

คำสำคัญ : ตลาดวัว, ความสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจในกลุ่มผู้ค้า

T143380

สมกพ ยศปัลลญา : ภาควัวตอนโก : ระบบความสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจในกลุ่มผู้ค้า
(DONGO CATTLE MARKET : SOCIAL AND ECONOMIC RELATIONSHIP TRADERS)
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ : ผศ. ดร.มณีวรรณ ผิวนิม, รศ. ปราณี วงศ์เทศ.

200 หน้า. ISBN 974-653-547-1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงการค้าวัวควายของท้องถิ่นตำบลราษต้น จันทน์ อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย โดยเน้นการเดินทางการค้าและบทบาทความสำคัญของตลาดวัวตอนโภนับแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน รวมถึงระบบความสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจในกลุ่มผู้ค้าของตลาดวัวตอนโก

วิธีการศึกษาใช้วิธีการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการทางการค้าวัวควาย การสัมภาษณ์เจ้าของตลาดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและการเดินทางการค้าของตลาดวัวตอนโก การเข้าร่วมสังเกตการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมทางการค้าของกลุ่มผู้ค้าวัวในตลาดตอนโก และการสำรวจสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการค้าวัวควายในเขตชุมชนท้องถิ่นสุโขทัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แนวคิดระบบอุปถัมภ์และแนวคิดการแลกเปลี่ยนเพื่อช่วยในการอธิบายระบบความสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจในกลุ่มผู้ค้า

ผลการศึกษาพบว่า ตลาดวัวตอนโภนมีพัฒนาการทางการค้าที่สืบสานมาจากการค้าวัวควายในอดีตของท้องถิ่นสุโขทัย โดยมีความสืบสานต่อทั้งในด้านการมีสถาบันที่ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่เดียวกัน การมีเจ้าของตลาดเป็นคนในครอบครัวเดิม การมีพ่อค้าวัวชาวเดิมที่ทำการค้ามาในอดีต และการมีผู้เชื้อวัวจากพ่อค้าชาวเดิมเป็นคนในท้องถิ่น การเดินทางการค้าของตลาดวัวตอนโภนมีปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องหลายประการ คือ การมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์อยู่บนเส้นทางคมนาคมการค้าระหว่างภูมิภาค การมีพัฒนาการที่สืบสานมาจากการค้าวัวควายในอดีตเป็นพื้นฐาน สภาพภูมิศาสตร์ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ การเดินทางและชนบทของตลาดวัวโดยรอบ ระบบความสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจในกลุ่มผู้ค้าของตลาดวัวตอนโภนในช่วงแรกเมื่อเกิดตลาดมีรูปแบบความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ที่มีพื้นฐานทางสังคมและจริยธรรมอย่างมาก แต่เมื่อตลาดวัวตอนโภนมีการขยายตัวทางการค้า ความสัมพันธ์ในกลุ่มผู้ค้าจะเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลประโยชน์ทางการค้าในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม

K 41320006 : MAJOR : ANTHROPOLOGY

TE143380

KEY WORD : CATTLE MARKETS, TRADERS SOCIAL AND ECONOMIC RELATIONS

SOMPHOP YOTPANYA : DONGO CATTLE MARKET : SOCIAL AND ECONOMIC RELATIONSHIPS AMONG TRADERS. THESIS

ADVISORS : ASST.PROF. MANEEWAN PEWNIM, ASSOC.PROF. PRANEE WONGDET.

200 pp. ISBN 974-653-547-1.

The objectives of this study were to trace the development of cattle trading in the communities of Tambon Rao Tonchan, Srisamrong district of Sukhothai Province, trading growth, the changing roles of Dongo cattle market from past to present, and the social and economic relationship among the traders in this market. The research methodologies employed in this study were documentary research, interviews of cattle market owner and traders, and participant observation of trading activities in the market. A geographical survey of various communities involved in cattle market in Sukhothai province was also conducted. For data analysis, exchange theory was employed to explain the growth of cattle trading in Dongo market and patrol-client theory was employed to discuss social and economic relationships among traders. The study found that the growth of Dongo cattle market was based on a long tradition of cattle trading that existed in Sukhothai region. The market's existence and continuity were the results of its continuity in terms of location, ownership, and trading networks. The market was situated in the same area, which had long been the region's cattle trading center. The market's ownership was help by people in a single family. Cattle trading partners were established and maintained between Theon buyers and local cattle raisers. The growth of Dongo cattle market was determined by a number of significant factors; its strategic location on the junction of inter-regional communication routes, a long history of cattle trading, a suitable environment and climate for cattle for cattle raising, and the growth and decline of other cattle markets in the area. Originally, the social and economic relationships among Dongo cattle market traders were based on patron-client relationship determined by social and moral obligations. However, trade expansion in the market had resulted in a changing patron-client relationship based on capitalistic mode of profits and interests.