

สรุปและขอเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องชายตลาดในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้จำกัดขอบเขตของการศึกษาไว้เฉพาะส่วนที่มีการติดต่อเป็นประจำกับตัวจังหวัด หรือเขตเทศบาลเมืองพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีตลาดใหญ่เป็นศูนย์กลางในด้านการซื้อขายสินค้าและบริการต่าง ๆ จากการศึกษา พบว่า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งประกอบด้วยอำเภอ ๑๖ อำเภอ นั้น มีเพียง ๕ อำเภอ เท่านั้น ที่ประชาชนมาติดต่อกับตลาดอยุธยาเป็นประจำ เมื่อต้องการซื้อขายสินค้า หรือใช้บริการต่าง ๆ ส่วนอีก ๑๑ อำเภอ เข้ามารับติดต่อกับอยุธยาลำบากมาก เพราะการคมนาคมไม่สะดวก ประกอบกับมีศูนย์กลางตลาดใหญ่ของตน ประชาชนในเขตนี้จึงไม่มีการติดต่อเป็นประจำกับอยุธยา นอกจากจะมีเหตุจำเป็นเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ เราจึงนับส่วนเฉพาะที่มีอยุธยาเป็นศูนย์กลางว่าเป็น "เขตอยุธยา" ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีอำเภอที่จังหวัดอื่น คือ อำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง ซึ่งเป็นอำเภอที่อยู่ติดต่อกับอยุธยา มีการเกี่ยวข้องกับอยุธยาจำนวนมากจึงนับรวมอยู่ในเขตอยุธยาคด้วย การศึกษาเรื่องชายตลาดที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึง เป็นชายตลาดของ เขตอยุธยา ไม่กินความรวมทั้งจังหวัด

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ที่เกี่ยวข้องคือ การปลูกข้าว ในเขตอยุธยาก็เช่นกัน ผลผลิตสำคัญได้แก่ ข้าวเปลือก ทำให้ในเขตอยุธยาเป็นแหล่งค้าขายสำคัญของบริเวณจังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากมีโรงสีจำนวนมากตั้งอยู่ และโรงสีเหล่านี้มีทั้งขนาดเล็ก รับจ้างสี และรับซื้อข้าวเปลือกจากชาวนาและพ่อค้าข้าวทั่วไป

ตลาดสำคัญซึ่ง เป็นศูนย์กลางของ เขตอยุธยาในด้านการให้บริการสินค้าและบริการต่าง ๆ คือ ตลาดหัวรอ หรือเรียกกันทั่วไปว่า "ตลาดอยุธยา" สินค้าต่างๆที่มีในตลาดเป็นสินค้าที่มาจากภายนอกทั้งสิ้น แหล่งบริการสินค้าให้แก่ตลาดอยุธยาที่สำคัญที่สุดก็คือ ตลาดกรุงเพทฯ ลักษณะการดำเนินการค้าในตลาดนี้เป็นแบบกึ่งประเพณีกึ่งทันสมัย คือ สถานการณ์ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแบบเจ้าของเดี่ยว ไม่ค่อยมีการรวมเป็นหุ้นส่วนหรือบริษัท อาศัยแรงงานในครอบครัวเป็นหลักในการดำเนินการค้า ไม่ค่อยมีระบบการทำบัญชีเป็นหลักฐาน แต่ไม่มีปัญหาในการกำหนดราคาสินค้า เพราะ

ราคานั้นกำหนดมาแล้วจากตลาดกรุงเทพฯ หรือตลาดต้นทางของสินค้า อย่างไรก็ตาม การต่อรองราคาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายยังคงมีอยู่มาก คือ ไม่มีการกำหนดราคาตายตัวไว้ ซึ่งกรณีนี้เป็นความนิยมของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย คือ ผู้ซื้อไม่เชื่อราคาที่ผู้ขายกำหนดไว้ และผู้ขายก็ทราบดีว่า ผู้ซื้อไม่เชื่อจึงมักจะกำหนดราคาไว้สูง เพื่อให้ต่อรองราคาได้

การใช้ธนาคารในการติดต่อธุรกิจยังมีน้อยซึ่ง เป็นลักษณะ ของ เศรษฐกิจในประเทศ โดยพัฒนา^๑ อย่างไรก็ตาม ลักษณะสมัยใหม่ในตลาดนี้ก็มีคือ มีการค้าปลีกมากกว่าการค้าส่ง มีสถานที่ทำการค้าที่แน่นอน มีการลงทุนเพิ่ม และมีการจ้างแรงงานนอกเหนือจากคนในครอบครัว

นอกจากพิจารณาลักษณะตลาดโดยทั่วไปแล้ว ยังได้ศึกษาวิธีการปฏิบัติงานของเจ้าของสถานการธุรกิจว่าจะมีความสมัยใหม่เพียงใดหรือไม่ โดยแบ่งชั้นลักษณะสมัยใหม่ออกเป็น ๓ ลำดับ คือ ชั้นประเพณี ชั้นเปลี่ยนผ่าน และชั้นสมัยใหม่ โดยใช้วิธีการปฏิบัติดังนี้มาพิจารณาคือ

๑. การจ้างแรงงานเพิ่ม
๒. โครงสร้างในการทำงาน ต้องการคนที่มีความชำนาญพิเศษด้วย
๓. การทำบัญชี
๔. การใช้บริการธนาคารในการติดต่อซื้อขายสินค้า

โดยกำหนดให้คนที่มีการปฏิบัติ ๑-๒ ประการในจำนวน ๔ ประการนี้เป็นคนที่อยู่ในชั้นเปลี่ยนผ่าน คนที่ปฏิบัติตั้งแต่ ๓ ประการขึ้นไปอยู่ในชั้นสมัยใหม่ และคนที่ไม่อยู่ในข่ายทั้ง ๔ ประการนี้ เป็นคนที่มีการปฏิบัติอยู่ในชั้นประเพณี ผลปรากฏว่า เจ้าของสถานการธุรกิจในเขตอุษายาส่วนใหญ่มีการปฏิบัติธุรกิจอยู่ในชั้นเปลี่ยนผ่าน ซึ่งมีลักษณะสำคัญเท่าที่ศึกษามาก็คือ การจ้างแรงงานเพิ่ม และมีการทำบัญชี

เมื่อพิจารณาทัศนคติของ เจ้าของสถานการธุรกิจ ปรากฏว่า ทัศนคติที่แสดงถึง ลักษณะสมัยใหม่ ซึ่งกำหนดให้ไว้ ๒ ประการ ได้แก่

๑. ทัศนคติที่เกี่ยวกับความกล้าเสี่ยงลงทุนในกิจการใหม่
๒. ทัศนคติที่เกี่ยวกับความต้องการรวมกลุ่ม
๓. ทัศนคติที่เกี่ยวกับความไว้วางใจเพื่อนร่วมอาชีพ
๔. ทัศนคติที่มีต่อประเภทบุคคลที่พอจะไวใจได้ โดยกำหนดให้ผู้ที่ตอบว่าไวใจพอๆ ไปด้วย เป็นคำตอบที่แสดงถึงทัศนคติที่สมัยใหม่
๕. ทัศนคติที่มีต่อการติดต่อกับบุคคลในการดำเนินการค้า โดยจะถือว่าพวกที่ไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องติดต่อกับคนเชื้อชาติ ศาสนาเกี่ยวกับตนเองนั้น เป็นผู้ที่มีทัศนคติสมัยใหม่
๖. ทัศนคติที่มีต่อความเชื่อเรื่องผลของการทำบุญ โดยกำหนดว่า ผู้ที่มีลักษณะสมัยใหม่จะเชื่อว่าการทำบุญจะส่งผลให้การค้าเจริญโดยตรง

จากการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการปฏิบัติอยู่ในชั้นเปลี่ยนแปลง เป็นผู้ที่รับทัศนคติที่สมัยใหม่ มากกว่าคนที่อยู่ในชั้นประเพณีหรือชนสมัยใหม่ แสดงว่า เจ้าของสถานการธุรกิจในเขตอยุธยา นั้น มีลักษณะที่มั่นคงในแนวทางพัฒนาได้ แม้ว่าโดยทั่วไปจะยังมีส่วนที่มีการปฏิบัติแบบประเพณีอยู่มาก เป็นอันกำบังจากคนที่อยู่ในชั้นเปลี่ยนแปลง แต่จากการพิจารณาทัศนคติ พบว่า จำนวนคนที่รับทัศนคติที่อยู่ในชั้นสมัยใหม่หรือจากชั้นเปลี่ยนแปลงก็คือ คนที่อยู่ในชั้นประเพณี

ในด้านชายตลาดหรือการติดต่อกับการค้า ปรากฏผลที่พอจะสรุปได้ว่า

๑. ตลาดของสินค้าออกที่สำคัญของ เขตอยุธยา ก็คือ กรุงเทพฯ มีไปถึงจังหวัดอื่นน้อย มีจังหวัด นครสวรรค์ พิษณุโลก ลำปาง เชียงใหม่ ศรีสะเกษ สินค้าออกที่สำคัญก็คือ สินค้าเกษตรกรรม ไก่แกว พืชผัก สัตว์เลี้ยง (ไก่ หมู วัว ควาย) ปลาสด ปลาร้า และสินค้าอุตสาหกรรมบางชนิด คือ ผ้าซิ่นทอง และผ้า

๒. ตลาดอยุธยาที่มีการติดต่อกับจังหวัดอื่น เพื่อรับซื้อสินค้าเข้ามาจำหน่ายหลายแห่ง ส่วนใหญ่ก็คือ กรุงเทพฯ นอกจากนั้นก็มี การรับซื้อข้าวเปลือกจากจังหวัดภาคกลางต่าง ๆ คือ

จังหวัดสมุทร สิบบุรี ชัยนาท สระบุรี พิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ สุพรรณบุรี ชัยภูมิ จาก
จังหวัดเชียงใหม่ ลำปาง ตาก เพชรบูรณ์ เลย อุรธานี ร้อยเอ็ด และนครพนม ชัยโศ-
กระบือจากจังหวัดขอนแก่น ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด และชัยภูมิ จากจังหวัดนครราชสีมา
ขอนแก่น

เมื่อพิจารณาการติดต่อการค้า พบว่า ตลาดสินค้าออกแคบกว่าตลาดสินค้าเข้าซึ่งไป
จากอ้อมที่หลายแห่งกว่า และทั้งสองกรณีคือ สินค้าเข้าและสินค้าออก มีตลาดสำคัญที่
เกี่ยวข้องกับช่วงตลอดเวลาคือ ตลาดกรุงเทพฯ

ในด้านการติดต่อซื้อขายสินค้าที่ปรากฏอยู่ในเขตอยุธยาเป็นแบบที่ติดต่อกันแบบ
ไม่มีหลักฐาน เป็นส่วนใหญ่ คือ เชื้อใจกัน เพราะเคยติดต่อกันมานานเป็นประจำ มีการซื้อ
สินค้าโดยใช้เงินเชื่อ คือ เอาสินค้ามาก่อนแล้วจ่ายเงินให้ภายหลัง แสดงว่า ในหมู่พ่อค้า
มีการช่วยเหลือช่วยเชื่อกันในเครดิตของกันและกันเป็นอย่างมาก

กล่าวโดยสรุปก็คือ ลักษณะและวิธีการค้าในตลาดเขตอยุธยา ยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร คง
มีแนวโน้มที่จะทำให้รู้สึกได้ว่า :พร้อมที่จะพัฒนาเท่านั้นเพราะวิธีการค้าก็ยังคงเป็นแบบ
ไว้ใจกันอยู่ ไม่ค่อยมีการทำสัญญาเป็นหลักฐานเหมือนระบบการค้าที่สมัยใหม่ทั่วไป แต่การ
พัฒนานี้จะไปได้ในอัตราเร็วเท่าใด เป็นสิ่งที่จะต้องคิด เพราะทั้งโลกกลามาแล้วว่า อยุธยา
เป็นเมืองน้ำ ความเจริญจึง เป็นไปไ้ช้ากว่าเมืองที่มีการคมนาคมทางบก ในปัจจุบัน (ปีพ.ศ.
๒๕๑๔) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้เปลี่ยนแปลงไปมาก มีถนนสร้างขึ้นหลายสาย อำเภอที่
ไม่เคยติดต่อกับตลาดอยุธยาทางถนนได้ เช่น อำเภอเสนา อำเภอบางไทร ก็มีถนนไปถึง อำเภอ
อื่น ๆ อีกเช่นกัน การที่การคมนาคมเจริญขึ้นอย่างมากขึ้น น่าจะมีผลการปฏิบัติทางการค้าขางไม่มาก
กันั้น เพราะอำเภอที่ไม่เคยมีการติดต่อกับอยุธยาก็สามารถเข้ามาติดต่อได้สะดวก ซึ่งน่าจะ
มีการศึกษาต่อไปเป็นการเปรียบเทียบ

ขอเสนอแนะ

แม้ว่าตลาดอูฐยามจะมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปสู่ความทันสมัยได้ แต่ก็มีข้อจำกัดอยู่ประการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ผลเท่าที่ควร คือ ตลาดอูฐยานั้น ไม่สามารถจะขยายเขตตลาดออกไปอีกได้ เพราะคึกซ์คักที่คินในบริเวณทั้งหมดเป็นที่ราชพัสดุ และเกาะเมืองอูฐยามก็ได้รับการกำหนดให้เป็นเขตประวัติศาสตร์ ทำให้ต้องจำกัดเขตของบริเวณการค้า เมื่อไม่สามารถจะขยายบริเวณตลาดออกไปได้ การลงทุนสร้างกิจการใหม่ก็น้อยหรือไม่มีเลย แต่สิ่งที่ปรากฏขึ้นในปัจจุบันก็คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยากลายเป็นเขตอุตสาหกรรมที่ขยายมาจากกรุงเทพฯ จะเห็นได้ว่าจากโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเรื่อยๆ ในเขตอำเภอบางปะอิน แต่อย่างไรก็ตามตลาดที่รับสินค้าอุตสาหกรรมเหล่านี้ที่สำคัญที่สุดก็ยังคงเป็นกรุงเทพฯ อยู่นั่นเอง

จากข้อสรุปที่ว่า ชายตลาดอูฐยามทางด้านการขายสินค้าออกยังไม่ไม่ไกลพอนั้น ก็เนื่องมาจากสาเหตุ ๓ ประการคือ

๑. การผลิตมีน้อยอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลผลิตด้านอุตสาหกรรม
๒. กำลังผลิตของผลผลิตอุตสาหกรรมต่ำ ผลิตได้น้อย พอใช้ในเขตอูฐยามเท่านั้น
๓. วัตถุประสงค์ของโรงงานอุตสาหกรรมมีแต่ขาย เท่านั้น เมื่อผลิตได้แล้ว ก็ส่งเข้ากรุงเทพฯ หมด

การจะทำให้ตลาดขยายออกไปได้ต้องพิจารณาหลายด้าน ซึ่งทางราชการจังหวัดก็กำลังสนใจอยู่ ที่สำคัญก็คือ การสร้างอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมที่ควรจะได้รับ ความสนใจ ควรจะเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเครื่องบริโภค ที่ใช้วัตถุดิบจำพวกแป้งข้าวเจ้า ซึ่งมีอยู่ในเขตท้องที่เป็นหลัก

นอกจากนั้น ปัญหาเรื่องคนกลาง ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ตลาดไม่กว้างเท่าที่ควร ทางหนึ่งที่จะทำได้อีกคือ การตั้งสหกรณ์ขาย หรือการรวมกลุ่มของผู้ผลิต ซึ่งในกรณีนี้เป็นทางออกที่ดีที่สุด แต่มีปัญหาคือ คนไม่ค่อยจะรวมกันในเรื่องธุรกิจ เพราะส่วนใหญ่ก็คิดถึงผลประโยชน์ของตน ไม่อยากจะให้คนอื่นมีส่วนด้วย เรื่องนี้ควรจะเป็นสิ่งที่ทางจังหวัดหรือผู้เกี่ยวข้องควรจะหาทางช่วยเหลือให้ผู้ผลิตเข้าใจ ซึ่งน่าจะทำได้ เพราะจากการศึกษา พบว่า ผู้ถูกสัมภาษณ์มีแนวโน้มที่จะพัฒนาได้ ถึงแม้ว่า ผู้ถูกสัมภาษณ์จะเป็นเจ้าของสถานประกอบการ ซึ่ง เป็นบุคคลที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม แต่การที่อยู่ในสังคมเกษตรก็ย่อมจะมองเห็นได้ว่า ที่สินค้าคงจะไม่แตกต่างจากเกษตรกรเท่าใดนัก ซึ่งเป็นเรื่องที่ควรจะต้องเอาเข้าไปในรายละเอียด เพื่อการพัฒนาขายตลาดของ เขตอยุธยา



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย