

โครงการประเมินและสังเคราะห์สถานการณ์ภาพ
องค์ความรู้การวิจัยวัฒนธรรมในประเทศไทย

หัวข้อเรื่อง วัฒนธรรมกับการบริโภค
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัย คุณสุดารา สุจฉายา

ผู้ช่วยวิจัย นงนภัส เพิ่มมิตร

พรรณวลัย อ่อนดำ

มรกต งามภักดิ์

ธำปนิก วานี

ภาสนันท์ อัครวัชร

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
กระทรวงวัฒนธรรม

สารบัญ

หน้า

1. รายงานผลการศึกษา

1.1 จำนวนและประเภทของงานวิจัย

1

1.2 การจำแนกมิติในการศึกษา

3

1.3 ข้อเสนอแนะ

5

2. บรรณานิตยสารและบรรณานุกรมภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

รายงานผลการศึกษา
เรื่อง
วัฒนธรรมกับการบริโภค
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ทีมวิจัยเรื่องวัฒนธรรมกับการบริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑลขอเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อดังต่อไปนี้

1. จำนวนและประเภทของงานวิจัย

จากการสำรวจและทำบรรณานิติคดีทีมวิจัยรวบรวมงานที่ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมกับการบริโภค ได้ทั้งหมด 141 เรื่อง จากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

- ห้องสมุดประจำมหาวิทยาลัยต่างๆ ในกรุงเทพฯ ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยมหิดล
- ห้องสมุดหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สภาวิจัยแห่งชาติ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร หอสมุดแห่งชาติ
- แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ใน web site ต่างๆ

จากจำนวน 141 เรื่อง แบ่งประเภทของเอกสารได้ดังต่อไปนี้

ประเภท	จำนวน (เรื่อง)
1) วิทยานิพนธ์ภาษาไทย	77
2) รายงานวิจัยภาษาไทย	4
3) บทความภาษาไทย	28
4) หนังสือ	32
รวม	141

จากจำนวน 141 เรื่องสามารถจำแนกงานตามประเภทของการบริโภคสิ่งต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : สรุปประเภทของการบริโภคสิ่งต่างๆที่ปรากฏในเอกสารประเภทต่างๆ

ประเภทของการ	หนังสือ	บทความ	รวม
--------------	---------	--------	-----

ประเภทของการ บริโภคสิ่งต่างๆ	หนังสือ (วิทยานิพนธ์/ งานวิจัย/ หนังสือ)	บทความ (วารสาร)	รวม
หนังสือพิมพ์ออนไลน์	2	-	2
หนังสือพิมพ์	2	-	2
ดนตรี	1	-	1
โทรทัศน์	9	-	9
โทรศัพท์เคลื่อนที่	5	-	5
อินเทอร์เน็ต	2	1	2
สื่อโฆษณา	10	5	15
สื่อวิทยุ	8	-	8
สินค้าอุตสาหกรรม	5	-	5
สินค้าทั่วไป	10	3	13
อาหาร	23	2	25
ยารักษาโรค	2	-	2
วัฒนธรรมประเพณี	24	-	24
ขนส่งมวลชน	1	-	1
อื่นๆ	21	5	25
รวม	125	16	141

จากการศึกษาพบว่างานที่ศึกษาเกี่ยวกับบริโภคนิยมแบ่งตามจำนวนได้เป็น 3 กลุ่มคือ
 กลุ่มแรก คือ กลุ่มบริโภคสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต
 กลุ่มสอง คือ กลุ่มบริโภคสินค้าในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร
 กลุ่มสาม คือ กลุ่มบริโภคความบันเทิง เช่น ดนตรี สื่อโฆษณา วิทยุ โทรทัศน์

2. การจำแนกมิติในการศึกษา

ประเด็นในการจำแนกประเภทของงานวิจัยในเรื่องวัฒนธรรมกับการบริโภค ในพื้นที่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงมีทั้งหมด 9 ประเด็น คือ

1) ความคิดเห็นทางการเมือง	1	เรื่อง
2) อิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค	21	เรื่อง
3) แนวโน้มของการบริโภค	31	เรื่อง
4) ความภักดีต่อตราสินค้า	4	เรื่อง
5) ด้านที่อยู่อาศัย	2	เรื่อง
6) การมีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มต่อสื่อ	10	เรื่อง
7) พฤติกรรมของผู้บริโภค	22	เรื่อง
8) ความคาดหวังจากการบริโภค	32	เรื่อง
9) วัฒนธรรมการบริโภค	18	เรื่อง
รวม	141	เรื่อง

จากมิติต่างๆ ทั้ง 9 มิติ ยังมีประเด็นแยกย่อยลงไปอีก ได้แก่ ความคิดเห็นทางการเมือง อิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค แนวโน้มของการบริโภค ความภักดีต่อตราสินค้า ด้านที่อยู่อาศัย การปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มต่อสื่อ พฤติกรรมของผู้บริโภค ความคาดหวังจากการบริโภค

ประเด็น การศึกษา/ ประเภท เอกสาร	1. ความ คิดเห็น ทางการ เมือง	2. อิทธิ พลของสื่อที่ มีต่อผู้บริโภค	3. แนว โน้มของ การ บริโภค	4. ความ ภักดีต่อ ตราสิน ค้า	5. ด้านที่ อยู่ อาศัย	6. การมี ปฏิสัมพันธ์ ภายในกลุ่ม ต่อสื่อ	7. พฤติ กรรม ของผู้ บริโภค	8. ความ คาด หวังจาก การ บริโภค	9. วัฒน ธรรม การ บริโภค	รวม ทั้งหมด
วิทยานิพนธ์	-	17	13	4	1	5	11	21	5	77
รายงาน การวิจัย	1	-	1	-	-	1	-	1	-	4
บทความ ความ	-	1	10	-	-	2	7	3	6	28
หนังสือ	-	4	8	1	2	2	4	6	5	32

จากการศึกษาพบว่าผลงานโดยส่วนใหญ่จะพบว่าไม่ค่อยปรากฏงานวิจัยทางด้านบริโภคนิยมของภาค
มานุษยวิทยา แต่มีกพบในสาขาของนิเทศศาสตร์หรือสถาปัตยกรรมศาสตร์ จึงทำให้วิธีการวิจัยออกมา
ในรูปแบบของสถิติเป็นส่วนใหญ่

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 **ขอบเขตเวลา** เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าได้วางกรอบของเวลาให้ศึกษางานวิจัยย้อนหลังเพียงแค่ 10 ปี จึงทำให้เห็นวิวัฒนาการของการศึกษางานทางด้านวัฒนธรรมกับการบริโภค พบว่า ยังมีข้อจำกัดของความเข้าใจในเรื่องบริโภคนิยม ส่งผลให้ผลงานด้านนี้ไม่ค่อยปรากฏในสังคมศาสตร์

3.2 **กลุ่มบุคคลที่ควรให้ความสนใจ** โดยส่วนใหญ่จะเน้นศึกษากับกลุ่มวัยรุ่นและเด็ก แต่ยังขาดงานวิจัยที่เกี่ยวกับผู้ด้อยโอกาสต่างๆ หรือคนชรา จึงน่าจะมีงานวิจัยทางด้านอื่นเพิ่มเติม

บรรณานิทัศน์(ภาษาไทย)

มูลนิธิเสฐียรโกเศศ-นาคะประทีป (2548) "มุมมองจากเบื้องล่างที่ครบองค์" มุมมองจากเบื้องล่างที่
ครบองค์ -: 1.

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เรามักมองเห็นสังคมผ่านการถูกครอบงำด้วยความคิดของชน
ชั้นนำตะวันตก ที่มุ่งมองความจริง เพียงบางส่วนเสีย ขาดความรู้องค์รวม และละเอียดที่จะยินยลสิ่ง
ต่างๆ โดยทัศนะของชนชั้นล่างๆ ลงไปในสังคม การพัฒนาทั้งหมดที่เกิดขึ้นจึงเน้นความสำคัญไปที่
เศรษฐกิจเพียงด้านเดียว บริโคนิยมกลายเป็นศาสนาสมัยใหม่ที่ทำให้ศาสนาเดิมของท้องถิ่น
อ่อนกำลังลง ผู้คนพากันรู้สึกด้อยในวัฒนธรรมของตนเอง พากันเห่อตามโลกาภิวัตน์ จึงเกิด
กระแสกลับคือการมุ่งแสวงหาความเป็นไท แก่ตัว เป็นอิสระ จากบริโคนิยม หันมาหาการศึกษาเพื่อ
ความเป็นไท แสวงหารากฐานทางจิตวิญญาณที่แท้จริง สร้างสรรค์ชุมชน ให้เข้มแข็ง และไขว่คว้าหา
การพัฒนาที่ครบองค์

คำสำคัญ: บริโคนิยม, วัฒนธรรม, ชุมชน, โลกาภิวัตน์, การพัฒนาเศรษฐกิจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุชาดา จักรพิสูทธิ์ (2548) "วัยรุ่นมีปัญหา หรือวัยรุ่นกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตวัยรุ่น-วัยรุ่นก็มีสมอง
(ส่วนอยาก)" มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน -: 1.

ปัญหาวัยรุ่นไม่ได้อยู่ที่การตั้งคำถามว่า "เกิดอะไรขึ้น" (WHAT) หรือ "จะแก้ปัญหายังไง"
(HOW) เท่านั้น หากแต่ต้องมองให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของปัญหาวัยรุ่นกับปัญหาเศรษฐกิจ ระบบ
การศึกษา สื่อ บริโคนิยม โลกาภิวัตน์ ไปจนถึงประเด็นค่านิยมและโลกทัศน์สังคมไทยที่ปรับตัวไม่ทัน
กับความเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมที่ถาโถมมา อย่างที่นักวิชาการเรียกมันว่า Cultural Lag หรือความล่า
หลังทางวัฒนธรรม / แรงเฉื่อยทางวัฒนธรรม ในขณะที่ตัวปัญหาเองก็ได้กลายจากปรากฏการณ์ไปสู่
ความเป็น"วัฒนธรรมไร้พรมแดน"ที่กำลังเกิดขึ้นเหมือนกันไปทั่วโลก

คำสำคัญ: วัยรุ่น, ระบบการศึกษา, สื่อ, บริโคนิยม, โลกาภิวัตน์

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เพ็ญศรี เผ่าเหลืองทอง (2548) "ผู้บริโภคมัจจุรณี" มติชน สุดสัปดาห์ 1281: 44.

ผู้บริโภคทุกวันนี้ต่างมีทางเลือกในการบริโภคสินค้ามากมาย และยิ่งทางเลือกมากขึ้นผู้บริโภคเองก็ยิ่งพิถีพิถันการเลือกซื้อของเครื่องใช้ของตนเองเพิ่มมากขึ้น ด้วยตระหนักดีว่า บริษัทผู้ผลิตสินค้าต่างต้องพยายามหาทางเอาชนะใจผู้บริโภคเพื่อเป็นที่หนึ่งในการครองตลาดปัจจุบัน ทำให้ต้องไล่ตามความต้องการของผู้บริโภคให้ทันหรือไม่ก็คิดแทนผู้บริโภคว่า พวกเขาต้องการ อย่างไรเพื่อเป็นทางเลือกใหม่และช่วงชิงความได้เปรียบด้วยความรวดเร็ว

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ผู้บริโภค,นิสัยในการบริโภค,ทางเลือกการบริโภคสินค้า, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2548) "ขนมไทย ของขวัญในทุกเทศกาล" เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ :

ขนมไทยแต่ละชนิดนอกจากจะมีความสวยงามจนถึงขั้นวิจิตรพิสดารแล้ว ชื่อของขนมยังบอกคุณค่าออละความหมายในทางที่ดีและเป็นสิริมงคล อีกทั้งลักษณะเฉพาะของขนมแต่ละชนิดก็สื่อความหมายได้อย่างลึกซึ้ง คนไทยจึงมักใช้ขนมในงานบุญงานเทศกาลต่างๆ มากมาย ซึ่งแต่ละชนิดก็มีกรรมวิธีและความหมายของชื่อที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะขนมที่มีคำว่าทอง เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ทองม้วน ฯลฯ ที่สื่อความหมายอันเป็นมงคล เหมาะแก่การให้เป็นของขวัญในงานปีใหม่ ส่วนกะละแมก็เป็นขนมคู่งานปีใหม่ จำมงกุฎเป็นขนมที่ใช้ในโอกาสแสดงความยินดีกับบุคคลที่ได้รับการยกย่อง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ขนมไทย,ของขวัญ,งานบุญ,งานมงคล,อวยพร,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2548) "ข้าวทิพย์ ข้าวมธุปายาส ข้าวยาคุ และ กระจงสาธ" **เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ** : .

ข้าวทิพย์ ข้าวมธุปายาส ข้าวยาคุ และกระจงสาธ เป็นอาหารหวานที่ใช้ในงานประเพณีมา ช้านาน ความเชื่อและตำนาน เรื่องเล่าสืบต่อกันมาถึงสาเหตุที่ใช้อาหารทั้ง 4 ประเภทนี้ในงานบุญ รวมทั้งวิธีการทำข้าวมธุปายาส

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ข้าวทิพย์,ข้าวมธุปายาส,ข้าวยาคุ,กระจงสาธ,บุญ เดือนสิบ,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

คชาชัย วิชัยดิษฐ (2548) "วัด-สะ-เหมียน : เสียงแห่งการต่อต้านและความรุนแรงที่ปรากฏในดนตรีอี พฮอพ" หนังสือนวนบทย่อยจากการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 4 "วัฒนธรรมไร้อคติ ชีวิตไร้ความรุนแรง".

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีโอกาสไปศึกษายังต่างประเทศและกลุ่มนักเรียน โรงเรียนนานาชาติเป็นกลุ่มที่นำวัฒนธรรมอีพฮอพเข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทย สามารถเข้าถึงดนตรี อีพฮอพ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการสื่อสารในปัจจุบันมากขึ้น ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมอีพฮอพในสังคมไทยก็ได้นำเสนอ อุดมการณ์และมุมมองของกลุ่มวัยรุ่นในมิติต่างๆ โดยการเผยแพร่ผลงานผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ ทำให้ กลุ่มวัยรุ่นมีพื้นที่ของการแสดงออกเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,กรุงเทพฯ,กลุ่มวัยรุ่นไทย,ดนตรีแร็ป,วัฒนธรรมย่อยของ วัยรุ่น

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2547) "ผู้ว่าฯ กทม. ที่ฟังประสงค์" **กรุงเทพเมื่องน่าอยู่** (40-55) บริษัทซัคเซส มีเดีย จำกัด: สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา(ไอเอฟดี).

สรุปสาระสำคัญที่กล่าวไว้ คือ อธิบายคุณลักษณะและวิธีการตัดสินใจเลือกผู้ว่าฯ กทม.

พิจารณาการนำเสนอนโยบายของผู้สมัครว่าสามารถเกิดขึ้นจริงหรือไม่ ในทางตรงกันข้าม หากนำเสนอ นโยบายคลุมเครือไม่ลงลึกในเนื้อหาให้ละเอียด ย่อมไม่ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงย่อมนำไปสู่การ แก้ไขได้ค่อนข้างลำบาก พร้อมทั้งเน้นย้ำมิให้ประชาชนใช้สิทธิเลือกตั้งตามกระแสนิยม ภาพลักษณ์ หรือวาทะกรรมของผู้สมัคร ควรเลือกจากคุณสมบัติที่เหมาะสมกับกรุงเทพฯอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, วัฒนธรรมยั่งยืน, การควบคุมและแก้ไขปัญหา น้ำท่วม, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2547) **บริโภคโพสดีโมเดิร์น** กรุงเทพฯ: บริษัท พิมเณศ พรินท์ติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด.

โดยรวมกล่าวถึง บริโภคนิยมเกิดขึ้นท่ามกลางวัฒนธรรมปัจเจกนิยม เกิดขึ้นท่ามกลาง วัฒนธรรมปัจเจกชนนิยม ซึ่งทุนนิยมและเสรีนิยมสร้างขึ้น พัฒนาการของการบริโภคนิยมในปัจจุบัน ได้คลี่คลายมาถึงขั้นที่พยายามผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน เป็นการส่งเสริมความรู้สึกระหว่างปัจเจกยิ่งทำให้ผู้บริโภครู้สึกในอำนาจของตัวเองมากขึ้นเท่านั้น ดังที่โฆษณาเมื่อถึง บางบริษัท, รถยนต์บางยี่ห้อ ก็เน้นความมีอำนาจ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, การบริโภคโทรศัพท์มือถือ, ความปฏิสัมพันธ์ กับคนรอบข้าง, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ศิริวรรณ เกียรติโกมล (2547) 'ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Bug1113 ของบริษัท สามารถอินเทอร์เน็ต จำกัด' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ Bug1113 เพราะมีข้อมูลหลากหลายให้เลือกใช้บริการ ทำให้รับทราบข่าวสารข้อมูลที่ต้องการอย่างรวดเร็วพร้อมทั้งขึ้นขอใบโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน Bug1113 จากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาและอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความถี่ในการใช้บริการ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นภาพร เจตะวัฒนะ (2547) 'รูปแบบแรงจูงใจในการโฆษณากับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า(Brand Equity)ในกลุ่มสาวโสด' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบแรงจูงใจในโฆษณาเชิงอารมณ์สามารถทำให้กลุ่มสาวโสด รับรู้คุณค่าตราสินค้าได้มากกว่ารูปแบบแรงจูงใจโฆษณาเชิงเหตุผล

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดความเกี่ยวข้องกับสินค้าของผู้บริโภค, ทฤษฎีการรับรู้, การวิจัยเชิงคุณภาพ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2547) "บริโภค/โพสต์โมเดิร์น" บริโภค/โพสต์โมเดิร์น (-NéřàÀ&A) กรุงเทพฯ: มติชน.

สังคมเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ละสิ่งสามารถสะท้อนให้เห็นความรู้สึก ความคิด ขงคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนมากหน้าหลายตาได้อย่างสนิทใจ กลับกลายเป็นสังคมแห่งปัจเจกชนที่ไม่สนใจใครนอกจากตัวเอง ไม่เข้าใจรากเหง้าทางวัฒนธรรม ขาดราก ขาดแก่น และขาดการเรียนรู้ที่จะอย่างเหมาะสม การบริโภคจึงกลายเป็นบาปที่ปัญญาชนจำนวนมากปฏิเสธ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ไทย,คนไทย,ภาวะสังคม,การเปลี่ยนแปลง,วัฒนธรรม,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เบญจมาภรณ์ บำราพรักษ์ (2547) 'ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เอกลักษณ์ตราสินค้า "เดอะ พิชซ่า คอมปะนี" วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีการตระหนักรู้ในตราสินค้า" เดอะ พิชซ่า คอมปะนี"และระลึกถึงตราสินค้าในระดับสูง สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคแยกแยะความต่างกันของตราสินค้าระหว่าง" เดอะ พิชซ่า คอมปะนี" กับ"พิชซ่า ฮัท" ได้มากที่สุด คือ รสชาติ,ความหลากหลายของหน้าพิชซ่า นอกจากนี้ยังสามารถระลึกถึงเอกลักษณ์ตราสินค้าของ" เดอะ พิชซ่า คอมปะนี"ทั้งที่อยู่ในรูปของวจนภาษาและอวจนภาษาโดยข้อความสื่อสารหลัก รองลงมา คือ หมายเลขโทรศัพท์เดลิเวอรี่ 1112

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,กรุงเทพฯ,เดอะ พิชซ่า คอมปะนี,เอกลักษณ์ตราสินค้า การวิจัยเชิงคุณภาพ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

อนุช อภาภิรม (2547) "ความรู้กับความไม่รู้ : ลัทธิผู้บริโภคร" มติชน สุดสัปดาห์ 1258: 41.

แนวคิดของนักทฤษฎีชาวตะวันตกเกี่ยวกับลัทธิผู้บริโภครที่ควบคู่ไปกับลัทธิแก๊งก้าไร และลัทธิบูชาสินค้า ซึ่งลัทธิบูชาสินค้าหรือการมองสินค้าเป็นของขลังเกิดขึ้นจากการทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างคนกลายเป็นความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุ จากการแบ่งปันกลายเป็นการแลกเปลี่ยนที่มีเงินเป็นตัวกลาง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภคร,ผู้บริโภคร,แก๊งก้าไร,บูชาสินค้า,ทุนนิยม,การตลาด,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กุลภา วจนสาระ (2546) "เซ็นเตอร์พ้อยท์ กับ "preteen" : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่ง" มานุษยวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย (183-221) กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

เซ็นเตอร์พ้อยท์เป็นจุดศูนย์รวมของวัยแรกรุ่งในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นช่วงวัยเปลี่ยนผ่านของชีวิตที่ขึ้นอยู่กับกระแสสังคมและที่นี่เป็นที่ที่วัยรุ่งใช้แสวงหาแนวทางของตนเองทั้งในเรื่องการทดลองเลียนแบบที่มีความผูกพันระหว่างกัน ซึ่งสังคมไทยได้เลื่อนไหลและให้การยอมรับ เป็นการเปิดพื้นที่ให้กับกลุ่มย่อยของวัยรุ่ง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภคร,กรุงเทพฯ,เซ็นเตอร์พ้อยท์,วัยรุ่ง,จิ๊กโก๋,จิ๊กกี๋,มอด,เดฟ,พรีทีน,แบบี้บูม,ฮิปปี๋,บุปผาชน,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ศรินทร์ รัตน์เจริญจร (2546) "ร้านกาแฟ: ความหมายในวัฒนธรรมยุคบริโภครนิยม" มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคม (223-264) กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

เมื่อสังคมวิวัฒนาการก้าวสู่ความเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้ง การบริโภครก็ยิ่งพุ่งสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสมัยแห่งบริโภครนิยมเพื่อให้สินค้าเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายและยึดครองให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ด้วยการโฆษณา การสร้างคุณค่าของสินค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะสินค้าฟุ่มเฟือย การยึดกุมจิตใจผู้บริโภครจึงถูกพิจารณามาดำเนินการสร้างเอกลักษณ์เพื่อสร้างมูลค่า

ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งภายใต้กระบวนการดังกล่าวทำให้เกิดเป็นอิสรภาพในการบริโภคสินค้า

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ไทย, คนไทย, การบริโภคเชิงสัญญาะ, ข้าวแฉ่, กาแฟ, ไม้ระนุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สิริพร สมบูรณ์บุรณะ (2546) "กระบวนการรื้อฟื้นมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อการดำเนินชีวิตของชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี" วิทยานิพนธ์การศึกษาศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย (89-139) กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

ร่องรอยของมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวมอญในท้องถิ่นอำเภอสามโคกที่หลงเหลือและปรากฏอยู่ในปัจจุบัน เป็นการสะท้อนถึงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของชาวมอญที่อยู่ที่นี่ กล่าวได้ว่าเป็นมรดกวัฒนธรรมในความหมายเชิงประวัติศาสตร์ อันเกิดจากการเรียนรู้จากคนรุ่นปู่ย่า สืบสายถ่ายทอดมาสู่รุ่นลูกหลานเหลนเรื่อยมามรดกทางวัฒนธรรมของชาวสามโคกอาจจะจำแนกได้ดังนี้ วัตถุโบราณ โบราณสถาน ประเพณีและความเชื่อ วิถีชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ปทุมธานี, อำเภอสามโคก, มอญ, ต่อมสามโคก, อีสุมอญ, หม้อข้าวแฉ่, หม้อน้ำ, เคาโถ่งอ่าง, วิหาร, อุโบสถ, ไม้ระนุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

บุญชู เผ่าสวัสด์ยรรยง (2546) 'รูปแบบในการดำเนินชีวิต และการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์กับการตัดสินใจซื้อวัสดุภัณฑ์ภาพและเสียงของภาพยนตร์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบในการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบ ได้แก่ อนุรักษ์นิยม ปัจเจกนิยม คุณภาพนิยม สมัยนิยม และปรนิยม มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับโฆษณาภาพยนตร์ทางสื่อมวลชน จะมีเฉพาะกลุ่มอนุรักษ์นิยมที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณวัสดุภัณฑ์ภาพและเสียงของภาพยนตร์ที่ตัดสินใจซื้อสำหรับการที่จะเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์แบ่งเป็น 3 แนวทาง คือ 1.ทางอินเตอร์เน็ตจะ

มีความสัมพันธ์กับปริมาณวัสดุบันทึกภาพและเสียงของภาพยนตร์ที่ตัดสั่นใจข้อ 2.ทางหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ตสัมพันธ์กับประเภทของภาพยนตร์ที่ตัดสั่นใจข้อ 3.ทางสื่อมวลชนก็เป็นโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์และนิตยสาร จะสัมพันธ์กับองค์ประกอบของภาพยนตร์ที่ตัดสั่นใจข้อ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,กรุงเทพฯ,รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน,การเปิดรับโฆษณาภาพยนตร์,ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสาร,วิธีการสุ่มตัวอย่าง

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2546) "ปัจเจกในวัฒนธรรมบริโภคนิยม" มติชน สุดสัปดาห์ 1195: 37.

โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือมือถือกลายเป็นปัจจัยของความจำเป็นในการดำรงอยู่ของคนในยุคสมัยนี้เสียแล้ว แม้แต่เด็กเล็กๆ ก็ยังต้องมี เพื่อความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารกับคนรู้จักทั้งเรื่องธุระส่วนตัวหรือหน้าที่การงาน นอกจากนั้น มือถือในปัจจุบันมีวิทยุในตัว ผู้ใช้สามารถฟังวิทยุได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ยิ่งทำให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนรอบข้างที่ไม่รู้จักห่างเหินกันมากขึ้นไปอีก กลายเป็นปัจเจกชนโดยสมบูรณ์ ไม่สนใจใครนอกจากคนที่ตนเองรู้จักอยู่แล้วและตนเองเท่านั้น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, โทรศัพท์เคลื่อนที่, หนทางการติดต่อสื่อสาร, ความเป็นปัจเจก, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2546) "ความเป็นอนิจจังของอาหารจีนชั้นสูงในกรุงเทพฯ : การเดินทางสู่เส้นทางของอาหาร "ประชาธิปไตย" จุลสารไทยคดีศึกษา 2: 42-51.

อาหารเป็นกระบวนการที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนกันทางวัฒนธรรมที่มีมานานแล้ว ทั้งจากตะวันตก อินเดีย หรือจากประเทศจีน ในสังคมไทยถือว่าอาหารจีนเป็นอาหารที่ดี มีคุณค่า สัมพันธ์กับฐานะทางเศรษฐกิจ แต่ความดั้งเดิมของอาหารก็ถูกเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและลักษณะของผู้บริโภค ทั้งลักษณะการประกอบอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ รวมไปถึงสถานะของอาหารเองด้วย มีอาหารจีนหลายประเภทที่ไม่ได้รับความนิยมเท่าเดิม และบางประเภทก็มีให้เห็นกันทั่วไปไม่ได้เป็นอาหารจีนชั้นสูงมากที่น้อยคนนักจะมีโอกาสได้รับประทานอีกต่อไป

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, อาหาร, จีน, ความเปลี่ยนแปลง, วัฒนธรรมการกิน, อาหารจีนชั้นสูง, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ธัญญารัตน์ สามัตติยะ (2546) "ปลาทุกับวัฒนธรรมการบริโภคในสังคมไทย" จุลสารไทยคดีศึกษา 2: 7-28.

ปลาทุเป็นอาหารคู่โต๊ะอาหารของไทยมาเนิ่นนาน ทั้งยังเป็นปลาที่มีการจับมากกว่าปลา

ประเภทอื่นๆ โดยดูจากรายการสินค้าที่ส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2447 มีการแยกรายการปลาหูออกจากรายการอื่น และปลาทูทวีความสำคัญทั้งกับเศรษฐกิจไทยและปากท้องของคนไทยมาอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านการคมนาคมของประเทศ รูปแบบการบริโภคปลาทูก็เริ่มจากการปรุงอย่างไม่ซับซ้อนมาจนถึงการกินคู่กับน้ำพริก เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการกินของจีนและไทยและไม่เพียงแต่คนไทยจะรับประทานปลาทูเป็นกับข้าวในอาหารมื้อหลักเท่านั้น หากยังดัดแปลงมาเป็นอาหารว่างอีกหลายชนิดด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ปลาทู,การผสมผสานวัฒนธรรม,จีน,ไทย,กับข้าว,อาหารว่าง,ไม่ระบุ

>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

อริชัย อรรถอุดม (2545) 'ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการหางานและสมัครงาน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความคาดหวังประโยชน์จากการใช้บริการหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และมีความพึงพอใจในระดับสูงเกี่ยวกับการประหยัดค่าใช้จ่ายในการสมัครงาน พร้อมทั้งได้ข้อมูลข่าวสารการสมัครงานรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,กรุงเทพฯ,แนวคิดของMcLuhan แห่งสำนัก Toronto

ชาญศักดิ์ บุญช่วย (2545) 'การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อโฆษณาสินค้าขายตรงแบบตอบสนองในทันทีที่ผ่านสื่อโทรทัศน์และพฤติกรรมการณ์ซื้อของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับโฆษณาขายตรงแบบตอบสนองในทันทีและมีความพึงพอใจกับการที่มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านแนะนำสินค้า สนใจการสาธิตประสิทธิภาพของสินค้ามากที่สุดพร้อมทั้งให้ความสำคัญในเนื้อหาของโฆษณา โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าเพราะถูกใจในสิ่งที่โฆษณาคิดว่ามีประโยชน์ใช้สอยมากและสะดวกในการใช้งาน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดAIDA, ทฤษฎีความลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อ, การวิเคราะห์สถิติข้อมูลเชิงพรรณนา, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พรธาดา สุวัฒนวิธ (2545) "คุณลำไย: หญิงผู้สับสนในยุคบริโภคนิยม" มติชน สุดสัปดาห์ 1121: 72.

มาตรฐานของผู้หญิงในเพลงคุณลำไยของ ลูกนก สุภาพร สะท้อนให้เห็นค่านิยมการลงทุนด้านวัตถุเพื่อรูปลักษณ์ของตนให้ "ทันสมัย" และดูดีในสายตาของคนในสังคม และปรารถนาให้ผู้ชายคิดใหม่ทำใหม่เกี่ยวกับการปฏิบัติต่อตัวเธอ แต่นั่นก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า อีกด้านหนึ่ง หมายถึงผู้หญิงปฏิเสธรากเหง้าของตนเองและอาจถึงกับรังเกียจเสียด้วยซ้ำไป

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, เพลง, คุณลำไย, ทันสมัย, รากเหง้าทางวัฒนธรรม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

โสภณ กัณหะเสน (2545) 'พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ประกอบธุรกิจเอกชน/รับจ้าง การศึกษาระดับปริญญาตรี นิยมใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด คือ ที่ทำงาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์คือ จำเป็นต้องใช้งานอินเทอร์เน็ต สะดวกในการเปิดรับข้อมูลได้ง่าย มีรายละเอียดและเนื้อหาดีเป็นส่วน ต่ำแหน่งของข่าวในแต่ละหน้าเรียงลำดับ สามารถติดตามข่าวสารที่ต้องการได้ตลอดเวลา

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม, แบบสอบถาม, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สมัชชนันท์ เอกปัญญากุล (2545) 'การใช้ความกลัวในสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาสินค้าเปรียบเทียบซื้อสำหรับคนรุ่นรหัสเอ็กซ์' วิทยานิพนธ์ (ศป.ม.) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ก่อนการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่คำนึงเรื่องคุณภาพสินค้ามากที่สุดในการซื้อสินค้าเปรียบเทียบซื้อ โดยประเภทความกลัวที่นำมาใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาสินค้าเปรียบเทียบซื้อที่เหมาะสมกับกลุ่มคนรุ่นรหัสเอ็กซ์แบ่งได้ 5 อันดับดังนี้ คือ กลัวความผิดหวังในการใช้สินค้า กลัวการ

ทำผิดพลาดในการตัดสินใจซื้อ กลัวไม่ปลอดภัยจากการใช้สินค้า กลัวการขาดความมั่นคงทางการเงิน กลัวถูกรังเกียจจากคนรอบข้าง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, คนรุ่นรหัสเอ็กซ์, สินค้าเปรียบเทียบซื้อ, การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ, แบบสอบถามหาค่าความถี่

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พรทิพย์ อันทิวโรทัย (2545) ' บทบาทการศึกษาในการสืบทอดและพัฒนาทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัฒนธรรมชาวสวนฝั่งธนบุรี' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย..

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุมจะใช้เวลากับสื่อวิทยุมากกว่าสื่อประเภทอื่น ดังนั้นเนื้อหาที่นักศึกษาเลือกรับจากสื่อมวลชนมากที่สุดจึงเป็นรายการเพลง มิวสิควีดีโอ ส่วนบทบาทของสื่อมวลชน เพื่อความบันเทิงที่มีต่อนักศึกษา คือ บทบาทในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตและบทบาทการสร้างความเป็นปัจเจกบุคคล ในการใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม, ทฤษฎีจิตวิเคราะห์, ทฤษฎีการเล่นความสนุกสนานของสื่อมวลชน, การสัมภาษณ์

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เอกพจน์ วิโรจน์สกุลชัย (2544) 'การสำรวจทัศนคติที่มีต่อสื่อโฆษณาบนชั้นวางสินค้าและพฤติกรรม การซื้อสินค้าของเพศหญิงในซูเปอร์มาร์เก็ต : ศึกษาเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า การซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่ไม่ได้วางแผน การซื้อล่วงหน้าหรือสามารถซื้อยี่ห้อที่โฆษณาอยู่ ดังนั้นสื่อโฆษณาบนชั้นวางสินค้าจึงมีความสำคัญ ที่จะช่วยให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ณ จุดขาย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการสื่อสารโน้มน้าวใจ, แนวคิดด้าน

ประชากรศาสตร์, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ณัฐกร ชินศรีวงศ์กุล (2544) 'ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร' คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีโภชนาการเกินมาตรฐานส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ได้แก่ ความเชื่อ ทศนคติเกี่ยวกับการบริโภค สมาชิกในครอบครัวที่มีรูปร่างอ้วน ซึ่งยังมีปัจจัยเสริมต่างๆ คือ การรับรู้สื่อโฆษณา พฤติกรรมของพ่อแม่ ครู และเพื่อน รวมไปถึงการศึกษาของบิดา

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6, พฤติกรรมการบริโภค, แนวคิดเกี่ยวกับภาวะโภชนาการ, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2544) 'ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน' คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีโภชนาการเกินมาตรฐานส่วนใหญ่เป็นเพศชายโดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ได้แก่ ความเชื่อ ทศนคติเกี่ยวกับการบริโภค สมาชิกในครอบครัวที่มีรูปร่าง

คำสำคัญ:

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

จิตรา เอื้อจิตบารุง (2544) 'การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสาร ยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร' วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร(เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้) พบว่า การเปิดรับและความถี่ของการเปิดรับทางสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์/นิตยสารวารสารมี

ความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพอใจต่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณาและการกำกับดูแลการโฆษณายา, สถิติเชิงอนุมาน, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ดำรงพล ใจยา (2544) 'พฤติกรรมและการใช้พื้นที่สัญญาณของผู้โดยสารรถไฟฟ้า ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพในบริเวณย่านสีลม ' ปรินญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่เลือกเดินทางโดยรถไฟฟ้าระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ เพราะประหยัดเวลาในการเดินทางและหลีกเลี่ยงการจราจรบนถนนอุปสรรคในการเดินทาง คือ เส้นทางทำให้บริการสั้นเกินไป และราคาค่าโดยสารแพง สำหรับทางเท้าที่เชื่อมทางเดินมีหาบเร่แผงลอยวางสินค้ากีดขวางทางเดิน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ที่ดินกับการขนส่ง, แนวคิดระบบขนส่งสาธารณะ, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ปฐมมาพรรณ ขอบกิจการ (2544) 'พฤติกรรมและความต้องการของผู้สนใจสร้างบ้านประหยัดพลังงาน ' ปรินญาเคนพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้สนใจบ้านประหยัดพลังงาน คือ ความสบายแบบธรรมชาติ ส่วนใหญ่ปรึกษาผู้สมรส รองลงมาปรึกษาสถาปนิกหรือวิศวกร และตัวแปรเรื่องการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติด้านราคา ความเหมาะสมและคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ขณะเดียวกันกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ คือ การปรับราคาค่าก่อสร้างให้ถูกลงหรือทำให้เห็นว่าประหยัด

พลังงานมีราคาต่ำกว่าก่อสร้างเท่ากับบ้านธรรมดา การพัฒนารูปแบบบ้านให้หลากหลายมากขึ้น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย, แนวคิดการย้ายที่อยู่อาศัย, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

อำไพชนิษฐ สมานวงศ์ไทย (2544) "ปัจจัยที่มีผลต่อการมารับการรักษาอย่างสม่ำเสมอของผู้ป่วย
จิตเภท กรณีศึกษา : โรงพยาบาลศรีธัญญา" สุขภาพจิตแห่งประเทศไทย 3: 128-139.

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการมารับการรักษาอย่างสม่ำเสมอของผู้ป่วย
จิตเภทที่โรงพยาบาลศรีธัญญา เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ผู้ป่วยส่วนใหญ่เกินร้อยละ 70.0
ทราบสรรพคุณของยาทางจิต และปัจจัยทางด้านอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา จำนวนครั้งของ
การมารับการรักษาตามนัด ปริมาณของการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโรคจิตเภท ระดับความรู้เกี่ยวกับโรค
จิตเภท การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการนัดปัญหาและอุปสรรคในการมาโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับ
การมารับการรักษาอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, การมารับการรักษาอย่างสม่ำเสมอ, การรับรู้
ความเจ็บป่วย, โรคจิตเภท, การสัมภาษณ์

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กรมศิลปากร (2544) "มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น" วัฒนธรรม พัฒนาการทาง
ประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดปทุมธานี (116-187) กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

มีอาหารหลายชนิดที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมและประเพณีของชาวมอญหรือชาวมอญใน
เขตจังหวัดปทุมธานี เช่น ข้าวแช่ ขนมชะมด กะละแม และยังมีอาหารประจำถิ่นของชาวมอญอีกมาก
มาย เช่น พริกกับเกลือ ปลาข้าว เป็นต้น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ปทุมธานี, ชาวมอญ, ชาวมอญ, ความสัมพันธ์ระหว่าง
อาหารกับประเพณี

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ผศ. แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย และคนอื่นๆ (2544) "อาหาร: ทรัพย์และศิลป์แผ่นดินไทย" อาหาร: ทรัพย์
และศิลป์แผ่นดินไทย (65-141) กรุงเทพฯ: แปลน โฉมทิพย์.

ประเทศไทยในแต่ละภูมิภาคมีวัฒนธรรมอาหารเฉพาะตัวตามแต่วิถีชีวิตและวิถีชีวิตของคนใน
ท้องถิ่น รวมไปถึงชาวภาคกลาง กรุงเทพฯ เกาะรัตนโกสินทร์ และชาววัง ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวใน

เรื่องการทำอาหารทั้งในแง่ของศาสตร์และศิลป์ที่ไม่ใช่แค่เพียงให้รับประทานได้อย่างเอร็ดอร่อยเท่านั้น แต่ยังมีหลักการกินให้มีสุขภาพดีและสอดคล้องกับหลักวิทยาศาสตร์อย่างไม่น่าเชื่อ และยังเจริญตา กับความงามของรูปลักษณ์ของอาหารที่วิจิตรบรรจงอีกด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, วัฒนธรรมอาหารกรุงเทพ, เกาะรัตนโกสินทร์, อาหารชาว
วัง, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2544) "สงครามพิชชาในตลาดบริโภคนิยม" มติชน สดุดีปดำนั 1090: 47.

พิชชาเป็นอาหารที่นับวันคนไทยจะนิยมรับประทานกันมากขึ้นทุกที โดยเฉพาะอย่างยิ่งตาม เมืองใหญ่ๆ จนถึงกับมีการแข่งขันทางการตลาดเพื่อแย่งชิงลูกค้าของบริษัทพิชช่ายักษ์ใหญ่ 2 บริษัท ในประเทศไทย ด้วยกลวิธีหลายรูปแบบ ทั้งการลดอ้า่างคุณสมบัติของสินค้า (พิชชา) และคุณค่าเชิง สังคม และคุณค่าเชิงบริโภค ซึ่งกลวิธีการโฆษณาเพื่อให้สินค้าได้ครองใจผู้บริโภคของพิชชาเป็น ตัวอย่างสะท้อนค่านิยมหลายประการในสังคมบริโภคนิยมของคนไทย (โดยเฉพาะตามเมืองใหญ่) ทั้ง มิติทางสังคม วัฒนธรรม และสำนึกด้านปัจเจกชน ชาตินิยม และสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, บริโภคนิยม, ชาตินิยม, สิ่งแวดล้อม, ปัจเจกชนนิยม, ไม่
ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พิเชษฐ เวชพลรักรธรรม (2544) 'การตัดสินใจเชิงจริยธรรมของวัยรุ่น ที่สื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นชายมีการตัดสินใจ ยอมรับหรือปฏิบัติในแต่ละสถานการณ์ตามความพึงพอใจ ไม่คำนึงถึงสังคมและคนรอบข้าง ขณะที่วัยรุ่นหญิงจะอาศัยความถูกต้องที่วัฒนธรรมและสังคมเป็นผู้กำหนด แต่โดยส่วนใหญ่วัยรุ่นนิยมใช้ค่านิยมของการมีอิสระภาพอย่างไร้ขอบเขต ก่อให้เกิดค่านิยมร่วมกัน มุ่งเน้นเรื่องการแสวงหาความรักและความสัมพันธ์ทางเพศ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและการตัดสินใจเชิงจริยธรรม, สัมภาษณ์เชิงกลุ่ม, การวิจัยเชิงคุณภาพ, การวิจัยเชิงปริมาณ
>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

วิลาสินี พิมพ์ไพบูลย์ (2544) 'ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความภักดีต่อตราสินค้ามากกว่าในสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันสูง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดี คือ คุณภาพสินค้า ความจำเป็นของสินค้าต่อผู้บริโภค การรับประกันสินค้า การยอมรับในราคาสินค้า ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้านค้า การบริการภายในร้าน ภาพลักษณ์ของร้านค้า ความภักดีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยทางการตลาดต่างๆที่นำมาใช้วัด ทั้งในสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และในสินค้าประเภทฟิล์มถ่ายรูป

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, อิทธิพล, ความภักดีต่อตราสินค้า, แนวคิดทัศนคติต่อตราสินค้า, การวิจัยเชิงสำรวจ, การวิจัยเชิงปริมาณ
>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เทียนชัย ไพฑูรย์ชัยภรณ์ (2544) 'ความเข้าใจ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ที่มีต่อภาพอุปมาอุปไมยประเภทต่างๆ ในงานโฆษณาชนิดยสาร' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวกต่อโฆษณาวิดีโอที่ใช้ภาพแบบอุปมาอุปไมยแบบภาพเดียวสื่อความหมาย(MP1s)มากที่สุด และเป็นภาพอุปมาอุปไมยที่สามารถก่อให้เกิดอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อได้มากที่สุด

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, โฆษณานิตยสาร, ภาพอุปมาอุปไมย, การวิจัยเชิงคุณภาพ, สันทนาในกลุ่ม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กมลเนตร อยู่คงพัน (2543) 'การรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจถือบัตรเดบิต บัตรเครดิต และบัตรเอทีเอ็มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อบัตรเดบิตในระดับปานกลาง มีการรับรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิตและบัตรเอทีเอ็มในระดับสูง และการรับรู้ถึงความแตกต่างจากบัตรอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างได้มีการเปิดรับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดต่างๆ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้, แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

จรินทร์ทิพย์ แก้วกล้า (2543) 'การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจของชาวกรุงเทพมหานคร ' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับโทรทัศน์ช่วงเย็นและค่ำมากที่สุด วิทยูจะได้รับ ความนิยมช่วงระหว่างการทำกิจกรรมหรืองานอื่นๆ โดยส่วนใหญ่ไม่เคยเล่นอินเทอร์เน็ตและการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่างขึ้นอยู่กับระดับความเครียด

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน, แนวคิดเรื่องการผ่อนคลาย, การวิจัยเชิงสำรวจ

ธนาภิต (2543) "ประเพณี พิธีมงคล และวันสำคัญของไทย" ประเพณี พิธีมงคล และวันสำคัญของไทย (28-172) กรุงเทพฯ: ปิรามิด.

ประเพณี และพิธีมงคล ของไทยมากมายเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาและการผ่านภาวะตั้งแต่ การเกิด เด็ก หนุ่มสาว ผู้ใหญ่ และการตาย ซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวพันกับทุกช่วงชีวิต สิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ สำหรับพิธีต่างๆ คือ เครื่องบูชา หรือเครื่องเซ่นไหว้ ที่มักมีข้าวปลาอาหารเป็นส่วนประกอบ แต่หนังสือเล่มนี้มิได้บอกถึงที่มาของการใช้อาหารแต่ละประเภทในแต่ละพิธีกรรมว่ามีความหมายอย่างไร เองแต่ออกถึงสิ่งที่ต้องใช้ ขั้นตอนของการทำพิธี และความหมายแอบแฝงในพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับพิธีกรรมเท่านั้น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ไทย,คนไทย,พิธีผ่านภาวะ,พิธีทางพุทธศาสนา,เครื่องประกอบพิธี,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

จิตรภัทร์ จึงอยู่สุข (2543) 'การมีส่วนร่วม ทักษะคติ การตัดสินใจซื้อ ความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสินค้าความเกี่ยวพันสูงและสินค้าความเกี่ยวพันต่ำ ที่มีการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม ' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคติ ความภักดีต่อตราสินค้า ปัจจัยด้านทักษะคติต่อสินค้าเป็นเพียงปัจจัยตัวเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคคือ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับการตลาดเชิงกิจกรรมและความภักดีต่อตราสินค้า

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,กรุงเทพฯ,การตลาดเชิงกิจกรรม,ความภักดีต่อตราสินค้า,แนวคิดเรื่องการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เกรียงไกร ทวีชาติกิจเจริญ (2543) 'แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,.

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา การศึกษาสูง อาศัยในต่างประเทศและสนใจเนื้อหาข่าวบันเทิง คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เศรษฐกิจ การเมืองและกีฬา ซึ่งค่อนข้างพอใจกับการนำเสนอในส่วนของเว็บบอร์ดข่าวด่วน โดยต้องการให้มีการให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคลและการเป็นชุมชนออนไลน์มากที่สุด

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,หนังสือพิมพ์ออนไลน์,วิจัยเชิงคุณภาพ,แนวคิดวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์,ทฤษฎีสื่อปฏิสัมพันธ์

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุชาดา จักรพิสุทธิ์ (2543) "มิติของการกิน" ศิลปวัฒนธรรม :

การกินเป็นสิ่งที่มนุษย์มีอาจจะปฏิเสธได้ อย่างแรกและสำคัญที่สุดคือเป็นไปเพราะร่างกายต้องการ แต่ภายใต้กระบวนการดังกล่าวยังแฝงถึงนัยยะสำคัญในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของมนุษย์ จากกลุ่มเล็กที่สุดคือครอบครัวไปสู่การพบปะของคนในชุมชนและถึงการกินของคนในชนชั้นสูง กระแสสังคมที่แปรเปลี่ยนไป วัฒนธรรมการกินก็เปลี่ยนแปลงซึ่งภายใต้การเปลี่ยนแปลงได้สะท้อนถึงความสัมพันธ์ ความเอาใจใส่ระหว่างมนุษย์และทุกๆ สิ่ง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ความเปลี่ยนแปลง,ความสัมพันธ์ในครอบครัว,กระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

รัชนีกร ดวงเลขา (2543) 'ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุตสาหกรรมของผู้บริโภค ' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การวิจัยพบว่า ความตระหนักรู้ต่อการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานและทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าต่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุตสาหกรรมทั้ง 2 ประเภท คือ วัสดุก่อสร้าง(ปูนซีเมนต์) วัสดุตกแต่ง(กระเบื้องเซรามิกปูพื้นและ บุผนัง)

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน, สินค้า
อุตสาหกรรม, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- **สิ้นสุดข้อความ** ----- <<

เชาวนาท เศรษฐวิทยา (2542) 'ความเชื่อของข้าราชการกรุงเทพมหานคร ต่อบัจจัยที่เอื้อให้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการเขต' รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานครได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้อำนวยการเขตเพราะมีผลงานสูงและดวงชะตาในระดับที่มีโชควาสนาดี ในขณะที่เดียวกันพบว่า ผู้อำนวยการเขตหลายท่านที่มีดวงชะตาไม่เอื้อ แต่ก็มิได้มีความสำคัญเหนือไปกว่าความสามารถ ผนวกกับอาชีพของบิดามีความสัมพันธ์กับความเชื่อของข้าราชการ ได้แก่ ครอบครัวชาวไร่ ชาวนา แต่สำหรับครอบครัวข้าราชการ ทหาร ตำรวจ เชื่อว่า ผลงานมีส่วนทำให้ได้เป็นผู้อำนวยการเขตน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังมีความเชื่อว่าอายุราชการก็มีความสัมพันธ์กับโชคชะตา

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดเรื่องความเชื่อ, การสัมภาษณ์, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เมธี ปรีชา (2542) 'บทบาททางการเมืองของกลุ่มปากน้ำ วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ' รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทางการเมือง"กลุ่มปากน้ำ" เกิดขึ้นในพรรคประชากรไทยในลักษณะความสัมพันธ์ภายในกลุ่มเป็นลักษณะระบบอุปถัมภ์ มุ่งเน้นการต่อรองและแสวงหาผลประโยชน์สำหรับกลุ่มหรือพรรคพวกมากกว่าที่จะเน้นเป็นกลุ่มทางการเมืองในระบบประชาธิปไตย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน, ทฤษฎีระบบอุปถัมภ์, ทฤษฎีเชิงหน้าที่, การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กรมศิลปากร (2542) "มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม" วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดนนทบุรี (174-189) กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

พิธีกรรมหรืองานประเพณีเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญของคน ทั้งเพื่อจรรโลงและสร้างให้สังคมมี

ความเข้าข้าง ซึ่งการประกอบพิธีหรือประเพณีนั้นอาจจะทำเพื่อบุคคลคนเดียว แต่ก็เป็นที่รับรู้กันทั่วไป ในชุมชน หรือประเพณีของชุมชนที่ทุกคนเข้าร่วม ซึ่งส่วนใหญ่ก็มีอาหารเป็นส่วนประกอบในงานพิธี ด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, นนทบุรี, ประชาชนทั่วไป, เกิด, โคนจุก, บวช, แต่งงาน, ขนมหุ้น, ข้าวแช่, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุจริตลักษณ์ ดีมดุง และคนอื่นๆ (2542) "สารานุกรมกลุ่มชาติพันธุ์มอญ" สารานุกรมกลุ่มชาติพันธุ์มอญ (25-27) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

กล่าวถึงความเป็นอยู่ของชนชาติมอญทั่วไป ที่สั่งสมมาเป็นเวลานาน ตั้งแต่เรื่องของการรับประทานอาหาร การทำอาหาร เพื่อใช้ในงานประเพณี

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, มอญ, ชาวมอญ, การรักษาโรค, อาหารการกิน, ข้าวแช่, ขนมหุ้นน้ำยา, กาละแม, ทะแยมมอญ, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุนทรี่ ไวยัญญา (2542) 'บทบาทของตลาดรังสิตในฐานะตลาดผลไม้กลาง ' อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า การเพิ่มขึ้นของประชากรในกรุงเทพฯ ส่งผลให้ตลาดขายส่งผลไม้ในกรุงเทพฯ ประสบกับความแออัดของตลาด ทำให้มีการจัดตั้งตลาดสี่มุมเมือง เพื่อลดความคับคั่งและสามารถรองรับผลไม้จากทุกภาคของประเทศ จึงทำให้ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) มีบทบาทเป็นตลาดกลางขายส่งผลไม้มากที่สุด

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีแหล่งกลาง, การเปรียบเทียบปัจจัยด้วยวิธีGoal Programming, การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ประยูร บุญประเสริฐ (2542) "แบบการดำรงชีวิตของชาวกรุงเทพมหานคร : รายงานการวิจัย" ศูนย์วิจัยธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำรงชีวิตของชาวกรุงเทพฯมี 8 รูปแบบ คือ กลุ่มหาเช้ากินค่ำ หนุ่มสาวนักบริโภค ชายชาตรี นักอนุรักษ์ กลุ่มคนทั่วไป กลุ่มตรงไปตรงมา หนุ่มสาวไฮเทค และกลุ่มนักลงทุนผู้มีประสบการณ์ ซึ่งก็ไม่มี ความแตกต่างกันมากนัก เพราะทุกกลุ่มจะให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับหนึ่ง มองว่าความมั่นคงทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญ อาจจะมีความคิดเห็นและกิจกรรมอื่นๆที่แตกต่างกันบ้าง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, กลุ่มหาเช้ากินค่ำ, กลุ่มหนุ่มสาวไฮเทค, รูปแบบจำลอง LOV, การวิเคราะห์ความคล้ายในกลุ่ม, การวิจัยเชิงพรรณนา

>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

อลิศา รามโกมุท (2542) "เกาะเกร็ด : วิถีชีวิตชุมชนมอญริมน้ำเจ้าพระยา" เกาะเกร็ด : วิถีชีวิตชุมชนมอญริมน้ำเจ้าพระยา (49-71 & 78-92) กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

เรื่องราวการปฏิบัติของชนชาวมอญในเกาะเกร็ดตั้งแต่การแต่งกาย การปรุงอาหาร การเกิด การตาย และประเพณีสงกรานต์ ซึ่งได้อธิบายการทำบุญของชาวชอญเกาะเกร็ดไว้ว่า จะทำประมาณ 3 วัน คือ ทำบุญข้าวแช่ 1 วัน ทำบุญกลางบ้าน 1 วัน และทำบุญสงฆ์น้ำพระ 1 วัน ซึ่งแต่ละวันจะมีการเตรียมการและดำเนินพิธีการของแต่ละวันที่แตกต่างกันไป

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, นนทบุรี, เกาะเกร็ด, มอญ, การแต่งกาย, การปรุงอาหาร, การเกิด, การตาย, สงกรานต์, บุญข้าวแช่, บุญกลางบ้าน, สงฆ์น้ำพระ, ไม่ระบุ
>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

เรื่องศักดิ์ บุญขจร (2542) "ประเพณีและการละเล่น" ปทุมธานี : ภูข้าวของชาวกอง (74-79) กรุงเทพฯ: แสงปัญญาเลิศ.

ประเพณีการละเล่นของชาวมอญในจังหวัดปทุมธานีในอดีตกับปัจจุบันยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ โดยเฉพาะประเพณีสำคัญ เช่น รำมอญ ที่จะรำกันเมืองมิ่งงานมงคลหรืองานศพ ประเพณีเป็งสงกรานต์ที่คล้ายกับงานวันสงกรานต์ของไทยเพียงแต่จะมีข้าวแช่เป็นส่วนประกอบในการเตรียมอาหารถวายพระภิกษุ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ปทุมธานี, ชาวมอญ, ชาวมอญ, ประเพณีเป็งสงกรานต์, ไม่ระบุ
>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

กรมศิลปากร (2542) "มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม" วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดสมุทรปราการ (126-128) กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

มีอาหารหลายชนิดที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมและประเพณีของชาวมอญหรือชาวมอญในเขตอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เช่น ข้าวแช่ กะละแม และข้าวเหนียวแดง และยังมี ความเชื่อสืบเนื่องไปถึงผีประจำอาหารด้วย เช่น ผีข้าวเหนียว รวมทั้งความเชื่อที่เกี่ยวข้องไปถึงตำนาน

ในพระพุทธศาสนาด้วย เช่น น้ำผึ้ง ด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, สมุทรปราการ, ชาวรามัญ, ชาวมอญพระประแดง, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กรรณิการ์ พรหมเสาร์ และ นันทา เบญจศิลารักษ์ (2542) "ของหวาน ของว่าง" แกะรอยสำหรับไทย (119-134) เชียงใหม่: วรณรักษ์.

ความเชื่อในการรับประทานของหวานของคนไทยพละชนมไทย มีหลักฐานปรากฏครั้งแรกในสมัยสุโขทัย มีส่วนผสมยุคแรกๆ เพียง ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว น้ำตาล มะพร้าว และกะทิ ต่อมาเมื่อเริ่มมีความสัมพันธ์กับต่างประเทศ จึงรับเอาวัฒนธรรมขนมเข้ามาพร้อมกับการเผยแพร่ศาสนาและเกิดการผสมผสานกันเป็นขนมหลายชนิดที่มีกรรมวิธีแตกต่างกัน มีที่มาแตกต่างกัน ต่อมาขนมบางชนิดกลายเป็นขนมในงานพิธีและประเพณีต่างๆ ด้วยความเชื่อที่แตกต่างกันไป

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ของหวาน, ของว่าง, งานพิธี, เสียหาย, ขนมมงคล, ออก

พรรษา

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

จันทร์ทิพย์ เอี้ยว (2542) "ข้าวยาคุ" กินแบบไทย (43-47) กรุงเทพฯ: แสงแดด.

เทศกาลสารทเดือน 10 ของไทย ได้รับอิทธิพลมาจากอินเดีย ที่เฉลิมฉลองข้าวใหม่ในช่วงที่ข้าวกำลังเป็นน้ำนม โดยมีความเชื่อว่าจะเป็นการมงคลแก่ข้าว ออกรวงตลอดปี การทำข้าวยาคุเป็นการทำของหวานที่ต้องใช้ประสบการณ์ในการทำเพราะความยากตั้งแต่การดูข้าว วิธีการทำ จึงทำให้เริ่มเลือนหายไป แต่ชาวมอญสามโคก เมืองปทุมธานี ยังคงทำข้าวยาคุไปถวายพระอยู่เสมอ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ปทุมธานี, ชาวมอญสามโคก, สารทเดือน 10, อินเดีย, ข้าว

ยาคุ, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

มณฑิพย์ สิทธิพิพัฒน์ (2542) "พริกกะเกลือ" กินแบบไทย (23-27) กรุงเทพฯ: แสงแดด.

ในอดีต พริกกะเกลือหรือพริกกับเกลือ ไม่ได้เป็นชื่อเรียกเครื่องจิ้มผลไม้ที่คนไทยรู้จักเป็นอย่างดีเท่านั้น หากยังเป็นกับข้าวชนิดหนึ่งที่ใช้คลุกกินกับข้าว ซึ่งปัจจุบันนี้แทบไม่มีใครรู้จักแล้ว แต่ที่ชุมชนมอญสามโคก ปทุมธานี ยังคงมีอยู่ และไม่ได้ทำเพื่อเป็นอาหารเท่านั้น แต่ยังมีการทำเพื่อใส่บาตรในช่วงเข้าพรรษาด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,พริกกับเกลือ,มอญสามโคก,ปทุมธานี,เข้าพรรษา,กับข้าว,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กุลลินี มุทธากลิน (2541) "ยุควัฒนธรรมบริโภคนิยมครองโลก : สร้างมายาภาพให้เป็นสัจจะเทียม" **ไทยยุควัฒนธรรมทาส 0** บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน): สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและมูลนิธิภูมิปัญญา.

สรุปสาระสำคัญ คือ ความต้องการของผู้บริโภคตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของการควบคุมจัดการผ่านสื่อการโฆษณาของระบบสื่อสารมวลชน บริโภคนิยมจึงเป็นอุดมการณ์ที่มุ่งสร้างจิตสำนึกแห่งความอยาก โดยครอบครองและควบคุมมวลชนไว้ภายใต้สัญญาแห่งเสรีภาพของการบริโภค แต่ทว่าเป็นการสร้างจุดจบและเป้าหมายของตนเองอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,กรุงเทพฯ,ระบบทุนนิยมสมัยใหม่,วิภาษวิธี,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ประกิจ ชยันตธีระศิลป์ (2541) 'การตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครของคนที่ต่างด้าวระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539' เสนอพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาที่คนต่างด้าวอยู่ในประเทศไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้คนต่างด้าวคิดที่จะซื้อที่อยู่อาศัย ในขณะที่ปัจจัยสำคัญอันดับแรกของการตัดสินใจซื้ออาคารชุดคือทำเลที่ตั้งของอาคารชุดที่อยู่ใกล้กับที่ทำงาน อันดับรองลงมา เช่น คุณภาพของวัสดุและการก่อสร้าง

ชื่อเสียงของเจ้าของโครงการ การให้บริการติดต่อกับทางหน่วยงานราชการ ตามลำดับ และความพึงพอใจของคนต่างด้าวที่ซื้ออาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ, คนต่างด้าว, ตารางแจกแจงข้อมูล

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ศุภรัตน์ ยุทธนาระวีศักดิ์ (2541) 'บทบาทของสื่อสารมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล กับการแพร่กระจายข่าวเหตุการณ์สำคัญในกลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัย' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า อัตราการแพร่กระจายข่าวเหตุการณ์สำคัญ ขึ้นอยู่กับความสนใจของนิสิตมากกว่าความสำคัญที่สื่อมวลชนนำเสนอและระดับความสนใจข่าวของนิสิตมีความสัมพันธ์กับระดับการบอกเล่าข่าวกับระดับการติดตามข่าว

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดการแสวงหาข่าวสาร, ทฤษฎีการจัดวาระข่าวสาร, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

อัชฌา สุนทรพิทักษ์ , (2541) 'อิทธิพลของตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเป็นกลางและเป็นบวกต่อการใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียง ส่วนกลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีทัศนคติทั้งเป็นบวกและเป็นลบ ทั้งสองกลุ่มมีความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการใช้ตัวการ์ตูนสัตว์เพื่อนำมาใช้เองอยู่ในระดับสูง แต่ความตั้งใจซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนคนอยู่ในระดับต่ำ และมีความตั้งใจซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนเพื่อมอบเป็นของขวัญในระดับสูง เพศ อายุ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติและความตั้งใจซื้อเฉพาะบางกรณี

Keywords: วัฒนธรรมกับการบริโภค, วัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ปองพรรณ พนมสารรินทร์ , (2541) 'ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคพลาสติกฟู้ดของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นหญิงใช้ร้านพลาสติกฟู้ดเป็นสถานที่นัดพบเป็นเหตุผลหลักในการบริโภคอาหารพลาสติกฟู้ด สิ่งที่น่าสังเกต คือ กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทำให้วัยรุ่นบริโภคพลาสติกฟู้ดได้พอสมควร แต่โฆษณากลับไม่ค่อยมีอิทธิพลกับวัยรุ่นเท่าใดนัก เวลาที่ใช้ในการบริโภค คือ 30 นาที - 1 ชั่วโมง และบริโภค 2-4 ครั้งต่อเดือน วัยรุ่นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพลาสติกฟู้ดในด้านคุณภาพอาหาร รสชาติ ความสะอาด ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสุขภาพของพนักงาน การส่งเสริมการขาย และความทันสมัยอยู่ในเกณฑ์ดี กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเคยเปิดรับโฆษณาพลาสติกฟู้ดจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

Keywords: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, สื่อสารการตลาด, พฤติกรรมการบริโภค

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กุลลินี มุทธากลิน (2541) "ยุควัฒนธรรมบริโภคนิยมครองโลก" ไทยยุควัฒนธรรมทาส (85-104)
กรุงเทพฯ: โครงการวิถีทรรศน์.

ปรากฏการณ์บริโภคนิยมในสังคมเน้นให้มนุษย์ตั้งเป้าหมายของความสุขและชีวิตของตนไว้
กับการบริโภคให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เป็นกระแสหลักที่นำสังคมในปัจจุบัน ทั้งการบริโภคเพื่อ
ความอยู่รอด และการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่นับวันจะมีความหมายและทวีความสำคัญมากขึ้นทุกที ถูก
วิพากษ์วิจารณ์และวิเคราะห์ด้วยหลักคิดและทฤษฎีของนักคิดชาวต่างประเทศมากมาย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ไทย, คนไทย, บริโภคนิยม, ทฤษฎีบริโภคนิยม, ตะวันตก,
บริโภคเชิงสัญลักษณ์, ปัจเจก, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พิชัย สันติวงศ์ (2541) 'ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาปานกลางในสภาวะเศรษฐกิจตก
ต่ำ(กรณีศึกษา : ผู้กู้สินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์)' เสนอพัฒนาการเศรษฐศาสตร์มหาดิน บัณฑิต
สถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อบ้านในช่วงสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเป็นกลุ่มที่มีความต้องการที่
อยู่อาศัยอย่างแท้จริง เนื่องจากการแต่งงานและแยกครอบครัวออกมา และปัญหาเศรษฐกิจทำให้
ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยลดลง ขณะที่อัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ยังพบอีกว่า
ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่สำคัญ คือ ต้องการออมเงินในรูปของอสังหาริมทรัพย์ ราคาและเงื่อนไข
ในการชำระเงินและที่ตั้งโครงการรวมทั้งการตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, สินเชื่อ, แนวความคิดเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่
อาศัย, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ธีระพล ท่วมชุมพร (2541) 'การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และเหตุผลของการตัดสินใจซื้อวิทยุติดตาม
ตัวของเยาวชนที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ' ปริญญาานิเทศศาสตรมหา
บัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวิทยุติดตามตัว จากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการตัดสินใจ ขณะที่ทัศนคติต่อคุณลักษณะของวิทยุติดตามตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อวิทยุติดตามตัว โดยเฉพาะมีเหตุผลเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนภายในกลุ่ม

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, วิทยุติดตามตัว, การสื่อสารภายในกลุ่ม, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เยาวลักษณ์ นีจาร์รัตน์ (2541) "ขนมปัง ข้าวฝรั่ง ของหวานไทย" **ครัวไทย คนไทย** (73-79) กรุงเทพฯ: แสงแดด.

เรื่องราวขนมปังในเมืองไทยทั้งจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่บ่งบอกว่าขนมปังเข้ามาอยู่ในเมืองไทยมากกว่า 300 ปี ตั้งแต่สมัยอยุธยา วิธีการรับประทานขนมปังของคนไทยต่างจากชาติอื่น ที่เป็นการผสมผสานระหว่างการรับประทานของจีนและตะวันตก สาเหตุที่ทำให้ขนมปังซึ่งเป็นอาหารหลักของชาวตะวันตกกลายเป็นของว่างของคนไทย แต่ในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมทำให้คนไทยเริ่มหันมานิยมรับประทานขนมปังมากขึ้นเรื่อยๆ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, การผสมผสานทางวัฒนธรรม, การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม, อาหารหลักของชาวตะวันตก, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พุทธชาติ นาคเรือง (2541) 'การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนระดับประถมศึกษาที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร' คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต คณะคุรุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐาน คือ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ทัศนคติ ความเชื่อ อำนาจในการซื้ออาหารและสถานที่ที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้ปกครอง โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนชายที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐาน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ภาวะโภชนาการเกินมาตรฐาน, แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุรวิทย์ โยเนจหอ (2540) 'ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการซื้อขายรถยนต์ส่วนตัวในกรุงเทพมหานคร' สังคมวิทยา มหาวิทยาลัย คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในกรุงเทพมหานคร พักไกลจากที่ทำงาน มีตำแหน่งหน้าที่การงานสูง รายรับสูง สมรสแล้ว มีบ้านส่วนตัวในกรุงเทพมหานคร และมีรายได้เสริมล้วนเป็นปัจจัยให้เกิดความต้องการซื้อรถยนต์ แต่ว่าจำนวนบุตรไม่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการซื้อรถยนต์ส่วนบุคคล

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดและทฤษฎีการทำทางสังคม, การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กษมา วรรณศิลป์ (2540) 'บทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง : กรณีศึกษาพัฒนาการในพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร' การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์การค้าชานเมืองนอกจากเป็นแหล่งบริการด้านสินค้า สถานที่พักผ่อนหย่อนใจแก่ประชาชนในย่านชานเมืองแล้ว ยังก่อให้เกิดผลกระทบและปัญหาที่ตามมา ได้แก่ผลกระทบด้านการใช้ที่ดิน ผลกระทบด้านการจราจร ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อม

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวความคิดการจัดระดับศูนย์กลางชุมชน, แนวความคิดในการขยายตัวของชานเมือง, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ตุลย์ บุญชัย (2540) 'กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของบริษัทจำหน่ายเพลงสากล การเปิดรับและความพึงพอใจเพลงสากลของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษา ในกรุงเทพมหานคร' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของบริษัทจำหน่ายเพลงสากล เน้นการสื่อสารการตลาดและการส่งเสริมการจำหน่าย โดยเฉพาะสื่อจะมีอิทธิพลมากที่สุด สำหรับการตัดสินใจซื้อเทปหรือซีดีเพลงสากลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, เพลงสากล, แนวคิดการสื่อสารและวัฒนธรรม, การวิจัยเชิงลึก

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์ (2540) 'ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั่วไป กับการเปิดรับสื่อวารสารสนเทศของเด็กและเยาวชน ในเขตกรุงเทพมหานคร' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารสนเทศมีความสัมพันธ์กัน ในทางบวก แต่ก็มี ความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากร

ของเด็กและเยาวชน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรม, แนวคิดเกี่ยวกับสื่อเทคโนโลยีในประเทศที่กำลังพัฒนา, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล (2540) 'การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ของชาวกรุงเทพมหานคร' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า เพศ, อายุ, การศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์และการรับรู้ถึงความรุนแรงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลดปริมาณการบริโภคสินค้าในประเทศและการใช้บริการ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดวิกฤตการณ์, แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พจน์ สัจจะ (2540) "มะพร้าว ต้นไม้แห่งชีวิต" โลกวัฒนธรรมของอาหาร (69-79) กรุงเทพฯ: แสงแดด.

ต้นมะพร้าวมีมาก่อนสมัยประวัติศาสตร์ ชอบภูมิอากาศและสภาพดินใกล้ทะเล จึงมักขึ้นได้ดีตามแนวชายฝั่ง แต่สำหรับถิ่นแรกๆของมะพร้าวนั้นมีสมมติฐานเป็น 3 แบบแตกต่างกันไป แต่ข้อที่น่าเชื่อถือที่สุดคือมะพร้าวมีถิ่นกำเนิดอยู่แถบเอเชียอาคเนย์ เพราะมีการปลูกมากที่สุด และชีวิตของผู้คนเกี่ยวข้องกับมะพร้าวเป็นอย่างมาก ยิ่งเฉพาะในเมืองไทยก็มีมากมายหลายพันธุ์ แต่ปลูกเพื่อใช้สอยในครัวเรือนมากกว่าปลูกเพื่อขาย ซึ่งมีประโยชน์มากมายใช้สอยได้ทุกส่วน กลายเป็นพืชที่ผูกพันกับคนไทย จึงมีความเชื่อเกี่ยวกับมะพร้าวมากมายและกลายเป็นสิ่งจำเป็นในงานพิธีหลายงาน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,มะพร้าว,ความเชื่อ,งานพิธี,ไม่ระบุ

>>-----สิ้นสุดข้อความ -----<<

ณัฐพร พานิช (2539) 'การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ' นิตยสารศึกษาศาสตร์ฉบับพิเศษ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของระดับการศึกษา ประเภทของโรงเรียน อาชีพของบิดา สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ ประเภทของโรงเรียน ล้วนส่งผลต่อการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อ เพื่อคลายเครียดจากการเรียนหรือการทำงาน ทำให้จิตใจเบิกบานแจ่มใส มีการใช้เทคโนโลยีช่วยให้เพลงมีความแปลกใหม่ขึ้น เป็นการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ การเปิดรับสื่อเหล่านี้ทำให้เสียการเรียน ต้องใช้จ่ายเงินมากในการเปิดรับสื่อเหล่านี้

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,กรุงเทพฯ,ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ,แบบสอบถาม,การวิจัยเชิงสำรวจ

>>-----สิ้นสุดข้อความ -----<<

7
พิรฤดา พจนพิสุทธิ์ (2539) 'ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจต่อการชมภาพยนตร์ยังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการชมโฆษณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ในทุกๆด้าน การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารในทุกๆด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ, ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจ, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุชาดา มะโนทัย (2539) 'การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กรุงเทพมหานคร ' คุรุศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการบริโภคอาหารในด้านความรู้ ทักษะคติและบริโภคนิสัยที่เกี่ยวกับปัญหาโภชนาการเกินมาตรฐานและโรคอ้วนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความรู้โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ทักษะคติและบริโภคนิสัย โดยรวมอยู่ในระดับดีแต่ควรปรับปรุง ในเรื่องความต้องการสารอาหารตามหลักโภชนาการใน 1 วัน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดพฤติกรรมการบริโภคอาหาร, ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการบริโภคอาหาร, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กิตติศักดิ์ ฤกษ์วีสุข (2539) 'บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการให้การเรียนรู้ทางการเมืองกับประชาชน : ศึกษากรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2535' รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ที่จำหน่ายในช่วง 30 มิถุนายน - 13 กันยายน 2535 แยกเป็น

2 กลุ่ม คือ กลุ่มแนวนิยมกับกลุ่มแนวคุณภาพ โดยทั้ง 2 กลุ่มได้ให้การเรียนรู้ทางการเมืองกับประชาชน ด้วยการเสนอข่าวในลักษณะใหญ่ๆที่คล้ายคลึงกัน และแสดงบทบาทในการชี้แนะประชาชน เพื่อให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้สมัครหรือพรรคการเมืองที่อยู่ในฝ่ายต่อต้านรัฐบาลพลเอกสุจินดา คราประยูร

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวความคิดและทฤษฎีสื่อมวลชน, แนวความคิด บทบาท และหน้าที่ของสื่อมวลชนในระบบการเมือง, การวิจัยเชิงคุณภาพ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ยูนิ นากามูระ, (2539) 'พลวัตของวัฒนธรรมบริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยในเขตมหานคร กรณีศึกษา : นักเรียนระดับชั้นมัธยมในกรุงเทพมหานคร' ปรินญามหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม โครงการสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รูปแบบการบริโภคสินค้าที่มีรูปการ์ตูน คือ ผลิตภัณฑ์ ซานริโอ (SANRIO) ของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมกระแสย่อยซึ่งอาศัยอยู่ภายใต้การกำหนดของระบบตลาด กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาพยายามที่จะแสดงความเลียนแบบและความแตกต่างโดยมีความมั่งคั่งและการใช้ชีวิตที่แสดงความหรูหรามากกว่าคนอื่นหรือเหมือนคนอื่นในกลุ่มตัวอย่างและสามารถสังเกตได้ชัดโดยอาศัยสินค้าที่มีรูปการ์ตูนนั้น สินค้าที่มีรูปการ์ตูนดังกล่าวกำลังเป็นที่นิยมกันอยู่ในกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มวัยเดียวกันนั้นเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจของผู้บริโภคด้วย เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศและมีราคาแพง

Keywords: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ผลิตภัณฑ์ซานริโอ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พิชัย นิรมานสกุล , (2539) 'ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ตัวแปรด้านเพศ อายุ และอาชีพจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศที่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนตัวแปรด้านสถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน การเป็นเจ้าของบ้านและการเป็นเจ้าของรถยนต์ไม่มีผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ, ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสื่อระหว่างบุคคลก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อมากกว่าสื่ออื่น ๆ ,ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Keywords: วัฒนธรรมกับการบริโภค,สินค้าแฟชั่นBrand Name

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2539) "สังคมไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง" **สังคมไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง** () กรุงเทพฯ: คณะกรรมการเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนา.

สังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสแห่งทุนนิยมและบริโภคนิยม ผู้บริโภคต่างมีความต้องการที่แตกต่างกันไป และมีพฤติกรรมที่ต่างกันด้วย ในขณะที่เดียวกัน ผู้ผลิตสินค้าทั้งในรูปของวัตถุ สิ่งของจำเป็นของร่างกาย สิ่งของจำเป็นทางจิตใจ และต่างก็มีพฤติกรรมในการผลิตสินค้าต่างกัน โดยทั้งสองฝ่ายต่างสัมพันธ์เชิงสังคมของคนที่ต้องอยู่ร่วมกัน ทำให้คนกลายเป็นวัตถุ ปฏิสัมพันธ์ความรู้สึกทางใจอันละเอียดอ่อนกลายเป็นเรื่องที่ถูกมองข้ามไป

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ไทย,คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค,โสเภณี,กามภรณ์, การกระจายรายได้,ทรัพยากร,ป่า,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

มัทนา อุเทน (2539) 'พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภคอาหารหวานแรม่งลอย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ' วิทยานิพนธ์ (ค.ม.) คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มัทนา อุเทน (2539) 'พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภคอาหารหยาบแรมแฝงลอย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ' วิทยานิพนธ์ (ค.ม.) คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารหยาบแรมแฝงลอยจากการค้นคว้าหาความรู้ได้เอง จากสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และวารสาร จึงทำให้นักเรียนมีโอกาสได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารหยาบแรมแฝงลอยมากขึ้น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร, การบริโภคอาหารหยาบแรม, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุนีย์ ไรจนโอฟารัตน์ (2539) 'บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการดื่มไวน์ ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ เพื่อน พนักงานขาย สามีภรรยา รวมถึงทัศนคติเรื่องไวน์มีส่วนช่วยรักษาสุขภาพ ตลอดจนสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมล้วนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการดื่มไวน์

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการสื่อสารการตลาด, แนวคิดการเปิดรับสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

วราณี ลิสุวรรณกุล (2539) 'พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง ในวันที่ 17 พฤศจิกายน 2539 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 26-30 ปี 31-40 ปี เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นเป็นเวลานานกว่า 3 ชั่วโมง เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหว

ของบ้านเมือง จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งต่างกันตาม อายุ การศึกษา อาชีพและ รายได้

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ความเคลื่อนไหวทางการเมือง, การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

จรัสศรี อุสาณะ (2539) 'การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษา โรงเรียน สาธิตสังกัฒบวงมหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร' คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต คณะคุรุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานชอบซื้อขนมประเภทนมและ ผลิตภัณฑ์จากนมรวมถึงอาหารประเภทไขมันกับประเภททอด นักเรียนที่มีภาวะโภชนาการต่ำกว่า มาตรฐาน จะไม่รับประทานอาหารจุกจิบระหว่างมื้อ แต่ชอบซื้อลูกอมรับประทาน แม้ว่าผู้ปกครอง จะมีบทบาทในการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคก็ตาม นักเรียนยังคงเลือกรับประทานอาหารเฉพาะที่ ชอบ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ปัญหาภาวะโภชนาการ, การประเมินภาวะ โภชนาการ, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เรวดี คงสุภาพกุล (2539) 'การใช้ระบบอินเตอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร' นิเทศ ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบเป็นอย่างดีเชื่อมโยงถึง ทัศนคติของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อระบบอินเตอร์เน็ต นิยมใช้เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่าง สถาบันกับเพื่อนต่างประเทศ การค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ พิมพ์จดหมายข่าว งานมัลติมีเดียและการชัก ชวนให้เพื่อนใช้ระบบ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ, ทฤษฎีการสื่อสาร, การสัมภาษณ์เชิงลึก, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ฉิติ รัตนโชติ (2539) 'วัยรุ่นหญิงกับการสูบบุหรี่ : ศึกษาเฉพาะนักเรียนหญิงในโรงเรียนอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร' สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนเพื่อนสนิทที่สูบบุหรี่ ความรู้สึกผูกพันต่อบิดามารดา ความรู้สึกผูกพันต่อครูและโรงเรียน ความยึดมั่นผูกพันต่อกิจกรรมที่สังคมยอมรับ ความเชื่อถือในบรรทัดฐานและกฎเกณฑ์ของสังคมและทัศนคติของวัยรุ่นหญิงต่อการสูบบุหรี่ของผู้หญิง ล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นหญิง โดยที่จำนวนเพื่อนสนิทที่สูบบุหรี่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นหญิงสูงสุด

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการคบหาสมาคมที่แตกต่าง, ทฤษฎีความผูกพันทางสังคม, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พนม คลีฉายา (2539) 'อิทธิพลและประสิทธิภาพของสื่อเกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งอายุ 18-19 ปี เขตกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2538' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่มีประสิทธิภาพต่อการเลือกตั้ง ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งสูง ขณะเดียวกันก็มีทัศนคติที่ดีต่อการเลือกตั้งแต่ไม่ได้เป็นสิ่งที่ยืนยันว่าเขาจะไปใช้สิทธิเลือกตั้ง เนื่องจากว่ากลุ่มตัวอย่างไปใช้สิทธิเลือกตั้งเพียง 56.9 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น พร้อมทั้งให้เหตุผลว่า สื่อต่างๆ มีเพียงจำนวนเล็กน้อยที่ให้เหตุผลว่าไปเลือกตั้งเพราะตระหนักในหน้าที่และมีจิตสำนึกที่ดีต่อบ้านเมือง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนและความพึงพอใจ, แบบสอบถาม, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

รัตนา ภัทธนาภานต์ (2539) 'ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz.' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า เนื่องจากปัจจุบันเกิดความเครียดมากขึ้น จึงทำให้ กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือเพื่อการสาธารณะประโยชน์ต่างๆ ที่ทางรายการจัดให้ เพื่อเป็นการผ่อนคลายส่วนหนึ่ง ผลจากการที่กลุ่มวัยรุ่นมีการเปิดรับสื่อวิทยุค่อนข้างมาก สื่อวิทยุจึงควรเป็นแบบอย่างที่ดีในการนำเยาวชน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีกลุ่มสังคม, แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

อัญญา ม้าลายทอง (2539) 'การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของพนักงานในกลุ่มบริษัท ล็อกซเลย์ จำกัด(มหาชน)' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะ

นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด เช่น เพื่อน รองลงมา คือ สื่อมวลชนประเภทนิตยสารและสื่อเฉพาะกิจประเภทการจัดนิทรรศการ ระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, พฤติกรรมการสื่อสารที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม, ทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรม, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สมควร เจริญสุข (2539) 'พฤติกรรมกรเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เิดรับชมรายการเกมโชว์ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ชมรายการมากกว่า 1 ชั่วโมง ให้เหตุผลว่า เพื่อความบันเทิงและเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ รายการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ รายการเกมโชว์ทางไทยทีวีสี ช่อง 9 การเปิดรับรายการเกมโชว์มีความสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ, แนวคิดลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นิศากร ตันลาพุดม (2538) 'การรับรู้ และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และพฤติกรรมกรซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร ' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้แรงงานที่มีการรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมกรซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาได้นำเสนอ

ในทางตรงข้ามแม้ว่าจะมีการเปิดรับสารดษนาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์มากหรือน้อยก็ตามจะไม่มีผลต่อการรับรู้และจดจำสารโฆษณายาแก้ปวดลดไข้ได้

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์, แนวคิดด้านการโฆษณา, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สุนทร สุราษฎร์กุล , (2538) 'ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น : ศึกษากรณีนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย' วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ของวัยรุ่น สื่อมวลชนและการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากที่สุด ซึ่งสื่อมวลชนที่มีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากที่สุด ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารและวารสาร ปัจจัยรองลงมา ได้แก่ เพศ อาชีพ และรายได้ของบิดามารดา อายุ ระดับการศึกษาของวัยรุ่นและเพื่อนสนิท

Keywords: วัฒนธรรมกับการบริโภค, การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กิตติพงศ์ พัฒนพงศ์ (2538) 'พฤติกรรมเบี่ยงเบนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร : การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางสังคมจิตวิทยา' วิทยานิพนธ์ (ศค.ม.) คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ความใกล้ชิดกับผู้ที่เบี่ยงเบน การยอมรับตัวแบบที่เบี่ยงเบน การเสริมแรงเพศของนักเรียนเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญและสายอาชีพในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, พฤติกรรมเบี่ยงเบน, ทฤษฎีการควบคุมทางสังคม, วิจัยเชิงปริมาณ

นุชรี ตันตวิจิตร (2537) 'การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่ชมเป็นไปเพื่อความบันเทิงมากที่สุด การดูโทรทัศน์ที่ช่วยให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ด้านชีวิตและครอบครัวขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัวที่หย่าร้าง และแยกกันอยู่ ส่วนการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมมีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพนักศึกษารายได้ สถานภาพโสดของกลุ่มตัวอย่าง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ, พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์, แบบสอบถาม

>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

สมเกียรติ สิกขารักษ์สกุล (2537) 'บทบาทของสมาคมไต้หวันกับการผสมผสานทางวัฒนธรรมในสังคมไทย : กรณีศึกษาโรงเรียนไต้หวัน' มานุษยวิทยามหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า สมาคมไต้หวันแห่งประเทศไทย เป็นการรวมตัวของสมาคมผู้ย่อบวนใต้และสมาคมแข่งดำว เพื่อให้ลูกหลานชาวจีนไต้หวันได้การศึกษา โดยเฉพาะสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม นำนโยบายชาตินิยมไทยเข้ามาใช้เป็นผลทำให้โรงเรียนจีนถูกควบคุมอย่างเข้มงวด โรงเรียนยูนิทิกงสวยได้รับการดูแลจากสมาคมและเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของสมาคมที่เป็นสวัสดิการทางสังคมด้านการศึกษาและวัฒนธรรม ขณะเดียวกันโรงเรียนก็พยายามธำรงเอกลักษณ์จีนให้เกิดขึ้น ด้วยการขัดเกลาทางสังคมในชั้นเรียนภาษาจีน และกิจกรรมนอกหลักสูตรเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนและโดยการสอนของครูจีน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, สมาคมไต้หวันแห่งประเทศไทย, การขัดเกลาทางสังคมของชาวจีน, การรวบรวมเอกสาร

>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

งามพิศ สัตย์สงวน (2537) 'วัฒนธรรมยากจน : สลัมแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร' วัฒนธรรมเมือง :

ชุมชนเมืองและการเปลี่ยนแปลงในกรุงเทพฯและปริมณฑลคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า มีค่านิยมทางด้านความบันเทิง นิยมฟังเพลง ดูโทรทัศน์ พยายามหาความสุขในปัจจุบันเท่านั้น มีกลยุทธ์ในการใช้ชีวิตให้ยืดหยุ่นเกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าด้วยเงินผ่อน ตลอดจนเปิดร้านค้าในบริเวณใกล้เคียง ปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น คนส่วนมาก 90% ต้องการอยู่ในชานเมืองเป็นที่ดินของตนเอง แต่บางส่วนที่น้อยจะเลือกอยู่แฟลตเพราะพวกนี้มีฐานะดี ส่วนน้อยต้องการอยู่ใกล้แหล่งทำมาหากิน และก็เป็นพวกที่ต่อต้านการย้ายที่ดิน ทำให้ไม่ยอมย้ายไปจากสลัม เกิดการต่อรอง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีมานุษยวิทยาเชิงสัญลักษณ์, ทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม, ทฤษฎีความขัดแย้ง, การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กุลทรัพย์ อาลี (2537) 'ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทนมทางโทรทัศน์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าประเภทนมของเด็ก' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทนมทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการระลึกจดจำและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าประเภทนมของเด็กในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, การบริโภคสินค้าประเภทนมของเด็ก, การวิเคราะห์เชิงพรรณนา, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

บุญนาค ภักธพงษ์ศมณี, (2537) 'พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร' ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาคุณธรรมศาสตร์ศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่ใช้เพื่อนเป็นแหล่งข้อมูล มีการวางแผนการซื้อเป็นบางครั้ง โดย

ชวนเพื่อนไปซื้อเสื้อผ้าและขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อ นิยมไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้า วัยรุ่นตอนปลายหญิงปฏิบัติมากกว่าชายในเรื่อง การใช้สถานที่แสดงสินค้าและนิตยสารสิ่งพิมพ์เป็นแหล่งข้อมูล ชวนพ่อแม่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้า ขอคำปรึกษาจากเพื่อน พ่อแม่และญาติพี่น้อง ส่วนวัยรุ่นตอนปลายชายปฏิบัติมากกว่าวัยรุ่นตอนปลายหญิงในเรื่อง การไปซื้อเสื้อผ้าคนเดียว ไม่ปรึกษาใครในการซื้อ

Keywords: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

คุณวดี อึ้งสกุล (2537) 'บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องก้องที่พบกในช่วงวิกฤติการณ์เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2535' วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องก้องที่พบกในช่วงวิกฤติการณ์เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2535 ถูกคิดหวังให้สามารถผลักดันจนเกิดความเคลื่อนไหวในสังคมเพื่อให้เกิดเอกภาพและเสถียรภาพ ความมั่นคงของประเทศทุกขั้นตอนของการดำเนินการเป็นไปตามกลยุทธการปฏิบัติการจิตวิทยาทางทหาร ด้วยการสถิติกันการไหลของข้อมูลข่าวสารจึงไม่เกิดผลในการลดความวิตกกลับเพิ่มความสับสนและข่าวลือ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดระบบโครงสร้างและหน้าที่ของวิทยุ, แนวคิดการจัดการภาวะวิกฤติ, การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก, การวิจัยเชิงคุณภาพ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

อายุวัฒน์ จุนสมพิศศิริ (2537) 'สื่อบุคคลกับแนวทางแก้ไขพฤติกรรมการใช้ยาเสพติด ใช้ แก้วด ไม่ถูกต้อง ในชุมชนแออัด ' วิทยานิพนธ์ (ว.ม.) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยสรุปว่า กลุ่มอาชีพที่ได้ค่าจ้างรายเดือนมีพฤติกรรมการใช้ยาเสพติดที่ถูกต้องและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ยาสำหรับบำบัดอาการเจ็บป่วยเล็กน้อย แต่ประชาชนในชุมชนโดยส่วนใหญ่ชื้อยามารับประทานเอง มีทั้งยาที่รู้จักตั้งแต่อดีตและจากคำโฆษณาของโทรทัศน์ โดยจะมีเพียงบางส่วนที่รับการตรวจรักษาจากแพทย์

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ชุมชนแออัด, การวิจัยเชิงคุณภาพ, ทฤษฎีการสื่อสาร

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ภทณิดา พันธุมเสน (2536) 'การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ของนักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรี ปีการศึกษา 2535 ' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรีที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนในปริมาณที่สูงถึง 10 สื่อ คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง นิตยสาร นวนิยาย เกมส์ หนังสือพิมพ์ วิดีโอและภาพยนตร์ แบ่งตามประเภทเนื้อหา 3 ประเภท เรียงตามลำดับความนิยมมากที่สุดน้อย คือ ประเภทบันเทิง ประเภทข่าว ส่วนเนื้อหาประเภทความรู้ นักเรียนไม่สนใจเปิดรับ แต่สิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นมี 4 ประการก็คือ ด้านอารมณ์ ความต้องการสร้างความมั่นใจ ความต้องการข่าวสาร และความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริง ซึ่งความต้องการทั้งหมดนี้เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของนักเรียน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ, การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก, การวิจัยเชิงคุณภาพ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ชาญชัย พิจิตรวิชัยปรีชา (2536) 'พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณา สินค้าโทรศัพท์มือถือ' วารสาร
ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์รายวันมากที่สุดร้อยละ 82.1 และสื่อ
ที่ประชาชนจะเปิดรับรู้ข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือก็คือ โทรศัพท์ โดยโฆษณามีผลต่อความต้องการใช้
บริการโทรศัพท์มือถือในอนาคต และรายได้ก็เป็นสิ่งที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการโทรศัพท์มือถือ
จากการผลการวิจัยทำให้ผู้บริหารธุรกิจโทรศัพท์มือถือ ให้ความสำคัญกับการวางแผนโฆษณามาก
ขึ้น และเลือกใช้สื่อได้ตรงกับการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคมากขึ้น

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดด้านการโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค,
แนวคิดด้านทัศนคติ, การสัมภาษณ์

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

มนัส ฉายาวิจิตรศิลป์ (2536) "พฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนไทยในชุมชนเมือง : ศึกษาเฉพาะกรุงเทพ
มหานคร" วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร .

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับระบบการพัฒนา ได้แก่ กลุ่มทำงานภาคเอกชน
ทุกระดับและกลุ่มผู้บริหาร รวมทั้งประชากรทั่วไปที่มีภาวะโภชนาการกำลังระหว่างปกติและไม่ปกติ
หากความเจริญและเทคโนโลยีแทรกกระจายไปทั่วทุกระดับอาชีพ โดยที่ไม่มีการป้องกันหรือเตรียม
ตัวปรับพฤติกรรมบริโภคให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลให้สุขภาพของคน
กรุงเทพฯในอนาคตประสบปัญหารุนแรง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, พฤติกรรมการบริโภค, คนวัยทำงาน, การวิจัย
พรรณนาเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พรทิพย์ ท้วมเจริญ (2536) 'บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยศรี
ปทุม' นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุมจะใช้เวลากับสื่อวิทยุมากกว่าสื่อประเภทอื่น

ดังนั้นเนื้อหาที่นักศึกษาเลือกรับจากสื่อมวลชนมากที่สุดจึงเป็นรายการเพลง มิวสิควีดีโอ ส่วนบทบาทของสื่อมวลชนก็เพื่อความบันเทิงที่มีต่อนักศึกษาจะเข้าไปมีบทบาททำให้เปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตและมีบทบาทต่อการสร้างความเป็นปัจเจกบุคคลในการใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ทฤษฎีจิตวิเคราะห์, ทฤษฎีการเล่นความสนุกสนานของสื่อมวลชน, การสัมภาษณ์

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ลาวัลย์ โชติามระ (2536) "ของกินสำหรับงาน" **มรดกไทย** (65-74) กรุงเทพฯ: ราชาวดี.

อาหารการกินเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ ที่ต้องรับประทานอยู่ทุกวัน แต่ก็มีอาหารไทยอีกชนิดหนึ่งที่อยู่นอกเหนือจากนั้น คือ ขนม ซึ่งใช้รับประทานเล่นและเป็นส่วนประกอบในพิธีกรรมตามประเพณี ซึ่งมีอยู่หลายชนิดที่ต่างชาติดียกย่องว่ามีรสชาติอร่อย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ไทย, ขนม, ดาราทอง, ทองเอกกระจิง, ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ธวัช เอี่ยมเจริญ (2536) 'บทบาทที่พิกแบบประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเมือง : กรณีศึกษาบริเวณถนนข้าวสาร' การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในย่านบางลำพู มักจะให้บริการเน้นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บริการรับฝากของ โดยแต่ละแห่งจะมีข้อดีต่างกัน น ความสะอาด ความมีอัธยาศัยไมตรี ฯลฯ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวแนะนำบอกเล่ากันปากต่อปาก

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, ชุมชนย่านบางลำพู, เกสต์เฮ้าส์บริเวณถนนข้าวสาร, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สมิตรา จันทร์เงา (2536) "คอนเสิร์ต "อันตราย" ไมเคิล แจ็คสัน ชัยชนะของการบริโภคสมัยใหม่" ศิลปวัฒนธรรม 12: 16-19.

การเข้าดูคอนเสิร์ตไมเคิล แจ็คสัน ของคนไทย เป็นปรากฏการณ์ที่สามารถสะท้อนการบริโภคศิลปะและวัฒนธรรมร่วมสมัยรวมทั้งนิสัยของคนไทยหลายประการ เช่น การเข้าคิว การยอมรับคำสั่ง วัฒนธรรมการเลียนแบบชาติตะวันตก อภิสัทธ์ของเจ้าหน้าที่ ฯลฯ ซึ่งบางอย่างก็แสดงให้เห็นว่าการเปิดประตูรับวัฒนธรรมภายนอกเข้ามาก็ไม่ใช่ต้นเหตุของการเสื่อมสลายของวัฒนธรรมไทยอย่างที่เคยมีการปรามาสไว้ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงกระบวนการตลาดที่สามารถสร้างไมเคิล แจ็คสัน ให้เป็นเทพเจ้าได้ด้วยข่าวสารที่สื่อออกมาให้ผู้ชมค้นหาว่าตัวตนที่แท้จริงของเขาเป็นอย่างไร รวมไปถึงนิสัยและสิ่งที่เขาต้องการ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, การบริโภคศิลปะ, วัฒนธรรมตะวันตก, คอนเสิร์ต, ไมเคิล

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล (2534) 'ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร' วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบุหรี่ปากโทรทัศน์เป็นอันดับหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโทษของบุหรี่ปากโทรทัศน์และมีทัศนคติที่ดีต่อการไม่สูบบุหรี่ปากโทรทัศน์ ส่วนพฤติกรรมการสูบบุหรี่ปากโทรทัศน์และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ปากโทรทัศน์มีผลต่อการลดปริมาณการสูบของผู้สูบบุหรี่ปากโทรทัศน์ ขณะที่เพศ อายุ และระดับตำแหน่งที่แตกต่างกันจะเป็นผลให้ระดับทัศนคติต่อการไม่สูบบุหรี่ปากโทรทัศน์ต่างกันไปด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, กรุงเทพฯ, แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่วัฒนธรรม, แบบสอบถาม, การวิจัยเชิงสำรวจ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กองบรรณาธิการ นิตยสารสารคดี (2533) "ขนมไทย" สารคดี 70: 86-108.

ขนมไทยกับขนมที่อยู่ในเมืองไทยอาจใช้คำบัญญัติแยกออกจากกันได้ยาก เพราะขนมไทยหลายชนิดล้วนผ่านกาลเวลาและการประยุกต์สร้างสมมายาวนานจากบรรพบุรุษรุ่นแล้วรุ่นเล่า โดยได้รับอิทธิพลของต่างชาติที่เดินทางเข้ามาสู่ดินแดนที่เรียกว่าไทยในปัจจุบัน อาจผ่านการประยุกต์จากในรั้ววังและค้อยๆ ถูกถ่ายทอดออกมาสู่ประชาชนทั่วไป ซึ่งนอกจากจะใช้เพื่อรับประทานยังเป็นการเชื่อมสนทนต่อชุมชนในระดับต่างๆ ตั้งแต่ครัวเรือน วัดวาอาราม ส่วนประกอบในพิธีกรรม และยังแอบแฝงไว้ด้วยความเชื่อ คติ และเรื่องราวเกี่ยวกับอำนาจและการเมือง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภคขนม, ท้าวทองกีบม้า, ความเชื่อ, คติ, อำนาจ, การเมือง, ไม้ระนุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พระยาอนุমানราชชน (2532) "เรื่องกิน, กินอยู่อย่างง่าย ๆ, ครัวอาหารของท่าน, กินหมาก" รวมเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี (84-121) กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

เรื่องราวเกี่ยวกับประเพณีการกินของคนไทย ทั้งการกินในชีวิตประจำวัน ครัว และการกินหมากด้วยความนิยมให้มีฟันสีดำ รวมทั้งวิวัฒนาการในการกิน เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับการกินของ

คนไทยในอดีต และความเชื่อที่ภาษาที่สืบเนื่องมาจากการกิน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ไทย,คนไทย,หมาก,ศรี,ภาษา,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ และคนอื่นๆ (2529) "การวิเคราะห์ความเชื่อและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ" คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การบริโภคสินค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ตั้งแต่เรื่องของการรู้จักสินค้าอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับความเชื่อที่ถูกปลูกฝังโดยเฉพาะเกี่ยวกับสินค้าไทย ซึ่งคนไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจบริโภคสินค้าประเภทต่างๆ จากสื่อโฆษณาทำให้การบริโภคสินค้าไทยไม่เป็นที่นิยมในหมู่มุคนไทย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,สมุทรปราการ,ประชาชนทั่วไป ความเชื่อ,พฤติกรรม

การบริโภค,การวิจัยเชิงสำรวจ,แบบสอบถาม

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

คณะกรรมการจัดงานสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี (2525) "การกินอยู่" ศิลปวัฒนธรรมไทย เล่ม 3 ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม กรุงรัตนโกสินทร์ (41-61) กรุงเทพฯ: คณะกรรมการจัดงานสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี.

รวมเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารของคนไทยตั้งแต่อดีตทั้งอาหารหลัก ประเภทของอาหาร ลักษณะการปรุงอาหาร ธรรมเนียมการต้อนรับแขก อาหารเนื่องในประเพณีภาคต่างๆ ความเชื่อเรื่องอาหาร มารยาทในการกินอาหารของคนไทย โดยมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์และวรรณคดีอ้างอิง

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ไทย,คนไทย,ความเชื่อ,มารยาท,วรรณคดี,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

นาฏยา สุวรรณทรัพย์ (2525) "การแสดงและการละเล่นพื้นเมือง" สมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี
จังหวัดปทุมธานี (170-174) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สวนทองถิ่น กรมการปกครอง.

ประเพณีสงฆ์ข้าวแช่และประเพณีทำขวัญข้าวเป็นประเพณีของชาวปทุมธานีที่มีความแตกต่าง
จากที่อื่น ประเพณีสงฆ์ข้าวแช่ ทำกันในวันสงกรานต์ของทุกปี ที่เป็นกุศโลบายทางสังคมให้ไม่ลืมบ้าน
เกิดของตน รู้จักทำบุญ มีเมตตากรุณา ส่วนประเพณีทำขวัญข้าวเกิดขึ้นจากความเชื่อที่ว่าทุกสิ่ง
ทุกอย่างมีชีวิตจิตใจ จึงต้องมีการทำขวัญข้าวก่อนเริ่มทำนาเพื่อเรียกขวัญแม่โพสพที่เป็นผู้ปกปักรักษา
รักษาต้นข้าวเสียก่อน ซึ่งมีเครื่องใช้ในพิธีเป็นอาหารความหวานมากมาย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ปทุมธานี,มอญ,สงฆ์ข้าวแช่,ขวัญข้าว,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ทองคำ พันนัทธี (2524) "ปทุมธานีในอดีต เล่ม 2" ปทุมธานีในอดีต (87-131) กรุงเทพฯ: สำนักงาน
คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ.

จังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของชาวมอญซึ่งมีประเพณีประจำชนชาติมากมาย
ตลอดปี หนังสือเล่มนี้ได้ประมวลงานพิธีสำคัญไว้ครบทั้ง 12 เดือน และยังบอกรายละเอียดการ
ประกอบพิธี วันเดือนปีในการประกอบพิธี รวมทั้งส่วนประกอบที่ต้องใช้ในงานพิธีและต่างก็มีอาหาร
เป็นส่วนประกอบในงานพิธีหลายงาน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ปทุมธานี,มอญ,สงกรานต์,ข้าวแช่,รำพาท้าวสาร,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

ทองคำ พันนัทธี (2521) "ขนมพื้นบ้านเมืองปทุม" วิทยาสาร (139-148) สมุทรปราการ: เสวีการ
พิมพ์.

ขนมพื้นบ้านของเมืองปทุมธานีหลายอย่างเป็นขนมในงานพิธี ซึ่งผู้เขียนได้รวบรวม ส่วน
ประกอบของขนม วิธีการทำ งานพิธีที่ใช้ขนมแต่ละประเภท รวมไปถึงคติพื้นบ้านเกี่ยวกับขนมและงาน
ประเพณีนั้นๆ ด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ปทุมธานี,มอญ,ขนม,ขนมมูก,ขนมกง,กระยาสารท,ขนม
ชะมด,กะละแม,ข้าวเหนียวแดง,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

จันทร์ ไพจิตร (2520) "พิธีปลุกบ้าน, พิธีตั้งศาลพระภูมิ" **ประมวลพิธีมงคลของไทย (107-130)**
กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.

พิธีปลุกบ้านและพิธีตั้งศาลพระภูมิมิมีขึ้นในสังคมไทยมานานแล้ว ด้วยความเคารพในผี
บ้านผีเรือนและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่คุ้มครองบ้านเรือนและผู้ที่อยู่อาศัยให้มีความสุขสงบร่มเย็น มี
ขั้นตอนการประกอบพิธีหลายขั้นตอน และมีเครื่องเซ่นไหว้มากมายที่ส่วนใหญ่เป็นอาหารชนิดต่างๆ

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ไทย,คนไทย,ปลุกบ้าน,ตั้งศาลพระภูมิ,ผีบ้านผีเรือน,ไม่
ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (2516) "พระราชพิธีเดือนสิบ" **พระราชพิธีสิบสองเดือน**
(591-686) กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาการ.

พระราชพิธีเดือนสิบหรือพิธีสารทเป็นประเพณีที่คนไทยรับสืบทอดมาจากคติพราหมณ์ของ
ชาวอินเดีย ความเชื่อต่างๆ ส่งผลให้เกิดพิธีกรรมมากมายในพิธีสารทมีการทวงข้าวทิพย์ ตักบาตรน้ำ
ผึ้ง ข้าวปายาสหรือข้าวทิพย์ นอกจากนี้สิ่งเหล่านี้ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรง
อรรถาธิบายเกร็ดความรู้มากมายในงานพระราชพิธีเดือนสิบไว้ด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค,ไทย,คนไทย,เดือนสิบ,สารท,ข้าวทิพย์,น้ำผึ้ง,ข้าว
ปายาส,ไม่ระบุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

เสฐียรโกเศศ (2514) "ประเพณีต่างๆ (เทศกาลสารท)" **วัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ ของไทย**

(199-221) กรุงเทพฯ: คลังวิทยา.

เทศกาลสารทเดือน 10 มีกระยาสารทและกล้วยไข่เป็นของหวานประจำเทศกาลเพื่อนำไปถวายพระ ด้วยถือว่าถ้าไม่ได้ทำบุญตักบาตรกระยาสารทในวันสารท ฝันร้ายตายจะเดือดร้อน เท่ากับการออกตัญญู และเชื่อว่าเป็นคติที่รับมาจากอินเดียว่า ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็น "ผลแรก" จะต้องนำไปเช่นสังเวทเพื่อเอาใจเทพเจ้าและเพื่อความบริสุทธิ์มงคล ซึ่งฤดูเก็บเกี่ยวของอินเดียตรงกับเดือน 10 ทางจันทรคติของไทย ทำให้ชาวบ้านไทยต้องปลูกข้าวพันธุ์เบาไว้เป็นพิเศษแปลงหนึ่งเพื่อให้สุกทันใช้ในงานวันสารท และกล่าวถึงคติความเชื่อดั้งเดิมของไทยเกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวผลผลิตแรกของฤดู

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, สารท, กระยาสารท, เช่นไหว้, อินเดีย, เก็บเกี่ยว, ข้าว

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

กรมพระสมมตอมรินทร์ (2507) "ประเพณีบวชนาค" ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต (54-66) กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

การบวชถือเป็นหน้าที่ของลูกผู้ชายไทยที่ต้องสืบอายุพระพุทธศาสนาและให้บุพการี "เกาะชายผ้าเหลือง" และถือเป็นพิธีเปลี่ยนผ่านจากเด็กเข้าสู่วัยหนุ่ม จึงต้องมีการจัดวางอย่างพิถีพิถันและมีเครื่องสักการะที่น่าสนใจอย่างหนึ่งคือ เมียง ซึ่งมีต้นเค้ามาจากประเทศลาว

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกับการบริโภค, ไทย, คนไทย, ประเพณี, บวช, นาค, เมียง, ไม้ระนุ

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

บรรณานิทัศน์(ภาษาอังกฤษ)

Randall M. Shannon, (2004) 'Exploring Cross-Cultural Grocery Shopping Behavior With an Emphasis on Private Label Brands' Degree of Doctor of Philosophy (Marketing) Thammasat University.

การศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของในร้านขายของชำ โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคใน 2 ประเทศคือสหรัฐอเมริกาและไทย โดยการตรวจสอบความคิดต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นจากโลกตะวันตก อันได้แก่ ลัทธิปัจเจกนิยม ลัทธิกรรมสิทธิ์ร่วม ความสำคัญของพฤติกรรมการกลุ่ม หน้าตาและสถานภาพในสังคม ความเชื่อในยี่ห้อสินค้าและยี่ห้อส่วนตัว ความกดดันทางด้านเวลา ความพอใจในการจับจ่ายใช้สอย การแสวงหาความหลากหลาย และความคิดอื่น ๆ โดยมีบริบทวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยภาพรวมพบว่าพฤติกรรมการซื้อของของผู้บริโภค 2 ประเทศมีลักษณะที่แตกต่างกัน

Keywords: culture and consumerism,Wichita and Bangkok,Thai and American consumers,potential impact of culture on shopping,cross-cultural research and measurement

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Jaratpan Onghununtakul, (2004) 'Modeling consumer social responsibility: An integrated approach' Degree of Doctor of Business Administration Thammasat University.

การศึกษาเพื่อนำเสนอตัวแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริโภคเพื่อจะจับปรากฏการณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคของไทย ผลการศึกษาพบว่าอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกช่วยเพิ่มความรู้ให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง และในทางอ้อมยังได้สนับสนุนทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรทัดฐานทางสังคมด้วย ความรู้และทัศนคติดังกล่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริโภคอย่างเป็นอิสระต่อกัน อย่างไรก็ตามผลกระทบจากอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกไม่ทรงอิทธิพลเท่ากับปัจจัยทางการตลาดซึ่งเป็นปัจจัยแรกๆที่ผู้บริโภคให้การตระหนักถึง บรรทัดฐานทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการกระตุ้นพฤติกรรมการบริโภคที่รับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริโภค

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai consumers,consumer social

responsibility,Data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Pattama Khobjit, (2002) 'Caffeine drink consumption in male construction workers' Degree of Master of Science (Public Health) Mahidol University.

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนรวมทั้งพฤติกรรมการใช้สารเสพติดในกลุ่มคนงานก่อสร้างเพศชาย ผลการศึกษาพบว่า การทำงานล่วงเวลา แรงงูจใจจากโฆษณาทัศนคติต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ การเสพกระท่อม มีความสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน เมื่อวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงพหุพบว่ามีปัจจัยเพียง 6 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนนั้นคือ สถานภาพสมรส การทำงานล่วงเวลา การมีวันหยุดงาน แรงงูจใจจากโฆษณา ทัศนคติในการดื่มเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนและพฤติกรรมการใช้สารเสพติดประเภทกระท่อม

Keywords: culture and consumerism,Chonburi,male construction workers,Caffeine drink consumption,Data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Naiyana Chaiyawong, (2002) 'Factors related to dietary supplement products, vitamins and minerals consumption among adults in Bangkok' Degree of Master of Science (Public Health) Mahidol University.

การศึกษาวิจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วิตามินและเกลือแร่ศึกษาการบริโภคอาหาร ปัจจัยความเชื่ออำนาจภายในภายนอกตน และการรับรู้ความสามารถภายในตนเองกับการบริโภคอาหาร ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่มีความเชื่ออำนาจภายในตนสูงภายนอกตนต่ำจะใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินมากกว่ากลุ่มอื่น ผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถภายในตนเองต่ำจะใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วิตามินและเกลือแร่มากกว่าผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถภายในตนเองสูง

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,adults in Bangkok,health locus of

control and self-efficacy,Data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Sinee Sankrusme, (2002) "Consumer Behavior in All Aspects Habits, Trends and Conditions of Commerce to Consumers" *Ramkhamhaeng University Research Journal* 2: 37-59.

รายงานการวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค วิธีการใช้จ่าย และปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคบริโภคเพิ่มขึ้นทั้ง ๆ ที่ดูเหมือนว่าผู้บริโภคมีสินค้ามากเกินพออยู่แล้ว อิทธิพลจากการตลาด สื่อโฆษณาและแรงผลักดันจากกลุ่มเพื่อนทำให้ผู้บริโภคซื้อเกินความจำเป็น พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ แต่สามารถพบเห็นพฤติกรรมการซื้อที่แพร่หลายและความต้องการที่จะใช้จ่ายเงินออกไปหรือให้ได้มาซึ่งจำนวนสิ่งของที่มากขึ้นในสินค้าทุกชนิดและทุกประเภท สภาพแวดล้อมของการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลง การขยายตัวของเมือง ระบบเครือข่ายคมนาคม และระบบอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้บริโภคสมัยใหม่

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai consumers,consumer behavior,data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Snguanrat Yostumrong, (2001) 'Beverage consumption patterns of high school students in Ratchathewi district' Degree of Master of Science (Public Health) Mahidol University.

การศึกษาแบบแผนการบริโภคเครื่องดื่มและปริมาณพลังงานและ สารอาหารที่ได้รับจากการบริโภคเครื่องดื่ม ผลการศึกษาพบว่า แบบแผนการบริโภคเครื่องดื่มของนักเรียนมัธยมปลายในเขตราชเทวีส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดื่มในมือเช้า และมือกลางวันโรงเรียนทุกวัน เครื่องดื่มที่บริโภคในมือเช้าคือ นมและนมเปรี้ยว ส่วนในมือกลางวันคือน้ำอัดลม และในวันหยุดบริโภคเครื่องดื่มในมือกลางวันที่บ้านทุกวันมากที่สุด ปัจจัยในการเลือกเครื่องดื่มบริโภคคือ รสชาติ ราคา และความสะดวกในการซื้อ

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,high school students,Beverage consumption,Data analysis

Kritsadarat Wattanasuwan, (2001) "It isn't just for image: The lived meanings of Luxury-brand consumption among wealthy Thai teenagers" *Thammasat Review* 1: 22-58.

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความหมายของการดำรงอยู่ของการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยของกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานครกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง สำนวณการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยเพื่อสร้าง รักษาและแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ และการวางตัวในโลกสังคมที่ถูกสร้างขึ้น ผลการศึกษาสนับสนุนแนวความคิดหลังสมัยใหม่ (post modernism) ในเรื่องการบริโภค การบริโภคสินค้าที่มีนัยเป็นสัญลักษณ์จากโฆษณา ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าฟุ่มเฟือยเป็นการกระทำที่กลุ่มวัยรุ่นใช้สร้างและสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของตัวเองในช่วงเวลาเปลี่ยนผ่านสู่วัยของความเป็นผู้ใหญ่

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai teenagers,post modern perspective on consumption,data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (2000) "The Lifestyle of MS. in the Year 2000" *Journal of Marketing Research* 1: 1-33.

การศึกษารูปแบบชีวิตประจำวันของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้หญิงในปี ค.ศ.2000 การเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ การเข้ามามีบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีสมัยใหม่ในชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้หญิง ผู้หญิงยังคงทำหน้าที่หลักในครัวเรือน การซื้อและการจัดเตรียมอาหาร ผู้หญิงในปัจจุบันเข้าใจและรู้ความต้องการสินค้าและบริการของตนก่อนที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในหมู่ผู้หญิง ผู้หญิงในปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารและสืบค้นข้อมูล ผู้หญิงให้ความสำคัญกับความอบอุ่นในครอบครัวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือความมั่นคงทางด้านการเงินและเรื่องสุขภาพ การเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพและราคา

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,women in Bangkok,women lifestyle and behavior,data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (2000) "Gas stations" *Journal of Marketing Research* 3: 1-32.

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการที่สถานีเชื้อเพลิง การใช้บริการเสริมอื่น ๆ และปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานีเชื้อเพลิงของผู้บริโภค เหตุผลหลักในการใช้บริการของผู้บริโภคคือ เพื่อเติมเชื้อเพลิงให้กับยานพาหนะ เหตุผลอื่น ๆ เป็นเรื่องรองลงมา ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกสถานีบริการที่อยู่ใกล้บ้าน หรือที่ตั้งอยู่บนทางผ่านหรือสถานที่สะดวก รวมทั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ การบริการอื่น ๆ นอกจากการเติมน้ำมันก็มีผลต่อการใช้บริการสถานีเชื้อเพลิงของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ ศูนย์บำรุงรักษาเครื่องยนต์ เครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ ร้านของชำ ร้านขายอาหาร เป็นต้น

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai consumers,consumer behavior,data analysis

>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

The SCB Research Institute, (2000) "Snack" *Journal of Marketing Research* 2: 1-26.

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้บริโภค จากรายงานการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวเมื่อรู้สึกหิว และส่วนมากรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างมื้ออาหาร คู่กับเครื่องดื่ม นอกจากนั้นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคบริโภคอาหารว่างและขนมขบเคี้ยวได้แก่ การตลาด การใช้การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา การให้ตัวอย่างสินค้าโดยเฉพาะสินค้าใหม่ฟรี การให้ของรางวัลไปกับตัวผลิตภัณฑ์ เหล่านี้สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคได้

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai consumers,consumer behavior,data analysis

>>----- สิ้นสุดข้อความ -----<<

The SCB Research Institute, (2000) "Teenagers.com" *Journal of Marketing Research* 4: 1-32.

การศึกษารูปแบบพฤติกรรม รูปแบบชีวิตประจำวันของวัยรุ่น ตลอดจนปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ

พฤติกรรมของวัยรุ่น รวมทั้งการใช้เครื่องมือสื่อสารและความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในกลุ่มวัยรุ่น เทคโนโลยีสมัยใหม่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของวัยรุ่นในปัจจุบัน รูปแบบความต้องการสินค้าและบริการของวัยรุ่น สินค้าและบริการจะต้องมีลักษณะที่ทันสมัยสามารถพบได้ในทุกที่ทุกเวลา การซื้อเสื้อผ้า รองเท้าและสินค้าอื่น ๆ ของวัยรุ่นจะไม่ยึดติดอยู่กับยี่ห้อแต่จะต้องมีรูปลักษณะที่ดี ใฝ่ฝัน การให้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ และการจัดกิจกรรมนำเสนอเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดวัยรุ่น วัยรุ่นส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง การติดต่อสื่อสารส่วนตัว และการหาข้อมูลเพื่อการเรียนและการทำงาน

Keywords: culture and consumerism, Bangkok, teenagers, teenagers behavior and lifestyle, data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Pipop Udom, (1999) "Consumer Commitment Conceptual Framework & Result from a Preliminary Study" *Journal of Business Administration* 88: 60-71.

รายงานการวิจัยลักษณะการยอมตามของปัจเจกบุคคลกับบริษัท นำเสนอตัวแบบของการยอมตามของผู้บริโภคและผลลัพธ์ของการยอมตามอันเป็นตัวเชื่อมโยงที่สำคัญกับบริษัทและผู้บริโภค ตัวแบบเชิงโครงสร้างนำเสนอการยอมตามของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากแรงจูงใจ 3 ประการคือ ลักษณะความสัมพันธ์ ความคาดหวังจากการตอบแทนกัน และการพึ่งพิง การยอมตามดังกล่าวนำมาซึ่งผลลัพธ์ทางพฤติกรรมที่น่าพอใจ 3 ประการคือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ ความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และพฤติกรรมการให้คำแนะนำในการสื่อสาร

Keywords: culture and consumerism, Bangkok, Thai consumers, consumer commitment, data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (1999) "Purchasing Behavior at Supermarkets" *Journal of Marketing Research* 4: 1-22.

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการซื้อสินค้าตลอดทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้ามากกว่าซูเปอร์มาร์เก็ตเดี่ยว ผู้บริโภคส่วนใหญ่วางแผนล่วงหน้าก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่ชอบความสะดวกสบาย ความหลากหลายของสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตและราคาที่ยุติธรรม สมเหตุสมผล การตัดสินใจเลือกซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคเลือกที่สถานที่ตั้งที่สะดวกในการซื้อ รวมถึงการเสนอราคาที่ถูกกว่าและมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

Keywords: culture and consumerism, Bangkok, Thai consumers, consumer behavior, data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (1999) "Behavior and Trend in Credit-Card Use" *Journal of Marketing Research* 1: 1-25.

การศึกษาพฤติกรรมและแนวโน้มในการใช้บัตรเครดิตพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการใช้บัตรเครดิตในเรื่องของความสะดวกสบาย รวมถึงความรู้สึกปลอดภัยแทนที่จะพกเงินสดเป็นจำนวนมาก บัตรเครดิตยังอนุญาตให้ผู้ถือบัตรซื้อสินค้าและบริการก่อนแล้วจึงจ่ายเงินตามทีหลังได้ ความสะดวกอีกประการหนึ่งก็คือการใช้บัตรเครดิตทำให้ไม่ต้องรอนเงินทอนจากพนักงาน การขยายเวลาในการชำระเงินเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังรวมถึงส่วนลดพิเศษ การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลและความสะดวกสบายในการใช้จ่าย

Keywords: culture and consumerism, Bangkok, Thai consumers, consumer behavior, data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (1999) "Movies and Music: Business Turning Point" *Journal of Marketing Research* 2: 1-29.

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์และฟังเพลง ผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจถดถอยต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าว รวมทั้งเหตุผลของผู้บริโภคในการไปชมภาพยนตร์ สมัครสมาชิกเคเบิลทีวี ศูนย์เช่าวีดีโอ และการฟังเพลง ภาวะเศรษฐกิจถดถอยทำให้ผู้บริโภคประหยัดขึ้นและเลือกแต่สินค้าและบริการที่ให้ความพึงพอใจสูงสุด การใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงก็เช่นเดียวกัน ความพึงพอใจที่ได้รับจากความบันเทิงดังกล่าวจะต้องคุ้มค่างับเงินที่จ่ายไป นอกจากการชมภาพยนตร์แล้ว เคเบิลทีวีก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อนของผู้บริโภค รวมไปถึงดนตรีที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้บริโภคเช่นกัน

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai consumers,consumer behavior,data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (1999) "Movies and Music II: Marketing Opportunities" *Journal of Marketing Research* 3: 1-29.

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการด้านความบันเทิง ผู้บริโภคส่วนใหญ่พอใจที่จะเช่าวีดีโอเพราะสามารถที่จะเลือกภาพยนตร์เก่า ๆ ได้ ผู้บริโภครู้สึกสบายใจกว่าในการชมที่บ้าน นอกจากนั้นการเช่าวีดีโอยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายทางด้านความบันเทิง ความสะดวกในการยืมและคืนและคุณภาพของความคมชัดของภาพทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของร้านเช่าวีดีโอ ในการไปชมภาพยนตร์ผู้บริโภคจะให้ความสนใจในระบบคุณภาพเสียงของโรงภาพยนตร์เป็นอันดับแรก ตามมาด้วยความสะอาดและความสะดวกสบายของที่นั่ง ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือโปรแกรมภาพยนตร์และสถานที่ ทางด้านดนตรี ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมฟังเพลงจากรายการทีวี และรายการวิทยุชื่อเทปเพลงและแผ่นซีดีจากร้านทั่วไป

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai consumers,consumer behavior,data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Sathon Leelanitkul, (1998) 'Drug purchasing behavior in drugstores' Degree of Master of Science in Pharmacy (Pharmacy Administration) Mahidol University.

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาในร้านขายยา ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูลก่อนซื้อ และการประเมินทางเลือก ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 จะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกยาในครั้งนี้อย่างอิสระ เนื่องจากไม่สบายหรือต้องการใช้ยาในขณะนี้ แหล่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักยามากที่สุดคือครอบครัวหรือญาติ รองลงมาคือโทรทัศน์ และรู้จักยาจากบุคลากรทางแพทย้น้อยที่สุด แต่บุคลากรทางการแพทย์คือแหล่งที่ประชาชนเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์

Keywords: culture and consumerism, Bangkok, Thai population, Drug consumption, Data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Rattana Pongcharusatit, (1998) 'Food product purchasing behavior of consumers in Bangkok' Degree of Master of Science in Pharmacy (Pharmacy Administration) Mahidol University.

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการแสวงหาข้อมูลก่อนซื้อ ผู้บริโภคประมาณร้อยละ 50 คิดว่าไม่มีความจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลก่อนซื้อ ทั้งนี้เนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไม่มีชื่อเสียง เคยใช้ประจำ และอีกเกือบร้อยละ 50 คิดว่ามีความจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลก่อนซื้อ ทั้งนี้เนื่องมาจากต้องการได้ของที่มีคุณภาพมากกว่าเหตุผลอื่น ๆ ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ตัดสินใจซื้อนั้น พบว่าคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการแสวงหาข้อมูลจากการอ่านฉลากและสังเกตเครื่องหมาย อย. ก่อนซื้อ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้อ่านฉลากและสังเกตเครื่องหมาย อย. ก่อนซื้อต่างให้ความสนใจกับรสชาติเป็นสำคัญ

Keywords: culture and consumerism, Bangkok, consumers in Bangkok, food product purchasing behavior, Data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

Sinee Sankrusme, (1998) "The demand and the expenditure for fruit juice in Thailand: Individual and household study by using double logarithmic model" Journal of King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang 2 Sep: 56-64.

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของครัวเรือนและปัจเจกบุคคลต่อความต้องการในการบริโภคน้ำผลไม้ ผลการศึกษาพบว่าปริมาณความต้องการบริโภคน้ำผลไม้ของครัวเรือนแปรผกผันกับราคาของน้ำผลไม้และเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับราคาของน้ำผลไม้คั้นสดและเครื่องดื่มเย็น ครัวเรือนค้ำนึ่งถึงราคาสินค้าทดแทนอื่นได้แก่น้ำผลไม้คั้นสดและเครื่องดื่มเย็นมากกว่าราคาน้ำผลไม้ การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคน้ำผลไม้ของครัวเรือนสัมพันธ์กับราคาของน้ำผลไม้มากกว่าราคาสินค้าใช้แทนกันอื่น ๆ ครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิกยิ่งมากก็จะมีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมากขึ้น ครัวเรือนที่อายุเฉลี่ยของสมาชิกมากการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคน้ำผลไม้จะลดลง

Keywords: culture and consumerism, Bangkok and Thonburee, Thai consumers, consumer behavior, quantitative approach

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (2000) "Snack" Journal of Marketing Research 2: 1-26.

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้บริโภค จากรายงานการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวเมื่อรู้สึกหิว และส่วนมากกับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างมื้ออาหาร คู่กับเครื่องดื่ม นอกจากนี้ปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคบริโภคอาหารว่างและขนมขบเคี้ยวได้แก่ การตลาด การใช้การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา การให้ตัวอย่างสินค้าโดยเฉพาะสินค้าใหม่ฟรี การให้ของรางวัลไปกับตัวผลิตภัณฑ์ เหล่านี้สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคได้

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,Thai consumers,consumer behavior,data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

The SCB Research Institute, (2000) "Teenagers.com" Journal of Marketing Research 4: 1-32.

การศึกษารูปแบบพฤติกรรม รูปแบบชีวิตประจำวันของวัยรุ่น ตลอดจนปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น รวมทั้งการใช้เครื่องมือสื่อสารและความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในกลุ่มวัยรุ่น เทคโนโลยีสมัยใหม่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของวัยรุ่นในปัจจุบัน รูปแบบความต้องการสินค้าและบริการของวัยรุ่น สินค้าและบริการจะต้องมีลักษณะที่ทันสมัยสามารถพบได้ในทุกที่ทุกเวลา การซื้อเสื้อผ้า รองเท้าและสินค้าอื่น ๆ ของวัยรุ่นจะไม่ยึดติดอยู่กับยี่ห้อแต่จะต้องมีรูปลักษณ์ที่ดี การโฆษณา การให้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ และการจัดกิจกรรมนำเสนอเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดวัยรุ่น วัยรุ่นส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง การติดต่อสื่อสารส่วนตัว และการหาข้อมูลเพื่อการเรียนและการทำงาน

Keywords: culture and consumerism,Bangkok,teenagers,teenagers behavior and lifestyle,data analysis

>> ----- สิ้นสุดข้อความ ----- <<

