

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	7
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	8
สังคมไทยกับการบริโภคนิยม	8
เชียงใหม่กับการบริโภคนิยม	10
ก.ย่านธุรกิจที่สำคัญในเชียงใหม่	11
ฟาสต์ฟู้ดในสังคมไทยกับการบริโภคนิยม	13
ฟาสต์ฟู้ดกับวัยรุ่นไทยยุคบริโภคนิยม	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
แนวคิดทฤษฎีการบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการนำเสนอตัวตนของวัยรุ่น	29
แนวคิดสินค้ากับวัฒนธรรมการบริโภค	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวคิดพื้นที่ทางสังคม	39
ก. พื้นที่ในสังคมเมืองปัจจุบัน	40
อัตลักษณ์และการนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นผ่านสัญญาณการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	42
วัยรุ่นในสังคมทุนนิยมกับการแข่งขันในโลกทุนนิยม	45
ก. วัยรุ่นกับรสนิยมในสมัยทุนนิยม	47
วัยรุ่นกับการเลียนแบบ	50
กรอบแนวคิดในการวิจัย	53
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	54
แหล่งข้อมูลในการศึกษา	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	55
การบันทึกข้อมูล	56
บทที่ 4 การบริโภคฟาสต์ฟู้ด เนื้อหาหนึ่งของชีวิตวัยรุ่น	57
กรณีศึกษาที่ 1 : ผิง	57
กรณีศึกษาที่ 2 : แพร	63
กรณีศึกษาที่ 3 : เฟลิน	69
กรณีศึกษาที่ 4 : ฟาง	76
บทที่ 5 บทวิเคราะห์ การสร้างตัวตนผ่านการบริโภคสัญญาณ	83
การนำเสนอตัวตนผ่านสัญญาณการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	84
พื้นที่และภาพลักษณ์ของฟาสต์ฟู้ดกับความเป็นตัวตนของวัยรุ่น	85
ก. พื้นที่ การบริโภคแบบมีสไตล์ บริโภคสัญญาณ : KFC	89
ข. พื้นที่ การบริโภคแบบมีสไตล์ บริโภคสัญญาณ : McDonald's	93

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ก. พื้นที่ การบริโภคแบบมีสไตล์ บริโภคสัญณะ : Pizza Hut	96
ง. พื้นที่ การบริโภคแบบมีสไตล์ บริโภคสัญณะ : Mister Donut	97
จ. พื้นที่ภายในร้านและภาพลักษณ์ของ Chester's grill	99
ฉ. รสชาติที่ทำให้รู้สึกอร่อย เนื้ออาหาร	102
การบริโภคที่ติดแบรนด์ฟาสต์ฟู้ด	
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	105
สรุปผลการวิจัย	105
ข้อเสนอแนะต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นและการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	106
ก. ฟาสต์ฟู้ดกับการบริโภคเพื่อสุขภาพ	108
ข. ฟาสต์ฟู้ดกับความพึงพอใจของวัยรุ่น	115
บรรณานุกรม	117
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	123
ภาคผนวก ข ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์	130

ญ

สารบัญตาราง

ตาราง

1 แสดงคุณค่าที่แฝงอยู่ในสินค้า

หน้า

33



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

แผนภาพ

- 1 ภาพวงจรวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์
- 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า

38

53



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved