

ตลาดแบกะดิน กรณีศึกษา บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ กรุงเทพมหานคร



นางสาวชวิตรา ตันติมาลา

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชามานุษยวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ROADSIDE STAND MARKET AT VICTORY MONUMENT, BANGKOK



Miss Chawitra Tantimala

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Anthropology

Department of Sociology and Anthropology

Faculty of Political Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ตลาดแบกะดิน กรณีศึกษา บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวชวิตรา ตันติมาลา

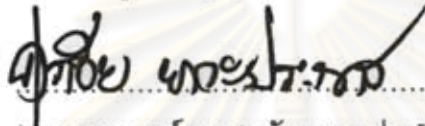
สาขาวิชา

มานุษยวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ ภาวครพันธุ์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

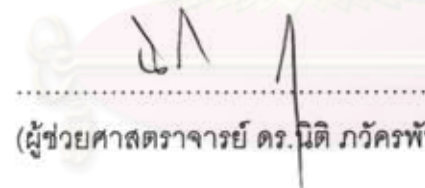

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ยาวะประภาส)

คณบดีคณะรัฐศาสตร์

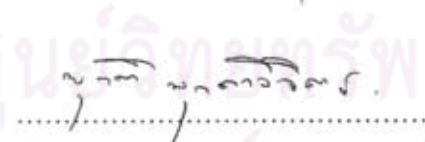
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา คุวินทร์พันธุ์)

ประธานกรรมการ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ ภาวครพันธุ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุกติ มุกดาวิจิตร)

กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชวิตรา ตันติมาลา : ตลาดแบกะดิน กรณีศึกษา บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
 กรุงเทพมหานคร. (ROADSIDE STAND MARKET AT VICTORY MONUMENT,
 BANGKOK)
 อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.นิติ ภาวัครพันธุ์, 86 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการเกิดขึ้นของตลาดแบกะดิน ความสัมพันธ์ของคนในตลาด แบกะดินทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้บริโภค และความสัมพันธ์ของคนกับสินค้า รวมทั้งอธิบายหาความหมายของตลาดแบกะดินและสินค้าต่างๆตามความเข้าใจของคนในตลาดในแง่ของพื้นที่ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเน้นการลงภาคสนาม ศึกษาปฏิสัมพันธ์ของคนในตลาดและอธิบายตามแนวทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ การเข้าถึงความสัมพันธ์และความคิดของคนต้องอาศัยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ การฝังตัวในพื้นที่ การเข้าใจชุมชนและคนในชุมชนในแบบที่เขาเป็น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นนักมานุษยวิทยา

วิธีการศึกษาคือ สำรวจพื้นที่ สังเกตความเป็นไปของตลาด พัฒนาการ ความเปลี่ยนแปลง และจดบันทึกเพื่อประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและสนทนากลุ่ม ผลจากการศึกษาพบว่า ตลาดแบกะดิน บริเวณย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเป็นศูนย์กลางการเดินทางภายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีคนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก ทั้งคนทำงานและคนย้ายถิ่นเข้ามาในพื้นที่ได้ง่าย เพราะมีบริการรถโดยสารและสถานีรถไฟฟ้า BTS ซึ่งมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ การรวมกลุ่ม และพัฒนาจนกลายเป็นตลาด

ดังนั้น ตลาดแบกะดินอาศัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายแบบใกล้ชิด ตลาดจะคงอยู่ได้ก็ต่อเมื่อมีการรวมกลุ่มกัน เพื่อสร้างความมั่นคงของตลาดขึ้นเอง อีกทั้งผู้ขายส่วนใหญ่ในตลาดแบกะดินแห่งนี้มีความสัมพันธ์กับสินค้าที่ตนขาย เช่น ของทำมือ ของสะสม และของมือสองที่ ต้องการนำมาขายและแลกเปลี่ยนกับผู้ที่มีความสนใจเดียวกัน ซึ่งผู้บริโภคเองก็พึงพอใจกับการเกิดขึ้นของตลาดในช่วงเวลาที่เหมาะสม คือเวลาประมาณ 22.00-01.00น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งการพักผ่อนของคนทำงาน ตลาดสร้างสีสันในยามค่ำคืนไม่ให้เงียบเหงา อีกทั้งได้พบสินค้าที่แปลกตาหาซื้อยากและไม่เหมือนใคร

ภาควิชา สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา..... ลายมือชื่อนิสิต ชวิตรา ตันติมาลา
 สาขาวิชา มานุษยวิทยา..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
 ปีการศึกษา 2553.....

5080753424 : MAJOR ANTHROPOLOGY

KEYWORDS : MARKET/ROADSIDE STAND/ECONOMIC ANTROPOLOGY

CHAWITRA TANTIMALA: ROADSIDE STAND MARKET AT VICTORY MONUMENT, BANGKOK.

THESIS ADVISOR: ASST. PROF. NITI PAWAKAPAN, Ph.D., 86 pp.

The objectives of thesis are to study the evolution of roadside stand market, explain the relationships of people in the roadside stand market including producer, seller and consumer until the relationship between people and products and find the meaning of roadside stand market and product by understanding of people in the market based on the fundamental of economy, social and culture. The thesis emphasized on field work, studying the interaction of people in a market, explaining contexts by using economic anthropology, approaching the relationship by using the qualitative research, sticking in the target area, perceiving community and people as they are which are the most important factor to be a methodologist with combining an Idea, theories and related researches to analyze the collective data.

The methodology used here including site surveys, observing market evolution, and taking note with deep individual and group interviews. According to the result of the study, the origin of a roadside stand market has been discovered in the factor of a mass transportation. Obviously, the victory monument is a center of transportation in Bangkok and perimeter that has a huge traffic of different kind of people such as working people, immigrants etc.

The results of a roadside stand found that the trading has an informal action; the close relationship between buyer and seller and also enough quantity of members are needed to make a market keep strong and existing. Moreover, the market also takes place at night time bringing a colorful atmosphere with amazing and unique products which are truly really hard to find in any other place in the world.

Department : Sociology and Anthropology Student's Signature
Field of Study : Anthropology..... Advisor's Signature
Academic Year : 2010.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้หากข้าพเจ้าไม่ได้รับการสนับสนุนและการเอาใจใส่ที่ดีจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ ภาวครพันธ์ุ ที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์เพื่อให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้นในวงวิชาการ นอกจากนี้ข้าพเจ้าต้องขอกราบขอบพระคุณประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา คุวินทร์พันธ์ุ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุกติ มุกดาวิจิตร ที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการอ่าน และให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ทั้งที่ท่านเองก็มีภาระหน้าที่อันใหญ่

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาทุกท่านที่ได้หยิบยื่นโอกาสให้ข้าพเจ้าได้เข้ามาเรียนในสถาบันอันทรงเกียรติแห่งนี้และได้มอบความรู้พร้อมทั้งประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ข้าพเจ้าได้มีกระบวนการความคิดและมีมุมมองที่ลึกซึ้งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการมาเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องตลาดในประเทศไทย รวมไปถึงข้อมูลของตลาดแบกะดิน ซึ่งข้อมูลทั้งหมดไม่มีบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร หากไม่ได้ข้อมูลจากพวกท่าน วิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าคงมีอาจสมบูรณ์ได้ที่สำคัญและลืมไม่ได้ ข้าพเจ้าต้องขอขอบพระคุณผู้ค้าในตลาดแบกะดินทั้งหมดที่ได้สละเวลามาเป็นผู้ให้ข้อมูลและเล่าเรื่องราวที่แปลกใหม่และน่าตื่นตาตื่นใจเป็นอย่างยิ่ง รวมทั้งยินดีที่ให้ข้าพเจ้าตามติดและไปร่วมใช้ชีวิตประจำวันเป็นหนึ่งในผู้ค้าตลาดแบกะดิน หากข้าพเจ้าไม่มีบุคคลเหล่านี้แล้ววันนี้ข้าพเจ้าคงไม่ได้เขียนหน้ากิตติกรรมประกาศอย่างแน่นอน

ท้ายสุดข้าพเจ้าต้องกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ของข้าพเจ้า ที่คอยเป็นห่วงเป็นใย เอาใจใส่และเข้าใจถึงคุณค่าของการศึกษา และเป็นผู้สนับสนุนที่ดีมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ในสาขาเดียวกันและต่างสาขาที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เป็นอย่างดีเสมอมา รวมไปถึงพี่ทิพย์เจ้าหน้าที่ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา และเจ้าหน้าที่ของคณะที่ช่วยทำให้การดำเนินงานและการติดต่อธุระเรื่องวิทยานิพนธ์เป็นไปได้อย่างเรียบร้อยและสมบูรณ์แบบ ขอขอบพระคุณทุกท่านจากใจจริง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
3. ขอบเขตของการวิจัย.....	3
4. คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	4
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
1. แนวคิดและทฤษฎี.....	7
1.1 ทฤษฎีมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ.....	7
1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาด และพื้นที่ตลาด.....	10
2. งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	16
3. กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	23
3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	24
1. ระเบียบวิธีการวิจัย.....	24
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
3. เทคนิคและแนวคำถามที่ใช้เก็บข้อมูล.....	25
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	27
5. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	27

4 ตลาดแบกะดิน.....	29
1. ข้อมูลเกี่ยวกับสนาม.....	29
2. ลักษณะของตลาดแบกะดิน.....	32
2.1 จากพ่อค้าเร่สู่ตลาดแบกะดิน.....	35
2.2 ตลาดแบกะดินลอยฟ้า.....	35
2.3 ความยืดหยุ่นและการปรับตัว.....	37
5 ผลการศึกษา.....	40
1. ความสัมพันธ์ของคนในตลาด.....	40
1.1 ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ.....	41
1.2 ความสัมพันธ์ทางสังคม-วัฒนธรรม.....	44
2. ความสัมพันธ์ของคนกับของ.....	50
6 บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	58
1. บทสรุป.....	58
2. ข้อเสนอแนะ.....	60
รายการอ้างอิง.....	61
ภาคผนวก.....	63
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	86

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในตลาดแบกะดิน.....	23
2	ภาพที่ 2 แผนที่ของตลาดแบกะดิน และบริเวณโดยรอบ.....	30
3	ภาพที่ 3 ภาพการแอบขายสินค้าบนสะพานลอย.....	32
4	ภาพที่ 4 ป้ายประกาศ ตามพรบ.รักษาความสะอาด พ.ศ.2535.....	33
5	ภาพที่ 5 การขายสินค้าอย่างหลบซ่อนในตอนกลางวันหน้าห้างสรรพสินค้า.....	33
6	ภาพที่ 6 ผู้คนบนสะพานลอยก่อนช่วงเวลา 21.00 น.....	34
7	ภาพที่ 7 ผู้คนบนสะพานลอยหลังช่วงเวลา 21.00 น.เวลาของตลาดแบกะดิน.....	34
8	ภาพที่ 8 พ่อค้าแม่ค้าลากกระเป๋าใบโตเดินไปยังที่ประจำเพื่อเตรียมตั้งร้าน.....	35
9	ภาพที่ 9 ร้านต่างๆในตลาดแบกะดิน หลังจากเทศกาลกลับบ้านไปไม่นานนัก.....	35
10	ภาพที่ 10 ร้านขายของเด็กเล่นตุ๊กตาปั้นจักรยานมีเสียงเพลงในช่วงวันเด็ก.....	38
11	ภาพที่ 11 ร้านดอกไม้พลาสติกแบบช่อและแบบกระถางในช่วงวันวาเลนไทน์.....	38
12	ภาพที่ 12 ร้านช็อคโกแลตรูปตัวอักษร ทำเฉพาะในวันวาเลนไทน์เท่านั้น.....	38
13	ภาพที่ 13 ร้านขายรองเท้าสตรีมือสอง ของสามสาว.....	41
14	ภาพที่ 14 แม่ค้าร้านรองเท้ากับลูกค้าประจำ.....	41
15	ภาพที่ 15 กลุ่มร้านของเพื่อนๆจากราชภัฏสวนดุสิต.....	45
16	ภาพที่ 16 ตุ๊กตาเต้นได้มีเสียงเพลงนำเข้ามาจากจีนในวันของนนท์.....	45
17	ภาพที่ 17 กำไลทำมือจากร้านของน้อยและก๊อป.....	46
18	ภาพที่ 18 ผ้าพันคอและผ้าคลุมไหล่ ร้านพีแวงค์.....	46
19	ภาพที่ 19 ร้านเสื้อผ้าของนุ่มและพิมพ์.....	47
20	ภาพที่ 20 การสัมภาษณ์นุ่มที่ร้านแบกะดิน.....	47
21	ภาพที่ 21 ร้านเครื่องหนังทำมือของลุงปอง ขณะกำลังเจาะหนังทำสร้อยข้อมือ.....	50
22	ภาพที่ 22 คุณลุงผู้รอบรู้ กำลังเล่าเรื่องราวต่างๆ.....	50
23	ภาพที่ 23 พี่ตี ผู้มุ่งมั่นที่เลือกทางเดินชีวิตของตนเอง.....	52
24	ภาพที่ 24 เสื้อยืดสกรีนลาย ออกแบบและวาดด้วยมือของพี่ตีเจ้าของร้าน.....	52

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

งานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นจากความฉงนสงสัยของผู้วิจัยเมื่อครั้งยังเป็นนิสิตบ้านนอกธรรมดาๆ คนหนึ่งที่เพิ่งจะได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้วยความที่เคยศึกษาอยู่แต่มหาวิทยาลัยในต่างจังหวัด การเข้ามาศึกษาต่อในกรุงเทพมหานครจึงสร้างความรู้สึกที่แตกต่างและไม่คุ้นเคยให้กับนิสิตเป็นอย่างมาก ยิ่งพื้นที่แรกที่เหยียบย่างลงมาจากรถตู้โดยสารประจำทางคืออนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ซึ่งเป็นใจกลางเมืองที่มีความหลากหลายและความวุ่นวายอยู่ในตัว เหตุการณ์ที่ชวนสนใจใคร่รู้ของนิสิตในครั้งนั้นเป็นเหตุการณ์บนสะพานลอยคนเดินข้าม

“ไ้เปี้ยก พ่อมึงเดินมาโน่นแล้วว๊วย!มัวแต่ขายอยู่นั่น เกือบของเร้ว” เสียงของเพื่อนพ่อค้าแผงข้างๆ ดั่งขึ้น เมื่อมองเห็นเทศกาล 2 คนเดินอาดๆ มาแต่ไกล พ่อค้าทั้ง 2 คนรีบเก็บกระเป๋าเดินทางแบบลากใบใหญ่ที่เต็มไปด้วยกล่องนาฬิกา เรือนละร้อย และซองใส่โทรศัพท์มือถือถือชุดหูฟังบลูทูธราคาถูกลง เมื่อเปี้ยกหยิบของที่อยู่ในมือลูกค้าโยนลงกระเป๋า และปิดมันลงได้ทั้ง 2 ก็ลากกระเป๋าเดินทางใบใหญ่เดินเคียงคู่กันจากไป ปล่อยให้ลูกค้าคนหนึ่งยืนงุนงง แกมเสียดายของที่กำลังต่อรองราคาไม่ลงตัว

“ไ้! ขอเถอะครับ พี่จะยึดของผมไม่ว่า แต่ผมขอผ้าคืนได้ไหม? ผมยืมเขามาอีกที” เป็นเสียงของพ่อค้าอีกแผงหนึ่งที่ผู้วิจัยเดินผ่านมาพอดี เห็นว่ามีเทศกาลคนหนึ่งกำลังถือผ้าขนาดใหญ่ และเจ้าของเสียงเป็นชายรูปร่างเล็ก ที่ยกมือไหว้อ่อนนวยนขอร้องเจ้าหน้าที่ให้ผ่อนผันให้นิสิตมองเหตุการณ์ในวันนั้นด้วยความสงสัยใคร่รู้เป็นอย่างยิ่งว่า การค้าขายในเมืองใหญ่ต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์เช่นนี้เรื่อยๆ ไปหรือไม่ การขายสินค้าอย่างเร่งรีบกับการค้าขายในบรรยากาศที่ผ่อนคลายเป็นไหนจะดีกว่ากัน และพื้นที่บนสะพานลอยที่มีคนสัญจรไปมาหนาแน่นเช่นนี้มีความสำคัญเชิงพื้นที่อย่างไร เหตุใดพ่อค้าแม่ค้าที่รู้จักกฎเกณฑ์และข้อห้ามต่างๆ แล้วยังต้องฝ่าฝืน ความฉงนสงสัยเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณ หลากหลายคำถามวนเวียนในหัวสมองของผู้มาจากต่างเมือง เวลานั้นนานผ่านไปหลายเดือนภาพเหตุการณ์ดังกล่าวกลายเป็นภาพที่เห็นจนชินตา กระทั่งนิสิตคนนั้นได้ตัดสินใจไปแล้วว่าเมืองใหญ่ที่มีความวุ่นวาย มีผู้คนพลุกพล่าน และมีการ

จับจ่ายใช้สอยสูงนี้ ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างสูง การพึ่งพากัน ความเห็นอกเห็นใจ และความ
ถ้อยทีถ้อยอาศัยก็คงจะเลือนลางและจางหายไปเช่นนี้

หลายเดือนต่อมา และแล้ววันที่ทำให้นิสิตคนนั้นต้องเปลี่ยนความคิดก็มาถึง วัน
นั้นเป็นวันที่ต้องกลับที่พัก เวลาประมาณสามทุ่ม(21.00น.) พี่เทศกิจต่างเก็บข้าวของสัมภาระ
ของตนเพื่อกลับที่พัก อีกด้านหนึ่งของสะพานลอยพ่อค้าแม่ค้าที่รอคอยการเลิกงานของเจ้าหน้าที่
ต่างชะโงกชะงักคอ ตั้งตารอเวลาที่จะได้จับจองพื้นที่เพื่อขายสินค้าที่ตนนำมา ในเวลาต่อมาไม่ถึง
10 นาที สะพานลอยที่ว่างเปล่าก็เต็มไปด้วยร้านรวงที่ขายของกันมากกว่า 20 ร้าน แต่ละร้านก็ปู
ผ้าที่เตรียมมา และจัดวางสิ่งของอย่างชำนาญการ พริบตาเดียวสะพานลอยที่เคยว่างเปล่าก็
กลายเป็นตลาดแบบกะดินขนาดย่อม สร้างสีสันให้กับพื้นที่สาธารณะใจกลางเมืองหลวง พื้นที่ที่เคย
เป็นจุดปะทะกันของเจ้าหน้าที่กับพ่อค้า พื้นที่ที่มีคนสัญจรไปมากันอย่างเบียดเสียด ในช่วงเวลาที่
แตกต่างกันพื้นที่แห่งนี้กลับกลายเป็นตลาดแบบกะดินที่แสนเรียบง่าย อบอุ่น และเต็มไปด้วย
ความสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบของคนในตลาดทั้งผู้ผลิต ผู้ค้าขาย และผู้บริโภคที่หาได้ยากยิ่ง
จากพื้นที่ตลาดหรือพื้นที่สาธารณะแห่งอื่นๆในกรุงเทพมหานคร

จากนิสิตที่ช่างสงสัยคนนั้นได้พลิกบทบาทของตนเองกลายเป็นผู้วิจัยที่ให้ความ
ความสนใจกับตลาดแบบกะดินแห่งนี้อย่างจริงจัง เป็นเวลามากกว่า 2 ปีที่ผู้วิจัยอาศัยอยู่ในพื้นที่ คลุก
คลีกับคนในตลาด จนได้มากลายมาเป็นแม่ค้าคนหนึ่งในตลาดแบบกะดิน งานวิจัยนี้เป็นการทำงาน
ในกรอบแนวคิดของทฤษฎีมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ ที่จะเน้นให้ผู้วิจัยแฝงตัวเข้าสู่พื้นที่ และเข้าใจ
คนในพื้นที่รูปแบบที่พวกเขาเป็นซึ่งเป็นแนวทางของนักมานุษยวิทยา ผู้วิจัยได้เรียนรู้หลายสิ่งที่ไม่
เคยทำมาก่อน ได้พบเจอรูปแบบของความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งแบบที่คนภายนอกไม่สามารถเข้าใจได้
ในท้ายที่สุดเมื่อเวลาดำเนินมาจนถึงจุดหนึ่งที่สามารถตอบคำถามต่างๆภายในจิตใจตัวเองได้จาก
การศึกษาพื้นที่ตลาดผู้วิจัยก็ได้นำเสนอสิ่งต่างๆที่เรียนรู้เกี่ยวกับตลาดแบบกะดิน และนำเสนอ
มุมมองแปลกๆใหม่ๆของตลาดในประเทศไทยที่แตกต่างจากงานวิจัยชิ้นอื่นๆให้กับสังคม อีกทั้ง
พยายามสร้างภาพลักษณ์ของการศึกษาเรื่องราวของตลาดเมืองที่ผู้วิจัยได้ค้นพบ ดังนั้นผู้อ่านจะ
ได้รู้และเข้าใจถึงวัฒนธรรมของคนในตลาดและความหมายของตลาดในแบบที่ผู้คนภายนอกไม่
มองเห็น โดยอาศัยการตีความถ่ายทอดมาเป็นงานเขียนในรูปแบบที่เน้นคำพูด และทำนองของคน
ในตลาดเป็นหลัก ซึ่งไม่ได้เป็นรูปแบบของงานวิจัยเกี่ยวกับตลาดต่างๆในประเทศไทยที่จะพบเห็นได้
มากมายนักในแวดวงวิชาการ

นอกจากนี้ผู้อ่านและผู้สนใจศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดแบบกะดินจะได้รู้และ
เข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคนในตลาด ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ที่ลึกซึ้ง

และน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ในเรื่องของความสัมพันธ์กันของคนในตลาด ผู้วิจัยได้เขียนจาก ประสบการณ์การเป็นส่วนหนึ่งของตลาด และจากการแสดงทัศนะของคนในตลาด ทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผู้อ่านที่ไม่มีโอกาสได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในตลาด ก็จะได้เห็นภาพ กว้างๆจากการเล่าเรื่องของผู้วิจัยผ่านถ้อยคำจริงๆของคนในตลาดเอง ประเด็นไปกับการอธิบายแง่ ความรู้สึกที่ผู้วิจัยแสดงต่อตลาดควบคู่กันไป

ในท้ายที่สุด ผู้วิจัยไม่ได้ความคาดหวังว่าผลงานวิจัยตลาดแบกะดิน กรณีศึกษา อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิชิ้นนี้จะมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงด้านชีวิตความเป็นอยู่ของคนในตลาด แต่อย่างใด วอนหน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่สนใจผลงานไม่นำข้อมูลไปใช้ในทางปรับปรุงหรือ พยายามสร้างความแตกต่าง จากความเป็นอยู่เดิมของพื้นที่ตลาด เพราะผู้วิจัยมองว่าตลาดไม่ได้มี ผลกระทบในทางลบต่อสังคมในย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเลย ในทางกลับกันการเกิดตลาดแบกะ ดินในช่วงเวลานั้นๆนั้นสร้างสีสัน และชีวิตชีวาให้กับสะพานลอยข้ามข้ามข้ามไม่เปล้าเปลี่ยวและ ว่างเวงเช่นคืนที่ไม่มีตลาด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการเกิดขึ้นของตลาดแบกะดิน บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
2. เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของคนในตลาดแบกะ ดิน ทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้บริโภค
3. เพื่อหาความหมายของตลาดแบกะดินและสินค้า ตามความเข้าใจของคนในตลาด

3. ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาตลาดในแง่ของพื้นที่ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเน้นการลง ภาคสนาม ศึกษาความสัมพันธ์ของคนในตลาดและอธิบายตามแนวทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ การเข้าถึงความสัมพันธ์และความคิดของคนต้องอาศัยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ การฝังตัวในพื้นที่ การเข้าใจชุมชนและคนในชุมชนในแบบที่เขาเป็น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นนักมานุษยวิทยา ประกอบกับการใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องร่วมการวิเคราะห์

ขอบเขตในการศึกษาเพื่อเข้าใจคนในตลาด ได้แก่ การสำรวจ และสัมภาษณ์ ผู้ผลิตผู้ชาย และผู้บริโภคในตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ บริเวณสะพานลอยคนเดินข้ามเชื่อมต่อนรถไฟฟ้า BTS อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ช่วงเวลา 22.00-01.00 น. ของทุกวัน (พ.ศ. 2550-2552) เป็นเวลา 2 ปี เหตุที่เลือกศึกษาอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเพราะเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะ มีสีสันและมีความโดดเด่นต่างจากตลาดแบกะดินที่อื่นๆ ทั้งในเรื่องของสินค้าทำมือที่หาที่ไหนไม่ได้ บรรยากาศของตลาดที่มีความเป็นกันเอง และความสัมพันธ์ของคนในตลาดที่มีเสน่ห์ทำให้ลูกค้าอาจกลับมาเป็นขาประจำได้

4. คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. ตลาด (Market) หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชนหรือเป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อและขายสินค้า ทั้งในรูปของวัตถุและสินค้าสำเร็จรูปเป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด ที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียว หรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กันบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เช่น เป็นศูนย์กลางของชุมชน และเหมาะจะเป็นที่นัดพบ หรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใด ก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม

ความหมายของตลาด ในทางเศรษฐศาสตร์จะยึด “กิจกรรม” การตกลงแลกเปลี่ยนซื้อขายเป็นสำคัญ ส่วนตลาดในความหมายทั่วไปจะยึด “สถานที่” ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการหรือ ปัจจัยการผลิต ตลาดในความหมายทางเศรษฐศาสตร์จึงมีขอบเขตกว้างกว่า การแลกเปลี่ยนสินค้าและวัตถุโดยไม่ใช้ตัวกลางที่มีมูลค่า หรือเงินตรา การแลกเปลี่ยนนี้อาจใช้วัตถุที่มีค่าอื่นๆ แทนเงิน การแลกเปลี่ยนสินค้าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และไม่ต้องที่พื้นที่เฉพาะ

ส่วนตลาดในความหมาย “สถานที่” จะเกิดขึ้นอย่างมีเวลาจำกัด มีขอบเขตพื้นที่ที่ชัดเจน สถานที่ที่เป็นตลาดจะใช้สำหรับการติดต่อซื้อขายสินค้าของกลุ่มคนต่างๆ ส่วนคำว่า “การตลาด” (Marketing) หมายถึงกระบวนการซื้อขายสินค้าที่ไม่ต้องอาศัยพื้นที่ ดังนั้นการซื้อขายสินค้าของมนุษย์จึงไม่จำเป็นต้องอาศัยพื้นที่ทางกายภาพ หน้าที่สำคัญของตลาดในทาง

เศรษฐศาสตร์คืออำนวยความสะดวกให้ฝ่ายผู้ขายและผู้ซื้อ กับการซื้อขายแลกเปลี่ยน¹ แต่ในทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจหน้าที่ของตลาดที่มากมายกว่านั้น เพราะตลาดยังสามารถสะท้อนสภาพสังคมของมนุษย์ในแต่ละวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าจะยังมีการถกเถียงกันระหว่าง formalist และ substantivist เรื่องมุมมองของการศึกษาและการวิเคราะห์ตลาดซึ่งจะกล่าวในบทต่อไป

2. แบกะดิน (Roadside stand) หมายถึง ร้านหรือแผงขายของที่วางสินค้าบนพื้นดินหรือริมทางเดิน (Selling with goods spread out on the ground ; goods/ware spread out on the sidewalk)² ซึ่งสินค้านั้นมีราคาที่ยืดหยุ่นต่อรองได้ ไม่เหมือนกับห้างสรรพสินค้า (Department store) ที่สินค้านั้นมีราคาตายตัว

ในสหรัฐอเมริกา คำว่า แบกะดินหรือตลาดริมทาง (Roadside Market) ส่วนมากจะหมายถึง การขายของริมถนนหนทางที่เป็นสินค้าการเกษตร เช่น ผักสด ผลไม้สด และผลผลิตทางการเกษตรต่างๆ ซึ่งผู้ขายส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิต หรือเกษตรกรเอง ลูกค้านั้นมักจะทราบช่วงเวลาหรือฤดูกาลที่ผลผลิตแต่ละชนิดสมบูรณ์ พร้อมเก็บเกี่ยว และจำหน่าย พวกเขาจะได้คัดเลือกผลผลิตที่ดีที่สุดของฟาร์ม และที่สำคัญคือซื้อได้ในราคาที่ถูกลง แต่บางที่พวกเขาก็ไม่ทราบช่วงเวลาที่เหมาะสมเสมอไป

ส่วนในประเทศไทย คำว่า “แบกะดิน” มักจะถูกใช้ในกลุ่มวัยรุ่น ที่เรียกตัวเองว่า อินดี้ (indy) เป็นมุมมองที่แตกต่างออกไปเป็นในระดับของวัฒนธรรมย่อย (Subculture) เช่น “งานแบกะดิน” และ “งานอินดี้อินทาวน์” (Indy in Town) ซึ่งเป็นตลาดแบกะดินที่ผู้ขายสามารถนำสินค้าทำมือ หรือ Handmade มาวางจำหน่ายได้อย่างอิสระและโดยไม่เสียค่าที่ ตลาดแบกะดินในลักษณะเหล่านี้ ได้รับความสนใจจากกลุ่มวัยรุ่น และผู้ที่สนใจเป็นจำนวนมาก เพราะนอกจากจะได้เลือกซื้อสินค้าที่ถูกใจ เพราะสั่งทำเองได้กับมือแล้ว บรรยากาศในการของการเดินดูและบริโภคแนวคิด หรือ idea ของผู้ขายที่ถือได้ว่าเป็นศิลปินผู้ออกแบบสรรค์สร้างผลงาน ในรูปแบบของใช้ เป็นสินค้าที่แปลกแหวกแนวไม่เหมือนหรือซ้ำใคร

ราชบัณฑิตยสถานกล่าวว่า “แบกะดิน” เป็นคำกร่อนที่มาจากคำว่า แบกกับดิน³ หมายถึงการค้าขายที่มีลักษณะการค้าขายที่ปูผ้าขายของตามพื้นที่ต่างๆ เช่น พื้นถนน

¹ นานาตลาด, พิมพ์ครั้งแรกใน เศรษฐสาร ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์ 2538

² The Longdo Project, Dictionary Online, [ออนไลน์], 9 มิถุนายน 2551 แหล่งที่มา <http://dict.longdo.com>

³ ราชบัณฑิตยสถาน, [ออนไลน์], 23 กันยายน 2551 แหล่งที่มา <http://www.royin.go.th>

สะพานลอย หรือพื้นที่ว่างต่าง ๆ ในที่นี้รวมถึงตลาดนัด และร้านขายแบบร้านเดี่ยว มีทั้งถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย ประเภทของสินค้าในตลาดแบกะดิน ได้แก่ ของเก่า ของใหม่ ของสะสม ของมือสอง ของทำมือ และร้านขายของเบ็ดเตล็ด เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของถูก หรือของประดิษฐ์เอง รวมทั้งของใหม่จากโรงงาน และสินค้านำเข้าจากประเทศจีน เป็นต้น

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เรียนรู้กระบวนการเกิดขึ้นของตลาดแบกะดินในเมืองรูปแบบต่างๆ
2. เข้าใจรูปแบบและการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตและผู้ขาย หรือผู้ซื้อและผู้ขาย
3. มีส่วนร่วมกับปฏิสัมพันธ์ของคนในตลาดแบกะดิน เพื่อเข้าใจและรู้จักคนในตลาดอย่างลึกซึ้ง
4. เข้าใจความหมายของสินค้า ในทางเศรษฐกิจและสังคม ตามมุมมองของกลุ่มต่างๆ ได้หลากหลายมิติ

ศูนย์วิทยพัชยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง ตลาดแบกะดินกรณีศึกษาบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อศึกษากระบวนการเกิดขึ้นของตลาดแบกะดิน ความสัมพันธ์ของคนในตลาดแบกะดินทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้บริโภค และความสัมพันธ์ของคนกับสินค้า รวมทั้งอธิบายหาความหมายของตลาดแบกะดิน และสินค้าต่างๆตามความเข้าใจของคนในตลาดในแง่ของพื้นที่ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม คือ ทฤษฎีมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ แนวคิดเกี่ยวกับตลาดและพื้นที่ตลาด เอกสารและงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎี

1.1 ทฤษฎีมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ (Economic Anthropology)

เศรษฐกิจในความหมายของนักมานุษยวิทยาส่วนใหญ่¹ คือ ระบบการเลือกปฏิบัติอย่างมีเหตุผลที่สุด โดยการกำหนดจากระบบสังคมอื่นๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพื่อความอยู่รอดของสมาชิกทุกคนในสังคม นักมานุษยวิทยาเศรษฐกิจเน้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์อันจำกัด ที่ถูกกำหนดโดยสังคมกับการจัดกิจกรรมเพื่อปากท้องของคนในสังคม หากความหมายของวัฒนธรรมในเชิงมานุษยวิทยา คือ ระบบพฤติกรรมที่มนุษย์คิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เอง ดังนั้น เศรษฐกิจก็คือระบบวัฒนธรรมหรือพฤติกรรมทางวัฒนธรรมระบบหนึ่ง ซึ่งมนุษย์ทุกยุคสมัยต้องเกี่ยวข้องกับมันทั้งสิ้น

Manning Nash ให้ความหมายทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจว่า หมายถึงการกระทำการใดๆ ที่ต้องใช้การพิจารณาอย่างรอบคอบ คิดหนัก เพื่อลงทุนน้อยที่สุด และใช้เวลาน้อยที่สุด แต่ให้ได้ผลมากที่สุด ในเชิงพฤติกรรมก็คือการเลือกตัดสินใจปฏิบัติการใดๆ อย่างมีเหตุผลถูกต้อง แล้วได้ผลออกมาคุ้มค่า ในชีวิตประจำวันของมนุษย์มีแต่การตัดสินใจเลือกกระทำการ มนุษย์ต้องคิดเสมอว่า จะทำดีหรือไม่ดี ทำไปแล้วจะคุ้มหรือไม่²

¹ นิยพรธณ วรณศิริ, มานุษยวิทยาสังคมวัฒนธรรม (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2540.)

² Nash, Manning. *Primitive and Peasant Economic Systems*. (Sanfrancisco : Chandler. 1966.)

Raymond Firth กล่าวว่า การจัดการทางเศรษฐกิจเป็นพฤติกรรมทางสังคมแบบหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้บริการนานาชนิดระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วยกัน และมนุษย์กับสิ่งของ โดยวิธีการที่เลือกสรรแล้วจะบรรลุเป้าประสงค์สูงสุดภายใต้ข้อจำกัดทุกอย่าง การเลือกนี้มีได้เกิดขึ้นเอง แต่เกิดมาจากการใส่ค่านิยมให้แก่สิ่งของและบริการ และการปลูกฝังค่านิยมในตัวบุคคลมาแต่เดิม ค่านิยมนี้จะช่วยให้บุคคลเลือกใช่วิธีการที่เหมาะสม เพื่อบรรลุเป้าหมายสูงสุด³ แสดงให้เห็นได้ว่า การเลือกของบุคคลหนึ่งต้องถูกกำหนดหรือคาดหวังจากบุคคลอื่น ๆ เสมอ การศึกษาระบบเศรษฐกิจของสังคมใด ๆ จะศึกษาระบบเศรษฐกิจเดี่ยวๆ ไม่ได้ ต้องศึกษาสัมพันธ์ไปกับระบบสังคมอื่นๆ ด้วย อีกทั้งยังเน้นว่า มานุษยวิทยาเศรษฐกิจเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการศึกษาในขอบเขตที่กว้าง และเป็นการศึกษาเปรียบเทียบ

Karl Polanyi นักมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจไว้ 2 ความหมาย คือ

- 1) ความหมายในเชิงมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ เป็นการอธิบายในกรอบของทฤษฎี “วัตถุธรรม” (substantive theory) อธิบายว่า พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติกับสังคม ธรรมชาติเป็นตัวกำหนดวิธีการที่จะหาวัตถุดิบตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์
- 2) และความหมายในเชิงเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่ อธิบายเศรษฐกิจในกรอบทฤษฎีรูปแบบ (formal theory) หรือทฤษฎีเลือกปฏิบัติ (theory of choice) อธิบายว่า พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์เกิดมาจากขบวนการความสัมพันธ์แบบ วิธีการสู่เป้าหมาย (means-ends relationship) ภายใต้สถานการณ์ของการเลือกตัดสินใจปฏิบัติ การเลือกของคนขึ้นอยู่กับลักษณะการประหยัด (economical) เช่น ประหยัดทรัพย์ ประหยัดเวลา วิธีการสู่เป้าหมายคือ การทำทุกอย่างโดยลงทุนอย่างประหยัด (economising) แต่ได้ผลสูงสุด คือวิธีการเลือกที่ดีที่สุดนั่นเอง⁴

³ Firth, R. *Element of Social Organization*. (London : Tavistock. 1952.)

⁴ Polanyi, Karl, *Trade and Market in the Early Empires*. (New York : Free Press. 1957.)

ลักษณะของมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ⁵

การศึกษามานุษยวิทยาเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมเป็นการศึกษารวมและกว้าง ได้สรุปเป็นประเด็นดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี หรือวิธีการขั้นต่ำและง่าย ๆ ไม่มีเรื่องความชำนาญ (Specialization)
2. หน่วยผลิตเป็นหน่วยเล็กๆ ซึ่งทำกันในระดับครอบครัวเท่านั้น
3. ไม่มีระบบตลาด ระบบเงินตรา ระบบอุปสงค์-อุปทาน และระบบการลงทุนแบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ จึงไม่มีระบบธุรกิจกระตุ้นให้เกิดความอยากของมนุษย์ พฤติกรรมทางเศรษฐกิจสมัยก่อนทำเพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์เพียงอย่างเดียว ผลิตผลเหลือใช้ (Surplus) มีไว้เพื่อประกันความอดอยาก อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนของธรรมชาติเท่านั้น จึงไม่มีของเหลือกินเหลือใช้ในจำนวนมากมายพอที่จะนำไปขาย
4. ระบบการควบคุมการแลกเปลี่ยนหรือการแจกจ่ายสินค้าและบริการ (Control of Distribution) และพฤติกรรมทางด้านอื่นในระบบเศรษฐกิจดั้งเดิม มีการลงโทษเพื่อให้ทุกคนได้รับสินค้าทั้งถึงกัน และไม่เกิดการเอาเปรียบกันขึ้นได้ ใช้ประเพณี "การให้และการรับ"(Reciprocity) และ "การปันส่วน"(Redistribution) ส่วนการลงโทษ สมัยดั้งเดิม ใช้ระบบบรรทัดฐาน(Norms) จรรยาบรรณ(Ethics) ศีลธรรม(Morality) และศาสนา (Religious Tradition) เป็นวิธีการลงโทษซึ่งนับว่าได้ผลดีในสมัยนั้น
5. พฤติกรรมทุกประเภทในขบวนการทางเศรษฐกิจดั้งเดิมจะเป็นพฤติกรรมแฝงเร้น หรือเป็นพฤติกรรมตามนามธรรมที่ต้องการวิเคราะห์ตีความเพื่อความเข้าใจของคนนอกสังคม
6. พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของคนดั้งเดิม จะซ้อน หรือก้าวทาบกับพฤติกรรมทางสังคมด้านอื่นๆ อย่างแยกไม่ออก เช่น กฎตีพี่น้องในครอบครัวมีเศรษฐกิจร่วมกัน ผู้นำฝ่ายปกครองชุมชนก็คือ ผู้นำศาสนา ซึ่งมาจากตระกูลใดตระกูลหนึ่ง และมีหน้าที่จำสรรพยากรเพื่อการผลิตแจกจ่ายและบริโภคนั้นๆ นอกจากนี้ คนดั้งเดิมยังไม่สามารถแยกเรื่องส่วนตัวออกจากเรื่องส่วนรวมทุกอย่างปนกันไปหมด
7. สินค้าและบริการถูกตีค่าเป็นคุณค่า (Value) ไม่ใช่ราคา (Price) ทั้ง 2 อย่างนี้ ไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้อย่างชัดเจนในเชิงปริมาณ
8. ระบบเศรษฐกิจสมัยดั้งเดิมไม่ใช่ระบบที่แสวงหากำไรสูงสุด

⁵ นิยพรรณ วรรณศิริ, มานุษยวิทยาสังคมวัฒนธรรม (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2540.)

9. ไม่มีระบบทรัพย์สินส่วนตัว (Private Property) ทุกอย่างเป็นทรัพย์สินส่วนรวม (Communal Property) ซึ่งสมาชิกในสังคมทุกคนมีสิทธิกินและใช้ร่วมกันในขณะที่ตนมีชีวิตอยู่ ทรัพย์สินเหล่านี้ไม่สามารถจะถูกนำไปซื้อขายแลกเปลี่ยนกันได้แต่สามารถจะตกทอดสืบทอดต่อกันได้ในวงตระกูลเดียวกัน
10. การบริโภคทรัพย์สินเป็นการแสดงออกถึงศักดิ์ศรีและหน้าตาทางสังคม มากกว่าเพื่อการอิมปากอิมท้องเพียงอย่างเดียว

งานวิจัยเรื่องตลาดแบกะดินเล่มนี้ ใช้ทฤษฎีมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางของการศึกษาวิจัย โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และเข้าใจความสัมพันธ์ของคนกับสินค้า และความสัมพันธ์ของคนในตลาดทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อที่จะสามารถอธิบายตลาดแบกะดินในมุมมองที่แตกต่าง และแสดงถึงลักษณะเฉพาะของตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับตลาด (Market) และพื้นที่ตลาด (Marketplace)

คำว่า Market⁶ ไม่มีความหมายทางการเมืองในช่วงที่พันยุคสงครามเย็นมาแล้ว เนื่องจากระบบการค้าเสรีแบบตะวันตกได้รับชัยชนะ ซึ่งประเทศต่างๆในโลกต่างนำระบบนี้ไปใช้อย่างแพร่หลาย แม้แต่ประเทศที่เคยเป็นคอมมิวนิสต์มาก่อน ดังนั้นระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมจึงผนวกเข้ากับระบบการเมืองประชาธิปไตยได้อย่างเหนียวแน่น ระบบเสรีนิยมทางการค้าและการเมืองกลายเป็นวาทกรรมที่ครอบงำท้องถิ่นต่างๆ ตั้งแต่ระดับหมู่บ้านไปจนถึงระดับโลก ก่อให้เกิดคำถามที่ว่าเราจะซื้อชีวิตแบบไหนให้เหมาะกับเรา ชัยชนะของระบบตลาดเสรีในทศวรรษที่ 80 สวนทางกับความรู้สึกที่เกิดขึ้น กล่าวคือ แนวคิดเรื่องเสรีในระบบตลาดทำให้ชีวิตยุ่งยากมากขึ้น เนื่องจากผู้ที่กำหนดและชี้ชะตาคนในสังคมเป็นเพียงคนกลุ่มเล็กๆที่มีอำนาจ ทำให้เกิดสภาวะวิกฤต ตึงเครียด และความขัดแย้ง วิกฤตการณ์ครั้งนี้เกี่ยวข้องกับความคิดกระแสหลักทางสังคม

เมื่อเอ่ยถึง “ตลาด” สิ่ง que คิดถึงอันดับแรกๆก็คือการซื้อขายวัตถุสิ่งของระหว่างมนุษย์ ส่วนการแลกเปลี่ยนสินค้าและวัตถุโดยไม่ใช้ตัวกลางที่มีมูลค่า หรือเงินตรา การแลกเปลี่ยน

⁶ David Levinson and Melvin Ember(eds.) *Encyclopedia of Cultural Anthropology*. (Henry Holt and Company, New York.) p.728-732. อ้างถึงในธนุพันธ์ ดั่งวงวิเศษ, บทความทางวัฒนธรรมเรื่อง “อะไรคือ ตลาด”. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน).

นี้อาจใช้วัตถุที่มีค่าอื่นๆ แทนเงิน การแลกเปลี่ยนสินค้าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและไม่ต้องเป็นพื้นที่เฉพาะ ส่วนตลาดในความหมาย “สถานที่” จะเกิดขึ้นอย่างมีเวลาจำกัด มีขอบเขตพื้นที่ที่ชัดเจน สถานที่ที่เป็นตลาดจะใช้สำหรับการติดต่อซื้อขายสินค้าของกลุ่มคนต่างๆ ส่วนคำว่า “การตลาด” (Marketing) หมายถึงกระบวนการซื้อขายสินค้าที่ไม่ต้องอาศัยพื้นที่ ดังนั้นการซื้อขายสินค้าของมนุษย์จึงไม่จำเป็นต้องอาศัยพื้นที่ทางกายภาพ

แบบแผนของตลาดถูกสร้างมาจากนักเศรษฐศาสตร์ซึ่งพยายามสร้างทฤษฎีมากมายมาอธิบาย และนักมานุษยวิทยาก็นำแนวคิดเหล่านั้นมาใช้เพื่อที่จะศึกษาความหมายของตลาดในวัฒนธรรมต่างๆ ในการศึกษาตลาดของนักเศรษฐศาสตร์ เชื่อว่าตลาดคือ พื้นที่สำหรับการแข่งขันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก การแข่งขันที่เข้มข้นนี้ทำให้ผู้ขายสินค้าต้องผลิตสินค้าที่ดีกว่าคนอื่นๆ เพื่อให้ขายได้มากกว่าคนอื่นๆ แต่ระบบตลาดในความหมายนี้ไม่สามารถอธิบายตลาดได้ทุกแบบ ทั้งนี้ต้องอาศัยการศึกษาเปรียบเทียบกับตลาดในความหมายอื่นๆ ด้วย

ข้อถกเถียงระหว่างแนวคิด formalist และแบบ substantivist ที่เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 60 มีการตั้งคำถามเกี่ยวกับรูปแบบที่เหมาะสมของตลาดและแนวคิดที่จะนำไปวิเคราะห์ตลาดในวัฒนธรรมต่างๆ ในส่วนของ formalist เชื่อว่าพื้นที่ทางเศรษฐกิจ คือ พื้นที่เฉพาะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นทุกวัฒนธรรม ต่างกันเพียงรายละเอียดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ สามารถนำไปอธิบายระบบตลาดได้ทุกวัฒนธรรม ส่วนพวก substantivist เชื่อว่าเศรษฐกิจไม่อาจแยกอยู่โดดๆ แต่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวทางวัฒนธรรมอื่นๆ และอยู่ในเงื่อนไขทางสังคม ด้วยเหตุนี้ทำให้ระบบเศรษฐกิจในแต่ละสังคมแตกต่างกันทั้งในแง่ที่เป็นพฤติกรรมและความหมาย การถกเถียงเหล่านี้จะมีการอ้างถึงคำว่า “market” “marketplace” “market-principles” ตลาดในฐานะที่เป็นพื้นที่ทางกายภาพ หมายถึง พื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจกรรมของมนุษย์ในการแลกเปลี่ยนวัตถุสิ่งของตลาดในฐานะที่เป็นแนวคิดและทฤษฎี จะหมายถึงระบบความคิดที่สันนิษฐานว่า การซื้อขายสินค้าสัมพันธ์กับกระบวนการทางเศรษฐกิจอื่นๆ

Karl Polanyi เป็นนักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจซึ่งมีแนวคิดแบบ Substantive ได้แยกประเภทตลาดและระบบการแลกเปลี่ยนสินค้าออกเป็นประเภทต่างๆ แนวคิดนี้ถูกนำไปใช้โดยพอล โบแฮนนัน และจอร์จ คัลตัน ซึ่งอธิบายชนิดของการค้าขายในแอฟริกา ตั้งแต่ชนิดที่ไม่มีระบบตลาด ซึ่งชาวบ้านจะนำของมาแลกเปลี่ยนกันหรือแบ่งปันกันโดยไม่แสวงหากำไร ไปจนถึงระบบตลาดที่ต้องอาศัยพื้นที่ค้าขายและมีแนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหากำไรเข้าเกี่ยวข้องด้วย นักคิดแนว Substantive เชื่อว่าแนวคิดตลาดแบบตะวันตกสามารถอธิบายตลาดในที่อื่นได้เฉพาะกรณีตลาดนั้นมีการค้าแบบแสวงหากำไรเท่านั้น ในบางสังคมที่มีระบบแลกเปลี่ยนสินค้าแบบอื่นๆ นัก

คิดแนว Formalist ต้องปรับแนวคิดเศรษฐศาสตร์เพื่อที่จะอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นซึ่งมีใช้ระบบเศรษฐกิจที่เหมือนตะวันตก นักคิดแนว formalist จะนำทฤษฎีเรื่องการแสวงหากำไรและประโยชน์สูงสุด การตัดสินใจลงทุนและสัดส่วนของปัจเจกบุคคลไปอธิบาย

ทฤษฎีที่พัฒนาตามมาอีกคือ การศึกษาตลาดในสังคมชาวนา ซึ่งเกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ การศึกษาของ G.W. Skinner ทำให้เกิดทฤษฎี central-place และในช่วงทศวรรษที่ 70 การศึกษาของ Caron Smith ก็ทำให้แนวคิดแบบ formalist แพร่ขยายมากขึ้น การศึกษาของ Skinner เรื่องโครงสร้างหน้าที่ของระบบตลาดในเขตชนบทของจีน สะท้อนให้เห็นภาพทางภูมิศาสตร์ที่ใช้เป็นพื้นที่ของตลาด Smith อธิบายว่าทฤษฎี central-place ของ Skinner ช่วยให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมการค้าขายที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจที่ซับซ้อน การศึกษาของ Smith เรื่องหน้าที่ทางพื้นที่ชี้ให้เห็นว่าพื้นที่ของตลาด คือ พื้นที่ที่สำคัญที่สุด ช่วยทำให้เห็นว่าชนบทเกี่ยวข้องและเชื่อมต่อกับเมืองอย่างไร ไม่ว่าจะเป็ตลาดแบบเมืองหรือชนบท หรือว่าเป็นตลาดถาวรหรือชั่วคราว

แนวคิด formalist เชื่อว่าทฤษฎี central-place จะทำให้ความวุ่นวายในโลกหายไปได้ การอธิบายนี้สำคัญกับสังคม การเมือง และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ รูปแบบของตลาดที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นแบบตลาดชาวนา ซึ่งมีสินค้าในภาคเกษตรกรรมและบางชนิดจากอุตสาหกรรม ทฤษฎี central-place หรือ พื้นที่ส่วนกลางเป็นทฤษฎีสากลที่ใช้อธิบายรูปแบบตลาดอื่นที่เกิดขึ้นในโลก ยิ่งกว่านั้นทฤษฎีนี้ยังสนใจการเคลื่อนย้ายสินค้าด้วยระบบการค้าขาย สนใจชนิดของการค้าขาย และผลกระทบทางสังคมที่เกิดจากการค้า อาจกล่าวได้ว่าตลาดจึงเป็นพื้นที่ที่ช่วยให้เกิดโครงสร้างทางสังคม

นอกจากนี้พวก formalist ยังสนใจเรื่องพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลที่เกิดขึ้นในตลาด การวิเคราะห์ในประเด็นนี้พยายามชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการค้าขายสินค้าเป็นสิ่งที่มีความหมาย บั้เจกแต่ละคนคือผู้คิดและเลือกซื้อและขายสินค้าอย่างมีความหมาย การอธิบายแบบนี้เป็นการเหมารวมเกินไป เพราะอย่างไรก็ตามระบบเหตุผลก็ยังคงมีความสัมพันธ์กับการหวังผลประโยชน์ และมีเงื่อนไขในตัวเอง นำไปสู่แนวคิดเรื่องการแลกเปลี่ยนสินค้าอย่างมีเป้าหมาย และรูปแบบที่แตกต่างกันของการเปลี่ยนแปลงสินค้าซึ่งอาศัยเหตุผลเหมือนกันในแต่ละวัฒนธรรม คำอธิบายของ formalist บอกให้รู้ว่ระบบเหตุผลไม่ได้มีเฉพาะในสังคมตะวันตก แต่นักมานุษยวิทยาไม่เชื่อเนื่องจากการอธิบายของ formalist มีเงื่อนไขทางการเมืองและอาจทำให้วัฒนธรรมบางแห่งถูกมองว่าไร้เหตุผล คำถามคือการวิเคราะห์พฤติกรรมของปัจเจกที่ก่อให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรม

การซื้อขายที่ต่างกันในแต่ละวัฒนธรรมเป็นเพียงสมมติฐานใช่หรือไม่ และควรมีเหตุผลแบบ ตะวันตกหรือไม่

เมื่อตลาดถูกอธิบายว่าเป็นระบบของข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดการสร้างทฤษฎีใหม่ขึ้นมา ทฤษฎีนี้เชื่อว่าข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มนุษย์แบ่งปันกันได้ และยังคงปกปิด ปิดกั้นไว้สำหรับคนบางคนทั้งที่เป็นพ่อค้าแม่ค้า และนักมานุษยวิทยา ในสังคมที่ไม่มีการกระจายข่าวอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การค้าขายสินค้าที่ด้อยคุณภาพ พ่อค้าที่ต้องซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพ จะต้องต่อรองเพื่อลดความเสี่ยงหรือการผูกขาดจากสถาบันหรือคนที่ต้องค้าขายด้วย เพื่อให้การค้าดำเนินต่อไปได้ ความไม่แน่นอนของการค้าเกิดขึ้นในสังคมชาวนา และเป็นผลมาจากการด้อยพัฒนาในเรื่องสาธารณูปโภค

ประเด็นเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารและความไม่แน่นอนในระบบการค้า ถูกอธิบายว่าเป็นปัญหาและเป็นข้อสันนิษฐานจากระบบตลาดแบบตะวันตก ถ้ามีการแบ่งข้อมูลข่าวสารที่ไม่เท่าเทียมกัน และชาวบ้านในพื้นที่จะเป็นอย่างไร ตลาดแบบตะวันตก ถ้ามีการแบ่งข้อมูลข่าวสารแบบไม่เท่ากันหรือต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนก็เป็นเรื่องปกติ การศึกษาของเจ และพอล อเล็กซานเดอร์ ในกลางทศวรรษที่ 80 ศึกษาเรื่องการต่อรองราคาสินค้า การตั้งราคา การให้ข้อมูลทางการตลาด และการค้าระหว่างคนกลุ่มต่างๆ ในชวา พบว่าการควบคุมข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากสำหรับพ่อค้าเพื่อที่จะได้กำไร ผู้ซื้อและผู้ขายอาจมีใช้ปัจเจกแต่การซื้อขายอาจเกิดขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์ที่มาจากข้อมูลข่าวสารและอำนาจที่โยงไปถึงพฤติกรรมการซื้อขาย

ตลาดในฐานะเป็นสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม มาจากแนวคิดของพอล อเล็กซานเดอร์ ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ของการศึกษามานุษยวิทยาเศรษฐกิจ และยังเป็นประเด็นที่สตีเฟน กัดแมน นำไปศึกษาในเรื่องเศรษฐกิจทางวัฒนธรรม ซึ่งอธิบายว่าระบบเศรษฐกิจแบบตะวันตกเป็นเพียงระบบหนึ่งที่เกิดขึ้นมาและมีข้อสมมติฐานเป็นของตัวเอง ดังนั้นการศึกษาระบบเศรษฐกิจต้องคำนึงถึงเงื่อนไขทางวัฒนธรรมด้วย ทั้งนี้วัฒนธรรมมิใช่ด้านตรงข้ามของเศรษฐศาสตร์ แต่วัฒนธรรมจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมทางการตลาด และบอกให้รู้ว่าทำไมทฤษฎีเศรษฐกิจแบบตะวันตกจึงไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงๆ วัฒนธรรมและเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่ตอบสนองซึ่งกันและกันพฤติกรรมการค้าขายในตลาดทุกชนิดเป็นสิ่งที่หล่อหลอมจากวัฒนธรรม พอล อเล็กซานเดอร์ อธิบายว่า เราจำเป็นต้องทำความเข้าใจกระบวนการของตลาดทั้งที่เป็นแบบตะวันตก และมีใช้ตะวันตก เช่นเดียวกับการศึกษาเปรียบเทียบระบบเครือญาติในวัฒนธรรมต่างๆ โรเจอร์ คิง อธิบายว่าระบบตลาดแบบตะวันตกถูกอธิบายแบบเหมารวมและตั้งความหวังมากเกินไป

การเปลี่ยนทฤษฎีโครงข่ายความเป็นญาติไปเป็นเรื่องระบบภาษาและสัญลักษณ์ อาจทำให้เข้าใจความหมายของตลาดในฐานะเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมได้ดีขึ้น นิยามของตลาดจากนักเศรษฐศาสตร์อธิบายว่าตลาดเป็นหน่วยทางเศรษฐกิจที่เต็มไปด้วยกิจกรรมของการซื้อขายและการตั้งราคา ความหมายนี้ตอบสนองสิ่งที่เรียกว่า เป็นกำลังซื้อและกำลังขายในการแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งตลาดในความเป็นจริงอาจมีได้มีเพียงสิ่งเหล่านี้ การศึกษาของอเล็กซานเดอร์ พบว่าการต่อรองราคาในตลาดชาวอาจสะท้อนความหมายทางเศรษฐกิจและเห็นภาพวิธีการตั้งราคาของชาวบ้านได้ดีกว่าวิธีแบบตะวันตก อเล็กซานเดอร์ชี้ให้เห็นว่าการตั้งราคาในตะวันตกไม่สอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้าน เพราะชาวบ้านคิดว่า “ความยุติธรรม” ในราคาสินค้าคือสิ่งที่สำคัญที่สุด

การศึกษาของกัฒมัน อธิบายพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ที่หล่อหลอมมาจากวัฒนธรรม ถ้าทฤษฎีการตลาดของตะวันตกเป็นวิถีคิดทางวัฒนธรรม คำถามคือทำไมทฤษฎีนี้จึงถูกนำมาใช้และดำรงอยู่ในชีวิตของมนุษย์ จากการศึกษาวาทกรรม คำอธิบาย และรูปแบบของตลาดเป็นสิ่งที่หล่อหลอมมาจากสังคม โดยมีนักเศรษฐศาสตร์เป็นผู้กำหนดนิยามและแสดงออก นักมานุษยวิทยาจึงศึกษาวิธีการของนักเศรษฐศาสตร์ในการสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ในปัจจุบันนักมานุษยวิทยายังสนใจศึกษาวิธีการของชนพื้นเมืองที่จะติดต่อกับสัมพันธ์กับระบบโลก แต่ต้องศึกษาบริบทของกระบวนการทางวัฒนธรรม และค้นหาว่าชาวบ้านใช้ระบบตลาดพร้อมๆกับการทำกิจกรรมเชิงอำนาจอย่างไรบ้าง

การศึกษาดังกล่าวนี้อ้างอิงไปไกลเกินกว่าทฤษฎีของพวกเขา substantive ซึ่งแยกบริบททางสังคมออกจากบริบททางเศรษฐกิจอย่างสิ้นเชิง การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในยุโรป ตามทัศนะของคาร์ล โพลันยีคือการเกิดขึ้นของระบบตลาดที่เข้ามาสร้างมาตรฐานทางศีลธรรมใหม่ นักวิชาการคนอื่นอธิบายว่าเศรษฐกิจแบบชนเผ่าที่เน้นศีลธรรมถูกรวบงำด้วยระบบตลาดสมัยใหม่ที่เน้นกำไร อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการตลาดก็มีระบบศีลธรรมของตัวเองเช่นกัน การกระทำทางเศรษฐกิจจะถูกมองว่าเป็นการกระทำต่อสินค้า มนุษย์ทุกกลุ่มจะมีการเปลี่ยนแปลงสินค้า ถ้าตลาดเป็นระบบที่มีการควบคุมตัวเอง ตลาดก็จะควบคุมให้เกิดสมดุลทางผลประโยชน์ และการร่วมมือทางสังคม แต่ตลาดก็มีศีลธรรมที่ขัดแย้งกัน 2 ด้าน คือ การทำลายระบบศีลธรรมประเพณี และการก้าวไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาประโยชน์สูงสุด

ความเกี่ยวข้องระหว่างตลาดและศีลธรรมจะถูกขับเคลื่อนด้วยมนุษย์และสถาบันที่เข้ามาแลกเปลี่ยนสินค้ากัน การตัดสินใจคุณค่าของตลาดและการค้าไม่ว่าจะแบ่งวงหรือแบ่งลบบจะต้องศึกษาอย่างละเอียดและดูการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง การ

สถาปนาระบบตลาดเป็นวิถีทางการเมืองเช่นเดียวกับเป็นวิถีการทางเศรษฐกิจ ภาพด้านลบของระบบการค้าขายจะเกิดขึ้นเมื่อสูญเสียการควบคุมความสัมพันธ์ โดยเฉพาะเมื่อมีผู้ได้ประโยชน์เพียงฝ่ายเดียว การศึกษาผลกระทบของตลาดและศีลธรรมในมุมมองของชาวพื้นเมืองจะเกิดขึ้นเมื่อชาวพื้นเมืองติดต่อกับคนภายนอก

ตลาดในฐานะเป็นตัวแทนของอำนาจ คือ ประเด็นที่ทำให้เห็นว่าตะวันตกสร้างระบบตลาดขึ้นมาอย่างไร วาทกรรมของตลาดเป็นวาทกรรมกระแสหลักในโลกปัจจุบัน ตลาดและความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดเป็นพรหมแดนของการแข่งขันทางอำนาจ โดยวัดและตัดสินด้วยคุณค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ตลาดในฐานะเป็นเครื่องหมายของทุนนิยมปกปิดซ่อนเร้นสิ่งที่เป็นอำนาจ ไม่ว่าจะเป็นการเอาเปรียบและความไม่เท่าเทียมกันของการแลกเปลี่ยนสินค้าและอำนาจทางการเมือง อย่างไรก็ตาม ปัญหาเหล่านี้หนักหนาสาหัสมากกว่าการเป็นแค่เรื่องการเมือง

ผู้มีอำนาจชี้้นำในการสร้างวาทกรรมของตลาด คือผู้มีอำนาจในการกำหนดว่าอะไรคือการค้าขาย มีอำนาจในการแทรกแซงวาทกรรมของคนอื่น และกล่าวอ้างวาทกรรมของตนเอง เสี่ยงพูดของชนพื้นเมืองที่บรรยายถึงการเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการค้าของคนภายนอกยังเป็นเสียงที่ไม่มีใครได้ยิน ระบบตลาดโลกไม่เพียงแต่รักษาสมดุลของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ แต่มันยังเต็มไปด้วยวาทกรรมเกี่ยวกับ “ตลาด” ระบบโลกยังสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ทางสังคมระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดในทางมานุษยวิทยาที่นำมาใช้ในงานวิจัยเล่มนี้คือ แนวคิดแบบ Substantive ของ Karl Polanyi ที่เชื่อว่าแนวคิดตลาดสามารถอธิบายได้ในเฉพาะกรณีเท่านั้นไม่จำเป็นต้องสนใจเรื่องการแสวงหากำไรและประโยชน์สูงสุด การตัดสินใจลงทุนและสัดส่วนของปัจเจกบุคคล โดยการอธิบายตลาดแบบกรณีบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมินี้เป็นไปในรูปแบบเฉพาะไม่เหมือนกันตลาดอื่นๆในหลายประเด็น อาทิ การรวมตัวกันของผู้ขาย ลักษณะของตลาด วัฒนธรรมของตลาด รูปแบบของสินค้า ความสัมพันธ์ของคนในตลาด และความสัมพันธ์ของคนกับสินค้า และอื่นๆ ดังจะกล่าวในบทต่อไป

2. งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องตลาดแบกะดินกรณีศึกษาอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ให้ความสำคัญในเรื่องของตลาดและพื้นที่ของตลาด บรรยากาศและการบริโภค รวมทั้งเรื่องราวของสังคมและรัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้องและบังคับให้ตลาดต้องดำเนินไปตามกฎเกณฑ์ต่างๆ ในส่วนของงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ตลาดแบกะดินมีหลากหลายชิ้นงานด้วยกัน ดังนี้

Ing-Britt Trankell⁷ ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการสร้างถนนในชนบทของประเทศลาว ในงานวิจัยเรื่อง “On the road in Laos : An anthropological study of road construction and rural communities” ซึ่งศึกษาวิจัยในชุมชนท้องถิ่นทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ และปฏิสัมพันธ์ทางเพศสภาพในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการศึกษาของนักมานุษยวิทยาชาวสวีเดนในประเทศลาวร่วมมือกับกรมการทางแห่งชาติประเทศลาว

Trankell กล่าวว่า พื้นที่ตลาด (Marketplace) มีความสำคัญมาก โดยกระตุ้นให้หมู่บ้านผลิตสินค้าประเภทจักรสารต่างๆ ออกมาสู่ภายนอกจากเดิมที่เคยผลิตเพียงเพื่อใช้ในครัวเรือน หรือแลกเปลี่ยนกับสินค้าภายในหมู่บ้านเท่านั้น อย่างไรก็ตาม การนำสินค้าออกจำหน่ายจะต้องถูกตรวจสอบมาตรฐาน และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง ก่อนนำเข้าไปยังตลาดกลาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสภาพแวดล้อมและที่ตั้งของศูนย์การค้า ซึ่งก่อนหน้ามีการปฏิรูปเศรษฐกิจ ตลาดมีความเป็นอิสระมากเต็มไปด้วยข้าว และสินค้าทางการเกษตรมากมาย ปัจจุบันจำนวนของกฎข้อบังคับ และการจำกัดการส่งสินค้าระหว่างจังหวัด ถูกจัดการโดยเจ้าหน้าที่รัฐบาล อีกทั้งการแลกเปลี่ยนทางการเงินก็ส่งผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวตัวของสินค้า และคนระหว่างจังหวัด

Bolikhamxai พื้นที่ตลาดแห่งหนึ่งในประเทศลาว มีตลาดที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับตลาดในพื้นที่อื่นที่รัฐบาลจัดให้ ทั้งการออกแบบอาคาร การจัดการเรื่องระบบต่างๆ แต่ลักษณะเฉพาะของตลาดแห่งนี้คือ มีความเป็นชนบทอยู่มาก (Rural Peasant) เช่น สินค้าจากป่าที่ถูกนำลงมาจากภูเขาสูงตั้งแต่เช้า สินค้าบางชนิดถูกขนส่งโดยรถบรรทุกไปยังเวียงจันทน์ด้วย ถึงแม้ว่าตลาด Bolikhamxai จะเป็นตลาดศูนย์กลางของจังหวัด แต่ก็ยังมี Pakxan ซึ่งเป็นตลาดขนาดเล็กใจกลางชนบท ที่จะเปิดในเวลาเพียง 4-5 ชั่วโมงเท่านั้น ซึ่งเป็นบททดสอบที่ดีสำหรับการ

⁷ Trankell, Ing-Britt. “On the Road in Laos” An Anthropological Study of Road Construction and Rural Communities. (White Lotus Co., Ltd. Bangkok, 1999.)

เตรียมตัวไปขายในตลาดใหญ่ ห่างจากพื้นที่ตลาด Pakxan ไม่มาก ก็将与กับ Ban Phon Sai ซึ่งเป็นตลาดริมถนนที่ 13 และเปิดทุกเช้าวันเสาร์ และ Sengsomphoo ที่เปิดทุกเช้าวันพุธ ตลาดทั้ง 2 แห่งนี้มีความจำเป็นต้องพึ่งพาถนนสายหลักในการอยู่รอด การค้าขายเหล่านี้ใช้รถเข็นในการขนส่งสินค้า

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย คือได้กล่าวถึงผลกระทบของการจัดการโดยรัฐบาลที่เข้ามาพร้อมกับการสร้างถนนตัดผ่านหมู่บ้าน กำหนดเขตการค้า และกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ ซึ่งได้ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนในชุมชน และสภาพของตลาด สินค้า และการเคลื่อนตัวของผู้บริโภคที่มีความคล้ายคลึงกับตลาดในประเทศไทย และตลาดแบกะดิน เรื่องของการสร้างถนน และปรับพื้นที่ต่างๆของรัฐ กำหนดพื้นที่ทางเศรษฐกิจและพื้นที่ทางสังคมให้กับชุมชน หากแต่ผลที่เกิดขึ้นตามมาจะแตกต่างกันไปตามปัจจัยแวดล้อม และความเหมาะสม

ฉัตร ชมะวรรณ มุกดาวิจิตร^๑ ได้ศึกษาวิจัยตลาดสดในประเทศเวียดนาม เรื่อง “เล่าเรื่องการจับจ่าย ชีวิตผู้หญิงเวียดนามยุคเศรษฐกิจตลาด” ในลักษณะมานุษยวิทยาของการส่องสะท้อนตัวตน (Reflexive Anthropology) จากประสบการณ์การจับจ่ายของตนเองเมื่อต้องประสบกับการปะทะทางวัฒนธรรม (Culture Shock) ต่อสถานการณ์ ผู้คน และตนเอง โดยพยายามทำความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน จนเข้าใจปฏิสัมพันธ์ที่เห็นในตลาดสดเวียดนาม และเข้าใจในแง่มุมมองทางวัฒนธรรมในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่

เธอได้จำแนกประเภทของตลาดสดในฮานอย 3 ประเภทใหญ่ คือ ตลาดขนาดใหญ่ ชายสินค้าตั้งแต่เช้า มีสินค้าหลากหลาย มีการจัดการเรื่องระบบต่างๆอย่างลงตัว เป็นตลาดเก่าแก่ ตลาดขนาดกลาง มีสินค้าหลากหลายชนิดแต่มีคุณภาพไม่เท่าตลาดขนาดใหญ่ เช่นตลาดแบ็คควา ซึ่งเติบโตขึ้นมาพร้อมกับการเติบโตของชุมชนเมืองมีความสัมพันธ์กับนโยบายและมีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของชุมชน ตลาดขนาดเล็ก เป็นตลาดที่เกิดขึ้นตามตรอกซอกซอยต่างๆ ไม่มีโรงเรือน สินค้าราคาถูก ขายเป็นเวลา มีลักษณะเป็นตลาดชั่วคราว นอกจากนี้ยังมีตลาดที่ขายเฉพาะอย่าง ตลาดค้าส่ง และตลาดนัดด้วย

สินค้าในตลาดแบ็คควาลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม คือ การค้าขายไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่เป็นสถานที่ผลิตซ้ำ (Reproduce) วัฒนธรรมการกินอยู่ เช่นเรื่อง

^๑ ฉัตร ชมะวรรณ มุกดาวิจิตร, รหัสทางวัฒนธรรมของการจับจ่าย: เล่าเรื่องการค้าขาย ชีวิตผู้หญิง และสังคม ในตลาดสดแบ็คควา-ฮานอย (อ้างถึงในสมรภัทร์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549. ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน). กรุงเทพฯ)

รสชาติแบบท้องถิ่นที่ผู้ขายเสนอให้ผู้ซื้อผ่านเครื่องปรุงต่างๆแล้ว ยังผลิตซ้ำความเชื่อเรื่องการบูชาบรรพบุรุษการไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การแลกเปลี่ยนทางสังคม ตลอดจนแบ่งแยกและความภูมิใจในชนชาติและท้องถิ่นของตนเอง

ราคาสินค้า ไม่ได้มีการตั้งราคาตายตัวขึ้นอยู่กับช่วงจังหวะของการต่อรองระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อไม่ได้ใส่ในราคากลางมากนัก เป็นการแสวงหาความพอใจร่วมกันสองฝ่ายไม่ได้สื่อสารบนแง่มุมทางเศรษฐกิจเสมอไป แต่เป็นแง่มุมทางวัฒนธรรม

ตลาดสดในเวียดนามปัจจุบันจึงเป็นภาพการซ้อนทับกันของค่านิยมแบบสังคมนิยม ทุนนิยม และระบบขงจื้อ ลักษณะของสินค้าและปฏิสัมพันธ์ในตลาดสด ความสัมพันธ์ระหว่างแม่ค้าและลูกค้า การต่อรองและการตั้งราคาจึงเป็นผลของการปะทะของวาทกรรมและการเปลี่ยนผ่านทางประวัติศาสตร์ พร้อมๆกับการมุ่งหารายได้ และการประหยัดเงินเพื่อเลี้ยงครอบครัว งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย คือ การนำเสนอภาพลักษณ์ของตลาดในแนวทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ อีกทั้งการจำแนกขนาดของตลาดตามจำนวนและการจัดการภายในตลาดเอง รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้า และผู้ซื้อซึ่งมีรหัสทางวัฒนธรรมและความเป็นชาตินิยมซ่อนเร้นอยู่

อำนาจการต่อรองของกลุ่มแม่ค้าในตลาด การเชื่อมโยงตลาดกับอำนาจและศีลธรรม ตามแนวคิดของ คาร์ล โปแลนด์ ที่เห็นว่า สังคมยุโรปหลังปฏิวัติอุตสาหกรรม ระบบตลาดมีบทบาทแทนที่ระบบศีลธรรมเดิม ตลาดสมัยใหม่ปฏิเสธระบบศีลธรรมเดิมในเรื่องประโยชน์ของสังคม⁹ ในระบบตลาดเสรีที่มีการแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง มีการตั้งราคาตายตัว (fixed prices) เมื่อจ่ายเงินแล้ว ความสัมพันธ์ก็สิ้นสุดลง ไม่มีพันธะในการพึ่งพากัน (reciprocity) อีกต่อไป ตลาดจึงเป็นสนามประลองในเชิงอำนาจผ่านค่านิยมทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ การครอบงำเชิงวัฒนธรรมในการตลาด มีอำนาจในการกำหนด “ความเป็นอื่น” ในวาทกรรมการค้าด้วย

มิคาอิล บัคติน¹⁰ ได้เสนอว่า ตลาดเป็นสถานที่อภิสิทธิ์ มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการต่อต้านวาทกรรมอำนาจนำ (Anti-hegemonic discourse) ตลาดเป็นสถานที่ที่เผชิญหน้ากับแรงกดดันทางสังคมสองด้านด้วยกัน ด้านหนึ่งคือเรื่องของระบบชนชั้นและโครงสร้างทางสังคม และ

⁹ George Dalton (ed), *Primitive, Archaic and Modern Economies : Essays of Karl Polanyi* (New York: Anchor Book, 1986.)

¹⁰ M. Bakin, *Rabelais and His World* (Bloomington : University of Indiana Press, 1984) อ้างถึงใน (อ้างถึงในสมรภัทร์ ชัยสิงห์ กานานนท์, 2549. ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน). กรุงเทพฯ)

อีกด้านคือการจัดระเบียบของรัฐ ดังนั้น ตลาดจึงเป็นที่ซึ่งสัมพันธ์กับอำนาจ เป็นพื้นที่กลางที่อำนาจทางการเมืองส่งผ่านค่านิยมของรัฐไปยังประชาชน (ในรูปแบบของการจัดระเบียบพื้นที่ จัดระเบียบการวางสินค้า ตรวจสอบคุณภาพสินค้า กำหนดราคา และเก็บภาษี) แต่ในขณะเดียวกัน ตลาดก็เป็นพื้นที่ที่เปิดให้เกิดการต่อรอง และต่อต้านอำนาจที่เหนือกว่า ผ่านทางการนินทา การพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสาร และการแสดงออกอย่างอิสระของผู้คนที่มาตลาด เพื่อหลบเลี่ยงความจริงที่ถูกจัดระเบียบไว้

เกียรติ จิวะกุล¹¹ กล่าวไว้ตอนหนึ่งเกี่ยวกับตลาดในประเทศไทยว่า ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามกาลเวลาและวิวัฒนาการของเมือง ตลาดซึ่งเป็นแหล่งบริการสินค้าที่เป็นอาหารการกินประจำวันและเครื่องใช้ไม่สอยต่างๆ ของกรุงเทพฯ มีวิวัฒนาการไปตามการขยายตัวของการตั้งถิ่นฐาน โดยครั้งแรกจะเป็นการค้าขายโดยพายเรือ หรือตลาดริมแม่น้ำลำคลองที่มีบ้านเรือนหนาแน่น และเปลี่ยนแปลงจากลักษณะของตลาดนัดมาเป็นตลาดถาวร บริเวณริมคลองที่สำคัญๆ ต่อมาการตั้งถิ่นฐานขยายตัวห่างไกลจากแม่น้ำลำคลองมากขึ้นทุกที ตลาดและร้านค้าจึงปรากฏหนาแน่นตามริมถนนและกระจุกตัวเป็นย่านการค้าที่สำคัญๆ ดังที่เห็นกันอยู่ปัจจุบัน ส่วนรูปแบบการค้าขายก็เปลี่ยนแปลงไปมาก จากเรือเร่ในลำคลองเป็นหาบเร่และแผงลอยริมถนนและแผงลอยในตลาด จากห้างร้านในสมัยรัชกาลที่ 4 และ 5 ได้เปลี่ยนแปลงเป็นศูนย์สรรพสินค้าขนาดใหญ่ และตลาดสดก็เปลี่ยนจากตลาดเปิดโล่งเป็นการรวมตัวของแผงสินค้านานาชนิดภายใต้หลังคาเดียวกัน และถูกล้อมรอบด้วยตึกแถวที่เกิดแทรกขึ้นมาติดถนนทั่วไป พร้อมทั้งมีหาบเร่แผงลอยเป็นส่วนประกอบสำคัญของตลาด

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย คือ การอธิบายเรื่องพื้นที่ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพทางสังคม และสภาพทางภูมิศาสตร์ ซึ่งสรุปได้ว่า ถึงแม้รูปแบบของตลาดจะเปลี่ยนแปลงไปมากมายเพียงใด ก็ไม่ได้สำคัญเทียบเท่ากับความสัมพันธ์ของคนในตลาด และสินค้าที่ขาย

Rob Shields¹² อธิบายว่า ซ็อบปี้งเป็นกระบวนการปฏิบัติทางสังคมในการสำรวจและเที่ยวชมเช่นเดียวกับการท่องเที่ยว กระบวนการนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการเดินเล่นในเวลาว่างที่ระยะเวลาถูกขยายออกไป เป็นการเดินดูร้านค้าต่างๆ จำนวนหลายสิบร้าน ลักษณะของการเดิน

¹¹ เกียรติ จิวะกุล และคณะ , ตลาดในกรุงเทพฯ : การขยายตัวและพัฒนาการ . (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2525.)

¹² Rob Shields, "The Individual, Consumption Culture and the Fate of Community" .in Lifestyle Shopping : The Subject of Consumption (London: Routledge. 1992.)

ซื้อแบบนี้เป็นการซื้อที่ไม่มีความหมาย หรือเป็นการซื้อด้วยอารมณ์ความรู้สึกของความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองโดยสมบูรณ์ การช้อปปิ้งแบบนี้จะใช้เวลาว่างด้วยการเดินดูสิ่งของที่จัดวางไว้หน้าร้านไปเรื่อยเรื่อย โดยไม่มีจุดหมาย การช้อปปิ้งแบบ “แค่มอง” นี้ถือว่าเป็นการซื้อที่ไม่มีเหตุผล การทำตามฝูงชนในพื้นที่ “สาธารณะ” (the crowd practice of these ‘public’ space) องค์ประกอบที่สำคัญของการซื้อ คือ เป็นการซื้อที่เร่งรีบ เป็นการหยุดอิสระแห่งการเลือกในพื้นที่ของคนที่เป็นผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเสียใจในเวลาต่อมาที่ได้ด่วนตัดสินใจซื้อ

ช้อปปิ้งอาจหมายถึงการซื้อ แต่ก็เป็นการซื้อที่ต่างออกไป Shields กล่าวว่า แม้ นักช้อป (Shopper) กับผู้ซื้อ (a purchaser) จะเหมือนกันแต่ก็มีอยู่บ่อยๆ ที่การช้อปปิ้งไม่เกี่ยวข้องกับ การซื้อ (purchase) นักช้อปบางคนอาจเดินเล่นในเวลาว่าง ดูอะไรไปเรื่อยเรื่อย โดยไม่ตั้งใจจะซื้อสิ่งใดโดยเฉพาะ (browse)

พื้นที่พักผ่อนและพื้นที่บริโภคมาซ้อนทับกันเป็นลักษณะของวัฒนธรรมการบริโภคหลังยุคสมัยใหม่ (post-modern) Shields กล่าวว่า ปัจจุบันความหมายของพื้นที่การบริโภคแบบใหม่มีได้อยู่ที่กิจกรรมทางสังคมและปฏิบัติเชิงพื้นที่ (spatial practice) แต่อยู่ที่การจับคู่กันของการปฏิบัติกับพฤติกรรมที่ในอดีตเคยแยกจากกัน การจับคู่นี้ถูกกำหนดด้วยรูปทรงพื้นที่แบบใหม่ (a new spatial form) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกิจกรรมเวลาว่างกับกิจกรรมการบริโภคที่แต่ก่อนเกิดขึ้นในพื้นที่ต่างกัน ปฏิบัติในเวลาต่างกัน และกระทำโดยคนที่ต่างกัน

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย คือ แสดงให้เห็นมุมมองที่แตกต่างออกไปจากการศึกษาเรื่องการบริโภค การท่องเที่ยวและการพักผ่อนในพื้นที่ที่เต็มไปด้วยสินค้าและข้าวของต่างๆ ทำให้คนที่อยู่ในตลาดเกิดอารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างออกไป

Kevin Hetherington¹³ ได้กล่าวถึงงานเทศกาลที่สโตนเฮนจ์ จากบทความเรื่อง “Stonehenge and its Festival: Spaces of Consumption” ว่าบรรยากาศในพื้นที่แห่งนี้ก่อให้เกิดความรู้สึกของงานคาร์นิวัล ความตื่นเต้นที่อยู่นอกเหนือการควบคุม และการหวนกลับมาของความเชื่อเทพเจ้าสมัยโบราณภายในความเชื่อ “ยุคใหม่” (the ethos of the “New Age”) งานเทศกาลไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ที่คนจำนวนมากมารวมตัวกันในช่วงเทศกาลเป็นเวลาหลายสัปดาห์เท่านั้น แต่ยังเป็นตลาดสำหรับนักเดินทางยุคใหม่ด้วย ณ ที่แห่งนี้ นักเดินทางสามารถหาเงิน พบปะเพื่อนเก่า หรือคนคุ้นเคย แลกเปลี่ยนเรื่องราว เล่าเรื่องในอดีตและเข้าร่วมเทศกาล สโตนเฮนจ์เป็นทั้ง

¹³ Hetherington Kevin, “Stonehenge and its Festival: Spaces of Consumption.” *Life style Shopping: The Subject of Consumption*. Edited by Rob Shields. (London: Routledge, 1992.)

งานคาร์นิวัล และตลาด ที่มีสภาวะเป็นเขตพื้นที่ชายขอบหรือพื้นที่กำกวม (a liminal zone) การแปรสภาพของพื้นที่หรือชายขอบของสตोनเฮนจ์ไม่ได้อยู่ที่พิธคาร์นิวัลหรือบูชาเทพเจ้าตามความเชื่อโบราณ แต่นัยสำคัญของการเป็นพื้นที่ชายขอบอยู่ที่กิจกรรมการค้า ซึ่งความหมายของมันเริ่มเปลี่ยนไปในพื้นที่ชายขอบ

สตोनเฮนจ์ในฐานะที่เป็นเทศกาลแห่งการบริโภคได้แสดงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไปไกลเกินกว่าจะคาดคิดหรือยอมรับได้ (a lifestyle of excess) กิจกรรมชั่วคราวทางสังคมถูกแสดงผ่านงานเทศกาล นักเดินทางและคนที่ไปงานเทศกาลไม่ได้เฉลิมฉลองรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชายขอบด้วยสิ่งที่พวกเขาบริโภค แต่พวกเขาเฉลิมฉลองด้วยการสลับกลับด้าน (the inversions) และด้วยพิธีกรรมของเทศกาล การบริโภคภายใต้สภาวะเหล่านี้เป็นการปฏิบัติ/การกระทำของรูปแบบการดำเนินชีวิต (an enactment of lifestyle) โดยมีสถานที่แห่งหนึ่งเป็นเวทีแห่งการแสดง (the dramaturgical stage) การกระทำบนพื้นที่แห่งนี้มีบทบาทสองด้านคู่กัน คือหนึ่ง การปฏิบัติที่ยึดถืออัตลักษณ์และความเป็นหนึ่งเดียวร่วมกัน (identity and solidarity) และสอง การกระทำนี้เป็นเครื่องมือในการสร้างระยะห่างจากการทำตามตารางชีวิตประจำวัน และสิ่งที่มีนัยสำคัญต่อบทบาททั้งสองด้าน คือ พื้นที่แห่งการกระทำ (the spatiality of the enactment) ดังนั้น พื้นที่พักผ่อนจึงกลายเป็นเวทีแห่งการแสดง ที่หลุดพ้นจากการกระทำตามตารางประจำวัน (the routines of every days)

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย คือ บริบทและสภาพแวดล้อมต่างๆ รอบตัวเรา ทำให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วมในบรรยากาศของพื้นที่ที่นั่นได้อย่างน่าอัศจรรย์ เกิดการพบปะผู้คนมากมาย เป็นการเปิดโลกทัศน์ และทำให้ความรู้สึกเป็นอิสระ และเกิดการผ่อนคลาย

วสันต์ ปัญญาแก้ว จากหนังสือเรื่อง ชีวิตข้างถนน¹⁴ กล่าวว่า ที่มาของผู้ประกอบอาชีพข้างถนน ส่วนใหญ่มักย้ายถิ่นฐานมาจากอำเภอรอบนอก และจังหวัดใกล้เคียงจนไปถึงภูมิภาคอื่นๆ และเขตชายแดนของประเทศไทย พวกเขามักเข้ามาจับจองพื้นที่ว่างข้างถนน หรือไม่กี่พื้นที่ ที่ขอเช่าจากผู้เป็นเจ้าของ บางรายอาจใช้รถเข็น หรือร้านรถยนต์เคลื่อนที่ได้ ที่ประกอบดัดแปลงขึ้นมาเพื่อการทำมาหากินในเมืองนี้โดยเฉพาะ หลายคนอาจมองพวกเขาด้วยสายตาขุ่นเคือง เนื่องจากการทำมาหากินของพวกเขานั้น ถูกมองว่าเป็นที่มาของความวุ่นวาย ไร้ระเบียบ

¹⁴ วสันต์ ปัญญาแก้ว. ชีวิตข้างถนน: การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาว่าด้วยผู้ชมโทรทัศน์ยามค่ำคืน บนถนนสายหนึ่ง ในเมืองเชียงใหม่. (คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2543)

แบบแผน และปัญหาการจราจรติดขัด อย่างไรก็ตาม นี่ก็คือรูปธรรมด้านหนึ่ง ของการช่วงชิง “พื้นที่” และผลประโยชน์จากผลพวงของกระบวนการทำให้เชียงใหม่กลายเป็นสินค้า

นักวิชาการหลายท่านมักกล่าวว่า ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงเติบโตที่เกิดขึ้นใน สังคมเมืองอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากนโยบายการพัฒนาของรัฐ ได้ทำให้ความเป็นชุมชนดั้งเดิมถูก ทำลายล่มสลายลงไปเสียหมดสิ้น และบางท่านก็กล่าวว่า บน “พื้นที่พิเศษ” แบบใหม่ที่เกิดขึ้นใน เขตเมือง เช่น บนถนนหลายสายในเมืองเชียงใหม่ นั้น หากได้มีความสัมพันธ์ทางสังคมใดๆ ไม่ นอกจากความสัมพันธ์เชิงพานิชย์¹⁵ แต่वंสันต์ ไม่เห็นด้วย เพราะเมื่อเขาศึกษาเรื่องราวของถนน เส้นนี้ พบว่าสิ่งที่ช่วยให้ผู้คนพบบนพื้นที่พิเศษ เช่น ถนนสายนี้สามารถจัดการกับปัญหาความไม่ มั่นคง และดำรงชีวิตอยู่ในเมืองแห่งนี้ได้ก็คือ การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมนั่นเอง เป็นไปได้ว่าที่ใดมีปัญหา เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมแบบที่เรียกกันว่า “ชุมชน” จะถูก สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ได้

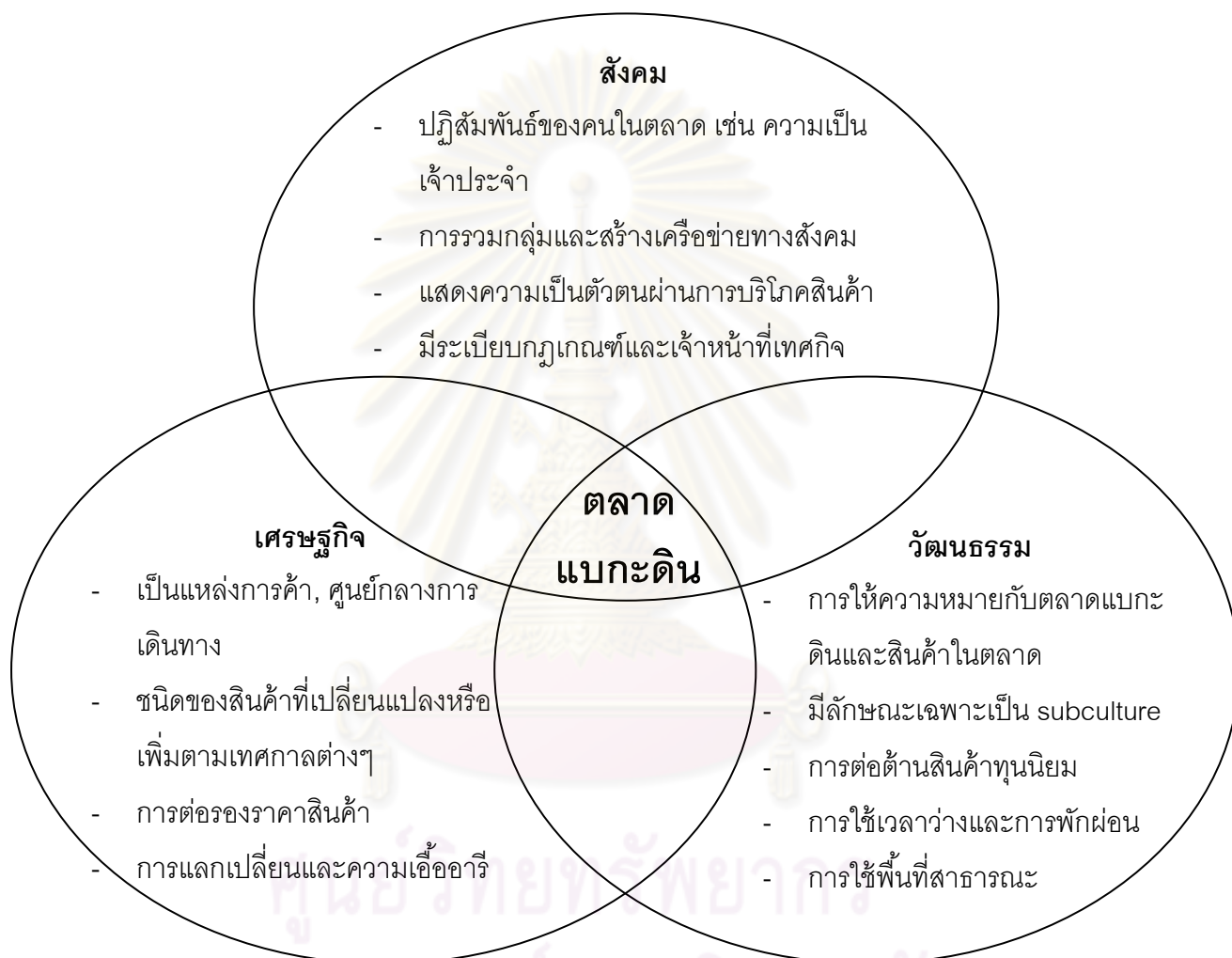
กรณีศึกษา ตลาดแบกะดิน บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ มีการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นมิตร ทุกคนเป็นเพื่อนและรู้จักกัน เพียงแต่อาจจะสนิทมากขึ้นแล้วแต่ปฏิสัมพันธ์ และมนุษย์สัมพันธ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งตลาดแห่งนี้ มีการรวมตัวขึ้นเอง จากการพูดคุย แลกเปลี่ยน ทำศนคติ เหตุผลความจำเป็นเรื่องข้อจำกัดด้านพื้นที่ และช่วงเวลา อีกทั้งความสะดวกส่วนบุคคล จึงเกิดตลาดที่มีความลงตัวของทุกฝ่าย อันเนื่องมาจากการมีสังคม ในเมืองที่มีความผูกพันแบบ ปฐมภูมินี้อย่าง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹⁵ อรรถจักร สัตยานุรักษ์. เชียงใหม่ 700 ปี. สารคดี. ปีที่ 12 ฉบับที่ 235 (พฤษภาคม) 2539: 120-121.

3. กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมากำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย เพื่อทำการศึกษาวิจัยเรื่องตลาดแบกะดินได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เศรษฐกิจ สังคัมและวัฒนธรรมในตลาดแบกะดิน

ตลาดแบกะดิน เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์กันทางเศรษฐกิจ สังคัมและวัฒนธรรมของคนในตลาด ที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างแยกจากกันไม่ได้ การรวมกลุ่มกันของผู้ผลิต ผู้ค้าและผู้บริโภค ทำให้เกิดตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ และโดดเด่นกว่าตลาดอื่นๆ ทั้งเรื่องของสินค้าที่หาไหนไม่ได้ บรรยากาศที่น่าตื่นตาตื่นใจของตลาดลอยฟ้า ตลาดมีทั้งความอิสระและกฎเกณฑ์อย่างหลวมๆที่ผู้คนในตลาดเห็นอกเห็นใจกัน เป็นความสัมพันธ์ที่หาได้ยากยิ่งในเมืองใหญ่

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการวิจัยไว้ดังนี้

1. เป็นการวิเคราะห์ถึงเหตุและปัจจัย ของกระบวนการเกิดขึ้นของตลาดแบกะดิน ในพื้นที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ความเป็นศูนย์กลางการเดินทางภายในและภายนอกเมืองหลวง
2. ศึกษาความสัมพันธ์ของคนในตลาด ทั้งพ่อค้าแม่ค้า ผู้ซื้อ และคนที่เกี่ยวข้องในตลาด ปฏิสัมพันธ์กันอย่างไร โดยอธิบายตามแนวทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ
3. ค้นหา และทำความเข้าใจความหมายของสินค้าในทางเศรษฐกิจและสังคมตามความเข้าใจของบุคคลแต่ละประเภท

โดยการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูล เป็นไปในแนวทางของนักมานุษยวิทยา คือผู้วิจัยจะสวมหมวก 2 ใบ ลงพื้นที่ใน 2 บทบาท คือ เป็นทั้งผู้ผลิตและขายสินค้าแบกะดินในตลาด เพื่อสร้างความสนิทสนมกับผู้ค้า และสามารถเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก เหตุผลและความจำเป็นในการค้าขายลักษณะนี้ในบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และเป็นทั้งผู้วิจัยที่คอยสังเกตพฤติกรรมของผู้คนที่เกี่ยวข้องในตลาด เช่น ผู้ค้าอื่นๆ ลูกค้า เทศกิจ และคนที่พักผ่อนบนสะพาน อีกทั้งบรรยากาศของช่วงเวลาต่างๆใน 1 วันเมื่อมีตลาด และไม่มีตลาดอีกด้วย

1. ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ตลาดแบกะดิน ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยภาคสนาม (Field Work Research) ควบคู่กันไป โดยใช้ตัวนักวิจัยเป็นเครื่องมือหลัก ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยปราศจากอคติ จะให้ความคิดเห็นของ ผู้ที่ให้ข้อมูล (Key informants) เป็นสำคัญ อีกทั้งดำเนินการวิจัยแบบอุปนัย (Inductive research) คือการศึกษาวิจัยที่เริ่มต้นจาก สิ่งที่น่าพิศวงน่าสงสัยในเรื่องของพื้นที่ตลาด เพื่อโยงไปสู่ สิ่งอื่นที่มีอยู่ทั่วไปในเรื่องของการค้าขายแบบแบกะดิน เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ขึ้นมาจากพื้นที่ที่ศึกษา คือ บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิที่มีลักษณะเฉพาะโดยเป็นศูนย์กลางด้านการเดินทางของกรุงเทพมหานคร และเป็นศูนย์กลางการค้าขายในรูปแบบต่างๆหลากหลาย ในการวิจัยนี้เป็นการอธิบายสภาพของพื้นที่ตลาดในช่วงเวลากลางคืน เพื่อทำการทดสอบปรับปรุง

พัฒนา ให้เหมาะสมและอาจนำไปอธิบายตลาดในลักษณะอื่นๆในช่วงเวลาเดียวกันได้ เพราะการออกแบบการวิจัยนี้มีความยืดหยุ่น และสามารถปรับได้ตามสภาพความจำเป็น

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการรวบรวมความคิดเห็นของคนในตลาดแบกะดิน บริเวณสะพานลอยคนเดินข้ามเชื่อมต่อนรถไฟฟ้า BTS อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ช่วงเวลา 22.00-01.00 น. ของทุกวัน ประมาณ 2 ปี มีผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่

1. ผู้ผลิต และผู้ขายสินค้าในตลาดแบกะดิน
 - สํารวจทั้งหมดจำนวน 20-30 ร้าน
 - สัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม จำนวน 3 กลุ่มผู้ค้า
 - สัมภาษณ์แบบเจาะลึกจำนวน 2 ร้าน
2. ผู้บริโภคในตลาดแบกะดิน
 - คนสัญจรผ่านไปมา และลูกค้าชาจร จำนวน 2 ราย
 - ลูกค้าประจำที่มีความสัมพันธ์กับผู้ขายและตัวสินค้าอย่างต่อเนื่อง จำนวน 2 ราย

3. เทคนิคและแนวคำถามที่ใช้เก็บข้อมูล

1. การสังเกต (Observation)

เทคนิคนี้ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวมของตลาด เพื่อตั้งสมมติฐานเบื้องต้นในการวิจัย และจับบันทึกภาคสนาม เช่น อะไรที่ทำให้คือสินค้า หรือจำนวนผู้ค้าการเปลี่ยนแปลงตามเทศกาลต่างๆในเวลา 1-2 ปี ช่วงเวลาเลิกปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจในแต่ละวัน และ/หรือแต่ละชุด (มีการผลิตเปลี่ยนชุดของเจ้าหน้าที่ประมาณเดือนละ 1 ครั้ง)

2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation)

เทคนิคนี้ผู้วิจัยใช้กับผู้ขาย หรือผู้ผลิตบางคนโดยผู้วิจัยใช้การสังเกตโดยเข้าไปเป็นลูกค้า พุดคุย และสอบถามข้อมูลเบื้องต้น ชวนคุยแบบแสดงความต้องการขายในลักษณะนี้

บ้าง และเมื่อมีโอกาสก็ช่วยขายบ้าง ขวนคุยไปบ้าง และจดบันทึกภาคสนาม เช่น ความสัมพันธ์ของผู้ค้า การรวมกลุ่มของสินค้าที่แตกต่างกัน การแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

3. การสัมภาษณ์ (Interview)

เทคนิคนี้ผู้วิจัยใช้กับลูกค้า และผู้สัญจรบริเวณสะพานลอยในช่วงเวลาตลาดแบกะดินช่วงดึก เพราะบางคนเร่งรีบทำให้การมีเวลาเล็กน้อยที่จะพูดคุย แลกเปลี่ยนทัศนะ เช่น มากับใคร ตั้งใจมาเดินหรือผ่านมา พักที่ไหน สนใจสินค้าประเภทไหน เลือกรื้ออะไร ราคาเท่าไร ต่อรองหรือไม่ ความรู้สึกที่มีต่อตลาดแบกะดินบนสะพานลอยเป็นอย่างไร และถ้ามีโอกาสจะมาเดินตลาดแห่งนี้อีกหรือไม่ เป็นต้น

4. การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview)

เทคนิคนี้มีความสำคัญมากในการวิเคราะห์ และตีความการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะสามารถเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ เพราะการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้จะเน้นให้ผู้ให้ข้อมูลแสดงทัศนคติออกมาเอง อย่างเป็นธรรมชาติ และผู้วิจัยคอยสังเกตพฤติกรรม วิเคราะห์อารมณ์ ความรู้สึกเมื่อผู้ให้ข้อมูลเล่าเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้วสีหน้า ท่าทางเปลี่ยนไป การสัมภาษณ์นี้จะไม่มีการสร้างคำถามที่แน่นอนตายตัว เพียงถามไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อทำให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นมาก เช่น รู้สึกอย่างไรกับการค้าขายแบบแบกะดิน ถ้าลูกค้า ต่อรองราคาให้ได้เท่าไร ต้นทุนการผลิตขึ้นอยู่กับอะไรบ้าง ไปหัดทำ หรือเรียนทำสินค้าตัวนี้มาจากไหน เป็นต้น โดยผู้วิจัยต้องของอนุญาตบันทึกไปด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน รวมทั้งคำศัพท์เฉพาะกลุ่มที่ใช้ หรือคำย่อต่างๆ ต้องตีความตามความหมายเดียวกับผู้ให้ข้อมูลด้วย โดยเทคนิคมีวิธีการในการได้มาซึ่งข้อมูล คือ การแฝงตัวเข้าไปเป็นกลุ่มผู้ค้าและผลิตสินค้าหัตถกรรม เพื่อความไว้วางใจในการให้ข้อมูลของแม่ค้าพ่อค้าในตลาด

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. บันทึกภาคสนาม (Field Note)
2. ตัวผู้วิจัยเอง มีบทบาทในฐานะผู้ค้าคนหนึ่งในตลาด
3. อุปกรณ์อื่นๆ ในการบันทึกข้อมูล เช่น สมุดโน้ต ที่บันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) ซึ่งเป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งการพรรณนา การตีความหมาย ของกลุ่มคน รวมถึงระบบทางสังคม หรือทางวัฒนธรรม ที่ผู้ศึกษา มีจุดมุ่งหมาย เพื่อทำความเข้าใจแบบแผนพฤติกรรมทางสังคม วัฒนธรรม ขนบประเพณี รวมไปถึงวิถีชีวิต ของกลุ่มคนในสังคมนั้น ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งเอกสาร และการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการเชิงพรรณนา (Descriptive Analytical Approach)

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์จากเอกสาร (Documentary)

เมื่อตั้งหัวข้อและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยแล้ว ก็เริ่มศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และค้นคํางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำความรู้ที่ได้มาตั้งสมมติฐานเบื้องต้นจำนวนมาก

จากการรวบรวมจากเอกสารดังกล่าว สรุปได้แนวคิด และทฤษฎีทางมานุษยวิทยา เช่น ทฤษฎีมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ แนวคิดเรื่องตลาด และวัฒนธรรมเมือง อีกทั้งยังประยุกต์ใช้แนวคิดจากศาสตร์อื่นๆด้วย เช่น สถาปัตยกรรมว่าด้วยเรื่องพื้นที่สาธารณะ

ผู้วิจัยศึกษาพื้นที่ ความสำคัญ และเหตุจำเป็นการการก่อตัวของตลาดในบริเวณพื้นที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สังเกตด้วยตนเองเป็นเวลาประมาณ 1 อาทิตย์ เพื่อดูความเคลื่อนไหว เวลาที่เหมาะสม วันที่คนในตลาดจะมากที่สุด จากการสังเกตสนามทำให้ได้สมมติฐานจำนวนมาก เพื่อประกอบการวางแผนงาน ลงพื้นที่ และตั้งข้อคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ อีกทั้งการสังเกตยังสามารถตั้งข้อสังเกตเบื้องต้นได้ว่า ร้านใดที่ขายมานาน เป็นที่รู้จัก และเครือข่ายทางสังคมในตลาดเป็นอย่างไร ทำให้กำหนดได้คร่าวๆว่า ใครหรือร้านใดที่ควรไปเข้าไปทำการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึก

2. วิเคราะห์จากบันทึกภาคสนาม (Field Note)

วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) จากที่ผู้วิจัยทำการสำรวจพื้นที่ สังกัดอย่างมีส่วนร่วม (เป็นทั้งลูกค้า และผู้สัญจร) เป็นระยะเวลามากกว่า 1 เดือน ทำให้ได้ข้อมูลเพียงพอต่อการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) โดยใช้การบันทึกเสียง เพื่อความถี่ในการสนทนา ซึ่งเสียงที่บันทึกจะถูกนำมาถอดทุกถ้อยคำ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์อย่างละเอียด

นำความรู้และข้อค้นพบที่ได้มาวิเคราะห์โดยอิงแนวคิดทฤษฎีทางมานุษยวิทยา เศรษฐกิจเป็นหลัก เพื่อให้สะท้อนความเป็นจริงของระบบเศรษฐกิจ และพฤติกรรมการผลิต บริโภค และจัดจำหน่ายที่เกิดขึ้นในสังคมเมือง อย่างไม่เป็นทางการ ที่ไม่มีการจัดตั้ง มีแต่การรวมตัวกันเองด้วยความยินยอม สัมผัสใจของทุกฝ่าย และด้วยความเป็นธรรมชาติของการเกิดขึ้นมาของตลาดแบกะดินนี้เอง ทำให้ตลาดเป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งทั้งจากผู้บริโภค และผู้สัญจร ยามค้าคืนต่อไป

เมื่อเตรียมเนื้อหาสาระให้ครอบคลุมทั้ง กระบวนการวิจัย ข้อมูลที่รวบรวมได้ ผลการวิจัย และการตีความผลการวิจัย ตรวจสอบข้อมูล ความถูกต้องตามทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ แล้วรวบรวมมาเขียนรายงานการวิจัย ซึ่งต้องอาศัยความชัดเจน รัดกุม และถูกต้อง ที่สำคัญคือ การตอบปัญหาวิจัยได้ครบถ้วน และความต่อเนื่องของข้อมูล โดยเฉพาะการวิจัยเชิงชาติพันธุ์ที่เน้นการเล่าเรื่อง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4 ตลาดแบกะดิน

ในบทนี้จะกล่าวถึงสภาพทั่วไปของพื้นที่ตลาดแบกะดิน บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ประกอบกับการแสดงแผนที่ และภาพถ่ายเพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญในการเลือกพื้นที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเป็นพื้นที่ศึกษาตลาดแบกะดิน นอกจากนี้ยังจะอธิบายกระบวนการเกิดตลาดแบกะดิน ลักษณะของตลาดแบกะดินในปัจจุบัน และบรรยากาศโดยรวมของตลาดแบกะดิน

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสนาม

อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ (Victory Monument) ถือเป็นจุดหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นจุดศูนย์กลางการคมนาคมอย่างเช่น จุดต่อรถโดยสารสาธารณะหลายสาย หรือรถไฟฟ้า BTS และยังเป็นแหล่งรวมรถตู้โดยสารเอกชน ทั้งประจำทางและไม่ประจำทาง เดินทางภายในกรุงเทพและปริมณฑล และระหว่างอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิไปยังต่างจังหวัด จำนวนหลายจังหวัด นอกจากนี้ เรายังนับอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเป็นกิโลเมตรที่ 0 ของถนนพหลโยธินด้วย

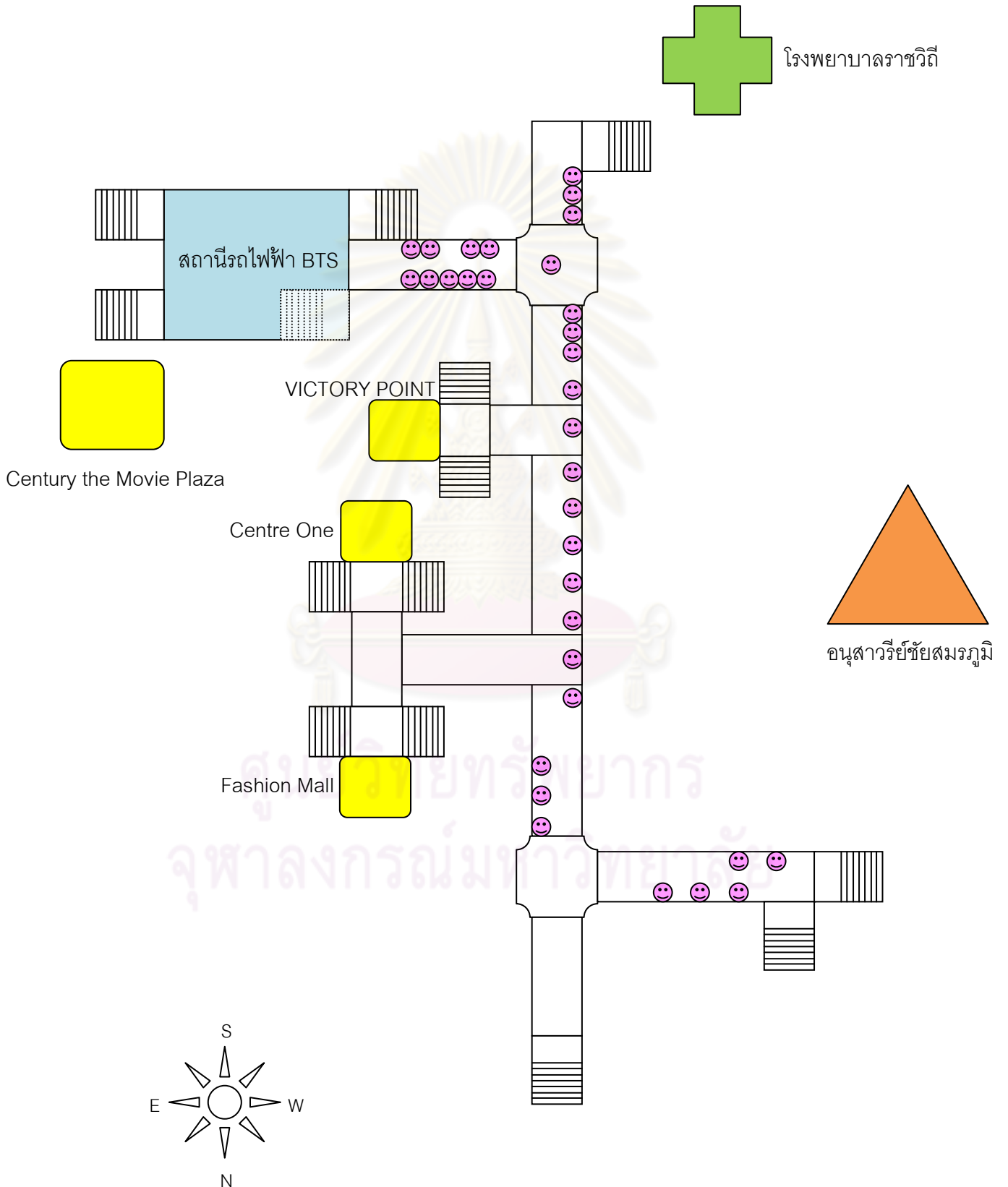
การก่อสร้างอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์กรณีพิพาทระหว่างไทย กับอินโดจีนของฝรั่งเศส ในปีพ.ศ. 2483 ทำให้มีการก่อสร้างเพื่อจารึกชื่อผู้สละชีพเพื่อชาติจากสงครามต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2483-2497 รวม 801 นาย โดยตัวอนุสาวรีย์สูงจากพื้นดิน 50 เมตร เป็นรูปดาบปลายปืน 5 เล่ม ที่ฐานดาบปลายปืนมีรูปปั้น

ดังนั้น อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิจึงมีความได้เปรียบในการตั้งอยู่ใกล้แหล่งผู้บริโภค ดังเห็นได้จาก การมีร้านค้าขนาดเล็กและการค้าหาบเร่แผงลอย แบกะดินจำนวนมากตั้งอยู่ในบริเวณโดยรอบ ธุรกิจการค้าส่วนใหญ่เป็นการค้าหาบเร่แผงลอย จึงเป็นตัวขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจของย่านการค้าอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมินี้เติบโตขึ้นมาตลอด¹⁶

¹⁶ สมภูมิ แสงกุล, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการในการค้าหาบเร่แผงลอย กรณีศึกษา : ย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ.

โครงการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการในระดับรากหญ้า (คณะวิทยการการจัดการ มหาวิทยาลัย.

ภาพที่ 2 แผนที่ของตลาดแบกะดิน และบริเวณโดยรอบ



สัญลักษณ์ต่างๆในแผนที่



หมายเหตุ

พื้นที่ของตลาดคือ บริเวณบนสะพานลอย ในส่วนของพื้นที่เขตรับผิดชอบของ สถานีรถไฟฟ้า BTS อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ซึ่งมีการขายสินค้า การแจกใบปลิว ขอทาน และอื่นๆ บน สะพานลอย บริเวณทางเชื่อมต้อรถไฟฟ้า BTS แห่งนี้ผิดกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติการรักษา ความสะอาด พ.ศ. 2535 ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีเจ้าหน้าที่เทศกิจควบคุมกับกับ คูแลห้ามมิให้ขายสินค้า หรือแจกใบปลิวใดๆ บริเวณนี้ ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ตลาดต้องเริ่ม เปิดตลาดขายสินค้ากันในเวลาตีๆ ประมาณ 22.00 น. หลังจากเจ้าหน้าที่เทศกิจเลิกการปฏิบัติ หน้าที่ และเมื่อมีผู้คนสัญจรบางตาลงพอสมควร

2. ลักษณะของตลาดแบกะดิน

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ให้ความสำคัญกับการอธิบายความหมายของตลาดแบกะดินในมุมมองของคนในตลาดเป็นหลัก การถ่ายทอดจึงเน้นคำพูด และการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดแบกะดินเป็นสำคัญ เกิดแนวความคิด และการให้ความหมายของพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ที่ว่างเปล่าเมื่อเวลาที่ไม่มียตลาด แสดงออกถึงความต้องการพื้นที่ทางสังคม ความต้องการส่วนเติมเต็มในชีวิตที่ขาดหายไปผ่านออกมาโดยการรวมตัวอย่างหลวมๆ ไม่มีใครผูกมัดใครทุกคนมาตลาดด้วยหัวใจ และเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังแห่งความเป็นอิสระจากกรอบเวลา และการแข่งขันที่สูงลิบลิ่วในสังคมเมือง พวกเขามองว่าการมาตลาดไม่ได้เพียงเพื่อค้าขาย หรือหากำไรที่เป็นตัวเงินแต่ เป็นส่วนหนึ่งที่มีความหมายในการดำรงชีวิต

2.1 จากพ่อค้าเร่ สู่อตลาดแบกะดิน

สะพานลอยบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิมีผู้สัญจรไปมาจำนวนมากในแต่ละวัน ถึงแม้จะมีข้อกำหนดห้ามมิให้ขายสินค้าในพื้นที่ดังกล่าว โดยมีเจ้าหน้าที่เทศกิจคอยตรวจตราควบคุมดูแล และจับกุมผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด พ.ศ. 2535 แล้วก็ตามที แต่ก็ยังมีการลักลอบวางสินค้าในลักษณะแบกะดินขายกันบ่อยครั้ง อีกทั้งยังมีขอทานและการเล่นดนตรีเพื่อขอเป็นทุนการศึกษาจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ที่กล่าวมานี้เป็นการกีดขวางการสัญจรไปมาบนสะพานลอย บริเวณทางเท้าของคนจำนวนมาก



ภาพที่ 3 ภาพการแอบขายสินค้าบนสะพานลอย

โทรศัพท์มือถือ ชุตหูฟัง บลูทูธ ราคาถูก เมื่อเป็ยกหยิบของที่อยู่ในมือลูกค้าโยนลงกระเป๋ และปิด

“ไอ้เป็ยก พ่อมึงเดินมาโน่นแล้วเวีย! ...มัวแต่ขายอยู่นั้นเก็บของเร็ว” เสียงของเพื่อนพ่อค้าแผงข้างๆดังขึ้น เมื่อมองเห็นเทศกิจ 2 คนเดินอาดๆมาแต่ไกล ซึ่งเป็นบริเวณสะพานลอยคนเดินข้ามเชื่อมต่อรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ พ่อค้าทั้ง 2 คนรีบเก็บกระเป๋าเดินทางแบบลากใบใหญ่ที่เต็มไปด้วยกล่องนาฬิกา เรือนละร้อย และซองใส่

มันลงได้ ทั้ง 2 ก็ลากกระเป๋าเดินทางใบใหญ่เดินเคียงคู่กันจากไป ปล่อยให้ลูกค้าคนหนึ่งยืนงงง
 แกรมเสียดายของที่กำลังต่อรองราคาไม่ลงตัว นี่เป็นส่วนหนึ่งของภาพวิถีชีวิตที่ต้องเอาตัวรอดของ
 พ่อค้าเร่ที่ขายของบนสะพานลอยในเวลากลางวัน เนื่องจากบริเวณดังกล่าวเป็นเขตรับผิดชอบของ
 เขตราชเทวี ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด พ.ศ. 2535 ที่ห้ามจำหน่าย
 สินค้า ตั้งวางสิ่งของ เล่นกีฬา แจกใบปลิว นั่งหรือนอน ในที่สาธารณะ ฝ่าฝืนมีโทษปรับไม่เกิน
 2,000 บาท



ภาพที่ 4 ป้ายประกาศ ตามพรบ.รักษาความสะอาด พ.ศ.2535

ภาพที่ 5 การขายสินค้าอย่างหลบซ่อนในตอนกลางวันหน้าห้างสรรพสินค้า

“โอ้! ขอเถอะครับ พี่จะยึดของผมไม่ว่า แต่ผมขอผ้าคืนได้ไหม? ผมยืมเขามาอีกที”
 เป็นเสียงของพ่อค้าที่ผู้เขียนเดินผ่านมาพอดี เห็นว่ามีเทศกิจคนหนึ่งกำลังถือห่อผ้าขนาดใหญ่ และ
 เจ้าของเสียงเป็นชายรูปร่างเล็ก ที่ยกมือไหว้อ้อนวอนขอร้องเจ้าหน้าที่ให้ผ่อนผันให้ตน ผู้เขียน
 มองเห็นเหตุการณ์ในฐานะผู้คนที่สัญจรไปมาบริเวณสะพานลอย ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่มักจะมี
 เป้าหมายเพื่อมาต่อรถโดยสาร หรือต่อรถไฟฟ้าไปยังอีกที่หนึ่ง เพราะฉะนั้นจึงไม่เหมาะที่จะเฝ้าดู
 หรือติดตามเหตุการณ์อย่างใกล้ชิดในเวลากลางวันที่มีผู้คนสัญจรกันอย่างแออัด

ผู้คนจำนวนมากเดินทางสัญจรไปมาบริเวณสะพานลอยคนเดินข้ามที่อำนวยความสะดวก
 ความสะดวกให้ผู้คนได้เดินเท้าเข้าแยกการจราจร และถนนสายต่างๆในบริเวณอนุสาวรีย์ชัย
 สมรภูมิ ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งศูนย์กลางการคมนาคมของกรุงเทพมหานคร เพราะมีทั้งรถไฟฟ้า
 รถเมล์จำนวนมาก รถร่วมบริการ รถตู้ที่วิ่งรับส่งผู้โดยสารจากชานเมืองเข้าสู่ใจกลางเมือง และจาก

ต่างจังหวัดสู่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผู้ใช้บริการจำนวนมากตั้งแต่เช้าถึงหัวค่ำ และเมื่อที่ใดมีคนพลุกพล่านก็จะมีบริการจำหน่ายใช้สอยที่ยิบย่อย เช่น ร้านขายของหาบเร่ รถเข็น ร้านที่ตั้งแผง ตั้งเต็นท์ขายกันตามที่เจ้าหน้าที่อนุญาตให้ขายได้ อีกทั้งห้างสรรพสินค้าขนาดกลางถึงเล็กที่มีทางเดินเชื่อมต่อกับสะพานลอย ก็มักจะเป็นที่นิยมและดึงดูดลูกค้าให้เข้าไปเลือกซื้อสินค้า และบริการเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 6 ผู้คนบนสะพานลอยก่อนช่วงเวลา 21.00 น.

ภาพที่ 7 ผู้คนบนสะพานลอยหลังช่วงเวลา 21.00 น. ช่วงเวลาของตลาดแบกะดิน

หลังจากที่ผ่านพ้นช่วงเวลาแห่งการเดินทางอย่างเร่งรีบของคนจำนวนมาก เมื่อเวลาประมาณสามทุ่ม (21.00 น.) เจ้าหน้าที่เทศกิจต่างเก็บข้าวของสัมภาระของตน เช่น หนังสือพิมพ์ กระบอกรน้ำ และอื่นๆ ส่วนเก้าอี้ 2-3 ตัว สำหรับนั่งของตนและคูหาก็จะถูกนำไปผูกติดไว้กับราวบันไดมู่สะพานเพื่อวันรุ่งขึ้นจะได้กลับมานั่งพักหลังจากการตรวจตราความเรียบร้อยต่างๆ ในอีกด้านหนึ่งของสะพานลอยพ่อค้าแม่ค้าที่รอคอยการเลิกงานของเจ้าหน้าที่ต่างชะงักชะงัดคอยตั้งตารอเวลาที่จะได้จับจอบพื้นที่เพื่อขายสินค้าที่ตนนำมา

2.2 ตลาดแบกะดิน ลอยฟ้า

สะพานลอยที่ทอดยาวนี้ ค่อนข้างสะอาดแข็งแรง และมีไฟส่องสว่างตลอดทั้งคืน อีกทั้งมีผู้คนสัญจรไปมาอย่างไม่ขาดสาย ทำให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น คนสัญจรทั่วไป ตั้งแต่เช้าถึงเย็น โดยเฉพาะช่วงโมงเร่งด่วนผู้คนส่วนใหญ่เป็นคนที่กำลังรีบเร่งไปทำงาน บ้างก็มาต่อรถจากรถเมล์ รถตู้ และรถไฟฟ้าจะมีเทศกิจคอยเดินตรวจตราความเรียบร้อย และตักเตือนผู้ที่แจกใบปลิว ขอด่าน และผู้จำหน่ายสินค้า เป็นต้น หลังจากเวลาประมาณ 3 ทุ่ม ถึง 4 ทุ่มไปแล้ว เมื่อเทศกิจที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเหนื่อยล้าได้กลับบ้านไปพักผ่อน จะมีพ่อค้าแม่ค้าที่คอยเฝ้ามองและรอเวลาเลิกงานของเทศกิจ เพื่อที่จะปูผ้าขายของกันเหมือนทุกๆ วัน

และวันนี้ก็เป็นอีกวันหนึ่งที่ฝนตกปรอยๆ ตั้งแต่ 5 โมงเย็น และตกต่อเนื่องเกือบตลอดทั้งคืน เวลาประมาณ 3 ทุ่มครึ่ง ฝนตกปรอยๆ แต่บนสะพานลอยนั้นไม่เปียกแต่อย่างใด เพราะเป็นสะพานลอยที่สร้างได้เส้นทางเดินรถไฟฟ้า จึงเปรียบเสมือนมีหลังคาคอยคุ้มกันฝนให้ ขณะที่ด้านล่างมีน้ำเจิ่งนอง จนเกือบจะท่วมบริเวณขอบถนน มีคนเดินสัญจรไปมาบางตา เทศกิจจำนวน 3 คน ต่างเก็บของใช้ส่วนตัวและพากันแยกย้ายกลับบ้าน ในขณะที่เดียวกัน คนจำนวนหนึ่งซึ่งเฝ้ารอเวลานี้มาพอสมควร ต่างชะเง้อมองกันอย่างคอยึดคอยาว ก็รีบเร่งเข็นกระเป๋าเดินทางแบบลากใบใหญ่ บ้างก็มีถุงใส่ของทั้งใบโต และใบย่อม ในเวลาต่อมาไม่ถึง 10 นาที สะพานลอยที่ว่างเปล่าก็เต็มไปด้วยร้านรวงที่ขายของกันมากกว่า 20 ร้าน แต่ละร้านก็ปูผ้าที่เตรียมมา และจัดวางสิ่งของ อย่างชำนาญการด้วยเนื่องจากทำกันเป็นประจำทุกวัน และผู้ขายก็สามารถเลือกที่ได้ อย่างอิสระโดยไม่ต้องเสียเงินค่าเช่าที่ให้กับใครทั้งสิ้น



ภาพที่ 8 พ่อค้าแม่ค้าลากกระเป๋าใบโตเดินไปยังที่ประจำเพื่อเตรียมตั้งร้าน

ภาพที่ 9 ร้านต่างๆในตลาดแบกะดิน หลังจากเทศกิจกลับบ้านไปไม่นานนัก

ตลาดแบกะดินลอยฟ้า บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิแห่งนี้มีร้านค้าที่หลากหลายขายของนานาชนิดด้วยกัน จากการสำรวจและสัมภาษณ์เพื่อเก็บเป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการวางแผนและวิเคราะห์ (วันที่ 22 กรกฎาคม 2551) มีจำนวนร้านทั้งหมด 22 ร้าน ดังนี้

1. ร้านขายรองเท้ามือสอง ราคาถูกจากเมืองจีน
2. ร้านขายเสื้อผ้ามือสอง ที่เจ้าของร้านใส่เองแล้วเบื่อ
3. ร้านขายเสื้อยืดพิมพ์ลาย ใส่ได้ทั้งชายและหญิง
4. ร้านขายกระเป๋าโปร่งสำหรับสาว Office
5. ร้านขายผ้าพันคอ และผ้าคลุมไหล่ ที่ผู้หญิงทุกคนควรพกติดตัวไว้
6. ร้านขายกางเกงในชั้นนอกชาย หรือ Boxer ที่วัยรุ่นทุกคนต้องใส่
7. ร้านขาย CD ภาพยนตร์ และเพลงเก่าๆ น่าสะสม
8. ร้านขายถุงเท้าหลากหลายแบบ คุณภาพดี ราคาถูก
9. ร้านขายพรมเช็ดเท้า ทำมือ สีล้นลวดลายสะดุดตา
10. ร้านขายสร้อยข้อมือ เครื่องหนัง Hand Made ที่สั่งทำได้
11. ร้านขายต่างหู Hand Made และกิ๊ฟติดผม
12. ร้านขายสร้อยคอที่มีจี้ห้อยเป็นเม็ดข้าวสาร ที่สั่งให้เขียนชื่อได้
13. ร้านขายกำไล Hand Made และตุ๊กตาเต้นได้มีเสียงเพลงนำเข้ามาจากจีน
14. ร้านขายถุงกระดาษ ยี่ห้อต่างๆ ของห้างต่างๆ ที่ใครหลายคนสะสม
15. ร้านขายภาพถ่าย Post Card, Poster ที่ช่างภาพอิสระนำมาจำหน่ายเอง
16. ร้านขายเครื่องสำอางเกาหลี มีทั้งแบรนด์เนม และของที่ทำเลียนแบบ
17. ร้านขายนาฬิกาข้อมือ มีหลายเกรด หลายราคา
18. ร้านขายกระเป๋าตังค์ สำหรับทั้งหญิงและชาย ขนาดต่างๆ
19. ร้านขายอะไหล่มือถือ เช่น Small Talk, Battery, Bluetooth และอื่นๆ
20. ร้านขายพระเครื่องที่มี เขียนพระหลายคนนั่งคุยกันอย่างถูกคอ
21. ร้านหมากรุก 3 กระดาน ที่วางหมากไว้รอบคนเล่นเกม ได้รับความสนใจจากคนเดินผ่านไปมา มาก โดยเฉพาะผู้ชาย
22. และร้านขายของกิ๊ฟชิ้นจำนวนมาก เช่น พวงกุญแจ ที่ห้อยมือถือ สร้อย แหวน กำไล บูหรื่นอกยี่ห้อต่างๆ

นอกจากนี้ยังมีร้านขายพวงมาลัยดอกมะลิสำหรับไหว้พระของคุณยายที่มาขายเป็นประจำทุกวัน และมีนักเรียนโรงเรียนชายล้วนชื่อดังแห่งหนึ่งกำลังเป่า Saxophone เพื่อหารายได้เป็นทุนการศึกษา ถัดไปเป็นคุณป้าที่ป่วยเป็นโรคมะเร็งระยะสุดท้ายที่มาขอทานเป็นประจำเวลาหลายเดือนแล้ว ใกล้บันไดทางลง BTS ก็มีวงดนตรีเครื่องสายขนาดย่อย 6-7 คน กำลังเล่นซิมเลนจะเข้ ซอทั้งหลาย และอื่นๆที่ผู้วิจัยไม่รู้จักอีกมากมาย เพื่อหารายได้เข้ามาดูแลครอบครัวและพิการซ้ำซ้อน ชักกลุ่มคนในตลาดด้วยเพลงไทยเพลงฝรั่งหลายหลายทำนองต่อเนื่องเป็นเวลาหลายชั่วโมง เหล่านี้เป็นภาพบรรยากาศและร้านค้าต่างๆในช่วงเวลาของตลาด ที่ผู้ผ่านไปผ่านมาบนสะพานลอยแห่งนี้จะได้พบเห็นกันจนชินตาทุกวัน หากแต่ใครจะสนใจหรือรำคาญตาไปแล้วแต่ทัศนะของแต่ละคน

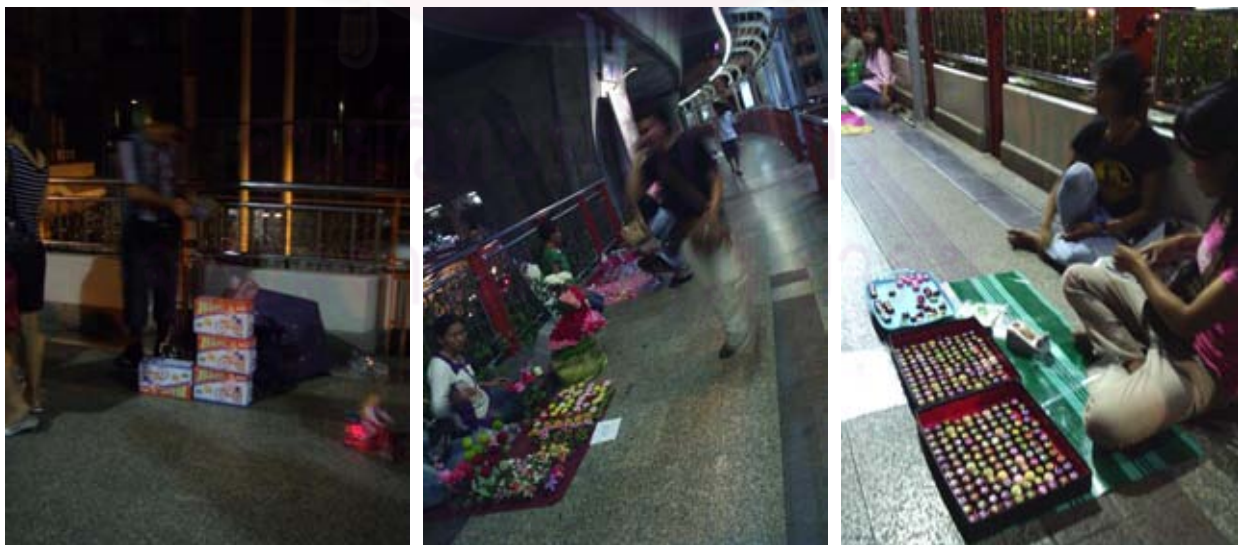
อย่างไรก็ตาม ตลาดไม่ใช่เป็นเพียงสถานที่สำหรับดำเนินกิจกรรมซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่แห่งชีวิตที่มีการปะทะสังสรรค์ของผู้คนในรูปแบบต่างๆที่น่าสนใจ หากไม่มีผู้คนที่เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆ แล้ว พื้นที่ตลาดก็เป็นเพียงสถานที่ว่างเปล่าเท่านั้น ประเด็นที่น่าสนใจคือ ปัจจัย หรือกระบวนการ ในการทำให้พื้นที่แห่งหนึ่งกลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ และเป็นพื้นที่ยอมรับของผู้คน

2.3 ความยืดหยุ่น และการปรับตัว

ตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิแห่งนี้จะมีพ่อค้าแม่ค้านำสิ่งของมาขายกันทุกวันโดยไม่มีวันหยุด การตั้งวางสิ่งของมีรูปแบบไม่ตายตัวแล้วแต่การเข้มงวดของเจ้าหน้าที่เทศกิจในแต่ละช่วงแต่ละปีที่ผลัดเปลี่ยนกันตามกะเวร บ้างก็ผ่อนผันให้ขายได้ตลอดทั้งวัน ช่วงเช้า 8 โมงถึง 9 โมงเช้า ช่วงเที่ยงถึงบ่ายโมง ช่วงเย็น 5 โมงถึง 6 โมง ซึ่งช่วงเวลาเหล่านี้เป็นชั่วโมงเร่งด่วนมีผู้คนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมากทั้งบริเวณบนสะพานลอยและทางเท้า ยิ่งโดยเฉพาะหายเป็นวันหยุดเสาร์อาทิตย์หรือช่วงเทศกาลสำคัญ ก็จะมีผ่อนผันเป็นพิเศษ ผู้ที่ผ่านไปมาบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิแห่งนี้ก็ต้องพบเจอกับสินค้าหลากหลายตามเทศกาลที่ไล่ลานตาปะปนไปกันความวุ่นวายและเบียดเสียด

จากการสังเกตของผู้วิจัยถึงช่วงของเทศกาลสำคัญใน 1 ปี ที่จะมีการนำสินค้าออกมาจำหน่าย และเป็นช่วงที่มีการจับจ่ายใช้สอยเป็นจำนวนมากเป็นพิเศษสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ช่วงวันเด็ก สินค้าที่ถูกนำมาขายเป็นจำนวนมาก เช่นของขวัญของฝาก การ์ดอวยพร และของเล่นเด็ก
2. วันทหารผ่านศึก ประมาณช่วงวันที่ 3 กุมภาพันธ์ของทุกปีจะมีสมาคมแม่บ้านทหารบก และพี่ๆที่แต่งชุดทหารมาขายดอกบ๊อบบี้สีแดงสด อาจเพราะอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเป็นที่ประกอบพิธีเนื่องในวันรำลึกของทหารผ่านศึกด้วย การตั้งซุ้มหรือยื่นจำหน่ายดอกบ๊อบบี้บนสะพานลอยจึงมีมากกว่าบริเวณอื่นๆในกรุงเทพมหานคร
3. เทศกาลตรุษจีน ถือเป็นวันขึ้นปีใหม่ของจีนไม่ว่าคนไทยหรือคนจีนก็ยึดถือประเพณีไหว้เจ้าที่และบรรพบุรุษกันมาต่อเนื่องยาวนาน โดยเฉพาะการถือฤกษ์ถือยามต่างๆคนจีนจะคอยข้างเคร่งครัด เช่น ต้องใส่เสื้อผ้าใหม่ๆสีสดๆในวันขึ้นปีใหม่จีน การซื้อสิ่งของนำโชคเข้าบ้านหรือการซื้อเพื่อแก้ปีชงอะไรต่างๆ ก็ทำให้สินค้าบริเวณตลาดจะมีแต่สิ่งของมงคลสีแดงบ้างทองบ้างละลานตาไปหมด
4. ช่วงวันวาเลนไทน์ เป็นวันที่วัยรุ่นให้ความสำคัญกันมาก และเป็นเหมือนกระแสหรือเทรน ที่จะต้องถือดอกไม้ ของขวัญต่างๆ และเดินกับคนรัก ทำให้ช่วงนี้สินค้าที่เกี่ยวกับความรัก สีชมพูสีแดง ถูกนำมาขายและตกแต่งร้านมากมายดูแปลกตาไปจากวันปกติพอสมควร



ภาพที่ 10 ร้านขายของเด็กเล่น เป็นตุ๊กตาบ้านจักรยานมีเสียงเพลง พบเห็นได้ในช่วงวันเด็ก

ภาพที่ 11 ร้านขายดอกไม้พลาสติก มีทั้งแบบช่อและแบบกระถางพบเห็นได้ในช่วงวันวาเลนไทน์

ภาพที่ 12 ร้านขายช็อคโกแลตรูปตัวอักษร มีไว้บอกรัก ทำขายเฉพาะในวันวาเลนไทน์เท่านั้น

5. เทศกาลสงกรานต์ ที่ขายไม่ได้คือปืนฉีดน้ำ มีวางจำหน่ายเป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบทั้งเล็ก กลาง และขนาดใหญ่ พ่อค้าต่างนำมาวางขายต้องรับเทศกาลวันหยุดยาวอย่างเทศกาลวันสงกรานต์ที่ได้รับความนิยมจากคนที่ผ่านไปมา ไม่ว่าจะต่อรถไปต่างจังหวัดหรือเที่ยวเล่นในกรุงเทพฯ ต่างก็หยุดแหวะดูและเลือกซื้อหากันอย่างคึกคัก นอกจากนี้ก็ยังมีสินค้าประเภทถุงพลาสติกกันน้ำสำหรับใส่มือถือ เสื้อกันฝน ดินสอพองและอื่นๆเกี่ยวข้องกับน้ำและวันสงกรานต์ขายเป็นจำนวนมากกว่าปกติอีกด้วย

6. ช่วงวันเฉลิมพระชนมพรรษา วันแม่และวันพ่อ แน่แน่นอนว่าวันเฉลิมพระชนมพรรษาต่างๆเป็นวันหยุดที่มีผู้เดินทางไปเยี่ยมญาติที่ต่างจังหวัดเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะปีทีวันหยุดติดต่อกับวันเสาร์อาทิตย์ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิก็จะมีผู้สัญจรไปมาเป็นจำนวนมากเพื่อต่อรถไปยังจังหวัดต่างๆ และอดไม่ได้ที่จะต้องซื้อของติดไม้ติดมือไปฝากคุณพ่อ คุณแม่ และญาติผู้ใหญ่ สินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษได้แก่กระเช้าดอกมะลิ ดอกมะลิสำหรับติดหน้าอก เสื้อผ้าลายดอก และเสื้อคอกระเช้า ก็มีวางจำหน่ายเป็นจำนวนมากเช่นกัน

7. วันลอยกระทง ก็ได้รับความสนใจจากพ่อค้าแม่ค้าบางส่วนที่ลืกรหนีแห่งที่คนเยอะ และมีการแข่งขันสูง ปลีกตัวออกมาตั้งวางแผงขายกระทง ดอกไม้ไฟ และดอกไม้ต่างๆตามสะพานลอย ด้วยหวังว่าผู้ที่ผ่านทางเพื่อจะต่อรถลงเรือไปลอยกระทงตามริมแม่น้ำสายต่างๆจะหยุดดูและซื้อไป เนื่องด้วยแถบอนุสาวรีย์ไม่มีจัดให้ลอยกระทง ใกล้เคียงก็น่าจะเป็นสวนสันติภาพที่ได้รับความสนใจจากประชาชนพอสมควรไม่มากนัก ถือได้ว่าเป็นวันที่ตลาดเจียบเหงาพอสมควร

8. เทศกาลคริสต์มาสและวันส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เมื่อเทศกาลคริสต์มาสมาถึงสิ่งที่จะขาดไม่ได้ก็คือหิมะที่สามารถพ่นตกแต่งได้จนเหมือนมีหิมะไปทุกที่ และอีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือสเปรย์สายรุ้งที่จะทำให้บรรยากาศวันคริสต์มาสของคุณสนุกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ก็ยังมีของขวัญที่เกี่ยวกับเทศกาลคริสต์มาสมากมายหลายแบบให้เลือกสรร ทั้งการ์ดอวยพร ดอกไม้และต้นไม้พลาสติก ไฟกระพริบต่างๆ และด้วยความที่ใกล้วันส่งท้ายปีเก่าต้องรับปีใหม่ด้วยแล้ว ทำให้สินค้าในตลาดแบกะดินเต็มไปด้วยสินค้าแปลกๆใหม่ๆ เข้าใจว่าให้ผู้ที่พบเห็นอดที่จะแหวะดูและเลือกซื้อติดไม้ติดมือกลับบ้านไปได้อย่างไม่ยากเย็นนัก

ดังกล่าวมาเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมนำมาขายตามเทศกาลต่างๆ ซึ่งสร้างความแตกต่างหลากหลายให้กับตลาดแบกะดินเพิ่มมากขึ้นจากช่วงเวลาปกติที่จะมีสินค้าจากพ่อค้าแม่ค้าเจ้าประจำที่ขายสินค้าที่ตนเองผูกพันมากกว่าที่จะขายสินค้าตามเทศกาล เช่น เสื้อผ้า Handmade เสื้อยืด Screen ลาย กระเป๋า Handmade ตุ้มหู พวงกุญแจ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

บทที่ 5 ผลการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้พยายามอธิบายแง่มุมต่างๆของตลาดในประเทศไทยที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไม่เหมือนกับที่อื่น คือตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางบกที่เรียกได้ว่าการจราจรที่คับคั่ง และวุ่นวายตลอดทั้งวัน หากแต่หารู้ไม่ว่าพื้นที่สาธารณะใจกลางเมืองใหญ่แห่งนี้มีที่ที่น่าสนใจซ่อนอยู่ นั่นก็คือเสน่ห์ที่น่าหลงใหลของสินค้านานาชนิดที่บรรดาพ่อค้าแม่ค้านำมาแสดงและวางจำหน่าย ในแบบที่แปลกตาไม่เหมือนกับที่ไหน อีกทั้งยังมีผู้ขายบางคนที่ทำสินค้าทำมือ มาเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ค้นหาความแตกต่าง อีกทั้งยังเป็นการแสดงตัวตนของผู้ทำผ่านตัวสินค้าที่จับต้องและซื้อขายได้อีกด้วย

ตลาดแบกะดิน เป็นพื้นที่สำหรับผู้คนที่มีความต้องการที่แตกต่างหลากหลายปะปนกันเข้ามาสู่พื้นที่ที่นอกจากจะเป็นพื้นที่สาธารณะแล้ว ยังเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างสำหรับความคิดอิสระ ความคิดที่นอกกรอบ สำหรับคนบางคนที่คนอื่นมองว่าเป็นคนแปลก ชอบทำตัวแตกต่างจากผู้คนทั่วไป แต่เมื่อเขาเหล่านั้นได้สวมบทบาทของพ่อค้าแม่ค้า และมีสินค้าที่พวกเขาทำขึ้นชอบ สินค้าที่พวกเขาผูกพัน หรือแม้กระทั่งสินค้าที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง เหล่านี้สามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนในลักษณะนามธรรมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมาได้ จากที่พวกเขามีวิถีชีวิตที่แตกต่างจากคนทั่วไปที่ดำเนินชีวิตตามกระแสสังคมหลัก บทบาทของความเป็นผู้ผลิตและผู้ขายภายในตลาดแบกะดินก็สร้าง และอธิบายความเป็นตัวตนของพวกเขาเหล่านั้นได้อย่างชัดเจนต่อสังคมมากขึ้น เพราะฉะนั้น ตลาดไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่สำหรับซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันเท่านั้น ตามความหมายของคนในตลาดแบกะดิน ยังเป็นพื้นที่สำหรับแสดงออกถึงความเป็นตัวตนผ่านผลงาน ปลายสินค้าของพวกเขา ทั้งยังเป็นพื้นที่สำหรับวิถีชีวิตที่พวกเขาเลือกที่จะเดินทางไปได้อย่างอิสระ โดยไม่ต้องใส่ใจสายตาของคนของภายนอกว่าจะต้องมาเข้าใจในตัวตนของพวกเขา เพียงแต่สังคมเองต้องหันกลับมามองสินค้าที่แตกต่าง และหาคุณค่าที่ไหนไม่ได้

1. ความสัมพันธ์ของคนในตลาด

การศึกษาตลาดแบกะดินนี้ ผู้เขียนได้ยึดหลักการตามแนวคิดทฤษฎีมานุษยวิทยา เศรษฐกิจที่จะเน้นเรื่องความสัมพันธ์กันของผู้คนในตลาด ความผูกพันกับสินค้าที่ตนเองผลิต และ

ความเชื่อมโยงกันของผู้ผลิต ผู้ขายและผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งเป็นแนวทางของนักมานุษยวิทยาที่มีมุมมองแตกต่างกับนักเศรษฐศาสตร์ ดังนั้นในส่วนของบทนี้จึงขออธิบายขยายความในเรื่องของความสัมพันธ์ของคนในตลาดในแง่ของเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

1.1 ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ

ในตลาดแบกะดินมีสินค้าหลากหลายประเภททั้งแบบที่เป็นสินค้าตามเทศกาล สินค้าที่จับมาขายต่อ และของทำมือ ซึ่งสินค้าที่จับมาขายต่อผู้ผลิตแทบจะไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ กับตลาดแบกะดินเลย ส่วนใหญ่ผู้ขายเองจะเลือกแหล่งพื้นที่ และช่วงเทศกาลสำหรับขายกันเองมากกว่า แต่สินค้าจำพวกของทำมือนี้แหละที่ผู้ผลิตบางครั้งเป็นผู้ขายเอง สินค้าเหล่านี้จะทำให้ผู้ผลิตและผู้ขายมีความผูกพันกับตัวสินค้า ลักษณะการขายก็จะแตกต่างจากพวกพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าที่จับมาขายไป การรู้จักและเข้าใจในตัวสินค้าอย่างลึกซึ้งจะทำให้การขาย การอธิบายให้แก่ลูกค้ามีสีสันมากขึ้น และจุดนี้เองเป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดการมาซื้อแบบประจำเพราะสินค้าไม่ได้เปลี่ยนชนิดไป ตลาดก็ไม่ได้เปลี่ยนเวลาการขาย ลูกค้ามาเมื่อไหร่ก็ได้พบเจอ แต่สิ่งที่เปลี่ยนไปคือรูปแบบของสินค้าที่ดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อมาจนกลายเป็นขาประจำได้ในที่สุด

เพื่อให้เห็นภาพความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค ของร้านขายรองเท้าสตรีมือสองกับลูกค้าประจำ



ภาพที่ 13 ร้านขายรองเท้าสตรีมือสอง ของสามสาว

ภาพที่ 14 แม่ค้าร้านรองเท้ากับลูกค้าประจำ

ร้านขายรองเท้าสตรีมือสอง เป็นร้านของเคท (25 ปี), ป๊อปป (25 ปี) และกั้ง (23 ปี) เปิดขายมาได้ ประมาณ 1-2 เดือน ทั้งสามสาว ซึ่งเป็นเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่พักอยู่หอพักเดียวกันแต่คนละห้อง บริเวณ ราชวิถี ซอย 6 เดินประมาณ 10 นาทีก็ถึงหอไม่ใกล้ไม่ไกลจากพื้นที่ขายรองเท้ามากนัก

เวลาประมาณสามทุ่ม ของทุกวันหลังจากร้านทำผมข้างธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาอนุสาวรีย์ปิดลง ทั้งสามก็จะหอบหิ้วถุงพลาสติกใบใหญ่ กันคนละใบ ภายในเต็มไปด้วย รองเท้ามือสองจากเมืองจีน ในเวลาไม่ถึงห้านาที รองเท้าสีสันสูง ส้นเข็ม และส้นเตี้ย หลากหลาย รูปแบบ และสีส้น ก็ถูกจัดวางอย่างเป็นระเบียบ หน้าร้านจะมี 2 โซน คือ แบบที่ราคา 100 บาท และ 150 บาท แต่ละคู่ก็จะมีเอกลักษณ์ ขนาด รูปทรง ลวดลาย แตกต่างกันไป สามสาวอ้าง ว่าที่สำคัญคือส่วนมากจะมีเพียงคู่เดียวเท่านั้นในเมืองไทย

เวลาประมาณ 4 ทุ่มครึ่ง (วันที่ 22 กรกฎาคม 2551) คนเดินถนนด้านล่างเริ่มเบาบาง อีกทั้งมีฝนตกปรอยๆ สมาชิกคนหนึ่งในกลุ่มได้ขึ้นไปดูสถานการณ์บนสะพานลอย ไม่นานนัก พ่อค้า-แม่ค้าจำนวนหนึ่งประมาณ 3-4 ร้านด้านล่าง ต่างเก็บของและย้ายสำมะโนครัวไปด้านบน สะพานลอย ที่มีไฟสว่างกว่า คนเดินสัญจรไปมาเยอะกว่า และพื้นที่บนสะพานลอย เรียบลื่น สะอาดสะอ้านกว่า การจัดรูปแบบร้านก็เช่นเดิม ขณะที่ทั้ง 3 ยังจัดร้านไม่เสร็จก็มีลูกค้าคนหนึ่ง ชื่อ รองเท้าสีสันสูงสีเขียว ลายฉลุสวยงาม ในราคา 100 บาทไปอย่างไม่คิดอะไรมาก

เคท เจ้าของร้านคนหนึ่งซึ่งเป็นสาวประเภทสองเล่าว่า “รองเท้ามือสองเหล่านี้ มีเสน่ห์ตรงที่มีคู่เดียวในเมืองไทย ราคาไม่แพง และเก๋ ก็ดูที่ Design การออกแบบจะแตกต่างออกไปจากรองเท้าพวก 199 บาท ซึ่งเป็นของไหลผลิตหลายคู่และหาซื้อได้ทั่วไปตามร้านรองเท้าจริงๆ แล้วก็ไปรับมาจากที่เดียวกัน” เคทเล่าต่อว่า แรกเริ่มเดิมทีตั้งใจจะขายรองเท้ามือสองจึงไปรับของที่ตลาดโรงเกลือ ซึ่งเป็นที่ขายของเก่าแหล่งใหญ่ในราคาส่ง เมื่อพูดคุย สอบถามเจ้าแก้วร้านที่ในตลาดโรงเกลือ เขาก็แนะนำให้สั่งของและมารับที่โกดัง แถวลาดพร้าว ซึ่งเป็นของที่นำมาจากท่าเรือ ขนส่งมาจากเมืองจีน เวลาที่มีของมาลงใหม่ทั้ง 3 คนจะไปด้วยกัน และช่วยกันเลือก หลักการก็คือ ต้องลองสวมใส่และเดินดูความสมดุลของรองเท้า ซึ่งทั้งสามคนก็มีเท้าทั้ง 3 ขนาด แตกต่างกันอย่างลงตัว ขนาดส่วนใหญ่ที่นำมาขายคือ Size 35-36 ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานของผู้หญิงเอเชียและสาวไทย ส่วนขนาดที่ขายดีที่สุดจะเป็น Size 39-40 การเลือกรองเท้าที่ถูกใจโดยดูที่สภาพเป็นหลัก แบบที่เอามาแล้วไม่ต้องไปซ่อมอีก ยี่ห้อที่เป็นที่รู้จัก ก็มีผลสำคัญในการเลือกนำมาขาย เพราะจะขายได้รวดเร็วกว่ารองเท้า No name หรือไม่มียี่ห้อ รูปแบบ (Design) ก็สำคัญ ส่วนใหญ่จะเลือกที่เก๋ๆ คำว่าเก๋ในความหมายของเคท คือ เนื้อผ้าที่ตัดเย็บรองเท้า อาจมีวัสดุ หรือ

ลักษณะที่แปลกออกไป เช่น มีลวดลายฉลุ มีเลื่อมแวววับต้องแสงไฟ หรือมีโบเล็กลงน่ารัก (พลาซซีมือไปที่รองเท้าที่ดูสะดุดตาหลายคู่)

ลูกค้าของที่ร้านส่วนใหญ่เป็นชาจร ที่เดินไปมาตามสะพานลอย บางส่วนเป็นสาวออฟฟิศที่ลงจากรถไฟฟ้า บ้างก็เป็นนักศึกษาหลากหลายมหาวิทยาลัย ที่ร้านมีลูกค้าประจำด้วย ลูกค้าประจำในที่นี่ไม่ได้สั่งของที่ต้องการ กำหนดรูปแบบ หรือรับของไปขายอีกทอดหนึ่ง หรือขนาดของรองเท้า แต่จะเป็นลูกค้าที่เคยซื้อรองเท้าที่ร้านและติดใจ พุดคุยกันถูกคอ รวมทั้งรับรู้วันเวลาที่ทางร้านไปรับของมาจากโกดัง เพราะฉะนั้น วันที่มีของมาลงใหม่ จะมีลูกค้าประจำที่รู้กันมาเลือกแบบ และสวมใส่รองเท้ายกก่อนใคร เหตุผลสำคัญที่ว่าต้องเลือกก่อน เพราะรองเท้ามือสอง จะมีเพียงแบบละคู่เดียว ลูกค้าจึงถือคติใครไวใครได้ก่อน ร้านรองเท้าสตรีมือสอง ของนักศึกษา 3 คนนี้ จึงเป็นร้านมีลูกค้าแหวะโดยสาว ๆ จำนวนมาก ซึ่งข้อดีของการชมร้านคือ สามารถลองสวมใส่ได้โดยไม่ต้องเกรงใจ ราคา 100-150 บาทก็ถือว่าไม่แพงจึงไม่ค่อยมีคนต่อรองราคากันอีก และแม่ค้าทั้ง 3 เป็นมิตรกับลูกค้าด้วย

ลูกค้าประจำร้านรองเท้ามือสอง ชื่อเหมียว(24 ปี) ทำงานเป็นพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง พักอาศัยบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ช่วงราชวิถีซอย 8 กล่าวถึงตลาดว่า ร้านต่างๆ ในบริเวณตลาดแบกะดินนี้จะตั้งวางในช่วงเวลาที่ตนเองต้องเดินทางผ่านจากรถไฟฟ้าถึงที่พักพอดี ทุกวันหลังเลิกงานก็ต้องผ่านจุดนี้เป็นประจำ และให้ความสนใจกับร้านรองเท้าสตรีของสามสาว เพราะมีรูปแบบที่สวยงาม แปลกและแตกต่างจากเพื่อนๆ ในออฟฟิศ จึงชอบมาเลือกลองรองเท้าที่ร้านนี้เป็นประจำ และมีครั้งหนึ่งที่ทำงานสั่งให้ตัดชุดเครื่องแบบใหม่เป็นโทนสีม่วง ตนจึงมาเลือกคูที่ร้านและพุดคุยกับสามสาวถึงความต้องการรองเท้าที่เข้าชุดกับสีม่วง ซึ่งหาได้ยากในท้องตลาด คุยไปคุยมาหลายครั้งเข้าจึงเกิดความสนิทสนมกัน สามสาวซึ่งเป็นคนมีอัธยาศัยดีอยู่แล้วก็ชักชวนเหมียวไปทานข้าวด้วยกันบ้างในวันที่เหมียวเลิกงานเร็วและยังไม่ถึงช่วงเวลากการตั้งร้าน จนในที่สุดก็ได้ชวนกันไปดูของที่โกดังแถวท่าเรือ เป็นที่สำหรับพ่อค้าแม่ค้าจากตลาดโรงเกลือจะมานำสินค้ามือสองจากจีนไปขายต่อ ซึ่งหลังจากนั้นเหมียวก็ได้ชวนเพื่อนๆ ที่ทำงานมาเลือกดูรองเท้าจากร้านของสามสาวด้วย เป็นการพึ่งพาอาศัยกันก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและยังคงดำเนินไปเรื่อยๆ

จากการศึกษาร้านรองเท้ามือสองแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจก่อให้เกิดการรวมกลุ่มกันของนักศึกษาที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน กลายมาเป็นหุ้นส่วนกันในการลงทุนตั้งร้านอย่างง่าย ๆ เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่การสร้างรายได้ และการต่อยอดอาชีพ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดแบกะดินจะเป็นเพียงหนึ่งตัวแปรของการมาพบปะกันของสาม

สาว เพื่อทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจแต่ก็ยังคนจะต้องมีส่วนอื่นที่เป็นส่วนขยายความสัมพันธ์ของบุคคลเหล่านี้ไปสู่ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น และการคบค้าสมาคมกับกลุ่มสังคมใหม่ๆ เช่น ผู้คนในตลาดแบกะดิน ไม่ว่าจะเป็นพ่อค้าแม่ค้าเจ้าอื่นๆ จนกระทั่งลูกค้าขาจรและขาประจำอีกด้วย ไม่เพียงแต่ความต้องการของผู้บริโภคกำหนดสินค้าและในทางกลับกันสินค้าที่แตกต่างและหลากหลายก็ได้เสนอทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มีรสนิยมเดียวกับผู้ชายด้วย ความสัมพันธ์ของสามสาวและเหมียวแม้ว่าจะมีจุดเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจเป็นหลักแต่ด้วยความจริงใจและการพึ่งพาอาศัยกันก็ทำให้เชื่อมโยงไปยังความสัมพันธ์กันทางสังคมได้ในที่สุด

1.2 ความสัมพันธ์ทางสังคม-วัฒนธรรม

ความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งในการศึกษาตลาดแบกะดินตามแนวทางของนักมานุษยวิทยาที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของกลุ่มคนที่เฉพาะเจาะจง เช่น กลุ่มคนที่มีความชื่นชอบหรือสนใจในสิ่งที่เหมือนหรือใกล้เคียงกัน กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตใกล้เคียงกันและอยู่ในบริเวณเดียวกัน เป็นต้น เหล่านี้ก่อให้เกิดความสัมพันธ์กันทางสังคมโดยเฉพาะพื้นที่ของตลาดซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการปะทะกันทางวัฒนธรรมมากกว่าพื้นที่อื่นๆ

พ่อค้าแม่ค้าในตลาดแบกะดินบางส่วนเป็นผู้ผลิตสินค้าที่ตนเองขาย และพ่อค้าแม่ค้าอีกบางส่วนก็ชื่นชอบและเก็บสะสมสินค้าที่ตนขายเหล่านั้น โดยอาศัยตลาดแบกะดินเป็นเสมือนกับตู้โชว์เคลื่อนที่ ที่ตนเองสามารถนำของรักของสะสมมาแสดง อีกทั้งยังดึงดูดผู้ที่มีความสนใจเดียวกันให้เข้ามาสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นไปจนกระทั่งแลกเปลี่ยนสิ่งของกัน นอกจากนี้ตลาดแบกะดินยังเป็นพื้นที่สำหรับคนที่ต้องการแสดงออกทางศิลปะ และแนวคิดของตนเองผ่านสินค้าต่างๆ โดยไม่สนใจว่าจะขายสินค้านั้นได้หรือไม่ และจะขายเป็นกำไรได้เงินเท่าไร คนเหล่านี้เพียงแค่อยากมีพื้นที่ในการแสดงสินค้า และผลงานของตนเองผ่านตลาดแบกะดินที่เป็นพื้นที่ที่ไม่จำกัดทางความคิดและการแสดงออก เป็นอิสระจากกรอบของกระแสนิยมต่างๆ โดยสิ้นเชิง

ดังเช่นสองคูรัก กับหนึ่งหนุ่มโสด รวมเป็นกลุ่มเพื่อนที่รักการค้าหา กลุ่มผู้ค้านี้ที่มีความสัมพันธ์กันทางเศรษฐกิจและสังคมกันอย่างชัดเจน เป็นร้านที่ขายกันเป็นกลุ่ม แยกตัวออกจากจากร้านค้าต่างๆ ทั้ง 3 ร้านเป็นคนรู้จักกันมาก่อนแล้วชวนกันมาขายบริเวณสะพานลอยคนเดินข้าม ทางเชื่อมต่อรถไฟฟ้า BTS อนุสาวรีย์ นอกจากนี้ยังเคยไปขายที่ตลาดประชานิยัตติ ตลาดนัดจตุจักรวันเสาร์-อาทิตย์ และสนามหลวง



ภาพที่ 15 กลุ่มร้านของเพื่อนๆจากราชภัฏสวนดุสิต

ภาพที่ 16 ตุ๊กตาเดินได้มีเสียงเพลงนำเข้าจากจีนในวันของนนท์

ร้านกิฟช็อปที่มีตุ๊กตาเดินได้มีเสียงเพลงนำเข้าจากจีน เป็นร้านของนนท์ (21 ปี) และสุ (22 ปี) ทั้งสองเป็นแฟนกัน เรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ชั้นปีที่ 4 สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และพักอยู่ด้วยกันที่หอพักตรงข้ามห้าง Center One ที่ร้านของทั้งสองขายของหลายอย่างมาก เช่น แหวนยางรูปตุ๊กตาต่างๆ กิฟติดผม พวงกุญแจ พัฒลมเล็กขนาดพกพานำเข้าจากจีน และตุ๊กตาเดินได้มีเสียงเพลงนำเข้าจากจีน ของเหล่านี้นนท์และสุ จะได้ช่วยกันเลือกจากท่าเรือคลองเตย ซึ่งเป็นของที่ขนส่งมาจากประเทศจีน มีราคาถูก และมีของที่แปลกใหม่ ไม่มีขายซ้ำกับที่อื่นมากนักโดยเฉพาะของไหลที่ล้ำเพ็ง

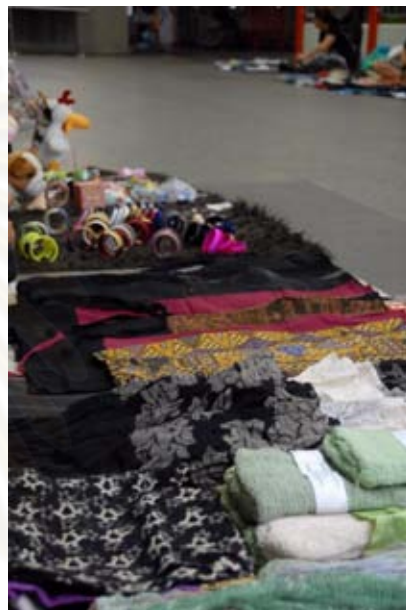
นนท์เล่าว่า “เราไปขายมาหลายที่แล้วแหละ แต่ก็มีร้านประจำด้วยนะเป็นแผงลอยที่เค้าขายกันตามใต้ตึกในออฟฟิศ ส่วนมากคนทำงานจะใช้เวลาช่วงพักกลางวันและตอนเย็นเดินช้อปปิ้ง มาขายแบกะดินที่นั่นก็ขายได้ไม่เท่าที่อื่น แต่อาศัยว่ามาหาเพื่อน ได้พูดคุย สังสรรค์ แลกเปลี่ยนทัศนคติซึ่งกันและกัน การขายของที่นี่ไม่ซีเรียส เพราะไม่เสียค่าที่ อีกทั้งอยู่ใกล้กับที่พักร และตอนนี้เรียนอยู่ปี 4 แล้วจึงไม่ค่อยมีวิชาเรียนมากนัก มีเวลาว่างมากขึ้นกว่าเมื่อก่อนจึงใช้เวลาว่างตรงนี้มาหารายได้เสริม”

ร้านขายกำไลทำมือ เป็นร้านของหน้อย (21 ปี) และก๊อป (21 ปี) ทั้งสองเป็นแฟนกัน เรียนที่มหาวิทยาลัยรังสิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ตัดสินใจนำของที่ผลิตเองมาขายที่บริเวณสะพานลอยคนเดินข้าม ทางเชื่อมต่อรถไฟฟ้าอนุสาวรีย์ฯทั้งที่ที่พักรอยู่ไกลจากแหล่งค้าขาย เพราะเป็นเพื่อนกับร้านกิฟช็อปของ นนท์ สุ และพีแบงค์ ที่วางขายติดกันเลยชวนกันมา เมื่อขายเสร็จก็นั่งรถตู้บริเวณนั้นกลับรังสิต ซึ่งมีราคาไม่แพง รวดเร็ว และบริการตลอดทั้งคืน

ก็อปแล้วว่า “หันมาสนใจกำไรทำมือ เพราะอยากหาอะไรทำเพื่อที่จะขาย ก็เดินไปดูของตามทีต่างๆ และสะดุดตากำไรมือของร้านร้านหนึ่ง แต่แพงมาก เพราะเป็นงานฝีมือที่มีอันเดียวไม่ซ้ำคนอื่น” ก็อปและหน้อย จึงชวนกันไปหาซื้อวัสดุ คือ กำไลพลาสติก แบบธรรมชาติผิวเรียบ ซื่อเป็นโหลจากตลาดสำเพ็ง และรับบิ้นสีต่างๆ จากตลาดผ้าใบเบ้ รังสิต รวมทั้งกำไลร้อนและอุปกรณ์ตกแต่งเล็กน้อย จากนั้นก็ช่วยกันออกแบบ และทำเป็นกำไรมือทำเองออกมาวางขายกับเพื่อนๆ



ภาพที่ 17 กำไลทำมือจากร้านของหน้อยและก็อป
ภาพที่ 18 ผ้าพันคอและผ้าคลุมไหล่ ร้านพีแวงค์



ร้านขายผ้าพันคอ และผ้าคลุมไหล่ เป็นร้านของพีแวงค์ (25 ปี) เป็นพีที่รู้จักกันของทั้ง 4 คน 2 ร้านที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเป็นรุ่นพีที่เคยเรียนที่มหาวิทยาลัยเดียวกัน คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ขณะนี้ทำงานอยู่เกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ให้กับห้างสรรพสินค้าแพลทตินั่ม เป็น Webmaster : www.iampratum.com และ www.steponatour.com ซึ่งทั้งสองเว็บเกี่ยวกับย่านการค้า ธุรกิจการขายส่ง แหล่งท่องเที่ยว และตลาดนัดและไม้นัดต่างๆ ซึ่งพีแวงค์ถือว่าเป็นคนที่มีประสบการณ์ด้านการขายของแบกะดิน เพราะต้องตระเวนถ่ายภาพไว้ลงเว็บไซต์ หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะตลาดนัดและไม้นัดเพื่อนำไปเขียนโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเชิงพานิชรูปแบบหนึ่งด้วย

จากกลุ่มนี้แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ค้าเริ่มต้นที่นนท์ ขายสินค้าก็ฟซื้อป และสินค้านำเข้าจากจีน ตระเวนตั้งร้านขายสินค้าตามทีต่างๆ อย่างจริงจังโดยเป็นยึดเป็นรายได้หลัก แต่เมื่อพบพื้นที่ตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และเห็นว่านอกจากจะเป็นทางผ่านสำหรับแวะพักก่อนกลับบ้านแล้ว ยังเป็นพื้นที่ที่สามารถขายสินค้าได้อย่างอิสระโดยไม่

การเก็บค่าพื้นที่ จึงได้ชักชวนเพื่อนๆและน้องๆที่รู้จักกัน มีความสนใจด้านเดียวกัน มาร่วมกันตั้งร้านขายสินค้า โดยวัตถุประสงค์หลักอาจเป็นการขายสินค้า แต่วัตถุประสงค์รองคือการได้มาพบปะพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนไปในตัวด้วย ก็อปซึ่งถูกชักชวนมาขายสินค้า โดยนนท์ มองว่าการมาขายสินค้า handmade นี้เป็นการทำกิจกรรมร่วมกับแฟนสาวด้วยอย่างหนึ่ง พบปะเพื่อนๆและรุ่นพี่ด้วยอย่างหนึ่ง อีกทั้งยังมีปัจจัยเสริมเรื่องรถตู้สำหรับเดินทางกลับที่พักให้บริการตลอดทั้งคืน ทำให้สะดวกต่อการเดินทางแม้ว่าจะอยู่ไกลก็ตาม และสุดท้ายพี่เบงค์ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ของคนทั้งกลุ่มเพราะตนเองทำเว็บไซต์เกี่ยวกับตลาดยามค่ำคืน จึงต้องตระเวนไปยังตลาดที่ต่างๆเพื่อถ่ายรูปและเก็บข้อมูลนำไปลงในเว็บไซต์นี้เองในกลุ่มก็จะได้ติดตามและรับฟังเรื่องราวของตลาดที่ต่างๆจากพี่เบงค์อย่างบ่อยครั้ง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการจัดการร้านของตัวเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอด้วย

ความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมไม่สามารถแยกออกได้จากความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ หากแต่จุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์เหล่านี้จะมาจากอะไรก็ตามก็สามารถทำให้เกิดการรวมกลุ่มและการดำเนินกิจการทางเศรษฐกิจได้เช่นเดียวกัน นอกจากร้านของสามสาว และกลุ่มของนนท์ ที่เป็นเพื่อนจากมหาวิทยาลัยเดียวกันแล้ว ก็ยังมีร้านที่เป็นญาติกันมาเปิดร้านขายเสื้อผ้าทำมือและสินค้ามือสองอีกด้วย

เป็นร้านของนุ่น (22 ปี) และพี่พิมพ์ (35 ปี) สองพี่น้องที่รักการออกแบบตัดเย็บกับร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ทั้งสองเป็นลูกพี่ลูกน้องกัน มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ นุ่นย้ายมากรุงเทพฯด้วยเหตุผลส่วนตัว มาเรียนการศึกษานอกระบบ (กศน.) จากเอกมัย ได้วุฒิการศึกษาเทียบเท่าระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พี่สาวของนุ่นเปิดร้านขายเสื้อผ้าที่สยาม บางส่วนก็เป็นเสื้อผ้าที่ออกแบบ และตัดเย็บเอง บางส่วนก็ไปเลือกซื้อจากที่ต่างๆ มาขายเอากำไร



ภาพที่ 19 ร้านเสื้อผ้าของนุ่นและพิมพ์

ภาพที่ 20 การสัมภาษณ์นุ่นที่ร้านแบกะดิน

นุ่นนำเสื้อผ้าที่ตัดเย็บเองมาขายแบกะดินที่อนุสาวรีย์กับแฟนสาวซึ่งเป็นทอม ทั้งสองจะไปเลือกผ้าจากบางลำพู พาหุรัด ผ้าส่วนใหญ่ที่ซื้อจะเป็นลายเสือ และลายสก๊อต ออกแบบตัดเย็บผสมผสานกับผ้าลายเรียบสีอื่นต่างๆ เรื่องรูปแบบของชุดส่วนใหญ่ก็เป็นลักษณะที่ตนเองชอบ บ้างก็ดูแบบที่วัยรุ่นส่วนใหญ่กำลังนิยม หรือดูแบบตามนิตยสารเกาหลี

สินค้าที่ขายนอกจากเสื้อผ้าแล้วยังมี รองเท้าที่ใส่เองแล้วเอานำมาขาย กระเป๋าถือ และกระเป๋าสะพายไหล่ที่เข้าชุดกัน รวมทั้งเข็มขัดที่มีลวดลายแปลกตาต่างๆมากมาย ในวันปกติหลักจากปิดร้านของพี่สาว ที่สยามแล้วก็จะนำเสื้อผ้าบางส่วนจากร้าน และของต่างๆมาขายที่บริเวณสะพานลอยอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เหตุผลที่เลือกขายที่นี่เพราะ เดินทางมาสะดวก ขากลับก็ขึ้นรถเมล์สาย 8 ที่มีตลอดทั้งคืน อีกทั้งเวลาที่ขาย คือ หลัง 4 ทุ่มไปแล้ว ซึ่งเป็นเวลาที่ไม่ทับซ้อนกับช่วงที่ต้องเฝ้าร้านให้พี่สาว นอกจากนี้ วันเสาร์-อาทิตย์ก็จะไปขายแบกะดินที่ตลาดนัดจตุจักร

จากร้านของสองพี่น้องนี้พบว่า ความสัมพันธ์เป็นเครือญาติ เป็นส่วนหนึ่งที่หล่อหลอมทัศนคติ และรสนิยมของผู้ที่ใกล้ชิดกันให้มีความคล้ายคลึงกัน หรือประกอบอาชีพที่เหมือนกัน แม้ว่าคนน้องจะเลือกที่จะขายในตลาดแบกะดินหลังจากเฝ้าร้านให้พี่ที่สยามอีกก็ตาม นิ่งก็เรียกได้ว่าเป็นการเริ่มต้นธุรกิจเล็กๆที่ไม่ต้องลงทุนอะไร เพียงอาศัยเวลาและความขยันในการตระเวนไปยังตลาดต่างๆเพื่อขยายแนวความคิด และเทรนแพชั่นของตนเองให้มีความแตกต่างจากเสื้อผ้าไหลที่ขายกัน เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็นและเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองให้โดดเด่น โดยความแปลกและแตกต่างในการนำเสนอเสื้อผ้าของทางร้านให้เป็นแนวทางเดียวกัน

การเกิดตลาดในระยะเวลานี้เป็นประจำทุกวันย่อมกลายเป็นที่พูดถึงไม่ว่าจะจากผู้ที่เกี่ยวข้องไปมาบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิแบบชั่วคราว และผู้ที่ต้องเดินทางผ่านจุดนี้เป็นประจำทุกวันก็ตามที่ ตลาดที่มีความโดดเด่นในเรื่องของสินค้าเฉพาะอย่าง ที่หาซื้อหาดูที่ไหนไม่ได้ และความสัมพันธ์อันดีของพ่อค้าแม่ค้าที่มีต่อสินค้าและช่วงเวลาการประกอบอาชีพที่ผ่อนคลาย ผู้บริโภคย่อมรู้สึกได้ถึงความเป็นกันเอง ประกอบกับกิจกรรมต่างๆเป็นไปในช่วงเวลาแห่งการพักผ่อน ไม่ต้องเร่งรีบ ไร้ร้อนแข่งขันกับใคร ทำให้บรรยากาศในตลาดแห่งนี้เต็มไปด้วยความสุนทรีย์ การจับจ่ายใช้สอยก็เป็นไปอย่างเรียบง่ายและสงบสุข ลูกค้าชาจรที่พอใจในรูปแบบและลักษณะเฉพาะของสินค้านี้รวมถึงบรรยากาศและช่วงเวลาของตลาดแบกะดิน ก็อาจกลายมาเป็นขาประจำได้อย่างไม่น่าสงสัยอะไร

ดังเช่นทัศนคติจากผู้บริโภคคนหนึ่ง บอล (22ปี) นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง แสดงทัศนคติกับผู้วิจัยเกี่ยวกับตลาดแบกะดินว่า เวลาที่เราไปเดินซื้อของที่อื่นเหมือนคนขายจะมองที่การแต่งตัวของเรา การถามความสนใจหรือความต้องการในสินค้านั้น

และจะตัดสินใจเราก่อนที่จะให้ข้อมูล ทำเหมือนไม่ค่อยอยากจะขาย แต่คนขายของที่นี่ไม่เหมือนที่อื่นคือ เขาตั้งใจที่จะอธิบายถึงสินค้าของเขา ไม่ใช่ขอยกแต่จะขายซะทีเดียวแต่ใส่ใจลูกค้าบางที่แนะนำนอกเรื่องก็มี ชอบเพราะดูจริงใจดี เช่น ร้านขายกางเกงยีนส์มือสอง เคยไปถามกางเกงยีนส์ขาเดฟแบบที่วัยรุ่นแถวสยามเค้าชอบใส่กัน คนขายก็ใจดีมากบอกเลยว่าตัวไหนซ่อมมาแล้วบ้าง ยี่ห้อไหนของแท้ดูยังไง ฟอกสีรีบัวซึ่งบางทีข้อมูลพวกนี้เค้าไม่จำเป็นต้องบอกก็ได้ แต่เหมือนกันสอนให้เราเลือกซื้อของเป็น ทำให้ตัดสินใจในเรื่องเหล่านี้จนมาตลาดแบกะดินเป็นประจำ อีกทั้งยังเปิดตอนตีกรดไม่ติดคนไม่เยอะ เพราะบอลไม่ชอบคนพลุกพล่านมันวุ่นวาย ไม่อยากทำอะไรเร่งรีบ เบียดเสียด ตลาดมีเวลานี้ก็โอเคเลย

จากการแสดงทัศนะของลูกค้าของตลาดแบกะดินรายนี้ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่ลูกค้าของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดแบกะดิน อีกทั้งความจริงใจในการสื่อสารที่บริสุทธิ์ แตกต่างจากการเน้นขายเพื่อหากำไรเพียงอย่างเดียว อีกทั้งผู้บริโภครายพึงพอใจกับบรรยากาศการซื้อขายของตลาดแบกะดินในช่วงเวลา 21.00-01.00 น. และเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการเปิดตลาดในช่วงเวลาแห่งการพักผ่อน เพราะช่วงเวลาเร่งด่วนจะมีการจราจรที่ติดขัด และมีคนสัญจรบนสะพานลอยจนแน่นขนัด

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในตลาดแบกะดิน ก็เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของความสัมพันธ์ของผู้คนในตลาดแบกะดินทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย ซึ่งบางครั้งเป็นคนเดียวกัน และผู้บริโภคที่มีทั้งลูกค้าประจำ และลูกค้าขาจร ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ต่างๆเหล่านี้เกี่ยวพัน เชื่อมโยงกันอย่างแยกออกจากรันไม่ได้ อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์เหล่านี้ก็ทำให้ตลาดดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง และเป็นแนวทางที่เหมาะสมกับกลุ่มสังคมต่างๆที่มารวมตัวกันบนพื้นที่แห่งนี้ กิจกรรมทางเศรษฐกิจดำเนินไปพร้อมๆกับกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม สร้างความลงตัวให้กับตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิได้เป็นอย่างดี

2. ความสัมพันธ์ของคนกับของ

ตลาดแบกะดินเป็นตลาดที่มีลักษณะเด่นและความเฉพาะตัวที่สามารถดึงดูดคนจากพื้นที่ต่างๆให้มารวมตัวกัน ทั้งผู้ผลิต ผู้ขายและผู้บริโภค จากพื้นที่สาธารณะที่ว่างเปล่าในตอนกลางวันเมื่อถึงเวลากลางคืนร้านรวงต่างๆก็นำสินค้าที่มีมาจัดแสดง พร้อมจำหน่ายให้แก่ผู้คนที่สนใจ พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตด้วย สินค้าทำมือ เช่น การ์ดอวยพรลายการ์ตูนทำมือ ไปสการ์ดศิลปะแพ่งด้วยความหมายดีๆแต่ผู้รับ โคมไฟทำมือ ตุ๊กตาไม้สักแกะสลัก เสื้อยืดทำมือ วาดกันสดๆ สร้อยและเครื่องประดับต่างๆที่สั่งทำได้ตั้งใจ เป็นต้น เรียกได้ว่าเป็นจุดเด่นของตลาดแบกะดินแห่งนี้ เพราะเป็นสินค้าที่หาได้ยากและไม่มีขายที่ไหน อีกทั้งคนขายยังนั่งทำโชว์เรียกคนที่ผ่านไปผ่านมาให้แวะชมกันได้ด้วย ถ้าใครสนใจสั่งทำแบบเฉพาะของตนเองที่มีอันเดียวในโลกก็สามารถนั่งรอรับสินค้าได้เดี๋ยวนั้นเลย สร้างบรรยากาศยามค่ำคืนให้มีสีสัน และเป็นเสน่ห์ที่ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่ตั้งใจมาเดินตลาดและผู้สัญจรผ่านไปมาก็ให้ความสนใจกันเป็นอย่างยิ่ง

ตามนิยามคำว่า ตลาดคือชีวิต ซึ่งหมายรวมถึงตลาดเป็นมากกว่าพื้นที่สำหรับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง หากแต่ว่าตลาดแบกะดินนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของพ่อค้าแม่ค้า เป็นแรงขับเคลื่อนให้ผู้คนในตลาดมีพลังที่จะสร้างสรรค์ผลงานออกมาแสดง และจำหน่ายแก่ผู้ที่มีความสนใจในผลงานของพวกเขา อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่สร้างสีสัน และมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่โดยรอบ เนื่องจากความแปลกและแตกต่างของผู้คนที่แต่งกายกันมาอย่างเต็มที่ และสินค้าที่มีความแปลกใหม่ หาที่ไหนไม่ได้ ดังจะได้อธิบายรายละเอียดจากกรณีศึกษาดังต่อไปนี้



ภาพที่ 21 ร้านเครื่องหนังทำมือของลุงปอง ถ่ายขณะกำลังเจาะหนังทำสร้อยข้อมือ

ภาพที่ 22 คุณลุงผู้รอบรู้ กำลังเล่าเรื่องราวต่างๆ

ร้านเครื่องหนังทำมือ เป็นร้านของลุงปอง (50 ปี) ลุงเป็นคนบางขุนเทียน แต่งงานกับคนขอนแก่น ซึ่งขณะนี้ภรรยากลับไปทำนาที่บ้านแม่ยาย ลุงมีลูกชาย 2 คน คนแรกเรียนอยู่มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ชั้นปีที่ 2 และคนเล็กเรียนอยู่โรงเรียนประถมกับยาย ที่จังหวัดขอนแก่น ลุงเล่าว่า “ตอนปิดเทอมเค้าก็มาหาบ้างนะ มาเที่ยวกรุงเทพ แต่ลุงชอบบ่นว่าอากาศไม่ดี ไม่ชอบกรุงเทพ ช่วงนี้เป็นช่วงทำนาลุงเลยต้องอยู่กรุงเทพคนเดียว”

บ้านลุงอยู่แถวรามอินทรา กิโลเมตรที่ 9 หรือใกล้ห้างแฟชั่นไอส์แลนด์ เพราะฉะนั้นเส้นทางที่ลุงไปขายของส่วนใหญ่จึงเป็นเส้นทางที่มีรถเมล์ที่สามารถกลับถึงบ้านได้ผ่าน เช่น อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ รัชดาซอย 4 กรุงเทพมหานคร ABAC เซ็นทรัลบางนา สำโรง ม.ราม 2 ม.มหิดล วิทยาเขตศาลายา ม.สยาม เป็นต้น นับว่าลุงเป็นพ่อค้าเร่ ซึ่งไปขายมาหลายที่มาก ลุงเล่าว่า แต่ละที่ลูกค้าก็แตกต่างกันไป ลุงเล่าว่า “เคยไปขายหน้าห้าง พารากอน มีฝรั่งมาซื้อสร้อยข้อมือ เขายืนแบงค์ 500 แล้วหยิบของลุงไป 2 อัน แล้วบอกไม่ต้องทอน ต่างกับฝรั่งแถวข้าวสาร ลุงว่าเป็นฝรั่งไม่รวย นอนเกสเข้าส์ถูกๆแถวนั้น และซื้อของไม่ใจปล้ำ”

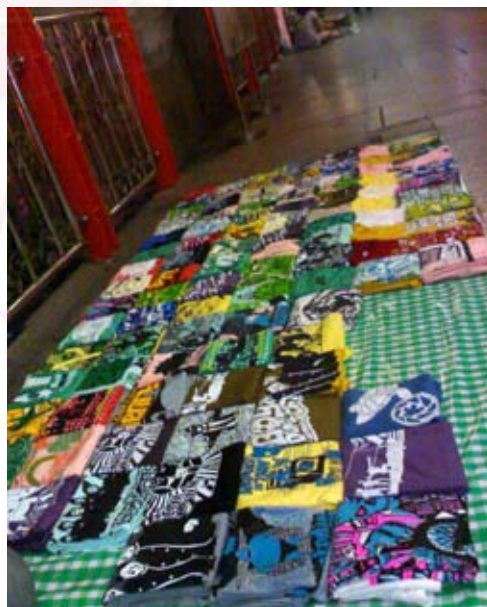
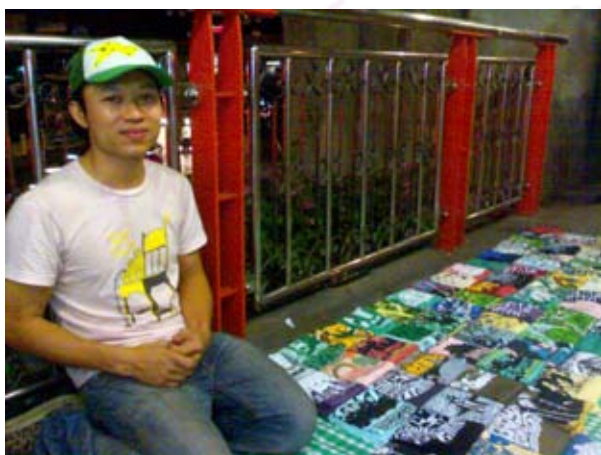
สินค้าที่ขายจะเป็นงานทำมือจากเครื่องหนัง วัสดุที่ใช้คือ หนังสัตว์ต่างๆ มีทั้งหนังแท้และหนังเทียม ไปรับซื้อมาจากตลาดแถวค่ายเสือป่า กรรไกร เข็ม ที่เจาะรู ลุงเล่าว่าสมัยก่อนลุงไปเรียนทำเครื่องหนังแถวราชดำเนิน เป็นศูนย์ฝึกอาชีพของกรมอาชีวศึกษา บริเวณ สีแยกคอกวัว สินค้าที่ทำขาย เช่น สร้อยข้อมือขนาดต่างๆ มีรูปแบบ และลวดลายที่ไม่ซ้ำกัน โดยลุงเป็นคนออกแบบเองทั้งหมด ที่ห้องมือถือ รองเท้าแตะหนัง กระเป๋าใส่เศษเหรียญ ที่ใส่ไฟแช็ก เป็นต้น การออกแบบของลุงค่อนข้างทันสมัย ใสได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง เป็นการเพิ่มมูลค่าให้เศษผ้า หรือเศษหนังต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น งานกีฬาจุฬา-ธรรมศาสตร์ที่ผ่านมา ลุงทำเข็มหนัง สวมข้อมือ สีส้มพุด และสีเหลืองแดง ลุงบอกว่าขายดีมากในวันนั้น และยังมีเด็กๆมาสั่งให้ทำเพิ่มอีก จนแทบขายไม่ทันเลย เป็นต้น

จากการสังเกตขณะสัมภาษณ์ผู้เขียนคิดว่าลุงปองเป็นคนที่รอบรู้เรื่องต่างๆ อย่างกว้างขวาง ลุงเล่าว่า ชอบฟังข่าวสารต่างๆ จากวิทยุ และเป็นคนติดตามข่าวสาร อีกทั้งยังเป็นคนที่คุยเก่ง มีมนุษยสัมพันธ์ดีกับคนทั่วไป เช่น การผูกไมตรีกับร้านที่ขายของติดกัน การผูกปิ่นโตฝากห้องกับร้านขายข้าวแกงได้สะพาน และการพูดคุยกับผู้อื่นอย่างลื่นไหล ทั้งเรื่องการเมือง เรื่องนโยบายรัฐบาล เรื่องการปรับปรุงพื้นที่ของกทม. ลุงบอกว่า “เวลาไปขายของตามที่ตั้งต่างๆ ต้องคอยสังเกตแม่ค้าท้องถิ่นว่าเขาปฏิบัติกันอย่างไร พุดคุยและผูกมิตรไว้ เขาก็จะบอกเรื่องราวข่าวสารให้เราฟัง” เช่น เวลาเดินตรวจของเทศกิจแต่ละพื้นที่ก็แตกต่างกัน ส่วนวันนี้เป็นเวลาเที่ยงคืนครึ่งแล้ว ลุงมานั่งบนสะพานลอย เพื่อพักผ่อนจากการไปขายของตั้งแต่ช่วงบ่ายตลอดทั้งวัน ที่นี้แตกต่าง

จากที่อื่นคือ ไม่ต้องคอยห่วงหน้าพะวงหลัง กลัวการจับกุมของเทศกิจ ลูกก็นั่งทำงานไปเรื่อย (พูดไปก็ถักสร้อยไป) ไม่มีคนซื้อก็ไม่เป็นไร

จากการศึกษาเรื่องราวของลุงปองพบว่า ความหมายของตลาดแบกะดินที่ต่างๆ แตกต่างกันในเชิงของพื้นที่ที่ตั้ง ตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิมีความพิเศษอยู่ 2 ประการใหญ่ๆที่ทำให้ลุงปองต้องมาแทบทุกวันคือ หนึ่ง เป็นทางผ่านของการเดินทางขึ้นรถประจำทางกลับบ้าน และสองเป็นพื้นที่ที่ค้าขายได้อย่างอิสระหลังจากการเลิกงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ไม่ต้องห่วงเรื่องการเก็บค่าพื้นที่สำหรับขาย จึงทำให้เกิดความผ่อนคลาย ความผ่อนคลายนี้เป็น ปัจจัยที่ก่อให้เกิดหลายสิ่งตามมา เช่น มีสมองที่ปลอดโปร่งไปคิดสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบใหม่ๆ คิดทบทวนถึงเหตุการณ์ต่างๆในหนึ่งวันเพื่อวางแผนสำหรับวันพรุ่งนี้ และเป็นพื้นที่สังคมให้พบปะ ผูกมิตรกับคนอื่นๆในตลาดโดยไม่ต้องมาคอยที่จะแข่งขันกัน

ความสัมพันธ์ของคนกับของเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญเพราะเป็นจุดเริ่มต้น และเป็นแกนหลักให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายนั้นสามารถดำเนินชีวิตไปในแนวทางที่ตนเลือกเองได้อย่างมีความสุข ดังเช่นตัวอย่างสุดท้ายนี้เป็นเรื่องราวของพี่ตี๋ที่เลือกทางเดินชีวิตของตัวเอง จากการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึกถึงประเด็นต่างๆจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถเห็นภาพวิถีชีวิตของพ่อค้าคนหนึ่ง ที่รักในการวาดภาพและรักในงานของตนเป็นอย่างมากดังจะกล่าวต่อไปนี้



ภาพที่ 23 พี่ตี๋ ผู้มุ่งมั่นที่เลือกทางเดินชีวิตของตนเอง

ภาพที่ 24 ร้านขายเสื้อยืดสกรีนลายจากการออกแบบและวาดด้วยมือของพี่ตี๋เจ้าของร้าน

ร้านขายเสื้อยืดสกรีนลายเองของพีตี้ (33 ปี) พีตี้เล่าว่า แม่เป็นคนชัยภูมิพ่อเป็นคนกาญจนบุรี แต่มาเจอกันที่กรุงเทพพี่เลยก็เกิดและโตที่กรุงเทพ เพราะพ่อกับแม่อยู่คนละที่เลยทำให้พีตี้ต้องย้ายไปย้ายมาระหว่าง 3 จังหวัดนี้อยู่เสมอ ปัจจุบันพีตี้พักอยู่ที่ห้องเช่า แถวหัวขวงตามลำพังซึ่งเดินทางไปมาได้สะดวกมากระหว่างอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเพราะมีรถเมลิ่ววิ่งตลอด 24 ชั่วโมง พีตี้ทำเสื้อขายมาประมาณ 6 ปีแล้วนะ ตั้งแต่ยังไม่ออกจากงาน พอเห็นว่าเข้าท่าแล้วค่อยออกมาทำขายแบบเต็มตัวก่อนที่จะมาขายเสื้อพีตี้ทำงานบริษัท แล้วพอรู้สึกที่ไม่ชอบเลยลาออกมาทำสิ่งที่ชอบ พีตี้พูดแกมบ่นว่า

“การทำงานบริษัท ก็รู้ๆกันอยู่ใช่ไหมว่า ต้องใช้ความรู้ความสามารถสูง เราไม่ได้จบเมื่อนอกมา หรือไม่ได้เรียนต่อสูงๆ ก็อยู่ยาก การแข่งขันมันสูง ใ้เรามันมีโอกาสเติบโตมีน้อยก็เลยออกมาทำสิ่งที่เราชอบดีกว่า เพราะทำอย่างนี้นั้นไม่มีใครมาจะเกณฑ์ เราทำของเราเอง ทำจากใจ ถ้าทำบริษัทมันมีกฎเกณฑ์มาก เราไม่สบายใจ”

พีตี้จบปริญญาตรีศิลปศาสตร์ วิชาเอกภาษาอังกฤษ แต่บริษัทที่เคยทำงานด้วยจะเกี่ยวกับการแก้ไขทำระบบโครงสร้างหนี้ และการทำบัญชี ซึ่งถือได้ว่าไม่ตรงสายที่เรียน เหตุที่เลือกทำงานบริษัทนี้เพราะตอนนี้เพิ่งจบการศึกษามาใหม่ๆ พีตี้สมัครงานแล้วทางบริษัทก็รับเข้าทำงานเลย แต่ไม่ใช่สิ่งที่ชอบ ถึงแม้ว่างานบริษัทจะมีความมั่นคงกว่า มีรายได้ที่แน่นอนทุกเดือน แต่พีตี้ก็เลือกที่จะเดินไปตามเส้นทางที่ตัวเองชอบ และถนัด โดยที่ทางบ้านไม่รู้เรื่องนี้เลย

พีตี้ขายเสื้อยืดที่ออกแบบ และสกรีนลายด้วยตนเอง เพราะเป็นคนที่ชอบวาดรูป ชอบการออกแบบมานานแล้ว ภาพที่วาดส่วนใหญ่วาดด้วยมือโดยการนำแบบที่หาได้จากการค้นหาทางอินเทอร์เน็ต พีตี้บอกว่า “ไปเกือบทุกวันแหละ เลิกจากขายนี้ก็จะไปเป็นปกติ เพราะเราต้องหาข้อมูลบ่อยๆ ตามกระแสหน่อย” นำภาพมาผสมผสานเติมแต่ง และดัดแปลง จนออกมาเป็นผลงานของตนเอง ลายเสื้อร้านพีตี้จะเป็นลายกราฟฟิคส่วนใหญ่เพื่อให้ดูใจวัยรุ่น และเน้นสีสดที่สดใส เมื่อผู้เขียนถามว่าทำไมไม่วาดด้วยคอมพิวเตอร์ไปเลยจะได้รูปร่าง และลายเส้นคมชัด แก้ไขปรับแต่งเมื่อไหร่ก็ได้ อีกทั้งยังสามารถนำกลับมาทำซ้ำได้เมื่อลูกค้าต้องการจำนวนมาก พีตี้ตอบว่า “ที่วาดมือเพราะว่าเราทำคอมไม่เป็น ใช้คอมเป็นนะ แต่ใช้โปรแกรมแบบนั้นไม่เป็น อีกใจหนึ่งเราไม่ชอบใช้คอมด้วยก็ เคยแต่วาดไปใช้คอมแล้วมันไม่ค่อยเข้ามือ อีกอย่างการวาดด้วยมือผลงานมันมีเสน่ห์มากกว่า คนซื้อเค้าก็ดูไม่ออกหรอก ว่าวาดมือหรือใช้คอม” นอกจากนี้พีตี้ยังออกแบบโดกีย์ห้อยเสื้อที่ตนเองออกแบบตามชื่อพ่อของเขาเอง เป็นภาษาเยอรมันว่า “krutt”

พีตี้เล่าให้ฟังอย่างละเอียดเรื่องการทำเสื้อยืดสกรีนลายว่า ไปซื้อเสื้อยืดสีล้วนอาทิติยละครึ่งที่สวนจตุจักร ตัวละ 60 บาท เหตุที่ไม่รับซื้อเป็นโหลๆจากโรงงานเพราะตนมีรายได้

ไม่แน่นอนในแต่ละอาทิตย์ และอยากเลือกเสื้อที่ไม่มีตำหนิ และเลือกสีของเสื้อด้วยตนเองทีละตัว โดยจะคัดเฉพาะ size M เท่านั้น เพราะจะใส่ได้ทั้งชายและหญิง การทำสกรีนคือ จะเอาแบบที่วาดได้ไปสั่งทำบล็อก และไปซื้อสีตามร้านกีฬาแถวสนามศุภชลาศัย ซึ่งมีให้เลือกมากมายหลายเกรด หลายราคา เราจะเลือกอย่างที่ถูกและดี

“แบบเราก็มีเยอะแล้ว เราก็สามารถที่จะวาด แล้วก็สกรีนได้เรื่อยๆ ชายเสื้อยืดมันก็ไม่ตายอยู่แล้ว มันเป็นแพชั่น เป็นของที่ทุกคนสมัยเค้าใส่กัน ไม่เหมือนเสื้อผ้าผู้หญิงที่ มาไม่กี่เดือนก็ไปแล้ว แต่ทุกวันนี้ค่านิยม เสื้อขาวๆ บางๆ แล้วก็มียารูปธงชาติ นี่เป็นเสื้อที่เค้าฮิตแบบช่วงโอลิมปิก แต่ซื้อมาก็ใส่ได้เดือนเดียวก็ไปแล้วโอลิมปิก หลังจากนั้นไปก็ขายไม่ได้แล้ว” เสื้อที่ทำเองทั้งหมดจะนำมาขาย แบบหนึ่งสำหรับหนึ่งบล็อก หนึ่งบล็อกสกรีนหรือ ลงสีได้ประมาณ 10 ตัว ส่วนเสื้อที่เสีย ก็จะมีนำมาใส่เอง “จะใส่เสื้อตัวที่สีเลอะ สกรีนไป สีเลอะไป คือบางที่มันเป็นลายขาดอย่างนี้ ลูกค้าบางคนเห็นก็ชอบ คือแบบว่า เอาลายแบบเสื้อที่ใส่ได้ใหม่ บางทีบางตัว ลายแบบนี้ขายไม่ได้เลย แต่พอเราเอามาใส่ คนเค้าเห็น เค้าชอบ เค้าก็ซื้อ ก็เลยขายได้ ของบางที่วางอยู่ไม่สวย แต่พอใส่มันสวย”

“พี่ชายหน้าราม วันจันทร์ อังคาร ขายหน้าที่สวนจตุจักร เสาร์อาทิตย์ แล้วก็หน้าเวสต์เทรด จะไปขายช่วงเทศกาล สิ้นปี-ปีใหม่ (ธันวาคม-มกราคม) เพราะเป็นช่วง High Season มีคนต่างชาติมาเยอะ แล้วยังมีคนเยอะ มีการจับจ่ายใช้สอยเยอะ การมาขายที่อนุสาวรีย์นี่ คือมาขายทุกวัน แต่เป็นช่วงเวลาที่เลิกเก็บจากที่อื่นแล้ว”

เรื่องของพื้นที่ในการขายพี่ตี๋ บอกว่า “ที่อื่นก็มีให้ขายเยอะ มันมีตั้งแต่เข้ายันดึกเลย คือที่ขายของมันมีหลายที่ไม่ได้มีทีเดียว ขึ้นอยู่กับว่าเราจะไปรีเปลาเท่านั้นเอง บางคนตาม มีอบแค้ก็ไปขายนะ ซึ่งแค้มีมือบเราก็ก็นำไปวางขายได้ เพราะพื้นที่มันมีว่างเยอะไง เทศกิจเค้าไม่เกี่ยวข้องอยู่แล้วเค้าไม่จับ เพราะเป็นพื้นที่ที่ล็อคไว้แล้ว ก็คือถ้าเราไปเจอที่ที่แบบว่าเออน่าจะขายได้ เราก็ต้องถามคนแถวนั้นดูก่อนว่าขายได้ไหมวางได้ไหม ถ้าเกิดวางได้เราก็กวาง แต่ต้องถามเจ้าถิ่นเค้าก่อนนะ (หัวเราะ) เพราะว่าเราหน้าใหม่ไปเดี๋ยวจะถูกครหาหนีนาได้”

เมื่อผู้เขียนถามถึงรายรับ รายจ่าย ของพี่ตี๋ว่าพออยู่ได้หรือไม่ “รายได้ต่อวันก็ไม่มากมายพออยู่ได้ ได้มากที่สุดก็มี 5000 บาท แต่บางวันที่ไม่ได้เลยก็มีนะ แต่ก็ไม่ใช่ที่เราเจ้าเดียวที่ไม่ได้ คนอื่นเค้าก็ไม่ได้เหมือนกัน มันเป็นช่วงของตลาด แบบว่าฝนตก คนไม่เดินคนไม่ซื้อ ทำให้เราขายไม่ได้ มันไม่ได้เป็นเพราะตัวสินค้า แต่อาจเป็นเพราะว่าช่วงฤดูกาล คนเค้าอาจจะกังวลเรื่องภาวะเศรษฐกิจ เค้าเลยไม่ค่อยจะซื้อของ ฝนตกไม่ออกมาขาย เพราะว่าเสื้อมันไม่ถูกกับฝน โดนฝน

ไม่ได้ เราจะถนอมเชื้อ อย่างอื่นมันไม่เป็นไร โดนน้ำมันไม่ติด แต่เชื้อมันโดนไม่ได้เลย เราก็เลยว่าจะพๆ ไว้ดีกว่า”

ความคิดเห็นของพีตีเกี่ยวกับการขายของในตลาดแบกะดิน พีตีกล่าวว่า “บางทีมีจุดๆ หนึ่งที่กรุงเทพเค้าออกนโยบาย อะไรซักอย่างว่า จะสร้างกรุงเทพ ตรงจุดศูนย์กลาง ช่วงสยาม ประตูน้ำ ให้เป็น คล้ายๆ กับ ถนนคนเดิน ของสิงคโปร์ แต่เอาไปเอามาเค้าก็ไม่ทำ เค้าไปทำสิ่งที่สูงกว่า ตามห้างแบบนี้ มันก็ ผิด Concept ไป มีนักศึกษาเยอะแยะเลยที่เค้าทำของตัวเอง ทำเยอะนะ แล้วก็หาที่ลงของไม่ได้ ก็เลยได้เลิกทำไป บางคนถ้าพ่อแม่รวยก็ดีไป ขอตั้งพ่อแม่เปิดร้านที่สวนได้ คือเราต้องหาที่ทางเอาเอง บางทีตระเวนไปขายก็เจอพวก มาเพีย อะไรอย่างนี้ มีคนซื้อ เราก็ไม่ได้อะไรนะ แต่เงินเข้ากระเป๋าเราเพียหมด เข้ากระเป๋าตำรวจหมด รีบก็เข้าตึกก็ไป ที่นี้ (บนสะพานลอยอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ) ตอนกลางวันก็เห็นเค้าขายกันอยู่นะ แต่พอตึกก็มา ก็รีบเก็บกันใหญ่เลยเค้าแอบขายเอา ก็คนมันเยอะไง โอกาสขายของก็ได้เยอะ ก็เลยต้องเสี่ยงโดนจับคนที่ขายแบบนั้น เค้าไม่ค่อยเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม แต่อย่างนี้คือ 4 หุ่มาแล้ว คนมันบางตา เราก็รอเวลาว่าช่วงนี้ดีที่สุดแล้ว ก็คุยๆ กันหลายๆ คนว่าอย่าไปขายเลยตอนกลางวัน มันสร้างความลำบากให้คนเค้าเปล่าๆ เราก็รอสัก 4 หุ่ก็ได้ ให้คนมันบางๆ พวกเรา(พ่อค้าแม่ค้าในตลาดแบกะดิน)ก็คุยกันช่วงที่ขายของนี่แหละ ขายของทีก็จับกลุ่มคุยกัน เราก็จะปรึกษากัน ว่าถ้าเราอย่างขายของที่นี้นาน เราก็อย่าไปสร้างปัญหาให้ เทศกิจกับคนเดิน แต่บางคนเค้าผ่านมาเห็นคนมันเยอะ ก็อยากขาย เลยเอาซักหน่อย เทศกิจไม่อยู่กับแอบเอาอะไรอย่างนี้ แต่ถ้าเป็นคน ที่ขายที่นี้ทุกวันเค้าจะรู้ไงว่า เค้าจะไม่ขายกลางวัน”

ผู้เขียนถามเรื่องเทศกิจ พีตีเคยโดนจับไหม พีตีบอกว่า “ก็เคยโดนครั้งหนึ่งที่ ปีนเกล้า แต่ปัจจุบันนี้ขายได้แล้วนะ เค้าจัดที่ไว้ให้ขาย แต่ก่อนโดนจับหมดต้องแอบขายเอา ถ้าจับได้เค้าก็ยึดของไปเลยนะ แล้วก็ไปเคลียร์ของที่เขต แต่ถ้าพ่อค้าแม่ค้าที่สนิทๆ กันหน่อยเค้าก็จะเคลียร์ๆ กันตรงนั้นเลย ก็เข้ากระเป๋าเทศกิจไป บางทีถ้าเค้าจับได้ต้องรีบไปเคลียร์ของ เพราะเดี๋ยวของหายบางส่วน แต่เราก็ทำอะไรไม่ได้ ถือชะว่า เสียรู้ให้เขาถือว่าเสียค่าโง่ไปละกัน” ผู้เขียนซักต่อ เราต้องเสียเงินประมาณเท่าไรคะ “แต่ก่อนนั้นเคยเสีย 500 แต่ความที่ว่าเราขายของแป็บเดียวแบบนี้ไม่มีเงินเยอะ ขนาดนั้นหรอก เค้าก็จะให้เฉลี่ยๆ กันมา 3 เจ้า 500 บาท แต่ถ้าบางคนเค้าเชี่ยวชาญจริงๆ ก็จะทำให้จ่ายตรงนั้นเลย ไม่ต้องไปที่เขต เค้าก็จะได้เงินเข้ากระเป๋าเต็มๆเลย แต่เราก็ไม่มีสิทธิจะไว้วางใจเค้าอยู่ดี เพราะเราเสียรู้เอง มันเป็นการหากินอย่างหนึ่ง เวลาไปขายต่างที่ก็ต้องดูคนเดินก่อนว่าเยอะไหม บางทีคนเดินเยอะ แต่มันคนขายเต็มแล้ว เราก็ต้องเดินไปดูบ่อยๆ เพราะว่าบางเจ้า 4 โมงเย็น เค้าก็กลับบ้านแล้ว เรามีเวลาเหลือตั้งหลายชั่วโมง เราก็เอาไปวางขาย

ได้ ก็ต้องไปคุยกับเจ้าของที่ก่อนว่า เราขอร่างของต่อได้ไหม แต่ก็ต้องคุยกับเทคนิคอีกทีหนึ่งว่าเค้าจะเก็บเดือนละ 100 หรือ 200 เพราะเป็นที่ซ้ำซ้อนไง เราก็เสียแค่นิดๆ หน่อยๆ พอได้ขาย เพราะถ้าเราไม่ได้ขายที่นี้ที่เดียว เราก็ต้องหาขายที่อื่นต่อด้วย จากเมื่อก่อนเคยได้ที่ไม่ดี เราก็อาจจะได้ที่ดี พอเรารู้จักคนเยอะๆ ก็อาจจะได้ที่สวยๆ เลยก็ได้ จากเมื่อก่อนเคยขายได้วันหนึ่งไม่เท่าไร ก็อาจจะขายได้ต่างกันเยอะ รึว่าหากเราต้องเสียค่าร้าน แต่มันก็คุ้มค่ากว่า” พี่ตีก็กล่าวอย่างมีประสบการณ์ ทำเอาผู้เขียนซาบซึ้งไปกับเรื่องราวที่น่าตื่นเต้นที่คนขายของแบกะดินคนหนึ่งได้ประสบ และคงจะไม่แตกต่างกันมากนักคนอื่นเช่นกัน

พี่ตียึดอาชีพนี้มาได้ 6 ปีแล้วและไม่คิดจะเปลี่ยนแปลง เพราะตนมีความสุขที่ได้ทำสิ่งที่ตนเองรัก “ความรู้มันมีเยอะมากในโลกนี้ บางคนอาจจะเรียนรู้ในสิ่งที่ไม่ชอบก็ไม่มีประโยชน์อะไร ก็ต้องกลับ บางคนเค้ามีเวลา มีโอกาส กลับมาได้ แต่บางคนก็เลยมาแล้ว จะกลับไปก็กลับมาไม่ได้ ก็ปล่อยโอกาสให้ผ่านเลยไป ทำในสิ่งที่เค้าไม่ชอบตลอดไป บางคนจบ Doctor ไม่อยากเรียนไม่อยากทำ ไม่อยากเป็นหมอเลย แต่เขาก็ต้องทำงานเป็นหม อยู่ทุกวันๆ เขาก็รู้ว่าเขาชอบอะไรอยู่ แต่เค้าก็ไปทำไม่ได้ เพราะเค้าอยู่ตำแหน่งนี้ จุกๆ นี้อยู่ ถ้าเกิดเขากลับไปทำจุกๆ นั้นใหม่ เขาก็ต้องเริ่มใหม่อีกซึ่งมันเลยจุกเริ่มต้นมาแล้ว สำหรับเขา”

จากกรณีศึกษาสุดท้ายนี้ พี่ตีได้แสดงให้เห็นให้ผู้เขียนเข้าใจ และเห็นภาพวิถีชีวิตของคนในตลาดมากมาย หลากหลายประเด็น ยกตัวอย่างเช่น การเลือกทำในสิ่งที่ตนเองรักจะทำให้อยู่กับมันได้อย่างไม่มีคำว่าเบื่อ มีความความสุขกับสิ่งที่ตนเองทำทำให้ผลงานออกมาดูดี และมีจิตวิญญาณ การเดินออกมาจากสังคมกระแสหลักไม่จำเป็นต้องปิดกั้นตัวเองจากสังคม หากแต่เลือกที่จะเดินทางที่ใกล้เคียงกับความฝัน พี่ตีชอบวาดรูปแต่รู้ดีว่าการที่ไม่ได้เรียนทางสายศิลปะทำให้ยากต่อการสานต่อความฝันและการวาดรูปและออกแบบให้รูปเหล่านั้นมาอยู่ในเสื้อยืดได้ ไม่เพียงแต่จะทำให้ได้ชื่อผลงานของตนเองแล้ว ยังสร้างรายได้ช่วยในการเลี้ยงชีพได้อีกทางหนึ่งด้วย

การทำเสื้อและออกจำหน่ายด้วยตัวเองทำให้สามารถพูดคุยกับลูกค้าได้อย่างลึกซึ้งมากกว่าส่งขายตัวคำทำเสื้อเองจะรู้ว่าลูกค้าชื่นชอบลายลักษณะไหน อะไรที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ นอกจากนี้ยังสามารถจัดการกับรายรับรายจ่ายของเดือนได้อย่างลงตัวเพราะตัวคนเดียว พี่ตีเล่าว่าเคยมีคนจ้างให้ทำส่งขายให้กับทางร้าน และมีถึงส่งขายต่างประเทศแต่ไม่รับ เพราะไม่อยากจะเร่งทำ ไม่อยากให้ใครมากำหนดลดราคาหรือกำหนดความคิดของตนเอง ซึ่งเรียกได้ว่า เป็นคนหนึ่งที่รักในความเป็นอิสระ โดยไม่สนใจเรื่องของรายได้ที่จะเพิ่มขึ้นเลย พี่ตีมองว่ารายได้ที่มากขึ้นก็มาพร้อมกับปัญหา ความเสี่ยงที่จะลงทุนและขาดทุนเพิ่มขึ้นตามมาด้วย

ความรักอิสระ และชัดเจนในการแสดงออกถึงตัวตน ของผู้ที่ตอบโจทย์ของตลาดแบบกะดินได้เป็นอย่างดีเพราะเป็นตลาดที่ไม่มีการผูกพัน หรือผูกมัดใดใด ทุกสิ่งทุกอย่างขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ค้า และเพื่อนพ้องพ่อค้าแม่ค้าในตลาดที่กำหนดกันเองเป็นวัฒนธรรมกลุ่มย่อย ไม่มีกฎเกณฑ์ แต่สามารถพูดกันให้เข้าใจ และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันได้

ความสัมพันธ์ของคนกับของดังกล่าวมาเป็นส่วนหนึ่ง ที่พอจะอธิบายให้เห็นภาพของความรักและความผูกพันกับของที่ตนขาย โดยเฉพาะพ่อค้าแม่ค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าเหล่านั้นเองด้วยแล้ว สามารถพบเจอได้ในตลาดแบบกะดิน ตลาดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนที่อื่นๆในกรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้ศึกษาวิจัยได้เรียนรู้ และเข้าใจการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ของคนในตลาดที่แต่เดิมไปด้วยความแตกต่าง หลากหลาย ในเรื่องของที่มา เหตุผล ความสัมพันธ์ และอื่นๆซึ่งไม่สามารถเข้าใจได้ถ้าไม่มีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6 บทสรุป และข้อเสนอแนะ

ตลาดไม่ใช่เป็นเพียงสถานที่สำหรับดำเนินกิจกรรมซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่แห่งชีวิตที่มีการปะทะสังสรรค์ของผู้คนในรูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจ หากไม่มีผู้คนที่เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆ แล้ว พื้นที่ตลาดก็เป็นเพียงสถานที่ว่างเปล่าเท่านั้น ประเด็นที่น่าสนใจคือ ปัจจัย หรือกระบวนการ ในการทำให้พื้นที่แห่งหนึ่งกลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ และเป็นพื้นที่ยอมรับของผู้คน

1. บทสรุป

ตลาดแบบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเป็นตลาดที่มีลักษณะเฉพาะในเรื่องของสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะหาไม่ได้จากที่อื่นๆ ทำให้คนที่มีความสนใจเดินทางมารวมตัวกัน แลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ ผ่านสินค้า และความสัมพันธ์อย่างเป็นกันเองระหว่างผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้บริโภคที่ไม่ว่าใครได้มาเยือนแล้วจะต้องกลับมาอีกครั้งหนึ่ง เส้นหรือก๊ออย่างหนึ่งที่ดึงดูดลูกค้าขาประจำและขาจรจากที่อื่นๆ มายังตลาดแบบกะดินก็คือบรรยากาศของตลาด ที่มีวัฒนธรรมเฉพาะของตนเองทั้งการจัดวางสินค้า เสียงต่างๆ ที่อยู่ในตลาด ระยะเวลาของคนที่ผ่านมาจากขบวนรถไฟฟ้าเป็นรอบๆ สินค้าที่แปลกตาและมีสีสันของผู้ผลิตและผู้ค้าจะได้พบปะกับผู้บริโภคโดยตรงอย่างเป็นกันเอง นอกจากนี้ยังมีคนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมากมีทั้งคนทำงานและคนย้ายถิ่นเข้ามาในพื้นที่ได้ง่าย เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ การรวมกลุ่ม และพัฒนาจนกลายเป็นตลาด

ลักษณะของตลาดแบบกะดินที่เกิดขึ้นเป็นการค้าขายแบบกะดินนี้มีลักษณะไม่ซับซ้อน ลงทุนน้อย ราคาสินค้าถูก และพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นทางการ ไม่ถาวร จึงต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย แบบใกล้ชิด ซึ่งการจะคงอยู่ได้ ก็ต่อเมื่อมีการรวมกลุ่มกันเป็นจำนวนมากพอสมควรเพื่อสร้างความมั่นคงของตลาดขึ้นเอง อีกทั้งผู้ขายส่วนใหญ่ในตลาดแบบกะดินแห่งนี้มีความสัมพันธ์กับสินค้าที่ตนขาย เช่น เป็นของที่ผลิตขึ้นเอง หรือเป็นของสะสม และของมือสองของตนเอง ต้องการนำมาขายและแลกเปลี่ยนกับผู้ที่มีความสนใจเดียวกัน ซึ่งผู้บริโภคเองก็พึงพอใจกับการเกิดขึ้นของตลาดในช่วงเวลาที่เหมาะสม (22.00-01.00น.) เพราะเป็นช่วงเวลาแห่ง

การพักผ่อน อีกทั้งเป็นสร้างสร้างสีสันในยามค่ำคืนไม่ให้เงียบเหงา อีกทั้งยังได้พบสินค้าที่แปลกตาหาซื้อได้ยากและไม่เหมือนใครอีกด้วย

ตลาดแบกะดิน เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์กันทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของคนในตลาด ที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างแยกจากกันไม่ได้ การรวมกลุ่มกันของผู้ผลิต ผู้ค้าและผู้บริโภค ทำให้เกิดตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ และโดดเด่นกว่าตลาดอื่นๆ ทั้งเรื่องของสินค้าที่หาไหนไม่ได้ บรรยากาศที่น่าตื่นตาตื่นใจของตลาดลอยฟ้า ตลาดมีทั้งความอิสระและกฎเกณฑ์อย่างหลวมๆที่ผู้คนในตลาดเห็นอกเห็นใจกัน เป็นความสัมพันธ์ที่หาได้ยากยิ่งในเมืองใหญ่

ตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิจึงมีความแตกต่าง และเอกลักษณ์เฉพาะของการมาอยู่ร่วมกัน ทำกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันตลาดแบกะดิน ขึ้นอยู่กับ 2 เรื่องหลักๆ คือ พื้นที่ และเวลา

พื้นที่ที่ทำให้เกิดตลาดแบกะดินนั้น ต้องเป็นพื้นที่ที่มีผู้คนผ่านไปมามากพอสมควร ในที่นี้เป็นพื้นที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเดินทางของคนกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เนื่องจากมีรถประจำทางสายต่างๆแล้ว ยังมีรถตู้โดยสารที่วิ่งระหว่างพื้นที่รอบบริเวณทล และต่างจังหวัดอีกด้วย ที่สำคัญคือ สถานีรถไฟฟ้าเพราะตลาดแบกะดินแห่งนี้ เกิดขึ้นพร้อมๆกับการสร้างสะพานลอยทางเชื่อมต่อรถไฟฟ้า และถนนสายต่างๆรอบอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ซึ่งการเกิดตลาดในลักษณะนี้ไม่ได้มีเฉพาะสถานีอนุสาวรีย์ชัยเท่านั้น ยังมีที่อื่นๆ เช่น สยาม และมาบุญครอง ที่เกิดขึ้นในลักษณะเดียวกัน แต่ตลาดแบกะดินบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมินี้มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกับที่อื่นๆ ในเรื่องของสินค้าที่เป็นสินค้าทำมือที่หาที่ไหนไม่ได้และบรรยากาศที่มีความร่มรื่นเย็นสบาย เป็นตลาดแบกะดินลอยฟ้าที่มีชีวิตชีวา

ส่วนเรื่องเวลา ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดช่องว่างทางกฎหมาย ที่เจ้าหน้าที่เทศกิจไม่สามารถมาควบคุมดูแล ตรวจสอบ หรือจับกุมได้ และความแตกต่างของตลาดแบกะดินแห่งนี้คือ ไม่มีมาเพียคุม ไม่มีการเสียค่าที่ นอกจากนี้จะต้องคอยเวลาที่เทศกิจจะผ่อนผันให้เท่านั้น เป็นเรื่องน่าสนใจที่ว่า การค้าขายในตลาดปกติควรมุ่งเน้นที่การขายเพื่อทำกำไร ขายในช่วงเวลาที่มีคนเดินผ่านไปมามากมาย แต่ตลาดแห่งนี้กลับเปิดตัว และค้าขายกันในเวลาที่คนเบาบางแล้ว

เพราะฉะนั้น เรื่องพื้นที่ และเวลา ก็มีผลสำคัญที่จะวิเคราะห์ตลาดแบกะดิน ซึ่งเกิดขึ้นในเมืองหลวง เมืองใหญ่ที่เต็มไปด้วย วัฒนธรรมย่อย เหตุผลของการทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งคนภายนอกไม่อาจเข้าใจได้ ความแตกต่างของวัฒนธรรมเมืองเหล่านี้ ทำให้เมืองมีสีสัน และความแปลกใหม่น่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ตลาดแห่งนี้สามารถจัดการกับปัญหาความไม่มั่นคง และดำรงชีวิตอยู่ในเมืองที่การแข่งขันสูง และมีความวุ่นวาย แห่งนี้ได้ก็คือ การสร้างเครือข่าย

ความสัมพันธ์ทางสังคมนั่นเอง เป็นไปได้ว่าที่ใดมีปัญหา เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมแบบที่เรียกกันว่า “ชุมชน” จะถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ได้

ตลาดแบกะดินเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นเมืองและชีวิตชุมชน ที่ได้พัฒนา มาถึงขั้นที่มีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ เกิดอาชีพต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ เงินตราหมุนเวียนและมีสินค้ามากมาย ตลาดแบกะดินนั้นมีชีวิตชีวา เพราะในวันหรือเวลาที่ไม่ มีตลาด พื้นที่นั้นแทบไม่มีอะไรเลย แต่ในช่วงวันและเวลา ที่มีตลาด พื้นที่นั้นจะต่างไปอย่างสิ้นเชิง มีผู้คนต่างๆ เดินออกมาจากทุกทิศทาง มีของขายนานาชนิดทั้งที่ผลิตเอง และเอาของที่รับมาหรือ จับมาขาย มีช่างฝีมือหลายร้านมาตั้งวางเพื่อบริการลูกค้า เกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนใน ตลาดเอง และอาจทำให้มีการสร้างเครือข่ายทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มผู้ค้าด้วยกันเองเพื่อ ความอยู่รอด

2. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาดตลาดแบกะดินกรณีศึกษาอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เป็นการวิจัยและเก็บ ข้อมูลในลักษณะพื้นฐานทางมานุษยวิทยา อธิบายในเชิงพรรณนา สามารถนำไปศึกษาต่อยอดใน ลักษณะเปรียบเทียบและหาลักษณะร่วมในงานวิจัยครั้งต่อไปได้ เพราะตลาดแบกะดินแต่ละที่มี ลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน พื้นที่ตั้งของตลาดแบกะดินมีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรม การซื้อสินค้า และค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคที่แตกต่างกันด้วย

อีกประการหนึ่งผู้วิจัยไม่ต้องการให้นำงานวิจัยชิ้นนี้ไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลง ที่จะ มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในตลาดเดิมแต่อย่างใด เพราะ ผู้วิจัยคิดว่าตลาดไม่ได้มีผลกระทบในทางลบต่อสังคมในย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิในทางกลับกัน การเกิดตลาดแบกะดินในช่วงเวลาสั้นๆนั้นสร้างสีสัน และชีวิตชีวาให้กับพื้นที่อีกด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กীরติ สัทธานนท์. 2547. การปรับปรุงพื้นที่สาธารณะ และเส้นทางเชื่อมต่อบริเวณถนนทรงวาด เขตสัมพันธวงศ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติ จิระกุล และคณะ. 2525. ตลาดในกรุงเทพฯ: การขยายตัวและพัฒนาการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คมขำ ดิวงษา. 2531. บทบาทของตลาดในเมืองพระนครศรีอยุธยาต่อการค้าภายในและภายนอก พ.ศ.2173-2310. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาประวัติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพพร จันทรนำชู. 2550. หาบเร่แผงลอย: การกลายเป็นอื่นในกระบวนการผลิตพื้นที่เมือง. วิทยานิพนธ์ พัฒนศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นียบรรณ วรรณศิริ. 2540. มานุษยวิทยาสังคมวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปรีชา คุณินทร์พันธุ์. 2547. พะเยาท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์กับความเป็นท้องถิ่น: หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยว รายงานผลการวิจัย. กองทุนรัชดาภิเษกสมโภชคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพชร จงกำไซค. 2528. ตลาดอาหารสดในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยศ สันตสมบัติ. 2542. มนุษย์กับวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วสันต์ ปัญญาแก้ว. 2543. ชีวิตข้างถนน: การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาว่าด้วยผู้ชมโทรทัศน์ยามค่ำคืน บนถนนสายหนึ่ง ในเมืองเชียงใหม่. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมภูมิ แสงวงกุล. 2549. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการในการค้าหาบเร่แผงลอย กรณีศึกษา: ย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ. โครงการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการในระดับรากหญ้า. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมรักษณ์ ชัยสิงห์กานานนท์. 2549. ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด. กรุงเทพฯ. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน).

สาริยา ศรีเชื้อ. 2540. พัฒนาการย่านการค้าในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาเขตบางกะปิ.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. 2539. เชียงใหม่ 700 ปี. สารคดี ปีที่ 12 ฉบับที่ 235 (พฤษภาคม 2539): 120-121.

ภาษาอังกฤษ

Bernard, Alan. 2000. History and Theory in Anthropology. Cambridge University Press.

Dalton, G. 1986. Primitive. Archaic and Modern Economies : Essays of Karl Polanyi (New York: Anchor Book)

Firth, R. 1952. Element of Social Organization. London : Tavistock.

Firth, R. 1970. Themes in Economic Anthropology. U.S.A. : Tavistock Publication.

Gell, A. 1982. The Market Wheel. Symbolic Aspect of an Indian Tribal Market MAN vol.17

Hetherington, K. 1992. Stonehenge and its Festival: Spaces of Consumption. Life Style Shopping: The Subject of Consumption. Edited by Rob Shields. (London: Rutledge.)

Layton, R. 1997. An Introduction to Theory in Anthropology. Cambridge: Cambridge University Press.

McGee, R.J, and Richard, L. W. 2004. Anthropological Theory: An Introductory History. New York: McGraw Hill.

Nash, M. 1966. Primitive and Peasant Economic Systems. Sanfrancisco: Chandler.

Polanyi, K. 1957. Trade and Market in the Early Empires. New York: Free Press.

Shields, R. 1992. The Individual, Consumption Culture and the Fate of Community in Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption .London: Rutledge.

Wilk, R. 1996. Economics and Cultures: Foundation of Economic Anthropology. Boulder, Colorado: Westview Press.

Scott, R. H. 2000. Carnival and Contestation in the Aztec Marketplace. Dialectal Anthropology. vol.25 (2000): 123-149



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ตัวอย่าง)
บทสนทนาการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตและผู้ค้า
 (In Depth interview)

รายงานการสัมภาษณ์เชิงลึก ร้านขายเสื้อผ้าในตลาดแบกะดิน

- วิว : สวัสดีค่ะ เป็นนิสิตปริญญาโท จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แล้วทำวิจัยเกี่ยวกับตลาดแบกะดิน อยากจะขอรบกวนสัมภาษณ์พี่น้องได้ไหมคะ
- พี่ตี๋ : อ้อ ได้ครับ ยินดีเลย
- วิว : พี่ชื่ออะไร และอายุเท่าไรคะ
- พี่ตี๋ : พี่ชื่อตี๋ อายุ 33 ปีแล้วครับผม
- วิว : ก่อนที่พี่จะมาขายเสื้อผ้าในตลาดแบกะดินนี้ ทำอะไรมาก่อนคะ
- พี่ตี๋ : คือเมื่อก่อนนี้ พี่ทำงานบริษัท แล้วพอรู้สึกที่ไม่ชอบเลยลาออกมาทำสิ่งที่ชอบ
- วิว : แปลว่าไม่ชอบงานบริษัทหรือคะ
- พี่ตี๋ : การทำงานบริษัท ก็รู้ๆกันอยู่ใช่ไหมว่า ต้องใช้ความรู้ความสามารถสูง เราไม่ได้จบเมื่อนอกมา หรือไม่ได้เรียนต่อสูงๆ ก็อยู่ยาก การแข่งขันมันสูง ใ้เรามันมีโอกาสเติบโตมีน้อย ก็เลยออกมาทำสิ่งที่เราชอบดีกว่า เพราะทำอย่างนี้มันไม่มีใครมา กระทบ พี่ทำของเราเอง ทำจากใจ ถ้าทำบริษัทมันมีกฎเกณฑ์มาก เราไม่สบายใจ
- วิว : พี่เรียนจบอะไรมาคะ แล้วทำงานตรงตามที่เรียนรึป่าว
- พี่ตี๋ : จบศิลปศาสตร์ วิชาเอกภาษาอังกฤษ แต่บริษัทที่ทำนี้ เกี่ยวกับการแก้ไขระบบโครงสร้างหนี้ หรือว่าพวกบัญชี ไม่ถือว่าตรงสายที่เรียนนะ
- วิว : งานที่พี่เคยทำ ไม่ใช่สิ่งที่พี่ต้องการหรือคะ
- พี่ตี๋ : ไม่เลยไม่ชอบ เพียงแค่เหมือนกับว่า เราจบมาใหม่แล้วก็สมัครเข้าไปทำงานเลย
- วิว : รายได้ที่พี่มีอยู่ตอนนี้ ดีกว่าหรือเท่ากับที่ทำงานบริษัทรึป่าว
- พี่ตี๋ : ก็ไม่เท่านะ เพราะทำบริษัทมันได้เป็นตัวเลขแน่นอน เป็นเดือนๆ แต่ทำแบบนี้มันได้เป็นรายวัน เราสามารถบริหารจัดการได้ง่ายกว่ารายเดือน
- วิว : พี่ไปรับสินค้า (เสื้อผ้า) มาจากที่ไหนคะ
- พี่ตี๋ : พี่ทำเองครับ วาดภาพแล้วก็ทำบล็อก สกรีนเอง ออกแบบเองอะไรเองทุกอย่าง
- วิว : พี่เรียนด้านวาดภาพ หรือออกแบบมาก่อนรึป่าวคะ
- พี่ตี๋ : ตอนพี่เรียนนี่เรียนเอกอังกฤษนะ ไม่เกี่ยวกับการออกแบบวาดภาพเลย แต่ด้วย

- ความที่ชอขวาดรูป ออกแบบภาพมาแต่ไหนแต่ไรแล้ว
- วิว : ปัจจุบันนี้ พี่ชายอยู่ที่ไหนบ้างคะ
- พีดี : พี่ชายหน้าราม วันจันทร์ อังคาร ขายหน้าที่สวนจตุจักร เสาร์อาทิตย์ แล้วก็หน้าเวสต์เทรค จะไปขายช่วงเทศกาล สิ้นปี-ปีใหม่ (ธันวาคม-มกราคม) เพราะเป็นช่วง High Season มีคนต่างชาติมาเยอะ แล้วยังมีคนเยอะ มีการจับจ่ายใช้สอยเยอะ
- วิว : แล้วที่มาขายที่อนุสาวรีย์นี่วันไหนบ้างคะ
- พีดี : การมาขายที่นี่ คือมาขายทุกวัน แต่เป็นช่วงเวลาดี ที่เลิกเก็บจากที่อื่นแล้ว
- วิว : พี่เป็นคนไหนหรอคะ
- พีดี : เป็นคน ชัยภูมิ ครับผม แต่เมื่อก่อนก็เกิดที่กรุงเทพฯ แลละ แล้วก็ย้ายไปอยู่กับพ่อ ก่อนที่ กาญจนบุรี แล้วถึงค่อยย้ายไปอยู่กับแม่ที่ ชัยภูมิ
- วิว : ก็ย้ายโรงเรียนบ่อยซิคะ
- พีดี : ใช่ๆ ย้าย 5 โรงเรียน
- วิว : อย่างนี้ก็มีอิสระ มากเลยซิคะ
- พีดี : ใช่ๆ อิสระมากเลยแหละ
- วิว : บ้านที่ กทม. ของพี่อยู่ที่ไหนคะ
- พีดี : พี่เช่าอพาร์ทเมนต์ อยู่แถวห้วยขวาง แล้วก็นั่งรถเมล์จากตรงนี้ก็กลับได้เลย
- วิว : รถเมล์นี้มีทั้งคืนรึป่าวคะ
- พีดี : ใช่ 24 ชั่วโมง พี่จะเลือกขายในบริเวณไม่เกิน 5-10 กิโลเมตร ไม่เกินนี้
- วิว : คือว่า เหตุผลที่เลือกใช้อนุสาวรีย์เป็นพื้นที่ในการขายของ เพราะ
- พีดี : อยู่ในเขตพื้นที่ที่เราไปได้ด้วย เดินทางง่าย สะดวกด้วย
- วิว : ขายที่นี่เพราะไม่ต้องเสียค่าที่ด้วยรึป่าวคะ
- พีดี : ที่นี่ไม่เสียจริงแต่ที่อื่นก็เสียนะ ที่หน้าราม หน้าเวสต์เทรค จตุจักร เสียค่าทั้งหมด
- วิว : ค่าที่ที่อื่นนี่ ราคาประมาณเท่าไรหรอคะ
- พีดี : ต่อเดือนประมาณ 3,000-4,000 บาทนะ ส่วนใหญ่จะอยู่ประมาณ 3,000 มากที่สุด
- วิว : การที่พี่ออกแบบเสื้อ สกรีนลายเองแบบนี้ พี่ทำส่งที่อื่นด้วยรึป่าวคะ
- พีดี : ไม่ทำครับ พี่ทำเองขายเองคนเดียว
- วิว : เคยมีคนมาติดต่อขอให้ช่วยออกแบบไหมคะ

- พีตี : มีครับ มีเยอะมาก แต่ว่าไม่ทำให้
- วิว : เพราะอะไรหรือคะ เหตุผล
- พีตี : เพราะว่าอันนี้คือสิ่งที่เรารัก ไม่ใช่ว่าเป็นธุรกิจใหญ่โต ที่ขายเอากำไร เพียงแค่ว่ามีร้านเล็กๆก็พอแล้ว
- วิว : ทั้งหมดนี้ทำคนเดียวหรือคะ
- พีตี : ทำคนเดียวหมดเลย
- วิว : พี่กลัวว่าจะทำไม่ทันรีปาว เลยไม่กล้ารับงาน
- พีตี : ความจริง...ไปจ้างที่ร้านทำได้ เช่น ช่วยสกรีนลายนี้ให้หน่อย 20 ตัว 30 ตัว 50 ตัว เพียงแต่ว่าไม่อยากทำส่งเท่านั้นเอง ที่จริงทำส่งมันก็ทำได้แต่เราไม่อยากทำในรูปแบบธุรกิจ คือบางทีคนใส่เสื้อก็อยากได้เสื้อ ราคาถูก ลายสวยๆ คุณภาพเสื้อดีๆ เท่านั้นเอง
- วิว : แล้วตัวเสื้อเปล่าๆ นี่ไปซื้อมาจากที่ไหนคะ
- พีตี : อันนี้เป็นเนื้อผ้าดีครับ ไปซื้อที่สวนจตุจักร
- วิว : คือว่ารับส่งกับทางร้านนี้เป็นประจำรีปาวคะ
- พีตี : ไม่รับส่ง เพียงแต่เราอยากได้แล้วก็ไปซื้อ
- วิว : แล้วทางร้านเสื้อมีการลดราคาให้บ้างไหมคะ ถ้าซื้อเยอะ
- พีตี : ไม่หรอก จะซื้อ 100 ตัว 200 ตัว 1,000 ตัว ก็ 60 บาท เค้าจะยื่นราคาตายตัวเลย เพราะว่าเราไปซื้อเค้าต่ออีกทีนะ ไม่ได้ซื้อจากโรงงานโดยตรง
- วิว : ทำไมพีตีถึงไม่ไปซื้อที่โรงงานล่ะคะ
- พีตี : การซื้อจากโรงงานต้องใช้ปริมาณเยอะ สีละ 200 ตัว 300 ตัว
- วิว : คือ เค้าจะบังคับสี ซึ่งพี่อยากได้คละสีกันหรือคะ
- พีตี : ใช่พี่อยากได้หลายสี แล้วก็จำนวนไม่มาก แบบว่า สีนี้ 10 ตัว สีนี้ 20 ตัวแบบนี้ ไม่ต้องการที่ละร้อยๆตัว
- วิว : แล้วเรื่องขนาด Size ละคะ ส่วนมากพี่จะเลือกตัวประมาณไหนล่ะคะ
- พีตี : เรื่อง Size ผู้หญิงจะ Size เล็กไซ้ใหม่คะ ก็เป็น S กับ M ส่วนผู้ชายก็จะตัวใหญ่กว่าประมาณ M กับ L ซึ่งถ้าใหญ่ไปผู้หญิงก็ไม่ซื้อ หรือถ้าเอา Size เล็กมามากก็ขายไม่ได้เลย
- วิว : สรุป คือส่วนใหญ่ในร้านจะเป็น Size M
- พีตี : ใช่เพราะ Size M จะเป็นตัวกลางที่ใส่ได้ทั้งชายและหญิง

- วิว : เวลาทำลายแล้วสกรีน สีเหล่านี้ไปซื้อมาจากที่ไหนคะ
- พีตี : เป็นร้านกีฬาแถวๆ สนามศุภฯ จะมีร้านทำสกรีนเยอะมาก แต่สีบางยี่ห้อก็แพง บางยี่ห้อก็ถูก
- วิว : แล้วพีเลือกใช้สีแบบไหนคะ
- พีตี : ยี่ห้อถูก แต่คุณภาพเท่ากันนะ คือ บางยี่ห้อชื่อเสียงมันดังกว่าไง ราคาก็เลยสูงกว่า
- วิว : แล้วพีมีความรู้สึกอย่างไรที่ต้องขายเสื้อในราคาเดียวกัน แต่บางลายทำงานง่ายกว่า หรือใช้สีจำนวนน้อยกว่า
- พีตี : คนส่วนใหญ่เค้ามองไม่ออก ว่าตัวไหนใช้สีเยอะ หรือลายยาก แต่เค้าจะมองว่าตัวไหนสวยถูกใจมากกว่า ที่จริงหลักการลงทุนสีเดียวถูกกว่า แต่พีก็ขายคละกันไปขายง่ายกว่า
- วิว : ปกติที่ร้านนี้ ขายราคาเดียววีปาวคะ
- พีตี : ก็ราคาเดียวนะ แต่บางครั้งจะตั้งไว้ 120 กันต่อ แต่ปกติก็ขาย 100 บางทีมีคนต่อ 80 ใจเดียวไม่ได้กำไร เลยต้องตั้งไว้สูงหน่อย
- วิว : ถ้าลูกค้าซื้อหลายตัวนี่ลดราคาอีกไหมคะ
- พีตี : ก็ลดได้แค่ 100 นะ เพราะต้นทุนมันมาสูง เราก็ไม่ได้เอากำไรมาก เพราะต้นทุนต่อตัวก็กว่า 80 แล้ว
- วิว : ที่เวสต์เทรต เค้ามีขายของ Handmade ทุกวันศุกร์ ทำไมพีไม่ไปขายตรงนั้นบ้าง
- พีตี : เค้าต้องมีบัตรนักศึกษา ถึงจะไปขายได้มันเป็นโครงการของเยาวชน สำหรับให้นักศึกษา แล้วก็มัธยม แต่ก็ไม่เป็นไรที่อื่นก็มีให้ขายเยอะ มันมีตั้งแต่เข้าย่นดึกเลย คือที่ขายของมันมีหลายที่ไม่ได้มีที่เดียว ขึ้นอยู่กับว่าเราจะไปรีเปลาเท่านั่นเอง บางคนตาม มือบเค้าก็ไปขายนะ ซึ่งเค้ามีมือบเราก้ไปวางขายได้
- วิว : คุณลุงคนนี้เค้าบอกว่าเค้าก็ไปมา
- พีตี : ใช่ๆ เพราะพื้นที่มันมีว่างเยอะไง เทศกิจเค้าไม่เกี่ยวข้องอยู่แล้วเค้าไม่จับ เพราะพื้นที่เป็นที่ที่ล็อคไว้แล้ว
- วิว : เรื่องที่สำคัญเวลาเลือกพื้นที่ในการขายก็คือ 1. มีเทศกาลหรือเปล่า 2. มีตลาดหรือเปล่าใช่ไหมคะ หรือว่าถ้าไปร้านเดียวก็ขายเหมือนกัน หรือว่าเอาเฉพาะตรงที่มีร้านแบกบดินในลักษณะเดียวกันรวมตัวกัน

- พีตี : ก็คือถ้าเราไปเจอที่ที่แบบว่าเขอน่าจะขายได้ เราก็ต้องถามคนแถวนั้นดูก่อนว่าขายได้ไหมวางได้ไหม ถ้าเกิดวางได้เราก็วาง
- วิว : ก็คือต้องถามแม่ค้าแถวนั้นก่อน
- พีตี : ใช่ๆ ต้องถามเจ้าถิ่นก่อน (แล้วพีตีก็หัวเราะ) เพราะว่าเราหน้าใหม่ไปเดี๋ยวจะถูกครหาขึ้นมาได้
- วิว : แล้วเคยโดนต่อว่าบ้างไหมคะ ว่าขายเสื้อยืดเหมือนกัน ก็จะโดนว่า ว่าขายไม่ได้นะ แล้วพีตีโดนไล่ไม่ให้ขายหรือเปล่า
- พีตี : ไม่เคยๆ มันแล้วแต่ลักษณะนิสัยของคนมากกว่า แล้วแต่ว่าจะเจอใคร แต่พีตีไม่เคยโดน
- วิว : เคยโดนเก็บค่าที่ใหม่พีตี แบบว่าอันธพาล
- พีตี : ไม่เคยนะ ถ้าเรารู้ว่ามี เราก็จะไม่เข้าไปขายอยู่แล้ว เราก็จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับเราไปขายที่อื่นก็ได้ มีที่อื่นเยอะเลย
- วิว : พี่ขายเสื้อยืดสกรีน ในตลาดแบกะดินมากี่ปีแล้วคะ
- พีตี : ประมาณ 6 ปีแล้วนะ ตั้งแต่ยังไม่ออกจากงาน พอเราเห็นว่าเข้าท่าแล้วค่อยออกมาทำขายแบบเต็มตัว
- วิว : พี่ออกแบบเสื้อเองแบบนี้ คิดอยากจะทำเสื้อยืด หรือแบรนด์ของตัวเองบ้างรึป่าว
- พีตี : มีแล้ว แต่ไม่ได้ติด มันแพงอะ ไปจ้างเค้าทำแล้วก็เย็บอีก ตัวละตั้ง 2 บาท
- วิว : ที่มาของชื่อแบรนด์ที่เขียนบนตัวเสื้อมาจากไหนคะ
- พีตี : ชื่อพ่อพีตีเอง (krutt) สะกดแบบเยอรมัน
- วิว : พี่ขายของทุกวันแบบนี้เอาเวลาที่ไหนไปซื้อเสื้อ ซื้อสีคะ
- พีตี : วันอังคารจะเป็นวันที่ของลง ไปซื้อเอาจากที่โกดังเก็บของเค้า อยู่แถวสนามศุภฯ พอดี ก็เลยไปซื้อสีด้วยทีเดียว ทำวันเดียวให้เสร็จ
- วิว : นี่พี่ทำบล็อกสกรีนเองรึป่าวคะ
- พีตี : อ้อ เปล่าๆ พี่จ้างทำบล็อก แล้วออกแบบอย่างเดียว ถ้าทำบล็อกเอง มันแพง แล้วก็ไม่มีเวลาด้วย ทำแค่สกรีนอย่างเดียว
- วิว : พี่เอาแบบนี้มาจากไหนคะ รึว่าคิดเองทั้งหมดเลย
- พีตี : เราก็อาศัยดูจากอินเทอร์เน็ตเอา ดูกราฟิกของต่างประเทศบ่อยๆ เอามาเป็นแนว
- วิว : พี่ก็มีอินเทอร์เน็ตใช้อยู่ที่ห้องหอค่ะ
- พีตี : ไม่มีคับ ไปนั่งดูที่ร้านเอา นี่ เดี่ยวเลิกขายนี่ก็ไปนั่งดูก่อนกลับบ้าน แล้วก็เซฟ

ภาพเก็บไว้

- วิว : แล้วพี่ไปบ่อยแค่ไหนคะ
- พีดี : ไปเกือบทุกวันแหละ เพราะเราต้องหาข้อมูลบ่อยๆ ตามกระแส
- วิว : แล้วพี่คิดว่า วาดมือมันต่างจะ ทำ อีลาลส ตรงไหนคะ
- พีดี : ที่วาดมือเพราะว่าเราทำคอมไม่เป็น ใช้คอมเป็นนะ แต่ใช้โปรแกรมแบบนั้นไม่เป็น อีกใจหนึ่งไม่ชอบใช้คอมด้วยก็เพราะว่าเราเรียนวาดมาไง ใช้คอมแล้วมันไม่ค่อยเข้ามือ แต่ถ้าใช้คอมภาพมันจะ แม่นกว่า สวยกว่า
- วิว : แต่ว่ารูปก็ดูมีเส้นเหมือนกันนะคะ
- พีดี : ใช่ๆ มันดูมีเส้น แต่คนซื้อเค้าก็ดูไม่ออกหรอก ว่าวาดมือ หรือใช้คอม
- วิว : พี่ไม่มีป้ายโฆษณา หน้าร้านบ้างหรือคะว่า Handmade
- พีดี : ก็เคยนะ เคยไปขายที่ BTS มาบุญครอง เสร็จแล้วก็เขียนไว้ด้วย ส่วนใหญ่ฝรั่งจะมาซื้อเยอะ คนไทยจะไม่ค่อยซื้อ เค้าซื้อเสร็จแล้วเค้าก็จะอวยพร
- วิว : แล้วพี่จะออกที่พักมาขายประมาณกี่โมงหรือคะ
- พีดี : ประมาณ บ่าย 3 โมง เพราะวก่อนจะตื่นนอน ก็เที่ยงกว่าๆ เพราะกว่าจะกลับจากอนุสาวรีย์ก็ ตี 2 ไซ้มะไปร้านเน็ตอีก พอลบห้องก็วาดรูป ออกแบบต่อ กว่าจะได้นอน
- วิว : พี่เลือกมาขายที่ อนุสาวรีย์เพราะว่าสบายใจกว่า เดินทางง่ายกว่า สะดวกกว่า
- พีดี : ใช่ๆ ค่าที่ก็ไม่ต้องเสีย ไม่ต้องคิดมาก ไม่ต้องกังวลเรื่องค่าที่ แค่ขอความเห็นใจจากเทศกาลก็พอแล้ว
- วิว : แต่ว่าเรื่องลูกค้า หรือรายได้เราก็คงไม่คิดมาก
- พีดี : ไม่ได้คิดมากแต่ก็คิด (แล้วก็หัวเราะ) เพราะเราต้องมีระบบหมุนเงิน ต้องเอาที่ขายได้ไปซื้อสื่อ
- วิว : รวมถึงค่ากินอยู่ด้วยใช่ไหมคะ
- พีดี : อันนั้นไม่มีปัญหา เราก็รู้ที่อยู่เราขายของได้ในแต่ละวัน ในแต่ละเดือน เท่าไหร่ๆ เราก็สามารถที่จะแยกแยะได้
- วิว : เดือนหนึ่ง ใช้จ่ายเท่าไรคะ
- พีดี : พี่ไม่ได้ทำบัญชีไว้นะ
- วิว : แล้ววันที่ขายได้เยอะที่สุดได้เท่าไรคะ
- พีดี : ก็มี 5000 บาท แต่บางวันที่ไม่ได้เลยก็มีนะ แต่ก็ไม่ใช่ที่เราเจ้าเดียวที่ไม่ได้ คนอื่น

เค้าก็ไม่ได้เหมือนกัน มันเป็นช่วงของตลาด แบบว่าฝนตก คนไม่เดินคนไม่ซื้อ ทำให้เราขายไม่ได้ มันไม่ได้เป็นเพราะตัวสินค้า แต่อาจเป็นเพราะว่าช่วงฤดูกาล คนเค้าอาจจะกังวลเรื่องภาวะเศรษฐกิจ เค้าเลยไม่ค่อยจะซื้อของ

- วิว : แต่พีก็คือว่า ไม่ว่าจะยังไงก็ต้องออกมาขาย ฝนตกก็ออกมาขาย
- พีตี : ฝนตกไม่ออกมาขาย เพราะว่าเสื้อมันไม่ถูกกับฝน โดนฝนไม่ได้ เราจะถนอมเสื้ออย่างอื่นมันไม่เป็นไร โดนน้ำมันไม่ติด แต่เสื้อมันโดนไม่ได้เลย เรายังเลยว่ะเซฟๆ ไว้ดีกว่า
- วิว : พี่ว่าตลาดแบกะดินส่วนใหญ่เค้าขายอะไรกันคะ
- พีตี : ใครมีอะไรก็มาขาย บางทีคนเค้าก็ไปจับของมา ชิ้นละ 5 บาท 10 บาท เอามาขาย 30 บาทก็มี
- วิว : จับคืออะไรคะพี่
- พีตี : หมายถึงว่า ของนี้สวยดีใช้ใหม่ ราคาไม่แพง ก็ซื้อมา ขายต่อ
- วิว : ก็แปลว่าไม่ได้ผูกพันกับสินค้าเป็นส่วนตัวใช้ใหม่คะ
- พีตี : เค้าเห็นมันสวย แล้วก็ น่าจะขายได้ ซื้อมาราคาถูก พอขายดีแล้วก็เพิ่มราคาได้ 10 บาท 20 บาท แค่นี้ก็ทำให้มีของถูกที่แปลกตา สามารถทำกำไรได้แล้ว
- วิว : คือเน้นที่ความเก๋ ความแปลกของมันหรือคะ
- พีตี : แล้วก็ขายได้เร็วด้วย แล้วก็ขายได้กำไร ซึ่งคนเค้าก็ทำกันแบบนั้นเยอะ
- วิว : แต่พีไม่คิดจะหามาขายบ้างหรือคะ
- พีตี : ไม่เลย
- วิว : กลัวของจะเหลือ หรือว่ายังไงคะ หรือว่าแค่นี้ก็ไม่ไหวแล้ว
- พีตี : คือว่าแบบเราก็มีเยอะแล้ว เราก็สามารถที่จะ วาด แล้วก็ สกรีน ได้เรื่อยๆ ขายเสื้อยืดมันก็ไม่ตายอยู่แล้ว มันเป็นแฟชั่น เป็นของที่ทุกคนสมัยเค้าใส่กัน ไม่เหมือนเสื้อผ้าผู้หญิงที่ มาไม่กี่เดือนก็ไปแล้ว แต่ทุกวันนี้ค่านิยม เสื้อขาวๆ บางๆ แล้วก็มีลายรูปธงชาติ นี่เป็นเสื้อที่เค้าฮิตแบบช่วงโอลิมปิก แต่ซื้อมาก็ใส่ได้เดือนเดียวก็ไปแล้วโอลิมปิก หลังจากนั้นไปก็ขายไม่ได้แล้ว
- วิว : คือมองแล้วว่าเสื้อยืดนี่อยู่นาน แล้วส่วนตัวก็ชอบด้วย นี่คือหลักๆเลย ที่ทำให้พีเลือกขายสินค้าชนิดนี้

- พีตี : ชอบवादรูป คือ ชอบออกแบบมากกว่า
- วิว : แล้วเวลาขายเสื้อยืด ต้องใส่โชว์ของที่ขายด้วยใช่ไหมคะ
- พีตี : จะใส่เสื้อตัวที่สีเลอะ สกรีนไป สีเลอะไป คือบางทีมันเป็นลายขาดอย่างนี้ ลูกค้าบางคนเห็นก็ชอบ คือแบบว่า เออลายแบบเสื้อที่ใส่ได้ไหม บางทีบางตัว ลายแบบนี้ขายไม่ได้เลย แต่พอเราเอามาใส่ คนเค้าเห็น เค้าชอบ เค้าก็ซื้อ ก็เลยขายได้ ของบางที่วางอยู่ไม่สวย แต่พอใส่มันสวย
- วิว : พี่เคยคิดที่จะมีหุ่น โชว์เสื้อหน้าร้านไหมคะ
- พีตี : มีๆ คิดเหมือนกัน
- วิว : ต้องซื้อรีปาวคะ
- พีตี : ไม่ๆ จะทำเอง
- วิว : ทำแบบไหนหรอคะ
- พีตี : ทำแบบว่า ทำเป็นไม้กระดาน คือทำ 2 อย่าง คือทำเป็นไม้กระดาน แล้วก็ทำเป็นหัว แล้วก็ บอกราคาเป็นประโยชน์ออกมาว่า 120 รึว่า 150 อะไรอย่างนี้ อีกตัวหนึ่งก็คือ ไปซื้อตุ๊กตาลมมา เอามาเป่าลม แล้วก็เอามาใส่เสื้อ นั่งอยู่ข้างๆ พอขายเสร็จแล้วก็ปล่อยเอาลมออกเก็บใส่กระเป๋าได้
- วิว : คือเน้นว่าเราเดินทางสะดวกด้วย
- พีตี : ใช่ๆ แล้วก็คือว่ามันเก๋ดี แต่ก็ยังไม่ได้ทำเลยเพราะว่ามันมีหลายอย่างที่ ต้องทำมากกว่า คือทั้งไปซื้อเสื้อ ซื้อสี ทำสกรีน มันเยอะ เลยไม่มีเวลาไปเดินดู
- วิว : แล้วเวลาไปซื้อเสื้อ พี่ได้เอาเสื้อที่ทำไปขายด้วยหรือเปล่า หรือว่าตั้งใจว่าวันนี้จะไปซื้ออย่างเดียว
- พีตี : คือเวลาไปซื้อของ จะไปซื้อทุกอาทิตย์ ครั้งละ 100 ตัว ถ้าเกิดซื้อมากกว่านั้นก็ลำบากอีก มันเยอะ แยกหนัก ทำให้ต้องนั่งแท็กซี่กลับบ้าน ถ้าเราซื้อทีละ 100 ตัวน้อยๆ มันก็ถือได้ ขึ้นรถเมล์ได้ จะไปซื้อที่ต้องซื้อให้ครบเลย ทั้งสี ทั้งบล็อก ทั้งเสื้อ ต้องครบเลยในครั้งเดียว อาทิตย์หนึ่งไปครั้งเดียวให้จบ แล้วเราก็เอาเวลามานั่งวาดรูป สกรีน แล้วก็ขาย
- วิว : แล้วปกติ พี่ไปซื้อวันไหนคะ?
- พีตี : ไปซื้อวันอังคาร เพราะวันอังคารเป็นวันที่ทางร้านเค้าสั่งเสื้อเข้ามา แล้วต้องรีบไปซื้อก่อนเลยเพราะว่า ถ้าช้ากว่านั้นวันสองวัน เสื้อที่เราต้องการมันก็จะหมดไป ร้านเค้าก็ต้องขายออก

- วิว : พี่ไปซื้อที่ไหนหรือคะ
- พีตี : ที่สนามศุภฯ แล้วก็ ไปซื้อสีด้วย แล้วก็ไปปรับบล็อกที่สั่งด้วย ซื้อสีด้วยเลย ..จบ
- วิว : ถ้าเราซื้อเยอะ เราต้องบอกเค้าก่อนหรือเปล่า?
- พีตี : บอกก็ได้ ไม่บอกก็ได้ แต่ถ้าไม่บอกเราจะไม่ได้สีเสื้อที่เราต้องการ
- วิว : ให้เค้า ล็อคไว้ให้หรือเปล่านั้น?
- พีตี : ล็อคได้ แต่บางทีเงินเรามันมีไม่ถึง บางทีเรา ล็อคไว้แล้ว แต่เรามีเงินแค่ 5000 เรา ก็ได้เสื้อแค่ 90 ตัว มันไม่ถึง 100 ตัว ก็เลย ล็อคไม่ได้ถ้าเกิดเราไปซื้อ แต่ถ้าเรามี เงินครบ 6000 บุป ไปซื้อ ก็ได้เสื้อ 100 ตัวเลย สีเราก็ต้องทำใจหน่อย บางทีเราไป ซื้อซ้าก็อาจจะได้ สีนี้เยอะ สีนี้น้อย เพราะว่ามันหมดไป
- วิว : พี่ไม่ยอมผูกขาดกับร้านนี้ก็เพราะว่า บางทีรายได้ไม่แน่นอน เราจะไปซื้อบางทีก็ ไม่ถึง 100 ตัว บางทีถึง 100 แต่ส่งไปรายรับอาจจะไม่พอ
- พีตี : ใช่ๆ บางทีช่วง พายุเข้า ฝนตกหนัก ช่วงนั้นแน่นอนคือ ขายของได้น้อยลง
- วิว : คือ ซื้อเสื้อแต่ละอาทิตย์จำนวนไม่เท่ากัน แล้วก็ ผลิตไม่เท่ากัน
- พีตี : ใช่ๆ บางที อาทิตย์นี้ อาจจะมียของน้อย
- วิว : คือต้อง บริหาร จัดการเอง
- พีตี : ใช่ๆ คือต้องบริหารจัดการทุกอย่าง เราต้องทำยังไงก็ได้ให้ใช้อยู่ในจำนวนเงิน ที่ได้มา
- วิว : พี่มีความสุขกับชีวิตแบบนี้ใช่ไหมคะ
- พีตี : มันก็ทั้งมีความสุข กับทั้งชอบด้วย ชอบทำเสื้อชอบวาดรูป
- วิว : พี่เคยรู้สึกเสียดายความรู้ที่เรียนมาหรือเปล่าคะ
- พีตี : ไม่เสียดายนะ เพราะความรู้มันมีเยอะมากในโลกนี้ บางคนอาจจะเรียนรู้ในสิ่งที่ ไม่ชอบก็ไม่มีประโยชน์อะไร ก็ต้องกลับ บางคนเค้ามีเวลา มีโอกาส กลับมาได้ แต่ บางคนก็เลยมาแล้ว จะกลับไปก็กลับมาไม่ได้ ก็ปล่อยโอกาสให้ผ่านเลยไป ทำใน สิ่งที่เค้าไม่ชอบตลอดไป บางคนจบ Doctor ไม่อยากเรียนไม่อยากทำ ไม่อยาก เป็นหมอเลย แต่เขาก็ต้องทำงานเป็นหมอยู่ทุกวันๆ เขาก็รู้ว่าเขาชอบอะไรอยู่ แต่เค้าก็ไปทำไม่ได้ เพราะเค้าอยู่ตำแหน่งนี้ จุๆ นี้อยู่ ถ้าเกิดเขากลับไปทำจุๆ นั้นใหม่ เขาก็ต้องเริ่มใหม่อีกซึ่งมันเลยจุดเริ่มต้นมาแล้ว สำหรับเขา
- วิว : พี่มีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการขายของในตลาดแบกะดินคะ
- พีตี : บางทีมีจุๆ หนึ่งที่กรุงเทพเค้าออกนโยบาย อะไรซักอย่างว่า จะสร้างกรุงเทพฯ

ตรงจุดศูนย์กลาง ช่วง สยาม ประตูนํ้า ให้เป็น คล้ายๆ กับ ถนนคนเดิน ของ สิงคโปร์ แต่เอาไปเอามาเค้าก็ไม่ทำ เค้าไปทำสิ่งที่สูงกว่า ตามห้างแบบนี้ มันก็ ผิด Concept ไป มีนักศึกษาเยอะแยะเลยที่เค้าทำของตัวเอง ทำเออะนะ แล้วก็หาที่ ลงของไม่ได้ ก็เลยได้เลิกทำไป บางคนถ้าพ่อแม่รวยก็ดีไป ขอตั้งพ่อแม่เปิดร้านที่ สวนได้

- วิว : คือว่าเราต้องหาที่เอาเอง
- พีดี : ใช่ๆ หาที่เอาเอง บางที่ตระเวนไปขายก็เจอพวก มาเฟีย อะไอย่างนี้ มีคนซื้อเราก็ ไม่ได้อะไรนะ แต่เงินเข้ากระเป๋าไปมาเพียบหมด เข้ากระเป๋าตำรวจหมด รัไม่ก็เข้า เทศกิจ ไป
- วิว : ที่นี่ตอนกลางวันก็เห็นเค้าขายกันอยู่นะ แต่พอเทศกิจมาก็รีบเก็บกันใหญ่เลย
- พีดี : คือพวกนั้นเค้าแอบขายเอา ก็คนมันเยอะไง โอกาสขายของก็ได้เยอะ ก็เลยต้อง เสี่ยงโดนจับ
- วิว : แต่คนเดินเยอะมากเลยนะคะ แล้วมันก็ขวางทาง
- พีดี : ใช่ๆ แล้วมันก็ขวางทางแน่นอน คือคนที่ขายแบบนั้น เค้าไม่ค่อยเห็นแก่ประโยชน์ ส่วนรวม แต่อย่างนี้คือ 4 ทุ่มแล้ว คนมันบางตา เราก็รอเวลาว่าช่วงนี้ดีที่สุดแล้ว ก็ คุยๆ กันหลายๆ คนว่าอย่าไปขายเลยตอนกลางวัน มันสร้างความลำบากให้คน เค้าเปล่าๆ เราก็รอสัก 4 ทุ่มก็ได้ ให้คนมันบางๆ
- วิว : พี่คุยกันช่วงไหนคะ
- พีดี : ก็คุยกันช่วงที่ขายของนี่แหละ ขายของทีก็จับกลุ่มคุยกัน เราก็จะปรึกษากัน ว่าถ้า เราอย่างขายของที่นี่นาน เราก็อย่าไปสร้างปัญหาให้ เทศกิจกับคนเดิน แต่บางคน เค้าผ่านมาเห็นคนมันเยอะ ก็อยากขาย เลยเอาชักหน่อย เทศกิจไม่อยู่ก็แอบเอา อะไอย่างนี้ แต่ถ้าเป็นคนที่นี่ทุกวันเค้าจะรู้ไงว่า เค้าจะไม่ขายกลางวัน
- วิว : มีเทศกิจแบบว่า เหมือนๆเค้าจะกลับไปแล้ว แต่พอเราวางกลายเป็นว่าเค้ายังไม่ กลับเลยเดินมายืดของเรา
- พีดี : อ้อ ที่นี้จะดีตรงที่ว่า เค้าจะไม่แกล้ง ไม่ตลบหลัง ถ้าเค้าจะปล่อย เค้าก็ปล่อยเลย
- วิว : ที่อื่นมีหรือคะ?
- พีดี : ใช่ๆ ที่อื่นมีๆ เหมือนว่าเค้าจะหายไป แล้วก็กลับมา มากี่มาพาพวกมา ดักหน้าดัก หลัง ซอยไป

- วิว : พี่เคยโดนหรอคะ
- พีตี : ก็เคยโดนครั้งหนึ่งที่ ปีนเกล้า แต่ปัจจุบันนี้ขายได้แล้วนะ คำจัดที่ไว้ให้ขาย แต่ก่อนโดนจับหมด ต้องแอบขายเอา
- วิว : ถ้าคำจัดได้แล้ว คำทำยังงัยหรอคะ
- พีตี : คำก็ยึดไปเลยนะ แล้วก็ไปเคลียร์ของที่เขต แต่ถ้า พ่อค้าแม่ค้าที่สนิทๆ กันหน่อย คำก็จะเคลียร์ๆ กันตรงนั้นเลย
- วิว : ให้เงินไปหรอคะ
- พีตี : ใช่ๆ ก็เข้ากระเป๋าทะกิกไป บางทีถ้าคำจัดได้ เราต้องรีบไปเคลียร์ของ เพราะเดี๋ยวของหายบางส่วน
- วิว : ใครขโมยไปคะ
- พีตี : ก็คงเป็นพวกเค้าแหละ แต่ถึงเรารู้อะไรทำอะไรไม่ได้ ถือซะว่า เสียรู้ให้เขาเถิดอ้อว่า เสียค่าโง่ไปละกัน
- วิว : แล้วต้องเสียประมาณเท่าไรหรอคะ
- พีตี : แต่ก่อนนั้นเคยเสีย 500 แต่ความที่ว่าเราขายของแบบเดียวแบบนี้ไม่มีเงินเยอะขนาดนั้นหรอคะ คำก็จะให้เฉลี่ยๆ กันมา 3 เจ้า 500 บาท แต่ถ้าบางคนเค้าเขี้ยวจริงๆ ก็จะให้จ่ายตรงนั้นเลย ไม่ต้องไปที่เขต คำก็จะได้เงินเข้ากระเป๋าเต็มๆ เลย แต่เราก็ไม่มีสิทธิ์จะไวยวายเค้าอยู่ดี เพราะเราเสียรู้เอง มันเป็นการหากินอย่างหนึ่ง
- วิว : คำก็ได้ 500 เต็มๆ เลย
- พีตี :ไม่ถึง 500 อาจจะได้แค่ 200 แต่เงินก็เข้ากระเป๋าเค้า
- วิว : ส่วนใหญ่ เวลาไปที่ต่างๆ จะดูที่คนหรือว่าดูที่อะไรคะ
- พีตี : ก็ต้องดูคนเดินก่อนว่าเยอะไหม บางทีคนเดินเยอะ แต่มันคนขายเต็มแล้ว เราก็ต้องเดินไปดูบ่อยๆ เพราะว่าบางเจ้า 4 โมงเย็น คำก็กลับบ้านแล้ว เรามีเวลาเหลือตั้งหลายชั่วโมง เราก็เอาไปวางขายได้ ก็ต้องไปคุยกับเจ้าของที่ก่อนว่า เราขอวางของต่อได้ไหม แต่ก็ต้องคุยกับเทศกอีกทีหนึ่งว่าเค้าจะเก็บเดือนละ 100 หรือ 200 เพราะเป็นที่ซ้ำซ้อนงัย เราก็เสียแค่นี้ๆ หน่อยๆ พอได้ขาย
- วิว : อันนั้นคือช่วงแรกๆ รีเปล่าคะ
- พีตี : ช่วงปัจจุบันนี้แหละ เพราะว่าเราไม่ได้ขายที่นี้ทีเดียว เราก็ต้องหาขายที่อื่นต่อ ด้วย

จากเมื่อก่อนเคยได้ที่ไม่ดี เราก็อาจจะได้ที่ดี พอเรารู้จักคนเยอะๆ ก็อาจจะได้ที่สวยๆ เลยก็ได้ จากเมื่อก่อนเคยขายได้วันหนึ่งไม่เท่าไรหรอก ก็อาจจะขายได้ต่างกันเยอะๆ รึว่าหากเราต้องเสียค่าร้าน แต่มันก็คุ้มค่ากว่า

- วิว : แปะกะดินนี่ขายได้ ยากกว่าร้านหรือคะ
- พีตี : ขายได้ง่ายกว่านะ แต่ที่ร้านมันมันคงกว่าไง คือคนที่จะไปซื้อ เค้าไปเจอแน่นอนอน
- วิว : คือว่ามีลูกค้าประจำ
- พีตี : คนซื้อเค้ารู้ว่ามีย่านตรงนี้ไง อยากซื้อเมื่อไหร่ ถ้าไปก็เจอ ร้านเปิดแน่นอนอนอยู่แล้ว แต่ที่นี้ไม่แน่นอน เดี่ยวมีขบวนเสด็จมา ตำรวจเค้าก็จะมา ไล่ลง ห้ามขาย คนจะซื้อมาเค้าตั้งใจมากก็ไม่เจอ เค้าก็ไม่รู้จะทำยังไง คนสั่งของไว้ เราก็ช่วยอะไรไม่ได้ แต่ถ้าขบวนเสด็จเราก็ไม่ว่าอะไร เพราะเป็นตำรวจ เค้าแค่ขึ้นมาไล่ แต่ไม่จับเรา เราก็ไม่ได้ว่าอะไร เพราะเค้าทำตามหน้าที่ แต่เทศกิจ บางทีก็ทำตามอารมณ์ บางทีนี่ก็อยากแกล้งก็แกล้งซะ
- วิว : พี่ว่าตอนนี้เทศกิจเข้มงวดขึ้นมากกว่าแต่ก่อนไหมคะ
- พีตี : แล้วแต่ตัวบุคคลจริงๆนะ บางคนไปที่ไหนก็จะเข้มงวดทุกที่ บางคนก็คุยไม่ได้ เพราะทำตามหน้าที่จริงๆ
- วิว : พี่เคยไปขายข้างล่างไหมคะ หรือว่าขายข้างบนอย่างเดียว
- พีตี : ข้างล่างแพง ข้างล่างเก็บค่าที่วันละ 1000 แต่ถ้าเป็นตลาดนัดตรงนี้ ที่ไม่ได้มีทุกวัน จะวันละ 600 แต่ถ้าเป็นร้าน ลือคๆ จะเดือนละ หมื่นกว่า
- วิว : แพงนะคะ ร้านอื่นเก็บกันเกือบหมดแล้ว งั้นขอรวบรวนพี่เท่านี้แล้วกันคะ วันนี้เลยขายไม่ได้เลยเนอะ
- พีตี : อย่างที่บอกแหละไม่คิดมาก
- วิว : ขอขอบคุณพี่มากนะคะที่ให้ข้อมูลดีๆกับหนู แล้วจะและมาคุยด้วยใหม่ะคะ
- พีตี : ได้เลย โอเคสบายมากแล้วเจอกันใหม่นะ

(ตัวอย่าง)
บทสนทนาการสัมภาษณ์ผู้บริโภค
 (Interview)

- วิว : สวัสดีค่ะ เป็นนิสิตปริญญาโท จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แล้วทำวิจัยเกี่ยวกับตลาดแบกะดิน อยากจะขอรบกวนสัมภาษณ์พี่น้องได้ไหมคะ
- พี่แก้ง : นานไหมคะ
- วิว : ไม่นานค่ะ คนที่มาด้วยเป็นใครคะ
- พี่แก้ง : มากับคุณแม่
- วิว : แล้วมาจากไหนกันคะ
- พี่แก้ง : พอดี มาจากปราจีน (ปราจีนบุรี) ไปรับแม่มา
- วิว : คือ รับมา ขึ้นรถตู้มานี่หรือคะ
- พี่แก้ง : ใช่ๆ
- วิว : ก็คือตรงนี้เป็นทางผ่าน เรื่อยๆ อยู่แล้วใช่ไหมคะ
- พี่แก้ง : ก็ไม่บ่อยนะ นานๆ ที่
- วิว : แล้วมาเดินตลาดแบบนี้ บ่อยไหมคะ
- พี่แก้ง : ก็ถ้าผ่านก็จะเดิน
- วิว : แล้วพี่มีความรู้สึกยังไงคะ ที่มีตลาดเกิดขึ้นอยู่บนสะพานลอย
- พี่แก้ง : ถ้าเป็นหัวค้าก็จะดูไม่ดี เพราะมันคนเยอะ มันก็ดูขวาง แต่ถ้าเป็นดีๆ ก็ OK คนมันไม่พลุกพล่าน ก็เลยดูไม่น่าเกลียดเท่าไร ก็ OK ก็ได้ อยู่ก็ดี
- วิว : แล้วพี่คิดว่า ของแบกะดิน ราคาถูกกว่าในท้องตลาดไหม
- พี่แก้ง : ก็ว่า ถูกกว่านะ แล้วบางทีคุณภาพดีกว่าด้วยนะ
- วิว : คือเราต้องเลือกเองใช่ๆพี่คะ
- พี่แก้ง : ใช่ๆ บางทีมันก็สวยนะ คุณภาพก็ OK บางทีก็พอๆ กับในห้างนั่นแหละ
- วิว : พี่ก็เคยซื้อในห้างแล้วด้วยเหมือนกันใช่ไหมคะ
- พี่แก้ง : ก็เคย บางทีมันก็ทรงไม่สวย ซื้อแบบนี้บางทีก็สวยกว่า
- วิว : แล้วซื้อของโดยที่ไม่ลองแบบนี้ ไม่รู้สึกอะไรใช่ไหมคะ
- พี่แก้ง : บางทีก็หวั่นๆ แต่เราก็ดูทรง ดูอะไรหลายๆอย่างดีแล้ว ก็น่าจะได้นะ
- วิว : ก็คือใกล้เคียงกับที่ใส่อยู่
- พี่แก้ง : คำก็ให้ลองนะ แต่สถานที่ มันไม่เหมาะที่จะลอง ก็เลยไม่ลอง

- วิว : แล้วชื่อของแบบนี้บ่อยไหมคะ
- พีแก๊ง : ก็มีบ้างนะ แต่ก็ไม่ถึงกับบ่อย
- วิว : แต่ก็ราคาถูกกว่าในห้างใช่ไหมคะ
- พีแก๊ง : ถูกกว่าๆ ถูกกว่าเยอะนะ ในห้างถึงจะลดราคาก็ยังแพงอยู่นะ
- วิว : อันนี้ถ้าเกิดว่าใส่ไม่ได้จะทำยังไงคะ
- พีแก๊ง : เคื่อก็ให้เปลี่ยนนะ
- วิว : คือพีจะมั่นใจได้ไงว่าเค้าจะมาทุกวันรีเปล่า
- พีแก๊ง : ก็ตามอยู่นะ แต่ถ้าเค้าไม่ได้มาทุกวันก็ไม่เป็นไร จะเอาไปขายต่อเพื่อน
- วิว : อ้อ แล้วอันนี้ชื่อมาราคาเท่าไรคะ
- พีแก๊ง : 250 บาทเอง
- วิว : แล้วคุณแม่ล่ะคะ เคยเจอตลาดแบบนี้ไหมคะ
- พีแก๊ง : คุณแม่ไม่ค่อยมาหรอก นานๆมาที่
- วิว : แล้วตามต่างจังหวัดมีตลาดแบบนี้ไหมคะ
- พีแก๊ง : ส่วนมากจะเป็นตลาดนัดมากกว่า ขายเสื้อผ้า กับกับข้าวปนๆ กันไป แต่ที่ต่างจังหวัดแพงกว่านะ
- วิว : คงอาจจะรับมาอีกที่
- พีแก๊ง : อาจจะอย่างนั้น แบบว่ามารับแล้วเสียค่าเดินทาง อะไรอย่างนี้
- วิว : แล้วนี่จะไปไหนกันต่อหรือคะ?
- พีแก๊ง : กลับห้อง อยู่ สุขุมวิท
- วิว : ก็คืออนุสาวรีย์มีท่ารถตู้ แล้วต่อ BTS ได้เลยเป็นทางผ่าน ไม่ได้ตั้งใจจะมาเดินตลาดนี้หรือคะ
- พีแก๊ง : ก็ไม่ได้ตั้งใจเท่าไร แต่เห็นพอดีมีเลยแวะดู พอดูแล้วก็ Ok น่าสนใจก็เลยซื้อ
- วิว : แล้วต้องการอยากจะได้กางเกงยีนอยู่แล้วหรือเปล่า หรือว่า เห็นแล้วว่ราคาถูกสวยดี เลยเกิดอยากได้ที่หลัง
- พีแก๊ง : ปกติใส่อีกทรงนึง แต่พอเห็นคนเค้าใส่กันเยอะ เพื่อนมันล้อก็เลยเปลี่ยนบ้าง
- วิว : คือว่าใจอยากได้อยู่แล้ว พอดีบังเอิญเจอก็เลยซื้อ
- พีแก๊ง : ก็ดีนะ สวยดี สีสวยก็เลย Ok
- วิว : ถ้าอย่างนั้น ขอบคุณแค่นี้ละกันคะ ขอขอบคุณมากนะคะ

ดัชนีข้อมูล

(Index)

1. ดัชนีเชิงบรรยาย

เป็นคำศัพท์ และคำสำคัญ ที่พูดแบบย่อของผู้ขาย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ในตลาดแบกะดิน มีดังนี้

1.1. ความหมายในมุมมองเฉพาะของผู้ขายเท่านั้น (Emic)

- จับ หมายถึง คนขายไปเจอของที่สวย แปลก ใหม่ ในราคาไม่แพง ก็ซื้อมา ขายต่อ ในราคาถูก เน้นว่าขายเอาเร็ว แต่ตอนหลัง อาจเพิ่มราคาขึ้นหลายเท่าตัวได้เมื่อขายดีถึงจุดๆหนึ่ง
- สนวนจตุจักร หมายถึง ตลาดนัด บริเวณใกล้เคียงกับสวนสาธารณะ เขตจตุจักร กทม.
- มีอบ หมายถึง การที่ผู้ขายสามารถไปวางขายสินค้าแบกะดินได้ โดยที่ไม่มีเทศกิจหรือ ตำรวจมาจับ
- ล็อค หมายถึง พื้นที่สำหรับบุผ้า และวางสินค้า เพื่อขายอาจเป็นตลาดหรือไม่ก็ได้
- Handmade หมายถึง สินค้าที่ผู้ขาย ออกแบบเอง ผลิตเอง และจำหน่ายเอง
- High Season หมายถึง ช่วงเทศกาลปีใหม่ ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางเข้ามาในเมืองไทยมาก และมีกาจับจ่ายใช้สอยของคนสูง ทำการค้าขายได้กำไรดี มีรายได้เพิ่มขึ้นมาก
- ระบบหมุนเงิน หมายถึง รายรับของสัปดาห์นี้ได้มาเท่าไร แบ่งไปซื้อของมาทำสินค้าอีก อาทิ ตย์ต่ออาทิตย์ โดยไม่ทำบัญชีรายรับรายจ่าย
- เซฟภาพ หมายถึง การบันทึกข้อมูลรูปภาพ จากการสืบค้นลายและแบบ ทางอินเทอร์เน็ต
- ลายขาด หมายถึง ลวดลายของเสื้อผ้าที่ไม่มีของแล้ว เพราะบล็อกล

สกรีน 1 อันจะทำเสียได้แค่ 10 ตัว ถ้าลายไหนเป็นที่นิยมมากก็ขายหมดเร็ว

1.2. ความหมายในมุมมองของผู้ขายและนักวิจัย (Etic)

- ตลาดแบกะดิน หมายถึง การค้าขายในลักษณะที่ปูผ้า ปูเสื่อขายกับพื้นถนนริมข้างทางเท้า สะพานลอย ฯลฯ ซึ่งมีการรวมตัวกันของร้านค้าลักษณะเดียวกัน
- หน้าราม หมายถึง บริเวณประตูหน้ามหาวิทยาลัยรามคำแหง และฝั่งตรงข้ามถนนมีการขายสินค้าริมทางเดิน ในลักษณะแผงลอย และแบกะดิน
- หน้าเวสต์เทรค หมายถึง บริเวณหน้าห้างสรรพสินค้า เซนทรัล เวิลด์ (Central World) มีการขายสินค้าริมทาง
- ค่าที่ หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องจ่ายให้เจ้าของพื้นที่ ที่นำของไปขาย มีทั้งรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน
- โรงงาน หมายถึง โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่สำหรับเย็บผ้า
- รับงาน หมายถึง งานที่ลูกค้าสั่งทำจำนวนมาก ซึ่งมีรูปแบบ หรือหัวข้อกำหนดให้ทำ
- อีต, ตามกระแส , แฟชั่น หมายถึง ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นที่นิยมมาก แต่ก็จะมีก็เจียบหายไปในเวลาต่อมา ซึ่งนานออกไปอาจจะกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งก็เป็นได้
- เก๋ หมายถึง สวย น่ารัก แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร อาจหมายถึงสินค้า หรือบุคคลก็ได้
- กราฟิก เนื้อหา หมายถึง ลวดลายที่ออกแบบผสมผสาน มีเรื่องราวและความหมายภายในภาพ ที่ต้องใช้เวลาในการตีความ และทำความเข้าใจมากกว่าภาพเหมือน

2. ดัชนีเชิงตีความ

เป็นคำที่คู่กัน และคำที่มีความหมายตรงกันข้ามกันของผู้ขาย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ในตลาดแบกะดิน มีดังนี้

2.1. ความหมายในมุมมองเฉพาะของผู้ขายเท่านั้น (Emic)

- สิ่งที่รัก,ชอบ หมายถึง การวาดภาพ ออกแบบ ผลิต และจำหน่ายเสื้อยืด เป็นธุรกิจเล็กของตัวเอง
- สิ่งที่ไม่ชอบ หมายถึง งานบริษัท
- ตัวเลขแน่นอน หมายถึง เงินเดือนจากบริษัท
- ตัวเลขรายวัน หมายถึง รายรับจากการไปซื้อของ
- ราคาเดียว หมายถึง การขายสินค้า คละแบบ คละ Size ในราคาเดียว เพื่อความสะดวกในการขาย และดึงดูดใจลูกค้า
- ราคากันต่อ หมายถึง การตั้งราคาไว้สูงกว่าปกติ เพื่อให้ลูกค้าต่อรองราคา อาจจะลดราคาให้หรือไม่ก็ได้

2.2. ความหมายในมุมมองของผู้ขายและนักวิจัย (Etic)

- กะเกณฑ์ หมายถึง การบังคับ หรือกำหนดให้ทำสิ่งต่างๆ
- กฎเกณฑ์ หมายถึง ข้อกำหนด หรือหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่วางไว้เป็นหลักการของบริษัท (ที่ทำงานเก่า)
- ปลีก หมายถึง การขายรายชิ้น จำนวนน้อย ราคาอาจถูกบวกเพิ่มจากพ่อค้าคนกลาง
- ส่ง หมายถึง การขายจำนวนมากแบบเหมารวม ซึ่งได้ในราคาถูก มากกว่าการค้าปลีก
- ราคาคุยกันได้ หมายถึง ราคาที่กำหนดไว้ยืดหยุ่น ลูกค้าและคนขายสามารถต่อรองกันได้ตามความเหมาะสม
- ยื่นราคาตายตัว หมายถึง การไม่ลดราคาให้กับลูกค้าที่ซื้อปลีก
- ผูกขาด หมายถึง การสั่ง และซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตเสื้อจาก
ร้านใดร้านหนึ่งร้านเดียว
- ขาประจำ หมายถึง ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าสม่ำเสมอ

- ชาวกร หมายถึง ผู้ที่สัญจรผ่านไปมา หรือลูกค้าที่มาแค่บางครั้ง โดยเฉพาะบริเวณตลาดลูกค้าชาวกร จะไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ขายมาก่อน
- อีลาลส หมายถึง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการออกแบบวาดภาพที่ได้รับความนิยมมากในหมู่นักออกแบบ
- วาดมือ หมายถึง การออกแบบ และวาดภาพด้วยมือแบบปกติ ซึ่งจะให้รายละเอียดแตกต่างจากภาพจากคอมพิวเตอร์ ถือเป็นวิธีการดั้งเดิมที่ง่าย และประหยัดงบประมาณได้ดี

3. ดัชนีเชิงอธิบาย

สิ่งที่เชื่อมโยงกัน ทั้งคำและประโยค จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ในตลาดแบกะดิน มีดังนี้

3.1. ความหมายในมุมมองเฉพาะของผู้ขายเท่านั้น (Emic)

- ตลบหลัง หมายถึง เมื่อเจ้าหน้าที่เทศกิจเดินตรวจทุกร้าน ทุกแผงที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ขายสินค้าบริเวณนั้นก็จะต้องรีบเก็บร้าน เพื่อไม่ให้ถูกจับ และยึดของ แต่พอเทศกิจเดินกลับไป เหมือนว่าจะกลับบ้านแล้ว แต่กลับนำพวกมาจับกุมจำนวนมากพอสมควร เรียกว่า ตลบหลัง ซึ่งผู้ขายมองว่าแล้วแต่บุคคล เจ้าหน้าที่ไม่เป็นแบบนี้ทุกคน ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมากกว่า
- เคลียร์ของ หมายถึง เมื่อพ่อค้า-แม่ค้า หาบเร่ แผงลอย แบกะดิน ถูกเจ้าหน้าที่จับกุม ต้องรีบไปจ่ายค่าปรับ และนำของคืนมา มิเช่นนั้น ของจะหาย และไม่สามารรถโต้แย้งอะไรได้เลย
- จึก หมายถึง เป็นคำที่ใช้เรียกกันเวลาที่ของหาย แทนที่จะพูดว่าขโมย เพราะคนที่น่าไปนั้นเป็นเจ้าหน้าที่เทศกิจ ซึ่งไม่ควรมีปากเสียงด้วย

- ที่ซ้ำซ้อน หมายถึง พื้นที่หนึ่งถูกจับจองด้วยหลายร้านในเวลาที่แตกต่างกัน เช่น เมื่อแม่ค้ากับข้าว ช่วงเช้าขายของหมด เก็บร้าน กลับบ้านในตอนกลางวัน ช่วงเย็นก็เป็นพื้นที่ที่ต้องช่วงชิงกันเพื่อเปิดตลาดแบกะดิน ในลักษณะนี้ ส่วนใหญ่เกิดขึ้นริมทางเท้า ไม่ใช่บนสะพานลอย
- ที่ดี, ที่สวย หมายถึง ทำเลทองที่สามารถค้าขายได้ดี การจ่ายค่าที่บางที่ก็คุ้มค่ากับสิ่งที่ได้มา คือ มีลูกค้าจำนวนมากซื้อสินค้าเรา
- “ที่ขายของมีตั้งแต่เช้ายันดึกเลย มีหลายที่ขึ้นอยู่กับว่าเราจะไปรีเปลาเท่านั้นเอง”
หมายถึง การขายของในลักษณะแบกะดิน เคลื่อนย้ายได้สะดวก และสามารถวางขายได้ทุกที่ ทุกเวลา
- “หาที่เอาเอง บางที่ตระเวนไปขายก็เจอพวก มาเพีย อะไรวางนี้ มีคนซื้อเราก็ไม่ได้อะไรนะ แต่เงินเข้ากระเป๋าเพียหมด”
เพราะฉะนั้นต้องเลือกดูพื้นที่ โดยการสร้างความสัมพันธ์ และสอบถามจากพ่อค้า-แม่ค้าเจ้าถิ่นก่อนวางขายสินค้า
- “ที่จริงทำส่งมันก็ได้นะ แต่เราไม่ชอบทำเอง มันเป็นเรื่องมากเกินไป คือบางที่คนใส่เสื้อก็อยากได้เสื้อ ราคาถูก ลายสวยๆ คุณภาพเสื้อดีๆ เท่านั้นเอง ”
หมายถึง การขายกิจการสามารถทำได้ ไม่เกินความสามารถ แต่ไม่ชอบทำ เพียงแค่อยากมีร้านเล็กๆ เป็นของตัวเอง ขายเสื้อผ้าที่เราออกแบบเท่านั้น
- “ทำเองขายเอง สบายใจ”
หมายถึง ไม่ไว้ใจใคร ไม่กล้าร่วมหุ้นกับใคร และไม่กล้าเสี่ยง ไม่กล้าขายรายธุรกิจกลัวขาดทุน และไม่จ้างลูกจ้างทำ หรือขายเลย เพราะกลัวออกมาไม่สวยถูกใจ

- “แค่ขอความเห็นใจจากเทศกิจก็พอแล้ว”

หมายถึง การขายของแบกะดินบนสะพานลอยในบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมินั้น เป็นช่วงดี(หลังสี่ทุ่ม) ซึ่งเมื่อก่อน เจ้าหน้าที่เทศกิจไม่เข้มงวดมากนัก สามารถขายได้เร็ว หรือหวัค้มากกว่านี้ ขึ้นอยู่กับว่าเทศกิจจะกลับบ้านกี่โมง

- “บางวันที่ขายไม่ได้ซักตัวเลยก็มีนะแต่ก็ไม่ใช่ว่าเราเจ้าเดียวที่ไม่ได้ คนอื่นเค้าก็ไม่ได้เหมือนกัน มันเป็นช่วงของตลาด”

หมายถึง พ่อค้า-แม่ค้า ในตลาดแบกะดินมีความคิดเรื่องปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้คนไม่ซื้อของ เช่น ฝนตก คนไม่เดินคนไม่ซื้อ ทำให้เราขายไม่ได้ มันไม่ได้เป็นเพราะตัวสินค้า แต่อาจเป็นเพราะว่าช่วงฤดูกาล หรือที่บางคนเค้าอาจจะกังวลเรื่องภาวะเศรษฐกิจ เค้าเลยไม่ค่อยจะซื้อของ เป็นต้น

- “ขายเสื้อยืดมันก็ไม่ตายอยู่แล้ว มันเป็นแฟชั่น เป็นของที่ทุกยุคสมัยเค้าใส่กัน”

หมายถึง การตัดสินใจเริ่มทำธุรกิจ เกิดจากการชอบออกแบบ และวาดภาพ แต่เมื่อไม่สามารถขายภาพที่ออกแบบได้ ก็นำแบบเหล่านั้นมาทำใส่เสื้อยืด เพราะเป็นเสื้อที่สามารถใส่ได้ทุกเพศ ทุกวัย ใส่ได้หลายโอกาส เป็นแนวคิดที่จุดประกายให้เริ่มสกรีนเสื้อขาย

- “ซื้อตุ๊กตาลมมา เอามาเป่าลม แล้วก็เอามาใส่เสื้อ นั่งอยู่ข้างๆ พอขายเสร็จแล้วก็ปล่อยเอาลมออกเก็บใส่กระเป๋าได้”

หมายถึง การขายเสื้อผ้าจะดึงดูดคน และได้รับความสนใจจากหุ่นโชว์หน้าร้าน แต่สำหรับแบกะดิน การเดินทางขนย้ายต้องเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว หุ่นโชว์เสื้อที่ทำจากตุ๊กตาลม ถือว่าเหมาะมากกับตลาดแบกะดิน

- “จะใส่เสื้อตัวที่สีเลอะ สกรีนไป สีเลอะไป”

หมายถึง การผลิตสินค้าด้วยตัวเอง หรือ Handmade ต้องมีการลองผิดลองถูกกันบ้าง หรือไม่ก็อาจเกิดความผิดพลาดได้ตลอดเวลา เมื่อสินค้าเสียหายไม่สามารถขายได้ คนทำ และคนขายในเวลาเดียวกันก็ต้องนำไปใส่เอง ซึ่งบางทีกลับกลายเป็นดี คือมาลูกค้าเห็นว่าใส่แล้วสวย จึงซื้อบ้างก็เป็นได้

- “เอาลายแบบเสื้อที่ใส่ได้ไหม” บางทีบางตัว ลายแบบนี้ขายไม่ได้เลย แต่พอเราเอามาใส่ คนเค้าเห็น เค้าชอบ เค้าก็ซื้อ ก็เลยขายได้ ของบางทีวางอยู่ไม่สวย แต่พอใส่มันสวย
- “อย่างนี้คือ 4 ทุ่มแล้ว คนมันบางตา เราก็รอเวลาว่าช่วงนี้ดีที่สุดแล้ว ก็ค่อยๆ กันหลายๆ คนว่าอย่าไปขายเลยตอนกลางวัน มันสร้างความลำบากให้คนเค้าเปล่าๆ”

หมายถึง เหตุผลในการเปิดตลาดตอนดึก คือ ไม่เสียค่าที่ไม่เสี่ยงโดนจับ ไม่สร้างความรำคาญให้กับผู้สัญจรไปมา ช่วงเวลาที่เหมาะสมเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ซึ่งเหล่านี้ทั้งหมดเกิดจากการการมีปฏิสัมพันธ์ พูดคุย ตกลงกัน และนัดกันมาขายสินค้าในตลาด แบกะดิน

3.2. ความหมายในมุมมองของผู้ขายและนักวิจัย (Etic)

- บล็อกสกรีน หมายถึง การออกแบบภาพ แล้วลอกลายลงในแบบ เพื่อกำหนดขอบเขตของการลงสี
- สกรีน หมายถึง การลงสีตามแบบที่ทำบล็อกไว้
- สนามศุภฯ หมายถึง ร้านค้าบริเวณโดยรอบสนามศุภชลาศัย ซึ่งเป็นย่านการค้าที่ขึ้นชื่อเรื่องเสื้อกีฬา และการสกรีน หมายเลข โลโก้ อื่นๆ
- เจ้าถิ่น หมายถึง พ่อค้า-แม่ค้า ที่ขายประจำในพื้นที่ที่ไปถึง

- หน้าใหม่ หมายถึง พ่อค้า-แม่ค้าที่เร่ร่อนขายสินค้าตามที่ต่างๆ ในลักษณะแบกะดิน ถูกเรียกเมื่อไปยังพื้นที่ใหม่ที่ยังไม่เคยไปหรือรู้จักคนแถวนั้นมาก่อน จึงต้องเข้าไปสอบถาม พูดคุยกับเจ้าถิ่น หรือคนที่อาวุโส เป็นที่นับถือของผู้ขายคนอื่นบริเวณนั้น ก่อนวางสินค้า
- อันธพาล, มาเฟีย หมายถึง คนที่รีดได้ เรียกเก็บเงินค่าเช่าพื้นที่ขายของ จากพ่อค้า-แม่ค้าในตลาดแบกะดิน ในบริเวณพื้นที่สาธารณะ บ้างอ้างว่านำไปจ่ายให้เทศกิจ บ้างอ้างว่านำไปจ่ายให้ตำรวจ ซึ่งไม่ได้มีทุกตลาดแล้วแต่เขตพื้นที่
- เสียค่าไถ่ หมายถึง พ่อค้า-แม่ค้า ในตลาดแบกะดินไม่มีทางเลือกมากนัก การปรับตัวให้อยู่รอดได้บางครั้งต้องเรียนรู้จากความผิดพลาด หรือเสียรู้ของตนเอง หลังจากนั้นจึงจะได้บทเรียน และประสบการณ์ เพื่อให้สามารถอยู่รอดต่อไปได้

ศูนย์วิทยพัทธยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ - นามสกุล นางสาวชวิตรา ตันติมาลา
 วัน เดือน ปี และสถานที่เกิด 27 สิงหาคม 2527 จังหวัดลพบุรี
 ประวัติการศึกษา ศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาสังคมวิทยา คณะศึกษาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2549
 มานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชา ภาควิชาสังคมวิทยาและ
 มานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2553



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย