

โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลปะที่กลุ่มชนบ้านอรุณิก
Market Structure of Artistic Line Knife-Products
of Ban Aranyik Community

วิทยานิพนธ์

โดย

นายจิโรทร ต้นสกุล

เสนอต่อคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

พ.ศ. 2538

วิทยานิพนธ์ : โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลปะของชุมชนบ้านอรัญญิก
Market Structure of Artistic Line Knife-Products
of Ban-Aranyik Community

โดย : นายจิโรทร ต้นสกุล
Mr. Jiroton Tunsakul

นักศึกษาคณะพัฒนาลังคม : ภาคพิเศษ กทม. รุ่นที่ 2 รหัส 530351150

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
สมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม) ได้

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ลงนาม ดร.แสง รัตนมงคล ประธาน
(ผศ.ดร.แสง รัตนมงคล)

วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม ดร.วิชัย รูปขาคี ที่ปรึกษา
(อาจารย์วิชัย รูปขาคี)

วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม ดร.กรวีร์ ศรีกิจการ ที่ปรึกษา
(ผศ.กรวีร์ ศรีกิจการ)

วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2538

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
ลงนาม ดร.แสง รัตนมงคล ประธาน
(ผศ.ดร.แสง รัตนมงคล)

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม ดร.วิชัย รูปขาคี กรรมการ
(อาจารย์วิชัย รูปขาคี)

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2538
ลงนาม ดร.กรวีร์ ศรีกิจการ กรรมการ
(ผศ.กรวีร์ ศรีกิจการ)

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2538

คณะพัฒนาลังคมอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม)

อาจารย์ สุภา กวีติบุตร รองคณบดีรักษาราชการแทนคณบดี
(สุภา กวีติบุตร)

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2538

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ : โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ของชุมชนบ้านอรัญญิก
โดย : นายจิโรทร ต้นสกุล
ชื่อปริญญา : พัฒนบริหารศาสตรบัณฑิต (พัฒนาสังคม)
สาขาวิชาเอก : การวิเคราะห์และวางแผนทางสังคม
ปีการศึกษา : 2537

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ศึกษาถึงโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ของชุมชนบ้านอรัญญิก โดยร่วมกันศึกษาเป็นคณะ แบ่งเป็นแต่ละหัวเรื่อง ในส่วนหัวเรื่อง โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นี้ ให้วิธีการศึกษาแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเข้าไปสัมผัสกับข้อเท็จจริง ด้วยการสร้างสื่อสัมพันธ์กับชาวบ้าน การสังเกตการณ์ ด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก กับผู้ให้ข่าวสำคัญ การปฏิบัติการด้านการตลาด เพื่อค้นหาสภาพความเป็นจริง ของตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์

ผลการวิจัย ปรากฏว่าลักษณะโครงสร้างตลาด ที่พบเป็นตลาดของผู้ผลิต ซึ่งเป็นการจำหน่ายโดยตรง จากผู้ผลิตเองในทุกรูปแบบของการจำหน่าย ทั้งการจำหน่ายตามใบสั่ง การจำหน่ายแบบขายส่ง และการจำหน่ายแบบขายปลีก ไม่มีระบบทางการตลาดใด ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยมีแนวโน้มว่า ตลาดยังคงจะเป็นตลาดของผู้ผลิตมีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ อยู่ต่อไป เพราะเป็นการขายชิ้นงาน ที่ใช้ความชำนาญ ฝีมือ ประกอบกับวิธีการทำเฉพาะของผู้ผลิตในการสร้างสรรค์ผลงาน ที่เป็นศิลป์และเป็นเอกลักษณ์ ทดงชื่อ "มีดอรัญญิก"

Abstract

RESEARCH PAPER : Market Structure of Artistic Line
Knife-Products of Ban-Aranyik Community
BY : Mr. Jiroton Tunsakul
DEGREE : Master of Arts (Social Development)
MAJOR : Social Analysis and Planning
ACADAMIC YEAR : 1994

This was part of a package research study on the knife-making industry in the Aranyik Community. The qualitative study was conducted by the researcher who went out to make friends with the population before collecting the data by depth interviews of key informants and observation. The marketing survey was also conducted to find out the real marketing condition of Aranyik knife-products.

It was found that the market was producer market. That is, the producer sold this goods directly to the consumer for all types of sales wholesale, retail sale and sale by order. There was no sophisticated marketing system. It was very likely that the producer market would go on, as it was the production of handicrafts which required the producer's skills to produce unique arts work that showed the identity of "Aranyik Knives"

Therefore the market structure of the Aranyik Artistic knife-Products was quite simple. This cottage industry should be promoted so that it would become a cultural heritage here. Both the private sector and the public sectors should give hands on this by making the Aranyik knives known to the public as a branch of national arts so as to maintain the market for this type of products.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยร่วมกัน โดยคณะ
วิจัยมีดอรัญญิก ซึ่งได้รับความร่วมมือจากคณะผู้ร่วมงานทุกคน และด้วยความกรุณา
ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสง รัตนมงคลมาศ หัวหน้าโครงการวิจัย และ
ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งอาจารย์วิชัย รูปขำดี และผู้ช่วย
ศาสตราจารย์กรวิทย์ ศรีกิจการ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ
ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลข่าวสารทุกท่าน ของชุมชนบ้านอรัญญิก
ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ให้ความร่วมมือช่วย
เหลือให้วิทยานิพนธ์เรื่องนี้เสร็จสมบูรณ์

และสุดท้าย ขอกราบขอบพระคุณทุก ๆ ท่าน ที่ให้กำลังใจและสนับสนุน
ให้การศึกษาค้นคว้านี้ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

จิโรทร ต้นสกุล
กุมภาพันธ์ 2538

คำนำ

หัตถอุตสาหกรรมทำมีดอรัญญิก มีการผลิตและจำหน่ายภายใต้ชื่อ "มีดอรัญญิก" มาเป็นเวลานาน แต่สภาพความเป็นอยู่ของชุมชน การเติบโตของธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นเพียงเล็กน้อย การศึกษาถึงโครงสร้างตลาด ตลอดจนกลไกและราคาของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของ "อรัญญิก" จะมีส่วนทำให้การดำรงอยู่ของผลิตภัณฑ์มีดดังกล่าว คงอยู่ไปได้ และการปฏิบัติการพัฒนาสังคมกับชุมชนบ้านอรัญญิก จะมีส่วนช่วยให้สภาพความเป็นอยู่ การสืบสานงานด้านหัตถอุตสาหกรรมทำมีดแนวศิลป์นี้คงอยู่ตลอดไปกับสังคมไทย

จิโรทร ตันสกุล

พ.ศ. 2538

สารบัญ

หน้า

หน้าปก

บทคัดย่อ

Abstract

กิตติกรรมประกาศ

คำนำ

สารบัญ

<u>บทที่ 1</u>	แนวคิดและระเบียบวิธีวิทยาในการศึกษา	1
1.1	ปรากฏการณ์และปัญหา	1
1.2	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	1
1.3	ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	2
1.5	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	2
1.6	ประเด็นคำถามหรือข้อสงสัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องนี้	8
1.7	นิยามปฏิบัติการของศัพท์วิชาการที่ใช้	8
1.8	วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล	10
<u>บทที่ 2</u>	โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ในปัจจุบัน	16
	ลักษณะโครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์แนวศิลป์	16
2.1	รูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ	18
2.2	รูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ	19
2.3	รูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ	20
2.4	รูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ	21
2.5	รูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ	21
2.6	รูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ	22
2.7	สรุป	23

<u>บทที่ 3</u>	กลไกและราคาผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ในปัจจุบัน	25
3.1	กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ	25
3.2	กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ	26
3.3	กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ	28
3.4	กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ	29
3.5	กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ	30
3.6	กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ	31
3.7	สรุป	33
<u>บทที่ 4</u>	การวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์	34
<u>บทที่ 5</u>	สรุปรวบยอดและข้อเสนอแนะ	40
5.1	ข้อสรุปรวบยอด	41
5.2	ข้อเสนอข้อค้นพบในด้านแนวคิดทฤษฎี	41
5.3	ข้อเสนอข้อค้นพบด้านมาตรการนโยบาย	43
<u>บรรณานุกรม</u>		
<u>ภาคผนวก</u>		ap
ตารางประกอบ		
ภาพประกอบ		
แผนที่ชุมชนบ้านอรัญญิก		
<u>ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์</u>		

บทที่ 1

แนวคิดและระเบียบวิธีวิทยาในการศึกษา

1.1 ปรากฏการณ์และปัญหา

ตำบลท่าช้าง อยู่ในอำเภอนครหลวงจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยหมู่บ้าน 8 หมู่ ชาวบ้านประกอบอาชีพหลักใหญ่ ๆ 2 อาชีพคือการทำนาและการทำมิด การประกอบอาชีพทำมิดของชาวบ้านตำบลท่าช้างนี้ ได้รับการยกย่องและมีชื่อเสียง คือ "มิดอรัญญิก" อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่มีการสืบสานมาจนถึงปัจจุบันกว่า 200 ปี (คุณประสิทธิ์ พันหนอง : 2517 ประวัติความเป็นมาของชาวบ้านที่มีมิดอรัญญิก ประมาณ พ.ศ. 2365)

แต่เดิมการผลิตมิดดังกล่าว มีการผลิตที่บ้านต้นโพธิ์และบ้านไผ่หนอง คือ หมู่ 6 และหมู่ 7 ในปัจจุบัน ชาวบ้านทั้ง 2 หมู่บ้านนี้ เดิมเป็นชาวเวียงจันทน์ ที่ได้อพยพมาในสมัยรัชกาลที่ 2 แผ่นดินสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ชาวที่อพยพมานี้มีทั้งช่างทำมิดและช่างทำทองภายหลังอาชีพช่างทำทองได้ล้มเลิกไป ในประมาณปี พ.ศ. 2465 โดยชาวบ้านยังคงยึดอาชีพทำมิดและเกษตรกรรมผสมกัน

อดีตการจำหน่ายมิดที่ผลิตได้ เป็นลักษณะนำออกจำหน่ายเอง ซึ่งมีแหล่งจำหน่าย คือที่บ่อนอรัญญิกทำให้เรียกชื่อว่า "มิดอรัญญิก" มาจนถึงปัจจุบันและก็จำหน่ายโดยวิธีเร่ขายเอง โดยใช้เรือเร่ขายไปตามแม่น้ำป่าสัก ระยะต่อมาเมื่อการคมนาคมสะดวกขึ้น สภาพตลาดก็เริ่มเปลี่ยนไปโดยมีพ่อค้าคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์

ในปัจจุบันโครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์มิดอรัญญิกโดยเฉพาะรูปแบบแนวศิลป์ (Artistic Line) มีการจัดจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตและการจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าจะมีการครองเจ้าและผูกขาดเกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์มิดแนวศิลป์นี้หรือไม่เพียงใด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาสภาพโครงสร้างตลาด ที่เข้ามาในอดีตจนถึง

ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ ว่ามีลักษณะอย่างไร

2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์และหาช่องทางวิธีการจำหน่ายที่ไม่ถูกเอาเปรียบ

3. นำข้อมูลที่ได้ มาสร้างแนวทางการปฏิบัติการทางสังคม (Social Action) สำหรับคณะวิจัยชุดพัฒนาสังคม เพื่อแก้ปัญหาให้ชาวบ้านที่มีดอรัญญิก

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยสภาพความเป็นอยู่เป็นมาและเป็นไปของลักษณะโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

1. พื้นที่ศึกษา คือ ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวงจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน คือ บ้านกุฎิกร บ้านท่าช้าง บ้านท่าช้างใต้บ้านท่าช้างเหนือ บ้านสาละย บ้านต้นโพธิ์ บ้านไผ่หนอง และบ้านท่าช้างปากคลอง

2. ช่วงเวลาของการศึกษา เริ่มตั้งแต่ วันที่ 10 ธันวาคม 2535 ถึง 19 กุมภาพันธ์ 2538

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ข้อเท็จจริงที่ค้นพบ จะใช้เป็นข้อมูลในการค้นหาแนวทางการแก้ปัญหาด้านตลาดให้แก่ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์

2. เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ เป็นวัฒนธรรมการตีมีดของไทยที่สืบทอดกันมาเป็นเวลากว่า 200 ปี การศึกษาและเผยแพร่ความรู้ด้านนี้จึงเป็นการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยอย่างหนึ่ง

1.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การแสดงศิลปกรรมแห่งประเทศไทยครั้งที่ 5 ณ หอศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร 8 ธ.ค. 2526 ถึง 7 ม.ค. 2527/ห้างเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว 28 ม.ค. - 27 ก.พ. 2526 :

เป็นการระดมผลงานศิลป์ จากผู้สร้างงานศิลป์เข้าร่วมแสดง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในศิลป์และสนับสนุนศิลปกรรมของไทย ให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น ผลงานที่เข้าจัดร่วมแสดงทั้งจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย

ในการแสดง มุ่งหมายยกระดับความเป็นศิลป์ และให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างศิลป์กับชีวิต เป็นการสนับสนุนศิลปกรรมของไทย โดยทุกคนทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ กำลังทรัพย์ โดยมีได้หวังผลตอบแทนในรูปสิ่งของที่จับต้องได้ หรือเงินทองแต่อย่างใด

ผลจากการจัดแสดงมีศิลปินส่งผลงานเข้าร่วม 1,000 กว่าชิ้นโดยมิได้หวังเป้าหมายรางวัล จากการประกวด เพียงต้องการเสนอผลงานศิลป์ อันประเมินค่ามิได้ของตน งานศิลป์แต่ละชิ้นของศิลปินแต่ละคน มูลค่าของงานเกิดจากความภาคภูมิใจ ของผู้สร้างสรรค์งานนั้น ๆ

ศิลปินอม อารี สกัณธ์ : กล่าวถึงเรื่องศิลป์ คือการเลียนแบบธรรมชาติ การแสดงออกเกี่ยวกับศรัทธาความเชื่อ เป็นภาษาชนิดหนึ่งที่ถ่ายทอดความรู้สึก เป็นการแสดงออกของความชำนาญ ประสบการณ์และจินตนาการ ให้เป็นวัตถุที่มีสุนทรียภาพ ซึ่งมีคุณค่าของตัวมันเองไม่ว่าจะเป็นด้านรูปทรง หรือเรื่องราว อันจะประเมินค่าในทางการจำหน่ายผลงานนั้น ๆ จากความรู้สึกความพอใจของผู้สร้างสรรค์ผลงานเอง

ศิลปะกับมนุษย์ สุชาติ เภาทอง : เป็นการเขียนถึงศิลป์ว่ามีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์ทุกคน ศิลป์มีความจำเป็นต่อมนุษย์อย่างไร โดยกล่าวถึงศิลป์ว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ของมนุษย์ และอารมณ์ความรู้สึกภายในเป็นตัวแปรในการกำหนดรูปแบบหรือรูปทรงของผลงานศิลป์เอง อันเป็นปัจจัยทำให้เกิดความแตกต่าง ทางแนวความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลป์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความชอบ ความพอใจ ของแต่ละบุคคลเป็นเกณฑ์ คุณค่าของศิลป์นั้นรับได้ด้วยอารมณ์ ความรู้สึก ของแต่ละบุคคล ซึ่งเกิดจากการประเมินทั้งด้านตัวผู้ประเมินค่า และด้านวัตถุที่ถูกประเมินค่า ซึ่งคุณค่าของงานศิลป์ เป็นความสัมพันธ์ของทั้งสองด้านนี้ การตัดสินคุณค่า หรือประเมินค่า ทำได้ยาก ที่จะชี้ให้คนทั่วไปเห็นตัวเลข เป็นทางวิทยาศาสตร์ได้ ดังนั้นการตัดสินกำหนดมูลค่าของงานศิลป์นี้ ต้องเป็นความคิดเห็นจากผู้มีความรู้ความชำนาญนั่นเอง

ศิลปะกับมนุษย์ สงวน รอดบุญ : กล่าวว่าศิลป์ เป็นงานลอกเลียนธรรมชาติ (The imitation of nature) เป็นการแสดงออกของอารมณ์ความรู้สึก เพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย (Material Needs) เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจ (Spiritual Needs) และเพื่อ

ตอบสนองความต้องการทางด้านความงาม (Aesthetic Needs) ดังนั้นผลงานศิลปะ จึงเป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) อันล้ำค่าของมนุษยชาติสืบมาถือว่เป็นงานที่มีทั้งความหมาย (Meaning) หน้าที่หรือประโยชน์ (Function) และการสร้างสรรค์ (Creation) ตามความต้องการอย่างเหมาะสมของสังคม (Social Needs) งานศิลปหัตถกรรมอาจมีคุณค่ากว่าวิจิตรศิลป์ เพราะวัตถุต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นสามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ ประชาชนสามารถค้นหาได้มาก มีคุณค่าทั้งในแง่ศิลปะและประโยชน์ใช้สอย เป็นการรวบรวมคุณค่าความงาม และวัฒนธรรมสู่ชีวิตประจำวัน งานศิลปหัตถกรรมจำนวนไม่น้อยมีคุณค่าสูง และก่อให้เกิดผลดี ต่อความจำเป็นทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Necessity)

หลักศิลปะและการออกแบบ พาสนา ตันทลักษณ์ : ได้กล่าวในเรื่องทักษะการออกแบบงานศิลปะ โดยจำแนกภาพพจน์ ในเรื่องคุณค่าของงานศิลปะ ออกเป็นทักษะ (Skill) ศิลป์ประดิษฐ์ (Craft Art) และการออกแบบ (Design) และกล่าวว่างานศิลปะเป็นการทุ่มเทพลังสร้างสรรค์ของมนุษย์ เพื่อสนองความต้องการของมนุษยชาติ ความเจริญรุ่งโรจน์ของศิลปกรรม เป็นดัชนีบอกระดับจิตวิสัยของชุมชน และความพึงพอใจในสังคม รวมทั้งสภาพแวดล้อม งานศิลปะ และการประยุกต์เป็นศาสตร์ของการแสดงออก ซึ่งจัดว่าเป็นประโยชน์ในสังคม มีคำกล่าวว่า ศิลปศาสตร์ให้ผลิตผลเป็นที่พึงพอใจเมื่อสามารถดัดแปลงวัตถุธรรมชาติให้เป็นประโยชน์หรือเป็นสื่อความหมายขึ้นมา

งานศิลปะในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมากขึ้น การดัดแปลงรูปวัตถุธรรมชาติ เพื่อการใช้สอย หรือให้เป็นศิลปวัตถุ ต้องการทักษะและกรรมวิธี ก่อนที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ ศิลปินจะต้องค้นคิดเทคนิค การเลือกใช้เครื่องมือที่แข็งแรงที่เหมาะสม เป็นการเน้นคุณค่าของศิลปวัตถุโดยไม่จำเป็นต้องใช้วัตถุราคาแพง มูลค่าของศิลปวัตถุเก่า ๆ นั้นสูงมาก เพราะเป็นการแสดงออก ของศิลปลักษณะในประวัติศาสตร์

สุนทรียทางทัศนะศิลป์ สงวน ศรีแพ่งพงษ์ : กล่าวถึงสุนทรียภาพของศิลปวัตถุ ซึ่งประกอบด้วยความงาม ความมีคุณค่าแสดงออกซึ่งพลังสร้างสรรค์อันเป็นอิสระ เสรีภาพ กล่าวถึงความสำคัญ และคุณค่าของศิลปะว่ามีส่วนช่วยสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เสริมสร้างสุขภาพจิต บุคลิกภาพ ช่วยพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ให้มนุษย์ช่วยสร้างสรรค์สังคมในด้านเศรษฐกิจ ช่วย

ให้คนมีอาชีพในการจำหน่ายผลงานจากฝีมือของตนเองด้วยความภาคภูมิใจ ในผลงานอันเป็นศิลปะนั้น

ความหมายของศิลปะ แปลจาก (The Meaning of Art) ของ Herbert Read โดย กิตติมา อมรทัต : ได้ให้ความหมายของศิลปะซึ่งเกี่ยวข้องกับศิลปะที่มีรูปทรง (Plastic Art) โดยมีคำจำกัดความในเรื่องศิลปะอย่างง่ายคือ เป็นความพยายามที่จะสร้างสรรค์ รูปลักษณะความพึงพอใจขึ้นมาและรูปลักษณะก่อให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึก ในความงาม อารมณ์ความรู้สึกนั้น จะเป็นที่พอใจได้ก็ต่อเมื่อ ประสาทสัมผัสของเรารู้สึกชื่นชมในเอกภาพ หรือความประสมกลมกลืนกันในความสัมพันธ์อันมีระเบียบแบบแผนคุณลักษณะนี้ มักแฝงอยู่ในงานศิลปะใดก็ได้โดยไม่คำนึงถึง ความมุ่งหมายในแง่ประโยชน์ใช้สอย หรือคำนึงถึงขนาด หรือความมีค่าของวัตถุที่ใช้งานนั้นขึ้นมา

จากวรรณกรรมทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ชี้ให้เห็นลักษณะโครงสร้างของตลาดแนวศิลปะทั่ว ๆ ไปดังต่อไปนี้

1. กลไกหรือช่องทางของตลาดแนวศิลปะ โดยทั่วไป ตลาดผลิตภัณฑ์แนวศิลปะมักเป็นการขายตรง (Direct Sale) ไม่ค่อยจะมีการขายค้อม (Indirect Sale) รูปแบบการขายของผลิตภัณฑ์จะเป็นไปในลักษณะของผู้บริโภคสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตอย่างหนึ่ง หรือไม่ก็เป็นการซื้อขาย ในรูปแบบของการจัดนิทรรศการ ทั้งนี้เพราะงานศิลปะเป็นงานระเอียดอ่อน และผูกพันอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกของผู้ซื้อและผู้ขายเป็นด้านหลัก

2. ราคาของผลิตภัณฑ์แนวศิลปะ

2.1 เกิดจากความภาคภูมิใจของผู้สร้างผลงาน หมายถึงการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์แนวศิลปะจะขึ้นอยู่กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งตนมีความภาคภูมิใจ ในผลผลิตของตนขนาดไหน หากภาคภูมิใจมาก ก็อาจจะตั้งราคาสูง

2.2 เกิดจากความพอใจ ถูกใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แนวศิลปะ ซึ่งหมายความว่า หากถูกใจ ประทับใจในผลิตภัณฑ์เสียอย่าง ราคาเท่าไรก็ไม่เกี่ยง

ดังนั้น กลไกตลาดและราคาของผลิตภัณฑ์แนวศิลปะ แม้จะขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์พื้นฐานของอุปสงค์ และอุปทานก็ตาม (คือผู้ซื้อและผู้ขาย) แต่ลักษณะของอุปสงค์และอุปทานดังกล่าว กลายเป็นเรื่องอัตวิสัย ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และ

รสนิยมเป็นด้านหลัก

จากข้อสรุปเรื่องกลไกหรือช่องทางของตลาดแนวศิลป์ และราคาของผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ จากวรรณกรรมที่กล่าวไปแล้วนั้น ได้เกิดข้อสงสัยว่าเหตุใดผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ โดยไม่คำนึงถึงด้านราคาเท่าใดนัก ขึ้นอยู่กับความพอใจของตนเป็นสำคัญ ซึ่งอาจพิจารณาได้จากวรรณกรรมต่อไปนี้

สาเหตุที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อสินค้าด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้น ที่นักการตลาดสามารถควบคุม และต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับการส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

ก. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

ข. สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

ค. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

ง. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดี กับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการ ผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

ก. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น

ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

ข. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝากถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

ค. สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้านึง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

ง. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า มีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมปัง ฯลฯ สมมติว่าผู้บริโภคเลือกนมสด

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อโฟรโมสต์ มะลิ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อ หนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล

เมื่อพิจารณาส่งผลกระทบต่อในด้านต่าง ๆ ประกอบกับความรู้สึกรักนึกคิดของผู้ซื้อ จึงเห็นแนวทางว่าการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ เป็นความพอใจและความต้องการซื้อ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะที่จะทำให้ผู้ซื้อเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้น

1.6 ประเด็นคำถามหรือข้อสงสัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องนี้

จากผลการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับตลาดสินค้า หรือการซื้อขายผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ผู้วิจัยมีประเด็นคำถาม หรือข้อสงสัย เกี่ยวกับกรณีของบ้านอรัญญิกดังนี้

1.6.1 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายแนวศิลป์ ตามใบสั่งมีโครงสร้างตลาดตลอดจนกลไกและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร

1.6.2 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายแนวศิลป์ แบบขายส่งมีโครงสร้างตลาด ตลอดจนกลไกและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร

1.6.3 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายแนวศิลป์ แบบขายปลีกมีโครงสร้างตลาด ตลอดจนกลไกและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร

1.6.4 การผลิต และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายแนวศิลป์ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด ผู้ผลิตจะยังคงเป็นผู้กำหนดรูปแบบ และกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์หรือไม่

1.7 นิยามปฏิบัติการของศัพท์วิชาการที่ใช้

1.7.1 โครงสร้างตลาด (Market Structure) หมายถึง กระบวนการเชื่อมต่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ซึ่งในกระบวนการนั้นจะต้องมีกลไกหรือช่องทางตลาด รวมทั้งกลไกราคาที่สัมพันธ์หรือผูกพันกับช่องทางต่าง ๆ ในลักษณะของการเพิ่มมูลค่า (Value Added) หรือการเบี่ยงเบนของราคาตามช่องทางต่าง ๆ

1.7.2 ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ (Artistic Line Knife Products) หมายถึงผลิตภัณฑ์มีดของชุมชนบ้านอรัญญิกที่ผลิตขึ้นมาด้วยงานฝีมือ อารมณ์ ความรู้สึก และใช้ศิลปะในการทำมีดอย่างครบกระบวนการผลิต ตั้งแต่ การออกแบบตัวมีด ด้าน การคัดเลือก วัตถุดิบ และการตีมีดจนครบกระบวนการผลิต โดยผู้ผลิตจะเป็นผู้คิดรูปแบบเองและออกแบบเอง (Work for Artistic Value) จึงมีความรู้สึกผูกพันกับผลผลิตมีดที่ทาสขึ้นมา (Relationship Between Produces and products) ปริมาณการผลิตมีดแนวศิลป์ จะผลิตได้คราวละ ไม่มาก เช่น มีดตัดหวาย สามารถผลิตได้เต็มทีวันละไม่เกิน 20 เล่ม เป็นต้น (Non-Massive Product) และผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์เอง (Price Maker) ลักษณะการจำหน่ายมีทั้งขายให้ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มได้แก่ กลุ่ม ทางศาสนา คือ วัด ซึ่งจะสั่งซื้อมีดจำมีดตัดหวาย พระชรรค์ด้ามมุกและอลูมิเนียม โดยการสั่งซื้อโดยตรงกับตัวผู้ผลิตเอง (ขายตรง) กับการสั่งซื้อโดยผ่านร้านค้า สิ่งพกรรรม หรือผ่านคนกลาง (ขายอ้อม) เป็นต้น

1.7.3 กลไกและราคา (Marketing Channels and Price Mechanisms) หมายถึงวิถีทางหรือแนวทาง หรือช่องทางที่จะนำสินค้า จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยราคาผลิตภัณฑ์นั้นจะเปลี่ยนแปลง หรือเคลื่อนไหว ตามช่องทางตลาดในแต่ละขั้นตอนนั้น ๆ

1.7.4 ขายตามใบสั่ง (Made to Order) การจำหน่าย ผลิตภัณฑ์โดยตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือพ่อค้า ขายเป็นปลี โดยมากจะเป็นผู้บริโภคโดยตรง แต่ในบางกรณีจะสั่งซื้อโดยผ่านคน กลาง ในกรณีดังกล่าว คนกลางมักจะเป็นเพียงผู้ให้ความสะดวกเท่านั้น ไม่ได้ เน้นที่ผลตอบแทนหรือกำไร

1.7.5 ขายส่ง (Wholesale) คือลักษณะการจัดจำหน่ายจะ เป็นการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้อื่น นำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่ออีกทอดหนึ่ง

1.7.6 ขายปลีก (Retail) คือลักษณะการจัดจำหน่ายผลิต ภัณฑ์ราคาใด ๆ ก็ตาม สู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) ซึ่งผู้ บริโภคจะใช้ไปเพื่อบริโภคตามความต้องการ

1.7.7 ชุมชนบ้านอรัญญิก (Ban-Aranyik Community) หมายถึงชุมชนของชาวบ้านในตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรี ออยุธยา ซึ่งประกอบด้วย 8 หมู่บ้านคือ

- | | |
|-----------|--------------------|
| หมู่ที่ 1 | บ้านกุฎีกรู |
| หมู่ที่ 2 | บ้านท่าช้างปากคลอง |

หมู่ที่ 3	บ้านท่าช้าง
หมู่ที่ 4	บ้านท่าช้างเหนือ
หมู่ที่ 5	บ้านสาละ
หมู่ที่ 6	บ้านต้นโพธิ์
หมู่ที่ 7	บ้านไผ่หนอง
หมู่ที่ 8	บ้านท่าช้างใต้

1.7.8 หัตถอุตสาหกรรม(Handicraft) หมายถึง กระบวนการปรับเปลี่ยน (Conversion Process) จากวัตถุดิบ (Material) ให้เป็นผลิตภัณฑ์ (Product) ในกระบวนการผลิตที่ใช้มือเป็นส่วนใหญ่

1.7.9 ทำมีด (Knife-Making) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนวัตถุดิบ (เหล็ก) ให้เป็นผลิตภัณฑ์อรรถกนกศิลป์ ซึ่งจำแนกผลิตภัณฑ์เป็น ๒ ประเภทคือ

1. ประเภทอาวุธ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เกี่ยวข้องกับ การต่อสู้ป้องกันชีวิต และทรัพย์สิน แบ่งเป็น 2 ประเภท

1.1 ประเภทพา ได้แก่ มีดดาบ มีดหนีบ พระขรรค์

1.2 ประเภทเก็บไว้ในเรือน ได้แก่ หอก ทวน ง้าว โคมร ดาบ พระขรรค์

2. ประเภทอื่น ๆ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

2.1 ประเภทของขวัญ ได้แก่ มีดตัดลูกนิมิต มีดชุด พระขรรค์ด้ามมุก กริชด้ามมุก เป็นต้น

2.2 ประเภทของประดับ ไซ้ว ได้แก่ ดาบไซ้ว ไซ้ว มีดตัดลูกนิมิตด้ามมุกพร้อมแท่น ดาบไซ้วพร้อมแท่น กริชด้ามมุกพร้อมแท่น มีดชุดพร้อมแท่น ดริ เป็นต้น

1.8 กระบวนการเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูล (Data Collection and Analysis Process)

1.8.1 ขั้นตอนการสร้างสื่อสัมพันธ์กับชาวบ้าน (Building Rapport) ในการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) สำคัญ

อย่างยิ่งในการที่จะให้ได้ข้อเท็จจริงที่ตรงความเป็นจริงที่สุด จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยจะต้องสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้านในพื้นที่ทำการวิจัยขึ้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ ผู้วิจัยได้มีกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ ตามลำดับดังนี้คือ

27 ธ.ค.2535 ผู้วิจัยพร้อมด้วยคณะ ได้เข้าร่วมฉลองส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่กับชาวบ้านตม็ดอรัญญิก โดยการแนะนำของท่านกำนันตำบลท่าช้าง คือ ท่านกำนันบัญญัติ คำศรี (ปัจจุบันเกษียณแล้วเมื่อ 4 ก.ค.2537) คณะวิจัยในประกาศตน และแนะนำตัวเองกับชาวบ้านว่าจะมาทำการวิจัยเกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมตม็ดอรัญญิก ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ยินดีให้ความร่วมมือ

14 ม.ค.2536 คณะวิจัยได้ร่วมงานปีใหม่กับเจ้าหน้าที่ตำรวจและชาวบ้านซึ่งจัดขึ้นที่บริเวณสถานีตำรวจตำบลท่าช้างพร้อมกับการทำแผนที่ของหมู่บ้านทั้ง 8 หมู่ (Mapping) และถือโอกาสแวะพูดคุยกับชาวบ้าน เพื่อทำความคุ้นเคย และได้พักผ่อนที่บ้านพักครูที่โรงเรียนวัดมเหยงค์ ในหมู่บ้านไผ่หนองวันรุ่งขึ้นได้ร่วมงานกับคณะครูในงาน "ราตรีหญาแพรง"

28 ม.ค.2536 ชาวบ้านอรัญญิกได้จัดงานครบรอบ 171 ปีลูกหลานเวียงจันทน์ ผู้วิจัยและคณะได้ร่วมงานกับชาวบ้าน พร้อมกับท่านนายอำเภอนครหลวง และภรรยา

5 ก.พ.2536 ชาวบ้านไผ่หนอง จัดงานทอดผ้าป่าสามัคคีที่วัดมเหยงค์ ผู้วิจัย และคณะได้เข้าไปร่วมงานด้วย

21 ก.พ.2536 ผู้วิจัยได้ไปเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยทางรถไฟ เพื่อค้นหาประวัติศาสตร์และความเป็นมาของชาวบ้านตม็ดอรัญญิกตามคำบอกเล่า และหนังสืออ้างอิงอีกทั้งเพื่อการเตรียมการล่วงหน้าที่จะนำผู้นำ 2 หมู่บ้าน คือบ้านต้นโพธิ์ และบ้านไผ่หนองมาศึกษาประวัติความเป็นมาในอดีตของตน ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความสามัคคีที่ดีระหว่างผู้นำ 2 หมู่บ้าน ให้เข้าใจกันมากขึ้น

23 มี.ค.2536 ผู้วิจัยได้เดินทางไปบ้านคูนน้อย (บันทึกด้วยวิดีโอ) พบว่ามีชาวบ้านทำมาค้าอยู่จริงตามคำบอกเล่าจำนวนหลายสิบครอบครัว

นอกจากนั้น ยังมีการทำสวนและเลี้ยงสัตว์ จากการสังเกตพบว่าอุปกรณ์การทำมีดหลาย ๆ อย่าง มีลักษณะเหมือนกับที่บ้านตีมีดอรัญญิก ตำบลท่าช้าง เช่น กระจงอก สบلمทั้ง คีมโบราณ เตาดินเหนียว เป็นต้น ส่วนเทคโนโลยีค่อนข้างล้ำกว่าบ้านอรัญญิกนอกจากนั้นยังมีวัฒนธรรมบางอย่างที่คล้ายคลึงกัน เช่น การรดทำมีดในวันพระ การเลี้ยงอาหารพระด้วยดอก เป็นต้น

28 มี.ค.2536 ผู้วิจัยและคณะได้เชิญผู้นำทั้ง 2 หมู่บ้าน คือบ้านต้นโพธิ์และบ้านไผ่หนองไปประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตามที่ได้ตกลงนัดหมายกันไว้ โดยมี ท่านก้านันบัญญัติ คำศรี และผู้ใหญ่บ้าน ไพบูลย์ ศรีสุข คณะผู้วิจัยเดินทางไปครั้งนี้ ได้มีโอกาสพบผู้บริหารระดับประเทศ คือ ท่านสิงคโปร์ ซึ่งท่านเป็นรองประธานสภาสูงสุดของประเทศ ท่านได้เล่าถึงประวัติศาสตร์ระหว่างชาติไทยและชาวลาวให้คณะได้ฟัง ซึ่งตรงกับวรรณกรรมที่ผู้วิจัยได้เคยค้นคว้ามา

การเดินทางไปร่วมกันในครั้งนี้ นับได้ว่าประสบผลสำเร็จมากจนเกิดความคิดที่จะร่วมกันจัดงานไหว้ครูบูชาเตาขึ้นพร้อม ๆ กันทั้ง 2 หมู่บ้านตั้งแต่เดิมต่างคนต่างจัดไม่พร้อมกัน

12 เม.ย.2536 ได้มีการประชุมปรึกษาหารือเกี่ยวกับ การจัดงานไหว้ครูบูชาเตาให้ยิ่งใหญ่ โดยมีคณะผู้วิจัยจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์หรือนิด้า ร่วมทำกิจกรรมกับชาวบ้านอรัญญิก การประชุมได้ข้อสรุป คือ

1. สถานที่จัดงาน ให้สนามฟุตบอลหน้าโรงเรียนวัดมเหยงค์
2. ประธานในพิธี คือ พลฯ รองนายกรัฐมนตรี นายบุญชู โรจนเสถียร
3. ผู้ให้เกียรติมาร่วมงานคือ พลฯ เอกอัครราชทูตลาว ประจำประเทศไทย ท่านบุญเกิด แสงสิงห์ศักดิ์ และท่านผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นายปรีดี ตันติพงษ์

29 เม.ย.2536 ผู้วิจัย และคณะได้ร่วมกันจัดงานไหว้ครูบูชาเตาจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จนได้รับคำชมเชย และชื่นชมจากชาวบ้านอรัญญิก

ผลจากการจัดงาน ไหว้ครูบูชาเตาครั้งนี้ ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากสื่อมวลชนทุกแขนง เช่น วิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ ในการช่วยกันประชาสัมพันธ์ให้งานครั้งนี้สำเร็จ และมีผู้ชมจำนวนมากเป็นประวัติดำเนิน

4 มิ.ย. 2536 ผู้วิจัยได้ทำแบบสำรวจทัศนคติของชาวบ้านอรัญญิกต่อการจัดการงานพิธีไหว้ครูบูชาเตา ผลจากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับการจัดงานของคณะผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

28 ส.ค. 2536 คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้จัดงานสัมมนาวิชาการคณะผู้วิจัยได้ขอให้ชาวบ้านอรัญญิกนำผลิตภัณฑ์ที่มีมาจำหน่ายในงาน ผลปรากฏว่า ผลการจัดจำหน่ายนั้นได้ยอดขายเกินเป้าที่ตั้งไว้

19 ม.ค. 2537 คณะผู้วิจัยได้ร่วมแข่งขันฟุตบอลกระชับมิตรระหว่างข้าราชการครูและข้าราชการตำรวจ โดยมีท่านนายอำเภอนครหลวงลงแข่งขันร่วมกับข้าราชการครู หลังจากนั้นได้อยู่ร่วมงาน "ราตรีหย้ามพรก" กับชาวบ้านอรัญญิก

4 ก.ค. 2537 ได้ร่วมงานอาลงตำแหน่งของท่านท่านนั้น
บัญญัติ คำศรี

16-17 ก.ย. 2537 ผู้วิจัยได้รับเชิญให้ไปบรรยายเกี่ยวกับการฝึกซ้อมกรีฑา ขึ้นพื้นฐาน แก่ครูของตำบลท่าช้างและช้างเคียง มีจำนวนครูที่เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 53 คน

ผลจากการอบรม สรุปจากแบบสอบถาม ครูส่วนใหญ่พึงพอใจกับการบรรยายของคณะผู้วิจัย

1.8.2 ขั้นตอนการกำหนดผู้ให้ข่าวสำคัญ (Identify Key-Informant)

ในการทำวิจัยเชิงคุณภาพ หัวข้อ หัตถอุตสาหกรรมในครัว

เรือนบ้านอรัญญิกนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดบุคคลผู้ให้ข่าวสารสำคัญ (Key-Informant) ไว้กว้าง ๆ เป็น 2 แนวทาง คือ

1. กลุ่มเป้าหมายบุคคล

- ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำมีดอรัญญิกแนวศิลป์
- ผู้ยังคงประกอบอาชีพทำมีดแนวศิลป์ในปัจจุบัน
- ผู้นำในท้องถิ่น เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครู เจ้า

อาวาส วัดมเหยงค์ คนสูงอายุ

2. กลุ่มสถาบัน

- สหกรณ์มีดอรัญญิก
- ครอบครัวที่ประกอบอาชีพทำมีดอรัญญิกแนวศิลป์
- วัดที่สั่งทำมีดอรัญญิกแนวศิลป์

1.8.3 แนวสังเกตการณ์ (Observation Guide)

ก. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยเลือกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อจะได้ข้อมูลละเอียดและลึกซึ้ง เช่น การร่วมกิจกรรมต่าง ๆ การร่วมงานราตรีหูกาแฟ (16 ม.ค. 2536) การจัดงานฉลองลูกหลานเวียงจันทน์ 171 ปี งานผ้าป่าสามัคคีวัดมเหยงค์ และวัดศรีจำปา งานแต่งงานลูกสาวกำนันบัญญัติ คำศรีและงานไหว้ครูบูชาเตา (29 เม.ย. 2536)

ข. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมงานหรือกิจกรรมบางประเภทผู้วิจัยและคณะจะไม่เข้าไปมีส่วนร่วมโดยตรง เช่น การร่วมรับประทานอาหารกับท่านเอกอัครราชทูตลาว ประจำประเทศไทย หรือการเดินทางไปประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2536 ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จากที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมและที่ได้จดบันทึก หรือที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่มีความแตกต่างกันประการใด

1.8.4 เทคนิคการเก็บข้อมูล (Data Collection-Technique)

ก. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth-Interview)

เป็นการสัมภาษณ์ที่เน้นข้อมูลหลัก ที่ต้องการจากผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ที่รู้เรื่องที่ต้องการทราบเป็นอย่างดี และสามารถตอบผู้วิจัยได้อย่างตรงประเด็น ผู้ถูกสัมภาษณ์จะ

เป็นผู้รอบรู้เกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย เช่น ท่านเจ้าอาวาสวัดมเหยงค์ ท่านกำนันปณณัติ คำศรี ผู้ใหญ่ บ้านไพบูลย์ ศรีสุข เป็นต้น ผู้วิจัยตั้งประเด็นในการที่จะสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า

ข. การสนทนาแลกเปลี่ยน (Dialogue) เป็นการสัมภาษณ์กึ่งสนทนา ผู้วิจัยจะพูดคุยกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีดแนวคิดโดยที่ผู้ผลิตสนทนาจะแสดงความคิดเห็นของตนได้อย่างกว้างขวางในเรื่องต่าง ๆ บางเรื่องบางประเด็น อาจจะไม่ตรงกับหัวข้อของการทำวิจัย แต่ทั้งนี้ประเด็นของการสนทนาจะมีแนวคำถามที่ได้ตั้งเอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้ว

1.8.5 การบันทึกข้อมูล (Note Taking) ในการสนทนากับผู้ให้ข่าวสาร (Key-Informant) เพื่อขอทราบข้อมูลรูปธรรมที่ต้องการจะรู้ผู้วิจัยได้ให้อุปกรณ์และเครื่องมือ ดังนี้

ก. สมุดบันทึก (Diary) ช่วยในการจดบันทึกคำบอกเล่าเรื่องของผู้ให้ข่าวสาร (Key-Informant) ตามที่ได้ตั้งประเด็นในการสนทนาเอาไว้โดยจดทุกคำพูด หรือคำบอกกล่าวมาทั้งหมด

ข. อุปกรณ์ช่วยการบันทึก (Audio-visual Aids) เป็นอุปกรณ์ที่ช่วยในการบันทึกให้เกิดประสิทธิภาพ ในการบันทึกข้อมูลให้ได้ครบถ้วนสมบูรณ์ ไม่ตกหล่น ได้แก่ เทปบันทึกเสียง (Tape-Recorder) เครื่องช่วยในการบันทึกภาพวิดีโอ (Vedio) กล้องถ่ายภาพ (Camera) สำคัญบางประการสมุดบันทึกอาจไม่สามารถจะบรรยายให้เห็นภาพได้ชัดเจน อุปกรณ์ช่วยผู้วิจัยจึงนำมาใช้เสริมในการบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์หรือสนทนา

1.8.6 เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการรวบรวม โดยวิธีการศึกษาที่กล่าวไปแล้ว ก็จะนำมาวิเคราะห์ด้วยการนำข้อมูล มาหาความแตกต่างจัดเป็นหมวดหมู่จนได้เห็นนามธรรม ข้อค้นพบในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ที่มีดแนวคิด โดยใช้แนวคิดเรื่องโครงสร้างตลาดแนวคิดในวรรณกรรมที่กล่าวไว้แล้วเป็นตัวแทนประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าในพื้นที่วิจัย นำมาสรุปรวบรวม เพื่อเขียนนัยทฤษฎีหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องที่คุณวิจัยค้นพบ แล้วจึงนำมาจัดกลุ่มนามธรรมให้มีความสอดคล้องกันในการนำเสนอ เป็นรายงานการวิจัยฉบับนี้

บทที่ ๒

โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ในปัจจุบัน

ปัจจุบัน ตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ มีโครงสร้างตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เพราะผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ เป็นงานที่ผู้ประดิษฐ์คิดทำด้วยสติปัญญาฝีมือ และอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของตนเอง แต่เดิมนั้น ตลาดของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ มีการทำและจำหน่ายโดยผู้ผลิตเองจึงทำให้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ขายมีดทุกคนรู้สึกว่ามีดของตนไม่ว่าจะเป็น มีดตระกูลคหกรรม มีดตระกูลเกษตรกรรมมีดตระกูลอาวุธ หรือมีดตระกูลอื่น ๆ เช่น พวงกมแง มีดตัดหวาย ผู้ขายมีดล้วนแล้วแต่มีความ เข้าใจว่าตนเองเป็นผู้ผลิตงานศิลป์แม้แต่การขายมีดตัดผัก มีดหม และมีดตัดหญ้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แนวโรงงานอย่างชัดเจนก็ยังรู้สึกว่าตนเองใช้ฝีมือในการทำจริง ๆ และก็มีความรู้สึกว่า ตนเองขายงานฝีมือด้วยซึ่งแท้จริงแล้วงานที่จะถือเป็นศิลป์ต้องเป็นงานที่ผู้ทำ ทำเองเกือบทุกขั้นตอนและขายฝีมือของตนเองด้วย การพิจารณาโครงสร้างตลาดมีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้มีความละเอียดอ่อนในการวินิจฉัยประเภทผลิตภัณฑ์ว่าอะไรเป็นแนวศิลป์ อะไรเป็นแนวโรงงานแม้คณะทีมงานวิจัย จะได้นิยามศัพท์แนวศิลป์และแนวโรงงานไว้อย่างค่อนข้างรัดกุมก็ตาม แต่ก็ยากที่จะพูดคุยแลกเปลี่ยนในภาษาเดียว กันกับชาวบ้านว่างานประเภทใดควรเรียกว่างานศิลป์งานใช้ฝีมือเพราะชาวบ้านเรียกงานส่วนใหญ่ที่ตนทำว่าเป็นงานศิลป์ อย่างไรก็ตามประเด็นความหมายของคำว่าผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ ที่ไม่ตรงกับความเข้าใจ ของชาวบ้านอรัญญิกดังกล่าวหาได้เป็นอุปสรรคปัญหา ในการทำวิจัย เกี่ยวกับเรื่องนี้แต่ประการใดไม่ ในทางตรงข้าม ผู้วิจัยและคณะของผู้วิจัย กลับมีความรู้สึกในความเข้าใจ ในหลักคิดของชาวบ้านมาก ขึ้นเสียอีก เพราะลึกลงไปในหลักคิดนั้น นอกจากจะเป็นประวัติศาสตร์ของการทำ และการขายมีดในอดีตที่ยังถูกปิด อยู่กับความภูมิใจในชื่อเสียงที่ต้องทั้งชูและทั้งปกป้อง ก็น่าจะเป็นเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งด้วย

ลักษณะโครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์แนวศิลป์

ด้วยผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ เป็นงานที่เดิมมีการผลิตควบคู่กับชิ้นงานประเภทอื่น ๆ ดังนั้นหากแยกว่า ชิ้นใดเป็นงานประเภทแนวศิลป์ก็จะทำให้เห็นลักษณะโครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ว่าเป็นตลาดการจำหน่ายแบบดั้งเดิมตั้งแต่ในยุคแรก ๆ ของชุมชนบ้านอรัญญิก

ในขั้นแรกของการทำมีดอรัญญิกเป็นการผลิต เพื่อให้ในครัวเรือน และเพื่อนแลกเปลี่ยนสิ่งของกับบุคคล หรือชุมชนภายนอก ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ใน ยุคนี้เป็นการทำเพื่อพกพาในลักษณะของมีดตระกูลอาวุธเป็นหลัก และเมื่อเกิดมี ความสนใจในสิ่งของที่พกพา ก็อาจมีการแลกเปลี่ยนกับสินค้าอื่น ๆ เช่น แลกข้าว เกลือ เนื้อสัตว์ ตลอดจนเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

แต่เมื่อเข้าสู่ยุคที่มีการจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภค ในลักษณะของ ระบบ ตลาดความต้องการของตลาด ผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ก็เพิ่มขึ้น การติดต่อจ้าง ทำเพราะเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่สวยงามจึงเกิดขึ้น ในยุคนี้ผู้ที่มีฝีมือในแนว ประดิษฐ์ศิลป์ ก็จะทำผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ให้ตรงตามความต้องการของผู้สั่งทำ เพื่อนำไปอวดหรือใช้เป็นเครื่องประดับสวยงาม

การเปิดร้านขาย ผลิตภัณฑ์มีดเพื่อการใช้งานในตระกูลต่าง ๆ ทำ ให้ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ได้มีโอกาสเข้าสู่ตลาดแบบวางขาย และขายอ้อมอยู่บ้าง แต่ตลาดในลักษณะนี้ มิใช่เป็นตลาดหลักของผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ตั้งแต่เริ่มแรก จนถึงปัจจุบัน การเร่ขายก็เหมือนกัน แม้จะมีการนำเอาผลิตภัณฑ์มีด แนวศิลป์ ติดมือไปขายบ้าง แต่ก็ไม่ใช่วิธีการทางการตลาดที่เหมาะสม สำหรับผลิตภัณฑ์ มีดแนวศิลป์ในอดีต เพราะการเร่ขายส่วนใหญ่ จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของ ใช้ประจำเสียด้านใหญ่ การซื้อขาย ของสวยของงามที่มีราคาแพงนั้น สำหรับ ชาวบ้านทั่วไปในอดีตเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ยาก แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเมื่อ สภาพเศรษฐกิจของสังคมดีขึ้นประชาชน พอมีรายได้เหลือจากการใช้จ่ายใช้สอย มากขึ้น โอกาสการเร่ขายผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นับว่าเป็นรูปแบบช่องทางตลาด อย่างหนึ่ง ที่น่าจะเจาะทดลองดู ขายแบบออกร้าน ออกงานในเทศกาลงานพิธี งานวัฒนธรรมที่มีการแสดงประกวดสินค้า ในทางศิลป์มีการประชันฝีมือ แข่งกัน ต่าง ๆ เช่น งานนมัสการพระพุทธบาทสระบุรี งานสมโภชพระพุทธชินราชพิษณุ โลกงานภูเขาทองกรุงเทพ ได้มีการสาธิตการตีมีด การทำตามที่มีเอกลักษณ์ของ ตนเอง เมื่อมีผู้สนใจมากขึ้นจึงมีร้านค้ารับซื้อไปขายเกิดขึ้น ผู้ผลิตจึงได้ส่งสินค้า ในลักษณะการขายส่ง โดยเป็นการจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางเพื่อจำหน่าย ให้ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่งนั้น ก็ทำให้เป็นวิธีการขายหลักของผลิตภัณฑ์แนวศิลป์แต่ อย่างใดไม่ การขายในลักษณะนี้เป็นด้านการส่งเสริมตลาดมากกว่าการขาย เพราะธรรมชาติของผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ยังเป็น เรื่องของการพึงพอใจ โดยตรง ระหว่างคนทำกับคนขาย หรือระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ก็นับว่าเป็นช่องทางทาง การตลาดที่เป็นไปได้และก็มีอยู่บ้างในปัจจุบัน

ส่วนรูปแบบวิธีการขายส่งโดยตรงก็คือ การทำผลิตภัณฑ์แล้วจำหน่าย

ให้กับพ่อค้าคนกลางที่มาสั่งซื้อหรือเลือกซื้อตามความพอใจ หรือความต้องการ
ของพ่อค้าคนกลาง การผลิตโดยไม่รู้และไม่คำนึงว่าผู้บริโภค หรือคนกลางจะมี
ความต้องการสินค้าประเภทใด จำนวนมากน้อยเพียงใด แต่ผลิตโดยอาศัย
ประสบการณ์ หรือความนิยมในอดีตเป็นเครื่องกำหนด ทำให้สินค้าบางอย่างมี
ไม่เพียงพอ และบางอย่างตกค้าง จำนวนมาก นับว่าเป็นอุปสรรคปัญหาแต่ผู้
ผลิตอย่างยิ่งโดยเฉพาะผู้ผลิตที่มีทุนน้อย ดังนั้นรูปแบบวิถี การขายผ่านพ่อค้าคน
กลางนี้ มักจะเกิดขึ้นกับผู้ผลิตที่มีทุนสำรอง และเป็นผลิตภัณฑ์มีดแนวคิดที่แบบ
ง่าย ๆ หรือ "แนวคิดปึกลาย" อยู่ในแนวโรงงาน

การขายส่งโดยผ่านใบสั่งสินค้า

คือ การทำผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลาง โดยมีใบสั่ง
สินค้า (Order) เป็นหลักนั้น ผู้ผลิตจะไม่ทำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย
โดยตรง แต่จะผลิตก็ต่อเมื่อได้รับใบสั่งของ จากพ่อค้าคนกลางก่อน ลักษณะ
การสั่งผลิตสินค้าตามสั่งนี้ มักจะมีแนวโน้มของอิทธิพลตลาดเข้ามากำหนด
รูปแบบของศิลป์ตามมาด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการออกแบบ แนวคิดทาง
ค่านามธรรม (Software) ของเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของ
งานศิลป์ที่แท้จริง

2.1 รูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ

ในรูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ โดย
ที่ผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ แบ่งเป็น 3 ประเภท (พิจารณาตารางประกอบใน
ภาคผนวก)

2.1.1 ประเภทพา ในผลิตภัณฑ์มีดแนวคิดประเภทนี้ ที่พบมากกว่า
มีการจำหน่ายตามใบสั่งคือ พระขรรค์ กริช ลักษณะการสั่งทำโดยนำภาพวาด
ที่ผู้สั่งทำต้องการมาให้กับผู้ทำมีด หากผู้ทำมีดทำได้ก็จะแจ้งบอกกับผู้สั่งทำ
ผู้สั่งทำเองเพียงต้องการผลิตภัณฑ์มีดแนวคิดที่ตนต้องการเท่านั้น ไม่ว่าผู้ทำจะ
ใช้วิธีการใดผลิตมีดนั้นก็ไม่ว่า และเรื่องราคาผู้สั่งทำก็ไม่กำหนดว่าเท่าไร
เมื่อผู้สั่งทำได้มีดตามความต้องการของตน ก็ยินดีจ่ายค่าทำให้ผู้ทำมีด สอบถาม
จากผู้สั่งทำได้ว่าราคาที่ผู้ทำมีด กำหนดนั้นเหมาะสมดี

ผู้วิจัย ได้พบรูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่ง ของผลิตภัณฑ์มีดตระกูล
อาวุธที่บ้านลุงประยูร โดยมีชาวต่างประเทศ เช่นชาวญี่ปุ่น นำภาพวาดคาบ

ชาวมุไรมาให้ลุงประยูรทำ สอบถามลุงประยูร ทราบว่า ผู้ซึ่งต้องการมิดในลักษณะตามภาพไม่คำนึงถึงราคา ลุงประยูรเองบอกว่า ตนเองเคยทำมิดประเภทดาบชาวมุไรมาแล้วทั้งลุงประยูรจะมีวิธีทำมิดประเภทนี้ด้วยฝีมือ และภูมิปัญญาของตน ด้านราคาลุงประยูรบอกกับผู้สัมภาษณ์ว่าประมาณ หนึ่งหมื่นบาท ซึ่งเมื่อทำเสร็จแล้วจะกำหนดราคาที่แน่นอนอีกครั้ง จะเห็นได้ว่า ลุงประยูรเป็นผู้กำหนดราคาในการผลิตมิดเอง ผู้มีใบสั่งทำมิดไม่ได้คำนึงถึงราคาแต่อย่างใด ในเรื่องราคาการจำหน่ายเป็นการกำหนดโดยผู้ผลิตมิดนั่นเอง

2.1.2 ประเภทเก็บไว้ในเรือน มิดประเภทนี้ที่ผู้วิจัยพบว่ามีดาบและพระขรรค์ ซึ่งมีการสั่งทำนาน ๆ ครั้งหนึ่ง ผู้สั่งทำก็ต้องการให้ผู้ทำมิดสลักอักษรเลขยันต์เพื่อเข้าพิธีการทางไสยศาสตร์เช่นกัน ผู้ทำมิดจะทำตามความชำนาญของตน และกำหนดราคาแจ้งกับผู้สั่งทำ ชิ้นงานที่ได้มักจะเป็นที่พอใจของผู้สั่งทำ และพอใจกับราคาที่ผู้ผลิตมิดกำหนด

2.2 รูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มิดตระกูลอื่น ๆ

มิดตระกูลอื่น ๆ เหล่านี้ เป็นประเภทเกิดใหม่ของผลิตภัณฑ์มิด อรรถยุกแนวศิลป์เป็นส่วนใหญ่ โดยเปลี่ยนลักษณะจากมิดใช้งานมาเป็นของประดับของโชว์ที่ปัจจุบันพบมาก คือ มิดตัดลูกนิมิต รองลงมาก็เป็นดาบด้ามมุก ในมิดแต่ละประเภทมีรูปแบบการจำหน่ายดังนี้ คือ

2.2.1 ประเภทของขวัญ จะพบมากในปัจจุบัน ของการผลิตมิด อรรถยุกแนวศิลป์ คือ มิดตัดลูกนิมิต หรือที่ผู้ทำมิดเรียกว่า มิดตัดหวาย เมื่อผู้ทำการวิจัยเข้าทำการวิจัย โดยการสัมภาษณ์ผู้ผลิตมิดที่มีฝีมือในการทำมิดประเภทนี้ 2 ราย คือ ลุงทองแดง และลุงประยูร ทราบว่าส่วนใหญ่การสั่งทำทางวัดจะมาสั่งเองบางที่คนกลางมาสั่ง แต่ก็คือผู้สั่งทำประจำ ที่ทางวัดทราบแล้วติดต่อผ่านมา ผู้ผลิตมิดทั้ง 2 ราย จะมีรูปแบบการผลิตเป็นของตนเอง ทางวัดหรือคนกลางที่สั่ง จะยอมรับในรูปแบบของผู้ผลิตทั้งสอง และราคาจำหน่ายทั้งลุงทองแดงและลุงประยูร จำหน่ายเท่ากัน คือ 2,500 บาท ราคานี้รวมถึงแท่นโชว์มิด (พิจารณาภาพประกอบในภาคผนวก)

รูปแบบในการทำมิด ทั้งลุงทองแดงและลุงประยูร จะกำหนดรูปแบบของตนพร้อมทั้งราคาจำหน่ายแจ้งให้ผู้สั่งทำ ผู้สั่งทำเพียงกำหนดอักษรตัวอักษรที่ต้องการให้สลักในตัวมิด ไม่คำนึงถึงรูปแบบและราคาของผู้ผลิต

กำหนด ส่วนมากผู้สั่งทำจะพอใจในงานฝีมือของผู้ผลิตเท่านั้นประเภทพระขรรค์
ด้ามมุก ดาบด้ามมุก กริชด้ามมุก นั้น ผู้วิจัยได้พบการสั่งทำตามใบสั่งน้อยมาก
ทราบจากผู้ผลิตว่ามีการสั่งทำบ้างแต่นาน ๆ จะมีการสั่งทำสักครั้ง ในปัจจุบัน
ไม่มีใบสั่งซื้อมีดประเภทนี้

2.2.2 ประเภทของประดับ ในผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ปัจจุบันจะเป็น
การสั่งทำทั้งสิ้น เช่น มีดตัดลูกนิมิตด้ามมุก ดาบโพธิ์พร้อมแท่น กริช ด้ามมุก
ในประเภทนี้ ผู้สั่งทำมักจะมาสั่งเพื่อจะให้ผู้อื่น หรือนำไปเป็นของขวัญประดับของตน
เองในบ้าน ผลิตภัณฑ์ประเภทเหล่านี้ เมื่อมีการสั่งทำผู้ผลิตมักกำหนดราคาไว้สูง
กว่าปกติ เพราะลักษณะการสั่งทำจะเน้นในความพอใจของรูปแบบการทำโดย
ไม่คำนึงถึงราคาว่าจะสูงกว่าปกติแต่อย่างใด

2.3 รูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ

การขายส่งมีดตระกูลอาวุธมีไม่มากเท่าที่ผู้วิจัยพบ มีพวกมีดดาบ
พร้อมฝัก มีดดาบพร้อมแท่นโพธิ์ เป็นต้น ซึ่งตลาดขายส่งของมีดตระกูลอาวุธนี้ไม่
กว้างขวาง มักจะมีร้านที่รับไปขายส่ง คือ ร้านประเภทจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
สำหรับชาวต่างประเทศ เช่น ร้านนารายณ์ภักดิ์ ในการจำหน่ายแบบขายส่งนี้จัด
แบ่งประเภทได้ คือ

2.3.1 ประเภทพา มีการจำหน่ายแบบขายส่งในประเภทของ
พระขรรค์และกริช จึงมีหลายรายงามมีการขายส่งให้ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่
ระลึก การจำหน่ายนั้น เริ่มต้นด้วยผู้ผลิตเองเป็นผู้ผลิตและกำหนดราคาไปให้ผู้
รับไปจำหน่าย ซึ่งผู้รับไปจำหน่ายก็พอใจในรูปแบบและราคา จึงมีการรับไป
จำหน่ายตลอดมาถึงปัจจุบัน ไม่ว่าผู้ผลิตจะเปลี่ยนแปลงราคาสูงขึ้นอย่างไร
ผู้รับไปจำหน่ายก็เพิ่มราคาขายให้ผู้บริโภคสูงตามขึ้นไป การกำหนดราคาขาย
จึงถูกกำหนดโดยตัวผู้ผลิตผลิตภัณฑ์มีดอาวุธทุกแนวศิลป์นั่นเอง

2.3.2 ประเภทเก็บไว้ในครัวเรือนในมีดประเภทนี้ ไม่มีการขาย
ส่งให้ร้านค้ารับไปจำหน่าย ทั้งหมดจะเป็นรูปแบบการขายปลีก ซึ่งจะกล่าวไว้ใน
ข้อต่อ ๆ ไป

2.4 รูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ

ในผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ นี้ ได้จัดประเภทของมีดไว้เพื่อ
การพิจารณา คือ

2.4.1 ประเภทของขวักมีรูปแบบการขายส่งของมีดชุด ซึ่งมักจะ
เป็นมีดตัดลูกนิมิต ที่มีการสลักลวดลายเข้าคู่กัน (พิจารณาภาพประกอบใน
ภาคผนวก) ผู้ผลิตจะผลิตและสลักลวดลายตามฝีมือของตน พร้อมกำหนด
ราคาที่จะขายส่งไปให้กับร้าน ที่ไปรับจำหน่าย ส่วนใหญ่จะเป็นร้านประเภท
จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งผู้บริโภคมักจะหาซื้อไปเป็นของขวัญ รูปแบบการ
จำหน่ายนั้นผู้รับไปจำหน่าย มักคำนึงถึงรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ มีการ
ตั้งราคาส่วนกำไรเพิ่มจากราคาที่ผู้ผลิตกำหนดมา จึงเป็นรูปแบบการจำหน่ายที่ผู้
ผลิตสามารถกำหนดราคาเองได้

2.4.2 ประเภทของประดับ ในประเภทนี้พบมาก จะเป็นมีดตัด
ลูกนิมิตด้ามมุก ดาบโซว์พร้อมแท่นโซว์ (พิจารณาภาพประกอบ ในภาคผนวก)
ซึ่งผู้รับไปจำหน่ายแต่ละเดือน เป็นจำนวนพอสมควร เช่น ที่ผู้วิจัยพบว่าร้าน
ส.อรัญญิก ได้ขายส่งดาบโซว์พร้อมแท่นโซว์ เดือนละประมาณ 10 เล่ม ให้กับ
ร้านขายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกในกรุงเทพมหานคร โดย ส.อรัญญิก กำหนดราคาทั้ง
ชุด 700 บาท และทราบว่าร้านค้าที่รับไปจำหน่ายกำหนดราคาจำหน่ายถึง
1,200-1,500 บาท ต่อชุด ดังนั้นรูปแบบการจำหน่ายนั้นผู้ผลิตจะเป็นผู้
กำหนดเอง ร้านค้าที่รับไปจำหน่ายเพียงแต่กำหนดสูงขึ้น ตามราคาจากผู้ผลิต
ส่งไปเท่านั้น ผู้รับไปจำหน่าย ไม่อาจมีส่วนเข้ามากำหนดราคาที่จะส่งให้จาก
ผู้ผลิตเลย

2.5 รูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ

ในการขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นั้น จะยังเห็นได้ชัดเจน
ว่ารูปแบบการจำหน่าย ผู้ผลิตและจำหน่าย จะกำหนดรูปแบบของผลิตภัณฑ์
และกำหนดราคาจำหน่ายเอง แล้วนำผลิตภัณฑ์จัดโชว์ไว้ในบริเวณจัดจำหน่าย
ของตน เมื่อผู้บริโภคมองพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เช่น ลวดลาย ความสวยงาม
หรือศิลปะของการทำการผลิต ก็จะยินดีซื้อไปโดยมิได้คำนึงว่าราคาจะสูงเท่าไร

ในประเภทของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธนี้ มีการจำหน่ายแบบขาย
ปลีกเกือบทุกประเภท โดยพิจารณาได้ ดังนี้

2.5.1 ประเภทพา มีพระขรรค์ และกริช ซึ่งยังมีการผลิตและวางจำหน่ายปลีกย่อยมาก เพราะเป็นผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ ที่นับวันจะไม่มีให้เห็นมากนักผู้ผลิตเล็งเห็นในส่วนนี้ จึงได้ผลิตมีดประเภทนี้ อันได้แก่ พระขรรค์ และกริช ออกวางโชว์และจำหน่ายปลีกให้แก่ผู้บริโภครวม เมื่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อมาพบเห็นไม่ว่าจะเดินทางมาเอง หรือมีการจัดการท่องเที่ยวก็ตาม ผู้ซื้อจะซื้อไปด้วยความพอใจ ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นี้ โดยมิได้คำนึงถึงราคาและโดยทั่วไปผู้ผลิตและจำหน่ายเอง ก็จะกำหนดราคาอยู่ในระดับเหมาะสม ซึ่งผู้วิจัยเองได้พบว่าราคาดังกล่าวจะอยู่ในราคา 700-900 บาทต่อตัวเท่านั้น ซึ่งเป็นราคาโดยทั่วไปของผลิตภัณฑ์มีดประเภทนี้

2.5.2 ประเภทเก็บไว้ในเรือน ที่พบในปัจจุบันมีเพียงพระขรรค์ด้ามมุก ซึ่งผู้ผลิตมีดจะทำขึ้นด้วยฝีมือของตนอย่างสวยงาม มีการสลักลวดลายในตัวมีดพร้อมด้ามมุก ซึ่งผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ จะพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และมีความเข้าใจว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่หาพบได้ยากในปัจจุบันจากการค้นพบของผู้วิจัย ที่ร้านบ.แก้วกุดั่น สอบถามได้ว่าต้นทุนการผลิตจะประมาณด้ามละ 700 บาท โดย ได้กำหนดราคาจำหน่ายไว้ด้ามละ 1,200 บาท ซึ่งผู้ซื้อหรือผู้บริโภคงพอใจที่จะซื้อไป

ในประเภทดาบและพระขรรค์ก็เช่นกัน ได้มีการผลิตมาตั้งแต่แรกจนถึงปัจจุบัน การกำหนดราคาได้เปลี่ยนแปลงมา โดยผู้ผลิตเองเป็นผู้กำหนด ซึ่งไม่ว่าจะเปลี่ยนแปลงราคาไปเท่าไร ราคาจำหน่ายก็สูงกว่าต้นทุนการผลิตอยู่มาก แต่ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์เหล่านี้ ก็ยังคงจำหน่ายได้มาโดยตลอด

2.6 รูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ

ผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ นี้ เป็นการวิวัฒนาการจากมีดตระกูลอาวุธที่ไม่มีการใช้งานแล้ว ในปัจจุบันมาเป็นรูปแบบของขวัญหรือเครื่องประดับ ซึ่งรูปแบบการจำหน่ายส่วนใหญ่ จะมีราคาสูงกว่าต้นทุนการผลิตมาก โดยผู้ผลิตและจำหน่ายเป็นผู้กำหนดราคาเอง แล้ววางขายปลีกในสถานที่จำหน่ายของตนเองในการ พิจารณาผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ตระกูลอื่น ๆ นี้ สามารถจำแนกออกเป็น

2.6.1 ประเภทของขั้วฝู ซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทนี้รูปแบบการจำหน่าย แบบขายปลีกจะเห็นได้ชัดว่า ผู้ผลิตและจำหน่ายกำหนดราคาขายขึ้นเอง เช่น มีดตัดลูกนิมิต พระขรรค์ด้ามมุก กริชด้ามมุก จะมีราคาประมาณ 900-1,500 บาท ซึ่งราคาเช่นนี้สูงกว่าต้นทุนการผลิตอยู่มาก แต่ด้วยเหตุที่ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นี้ เป็นงานที่ใช้ฝีมือ ความประณีตสวยงามในการผลิต จึงทำให้การจำหน่ายปลีกด้วยราคาดังกล่าว ก็ยังจำหน่ายได้

2.6.2 ประเภทของประดับ คือ มีดตัดลูกนิมิตพร้อมแท่นดาบ ไขว้พร้อมแท่น กริชด้ามมุก พระขรรค์ด้ามมุกนั้น ผู้วิจัยได้พบที่ร้าน ส.อรัญญิก ซึ่งมีผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์เหล่านี้ จัดโชว์เพื่อจำหน่ายปลีก ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีราคาประมาณ 700-1,200 บาท ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของการผลิตและลวดลายความสวยงาม ซึ่งผู้บริโภครู้หรือผู้ซื้อ เมื่อพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ก็จะยินดีซื้อไปโดยมิได้คำนึงถึงราคาของผู้ผลิตกำหนดไว้ ผู้ซื้อมุ่งหวังเพียงเป็นผลิตภัณฑ์มีดที่จะนำไปประดับโชว์ เพื่อความสวยงามเท่านั้น

2.7 สรุป

โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกในปัจจุบัน ได้มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่เป็นนวัตกรรม (Innovation) เป็นส่วนใหญ่โดยปรับปรุงเปลี่ยนแปลง (Adaptation) จากผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์เดิมที่มุ่งในการใช้งาน มาเป็นรูปแบบของประดับมากขึ้น โดยไม่ว่ารูปแบบการจำหน่าย จะเป็นการจำหน่ายตามใบสั่ง การจำหน่ายแบบขายส่ง หรือการจำหน่ายแบบขายปลีก กระบวนการเชื่อมต่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคนั้น จะเห็นได้ว่าไม่มีขั้นตอนยุ่งยากซับซ้อนใด ๆ ผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนดราคาจำหน่ายเองและทุก ๆ ขั้นตอน เมื่อเกิดการเบี่ยงเบนของราคาผลิตภัณฑ์ มีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ ก็ไม่ทำให้มีผลต่อการกำหนดราคาของผู้ผลิตและจำหน่าย โครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ จึงเป็นรูปแบบเฉพาะของตัวเอง และผู้วิจัยค้นพบว่า ผู้ผลิตและจำหน่ายเป็นผู้กำหนดราคา และตลาดของผลิตภัณฑ์คนกลางและผู้บริโภคไม่มีส่วนเข้าไปกำหนดได้

ดังนั้น หากส่งเสริมให้ผู้ผลิต และจำหน่ายมีโอกาสเพิ่มขึ้น

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จะทำให้ผู้ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนว
ศิลป์ได้เพิ่มมากขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิต และเมื่อการจำหน่าย
เป็นการจำหน่ายตรงสู่ผู้บริโภค ผู้ซื้อ หรือผู้บริโภค ก็จะได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีมี
คุณภาพในราคาที่เหมาะสม

บทที่ 3

กลไกและราคาผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ในปัจจุบัน

กลไกและราคาในตลาด เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจมากในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะเชื่อกันว่าสถานการณ์ การแข่งขันในตลาดนี้เองเป็นตัวการสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาการตลาดในลักษณะต่าง ๆ ขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกี่ยวกับ ระดับราคาสินค้า ระบบการกำหนดราคาสินค้า และระบบการกระจายสินค้า ดังนั้น หากสามารถพิจารณาวิเคราะห์จนทราบหรือเข้าใจได้ว่า ตลาดมีลักษณะการแข่งขันอย่างไรแล้ว ย่อมตัดสินใจได้ว่าสาเหตุของปัญหานั้น เนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดหรือไม่ และหากเป็นปัญหาที่เนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดแล้ว จะมีช่องทางหรือมาตรการแก้ไขภาวะการนั้นได้อย่างไร

กลไกและราคาเป็นวิถีทาง แนวทางหรือช่องทางที่จะนำผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ไปสู่ผู้บริโภคในปัจจุบัน ราคาผลิตภัณฑ์นั้นจะเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวไปในลักษณะใด ช่องทางตลาดในแต่ละขั้นตอน จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงราคาหรือไม่ การจำหน่ายในรูปแบบต่าง ๆ ที่พิจารณา คือ การจำหน่ายตามใบสั่ง การจำหน่ายแบบขายส่ง และการจำหน่ายแบบขายปลีก ในผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ และผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ จะมีรูปแบบเป็นอย่างไร และมีผลอย่างไรต่ออุตสาหกรรมมีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้บ้าง

ในการนำผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์จากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยลงสัมผัสผู้ประกอบการ และได้สอบถามถึงวิถีทางของผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตโดยตรงเพื่อให้เข้าถึงกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเฉพาะผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ โดยได้จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อจะได้เข้าใจในรูปแบบที่ชัดเจนจากการศึกษาจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้

3.1 กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ

ในการนำผลิตภัณฑ์มีดซึ่งอยู่ในตระกูลอาวุธไปสู่ลูกค้า หรือผู้บริโภค

นั้น

เป็นลักษณะกลไก และราคาที่กำหนดโดยผู้ผลิตเอง ไม่ได้ผ่านท้องทางหรือ
ขบวนการทางการตลาดใด ๆ เลย กล่าวคือ ผู้สั่งซื้อสั่งทำด้วยตนเองต่อผู้ผลิต
โดยตรง ในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตจะกำหนดทั้งรูปแบบ และราคา
แจ้งแก่ผู้สั่งทำ ผู้สั่งทำเพียงแต่พอใจและตกลงสั่งซื้อหรือไม่เท่านั้น

โดยพิจารณาผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ตามประเภทได้ ดังนี้
(พิจารณาจากตารางบัญชีผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ในภาคผนวก)

3.1.1 ประเภทพา ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ในประเภทนี้
ได้แก่ พระขรรค์ และกริช ซึ่งยังมีการสั่งทำอยู่ในลักษณะเป็นของหายาก
จากปรากฏการณ์พระขรรค์และกริช ผู้สั่งทำจะแจ้งความจำนงแก่ผู้ผลิต ซึ่งผู้
ผลิตเองจะใช้เวลาของตน ในการทำพร้อมลวดลายในตัวมีดให้แก่ผู้สั่งทำ
โดยผู้ผลิตมีดแนวศิลป์กำหนดราคาประมาณ 1,200-1,500 บาท ต่อหน่วย โดย
ผู้สั่งทำยินดี เพราะความพึงพอใจในงานและฝีมือ ไม่เคยเกียจฉ่องในเรื่อง
ราคา (จากการสัมภาษณ์ลุงทองแดง สุนทรศิริ)

3.1.2 ประเภทเก็บไว้ในเรือน ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่
ประเภทดาบและพระขรรค์ ซึ่งปัจจุบันผู้สั่งทำจะสั่งทำไว้ เพื่อเป็นของ
ประดับไว้ในเรือน โดยการสั่งทำนั้น ผู้สั่งทำแจ้งความจำนงกับผู้ผลิต
ผู้ผลิตจะทำมีด ประเภทดาบและพระขรรค์ตามความรู้ความชำนาญของตน
และสามารถกำหนดราคาขายได้ ตั้งแต่ 700-1,500 บาท ขึ้นอยู่กับฝีมือ
หรือลวดลาย ความยากง่ายในตัวในตัวผลิตภัณฑ์ ผู้สั่งทำเองก็เข้าใจใน
ส่วนนี้และไม่เคยปฏิเสธต่อราคา ที่ผู้ผลิตกำหนด

3.2 กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่าย ตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูล อื่น ๆ

ผลิตภัณฑ์มีดในตระกูลอื่น ๆ นี้มีกลไกการจำหน่ายตามใบสั่งโดยผู้
สั่งทำจะแจ้งความจำนงของผู้ผลิตมีดแนวศิลป์ ที่ต้องการจำนวนที่ต้องการและ
กำหนดเวลาที่ต้องการให้แก่ผู้ผลิตโดยตรงซึ่งผู้ผลิตเองจะเป็นผู้พิจารณาว่า จะ
ผลิตได้ตามจำนวนที่ต้องการได้ทันตามกำหนดเวลาหรือไม่พร้อมกำหนดราคาแจ้ง
แก่ผู้สั่งทำซึ่งผู้สั่งทำเองมีความพึงพอใจกับราคาที่ผู้ผลิตกำหนดให้

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่นโดยจำแนกเป็นประเภทได้ดังนี้ (พิจารณาจากตารางบัญชีผลิตภัณฑ์ในภาคผนวก)

3.2.1 ประเภทของทิวญ ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ประเภทนี้ได้แก่ มีดตัดหวายฝัากลูนิมิต พระขรรค์ด้ามมุก ดาบด้ามมุก กริชด้ามมุก ทั้งในปัจจุบันปรากฏว่า มีดตัดหวายฝัากลูนิมิต กลไกของการจำหน่าย ตามใบสั่งนั้น เป็นไปโดยผู้สั่งทำ ส่วนมากทางวัดใช้ในพิธีตัดลูกลูนิมิตเดินทางมาสั่งเอง มีใบสั่งทำที่จะระบุจำนวนที่ต้องการ กำหนดเวลาส่งผลิตภัณฑ์ ประมาณเดือน 3-4 โดยให้ส่งลงตลาดอีกขะเลขยันต์ และรายชื่อของผู้บริจาคเงินช่วยเหลือทางวัด ซึ่งทางวัดจะมอบมีดเหล่านี้ให้เป็นวัดมุงคล ผู้ผลิตจะสลักลงตลาดไว้ในตัวมีดแต่ละด้าม เมื่อผู้ผลิตมีดทำมีดเสร็จตามกำหนด ส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะเดินทางไปส่งให้กับทางวัดเอง จะมีบ้างที่ผู้ผลิตแจ้งให้ผู้สั่งทำมารับเอง ซึ่งกลไกดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการใด ๆ เป็นการติดต่อกันโดยตรง ระหว่างผู้ผลิตและผู้สั่งทำ จะมีบ้างในบางกรณีที่ทางวัดที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มีดดังกล่าว ได้สั่งผ่านคนกลาง ซึ่งจะ เป็นผู้เข้ามาติดต่อกับทางวัดที่จะมี พิธีการตัดลูกลูนิมิตแล้ว คนกลางเหล่านี้เป็นแค่เพียงผู้เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับทาง วัดผู้ใช้ เท่านั้น มิได้ทำให้กลไกของการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นี้เปลี่ยนแปลงไปแต่อย่างใด

ในด้านราคาก็เช่นกัน ผู้ผลิตจะกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของตนแล้วแจ้งแก่ผู้สั่งทำ คนกลางผู้ติดต่อระหว่างผู้ผลิตกับทางวัดผู้ใช้ ส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าที่มีกิจการ ที่ติดต่อเกี่ยวข้องกับทางวัดอยู่แล้ว การติดต่อเชื่อมโยงเป็นแค่เพียงตัวแทนติดต่อให้เท่านั้น มิได้มีส่วนทำให้การกำหนดราคาของผู้ผลิตเปลี่ยนแปลงไปแต่อย่างใด

3.2.2 ประเภทของประดับ ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ประเภทนี้ได้แก่ มีดตัดลูกลูนิมิตด้ามมุกพร้อมแท่น ดาบโซ่พร้อมแท่น (พิจารณาภาพประกอบในภาคผนวก) ในส่วนกริชด้ามมุกมีการสั่งทำน้อยมากในปัจจุบัน การสั่งทำผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ผู้สั่งทำแจ้งความจำนงค์โดยตรงต่อผู้ผลิต และผู้ผลิตจะกำหนดราคาแจ้งแก่ผู้สั่งทำโดยตรง ซึ่งเป็นกลไกและราคาในการจำหน่ายที่ไม่มีขั้นตอนอื่นใดเข้ามายุ่งเกี่ยว

ดังนั้น กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งของผลิตภัณฑ์มีผลกระทบอื่น ๆ ที่มีรูปแบบการจำหน่ายและการกำหนดราคาโดยตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้สั่งทำ

3.3 กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีผลกระทบ อ่าว

กระบวนการนำผลิตภัณฑ์มีผลกระทบอ่าว เพื่อขายส่งจากผู้ผลิตสู่ผู้รับไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่งนั้น มีขั้นตอนและวิธีการคือ ผู้ผลิตหรือผู้ทำมีดจะเป็นผู้สร้างรูปแบบของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งกำหนดราคา เพื่อเสนอต่อผู้รับไปจำหน่าย เมื่อผู้รับไปจำหน่ายพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์ และราคาดังกล่าว ก็จะแจ้งให้ผู้ผลิตทราบแล้วจึง มีการผลิตจากผู้ผลิตขายส่งให้แก่ผู้รับไปจำหน่ายนั้น ผู้รับไปจำหน่ายไม่ว่าจะกำหนด รูปแบบของผลิตภัณฑ์ และราคาของผลิตภัณฑ์ กลไกหรือช่องทางการจำหน่ายจึงไม่ซับซ้อนแต่อย่างใด ไม่มีขั้นตอนอื่น ๆ มาทำให้เกิดการเบี่ยงเบนของราคาในการขายส่งเลย

เมื่อจัดจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ (พิจารณาจากตารางบัญชีผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ในภาคผนวก) จะได้ดังนี้

3.3.1 ประเภทพา ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ ประเภทนี้มีพระพรรคและกรีซ ซึ่งปัจจุบันผู้วิจัยไม่พบว่ามีการขายส่งและอย่างใด ส่วนใหญ่จะเป็นการขายปลีกหรือ มีใบสั่งทำโดยตรงจากผู้บริโภค สอบถามได้ทราบว่า การที่ไม่มีผู้รับไปจำหน่ายเพราะ ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์เหล่านี้ผู้บริโภคจะสั่งทำโดยตรง หรือจะซื้อปลีกจากแหล่งผลิต โดยตรงมากกว่าจะซื้อจากร้านที่รับไปจำหน่าย จึงไม่มีการผลิตเพื่อขายส่ง

3.3.2 ประเภทเก็บไว้ในเรือนประเภทนี้ปัจจุบันมีการขายส่งอยู่บ้างแต่อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อประดับบ้านมากกว่าจะใช้งานจริงร้านค้าที่รับไปจำหน่ายก็จะรับไปจำหน่ายในลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเช่นร้านนารายณ์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากร้าน ส. อรัญญิก นำไปจัดวางไว้เพื่อให้จำหน่ายแก่ผู้บริโภคการขายส่งมีดนี้เป็น การจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตถึงผู้รับไปจำหน่ายผู้รับไปจำหน่ายเพียงเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added) จากราคาที่ผู้ผลิต

กำหนดมาแล้วจำหน่ายให้ แก่ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ผู้รับไปจำหน่ายไม่อาจ
เข้ากำหนดกลไกการจำหน่าย หรือกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้เลย
กลไกและขั้นตอน ตลอดจนราคาจำหน่ายเพื่อส่งให้ นั้น ผู้ผลิตเป็นผู้
กำหนดเองทั้งสิ้น เช่น ร้าน ส. อัญญิก จัดส่งดาบพร้อมฝักในรูปแบบของตน
โดยกำหนดราคาส่งไว้ 700 บาท ต่อดาบ ให้แก่ร้านนารายณ์ ซึ่งราคา
จำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ ร้านนารายณ์จะเพิ่มมูลค่าเป็น
1,200 บาทก็ตามไม่มีผลใด ๆ ต่อราคาจากผู้ผลิตขายส่งมาให้ กลไกและ
ราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีด ตระกูลอาวุธจึง
เป็นกลไกและราคาจากผู้ผลิตเป็นผู้กำหนด

3.4 กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ

ในผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ นี้ มีกลไกขั้นตอนการจำหน่าย
ตลอดจนราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่มีขั้นตอนยุ่งยากแต่อย่างใด กล่าวคือ
ผู้ผลิตจะกำหนดทั้งรูปแบบ และราคาของผลิตภัณฑ์เสนอต่อผู้รับไปจำหน่าย
ผู้รับไปจำหน่าย เป็นแต่เพียงเพิ่มมูลค่าจากราคาที่ผู้ผลิตกำหนดมา แล้ว
จำหน่ายแก่ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อเมื่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อพอใจในรูปแบบ และ
ราคาก็จะซื้อไป โดยมีได้ค่านึงถึงขั้นตอนการจำหน่ายจากผู้ผลิตมาว่า จะมี
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าไปมากน้อยเท่าใด

ผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ จำแนกประเภทได้ ดังนี้

3.4.1 ประเภทของทัวญ ในผลิตภัณฑ์มีดประเภทนี้ ได้แก่
มีดตัดลูกนิมิต พระขรรค์ด้ามมุก ดาบด้ามมุก และกริชด้ามมุก ในปัจจุบัน
ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการ จำหน่ายแบบขายส่ง มีเพียงพระขรรค์ด้ามมุก
และดาบด้ามมุก ซึ่งก็มีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งทำโดยตรงจาก
ผู้ผลิต การรับไปจำหน่ายโดยร้านค้า มักจะเป็น ลักษณะผลิตภัณฑ์สวยงาม
และเป็นของมีค่าหายาก ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเองจะซื้อไปด้วย ความพอใจ
ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยมีได้ค่านึงถึงว่ามูลค่าของผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ถึง
ร้านที่จำหน่าย จะเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเท่าใด และไม่อาจกำหนด
รูปแบบตลอดจนราคาของผลิตภัณฑ์ต่อผู้ผลิตได้เลย

3.4.2 ประเภทของระดับ ผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ประเภทนี้ได้แก่ มีดตัด ลูกนิมิตด้ามมุก ดาบโซ้วพร้อมแท่น และกริชด้ามมุก ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีดาบโซ้วพร้อมแท่น ที่เป็นที่นิยม ด้วยลักษณะคุณค่าของไทย โดยเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของมรดกภูมิปัญญา พิจารณาจากภาพประกอบ (ในภาคผนวก) ซึ่งผลิตภัณฑ์ดาบโซ้วพร้อมแท่นนี้มีรูปแบบการขายส่งโดยผู้ผลิตจะผลิตและประกอบจนสำเร็จรูป แล้วกำหนดราคาส่งให้แก่ร้านค้าที่รับไปจำหน่าย ผู้รับไปจำหน่ายเพียงแต่เพิ่มมูลค่าราคาที่จะขายจาก ราคาที่ผู้ผลิตกำหนดมาให้เท่านั้น ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเองก็มีได้ค่านึงถึงมูลค่าที่เปลี่ยนแปลงไป กลไกรูปแบบและราคาขายผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตจึงเป็นผู้กำหนดได้เองทั้งสิ้น จากการวิจัยค้นพบของผู้วิจัย ทราบว่าดาบโซ้วพร้อมแท่นผู้ผลิตและประกอบ สำเร็จรูปแล้วจะส่งให้ผู้รับไปจำหน่ายในราคาชุดละ 1,100 บาท ผู้รับไปจำหน่ายจะเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายเป็น 1,800-2,000 บาท และหากผู้ผลิตจะกำหนดราคาเพิ่มขึ้น ผู้รับไปจำหน่ายก็จะเพิ่มราคาตามขึ้นไป

ดังนั้น กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่งของผลิตภัณฑ์ มีดภูมิปัญญาแนวศิลป์ตระกูลอื่น ๆ ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดรูปแบบและราคาในการจำหน่ายทั้งสิ้น

3.5 กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่าย แบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ

ในรูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีด จะเห็นได้ชัดถึงกลไกและราคาที่ไม่ซับซ้อนใด ๆ กล่าวคือ การจำหน่ายจะเป็นลักษณะการจัดโชว์ ผลิตภัณฑ์ในสถานที่ผลิต โดยกำหนดราคาจำหน่ายไว้ เมื่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเยี่ยมชม และพอใจก็จะซื้อไป ในขั้นตอนของกลไกการจำหน่าย เป็นลักษณะจำหน่ายตรงจาก ผู้ผลิตถึงผู้บริโภค และราคาระนั้นผู้ผลิตจะกำหนดขึ้นเองโดยไม่มีระบบหรือขั้นตอนใด ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นราคาไปได้ หากพิจารณาถึงประเภทผลิตภัณฑ์มีดภูมิปัญญาตระกูลอาวุธจะพิจารณาได้คือ

3.5.1 ประเภทพา ในผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีการขายปลีกอยู่

บ้าง ซึ่งมีพระขรรค์และกริช ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจะซื้อด้วยความรู้สึกว่าเป็นศิลปะและเป็นของหายากในปัจจุบัน และโดยมากผู้ซื้อไม่ได้คำนึงว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่าสูงเท่าใด เมื่อพอใจก็จะซื้อไปตามราคาจากผู้ผลิตจะกำหนดให้ จะเห็นได้ชัดว่ากลไกต่าง ๆ ของตลาด ไม่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตแต่อย่างใด ขึ้นตอนจาก ผู้ผลิตถึงผู้บริโภคไม่มีกลไกใด ๆ มาเบี่ยงเบนราคา บางครั้งผู้บริโภคหรือ ผู้ซื้อพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นี้ แม้จะมีราคาสูง เช่น พระขรรค์และกริช ผู้ผลิตจะกำหนดราคาจำหน่ายไว้ถึง 1,500 - 2,500 บาท ซึ่งเป็นราคาที่สูงกว่ามูลค่าในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นนั้น ๆ แต่ด้วยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เป็นศิลปะทำให้ผู้บริโภคพอใจที่จะซื้อ

3.5.2 ประเภทเก็บไว้ในเรือน ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ปัจจุบันมีการผลิต และจำหน่ายแบบขายปลีกอยู่ คือ ดาบและพระขรรค์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนมาเป็น เวลานานอันเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ มีการจำหน่ายในรูปแบบ การปลีกมาโดยตลอด การเปลี่ยนแปลงราคาจากเดิมให้สูงขึ้นมาจนกระทั่งเป็นราคา ปัจจุบันประมาณ 1,500-2,000 บาท ผู้ผลิตเองเป็นผู้กำหนดราคาเอง จากต้นทุน การผลิตที่สูงขึ้นไม่ได้เกิดจากกลไกใด ๆ ของตลาด การเบี่ยงเบนของราคาตั้งแต่ ผู้ผลิตเพื่อขายปลีกให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อที่ไม่มีกลไก และขึ้นตอนใด ๆ เข้ามากำหนดเลย

ดังนั้นกลไก และราคาของรูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ จึงไม่มีขึ้นตอนใด ๆ เข้ามาเป็นตัวกำหนดกลไกและราคาของผลิตภัณฑ์ผลิตเป็นผู้กำหนดราคาเอง

3.6 กลไกและราคาของรูปแบบการจำหน่าย แบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ

ในรูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีกของผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ๆ นี้ เป็น การจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค โดยผู้ผลิตจัดโชว์ผลิตภัณฑ์ของตนในแหล่งผลิต เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้มาเยี่ยมชม ซึ่งหากผู้บริโภคพอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ก็จะซื้อโดยไม่คำนึงถึงราคาที่สูง หรือ

แตกต่างจากที่อื่น ๆ หากพิจารณา โดยจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์มีดอร์ญิก แนวคิดปีตระกูลอื่น ๆ ได้ดังนี้

3.6.1 ประเภทของขวัญ ได้แก่ มีดตัดลูกนิมิต พระขรรค์ด้ามมุก ดาบด้ามมุก และกริชด้ามมุก ในการจำหน่ายแบบขายปลีก ขอผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ที่ผู้วิจัยพบในปัจจุบัน คือ พระขรรค์ด้ามมุก และดาบด้ามมุกแต่มีการผลิตเพื่อจำหน่าย แบบขายปลีกไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตให้เกินจากจำนวนตามใบสั่งที่มีผู้สั่งทำ แล้วนำมาวางขายปลีก ซึ่งผู้ผลิตเองกล่าวว่า หากจะผลิตผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาวางขายปลีก โดยเฉพาะนั้นจะไม่มีใครทำด้วยต้นทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะการสั่งด้ามมุก (สั่งจาก ต.หนองปลิง) จะต้องสั่งเป็นจำนวนมาก ถ้าสั่งจำนวนเล็กน้อยผู้ผลิตด้ามก็จะไม่ผลิตให้เช่นกัน

ในการกำหนดกลไกรูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีก ไม่มีขั้นตอนซับซ้อนใด ๆ ผู้ผลิตเพียงแต่จัดแสดงผลิตภัณฑ์ไว้ในที่จัดแสดง เมื่อมีผู้บริโภคมาเยี่ยมชมและ พอใจก็จะจำหน่ายไป ในเรื่องราคาจำหน่ายนั้นผู้ผลิตจะกำหนดเอง และโดยส่วนใหญ่ จะกำหนดให้สูงกว่าราคาที่ทำตามใบสั่งหรือขายส่ง ลักษณะนี้ผู้บริโภคก็พอใจกับราคาดังนั้น ๆ และคิดว่าได้ซื้อผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตโดยตรง

3.6.2 ประเภทของประดับ ในผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ มีการจำหน่ายแบบขายปลีกอยู่ คือ ดาบโซว์พร้อมแท่น ด้วยภาพลักษณ์ของดาบโซว์พร้อมแท่นนั้น เป็นเอกลักษณ์ของมีดอร์ญิกแต่โบราณมา (พิจารณาจากภาพประกอบในภาคผนวก) ดังนั้นผู้ผลิต จึงยังคงผลิตและจัดแสดงเพื่อขายปลีกในสถานที่ผลิตของตน ผู้ซื้อก็นิยมซื้อดาบพร้อม แท่นโซว์นี้ไว้เป็นของประดับในเอกลักษณ์ของความ เป็นไทย

กลไกการจำหน่าย ตลอดจนราคาการจำหน่ายแบบขายปลีกนี้ เป็นการ จำหน่ายจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคโดยตรง จึงไม่มีขั้นตอนใด ๆ มาเป็นตัวกำหนดราคาหรือทำให้เกิดการเบี่ยงเบนราคาได้ ผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบและราคาการจำหน่ายเอง

3.7 สรุป

จากการศึกษารวบรวมแนวทางลักษณะกลไก และราคารวม ทั้งได้ลงสัมผัสพื้นที่จริง จึงได้ข้อสรุปว่ากลไกและราคาผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิก แนวศิลป์ในปัจจุบันมีกระบวนการและขั้นตอนไม่ซับซ้อน ช่องทางการนำไปสู่ผู้บริโภคไม่ผ่านกลไกหรือช่องทางใด ๆ การแข่งขันในตลาด ไม่ว่าจะรูปแบบใด ไม่อาจนำมากำหนดกลไกและราคาผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ได้ กล่าวคือ ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อผู้สั่งทำหรือผู้รับไปจำหน่าย จะเป็นการสั่งซื้อหรือสั่งทำโดยตรงเป็นส่วนใหญ่ ในเรื่องราคาระนั้นผู้บริโภค หรือผู้ซื้อไม่ได้เกี่ยวข้องในเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ และโดยมากผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนดราคา การเบี่ยงเบนของราคาจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงไป แต่ไม่อาจกำหนดรูปแบบหรือราคาของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ได้

ดังนั้น กลไกและราคาของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ มีลักษณะที่ผู้ผลิต เป็นผู้กำหนดรูปแบบและราคาของผลิตภัณฑ์ (Producer Market) ซึ่งหากมีการ สนับสนุนให้ผู้ผลิตรักษาคุณภาพและเอกลักษณ์ ในการผลิตของตนเองไว้ กลไกและราคา ในการแข่งขันของตลาดไม่อาจมีส่วนเข้ามากำหนดราคาผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ได้ ไม่ว่าจะ เป็นรูปแบบการจำหน่ายแบบใดก็ตาม

บทที่ 4

การวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์

การวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ได้มีการปฏิบัติการเพื่อค้นหาแนวทางและช่องทางวิธีการด้านการตลาด อันจะเป็นแนวทางในการวิจัย โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์โดยการลงไปสัมผัสพื้นที่จริง ติดต่อกับชาวบ้านผู้ผลิตโดยตรง เพื่อหาข้อมูลที่เป็นจริงของรูปแบบตลาดผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ในปัจจุบัน ซึ่งได้พบว่าโครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์เป็นไปในลักษณะอิสระ กล่าวคือรูปแบบการสั่งทำ การจัดจำหน่ายและการขายปลีกไม่มีขั้นตอนยุ่งยากซับซ้อน ผู้ผลิตเองรู้สึกพอใจกับราคาที่ตนเองเป็นผู้กำหนด โดยกล่าวว่าตนเองเป็นผู้ออกแบบลักษณะเฉพาะตัวไม่เหมือนใคร เมื่อผู้สั่งทำ ผู้รับไปจำหน่ายพอใจ ก็สั่งหรือซื้อไป ด้านราคานั้นได้คิดจากต้นทุนการผลิตคือวัสดุอุปกรณ์ แรงงานและส่วนประกอบที่ให้ได้สำเร็จรูปแล้วตั้งราคาเสนอไป ซึ่งหากผู้สั่งทำหรือผู้รับไปจำหน่ายพอใจก็จะสั่งทำหรือรับไป หากไม่พอใจในราคาก็ไปหาผู้อื่นที่จะผลิตได้ในราคาที่กำหนด ซึ่งในส่วนนี้ผู้สั่งทำหรือผู้รับไปจำหน่ายเองไม่เคยเกี่ยวหรือคำนึงถึงด้วยเหตุว่าการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นี้ จะเป็นไปในระดับใกล้เคียงกันผู้สั่งทำหรือผู้รับไปจำหน่ายมักคำนึงถึงรูปแบบที่ต้องการ มากกว่าราคาที่ต่างกันเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ผู้ผลิตเองจะไม่พยายามตัดราคาซึ่งกันและกัน ลักษณะจึงเป็นว่าผู้สั่งเคยติดต่อกับผู้ผลิตรายใดก็จะไปติดต่อกับผู้ผลิตรายเดิม หรือได้รับคำบอกกล่าวมาว่าผู้ผลิตรายใดผลิตได้เป็นที่พอใจก็จะสั่งทำกับผู้ผลิตรายนั้นในการรับไปจำหน่ายก็เช่นกันผู้รับไปนิยมที่จะสั่งจากผู้ผลิตซึ่งได้ติดต่อกันอยู่เดิม โดยไม่พยายามเสาะหาผู้ผลิตรายอื่น แม้จะมีราคาแตกต่างกันบ้างก็ตาม

จากการติดต่อสื่อสัมพันธ์กับผู้ผลิตโดยตรง ได้รับคำตอบคือ
ลุงประยูร สุนทรศิริ : ปัจจุบันไม่วางขาย รับสั่งทำจากวัดมาสั่งเองและคนกลางมาสั่ง คนกลางเป็นผู้ที่เคยติดต่อกับทางร้าน ไปติดต่อกับทางวัดที่จะทำมีดตัดหวาย แล้วมาติดต่อกับทางร้านที่ตนเคยทำมาค้าขายกันอยู่ สาเหตุที่มีการติดต่อกับทางร้านเพราะชื่อเสียงในการทำและที่สำคัญ คุณภาพของมีดที่ดีกว่าที่อื่น ๆ ลูกค้าเมื่อสั่งจากที่อื่น เช่น อุดรดิตถ์ ก็ในงานที่ได้

ไม่สวยงาม ไม่เรียบเหมือนมิดที่ทำภายใต้ชื่ออรัญญิกที่ทำจากบ้านของลุงประยูร การสั่งทำมีการสั่งทำล่วงหน้าเป็นปี ซึ่งเป็นงานที่คนกลางติดต่อมาสั่งไว้ล่วงหน้าและมีงานเร่งด่วน ซึ่งเป็นทางวัดเดินทางมาติดต่อเอง ลุงประยูร เคยเอามิดไปขายที่จังหวัดลำปาง แต่สู้กับราคามิดในท้องถิ่นลำปางไม่ได้ ราคาขายของตลาดท้องถิ่นสูงกว่า 40%

ลุงทองแดง สุนทรศิริ : การรับใบสั่งซื้อมีทั้งคนกลางและทางวัดมาสั่งเองทางวัดมาสั่งเองนั้น ได้โดยเจ้าหน้าที่วัดเดินทางมาสั่งเพราะรู้ชื่อเสียงว่าทางบ้านไผ่หนองผลิตมิดตัดหวายได้ดี สวยงามกว่าที่อื่น ส่วนคนกลางที่มาสั่งเป็นคนกลางที่เคยสั่งทำ โดยคนกลางจะตระเวนหาวัดที่ซึ่งคนกลางรู้ว่าจะมีพิธีตัดลูกนิมิต ก็จะไปติดต่อกับทางวัดแล้วเสนอต่อในการหาซื้อมิดตัดหวายให้ แล้วจึงมาสั่งให้ผู้ผลิตมิดทางบ้านไผ่หนองผลิต ราคาที่ลุงทองแดงทำรวมด้ามและแท่น ถ้าเป็นมิดจะต้องสั่งจากตำบลหนองปลิง ชุดละ 1,100 บาท มาประกอบเข้ากับมิดที่ลุงทองแดงทำ แล้วขายทั้งชุดราคา 2,500 บาท

บ. แก้วกุดันะ ช่วงแรกออกโต๊ะวางขายกลางบ้าน หลังคามุงแฝก เคยนำไปขายสวนอัมพร มีผู้รับสั่ง มีการบริหารจัดการผลิตมิดแบบดั้งเดิม พร้อมกับนำสินค้าไปขายปัจจุบันไม่ไปวางจำหน่ายแล้ว เพราะไม่คุ้มค่าโสหุ้ยผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกเพิ่งมีคนสั่งทำเมื่อก่อนขายมิดโต้ มิดดาบ มิดตัดหวาย เพิ่งจะเริ่มมีปีนี้การสั่งซื้อจากต่างประเทศสั่งเป็นมิดชุด ส่วนมากมาเองมาติดต่อ มีขาประจำซื้อไปใช้ดีแล้วกลับมาซื้ออีก เหล็กดี ไม่ยุ่ย ไม่อ่อน ราคาถูกกว่าที่อื่น การตีซื้อมิดชื่ออรัญญิกทำให้ผู้ซื้อมาซื้อ ไม่จดทะเบียนชื่ออรัญญิก เพราะกลัวภาษี

ลูกค้าคือ ร้านควรลือ อุษยา มีแผงลอยที่หัวรอ เขาสั่งมาโดยมีใบสั่งส่งให้ร้าน ส.บุญส่ง ทางร้านคิดว่าเป็นวิชาชีพเก่าตกทอด รุ่นต่อไปไม่รับต่อแล้วเพราะเหนื่อย การผลิตต้องทำทั้งวัน วันหนึ่งทำมิดได้ 40 เล่ม ถาดาบ 20 เล่ม ในการขายสินค้าในตัวโชว์หน้าร้าน บางวันขายไม่ได้ บางวันขายเป็นเงิน 1,000 บาท ลักษณะขายมิดแนวศิลป์ เช่น วิธีขายมิดตัดหวาย ใช้วิธีแถมมิดทำครัวให้พระใช้ วัดอุ้มทองมาสั่งเองเพราะนิยมในร้านผลิตคุณภาพเหล็กคือแม่เหล็กไม่ดุด ไม่เป็นสนิม ทางร้านผลิตมิดตัดหวายวันละ 10 เล่ม ไม่แล้วเสร็จ คือ ขึ้นรูปมิดรอทำชิ้นตอนต่อไป ประเภทงานฝีมือ

มีมิดตัดหวาย, พระขรรค์, ดาบ, กริช เดี่ยวนี้ขายกำไรมาก ราคา ตะไบเดิมราคา 50-60 บาท เดี่ยวนี้ 300 บาท ใช้หินเจียรแทน จึงไม่คม ทางร้านขายมิดดาบพร้อมกันมุก 3,500 บาท แทนมุกสั่งจากตำบลหนองปลิง ทองขาวรายเจ้าของมาสั่งเอง ไม่ได้ส่งกำไรมาก ของข้าวสวยพวงกุดแจ ขาย 5 บาท ฝรั่ง 10 บาท ทัวรลงต้องมีการโชว์ ถ้ามาเย็น 4 โมง 5 โมง ต้องจ้างผู้แสดงการตีมาใช้ผู้นำทัวรต้องจ่ายค่าแรงให้ราคาปกติ ค่าตี เล่มละ 1 บาท ตี 3 คน 3 บาท ถ้าพวกดาบ ค่าตีดาบ เล่มละ 2 บาท 3 คน 6 บาท ผู้สัมภาษณ์แนะนำให้โฆษณา เช่น ทำแผ่นพับไว้แจกให้กรณี มีทัวรมาที่ร้านจะได้นำไปช่วยโฆษณา สำเพ็งมีร้าน ล.อรัญญิก เป็นคนท้องที่ ไปเปิดร้านอยู่ที่สำเพ็งเป็นเวลานาน ซึ่งโดยการรับทัวรไปทางร้านเองมีน้อย รายไปส่ง ทัวรลง คนนำทัวร หักค่าขาย 100 ละ 10 บางราย ไม่หักเลย

ปัญหาสหกรณ์ที่มีผู้จัดการเอาสินค้าพวกใครพวกเขา เล่นพรรค เล่นพวกชาวบ้านไม่ร่วมการประชุม สหกรณ์ต้องจ้างไปประชุม ปัจจุบันก็ ไม่ดีขึ้น การกู้เงินในระบบ เช่น การกู้กระทรวงอุตสาหกรรม ต้องมีสัญญา บัตรไปค้าประกัน ซึ่งยุ่งยากดังนั้นจึงมีการหาทุนใช้ก็ร้อยละ 20 จากผู้ให้ กู้นอกระบบในการทำกฐนาคารถต้องมีหลักฐาน โฉนดที่ดิน ซึ่งไม่สะดวกเช่นกัน และเมื่อกลับมามีปัญหา เช่น การกู้ 3 คน ได้ 3 หมื่น ถ้าหนีไป 1 คน ที่ เหลือต้องร่วมจ่าย ชื่อทางร้านญี่ปุ่นเคยเอาไปลงหนังสือโฆษณาให้ เพราะมา เห็นกรรมวิธีทำมิดจากทางร้าน เคยเอาไปขายงานพระบาท เมื่อก่อนวันละ 100-200 เล่ม ขายดีมาก ปัจจุบันขายไม่ดี เดี่ยวนี้ 50 เล่ม ยังขายได้ยาก แทนที่ซื้อจากตำบลหนองปลิง 1,100 บาท นำมาประกอบกับมิดที่ทางร้านตีขึ้น การสั่งทำมีปัญหาหน้ากอง นำสินค้าส่งผ่านแล้วรับเงินไปไม่นำมาให้ ทางร้าน เมื่อก่อนมิดตัดหวายส่ง 5-9 เล่ม เพียงใช้ในพิธีของวัดเท่านั้น ไม่ เหมือนปัจจุบันทำเป็น 100 เล่ม เป็นเชิงธุรกิจของ วัดไป มิดปากกาขายดี เป็นวัตถุมงคล 200 ขาย 400 ได้กำไรเท่าตัว

จากการสัมภาษณ์ลุงทองแดงและร้าน บ.แก้วกุดั่น ได้ขอสรุปทางงานวิจัยว่า

1. การรับใบสั่งซื้อของผลิตภัณฑ์มิดอรัญญิกแนวศิลป์นี้ โดยเฉพาะมิดตัดลูกนิมิต มีทั้งแบบทางวัดมาสั่งทำเอง และมีคนกลางมาสั่งทำ
2. การสั่งทำผลิตภัณฑ์มิดอรัญญิกแนวศิลป์ มีการสั่งทำจากหมู่

บ้านอรัญญิกเพราะชื่อเสียงในการทำว่าดีกว่าที่อื่น โดยเฉพาะบ้านไผ่หนอง

3. การทำมิด ถ้าเป็นด้ามไม้ผู้ผลิตจะทำด้ามเอง แต่ถ้าเป็นด้ามเหล็กจะสั่งจากตำบลหนองปลิง ในราคาชุดละ 1,100 บาท

4. ราคาขายมิดตัดลูกนิมิตพร้อมแท่นวาง ลุงทองแดงขายชุดละ 2,500 บาท

5. การขายมิดระยะแรก ๆ เป็นการออกร้านและเร่ขาย

6. ร้าน บ.แก้วกุดั่น ใช้วิธีการด้านการตลาดในการขายมิดตัดลูกนิมิตโดยการจัด Promotion โดยให้วิธีการแถมมิดทำครัวให้พระนำไปให้แทนการลดราคา

7. การทำมิดตัดหวายผู้ผลิต ผลิตได้วันละประมาณ 10 เล่ม

8. ร้าน บ.แก้วกุดั่น จำหน่ายผลิตภัณฑ์มิดแนวศิลป์ มิดดาบ พร้อมแท่นมุกในราคาชุดละ 3,500 บาท

ได้มีปฏิบัติการเพื่อหาช่องทาง วิธีการด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์มิดอรัญญิกแนวศิลปะ ซึ่งผู้วิจัยได้ร่วมกับผู้ร่วมวิจัยอื่น ๆ ปฏิบัติการไปแล้ว ดังนี้

4.1 การจำหน่ายแบบนิทรรศการ มีการนำผลิตภัณฑ์มิดจัดนิทรรศการ เมื่อ 28 ส.ค. 2536 โดยคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนนิทรรศการ ได้จัดงานสัมมนาวิธีการได้เชิญชวนชาวบ้านอรัญญิกนำผลิตภัณฑ์มิดมาจำหน่ายในงาน ซึ่งประสบผลสำเร็จในการจำหน่ายเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้

ร่วมชมงานเกษตรแฟร์ ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน มีการออกร้านจากสหกรณ์มิดอรัญญิก ร้านจากประสิทธิ์ พันหนอง และอีกร้านเป็นชาวบ้านใน อ.นครหลวง รับผลิตภัณฑ์มิดมาขายในงาน ได้เข้าร่วมจำหน่ายและสอบถามด้าน ผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ เป็นผู้จำหน่าย กำหนดราคาขายและนำผลิตภัณฑ์จากบ้านอรัญญิก ซึ่งกำหนดรูปแบบการผลิตมาเอง ออกจำหน่าย ซึ่งผู้ซื้อเองก็ซื้อเพราะพอใจในรูปแบบและราคา

4.2 การจำหน่ายแบบนิทรรศการ ผลิตภัณฑ์แสดงการมิด การจัดการแสดงการตีมิดทอง บ.แก้วกุดั่น ในงานกาชาด ปี 2536 ซึ่ง

การแสดงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ผลอย่างมาก

4.3 การจัดนิทรรศการเพื่อฝึกเกษตรกรวิทยาด้านการตลาด จะจัดให้มีการนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย โดยให้นักเรียนลูกหลานของชาวบ้าน ชุมชนหรือวิทยเป็นผู้นำจำหน่าย เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านตนเอง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ อันจะทำให้เยาวชนมีความสำนึกที่จะสืบสานต่องาน

4.4 สรุป จากผลการจัดจำหน่ายแบบนิทรรศการ การจัดจำหน่ายแบบนิทรรศการพร้อมการแสดงการตีมีด การจำหน่ายแบบนิทรรศการเพื่อฝึกเกษตรกรวิทยาด้านการตลาด ได้ผลเป็นอย่างดี คือ การจัดนิทรรศการได้มองเห็นถึงแนวทาง วิธีการหรือช่องทางของโครงสร้างตลาด กลไกและราคาว่าเมื่อมีการจัดนิทรรศการ มีการนำมีดผลิตภัณฑ์ตระกูลอาวุธและตระกูลอื่น ๆ ออกร่วมจำหน่ายในงานนิทรรศการ จะเป็นการลดช่องว่างของราคาผลิตภัณฑ์และวิธีการตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์มีดสู่ผู้บริโภค โดยตรง อันจะเป็นวิธีการจำหน่ายของผู้ผลิตโดยตรงต่อผู้บริโภคโดยตรง ไม่เกิดการเบี่ยงเบนทางด้านราคา

ในการจัดจำหน่ายแบบนิทรรศการพร้อมการแสดงการตีมีด เป็นการกระตุ้นเชิญชวนผู้บริโภคให้สนใจวิธีการผลิต ซึ่งมีขั้นตอนที่ละเอียดอ่อนของผลิตภัณฑ์ มีดแนวศิลป์ ผู้บริโภคเองก็เกิดความรู้สึกถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต และเข้าใจถึงมูลค่าราคาของมีดที่ผลิตขึ้นด้วยฝีมือ ความชำนาญ ประสิทธิภาพที่มีของผู้ผลิต

การจำหน่ายแบบนิทรรศการ เพื่อฝึกเกษตรกรวิทยาด้านการตลาด ในการจัดจำหน่ายแบบนิทรรศการแต่ละครั้งนั้น ได้นำทางออกของชุมชนบ้านหรือวิทย มาเป็นผู้นำจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในหัตถอุตสาหกรรมประจำหมู่บ้านของตนที่จะผลิตและนำไปสู่ตลาด เป็นแนวทางให้อนุชนเหล่านั้มองเห็นคุณค่า ประโยชน์ ที่จะได้รับจากการคงอยู่ของผลิตภัณฑ์ของชุมชนตนเอง

อย่างไรก็ตามประโยชน์สูงสุด ที่จะได้ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

เหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ ที่จะคงมีผลิตภัณฑ์ที่หลุดรอดสาหร่าย
มิดอรัญญิกแนวศิลป์ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก
ของประเทศไทย

บทที่ 5

สรุปรวบยอดและข้อเสนอแนะ

การศึกษาโครงสร้างผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ของชุมชนบ้านอรัญญิกซึ่งมีรูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่ง รูปแบบการจำหน่ายแบบขายส่ง รูปแบบการจำหน่ายแบบขายปลีก ทั้งผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธและมีดตระกูลอื่น ๆ มีโครงสร้างตลาดส่วนใหญ่เป็นการสั่งซื้อโดยตรงจากผู้สั่ง ผู้รับใบจำหน่าย และผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคนสุดท้าย มีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน กล่าวคือ ผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบที่จะผลิต ซึ่งการมีใบสั่งผู้สั่งก็ไม่กำหนดแน่นอนลงในรูปแบบ ไม่กำหนดราคาที่ต้องการ ผู้ผลิตจะสร้างรูปแบบตามความต้องการแล้วกำหนดราคาจากต้นทุนหลักที่ใช้ผลิต ค่าแรงในการตี ค่าฝีมือในการทำ โดยมีกำไรจากการผลิตพอสมควร แล้วแจ้งราคาให้ผู้สั่งทราบ หากผู้สั่งพอใจก็ตกลงให้ผลิต

ในการจำหน่ายแบบขายส่งนั้น ผู้ผลิตจะเป็นผู้สร้างแบบผลิตภัณฑ์แล้วลงมือทำตัวอย่าง โดยกำหนดราคาจากต้นทุนหลักที่ใช้ส่วนประกอบของตัวมีด ค่าแรง ในการตีค่าฝีมือที่ทำแล้วกำหนดราคา เพื่อส่งให้แก่ผู้จำหน่าย ผู้จำหน่ายก็จะคิดราคา ขยายเพิ่มจากราคาที่ผู้ผลิตกำหนดมาให้นั้น ไม่เคยกำหนดราคาก่อนแล้วไปต่อรองกับผู้ผลิตแต่อย่างใด

การขายปลีกผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ จะเห็นได้ชัดเจนว่าผู้ผลิต เมื่อผลิตเสร็จ ออกวางจำหน่ายปลีกก็จะกำหนดราคาจากการคิดต้นทุน ค่าแรง ที่ตนเองทำซึ่งผลิตภัณฑ์บางชิ้นบางอย่าง กำหนดราคาขายปลีกไว้สูงกว่าต้นทุนที่ผลิตมาก หากเป็นชิ้นงานที่ใช้กำลังฝีมือสูงก็จะกำหนดราคาสูงขึ้นตามไป โดยผู้ซื้ปลีกเองเมื่อพอใจในรูปแบบและฝีมือในการผลิต ก็อาจซื้อไปโดยไม่คำนึงถึงราคาแต่อย่างใด ด้านกลไกและราคาผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ในปัจจุบันนั้น ขั้นตอนและวิธีการจาก การส่งผ่านผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสู่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคนสุดท้ายก็ไม่ซับซ้อน

ขั้นตอนช่องทางของตลาด ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยการจำหน่ายตามใบสั่ง มีขั้นตอนเพียงผู้ผลิตรับการสั่งซื้อจากผู้ซื้อโดยตรงเป็นส่วนใหญ่ การรับการสั่งซื้อโดยคนกลางมีบ้าง แต่มีผลต่อการเบี่ยงเบนของราคาไม่มากนัก ทั้งนี้เพราะการกำหนดราคาและรูปแบบการผลิต คนกลางไม่อาจเข้ามามีส่วนกำหนดได้ ผู้ผลิตจะกำหนดแล้วแจ้งบอกคนกลางที่ติดต่อ那人กลางจะเพิ่มราคาในส่วนมูลค่า ซึ่งตนได้ทำหน้าที่จากราคาที่ผู้ผลิตกำหนดมาแล้ว ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคคนสุดท้ายก็เพียง ได้รับผลิตภัณฑ์ในราคาที่เพิ่มค่าบริการไว้เท่านั้น

การจำหน่ายแบบขายส่ง ช่องทาง และขั้นตอนของราคาก็มิได้ซับซ้อนผู้ผลิตจะกำหนดรูปแบบพร้อมกำหนดราคา แล้วส่งผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้จำหน่ายปลีก ซึ่งผู้จำหน่ายปลีกก็ไม่อาจเข้าไปมีส่วนกำหนดราคา หรือรูปแบบผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เมื่อได้รับมาราคาเท่าไรก็เพียงเพิ่มผลกำไรไปในราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ แล้วจำหน่ายให้ผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้อเองก็จะซื้อด้วยความพอใจในรูปแบบการผลิตที่ตนชอบ โดยมีได้คำนึงถึงราคามากนัก

ในการจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ กลไกขั้นตอนและช่องทางรวมทั้งราคายังง่ายและมีความซับซ้อนน้อยมาก กล่าวคือ ผู้ผลิตจะผลิตแล้วกำหนดราคาตามความเหมาะสมของความยากง่ายของผลิตภัณฑ์ แล้วจัดโชว์ผลิตภัณฑ์ให้ผู้ซื้อปลีกเมื่อพอใจในรูปแบบและราคาก็จะซื้อไป โดยมีได้คำนึงถึงความต่างของต้นทุนการผลิตกับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วแต่อย่างใด

5.1 ข้อสรุปรวบยอด

จะเห็นได้ว่า โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิกแนวศิลป์ตลอด จนกลไกและราคานั้นเป็นรูปแบบเฉพาะของผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ กล่าวคือผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์ ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดรูปแบบการผลิตและเป็นผู้กำหนดราคาตลาดจึงเป็นของผู้ผลิต (Producer Market) หากมีการกำหนดช่องทาง กลไกที่ถูกต้องจะทำให้ผู้ผลิตและขายได้จำนวนเพิ่มขึ้น ผู้ซื้อก็จะได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ โดยการใช้วิธีส่งเสริมการจำหน่าย (Business Promotion)

5.2 นัยของข้อค้นพบในด้านแนวคิดทฤษฎี

เมื่อได้ศึกษา โครงสร้างตลาดรวมทั้งกลไกราคาทอง

ผลิตภัณฑ์มีต่อรัฐถูกต้องแล้ว จึงพบว่าแนวคิดทฤษฎีในเรื่องนี้โดยใช้ขั้นตอนการบริหารการตลาด (Marketing Management) โดยการวางแผน (Planning) การปฏิบัติตามแผน (Implementing) และการประเมินผล (Evaluation)

เมื่อขั้นตอนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์มีต่อรัฐถูกต้องแล้ว ไม่ยุ่งยากมากนักการวางแผนด้านการตลาด ซึ่งควรหาช่องทางสร้างความนิยมให้กับผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แนวคิดนี้ เพราะผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เป็นการซื้อเพราะความพอใจในรูปแบบ เมื่อมีการปรับปรุงรูปแบบการผลิต ได้ถูกต้องกับความต้องการของตลาด ก็จะทำให้ลูกค้าสนใจซื้อ

5.3 นโยบายของท้องถิ่นพบด้านมาตรการนโยบาย

โดยที่ผลิตภัณฑ์มีต่อรัฐในปัจจุบัน ถูกเมินไม่สนใจจากเยาวชนชนรุ่นหลัง การสานต่องานแนวคิดอันทรงคุณค่านี้ มีแนวโน้มว่าจะสูญสลายไปพร้อมกับผู้ผลิตปัจจุบันกรณีหนึ่ง การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในกิจกรรมอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมมีต่อรัฐผลิตภัณฑ์นี้ ไม่ได้รับการสนับสนุนที่ดีไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตการตลาดที่จะรองรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในกรณีโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ หากมีมาตรการนโยบายชัดเจนที่จะสร้างผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น และเสริมสร้างคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะทำให้การสืบทอด การสืบสาน การดำรงคงอยู่เป็นไปได้

จากการค้นพบของผู้ศึกษาว่า นโยบายที่ดีที่จะปรับใช้กับชุมชนบ้านอรัญญิก คือ

1. ใช้มาตรการนโยบายจัดการอบรมอนุชนให้เข้าใจและเกิดความรักในวิชาชีพของตน โดยเฉพาะหัตถอุตสาหกรรมมีต่อรัฐผลิตภัณฑ์สร้างความสำนึกที่จะสืบต่องานประจำหมู่บ้านของตนต่อไป

2. ใช้มาตรการนโยบายทางการตลาด สร้างการรวมตัวของชุมชนในหมู่บ้านในการกำหนดรูปแบบวิธีการ และมาตรฐานของราคาให้เป็นอันหนึ่ง

อันเดียวกัน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าที่ไม่มีมาตรฐานในการกำหนดราคา อันจะทำให้ผู้ซื้อเชื่อมั่นในราคาและเกิดความพอใจยิ่งขึ้นต่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

3. ใช้มาตรการนโยบายในการกำหนดโครงสร้างตลาด ของผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าให้มีขั้นตอน ระบบการจัดจำหน่ายมีวิธีการทางการตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ผู้บริโภค เพื่อลดการแทรกแซงของนายหน้าคนกลางซึ่งจะเข้าครอบงำระบบการจำหน่ายที่จะทำให้การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าปรับเปลี่ยนไป โดยขาดความเข้าใจในคุณภาพของงานที่ได้ ขาดความรักและผูกพันกับงานที่ทำได้อันเป็นแนวทางที่ถูกต้องของผลิตภัณฑ์แนวศิลป์

4. ส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนเรียนรู้วิธีการตลาด การกำหนดราคาขายโดยมีหลักเกณฑ์ คำนวณราคาขายได้ตามที่ควรจะเป็น อันจะทำให้เกิดความเหมาะสมทั้งทางด้านผู้ผลิตเองและผู้ซื้อ ทำให้ผลิตภัณฑ์คงอยู่ได้เป็นที่นิยมของตลาดต่อไปได้

จากการศึกษาโดยวิธีการวิจัยปฏิบัติการพัฒนาสังคม เรื่องการโตขายหรือการเจตขายของหัตถกรรมครัวเรือนทำมีดของชุมชนบ้านอรัญญิก โดยเฉพาะในเรื่องโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์นี้ ไม่ว่ารูปแบบการจำหน่ายตามใบสั่งแบบขายส่งหรือแบบขายปลีกในปัจจุบันกลไกและราคาในการจำหน่าย กระบวนการและขั้นตอนเป็นไปในรูปแบบที่ผู้ผลิต และจำหน่ายกำหนดราคาขาย (Producer Price Marking) หากมีการส่งเสริมการจำหน่าย (Business Promotion) มีการส่งเสริมโดยใช้แนวคิดทฤษฎี และการกำหนดมาตรการนโยบายที่ดี จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีดแนวศิลป์คงอยู่ได้เป็นหัตถอุตสาหกรรมของชาติ ประเทศไทยต่อไป

ภาคผนวก

ประวัติ และความเป็นมาของชุมชนบ้านอรุณฤๅก

ชาวบ้านตันโพธิ์และบ้านไผ่หนองนี้ รกรากถิ่นฐานเดิมเป็นชาวเวียงจันทน์ได้อพยพกันมาในสมัยรัชกาลที่ 2 แผ่นดินพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ชาวเวียงจันทน์ กลุ่มนี้ส่วนมากเป็นช่างกันแทบทั้งสิ้น มีช่างตีทองกับช่างตีเหล็ก คือคนไทยแข็งแรงก็ให้ตีเหล็ก คนไหนอ่อนแอมีความละเอียดก็ให้ทำทองเครื่องอาภรณ์ประดับกาย

ต่อมา ในราว พ.ศ. 2465 อาชีพช่างทองก็ได้เลิกสลายตัวไปคงเหลือแต่อาชีพตีมีดประเภทเดียว ชาวบ้านตันโพธิ์และบ้านไผ่หนอง จึงยึดอาชีพตีมีดเป็นหลักไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างอื่นปะปนเลย มีข้อสังเกตที่เป็นหลักฐานอยู่ว่า ชาวเวียงจันทน์กลุ่มนี้มีอาชีพเป็นช่างทองก็คือ ถ้าเราเอาดินทั้งสองหมู่บ้านนี้ลงร่อนในน้ำ จะพบเศษทองและขี้ตะไบทองอยู่ทั่วไป

ชาวเวียงจันทน์ ที่อพยพกันมาโดยการนำของ "นายเทา" เป็นหัวหน้าได้เดินทางมาหาแหล่งทำมาหากิน มาพบภูมิประเทศแห่งนี้เป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การประกอบอาชีพ คือ เดิมเป็นดงไม้ขึ้นอยู่อย่างหนาแน่น มีหนองน้ำและแม่น้ำป่าสักไหลผ่าน สมัยนั้นไม่มีถนนหนทางเหมือนในปัจจุบัน ต้องอาศัยทางน้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการคมนาคม โดยเฉพาะไม้ไผ่นี้เป็นวัสดุที่สำคัญมากมีประโยชน์อยู่ในตัวของมันนานาประการ เช่น เอามาเผาให้เป็นถ่านใช้เผาเหล็ก เพราะถ่านไม้ไผ่ให้ความร้อนสูงกว่าถ่านไม้ชนิดอื่น ต้นลำให้ทำบ้านเรือนอาศัย ทำด้ามพะเนิน ด้ามข้อน และด้ามมีด ซึ่งช่างตีเหล็กใช้ประจำจะเห็นว่าลักษณะของหมู่บ้านดังกล่าวนี้เป็นอุ้งข้าว อุ้งน้ำ ทรัพยากรประกอบอาชีพตีมีดเป็นอย่างดี ชาวบ้านจึงพร้อมใจกันลงหลักปักเสาเรือนอยู่กันเป็นหลักฐาน และได้ประชุมหารือกันตั้งชื่อหมู่บ้านของตนว่า "บ้านไผ่หนอง" ให้เหมาะสมกับภูมิประเทศ ครั้นกาลเวลาล่วงเลยมา บ้านเมืองเจริญขึ้นสภาพของหมู่บ้านก็ได้เปลี่ยนแปลงไป ดงไม้ไผ่ที่เคยขึ้นอยู่อย่างหนาแน่นก็โล่งเตียนเป็นท้องไร่ท้องนาหนองน้ำก็ตื้นเขินไปหมดแล้ว ต่อมาในรัชกาลที่ 3 แผ่นดินพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวในราว พ.ศ. 2369 เจ้าอนุเวียงจันทน์ เสด็จมาถวายพระเพลิงพระบรมศพรัชกาลที่ 2 ก็ได้มาขอชาวเวียงจันทน์ที่ถูกวาดต้อนมาแต่ครั้งก่อนกลับประเทศ แต่ชาวเวียงจันทน์กลุ่มนี้ไม่ยอมกลับ ขออยู่ใต้พระบรมโพธิ์สมภารเพราะพระองค์ท่านได้ให้ความผาสุกร่มเย็น

เหมือนพสกนิกรของพระองค์ตลอดมา ซึ่งในขณะนั้นการทำมาหากินของชาวบ้านทั้งสองหมู่บ้านก็มีความเจริญรุ่งเรืองมาเป็นลำดับ คือเสี่ยงการตีมีดก็เลื่องลือไปทั่ว สารทิศชาวบ้านต้นโพธิ์และบ้านไผ่หนองจึงมีฐานะมั่นคง มีการกินดีอยู่ดี ด้วยพระมหากรุณาธิคุณของล้นเกล้าล้นกระหม่อม

สมัยรัชกาลที่ 5 แผ่นดินพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าสิ้นกระหม่อม พระองค์ได้ทรงทราบว่า หมู่บ้านต้นโพธิ์และบ้านไผ่หนอง เป็นหมู่บ้านตีมีดพระองค์ พร้อมด้วยพระบรมวงศานุวงศ์ จึงได้เสด็จไปทอดพระเนตรการตีมีดของชาวเวียงจันทน์ทั้งสองหมู่บ้านนี้ ชาวบ้านทั้งสองหมู่บ้านได้ปลูกพลับพลาเป็นที่ประทับอย่างสมพระเกียรติ และได้เกณฑ์ชาวบ้านทั้งสองหมู่บ้านมาทำการตีมีดให้พระองค์ท่านได้ทอดพระเนตร พระองค์ท่านทรงสนพระทัยและพอพระราชหฤทัยเป็นอันมาก ในสมัยแผ่นดินของพระองค์ท่าน จัดให้มีงานแสดงศิลปหัตถกรรมที่วัดเบญจมบพิตร กรุงเทพมหานคร ชาวบ้านต้นโพธิ์ และบ้านไผ่หนองได้เกณฑ์หนุ่มสาวมาแสดงการตีมีดพระองค์ก็ได้ เสด็จทอดพระเนตร จนเป็นที่พอพระราชหฤทัยและได้ทรงพระมหากรุณาพระราชทานรางวัลให้ทั่วทุกคน เขาเหล่านั้นทราบซึ่งในพระมหากรุณาธิคุณของล้นเกล้าล้นกระหม่อม เป็นล้นพ้น ตลอดจนขุนนางผู้ใหญ่ก็ให้เกียรติชมเชยและให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพราะมีดีมีความสำคัญในหมู่คนส่วนใหญ่ทุกครอบครัว ตลอดจนชาวนา ชาวไร่ ชาวสวน ต่างก็จำเป็นจะต้องใช้มีดในรัชกาลของพระองค์ท่าน ถ้าเสด็จประพาสบ้านต้นโพธิ์ และไผ่หนองแล้วจะทรงแวะและทอดพระเนตรเสมอ ตลอดจนขุนนางผู้ใหญ่ก็ไปเยี่ยมชมกันอยู่เป็นเนืองนิจ "นายเทา" หัวหน้าหมู่บ้านที่ได้กล่าวไว้ในที่นี้ ก็ได้ทรงพระกรุณา โปรดเกล้าพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น "ขุนนราบริรักษ์" เป็นความดีความชอบที่ปกครองชาวบ้านให้ตั้งอยู่ในจารีตประเพณีอันดีงาม อาชีพการตีมีดของชาวบ้านต้นโพธิ์และบ้านไผ่หนองปัจจุบันนี้เขาทั้งหลายยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม และเกิดกุลสมบัติอันล้ำค่าของเขาไว้ด้วยความหวงแหน

ในสมัยนั้นเมื่อถึงฤดูเทศกาลงานนมัสการรอยพระพุทธรูป จังหวัดสระบุรีกลางเดือน 3 และกลางเดือน 4 ชาวบ้านทั้งสองหมู่บ้านจะเตรียมมีดต่าง ๆ ไปออกร้านจำหน่ายกันเป็นประจำทุกปี เพราะเป็นงานประจำปีที่ใหญ่โตฬารสนุกสนานมาก มีผู้คนจากจังหวัดต่าง ๆ และเป็นศูนย์รวมของพุทธรูปมาเกาะที่จะไปแสวงบุญจำนวนมาก ร้านมีดของชาวบ้านต้นโพธิ์ และบ้านไผ่หนองก็จะไปตั้งร้านจำหน่ายกันอยู่เป็นแถว ๆ สะดวกแก่การซื้อหาโดยคนทั่วไป เรียกว่า "มีดอรัญญิก" ซึ่งถือว่าเป็นมีดที่มีคุณภาพดี และ ปัจจุบันก็ยังมีการนำไปขายอยู่ทุกปี ส่วนผู้ที่อยู่ทางบ้านเขาก็

จะลงมือผลิต เพื่อเตรียมไว้ขายในโอกาสต่อไป

ชื่อและที่มาของคำว่า "มิดอรัญญิก"

ที่ตำบลปากน้ำ อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีบ่อนเป็ชอยู่ หมู่บ้านหนึ่งชื่อ "บ้านอรัญญิก" ซึ่งอยู่ห่างจากบ้านต้นโพธิ์ และบ้านไผ่หนอง ประมาณ 2 กิโลเมตร ไปทางทิศตะวันออก เหตุเพราะมีผู้คนมาเที่ยวโรงบ่อนจำนวนมาก ชาวบ้านทั้งสองหมู่บ้าน จึงนำผลิตภัณฑ์จำพวกมิดพริ้วไปวางจำหน่ายเป็นประจำ เมื่อผู้คนมาเที่ยวโรงบ่อนที่บ้านอรัญญิกก็จะซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น มิด ที่ชาวบ้านทั้งสองหมู่บ้าน มาวางจำหน่ายกลับไปบ้าน เมื่อผู้คนนำไปใช้ก็ถูกใจเพราะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพคงทน ใช้งานได้ดี คมนาน เป็นที่น่ายินดีมีการบอกกล่าวเล่าขานกันสืบต่อมาจากโรงบ่อน อรัญญิกกว่า ถ้าจะซื้อมิดก็ต้องไปซื้อที่บ้านอรัญญิก จนพูดกันติดปากว่า "มิดอรัญญิก"

เทคนิคของการผลิตในระยะแรก ๆ ยังคงเป็นดั้งเดิมอยู่ อาทิเช่น แต่ก่อนชาวบ้านใช้สับลมสำหรับเป่าไฟให้ร้อนแดง เพื่อใช้ในการตีมิด ปัจจุบันใช้ เครื่องเป่าลมแบบมอเตอร์ (Blower) แทน แต่ก่อนชาวบ้านใช้เหล็กชุด (พาน) เพื่อชุดตัวมิดให้บาง และชาว ปัจจุบันได้ใช้มอเตอร์หมุนลูกบิด เพื่อปิดมิดให้บางและ ชาวแทน เดิมครอบครัวที่มีคนทำมิด 3 คน จะสามารถทำมิดได้อย่างมาก ประมาณ 10-15 เล่ม/วัน แต่เมื่อนำเครื่องจักร หรือเครื่องทุ่นแรงมาช่วยในการผลิต จะได้ ถึง 100-150 เล่ม/วัน ในมิดประเภทเดียวกัน

ในสมัยก่อนการทำมิดต้องอาศัยคนงานหลายคน เช่น คนตีพะเนินจะต้อง ฝึกหัดกันมาเป็นอย่างดี จะต้องรู้ว่ามีดรูปไหนควรตีตรงไหน และจะต้องคอยฟังสัญญาณ การให้เสียงของผู้จับเหล็กให้ดี คนจับเหล็กนี้ ตามภาษาชาวบ้านเรียกว่า "หน้าเตา" ซึ่งจะต้องเป็นคนที่มีความรู้เกี่ยวกับการทำมิดเป็นอย่างดี เข็มสถานที่ใช้ในการทำงาน บริเวณหมู่บ้านตีมิดเกือบทั้งตำบลทำข้างจะมีลักษณะการตั้งบ้านเรือนอยู่แบบขนานไปกับ สองฟากฝั่งของแม่น้ำป่าสักแต่จะปลูกบ้านแบบใต้ถุนสูง เพื่อป้องกันน้ำที่อาจจะเอ่อล้น สองฝั่งแม่น้ำขึ้นมาท่วมบ้านเรือนได้ สำหรับการทำงานชาวบ้านส่วนใหญ่จะใช้บริเวณ ใต้ถุนบ้านเป็นที่ประกอบการทำมิด ตั้งแต่การปิดมิดคม ไล่มิด การลับมิด ยกเว้นการ เเผาเหล็กให้ร้อนแดง ส่วนมากชาวบ้านจะสร้างเป็นโรงเรือนเล็ก ๆ ต่อกาก เพื่อ ป้องกันอัคคีภัยที่อาจจะเกิดขึ้นมาได้ ถึงแม้บริเวณใต้ถุนบ้านของชาวบ้านจะสูงโปร่ง ก็ตาม แต่ลักษณะของงานที่ต้องอยู่ใกล้กับความร้อนจากเตาเผาเหล็ก ดังนั้น แต่ละ บ้านจึงต้องมีพัดลมไว้บรรเทาความร้อนสำหรับคนที่อยู่หน้าเตาด้วย

ลักษณะทางภูมิศาสตร์

บ้านตมัตตอรัญญิกเป็นหมู่บ้านหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังมีลักษณะการแบ่ง ดังต่อไปนี้

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยอำเภอ 16 อำเภอ คือ

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. อำเภอเมือง | 9. อำเภอบางปะหัน |
| 2. อำเภอท่าเรือ | 10. อำเภอบางไทร |
| 3. อำเภอเสนา | 11. อำเภอลาดบัวหลวง |
| 4. อำเภอบางปะอิน | 12. อำเภอภาชี |
| 5. อำเภอผักไห่ | 13. อำเภอมหาราช |
| 6. อำเภอวังน้อย | 14. อำเภอบางซ้าย |
| 7. อำเภอนครหลวง | 15. อำเภอบางแพรก |
| 8. อำเภอบางบาล | 16. อำเภออุทัย |

ลักษณะภูมิประเทศของอำเภอนครหลวง (ที่ตั้งของตำบลท่าช้าง)

ทิศเหนือ

จด อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
และอำเภอบ้านหมอ จังหวัดสระบุรี

ทิศใต้

จด อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันออก

จด อำเภอภาชี อำเภออุทัย

ทิศตะวันตก

จด อำเภอปะหัน อำเภอมหาราช

พื้นที่ทั้งอำเภอ

142.52 ตารางกิโลเมตร

ห่างจากกรุงเทพมหานคร

90

กิโลเมตร

ห่างจากถนนเอเชีย

25

กิโลเมตร

พระราชบัญญัติ ลักษณะปกครองท้องที่ เดิมชื่อ ตำบลไผ่หนอง จะมีอยู่ 2 หมู่ คือ

1. บ้านต้นโพธิ์
2. บ้านไผ่หนอง

อำเภอนครหลวง ประกอบด้วย 12 ตำบล

- | | |
|------------------|------------------|
| 1. ตำบลเอื้องโพง | 7. ตำบลสามไถ |
| 2. ตำบลปากจั่น | 8. ตำบลท่าช้าง |
| 3. ตำบลคลองสระแก | 9. ตำบลนครหลวง |
| 4. ตำบลแม่ลา | 10. ตำบลบ้านขั่ง |

5. ตำบลบางพระครู
6. ตำบลหนองปลิง

11. ตำบลบางระกา
12. ตำบลพระนอน

ตำบลท่าช้าง ประกอบด้วยหมู่บ้าน 8 หมู่ คือ

ชื่อหมู่บ้าน		ชื่อ - สกุล (ผู้นำ)	
หมู่ที่ 1	บ้านกุฎิกร	ผู้ใหญ่บ้าน	นายถวิล ชั่วทอง
หมู่ที่ 2	บ้านท่าช้างปากคลอง	กำนัน	นายละเมียด นามแป้น
หมู่ที่ 3	บ้านท่าช้าง	ผู้ใหญ่บ้าน	นายสวิง พิมพ์ทอง
หมู่ที่ 4	บ้านท่าช้างเหนือ	ผู้ใหญ่บ้าน	นายศิริ รอดพกล
หมู่ที่ 5	บ้านสาละย	ผู้ใหญ่บ้าน	นายสำเริง แห่มโสภา
หมู่ที่ 6	บ้านตันโพธิ์	ผู้ใหญ่บ้าน	นายไพบูลย์ ศรีสุข
หมู่ที่ 7	บ้านไผ่หนอง	ผู้ใหญ่บ้าน	นางเตือนจิตต์ เกตุดี
หมู่ที่ 8	บ้านท่าช้างใต้	ผู้ใหญ่บ้าน	นายทองฮ้อย ศิรินาค

เปรียบเทียบจำนวนครัวเรือนที่ประกอบอาชีพทำมิด ของตำบลท่าช้าง ระหว่างปี พ.ศ. 2524 และปี 2538

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	ปี 2526		ปี 2538		หมายเหตุ
		ครัวเรือน	ทำมิด	ครัวเรือน	ทำมิด	
1.	กุฎิกร	84	12	132	74	ช. 305 ญ. 301
2.	ท่าช้างปากคลอง	72	60	96	69	ช. 240 ญ. 276
3.	ท่าช้าง	65	60	105	53	ช. 232 ญ. 241
4.	ท่าช้างเหนือ	45	40	82	49	ช. 178 ญ. 179
5.	สาละย	88	60	130	68	ช. 303 ญ. 323
6.	ตันโพธิ์	112	88	186	80	ช. 347 ญ. 370
7.	ไผ่หนอง	107	78	171	61	ช. 403 ญ. 415
8.	ท่าช้างใต้	61	36	83	74	ช. 149

					๗.192
รวมทั้งสิ้น	634	434	985	528	๗.2137
					๗.2332
ค่าเฉลี่ย	79.25	69.68	123.125	66	รวม 4469

ปริมาณของผลิตภัณฑ์หลักที่แต่ละหมู่บ้านสามารถผลิตได้ ในตำบลท่าช้าง

อันดับที่	1	หมู่ที่ 6	ผลิต	มีดชุดแสดนเลส
"	2	"	7	" มีดเหล็ก ดาบ มีดแสดนเลส
"	3	"	5	" ทำตัวมีด มีดชุด มีดครัวหลายชนิด
"	4	"	2	" ทำตัวมีดเหล็ก (ทำนาเป็นหลัก)
"	5	"	3	" ทำตัวมีด
"	6	"	4	" ทำตัวมีด (ทำนาเป็นหลัก)
"	7	"	8	" ทำตัวมีด รับจ้างเข้าด้าม และทำนา
"	8	"	1	" รับจ้างเข้าด้าม (ทำมีดน้อย) ทำนาหลัก

ปริมาณการผลิตเฉลี่ยรวม	50	เล่ม/ครัวเรือน/วัน
ปริมาณการจำหน่าย	60	%/วัน (ขายส่ง)

ลำดับการถ่ายทอด หรือโคชยาย

อันดับที่	1	หมู่ที่ 5
"	2	" 3
"	3	" 2
"	4	" 4
"	5	" 8
"	6	" 1

ลักษณะการโคชยายจากหมู่ที่ 6 และหมู่ที่ 7

- ลักษณะการกระจาย หรือโคชยายไปสู่หมู่บ้านข้างเคียง มี 3 ลักษณะคือ
1. ลักษณะเครือข่าย การแต่งงานระหว่างหนุ่มสาวต่างหมู่บ้าน
 2. ลูกจ้าง/ฝึกงาน/รับจ้างนำกลับไปทำเองที่บ้าน
 3. กลุ่มเพื่อนแนะนำให้ทำ

การกระจายสู่ตำบลในอำเภอเดียวกัน และต่างอำเภอ

1. ตำบลสามไถ ทำอยู่ 3 หมู่บ้าน มีลักษณะรับจ้างทำตัวมิด ทำกล่องมิด เข้าด้าม
2. ตำบลพรรณนงะ มีทำมิดเล็กน้อยที่หมู่ 5 รับจ้างทำตัวมิด
3. ตำบลโพธิ์เอน อ.ท่าเรือ รับงานจากบ้านอรัญญิก (ท่าช้าง) ไปทำ
4. ตำบลหนองปลิง รับฝังมุกด้ามมิดทุกชนิด

ลักษณะการประกอบอาชีพของชาวบ้านอรัญญิกในตำบลท่าช้าง

แนวทางการศึกษาผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะการประกอบอาชีพ 5 ลักษณะ คือ

1. การทำมิดเป็นหลัก (มิดล้วน)
2. การทำมิดเป็นหลัก - ทำนารอง
3. การทำนาเป็นหลัก - ทำมิดรอง
4. การทำนาเป็นหลัก (นาล้วน)

การจำแนกอาชีพออกเป็น 4 ลักษณะนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักรายได้ของการประกอบอาชีพในการเปรียบเทียบระหว่างรายได้จากการทำมิดกับการทำนาว่า อาชีพใดทำรายได้สูงกว่ากัน จะให้อาชีพนั้นเป็นหลัก ส่วนอีกอาชีพเป็นอาชีพรอง (หรือเสริม)

1. ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพในการทำมิดอย่างเดียว เรียกว่า "แนวทางหลัก" มีรายได้จากการทำมิดเพียงด้านเดียวไม่มีอาชีพอื่นเสริม

2. ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพหลายประเภทพร้อม ๆ กัน โดยมีอาชีพทำมิดเป็นรายได้หลัก และมีอาชีพอื่น ๆ เป็นอาชีพที่มีรายได้เป็นรอง (เสริม) เช่น ทำนาเป็นอาชีพเสริม เรียกว่า "แนวทางรอง" (Minor Line) (มิดหลัก-นารอง)

3. ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพหลายประเภทพร้อม ๆ กัน โดยมีอาชีพอื่นเป็นรายได้หลัก และมีอาชีพทำมิดเป็นรายได้รอง (เสริม) เรียกว่า "แนวทางเสริม" (Supporting Line) (นาหลัก-มิดรอง)

4. ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ที่ไม่ใช้การทำมิดเรียกว่า "การทำนาอย่างเดียว" รายได้ทั้งหมดไม่ได้มาจากการทำอาชีพอื่น ๆ นอกจากการทำนาเพียงอย่างเดียว

จากกลุ่มข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ผู้วิจัยเลือกศึกษา 3 ประเภทแรก คือ

1. กลุ่ม "มิดลัน"
2. กลุ่ม "มิดหลัก-นารอง"
3. กลุ่ม "นาหลัก-มิดรอง"

สามารถจำแนกออกเป็นแต่ละหมู่ได้ดังนี้

จำแนกลักษณะการประกอบอาชีพของชาวบ้านอรัญญิก

หมู่	ชื่อหมู่บ้าน	ลักษณะการประกอบอาชีพ			
		มิดลัน	รอง	เสริม	อื่น ๆ
1	บ้านกุฎิกรู	19	3	52	58
2	บ้านท่าช้างปากคลอง	27	1	41	27
3	บ้านท่าช้าง	51	2	-	52
4	บ้านท่าช้างเหนือ	34	10	5	33
5	บ้านสาละย	60	3	5	62
6	บ้านต้นโพธิ์	80	-	-	106
7	บ้านไผ่หนอง	61	-	-	110
8	บ้านท่าช้างใต้	27	-	47	9
	รวมทั้งสิ้น	359	19	150	457

รายชื่อร้านค้าในหมู่ 6 บ้านต้นโพธิ์ (ข้อมูลคุณจินตนา ศรีสุข ภรรยาผู้ใหญ่บ้าน)

1.	ร้าน	ส. อรัญญิก	สัญลักษณ์	โลโก้ - ดาบ
2.	ร้าน	จุ่มจุ่ม	"	กวาง
3.	ร้าน	สุวิทย์, ปราณี เอี่ยมสมบูรณ์	"	มี
4.	ร้าน	ชัยเฮง	"	ไม่มี
5.	ร้าน	ส. สันติ (แสดนเลส)	"	มงกุฏ
6.	ร้าน	ไทยพิชิต	"	ไทยพิชิต
7.	ร้าน	ล. อรัญญิก	"	ผีเสื้อ
8.	ร้าน	ไทยบำรุง	"	ไม่มี
9.	ร้าน	บ้านเสียง	"	ผึ้ง
10.	ร้าน	คมสันพานิช	"	ค้างคาว
11.	ร้าน	มิตรอรัญญิก	"	ไม่มี

12. ร้าน สหกรณ์มีดอรัญญิก

"

สหกรณ์

รายชื่อร้านค้าในหมู่ 7 บ้านไผ่หนอง (ข้อมูลดีตกำนันนายบัญญัติ คำศรี)			
1.	บ้านผู้ใหญ่บ้านเดือนจิตต์ เกตุดี	สัญลักษณ์	เต่า
2.	ร้าน ส. บุญส่ง (ส. ดอกจันทร์)	"	ไม่มี
3.	ร้าน สมยศ แก้วกุดั่น	"	เต่า
4.	ร้าน วิไลภา (ดีก) จำรัสพงษ์	"	ไม่มี
5.	นางศรี จันทร์ดาและนายจำลอง วุฒिता	"	(ขายส่ง)

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์มีดอรัญญิก แบ่งได้ 2 แนวทาง คือ

1. ผลิตภัณฑ์แนวศิลป์ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอาวุธ ประเภทพาด และเก็บไว้ในครัวเรือนผลิตภัณฑ์มีดตระกูลอื่น ประเภทของขวัญ และประเภทของประดับ
2. ผลิตภัณฑ์แนวโรงงาน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีดตระกูลคหกรรมและมีดตระกูลเกษตรกรรมทุกประเภท

ส่วนผลิตภัณฑ์ตระกูลอาวุธ ได้แก่ประเภทพก

ส่วนผลิตภัณฑ์ตระกูลอื่น ได้แก่ ประเภทของชำร่วย

ลักษณะโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ แบ่งได้ 4 ลักษณะ ใหญ่ ๆ คือ

1. การแลกเปลี่ยน (Barter System)
เริ่มจากยุคเริ่มแรกของการเข้าสู่ประเทศไทยให้แลกเปลี่ยนกับสินค้าอุปโภค และบริโภค

2. การขายปลีก

2.1 เร่ขาย คือ

2.2 ขายปลีกหน้าร้าน

2.3 ออกร้านแสดงสินค้า

3. การขายส่ง

3.1 ข่ายส่งในประเทศ

3.2 ข่ายส่งต่างประเทศ

4. รับจ้างทำ

4.1 รับจ้างทำเป็นครั้งคราว

4.2 รับจ้างทำเป็นประจำ

ขั้นตอนการผลิตมัตถุญญิก และศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการทำมัต (10 ขั้นตอน)

ขั้นที่ 1 นำเหล็กที่จะมาทำมัต ตัดให้เป็นท่อน ให้ได้ตามขนาดที่ต้องการจะผลิตมัตแต่ละชนิด

ขั้นที่ 2 นำเหล็ก เข้าเตาแล้วใช้สับลมเป่าผ่านจนเหล็กแดงสุกตามความต้องการ ถ่านที่ใช้ในการเผาเหล็กสำหรับทำมัต ต้องใช้ถ่านไม้ไผ่ป่า ซึ่งให้ความร้อนสูงกว่าถ่านชนิดอื่น ๆ ทำให้เหล็กเมื่อทำมัตเสร็จแล้วมีคุณภาพดีเยี่ยม

ขั้นที่ 3 ก่อนเหล็กที่เผาแดงสุกดีแล้ว นำมาวางบนทั่ง แล้วตีด้วยพะเนินเหล็กขนาดใหญ่ ซึ่งต้องใช้แรงคนตี 3 คนเหวี่ยงพะเนินเหล็ก คนละลูกตีโดยเร็ว ขณะที่เหล็กกำลังร้อนแดง เมื่อเหล็กเย็นก็เอาเข้าเตา เผาจนร้อนแดง แล้วเอาขึ้นมาตีอีก ทำอย่างนี้อยู่ประมาณ 3 ชม จึงได้หุ่นมัตที่ต้องการ งานนี้เรียกว่า "การตีหุ่น"

ขั้นที่ 4 นำหุ่นมัตเข้าเตาเผาให้ร้อนแดงอีกครั้ง แล้วนำมาวางบนทั่งใช้ฆ้อนทุบเพื่อให้เหล็กเรียบ ข้างทำมัตเรียกว่า "การซ้ำ"

ขั้นที่ 5 นำหุ่นมัตที่ทำเรียบร้อยแล้ว "ให้" หรือ "ร่าเรียบ" คือการใช้ฆ้อนทุบตัวมัตให้เนื้อเหล็กแน่น และเรียบยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 6 นำตัวมัตที่ "ให้" แล้วมาแต่งให้เข้ารูป

ขั้นที่ 7 นำตัวมัตที่เข้ารูปและเรียบร้อยแล้วมา "พาน" คือ การใช้ตะไบ หรือพิณไฟแต่งคมมัตให้คม

ขั้นที่ 8 นำมัตที่ "พาน" แล้วไปชุดขาว คือ การใช้เหล็กกล้าชุดคมให้เรียบร้อยและหมดสนิม

ขั้นที่ 9 ใช้โคลนผสมกับเกลืออ่อน ทาส่วนที่เป็นคมมัตไว้ กรรมวิธีนี้เป็นเทคนิคพิเศษ ที่จะทำให้มัตมีความคมคงทน แล้วเข้าเตาเผาอีกครั้งด้วยเวลาและความร้อนตามความชำนาญของแต่ละคน เมื่อเผาได้ที่ดีแล้วก็นำออกมา "ชุบ" ลงในน้ำทันที กรรมวิธีชุบมัตนี้มีความสำคัญต่อคุณภาพของมัตมาก ข้างทำมัตที่มีความชำนาญจะเผาให้เพื่อชุบให้ได้ความร้อน และระยะเผาตลอดจนการชุบมัตตาม

ความสันทัดจัดเจนของตน มีดที่ซัดด้วยความสันทัดจัดเจนของช่างทำมีดที่ชำนาญจริงแล้ว จะมีความคมทนทานไม่น้อยหรือยังง่าย

ขั้นที่ 10 การเข้าด้ามมีดให้สวยงามและเหมาะสมกับชนิดและขนาดของมีดแล้วนำไปลับกับหินละเอียดให้คมจนได้ที่ เป็นอันเสร็จกรรมวิธีการทำมีด

ลักษณะของผลิตภัณฑ์อรัญญิก

ผลิตภัณฑ์อรัญญิก สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

1. ตระกูลลคกรรม แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

- 1.1 ประเภทมีดครัว
- มีดหมู
 - มีดปิ้งต่อ
 - มีดสับกระดูก
 - มีดปาดเนื้อ - หมู
 - มีดแกะสลัก
 - มีดซัด
 - มีดเลียบพริก

1.2 ประเภทมีดโต๊ะอาหาร

- มีดปอกผลไม้
- มีดคว้าน
- มีดซัด

1.3 ประเภทอุปกรณ์โต๊ะอาหาร

- ช้อน
- ส้อม
- จาน

2. ตระกูลเกษตรกรรม แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

- 2.1 ประเภทซัด
- จอบขยั่น
 - จอบผู้ดี

- เสียมทั่วไป
- ชะแลง

2.2 ประเภทดาบหญา

- เคียว
- มีดดาบดาบหญา
- มีดหัวเสียมดาบหญา
- มีดขอลางปา

2.3 ประเภทตัด

- มีดขอ
- ขอชักมะพร้าว
- มีดโต้
- มีดติดดาตอกิ่งไม้
- กรรไกรหนีบหมาด
- มีดปอกอ้อย
- มีดหนีบ
- มีดตัดผัก
- มีดขอชักไม้
- มีดขอตัดกิ่งไม้
- ขวาน
- มีดชำแหละกล้วย
- มีดปอกผัก
- มีดตัดอ้อย
- มีดเขียนหมาก
- มีดเฉพาะทุเรียน

3. ตระกูลอาวุธ แบ่งเป็น 3 ประเภท

3.1 ประเภทพก

- มีดโบว์
- เสือซ่อนเล็บ
- มีดปากกา
- มีดพก
- มีดสปาด้า
- มีดปะแตะ

3.2 ประเภทพา

- มีดดาบ
- พระขรรค์
- สปาด้า
- มีดเหน็บ
- กริช

3.3 ประเภทเก็บไว้ในเรือน

- หอก ทวน ง้าว
- โดมร
- ดาบ
- พระขรรค์

4. ตระกูลอื่น ๆ แบ่งเป็น 3 ประเภท

4.1 ประเภทของขวัญ

- มีดตัดลูกนิมิต - มีดชุด
- พระขรรค์ด้ามมุก - ดาบด้ามมุก
- กริชด้ามมุก

4.2 ประเภทของข้าวสวย

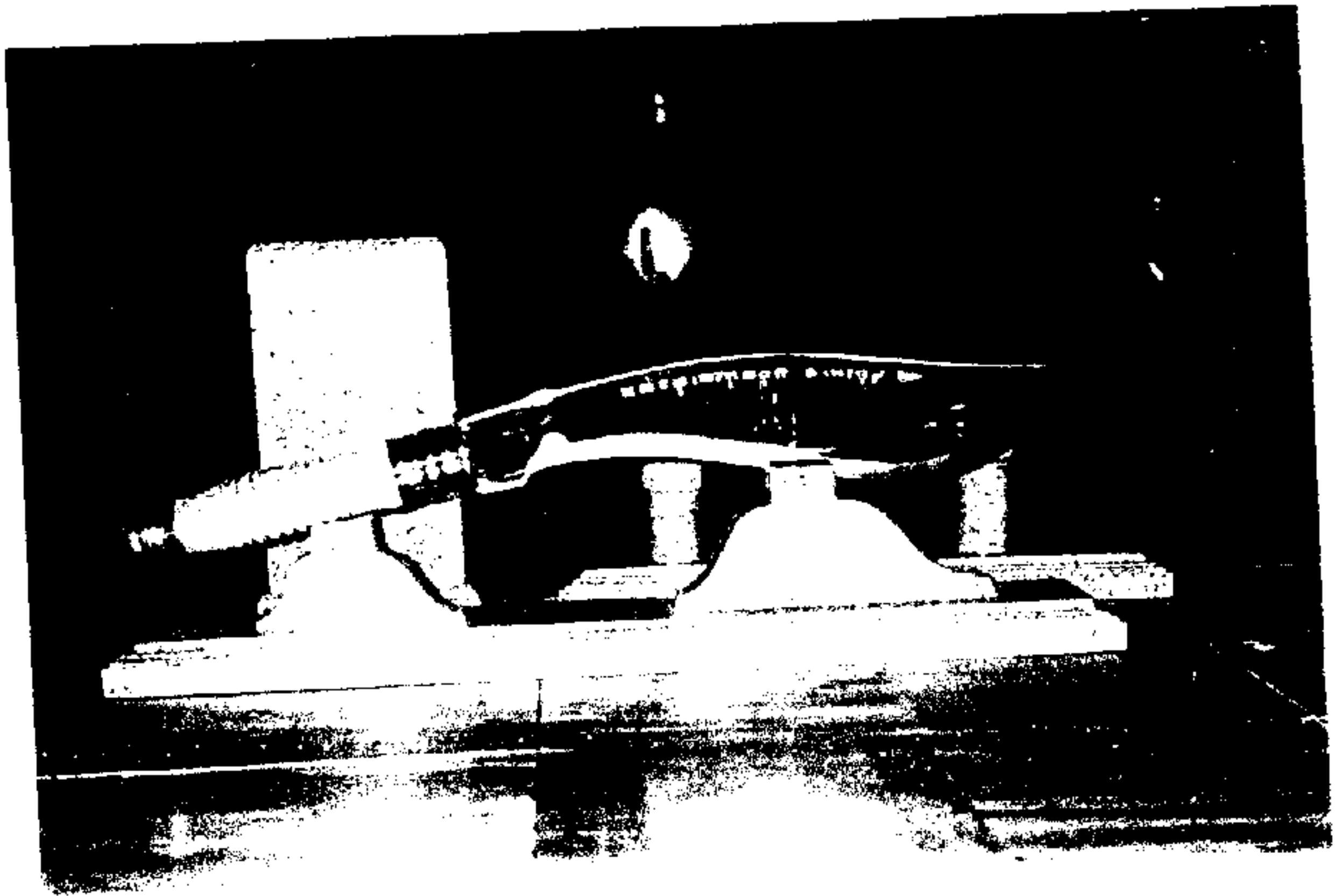
- พวงกุญแจ
- อาวุธโบราณจิ๋ว

4.3 ประเภทของประดับโซ่

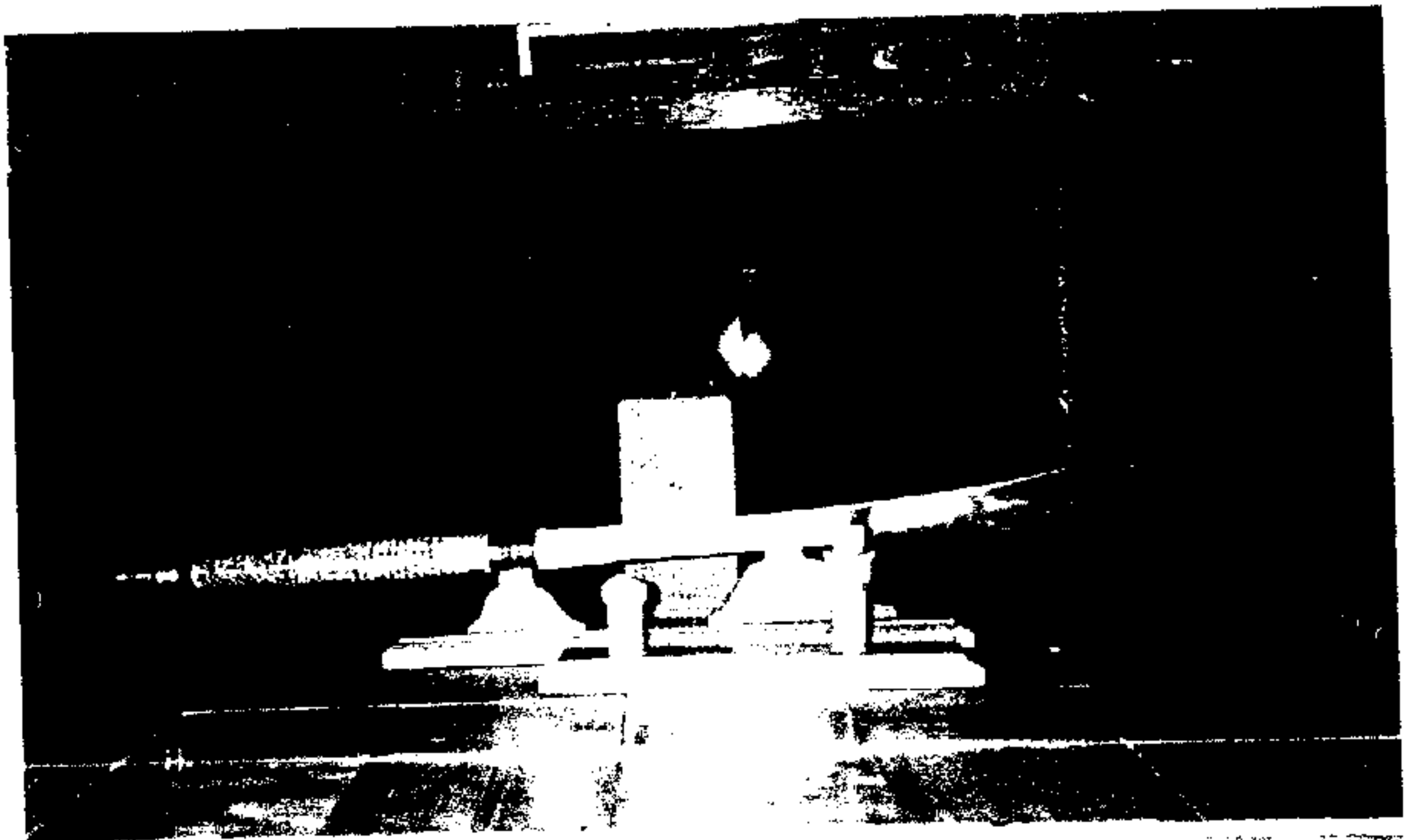
- ดาบโซ่ไขว้ - มีดตัดลูกนิมิต
- ดาบโซ่พร้อมแท่น - กริชด้ามมุก
- ทวน หอก - โคม
- มีดชุดพร้อมแท่น - ดาบด้ามมุก

บัญชีผลิตภัณฑ์มีคอรักศิลปะแนวศิลป์ (Aranyil Knife Artistic Product List)

รายการผลิตภัณฑ์	พัฒนาการผลิตภัณฑ์			ประเภท		โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์		
	ลุ่มเล็ก	ยั่งยืน	เกิดใหม่	แนวศิลป์	แนวโรงงาน	ตามใบสั่ง	แบบขายส่ง	แบบขายปลีก
<u>ตระกูลอาวุธ</u>								
1. ประเภทพา								
1.1 พระขรรค์		/		/		/		/
1.2 กริช		/		/		/		/
2. ประเภทเก็บไว้ในเรือน								
2.1 หอก, ทวน	/			/				/
ง้าว								
2.2 โดมร	/			/				/
2.3 คาบ		/		/		/		/
2.4 พระขรรค์		/		/		/		/
<u>ตระกูลอื่น ๆ</u>								
1. ประเภทของขวิญ								
1.1 มีดตัดลูก			/	/		/	/	
นิมิต								
1.2 พระขรรค์			/	/		/		/
ด้ามมก								
1.3 คาบด้ามมก			/	/		/	/	/
1.4 กริชด้ามมก			/	/		/		
2. ประเภทของ								
ประดับ								
2.1 มีดตัดลูก			/	/		/	/	
นิมิตด้ามมก								
2.2 คาบโซว์			/	/		/	/	/
พร้อมแท่น								
2.3 กริชด้ามมก			/	/		/		
2.4 ทวน, หอก	/			/		/		
2.5 โดมร	/			/		/		
2.6 พระขรรค์			/	/		/		
ด้ามมก								
2.7 ดี่	/			/		/		



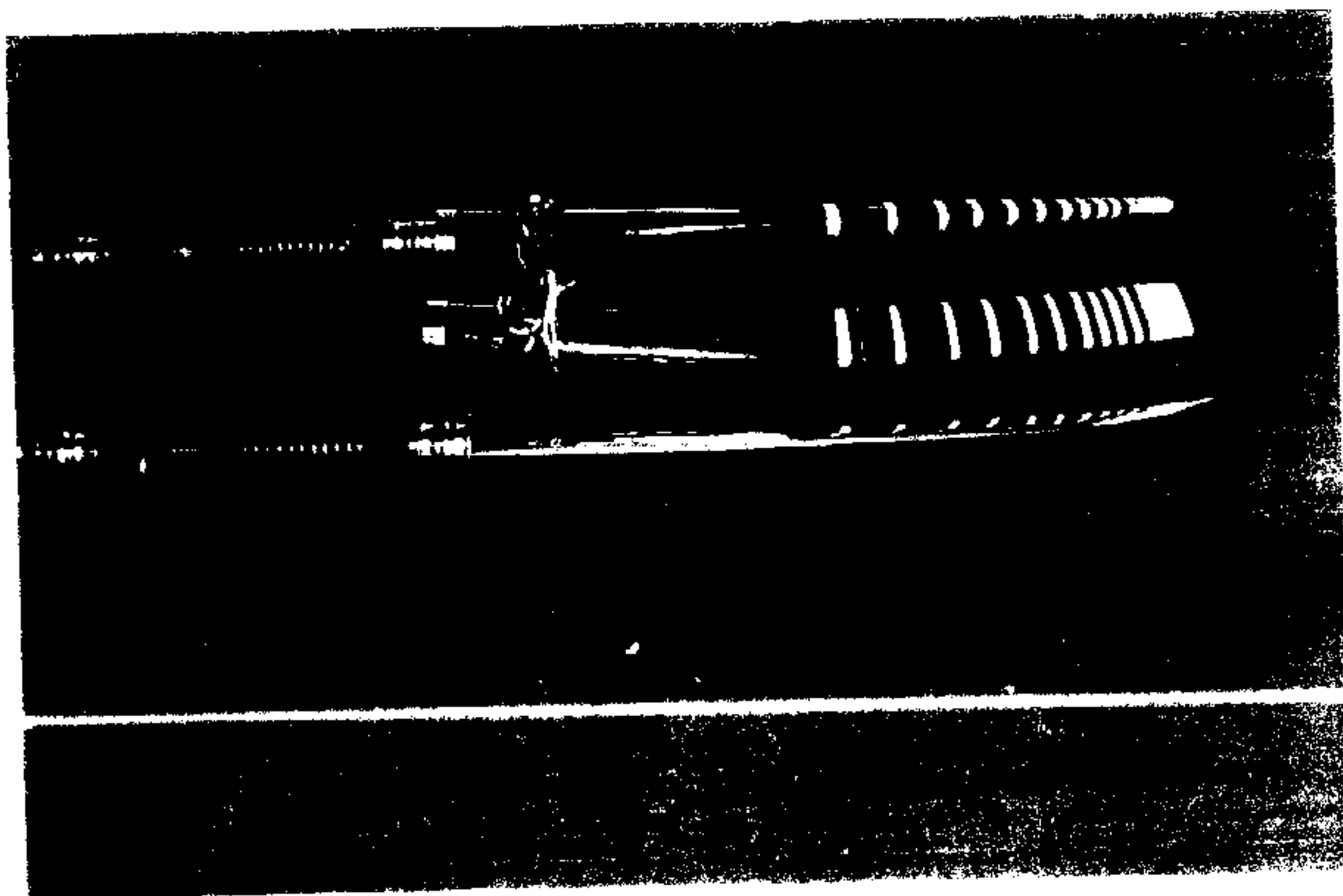
ภาพ 1



ภาพ 2: ภาพถ่ายของเครื่องยนต์



ການ 3 ຂອບ



375 4 376

บรรณานุกรม

- กิติมา อมรทัต . ความหมายของศิลปะ แปลจากหนังสือต่างประเทศ
The meaning of arts ของ Herbert Read กรุงเทพฯ 2532
- ประสิทธิ์ พันหนอง . ประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านอรัญญิก หนังสืออนุสรณ์
ในการพระราชทานเพลิงศพ 2517
- พาศนา ตันทลักษณ์ . หลักศิลป์และการออกแบบ กระทรวงอุตสาหกรรม
กรุงเทพฯ 2524
- มหาวิทยาลัยศิลปากร . การแสดงผลปกรรรมแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 5
กรมศิลปากร กรุงเทพฯ 2527
- วิบูลย์ สีสวรรณ . ศิลปหัตถกรรม เอกสารเผยแพร่ผลงาน กรมโรงงาน
อุตสาหกรรม กรุงเทพฯ 2519
- สงวน รอดบุญ . ศิลปะกับมนุษย์ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
กรุงเทพฯ 2531
- สวนศรี ศรีแพงพงษ์ . สุนทรียทางทัศนศิลป์ กรมศิลปากร กรุงเทพฯ 2534
- สุชาติ เกาทอง . ศิลปะกับมนุษย์ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
กรุงเทพฯ 2531
- สุวิทย์ ไพบยวัฒน์ . วิวัฒนาการเศรษฐกิจหมู่บ้านในภาคกลาง
ค.ศ. 1857-1910 กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรุงเทพฯ 2525
- สุเทพ มาลัยวงศ์ . มิตอรัญญิก หนังสือชุดความรู้ขององค์การคำ
ครูสภา โรงพิมพ์ครูสภา กรุงเทพฯ 2525

อารีย์ สุทธิพันธ์ . ศิลปนิยม เอกสารเกี่ยวกับงานศิลป์ กรมศิลปากร
กรุงเทพ 2528

ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล

นายจิโรทร ต้นสกุล

ภูมิลำเนา

อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ประวัติการศึกษา

นิติศาสตร์บัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537

สถานที่ทำงาน

บริษัทอาร์มิน ซีเอสทีเอ็มส์ จำกัด

99 อาคารเบอร์ลีย์เคอร์ ชั้น 17

ซอยรพีภิก สุขุมวิท 42

แขวงคลองเตย เขตพระโขนง

กรุงเทพมหานคร 10110

ตำแหน่ง

ผู้จัดการฝ่ายขาย

ที่อยู่ปัจจุบัน

6/41 หมู่บ้านอมรพันธ์นครสวนสยาม

ซอย 6 ถนนสุขุมวิท 2

แขวงคันทนาเยาว เขตปทุมธานี

กรุงเทพมหานคร 10230