

แนวโน้มค่านิยมพฤติกรรมผู้บริโภคในสังคมไทย ศตวรรษที่ 21

The Tendency of Values and Consumer Behavior in Thai Society 21st century.

¹นิยม กริมใจ ²พรรณทิพย์ บุญเหลือ

บทคัดย่อ

ค่านิยม (Values) คือ สิ่งที่มีในตัวของคนแต่ละคน และยึดถือประจำใจที่ช่วยการกระทำต้องอาศัยคุณค่าประจำตัวในแต่ละบุคคลเป็นเครื่องชั่ง ในการกำหนด ความคิดและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนา คุณค่า และความถูกต้องของสังคมนั้น ๆ ทำให้เกิดความพึงพอใจ และ แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในศตวรรษที่ 21 จะเกิดค่า 7 ประการ ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ได้แก่ สุขนิยม (Joy Lust) แบบฉบับนิยม (I-mage) สันโดชนิยม (Sole-cial) ธรรมชาตินิยม (Farm-ganic) ดรามานิยม (Drama queen) อัตโนมัตินิยม (Automatism) และวัตถุนิยม (Material possessions) ซึ่งมีความสำคัญที่สุดในการอำนวยความสะดวก และตอบสนองความปรารถนาของมนุษย์ที่ไม่มีสิ้นสุด

คำสำคัญ : ค่านิยม พฤติกรรม ศตวรรษที่ 21

Abstract

Values are important and lasting belief or ideals shared by the members of a culture: about what is good or bad; desirable or undesirable. These standards of behavior have major influence on a person's actions and attitudes, serving as broad guidelines in all situation. The tendency of consumer behavior in 21st century are 7 complicated. 1)Joy lust 2)I-mage 3)Sole-cial 4)Farm-ganic 5)Drama queen 6)Automatism and 7)Material possessions which the most important for convenient and response to wish of human that not infinite.

Keywords: Values, Consumer Behavior, 21st century