

**รายงานการประชุมทางวิชาการระดับชาติ
ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ ครั้งที่ 5 ประจำปี 2555
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**

**Proceeding of the 5th National Conference on
Business and Economy 2012
Faculty of Management Science
Khon Kaen University**



ดำเนินการโดย: ศูนย์วิจัยธุรกิจและเศรษฐกิจอีสาน (ECBER)
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002
โทรศัพท์ 0-4320-2566 โทรสาร 0-4320-2567
<http://www.ecberkku.com> E-mail : ecber.kku@gmail.com

สว.

DEC 2012



บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ สุทชัย

ผู้ตรวจอ่านบทความวิจัย

รองศาสตราจารย์มันทนา สามารถ

รองศาสตราจารย์สุเมธ แก่นมณี

รองศาสตราจารย์อ่อนงค์นุช เทียนทอง

รองศาสตราจารย์ ดร.กัลปพฤกษ์ ผิวทองงาม

รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช

รองศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ สุชาติ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภชัย ปทุมนากุล

รองศาสตราจารย์ ดร.นิติพล ภูตะโชติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตพา แสนชัยธร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก่อพงษ์ พลโยธา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิรชญา มณีเนตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวลฉวี แสงชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ สุทชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ จันทร์จรัส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติวรรณ ศรีเจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จินดา สมสวัสดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรุณ ตันตระบัณฑิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรงค์ หงส์งาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารีย์ นัยพินิจ

ดร.ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา

ดร.สุทิน เทียนวิวัฒน์

ดร.ภูมิสิทธิ์ มหาสุวีระชัย

ดร.นงนิตย์ จันทร์จรัส

ดร.ชลฤทัย โกวรรณะกุล



การให้ความหมายและการเลือกซื้อเครื่องกระดาษกงเต็กของชาวจีนแต้จิ๋ว
ในเขตอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The meaning and the choice of buying a paper Chinese funeral ceremony Chinese Chaozhou
Locations in the district Prachuap Khiri Khan Province.

พิทักษ์ สิริวงศ์¹

จิราภรณ์ มีศิริ²

ชนกนาถ ไชยพรหม²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง การให้ความหมายและการเลือกซื้อเครื่องกระดาษกงเต็กของชาวจีนแต้จิ๋ว ในเขตอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การศึกษาเก็บข้อมูลโดยใช้การสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 25 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความหมายการประกอบพิธีกงเต็ก คือ เพื่อเป็นการระลึกถึงบรรพบุรุษ เป็นการทดแทนพระคุณ เป็นการอุทิศส่วนกุศลและของใช้ต่างๆ ให้แก่ผู้ล่วงลับใช้ชีวิตอยู่ในภพหน้าอย่างสุขสบาย ชาวจีนนับถือกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ปฏิบัติสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เครื่องกระดาษกงเต็กขึ้นอยู่กับความชอบและฐานะของผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะตรงตามความต้องการ การเลือกซื้อเครื่องกระดาษกงเต็ก มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการยอมรับความต้องการ ขั้น

ตอนการแสวงหาทางเลือก ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อและขั้นตอนการประเมินความพอใจหลังใช้บริการจัดเครื่องกระดาษกงเต็ก

คำสำคัญ : กงเต็ก, เครื่องกระดาษกงเต็ก, ความเชื่อ

ABSTRACT

This research aimed to study the meaning and the kongtek paper selection buying of Chinese Chaozhou in Amphuer Pranburi, Prachuap Khiri Khan Province. This qualitative research was collected the data by observation and in-depth interviews from 25 people. The results showed that most of interviewees defined the meaning of Kongtek that fr recalling to their ancestors, compensated their favor and donate on behalf of ancestors for next good life. Chinese respect this rite from ancestor and implement from age to age. Size of Kongtek paper depended on buyer status. They focused on product shape which should be followed their requirement. There were 5 buying steps which were accepting the demand, alternative seeking, alternative evaluation, buying decision and after buying evaluation.

Keyword : Kongtek , The kongtek paper , Belief

¹สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

²สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



บทนำ

สังคมไทยปัจจุบันมีการผสมผสานทางเชื้อชาติอยู่ทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ โดยไม่อาจแยกออกอย่างชัดเจนได้ และการผสมผสานที่เกิดขึ้นเป็นผลให้มีการสังสรรค์ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตามมาอย่างเห็นได้ชัด เพราะวัฒนธรรมเกิดขึ้นและดำรงอยู่กับมนุษย์ในสังคมนั้นๆ ในสังคมไทยก็เช่นเดียวกัน มีการแพร่กระจายของชนชาติอื่นเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารตั้งแต่อุคอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีน (เกียรติศักดิ์ มั่นสุข 2519) เป็นผลให้ปัจจุบันชาวจีนในประเทศไทยมีจำนวนมาก และถึงแม้ว่าวัฒนธรรมของชาวจีนจะกลมกลืนกับชาวไทย แต่วัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวจีนที่ได้ชื่อว่าเป็นผู้ที่รักและหวงแหนวัฒนธรรมของตนอย่างยิ่ง ยังคงปรากฏอยู่ในการดำรงชีวิตของชาวจีน

วัฒนธรรมของชาวจีนปรากฏอยู่ตลอดช่วงชีวิต ตั้งแต่การเกิด การศึกษา การแต่งงาน รวมถึงการตาย หากแต่ละกลุ่มชนชาวจีนจะมีรายละเอียดของพิธีกรรมที่แตกต่างกัน โดยอาศัยภาษาที่ใช้เป็นตัวแบ่ง เช่น จีนแต้จิ๋ว จีนไหหลำ จีนแคะ (ประภาวดี จตุวิริยะพรชัย 2538) แต่พิธีกรรมชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของวัฒนธรรมของชาวจีน คือ พิธีศพ หรือ พิธีรดน้ำศพ สำหรับชาวจีนจะให้ความสำคัญกับพิธีหลังจากเสียชีวิต เพื่อแสดงถึงความกตัญญูของลูกหลานที่มีต่อบรรพบุรุษของตน นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างครอบครัวจีนที่มีการกำหนดบทบาทของสมาชิกในครอบครัวและสายตระกูลได้ชัดเจน อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมและความเชื่อของชาวจีนที่ถือว่าการตอบแทนผู้ตายให้มีความสุขสบาย เช่นเดียวกับตอนที่ยังมีชีวิตอยู่ ดังจะเห็นได้จากการประกอบพิธีตามขั้นตอนต่างๆ 10 ขั้นตอนที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความกตัญญูที่มีต่อผู้ตาย (ธรรมญาณรณ วังศัญญชัยนันท์ 2547)

พิธีรดน้ำศพ เป็นพิธีการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับไปแล้ว ถือเป็นประเพณีอันเก่าแก่สืบทอดมาแต่โบราณของชาวจีน อันแสดงให้เห็นว่าชาวจีนนั้นเป็นชนชาติหนึ่งในโลกที่มีความกตัญญูต่อผู้ล่วงลับ เมื่อผู้มีพระคุณเสียชีวิตลงในขณะที่ตนเองรู้สึกว่ายังมิได้ปฏิบัติตนตอบแทนพระคุณให้เพียงพอ จึงจัดนิมนต์พระสงฆ์มาประกอบพิธีรดน้ำศพ เป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับ คนจีนเชื่อกันว่า เมื่อตายไปแล้วจะไปยังอีกภพโลกหนึ่ง เรียกว่า "อิมกั๊ง" ดังนั้นลูกหลานจึงต้องส่งเงินทองไปให้ เพื่อแสดงความกตัญญู ด้วยการไหว้เจ้า แล้วเผากระดาษเงินกระดาษทองไปให้ และการไหว้เจ้ายังเป็นสิริมงคลแก่ลูกหลาน ให้มีความสุขความเจริญ ซึ่งกระดาษเงินกระดาษทองบางแบบใช้ไหว้เจ้า บางแบบใช้ไหว้บรรพบุรุษ (แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย 2554)

ในปัจจุบันผู้คนนิยมสั่งทำโกอิพิมพ์ที่ทันสมัยมากขึ้น จากเดิมที่เคยเผาเฉพาะสิ่งของเครื่องใช้ประจำครัวเรือน กลับเปลี่ยนไปเป็นสินค้าหรูหราและของใช้ฟุ่มเฟือยมีราคาแพงต่างๆ ผู้คนเชื้อสายจีนในแถบประเทศเพื่อนบ้านต่างพากันผลิตกระดาษเงินกระดาษทองไฮเทคเพื่อใช้ในพิธีอุทิศส่วนกุศลไปให้แก่บรรพบุรุษที่ล่วงลับ ด้วยหวังว่าผู้ที่อยู่ในอีกภพหนึ่งจะมีความสุขสบายขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ข้าวของเครื่องใช้ที่แสดงถึงความมีฐานะ เช่น ชุดชุดพุดหลวง ชุดเครื่องประดับทองคำ ชุดสูท นาฬิกาแบรนด์เนม กระเป๋าหิ้วสวยหรู เสื้อผ้าคอคอสรองเท้าแอดดิดา กระเป๋าเดินทาง โซฟา ชุดที่นอน 6 ฟุต ตู้เซฟ หรือเครื่องใช้สมัยใหม่อย่าง หม้อหุงข้าว เตาไมโครเวฟ เตาไฟฟ้า ตู้เย็นรุ่นใหม่แบบเปิด 2 ประตู เครื่องดูดฝุ่น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ ชุดเครื่องเสียงคาราโอเกะ ชุดโซมเซียเตอร์ โทรทัศน์จอแอลซีดียี่ห้อโซนี่ เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เครื่องแฟกซ์และถ่ายเอกสาร โทรศัพท์มือถือ ไปจนถึงรถสตูดิโอ รถกระบะโตโยต้า รถเบนซ์ รถสปอร์ต เครื่องบิน กระทั่งคอนโดหรูหรือบ้านแบบวิลล่าหลายชั้นที่ทำด้วยกระดาษเสริมด้วยโครงไม้ไผ่ เป็นต้น เรียกว่ามีให้เลือกกันเป็นแคตาล็อกหรือจะเอาแบบของจริงมาสั่งทำกันเลยทีเดียว



ซึ่งในพื้นที่อำเภอปรางมุนี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก็เป็นอำเภอหนึ่งที่มีขนาดกว้าง รวมทั้งเป็นชุมชนธุรกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการทำธุรกิจที่หลากหลายประเภท และเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีประชากรที่เป็นชาวจีนจำนวนมากเข้ามาอาศัยทำการลงทุนธุรกิจในพื้นที่มากขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นแหล่งการค้าทางธุรกิจในสังคมกลุ่มหนึ่ง และเริ่มนำผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชาวจีนเข้ามาจำหน่ายให้แก่กลุ่มชาวจีนที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้นๆ เพื่อให้การดำรงชีวิตของชาวจีนมีความสะดวกสบายมากขึ้นและธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องใช้ของชาวจีนก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีอยู่อย่างแพร่หลายในเขตอำเภอนี้ ด้วยเหตุนี้ในพื้นที่อำเภอปรางมุนี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงมีร้านที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องใช้ของชาวจีนเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีชาวจีนที่อาศัยอยู่ในอำเภอนี้เพิ่มมากขึ้นตามความเจริญเติบโตทางสังคมและประการที่สำคัญ คือ อำเภอปรางมุนี เป็นพื้นที่ที่มีชาวจีนอาศัยอยู่มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับอำเภออื่นๆ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนั้น อำเภอปรางมุนีจึงเป็นสถานที่น่าสนใจของกลุ่มผู้วิจัยที่จะทำการศึกษาถึงการให้ความหมายและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเด็ก เนื่องจากมีการให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมของแต่ละคนและพฤติกรรมแต่ละครั้งเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนไปตามเรื่องที่เกี่ยวข้องเสมอ

ปัจจุบันผู้คนได้หันมาให้ความสนใจกับเครื่องสำอางเด็กที่ใช้ในการประกอบพิธีศพชาวจีนมากขึ้น เพราะเชื่อว่าการที่ได้อุทิศผลแห่งบุญกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วได้ใช้ชีวิตหนึ่งอย่างมีความสุขและส่งผลให้ลูกหลานมีความสุข เจริญรุ่งเรือง มีความก้าวหน้าในชีวิต ดังนั้นผู้วิจัยมีความประสงค์ที่ศึกษาถึงการให้ความหมายและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเด็กในเขตอำเภอปรางมุนี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อทำความเข้าใจถึงความหมายที่ชาวจีนแต่จิวมีต่อคำว่า “งเด็ก” นำไปสู่มุมมอง ทศนคติ และวิถีปฏิบัติตน ตลอดจนการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเด็ก รวมทั้งการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบใหม่ของเครื่องสำอางเด็ก และพบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเด็กมีความหลากหลายมากขึ้นเมื่อเทียบกับอดีต

วัตถุประสงค์

- 1 เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายของชาวจีนแต่จิวที่มีต่อเครื่องสำอางเด็ก
- 2 เพื่อศึกษาถึงการเลือกซื้อเครื่องสำอางเด็ก ในเขตอำเภอปรางมุนี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงาน วิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดทางสังคมวิทยา

ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) แนวคิดพื้นฐานทางปรัชญา ของปรากฏการณ์ นิยม (Phenomenology) กล่าวไว้ว่า ปรากฏการณ์หนึ่ง ใดจะมีความหมาย ย่อมแล้วแต่คนจะมอง คนแต่ละ ชุมชนหรือเผ่าชนหรือสังคมจะสร้างโลกของคนขึ้นมา แล้วดำเนินชีวิตตามที่ตนสร้างขึ้น ดังนั้นจะรู้ว่าสังคม ใดมีลักษณะอย่างไร หรือจะเข้าใจสังคมใด จะต้องไป มองสังคมนั้นด้วยสายตาของคนในสังคมนั้น (สัจญา สัจญาวิวัฒน์ 2545)



2. แนวคิดทางด้านจิตวิทยา

2.1 กระบวนการตัดสินใจ (Decision Marketing Process) การตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง การเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการ หนึ่งจากทางเลือก อื่นๆที่มีอยู่ (สุภาภรณ์ พลนิกร 2548) ลักษณะของ กระบวนการตัดสินใจสามารถแบ่งได้เป็นลำดับขั้นต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ยอมรับความต้องการ (Need Recognition)

ขั้นตอนที่ 2 แสวงหาทางเลือก (Identification of Alternatives)

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินค่าทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

ขั้นตอนที่ 4 ตัดสินใจซื้อ (Purchase and Related Decisions)

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post- Purchase Behavior) (William J. Station, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker 2540)

2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับบริโภคสินค้าหรือบริการรวมไป ถึงการจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย กล่าว คือ พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเรื่องของเหตุผลที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล คลยา จาตุรงค์กุล 2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการ ประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมี ความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบัน และอนาคต (นักสหนิยะวานนท์ 2552)

2.3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค S-R Model เป็นการศึกษาถึงเหตุผลเชิงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ จากนั้นสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้า มาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึก นึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะที่แตกต่าง กันของผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546)

3. ทฤษฎีทางการตลาด

3.1 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมการตลาดบริการ ทฤษฎีสี่ส่วนประสมการตลาดบริการของ Phillip Kotler องค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องการสร้างคุณค่า ราคา (Price) คือคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินที่เกิดขึ้นมาถัด จากผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด การ ส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสาร การตลาดระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย

3.2 ส่วนประสมการตลาดบริการในมุมมอง ของลูกค้า ประกอบด้วย คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุน ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การดูแลเอาใจใส่ ความ สำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และความสบาย (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ 2546)

4. ความเชื่อ

ความรู้สึนึกคิดของคนในอดีตต่อกัน และมีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลหรือกลุ่มชน โดยไม่คำนึงถึงเหตุผล ความเชื่อจะมีลักษณะสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น (ประชิด สุกญาพัฒน์ 2548) สาเหตุของความเชื่อเกิดจากความกลัว หรือความไม่รู้ของมนุษย์ที่สามารถหาเหตุผลหรือคำอธิบายใดๆมาอธิบาย



ปรากฏการณ์ต่างๆทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นได้ เช่น ฟ้าไม่ฝนตก ฟ้าไม่ฟ้าผ่า เป็นต้น จึงทำให้มนุษย์เกิดความกลัวและเชื่อว่าเป็นสิ่งลึกลับที่ต้องมีผู้กระทำ มนุษย์จึงได้สมมุติให้มีเทพประจำสิ่งต่างๆ หรือวิญญาณบรรพบุรุษ แล้วทำพิธีบูชาเช่น บวงสรวง เพื่อให้เกิดความเป็นสิริมงคล แต่เมื่อมนุษย์ได้พัฒนาขึ้น มนุษย์สามารถหาเหตุผลมาอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น (แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย 2548)

5. พิธีกรรม

การประพฤติปฏิบัติตามความเชื่ออย่างมีระเบียบพิธีและเป็นขั้นตอน โดยมีจุดมุ่งหมายให้บรรลุลักษณะประสงคนำมาซึ่งความปรารถนาในสิ่งที่ต้องการ (เฉลิมรัฐ ขนอม 2544)

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมายและการเลือกซื้อเครื่องกระดาดงเต็กของชาวจีนแต้จิ๋ว ในเขตอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพตามทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา มีสมมุติฐานสำคัญว่า มนุษย์เป็นผู้สร้างความหมายต่าง ๆ ในสังคม สร้างความแท้จริงในสังคมนั้นคือ กฎ ระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ในสังคมแล้วทำความเข้าใจร่วมกันและยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการกระทำระหว่างกัน หรือดำรงชีวิตอยู่ด้วยกันตามแนวความคิดนี้ มนุษย์จึงเป็นตัวสำคัญ เป็นตัวการให้เกิดสิ่งที เรียกว่า โครงสร้างสังคม

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่อาศัยอยู่ในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากการเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ เกิดความซ้ำกันจนเป็นแบบแผนที่แน่นอน แม้จะสอบถามผู้ให้ข้อมูลหลักรายอื่นๆ อีก ข้อมูลที่ได้มีลักษณะเดียวกัน จนกระทั่งไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ข้อมูลมีความเข้มข้นและถึงจุดอิ่มตัว (พิทักษ์ ศิริวงศ์ 2547) หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงหยุดการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะได้ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นเจ้าของร้านขายอุปกรณ์ไหว้เจ้าจำนวน 10 ราย และผู้ที่มีเชื้อสายจีนแต้จิ๋วจำนวน 15 คน โดยไม่ได้จำกัดอายุ เพศ และฐานะของผู้ให้ข้อมูลหลัก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ คือ

1. แนวคำถามที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา
2. สมุดบันทึกประจำวัน เพื่อใช้จดรายละเอียดที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม
3. เทปบันทึกเสียง เพื่อใช้ในการบันทึกเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์ในการใช้เครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจและจะขออนุญาตการบันทึกเสียงจากผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกครั้งก่อน

การรวบรวมข้อมูลคั้งนี้ เป็นไปตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลภาคสนามและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคั้งนี้



1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่มีความเกี่ยวข้องกับ ประเด็นของเครื่องกระดาษเด็ก เพื่อเป็นตัวอย่างในการทำการศึกษาและทำความเข้าใจกับเรื่องที่ทำการศึกษา

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารต่างๆมาสร้างแนวคำถามในการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

3. รวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นเจ้าของร้านขายอุปกรณ์ไหว้เจ้าจำนวน 10 รายและผู้ที่มีเชื้อสายจีนแต่จี๋จำนวน 15 คน ด้วยวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) จากผู้ที่ให้สัมภาษณ์เป็นรายแรกเพื่อนำไปสู่ผู้ให้สัมภาษณ์รายต่อไป

4. นำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ระดับลึก มาวิเคราะห์และสรุปผล

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือข้อมูล

ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้ศึกษาใช้การตรวจสอบหลายทาง (Triangulation) ดังนี้

1. ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้ใช้ผู้วิจัยหลาย คนในการรวบรวมข้อมูลทั้งจากการลงสนาม และการศึกษาจากเอกสารต่างๆ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบยืนยันความถูกต้องของข้อมูลระหว่างผู้วิจัย หากข้อมูลมีความสอดคล้องกันทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง

2. ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายโดย ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก ใช้การสังเกตแบบ ไม่มีส่วนร่วม และการศึกษาจากเอกสารประกอบกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

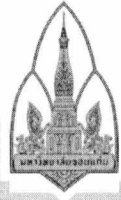
ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการหลักที่ใช้มี 2 วิธี คือ

1. เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จัดบันทึกไว้จากสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น โดยผู้วิจัยได้เห็นหลายๆ เหตุการณ์และได้ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าแล้วเขียน (เพื่อสร้างข้อสรุปตามกรอบแนวคิดทฤษฎี หรือเพื่อตอบปัญหาการวิจัย

2. เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองวิธีร่วมกันและนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ก่อนศึกษาสรุปผล รวมทั้งเสนอข้อเสนอนะ

ผลการศึกษา

เครื่องกระดาษเด็กไม่เพียงแต่ใช้ในพิธีงเด็กเพียงอย่างเดียว แต่สามารถใช้ในพิธีกรรมของชาวจีนตามความเชื่อของศาสนาพิธีอื่นได้ด้วย เช่น วันตรุษจีน ในวันไหว้ตอนเช้ามีด มีการไหว้เทพเจ้าต่างๆ ด้วยกระดาษเงินกระดาษทอง ในตอนสาย ไหว้บรรพบุรุษที่ถึงแก่กรรมไปแล้ว ด้วยการเผากระดาษเงินกระดาษทองและเสื้อผ้า ตอนบ่าย ไหว้ผีไม่มีญาติ วันไหว้บรรพบุรุษ หรือวันวันเซ็งเม้ง มีการเซ่นไหว้เจ้าที่ (ตี่จู๋) และเซ่นไหว้บรรพบุรุษและวันสารทจีน มีพิธีไหว้เจ้าที่ บรรพบุรุษและผีไร้บ้านหรือผีไม่มีญาติ เป็นต้น ซึ่งพิธีกรรมดังกล่าว ต้องใช้กระดาษเงินกระดาษทองในการประกอบพิธี เห็นได้ว่าเครื่องกระดาษเด็กบางชนิดใช้ในการประกอบพิธีกรรมอื่นด้วย



การศึกษาเรื่อง การให้ความหมายและพฤติกรรมในการเลือกซื้อของเด็กของชาวจีนแต่จิว ในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

1. การให้ความหมายของงเด็กในกลุ่มชาวจีนแต่จิว ในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มชาวจีนแต่จิวได้ให้ความหมายของการทำงเด็กว่า

1.1 เป็นการแสดงความกตัญญูและตอบแทนบรรพบุรุษของตน เพื่อให้ท่านมีความเป็นอยู่อย่างสุขสบาย เช่นเดียวกับตอนที่ยังมีชีวิตอยู่

1.2 เป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ตาย เป็นการระลึกถึงผู้ตายด้วยความเศร้าสลดใจ

1.3 เป็นการตอบแทนพระคุณ โดยการอุทิศส่วนกุศลไปให้

1.4 เป็นตัวแทนในการทำบุญให้กับผู้ตาย จึงทำให้ผู้ตายได้บุญเสมือนกับตัวผู้ตายได้มาทำบุญด้วยตัวเอง

1.5 เป็นการส่งสิ่งของให้แก่ผู้ตายได้ใช้ เนื่องจากรู้สึกว่ามีที่จากไปต้องการสิ่งของเครื่องใช้ในโลกว่าหน้าด้วย พวกเขาอาจต้องการใช้ รถ บ้าน และของอื่นๆ อย่างอื่น

2. การเลือกซื้อเครื่องกระดาษงเด็กของชาวจีนแต่จิว ในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกได้ตามหัวข้อดังนี้

2.1 การยอมรับความต้องการ

มีการเล่าสืบกันมาจากรุ่นสู่รุ่นของบรรพบุรุษ ที่ชาวจีนได้สืบทอดกันมาถึงกระบวนการและการทำพิธีงเด็ก จนเป็นที่ยอมรับว่าพิธีเผาเครื่องกระดาษงเด็กเป็นพิธีหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งมาจากวัฒนธรรมของชาวจีนที่มีความเชื่อเรื่องของโลกอีกภพหนึ่งและมีการปฏิบัติกันต่อเนื่องกันมาอย่างยาวนาน

2.2 การแสวงหาทางเลือก

การได้รับข้อมูลจากบรรพบุรุษหรือพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ในการประกอบพิธีว่ามีสิ่งใดบ้าง โดยการแสวงหาทางเลือกมีความแตกต่างกันระหว่าง กลุ่มคน 3 กลุ่ม โดยแบ่งได้จากฐานะและรายได้

1. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้สูง กลุ่มนี้มีข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ค่อนข้างสูง เนื่องจากอยู่ในแวดวงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่เลือกมักได้รับการยอมรับของสังคม มีรสนิยม และไม่ให้ความสำคัญถึงราคาเท่าที่ควร

2. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้ปานกลาง มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พอสมควร จึงทำให้ผู้ใช้กลุ่มนี้มีการตัดสินใจเลือกซื้อ 2 แบบ คือ ทั้งซื้อแบบเป็นชุดที่ทางร้านจัดเตรียมให้หรือซื้อแยกชิ้น หากครอบครัวใดต้องการให้บรรพบุรุษได้ของใช้ที่ดี มีราคาสูงจะเลือกซื้อแบบเป็นชุด แต่ถ้าทางครอบครัวใดไม่เน้นความหรูหรา ราคาแพง จะตัดสินใจเลือกซื้อแยกชิ้น

3. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้ต่ำ มีข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ค่อนข้างต่ำ จึงมีการหาข้อมูลจากร้านจัดจำหน่ายในแหล่งที่อยู่อาศัยหรือสอบถามผู้ที่เคยใช้หรือซื้อก่อนหน้านี้ มีการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ในเรื่องของรูปแบบของผลิตภัณฑ์ มักจะไม่ซื้อแบบเป็นชุดแต่จะเลือกซื้อเป็นชิ้นๆ เพราะราคาย่อมเยากว่า และให้ความสำคัญหรือคำนึงถึงราคาของผลิตภัณฑ์มาก

2.3 ประเมินทางเลือก

ผู้ซื้อมักเลือกร้าน โดยคำนึงถึงความสะดวกในการติดต่อ การขนส่ง หรือการบริการ เช่น เลือกร้านที่ใกล้บ้านเพื่อให้สะดวกต่อการขนส่งหรือเลือกร้านที่มีบริการครบครันเพื่อความสะดวกสบายของผู้ซื้อ



1. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้สูง เลือกตามกระแสนิยมและความสะดวกสบายในการใช้บริการ ทางร้านที่ให้บริการครบครัน กล่าวคือ ให้บริการถึงสถานที่ ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องเดินทางไปเลือกซื้อด้วยตนเอง เพียงระบุลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการแก่ทางร้านและทางร้านเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ซื้อถึงสถานที่จัดงาน พร้อมทั้งจัดเครื่องกระดาษ

2. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้ปานกลาง เลือกตามความพอใจของครอบครัว กล่าวคือ ครอบครัวใดเน้นความหรูหรา ราคาแพง จะเลือกร้านจำหน่ายที่ให้บริการครบครันหรือมีช่องทางการขนส่งง่าย แต่หากครอบครัวใดที่ไม่เน้นความหรูหรา ราคาจะเลือกซื้อตามความสะดวกของผู้ซื้อมากที่สุด

3. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้ต่ำ เลือกตามความเหมาะสมกับกำลังจ่ายของครอบครัว เลือกสถานที่ใดก็ได้ ที่มีผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ไม่เน้นความนิยม แต่เลือกร้านที่ใกล้บ้านที่ผู้ซื้อสามารถไปเลือกซื้อด้วยตนเองได้ กล่าวคือ ผู้ซื้อต้องการร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องกระดาษที่สามารถเลือกซื้อแยกชิ้นได้ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย

2.4 ตัดสินใจซื้อ

หลังจากที่ผู้ซื้อประเมินทางเลือกในเรื่องของการติดต่อ การขนส่ง หรือการบริการแล้ว ในแต่ละกลุ่ม มีความแตกต่างกันตามความต้องการ และเข้าสู่ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อเป็นผู้ระบุคุณลักษณะที่ต้องการเพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น สถานที่จำหน่าย เงื่อนไขการชำระเงิน สี สัน ความปลอดภัย และบริการหลังการขายจากผู้ขาย เป็นต้น พบว่า

1. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้สูง ตัดสินใจจากร้านที่มีผู้คนเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก มีชื่อเสียง มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เสมอ รวมทั้งทางร้านมีการติดต่อสอบถามถึงความพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หากมีข้อบกพร่องทางร้านจะรับผิดชอบ โดยการลดราคาสินค้า 5% ในด้านผลิตภัณฑ์นั้นเลือกซื้อชุดที่ได้รับความนิยมรูปแบบใหม่ และมีสีสันสวยงาม สะดุดตา เช่น บ้านหลังเดียวหากต้องการความพิเศษ อาจมีราคาถึงหลักหมื่น เนื่องด้วยขนาด สีและรูปแบบ รถเบนซ์ ผู้ซื้อคิดว่าเป็นรถที่ดีที่สุด จึงเลือกซื้อในบรรพบุรุษ บัตรเครดิตทองและปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ i-pad ซึ่งเป็นที่นิยมมากในยุคปัจจุบันและเริ่มมีการนำมาวางจำหน่ายในรูปแบบของเครื่องกระดาษของเด็ก ให้แก่บรรพบุรุษ จนเป็นที่สนใจอย่างมาก เป็นต้น ในการชำระเงินทางร้านมีบริการให้ใช้หลายด้าน ทั้งด้วยเงินสดหรือโอนเงิน บัตรเครดิต

2. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้ปานกลาง ตัดสินใจจากความเห็นของคนในครอบครัว ในเรื่องของทัศนคติ ครอบครัวที่ตัดสินใจเลือกซื้อแบบเป็นชุด คนภายในครอบครัวต้องการให้บรรพบุรุษได้ใช้ของดี มีคุณภาพ ราคาแพง เน้นความพอใจของผู้ซื้อโดยไม่คำนึงถึงราคา แต่ครอบครัวใดที่ตัดสินใจเลือกซื้อแบบแยกชิ้น คนภายในครอบครัวมีความคิดเห็นว่า ข้าวของเครื่องใช้ไม่จำเป็นแพง สวยงาม หรูหรา เน้นถึงความครบถ้วนของผลิตภัณฑ์ ให้บรรพบุรุษมีข้าวของเครื่องใช้ตามความจำเป็น

3. กลุ่มคนที่มีระดับฐานะและรายได้ต่ำ ตัดสินใจจากร้านใดก็ได้ตามความสะดวกหรือมีความเชื่อใจต่อสินค้าร้านนั้น ไม่จำเป็นต้องได้รับความนิยมหรือมีชื่อเสียงมาก ส่วนใหญ่นิยมจ่ายด้วยเงินสด เพราะกลุ่มคนดังกล่าวซื้อสินค้าที่มีราคาไม่แพงมากนัก เนื่องจากพิจารณาจากกำลังการซื้อของตนก่อน จึงทำให้เกิดความจำกัดในเรื่องค่าใช้จ่าย ด้านผลิตภัณฑ์นั้นเลือกซื้อตามความจำเป็น เป็นชุดธรรมดาหรือเป็นของใช้ปกติประกอบด้วยกำป็นใส่เงินทอง หีบเสื้อผ้า โต๊ะเก้าอี้ ชุดน้ำชาเตียงนอน พร้อมมุ้ง ม่าน หมอน หมอนข้าง ผ้าห่ม ถังน้ำ ถูมน้ำ หิ้งล้างหน้า ตะเกียง กระโถน พัดลม กระจกน้ำร้อน นาฬิกา ทองแหง โต๊ะบัญชี ตู้เย็น ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง (เฉพาะผู้ตายที่เป็น



หญิง) ตู้เซฟ โทรทัศน์ โทรศัพท์ เคียงไม้นอนเล่น เครื่องเล่นเทป เครื่องส่งเสียงตามสาย วิทยุ เครื่องบิน เรือยนต์ร่ม มอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า เตาไฟฟ้า กาน้ำ กาน้ำชาดินเผา กระติกน้ำแข็ง เตาไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ พัดลม วิทยุโอเทป รถพยาบาล (มีรถเข็นคน ไปด้วย) นาฬิกาตั้งพื้น ลูกคิด โต้ะเล่น ไม้พ่นกระดาษจอก หรือเกมส์การเล่นแบบอื่นๆ เพื่อให้มีพอต่อการประกอบพิธีกรรม ไม่นั่นสิ้นและรูปแบบมากนัก

2.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ

หลังการให้บริการลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ หากผู้ซื้อได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์มีการบอกต่อกัน ปากต่อปาก การชักชวนผู้อื่นให้มาใช้บริการและกลับไปซื้อซ้ำที่ร้านเดิม แต่หากไม่ได้รับความพึงพอใจ เช่น ร้านจัดจำหน่ายเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะไม่ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ หรือผลิตภัณฑ์มีข้อบกพร่อง ดำหนิ และทำหลอกตา เป็นต้น ในการใช้บริการผู้ซื้อบอกต่อถึงความไม่พอใจที่มีต่อสินค้า จนทำให้ผู้ซื้อรายอื่นหมดความเชื่อถือ

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ชาวจีนแต่จิวในเขตพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีพิธีเผาเครื่องกระดาษกงเต็ก เพื่อระลึกถึงบรรพบุรุษและทดแทนพระคุณ ด้วยความศรัทธาใจ อุทิศส่วนกุศลและของใช้ต่างๆ ให้แก่ผู้ล่วงลับใช้ชีวิตอยู่ในภพหน้าอย่างสุขสบาย ชาวจีนนับถือกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ปฏิบัติสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น การประกอบพิธีเผาเครื่องกระดาษกงเต็กเป็นพิธีที่สำคัญส่วนหนึ่งของพิธีกงเต็ก เมื่อเปรียบเทียบความหมายของกงเต็กตามพจนานุกรมไทยราชบัณฑิตยสถานแล้ว กงเต็กมีความหมายที่แตกต่างกันในประเด็นเรื่อง ของการเป็นตัวแทนในการทำบุญให้กับผู้ตาย ที่ทำให้ผู้ตายได้บุญเสมือนกับตัวผู้ตายได้มาทำบุญด้วยตัวเอง ซึ่งตามพจนานุกรมไทยราชบัณฑิตยสถานกงเต็กมีความหมายว่า “เป็นการทำบุญให้ผู้ตายตามพิธีของนักบวชนิคายจีนและญวน โดยมีการสวดและเผากระดาษที่ทำเป็นรูปต่าง ๆ มีบ้านเรือน คนใช้และอื่นๆ ให้แก่ผู้ตาย ” จะเห็นว่าความหมายของกงเต็กในสมัยปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น โดยการให้ความหมายแตกต่างจากเดิมที่เป็นการทำบุญให้แก่ผู้ตาย แต่หมายถึงเสมือนผู้ตายได้ทำบุญด้วยตนเอง โดยเครื่องกระดาษกงเต็กจะมีร้านจัดจำหน่าย แต่เนื่องด้วยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมากขึ้น เครื่องกระดาษกงเต็กเพิ่มจำนวนมากขึ้นตาม รวมทั้งประเภทชนิดของเครื่องกระดาษด้วย ซึ่งผู้ซื้อจะเลือกซื้อเครื่องกระดาษกงเต็กตามสถานที่ที่มีความสะดวกต่อการเลือก แล้วแต่ความชอบของแต่ละกลุ่มคน สี่ รูปแบบและราคาตามระดับฐานะและรายได้

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องกระดาษกงเต็ก พบว่า มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการยอมรับความต้องการ ขั้นตอนการแสวงหาทางเลือก ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อและขั้นตอนการประเมินความพอใจหลังใช้บริการ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อการแสวงหาข้อมูลจากหลายด้าน เพื่อประกอบการตัดสินใจ เพราะต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะตรงตามที่ผู้ซื้อต้องการ จากผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องกระดาษกงเต็ก ผู้ที่ให้บริการมาก่อน ปัจจุบันเป็นการบริการแบบครบวงจร โดยผู้ประกอบการมีบริการให้เลือกหลายอย่าง รวมถึงการจัดตั้งเครื่องกระดาษด้วย กระทั่งผู้ซื้อสามารถ โทรสั่งบริการโดยไม่ต้องเดินทางไปเลือกด้วยตนเอง



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ปัจจุบันร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องกระด้างเด็กมีบริการครบวงจร ทั้งในเรื่องการจัดสรรคัดเลือกและจัดตั้งเครื่องกระด้าง ส่งผลให้ทราบถึงความใส่ใจของผู้ซื้อที่มีค่าน้อยลง ในความพึงพอใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ให้แก่บรรพบุรุษ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำวิจัยเรื่องการเลือกซื้อเครื่องกระด้างเด็กของชาวจีนในบริบทของเชื้อสายอื่น เช่น การเลือกซื้อเครื่องกระด้างเด็กของชาวจีนไหหลำ

2.2 ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อวัฒนธรรมของประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจีน ว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เมื่อมีธุรกิจการจัดจำหน่ายเครื่องกระด้างเด็กที่ครบวงจรมาก จนผู้ซื้อไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปเลือกซื้อด้วยตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติศักดิ์มันตุง. 2519. สังคมชาวจีนในประเทศไทย วิทยานิพนธ์เสนอวิทยาลัยกองทัพบก
จิราภา เต็งไทรรัตน์. 2547. จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. การตลาด บริการ. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ด ยูเคชั่น.
ธรรมาภรณ์ วงศ์บุญชัยนันท์. 2547. พิธีกรรมเด็ก. ระบบสัญลักษณ์และระบบ เครื่องหมาย ของชาวจีนแต่จิวใน
เยาวราช. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย
นภัสพร นิยะวานนท์. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่ของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัด
นครปฐม คั่นคว่าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
พิทักษ์ ศิริวงศ์. “ทฤษฎีสถานราก (Grounded Theory) วิจัยวิทยาการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีในการพัฒนาประเทศ,”
บรรณสาร มศก.ท. (19) : 1 เมษายน – กันยายน, 2547.
ประภาวดี จตุวิริยะพรชัย. 2538. ความเชื่อและพิธีกรรมของชาวจีนกลุ่มภาษาต่างๆ ใน จังหวัด พิชญ โลก .
วิทยานิพนธ์. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ พิมพ์ดี.
สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2545. ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
สุภาภรณ์ พลนิก. 2548. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โฮลิสติก พับลิชชิ่ง.
เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : Diamond in business world.
แสงอรุณ กนกพงษ์ชัย. 2554. กตัญญูในเด็ก และเด็กในกตัญญู พิธีกรรมเด็กใน สังคมไทยและสังคมโลก.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ คลยา จาตุรงค์กุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 8. ก รุง เท พ ฯ : โรง พิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.