวในอัตราเร่งที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต อีกส่วนหนึ่งเกิดจากรายจ่ายต่อหัวที่ลดลงอันเป็นผลจากการปรับโครงสร้างประชากรซึ่งทำให้อัตราการลดลง

4. ระดับการศึกษาของประชากรในประเทศจะมีการขยายตัวมากขึ้นในอัตราเร่งที่สูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากแรงกดดันในการแข่งขันในสังคมอุตสาหกรรม และอีกส่วนหนึ่งเป็นผลจากการดำเนินนโยบายของรัฐบาลในอันที่จะลดช่องว่างในด้านการศึกษา เพื่อให้คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ของประเทศสอดคล้องกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ

5. สังคมไทยจะเป็นสังคมที่มีการปรับโครงสร้างครอบครัวจากลักษณะครอบครัวในสังคมชนบทมาเป็นครอบครัวเดี่ยว อันเป็นลักษณะของครอบครัวในสังคมเมือง

### มิติทางการเงิน

พัฒนาการของตลาดเงินจะมีลักษณะการขยายตัวของตลาดทุนและภายในกรอบของตลาดทุนนั้นจะปรากฏการขยายตัวคู่ขนานระหว่างตลาดตราสารหนี้ และตลาดตราสารทุนและในที่สุดตลาดตราสารหนี้จะกลายเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่โตมากกว่าตลาดตราสารทุน

### มิติทางธุรกิจ

จะเข้าสู่ยุคของการขยายขนาดในลักษณะที่มีขอบข่ายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศตลอดจนขยายเครือข่ายไปสู่ต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็จะเกิดปรากฏการณ์ของการขยายตัวของพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในระดับภายในประเทศ และในระดับระหว่างประเทศ อีกเส้นทางหนึ่งคือ การขยายขนาด (Integration) ทั้งในลักษณะกิจการประเภทเดียวกันด้วยวิธีการควบหรือครอบกิจการ หรือการขยายไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อันเป็นการขยายเป็นธุรกิจครบวงจร นอกจากนั้น ยังมีการขยายตัวของธุรกิจไปสู่ด้านต่าง ๆ โดยอาจจะไม่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจเดิมที่ทำอยู่เลย (Conglomerate)

2.1.3 วัฏจักรธุรกิจ (Business cycle) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจในระบบเศรษฐกิจในรอบระยะเวลาหนึ่ง วัฏจักรเศรษฐกิจหนึ่งรอบประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจ 4 ภาวะดังนี้

1. ภาวะรุ่งเรือง (Prosperity) ลักษณะโดยทั่วไปของสภาวะนี้จะเป็นสภาวะที่ระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจนมีความเจริญรุ่งเรืองถึงขีดสูงสุด กล่าวคือประชาชนจะมีระดับรายได้สูง ปัญหาการว่างงานมีน้อย เพราะมีการจ้างงานเต็มที่ ถ้าหากระดับราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์รวมมากกว่าความสามารถในการผลิตของประเทศแล้วก็อาจนำไปสู่ภาวะเงินเฟ้ออย่างรุนแรงได้

2. ภาวะหดตัวหรือถดถอย (Recession) สภาวะเศรษฐกิจถดถอยจะเกิดขึ้นภายหลังระบบเศรษฐกิจมีความขยายตัวจนเกิดความรุ่งเรืองสูงสุด ระดับราคาสินค้าและบริการโดยทั่วไปจะลดลง ทำให้รายได้หรืออัตราผลกำไรของผู้ผลิตลดน้อยลงจนไม่จูงใจให้ผู้ผลิตหรือผู้ลงทุนรายใหม่เข้ามาแข่งขันอีก

3. ภาวะตกต่ำ (Depression) ภายหลังจากการเกิดสภาวะถดถอยแล้วสภาวะทางเศรษฐกิจก็จะเข้าไปสู่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การผลิตการลงทุนจะลดน้อยลงกว่าเดิมทำให้เกิดการว่างงานเพิ่มขึ้นและรายได้ของประชาชนลดลง อำนาจการซื้อลดลง สินค้ายังคงล้นตลาด เพิ่มมากขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ ในที่สุดระบบเศรษฐกิจก็จะเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

4. ภาวะฟื้นตัวหรือขยายตัว (Recovery) ลักษณะโดยทั่วไปของสภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวจะเห็นได้จากการซื้อขายสินค้าและบริการเริ่มกระเตื้องขึ้น มีผู้ผลิตหรือลงทุนใหม่เข้ามามากขึ้นทำให้อำนาจซื้อของประชาชนหรืออุปสงค์รวมเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวมากขึ้นและเป็นไปอย่างรวดเร็วจนในที่สุดสภาวะเศรษฐกิจของระบบเศรษฐกิจจะเข้าสู่ภาวะรุ่งเรืองขึ้นมาอีกครั้ง

ส่วนในกรณีของประเทศไทย ซึ่งคล้ายคลึงกับกรณีของประเทศด้อยพัฒนาอีกหลายประเทศ ลักษณะของวัฏจักรธุรกิจมีความซับซ้อนมากกว่า เนื่องจากถูกกระทบจากปัจจัยต่างๆ ทั้งจากภายนอกและภายในประเทศ เช่นราคาน้ำมัน และราคาสินค้าประเภทคู่ค้ารายใหม่ ตลอดจนภาวะการผลิตทางการเกษตรของโลก และของประเทศไทยเอง

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2536) ศึกษาแบบแผนการใช้จ่ายในการบริโภคของครัวเรือนโดยระบบอุปสงค์ คำนึงค่าครองชีพแท้ และการวิเคราะห์สวัสดิการ โดยการศึกษาข้อมูลการใช้จ่ายบริโภคของคน

ไทยระหว่าง 2513-2533 และแบบจำลอง (สถิติและพลวัต) จำแนกสินค้าบริโภคออกเป็น 5 หมวด  
ศึกษา ผลการศึกษา

(1) รายจ่ายผูกพัน(committed expenditure หรือ subsistence expenditure) หรือรายจ่ายระดับ  
ยังชีพ หรือรายจ่ายที่จำเป็น รวมทุกหมวดสินค้าเป็นสัดส่วน 27-30 ของรายจ่ายทั้งสิ้น ส่วนที่เหลือ  
ครัวเรือนสามารถนำไปใช้จ่ายตามความพอใจ

(2) แนวโน้มของการเพิ่มรายจ่ายบริโภคในแต่ละหมวดสินค้าต่างกัน (หมวดเครื่องนุ่งห่ม  
และรายจ่ายส่วนบุคคล)มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

(3) ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของสินค้าหมวดต่าง ๆ อยู่ระหว่าง 0.4-1.5

(4) ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาอยู่ระหว่าง 0.6-1.9

เยาวเรศ เขาวนพูนผล (2536) การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคนอกบ้านในเขต  
เมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือเพื่อศึกษาแบบอย่างการใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้าน  
ของครัวเรือนผู้บริโภค และเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้าน  
กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนผู้บริโภค ผลการศึกษาแบบอย่างการใช้จ่ายบริโภค  
อาหารนอกบ้าน ซึ่งแบ่งออกเป็นของหัวหน้าครัวเรือนและของทั้งครัวเรือน พบว่า ค่าใช้จ่ายใน  
การบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยเฉลี่ยซึ่งรวมทั้งอาหารมื้อกลางวันของหัวหน้าครัวเรือนเท่ากับ 266.9  
บาทต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.4 ของรายได้ต่อสัปดาห์ของหัวหน้าครัวเรือนและค่าใช้จ่ายในการ  
บริโภคอาหารนอกบ้าน โดยเฉลี่ยของทั้งครัวเรือนเท่ากับ 654.9 บาทต่อสัปดาห์ หรือคิดเป็นร้อยละ  
15.2 ของรายได้ต่อสัปดาห์ ของทั้งครัวเรือน ส่วนพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านที่นอก  
เหนือจากมื้อกลางวันนั้นหัวหน้าครัวเรือนที่เป็น โสดและหัวหน้าครัวเรือนที่มีครัวเรือนแล้วมีความ  
แตกต่างกันคือ หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นโสดจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเกือบทุกวัน โดยเป็น  
การบริโภคในมือเช้าหรืออาจเป็นมือเย็น ส่วนหัวหน้าครัวเรือนที่มีครัวเรือนแล้วมักจะพาครัวเรือน  
ของตนออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนใหญ่มักจะเป็นในวัน  
สุดสัปดาห์

ส่วนทัศนคติในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนนั้นพบว่า ปัจจัยที่กระทบต่อ  
การบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนและครัวเรือนมากที่สุดคือ รายได้รวมทั้งหมดของ  
ครัวเรือน ยิ่งกว่านั้นหัวหน้าครัวเรือนกว่าร้อยละ 60 เห็นว่าการบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่  
ฟุ่มเฟือย จึงมีหัวหน้าครัวเรือนที่ตอบว่าจะไม่พาครัวเรือนออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน เมื่อหัว  
หน้าครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 85.4 ส่วนการเลือกสถานที่ที่จะพาครัวเรือนไปบริโภค  
หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากเพื่อนหรือคนที่ทำงาน สิ่งที่หัวหน้าครัวเรือนคิดว่าสำคัญที่

สุดที่จะต้องคำนึงถึงในการพาครัวเรือนไปบริโภคอาหารนอกบ้าน คือ ความสะอาดของสถานที่ รองลงมาได้แก่ รสชาติอาหาร ความสะดวกในการไปบริโภค และราคาอาหาร ตามลำดับ ดังนั้นหัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่จึงเห็นว่าสิ่งที่ร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ควรปรับปรุงมากที่สุดคือ ความสะอาดของร้านและอาหาร รองลงไปได้แก่ รสชาติอาหาร มารยาทของพนักงานในร้าน และสถานที่จอดรถ

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนนั้น ตัวแปรอิสระที่ใช้ได้แก่ อายุของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน รายได้ทั้งหมดของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีรายได้ ลักษณะการทำงานของหัวหน้าครัวเรือน และเพศของหัวหน้าครัวเรือน จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติในทุก ๆ ครัวเรือนได้แก่ จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู และรายได้ทั้งหมดของครัวเรือน โดยที่ตัวแปรจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนส่วนตัวแปรรายได้ทั้งหมดของครัวเรือน มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันกับการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนค่อนข้างน้อย ได้แก่ ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีรายได้ ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนน้อยมาก หรือแทบจะไม่เลยได้แก่ อายุของหัวหน้าครัวเรือน

เฉลิมชัย คำแสน (2536) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกห้างสรรพสินค้า รวมไปถึงการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า และปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้บริการ ซึ่งงานวิจัยพบว่าผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่วนในด้านเหตุผลที่มาใช้บริการนั้น โดยส่วนใหญ่จะเลือกสถานที่จัดจำหน่ายและเลือกห้างสรรพสินค้าที่อยู่ใกล้และอยู่ในเส้นทางที่สะดวกในการเดินทางไปมา มีสินค้าหลากหลายให้เลือก และมีสินค้าครบ ราคาสินค้าอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงจนเกินไป ส่วนในด้านการส่งเสริมการขายพบว่า เป็นกิจกรรมที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก การรับรู้ข่าวสาร โดยส่วนใหญ่มาจากสื่อทางวิทยุ

มยุรี เพ็ชรรัตน์ (2542) ได้ศึกษาแบบแผนการใช้จ่ายของครัวเรือนเกษตรกรรมอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าสภาพทั่วไปของครัวเรือนเกษตรกรรมอำเภอหางดง จังหวัด

เชียงใหม่ ปี 2539 คริวเรือนเกษตรกรรมมีรายได้เฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 60,983.97 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 8,173.7 บาท มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.01 คน บุตรที่อยู่ระหว่างการศึกษเฉลี่ย 0.8 คนและมีที่ดินเฉลี่ย 5.88 ไร่

การศึกษาแบบแผนการใช้จ่ายของครัวเรือนเกษตรกรรม ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนจะขึ้นอยู่กับรายได้จากภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร เกษตรกรที่มีรายได้ต่ำจะมีการใช้จ่ายในร้อยละที่ต่ำและเกษตรกรที่มีรายได้สูงจะมีการใช้จ่ายในร้อยละที่สูงเมื่อเทียบกับรายได้ ในการศึกษาพบว่าครัวเรือนเกษตรกรรมมีค่าใช้จ่ายใน 12 หมวด โดยมีจำนวนร้อยละของครัวเรือนที่ใช้จ่ายดังนี้ ในหมวดอาหาร (100 %) รองลงมาหมวดเครื่องนุ่งห่ม (97%) การทำบุญ(94.8%) การลงทุน(89.7%) เบ็ดเตล็ด(82.8%) ค่ารักษาพยาบาล (75.2%) การศึกษาของบุตร (56.9%) การเลี้ยงโชค (55.2%) ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์(43.1%) ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ (38.4%) ที่อยู่อาศัย(17.9%) และสันตนาการ(14.8%) สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในหมวดต่าง ๆ ต่อค่าใช้จ่ายรวมของครัวเรือนเกษตรกรรมมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด ในหมวดอาหาร(37.09%)รองลงมา คือ หมวดการลงทุน (12.7%)เบ็ดเตล็ด (12.51%) เครื่องนุ่งห่ม (9.12%) ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ (7.96 %) การศึกษาของบุตร (4.73 %) ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (3.65%) ที่อยู่อาศัย(3.5%) การทำบุญ (2.89%) การเลี้ยงโชค (2.75%) ค่ารักษาพยาบาล(1.72%)และสันตนาการ (1.38%) แบบแผนการใช้จ่ายของครัวเรือนเกษตรกรรมที่มีรายได้แตกต่างกัน ครัวเรือนเกษตรกรรมที่มีรายได้สูงจะมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายมากกว่าเกษตรกรที่มีรายได้ต่ำ ในหมวดเบ็ดเตล็ด การลงทุน เครื่องนุ่งห่ม ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และสันตนาการ ในขณะที่เกษตรกรที่มีรายได้ต่ำจะมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายมากกว่าหมวดอาหาร การทำบุญและค่ารักษาพยาบาล และทั้งเกษตรกรที่มีรายได้ต่ำต่างก็มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายใกล้เคียงกันในหมวดการศึกษาของบุตร ที่อยู่อาศัย การเลี้ยงโชค

พรพรรณ ไชยทิพย์ (2543) ได้ศึกษา พฤติกรรมการบริโภคก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดเชียงราย พะเยา และลำปาง พบว่าพนักงานธนาคารมีรายได้อัตราส่วนที่แตกต่างตามระดับตำแหน่งส่วนพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าคงทนของพนักงานธนาคารหลังวิกฤตเศรษฐกิจจะลดลงจากช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัด แต่การใช้จ่ายสินค้าไม่คงทนและสินค้าบริการลดลงเพียงเล็กน้อย ในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ MPC สินค้าคงทนของพนักงานระดับล่างจะมีค่าสูงกว่าพนักงานธนาคารที่มีตำแหน่งสูงกว่า ในขณะที่สินค้าประเภทไม่คงทนและสินค้าบริการค่า MPC ของพนักงานที่มีตำแหน่งสูงกว่าพนักงานระดับล่าง ส่วนค่า APC สินค้าคงทนของพนักงานระดับล่างจะมีต่ำกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งสูงกว่า ซึ่งตรงข้ามกับสินค้าไม่คง

คงทน ในขณะที่ความแตกต่างของ APC สินค้าบริการจะไม่ขึ้นกับระดับตำแหน่งของพนักงาน พนักงานธนาคารเห็นว่าอาชีพพนักงานธนาคารขาดความเชื่อมั่น ขาดสวัสดิการและผลตอบแทนอื่นๆก็ได้รับไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ ธนาคารควรช่วยเหลือด้านสวัสดิการ ตลอดจนเพิ่มขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานให้มากขึ้นกว่าที่เป็นปัจจุบัน

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University