

โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดกริ๊บทุกแนวโรงงานของชุมชนบ้านอรัญญิก
MARKET STRUCTURE OF MASS LINE KNIFE-PRODUCTS OF
BAN-ARANYIK COMMUNITY

วิทยานิพนธ์

โดย

นายธีรพันธ์ วารณโณมัย

เสนอต่อคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลึกสุด

พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

พ.ศ. 2538

**โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวโรงงาน
ของชุมชนบ้านอรัญญิก**

ชุดการวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคม

เรื่อง

การโตขยาย หรือ เจาตาย

ของ

हितถอุตสาหการรมครัว เรือนทามีด :

กรณิชุมชนบ้านอรัญญิก

ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดย

ทีมงานวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคมบ้านอรัญญิก

คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ดำเนินการวิจัยปฏิบัติการระหว่าง

10 ธันวาคม 2535 ถึง 19 กุมภาพันธ์ 2538

หัวข้อ หมวด ก. ด้านการผลิต

๑. ผลิตภัณฑ์นมอัดอัฐุญก : ความเป็นอยู่ เป็นมา และเป็นไป
..... นายสมยศ สุขเจริญ
๒. ประสิทธิภาพการบริหารการผลิตผลิตภัณฑ์นมอัดอัฐุญก
อัฐุญก นายชเนล สุจินตรา
๓. ระบบทุน และสินเชื่อในการทำนมอัดอัฐุญก
..... นายสุชาติ แจสุรภาพ
๔. เทคโนโลยีการผลิตของผลิตภัณฑ์นมอัดอัฐุญก : ความเป็นอยู่ เป็นมา
และเป็นไป ร.ต.อ. อานาจ หาญไฟฟ้า
๕. การใช้พลังงานในการผลิตผลิตภัณฑ์นมอัดอัฐุญก : ความเป็นอยู่
เป็นมา และเป็นไป นายพลัง แผงนคร

หัวข้อ หมวด ข. ด้านการตลาด

๖. โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์นมอัดอัฐุญก
..... นายธีรพันธ์ วรรณมโนมัย
๗. โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์นมอัดอัฐุญก
..... นายจิไรทร ต้นสกุล
๘. ความนิยมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์นมอัดอัฐุญก
..... ร.ต.อ. เพชรภรณ์ มงพลเมือง

หัวข้อ หมวด ค. ด้านสังคม

๙. วิชาการด้านโครงสร้างทางกายภาพของชุมชนบ้านอัฐุญก :
ความเป็นอยู่ เป็นมา และเป็นไป นายเชิดศักดิ์ ไพร์ทอง
๑๐. โครงสร้างทางเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนบ้านอัฐุญกในปัจจุบัน
..... พ.ต.ท. สุกิจ อ่วมวงศ์
๑๑. องค์กรทางสังคมของชุมชนบ้านอัฐุญก นายสุรพงษ์ วงษ์สุบรรณ
๑๒. การค้นหา รูปแบบ อิทธิพลการนำ และความสัมพันธ์ผูกพันกับพรรค และ
นักการเมืองของผู้นำชุมชนบ้านอัฐุญก นายสุภมงคล สุขากันยา
๑๓. วัฒนธรรมการทำนมอัดอัฐุญก : ความเป็นอยู่ เป็นมา และเป็นไป
..... นายตุลิต ทองสาย

วิทยานิพนธ์ : โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวโรงงานของ
ของชุมชนบ้านอรัญญิก
Market Structure of Mass Line Knife-Products
of Ban-Aranyik Community

โดย : นายธีรพันธ์ วรณมานัย
Mr. Teerapun Wonnamanomai

นักศึกษาคณะพัฒนศาสตร์ : ภาคพิเศษ กทม. รุ่นที่ 2 รหัส 530351007

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
สมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนศาสตร์) ได้

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ลงนาม...
(ผศ.ดร.แสง รัตนมงคลมาศ)

วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม...
(อาจารย์วิชัย รุบชาติ)

วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม...
(ผศ.กรวิวี ศรีกิจการ)

วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2538

คณะพัฒนศาสตร์อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนศาสตร์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
ลงนาม...
(ผศ.ดร.แสง รัตนมงคลมาศ)

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม...
(อาจารย์วิชัย รุบชาติ)

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม...
(ผศ.กรวิวี ศรีกิจการ)

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2538

อาจารย์...รองคณบดีรักษาราชการแทนคณบดี
(สุภา กวีติบุตร)

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2538

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ : โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีคอรักฤฎีกแนวโรงงานของชุมชนบ้านอรัฎฎีก
โดย : นายธีรพันธ์ วรธนาเนชัย
ชื่อปริญญา : พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)
วิชาเอก : การวิเคราะห์และวางแผนทางสังคม
ปีการศึกษา : 2537

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์อยู่ 2 ประการ คือ 1) เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์มีคอรักฤฎีกแนวโรงงานในปัจจุบันว่า มีลักษณะและรูปแบบการจำหน่ายในแต่ละตระกูลผลิตภัณฑ์มีคเป็นอย่างไร 2) เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกลไกตลาด และราคาของผลิตภัณฑ์มีคอรักฤฎีกแนวโรงงานในปัจจุบัน ภายใต้รูปแบบการจำหน่ายและลักษณะของผลิตภัณฑ์ในแต่ละตระกูลว่า มีกลไกตลาดและราคาเป็นอย่างไร

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้นำชุมชนบ้านอรัฎฎีก คือ ผู้ใหญ่บ้านและกำนัน ผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการจำหน่าย ร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีคอรักฤฎีกในบริเวณตลาดกลาง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพาร์ทเมนท์สาทร สาขาตลาดพร้าว และสาขาชิดลม โดยดำเนินการวิจัยภายใต้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ และปฏิบัติการเป็นหลัก ซึ่งหมายถึง ผู้วิจัย นอกจากจะได้ลงมือสัมผัสข้อเท็จจริงรูปรวมอย่างละเอียดลึกซึ้งแล้ว ยังได้ดำเนินการปฏิบัติการทดสอบผลแห่งการปฏิบัติที่เกิดขึ้นด้วย

สำหรับขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลนั้น เริ่มจากการลงสนาม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชาวบ้านอรัฎฎีกและผู้นำชุมชน เพื่อทราบข้อมูลขั้นต้น และค้นหากลุ่มบุคคลที่สามารถรู้และยินดีที่จะให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการวิจัยในเรื่องนี้ (Key-Informant) เป็นอย่างดี

ผลจากการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว บ่งชี้ว่า กระบวนการเชื่อมต่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค จำเป็นต้องอาศัยกลไกหรือช่องทางตลาด รวมถึงกลไกราคา ที่สัมพันธ์และผูกพันกับช่องทางต่าง ๆ ในการนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค ซึ่งบ่งชี้ว่า รูปแบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภคในแต่ละขั้นตอนของการจำหน่าย มีลักษณะของการเบี่ยงเบนในราคาของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เนื่องจาก ลักษณะการผลิต และการจำหน่ายภายในชุมชนบ้านอรัญญิกมีสภาพของการถูกรวบงาทางด้านวัตถุดิบ จากพ่อค้าที่นำวัตถุดิบมาขายในลักษณะ "เจ้าประจำ" ในชุมชน จึงทำให้ผู้ผลิตจำต้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภคให้กับเจ้าประจำในราคาที่พ่อค้า เป็นผู้กำหนด

การเพิ่มขึ้นของราคาที่จำหน่ายไปให้แก่พ่อค้าในชุมชนบ้านอรัญญิก หรือบุคคลอื่น ๆ จะมีลักษณะการเพิ่มขึ้นของราคา ที่ไม่มากนัก หากจะเปรียบเทียบกับพ่อค้าในชุมชนบ้านอรัญญิก ซึ่งราคาขายในช่วงระหว่างผู้ผลิตกับพ่อค้าในชุมชนฯ เป็นการเอาเปรียบในด้านราคามากกว่าอัตราที่ควรจะเป็น โดยพ่อค้าในชุมชนนั้น ไม่มีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ค่าภาษีต่าง ๆ และระยะเวลาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สั้นกว่า รวมทั้งยังมีโอกาสทำกำไรจากการขายวัตถุดิบในลักษณะผูกขาดให้กับผู้ผลิตอีกด้วย ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของราคาจากพ่อค้าในชุมชนสู่พ่อค้าคนอื่น ๆ จึงควรมีสัดส่วนที่น้อยลง โดยควรเพิ่มประมาณร้อยละ 5 ถึง 10 ก็น่าจะเหมาะสมหรือในอีกด้านหนึ่งก็คือควรรับซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีค่านาราคาที่สูงขึ้นจากผู้ผลิต

ลักษณะการ "กดราคาซื้อ" และ "โกงราคาขาย" ของพ่อค้าด้านแรกหรือช่องทางแรกในชุมชนบ้านอรัญญิกนี้ มีสาเหตุหลักมาจากการผูกขาดการขายวัตถุดิบ (เหล็ก) ำให้ ดังนั้น ยุทธศาสตร์การเจาะทะลวงการผูกขาดในเรื่องโครงสร้างตลาดและราคาผลิตภัณฑ์ที่มีค่านาโรงงานของชุมชนบ้านอรัญญิก จึงจำเป็นต้องดำเนินการเปิดศึก 2 ด้านควบคู่กัน คือ ด้านการผูกขาดการขายวัตถุดิบและด้านการกดราคาการรับซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ยากลำบากมากในการปฏิบัติการเช่นนี้

ดังนั้น ข้อเสนอแนะในการวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคมานที่นี้ จึงเห็นควรแนะนำ

าให้รัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) คัดค้านมาตรการนายบาย
 บางอย่างในการหนุนช่วยด้านการนำเข้าวัตถุดิบแก่ชาวชุมชนบ้านอรัญญิก มิฉะนั้น ทัศนคติ
 กรรมกรวีรเวียงที่เก่าแก่และทำชื่อเสียงหน้าตาให้กับสังคมไทยก็คงจะต้อง "เจาตาย" ใน
 ลักวันข้างหน้า

ส่วนการปฏิบัติการในด้านการตลาดโดยตรงนั้น ผู้วิจัยได้ค้นพบว่า นอกจากผู้
 ผลิตมีคอรัญญิกส่วนใหญ่มกนัคนในเรื่องการตลาดแล้ว ยังมีเงื่อนไขและค่านิยมบางอย่างที่จะ
 ไม่ลงมือปฏิบัติการในด้านนี้อีกด้วย ดังนั้น ในการวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคมของทีมงานวิจัย
 อรัญญิกพร้อมกับคณาจารย์ที่ปรึกษาของคณะพัฒนาสังคม (นิด้า) จึงได้เริ่มทำการนำชาวบ้าน
 อรัญญิกออกสู่ตลาดแบบนิเทศการสินค้า และเริ่มฝึกหัดเยาวชนลูกหลานอรัญญิกให้รู้จักและรัก
 ที่จะขายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของครอบครัวและชุมชนของตน ซึ่งอนาคตจะเป็นอย่างไรนั้น
 ด้านหลักขึ้นอยู่กับจิตสำนึกทางสังคมของชนชั้นนำและชนชั้นปัญญาชนไทยว่า จะมีสำนึกและมี
 การเสียสละที่จะก้าวลงมาเพื่อนำพาให้ชาวบ้านอรัญญิกได้ก้าวต่อไปสักแค่ไหนเพียงใด

ABSTRACT

THESIS : Market Structure of Mass Line Knife-Products of
Ban-Aranyik Community
BY : Teerapun Wonnamanomai
DEGREE : Master of Arts (Social Development)
MAJOR : Social Analysis and Planning
ACADEMIC YEAR : 1994

The study was aimed at 1) Finding out about the distribution methods of Aranyik Knife-Products and 2) to learn about the market mechanism and the price of each type of products.

The subjects were randomly selected from the Ban-Aranyik Community leaders .i.e.. village heads, tambon head, knife-makers, distributions, and owners of shops where Aranyik knife products were for sale, both in the Central brandes of the Central Department Store in Bangkok. The research conducted this qualitative research and proved the results as well.

The research started this work by making friends with people in the Ban-Aranyik Community and their leaders to obtain basic data and then looked for these who were willing to give information about the subject (Key-informants).

From the data analysis, it was found that to link producers with consumers required some market mechanism. this

also included the price mechanism which involved different channels to bring products to ultimate consumers. Infact, the price was greatly from what it should be in each step of distribution. This was because the production and distribution of the Aranyik-Knife products were dominated by a few dealers who monopolized the selling of raw material to them. As a result, the producers had to sell their products to these dealers who determined the prices.

The increase of prices when the products were sold to dealers outside the community or others was not great. The community dealers took too much advantage of the producers in terms of prices, because they did not have to pay for transport, taxes and could sell the products at a short time. Besides, the community dealers also made great profits from monopolizing the selling of raw material to the people there. Therefore, the community dealers should sell the products to the outside dealers at lower prices. Infact, the former should add only 5-10 percent to the original prices when they sold the products to the latter. Or they should raise the prices they gave to the producers.

The possibility of "buy cheap" and "sell high" of the community sealers emerged because of their monopoly of raw material (steel). So it was necessary to stop the monopoly in the market structure to enable the producers to receive higher

prices, although it was very difficult in practice.

It was recommended that the government agencies concerned, especially the board of Investment (BOI) should set up some measures to supply the Aranyik people with sufficient raw material; otherwise, the traditional cottage industry of Knife-making which brought fame to the Thai society would one day become "extinct".

Most producers were not keen in marketing and there were some constraints and social values that prevented them to penetrate the market themselves. Therefore, the research team together with the instructors at the Social Development Department, NIDA started to train the Aranyik people how to find the market by holding a trade exhibition and teach the youths some sales techniques. The future of the community depended upon the high economic-status people and educated people-whether they were willing to help the Aranyik people to step further to success.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ เป็นงานวิจัยปฏิบัติการทางสังคมภายใต้เรื่องโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีคแนวโรงงานของชุมชนบ้านอรัญญิก ซึ่งการดำเนินการค่อนข้างมีความยุ่งยาก สลับซับซ้อนเนื่องจากเป็นงานวิจัยกลุ่ม (Package Research) และเป็นการวิจัยด้วยวิธีลงมือปฏิบัติแก้ไขปัญหา เพื่อพัฒนาสังคมของชุมชนบ้านอรัญญิกให้เจริญขึ้น (Action Research and Social Development หรือ AR&SD) ความสำเร็จของงานและการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ ดร.แสวง วัฒนมงคลมาศ ที่เป็นผู้จุดประกายความคิด ชี้แนะแนวทางและกรอบการศึกษาแบบAR&SD อย่างเอาใจใส่ดูแลทั้งงานและการวิจัยปฏิบัติการอย่างใกล้ชิดจนสำเร็จลุล่วงมาด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์วิชัย รุบชาติ ซึ่งท่านได้ให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง และคอยเอาใจใส่ดูแล ติดตาม ด้วยความเป็นห่วงเป็นใยขณะที่ปฏิบัติการ นอกจากนี้ผู้วิจัย ยังได้รับการแนะนำที่เป็นประโยชน์ เพื่อความสมบูรณ์ของวิทยานิพนธ์จากอาจารย์ กรวีร์ ศรีกิจการ ผู้วิจัยโครงขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ในการปฏิบัติการที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือและร่วมมือด้วยดี ท่านเอกอัครราชทูตจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประจำประเทศไทย (พณฯ บุญเกิด แสงสิงศักดิ์) ท่านรองนายกรัฐมนตรี (นายบุญชู โรจนเสถียร) ท่านอดีตรัฐมนตรีว่าการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (นายปรีดี ดันดีพงศ์) นายอำเภอ นครหลวง (นายศุภธนะ ที่วีระปัญญา) นายบัญญัติ คำศรี อดีตกำนันแทนบทองคำ ตำบลท่าช้าง และท่านเจ้าอาวาสวัดมเหยงต์ บ้านไผ่หนอง ที่คอยช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดช่วงของการทำวิจัยและปฏิบัติการ นอกจากนี้ยังมีชาวบ้านที่มีศรัทธา ทั้ง 8 หมู่บ้าน ที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างดีกับผู้วิจัยและคณะทีมงานในด้านการให้ข้อมูลต่าง ๆ

ท้ายสุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา คณะจารย์ผู้ประสิทธิ์วิชา การความรู้ สร้างความคิด และความรู้ ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อข้าพเจ้าตลอดมา